T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLİĞİ
ANABİLİM DALI
İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLİĞİ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ORTAOKULLARDAKİ ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN DİN EĞİTİMİNE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ (GÜNGÖREN ÖRNEĞİ)

Yüksek Lisans Tezi

HALİME HAFİF

İstanbul, 2025

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLİĞİ
ANABİLİM DALI
İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLİĞİ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ORTAOKULLARDAKİ ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN DİN EĞİTİMİNE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ (GÜNGÖREN ÖRNEĞİ)

Yüksek Lisans Tezi

HALİME HAFİF

Tez Savunma Jürisi

1. Tez Danışmanı: Doç. Dr. Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU

2. Üye: Prof. Dr. Mustafa USTA

3. Üye: Prof. Dr. Dursun Ali AYKIT

İstanbul, 2025

ETİK BEYANI

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazımı Yönergelerine uygun olarak hazırladığım çalışmada;

- Verdiğim bilgi, belge ve verileri akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde ettiğimi,

- Çalışmamda kullandığım her kaynağı uygun bir şekilde belirttiğimi,

- Elde ettiğim verilerde ve sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı beyan eder, aksi durumda doğabilecek hak kayıplarını kabul ettiğimi bildiririm.

Halime HAFİF

ÖNSÖZ

Bu çalışma, sosyal medyanın ortaokul öğrencilerinin din eğitimine etkisini Güngören ilçesi örneği üzerinden incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Günümüzde sosyal medya, öğrencilerin dinî bilgiye erişimini ve bu bilgiyi anlamlandırma biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Bu çalışma, söz konusu etkinin akademik olarak değerlendirilmesine katkı sunmayı hedeflemiştir. Çalışma süreci boyunca değerli bilgi ve rehberliğiyle yönlendiren danışmanım Doç. Dr. Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU'na içtenlikle teşekkür ederim. Ayrıca araştırmaya katılım sağlayan öğrenci, öğretmen ve yöneticilere de katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Halime HAFİF

İstanbul, 2025

GENEL BİLGİLER

Ad ve Soyad : Halime HAFİF

Anabilim Dalı : Din Eğitimi Anabilim Dalı

Programı : Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans - 2025

Anahtar Kelimeler : Sosyal Medya, Din Eğitimi, Ortaokul Öğrencileri

ÖZET

ORTAOKULLARDAKİ ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN DİN EĞİTİMİNE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ (GÜNGÖREN ÖRNEĞİ)

Bu çalışma, ortaokul düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının din eğitimi üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Günümüzde sosyal medya, bireylerin bilgiye erişim biçimlerini dönüştürmüş ve özellikle genç kuşakların değer yargılarını, inanç algılarını ve dinî tutumlarını etkilemiştir. Bu doğrultuda çalışma, sosyal medya kullanımının öğrencilerin din eğitimi süreçleriyle nasıl bir etkileşim içinde olduğunu belirlemeyi hedeflemiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul ili Güngören ilçesindeki ortaokullarda öğrenim gören öğrenciler oluşturmuş, örnekleme yöntemiyle belirlenen öğrencilerle sınırlandırılmıştır. Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Verilerin analizi SPSS programı aracılığıyla gerçekleştirilmiş, frekans, yüzde dağılımları ve ki-kare testi ile değerlendirme yapılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı aktif şekilde kullandığı, dinî içeriklere sosyal medya aracılığıyla maruz kaldığı ve bu içeriklerin bir kısmının öğrencilerin dinî tutumlarını doğrudan etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca öğretmenlerin sosyal medya aracılığıyla sundukları eğitsel yönlendirmelerin, öğrencilerin dinî bilgi edinme süreçlerine olumlu katkı sunduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgular, sosyal medyanın pedagojik anlamda doğru yönlendirilmesi halinde din eğitiminin etkisini artırabileceğini desteklemiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve din eğitimi müfredatında dijital içeriklerin pedagojik bütünlük içinde ele alınması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Din Eğitimi, Ortaokul Öğrencileri

GENERAL INFORMATION

Name and Surname	: Halime HAFİF
Department	: Department of Religious Education
Program	: Master's Program
Thesis Advisor	: Assoc. Prof. Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU

Thesis Type and Date	: Master’s Thesis / 2025
Keywords	: Social Media, Religious Education, Secondary School Students

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON RELIGIOUS EDUCATION IN SECONDARY SCHOOLS (THE CASE OF GÜNGÖREN)

The research was carried out to analyze the influence of secondary school students' social media use on religious education. Social media has now changed the way people consume information and has specifically influenced the values, religious knowledge, and attitudes towards religion among young people. The research thus sought to establish how social media usage is connected with the process of religious education among the students. The study population was the students of the secondary schools in the Güngören district of Istanbul, and the sample was restricted to a specified group. The data collection instrument was a structured questionnaire. The data was analyzed using SPSS, and the findings were evaluated on the basis of frequency, percentage distributions, and chi-square tests. The research ascertained that an overwhelming majority of the students are active on social media, are exposed to religious content on social media, and part of this content directly influences students' religious attitudes. In addition, it has been noted that teachers give to students on social media has a positive influence on students' religious learning. The research shows that social media, if well handled pedagogically, can increase the effects of religious education. The research suggests coming up with social media literacy and analyzing digital contents of religious education curriculum from a pedagogical point of view.

Keywords: Religious Education, Middle School Students, Social Media

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYANI 1

ÖNSÖZ 2

ÖZET 3

ABSTRACT 4

İÇİNDEKİLER 5

TABLO VE ŞEKİLLER LİSTESİ 7

KISALTMALAR 8

BÖLÜM I: GİRİŞ 10

1.1. Problem 15

1.2. Çalışmanın Amacı 15

1.3. Çalışmanın Önemi 16

1.4. Varsayımlar 16

1.5. Çalışmanın Sınırlılıkları 17

BÖLÜM II: KAVRAMSAL ÇERÇEVE 19

2. Kitle İletişim Araçları ve Sosyal Medya 19

2.1. Kitle İletişim Kavramı ve Gelişimi 21

2.1.1. Kitle İletişimin Mahiyeti ve Önemi 24

2.1.2. Kitle İletişimin İşlevleri 25

2.2. Kitle İletişim Araçları 28

2.2.1. Geleneksel Kitle İletişim Araçları 33

2.2.2. Yeni Kitle İletişim Araçları 36

2.2.3. İnternet ve Sosyal Medya 41

2.2.3.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Ortaokul Öğrencilerinin Din Eğitimi Süreçlerine Etkileri 49

2.2.3.2. Sosyal Medya Kavramı ve Özellikleri 49

2.2.3.3. Sosyal Medya Platformları ve Özellikleri 52

2.2.3.3.1. Sosyal Ağlar (Facebook, Twitter/X, Myspace vb.) 54
2.2.3.3.2. Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri (Instagram, YouTube, Flickr vb.) 57
2.2.3.3.3. Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Platformları (EBA, Google Classroom vb.) 59
2.3. Sosyal Medya ve Eğitim 63
2.4. Sosyal Medya ve Din Eğitimi 65
2.5. Sosyal Medyada Öğretmen ve Öğrenci Etkileşimi 68
2.6. Türkiye'de Eğitim Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı 70
BÖLÜM III: YÖNTEM 72
3.1. Araştırmanın Deseni 72
3.2. Evren ve Örneklem 72
3.3. Veri Toplama Süreci 72
3.4. Veri Toplama Araçları 73
3.5. Veri Analizi 73
BÖLÜM IV: BULGULAR 74
4.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular 74
4.2. Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Sosyal Medya Kullanımları 78
4.3. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Kullanımları 92
4.4. Öğrencilerin Ailelerinin Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları 101
4.5. Öğrencilerin Okul Başarı Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları 113
4.6. Sonuç, Tartışma ve Öneriler 127
KAYNAKÇA 136
EKLER 142

Tablo ve Şekiller Listesi

Tablo 1. Ortaokul Öğrencilerinin Yaş Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Yaş Aralıkları 74
Tablo 2. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları ve Yüzdeler 74
Tablo 3. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 78
Tablo 4. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 80
Tablo 5. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 83
Tablo 6. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dini Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 88
Tablo 7. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 90
Tablo 8. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 92
Tablo 9. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 94
Tablo 10. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları 97
Tablo 11. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dini Sosyalleşmeye Etkisi ile Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları 99
Tablo 12. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları 100
Tablo 13. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 101
Tablo 14. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 103
Tablo 15. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 106
Tablo 16. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dini Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 109
Tablo 17. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 111

Tablo 18. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 113
Tablo 19. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları 115
Tablo 20. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 118
Tablo 21. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dini Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 121
Tablo 22. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları 123
Tablo 23. Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Frekans Dağılımı ve Yüzdeleri 125
Tablo 24. Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Kullanma Amaçlarına İlişkin Frekans Dağılımı ve Yüzdeleri 126

KISALTMALAR

DİTİB : Diyanet İşleri Türk İslam Birliği

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı

OECD : Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)

RTÜK : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TÜBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

YÖK : Yükseköğretim Kurulu

BÖLÜM I: GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin ve internetin sağladığı imkânlar, dünyayı adeta "küresel bir köy" haline getirmiştir. Bu dönüşüm, dilin şekillenmesinde rol oynayan faktörleri de doğrudan etkilemiştir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak dünya devletleri; sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarda yoğun bir etkileşim içerisindedir. Evrensel ölçekte ortak bir dilin bulunmaması, bireylerin yabancı dil bilgisine sahip olmalarını her alanda önemli bir avantaj haline getirmektedir.[1]

Günümüzde dijitalleşmenin etkisi toplumsal yaşamın tüm alanlarında hissedilmekte, bu dönüşüm çoğunlukla genç kuşaklar üzerinde belirgin biçimde etkili olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya, yalnızca iletişim aracı olmanın ötesine geçerek bireylerin düşünce biçimlerini, değer yargılarını, yaşam tarzlarını ve inanç dünyalarını şekillendiren güçlü bir kültürel platform haline gelmektedir. Bilhassa ergenlik dönemindeki bireylerin gelişim süreçleri, bu platformlarda karşılaştıkları içeriklerle doğrudan ilişkilidir.

Ergenlik dönemi, bireylerin yoğun bir kimlik arayışına girdikleri kritik bir gelişim evresidir. Bu süreç, din eğitimi açısından özel bir önem taşımaktadır. Söz konusu dönemde sosyal medya, dinî ve ahlaki içeriklerin aktarılması, tartışılması ve yeniden inşa edilmesi bakımından işlevsel bir mecra olarak öne çıkmakta; gençlerin değerler dünyasını, inanç yönelimlerini ve ahlaki tutumlarını doğrudan şekillendiren bir etkiye sahip olmaktadır.[2] Bu çerçevede sosyal medyanın din eğitimi üzerindeki etkilerinin incelenmesi, çağdaş eğitim bilimlerinin ve dinî pedagojinin güncel araştırma alanları arasında yer almaktadır.

Din eğitimi, bireyin manevi gelişimini destekleyen, ahlaki değerlerin içselleştirilmesini amaçlayan ve toplumsal uyum sürecine katkı sağlayan bir eğitim alanı olarak tanımlanmaktadır. Daha çok ortaokul çağındaki öğrenciler, hem bilişsel hem de duyuşsal açıdan şekillenme döneminde oldukları için din eğitimi bu yaş grubunda daha kritik bir işlev üstlenmektedir.

Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak sosyal medya, bireylerin gündelik yaşamlarında kolaylıkla erişilebilir bir konuma gelmiştir. Özellikle akıllı telefon, tablet ve benzeri taşınabilir dijital cihazların yaygınlaşması ile birlikte internet bağlantısının her an ve her yerde mümkün hale gelmesi, sosyal medyaya erişimi son derece kolaylaştırmıştır. Bu erişim imkânının yaygınlığı, çocuklar ve gençler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz yönde etkiler

[1] Nuray Cahan, *Sosyal Medyanın Orta Öğretim Öğrencilerinin Söz Dağarcığına Etkileri* (Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.2.
[2] Sümeyra Arıcan ve Handan Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri", *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2, (2021), s.1063.

doğurmakta; onların sosyal, bilişsel ve ahlaki gelişim süreçlerini çeşitli biçimlerde şekillendirmektedir.[3]

Sosyal medya üzerinden yayılan dinî içerikler, kimi zaman öğretici ve destekleyici olabilmekte, kimi zaman da bilgi kirliliğine yol açarak öğrencilerin dinî kavramlar hakkındaki algılarını çarpıtabilmektedir. Yapılan bir araştırmada internetin ergenler üzerindeki olumsuz etkilerini din eğitimi perspektifinden değerlendirilmiştir.[4] İnternet kullanımı ile artan ahlaki ve dinî sorunlar ele alınmış, din eğitiminin ergenlerin çevrimiçi davranışlarını şekillendirmede koruyucu bir işlev üstlenebileceği ileri sürülmüştür. Varsak[5], sosyal medya kullanımının dinî inanç ve davranış üzerindeki etkilerini, Bursa'daki lise öğrencilerini konu alan doktora tezinde derinlemesine incelemiştir. Sosyal medyanın bireylerin dinî pratiklerini etkilediği; bazı durumlarda inanç güçlendirici, bazen de sekülerleşme ve bireyselleşme eğilimlerini artırıcı etkiler gösterdiği tespit edilmiştir.

Güngören ilçesi, İstanbul'un sosyokültürel yapısı çeşitlilik gösteren bölgelerinden biri olması bakımından din eğitiminin sosyal medya ile etkileşimini incelemek için anlamlı bir saha oluşturmaktadır. İlçede farklı sosyoekonomik düzeylerden gelen ailelerin çocukları aynı eğitim kurumlarında öğrenim görmekte ve bu durum, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile din eğitimi arasındaki ilişkiyi çok boyutlu biçimde gözlemlemeye olanak tanımaktadır.

Bu çalışmanın gerek kuramsal gerekse uygulamalı eğitim alanına katkı sunması hedeflenmektedir. Din kavramı evrenseldir ve insanlar açısından farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Din ve sosyal medyanın kesişiminde, yararlı ve zararlı unsurları bir arada barındıran geniş bir bilgi havuzu ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformları, içeriklerin niteliğine bağlı olarak farklı düzeylerde etkileme gücüne sahip paylaşımlara imkân tanımaktadır. Bu bağlamda, söz konusu içerikler çoğunlukla video, metin ve görsel formatlarında sunulmakta ve geniş kitlelere ulaşabilmektedir.[6]

Din eğitimi politikalarının şekillendirilmesinde dijital medya etkisinin göz ardı edilemeyecek kadar önemli bir boyut olduğu bu araştırma aracılığıyla ortaya konulmaktadır.

---

[3] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi Ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.1.
[4] Fatih Muhammed Turanalp, "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 16/1, (2016), s.128-129.
[5] Osman Varsak, *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi: Bursa Lise Öğrencileri Örneği* (Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.), s.192-203.
[6] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi Ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.1.

Bu doğrultuda elde edilen verilerin, hem öğretim programlarının güncellenmesinde hem de öğretmenlerin dijital pedagojik yeterliliklerinin geliştirilmesinde yol gösterici olması beklenmektedir. Ayrıca sosyal medya okuryazarlığı bağlamında öğrencilere kazandırılması gereken becerilere yönelik öneriler, eğitimciler ve politika yapıcılar için stratejik bir rehber niteliği taşımaktadır.

Sosyal medyanın din eğitimi üzerindeki etkileri günümüz eğitim ortamında yalnızca pedagojik değil, aynı zamanda sosyolojik ve kültürel bir sorun alanı olarak belirmektedir. Öğrenciler, geleneksel öğretim kaynaklarının ötesine geçerek, internet ortamında karşılaştıkları çok sayıda bilgi kaynağı aracılığıyla dinî bilgilere ulaşmaktadır. Bu bilgi kaynaklarının denetlenebilirliği sınırlı olduğu için öğrenciler, kimi zaman bilimsel ve pedagojik açıdan uygun olmayan içeriklerle karşılaşmakta, bu durum öğrencinin zihin dünyasında çeşitli çelişkilere ve yanlış anlamalara neden olabilmektedir.

Başta YouTube, TikTok, Instagram gibi yoğun kullanılan sosyal medya platformlarında sunulan dinî içeriklerin hem içerik kalitesi hem de sunum biçimi açısından öğrencilerin ilgisini çekmekle birlikte pedagojik yapıdan uzak, yüzeysel veya ideolojik mesajlar barındırdığı görülmektedir. Din eğitimi üzerine gerçekleştirilen araştırmada birtakım tematik alanlar ortaya çıkarılmıştır. Bu temalar; bireylerin din eğitimi alma karar süreçleri, dinî eğitimin gündelik yaşamla olan ilişkisi, sosyal medya kullanım amaçları, eğitim süreci ile sosyal medya pratikleri arasındaki çatışma noktaları, sosyal medyada geçirilen zamanın boyutları, çevrim içi ilişkilerin niteliği ve sosyal medyanın gelecekteki kullanımına yönelik öngörüler şeklinde kategorize edilmiştir.[7]

Bu kapsamda öğrencilerin din eğitimi sürecinde edindikleri bilgi, tutum ve değerlerin sosyal medya etkisiyle nasıl şekillendiğini incelemek, modern eğitim anlayışının temel dinamiklerinden biri olarak sayılmaktadır. Bu noktada KKTC'de yapılan bir araştırmada din dersine yönelik öğrenci tutumlarını incelemiş, öğrencilerin din dersine genel olarak olumlu yaklaştığı, öğretmen tutumu ve ders içeriğinin bu tutumda önemli rol oynadığı tespit edilmiştir.[8]

Sosyal medyada yoğun etkileşimde bulunulan fenomenler, dinî kanaat önderi kabul edilen dijital içerik üreticileri ve dinî bilgileri eğlence unsurlarıyla harmanlayan yayıncılar, genç bireylerin dinî algılarını doğrudan etkilemektedir. Bu kişiler aracılığıyla yayılan mesajlar, çoğu

[7] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi Ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s. 49.
[8] Ümit Kalkan, Mustafa Başkonak ve İbrahim Muhammet Tepe, "Din Dersine Yönelik Öğrenci Tutumlarının İncelenmesi: KKTC Örneği", *Turkish Studies – Religion* 16/1, (2021), s.28.

zaman geleneksel din eğitimiyle örtüşmeyen bir içerik taşımakta ve öğrencilerin okulda edindikleri bilgilerle dijital ortamda karşılaştıkları söylemler arasında çatışma yaşanmasına neden olmaktadır.

Dini eğitim gören bireylerin gündelik yaşamlarının büyük ölçüde bu eğitimin etkisiyle şekillendiği ya da mevcut yaşam düzenlerini bu doğrultuda sürdürdükleri ifade edilebilir. Nitekim İslâmî eğitim alan kişilerin, günlük hayatlarında dinin koyduğu kurallar ve ilkeler çerçevesinde davranış geliştirdikleri söylenebilir.[9]

Diyanet İşleri Başkanlığı gibi resmi kurumlar, Milli Eğitim Bakanlığı ve çeşitli akademik platformlar aracılığıyla hazırlanan dijital içerikler, öğrencilere nitelikli ve güvenilir dinî bilgiler sunmakta ve geleneksel eğitimi dijital ortama taşımaya yönelik önemli örnekler oluşturmaktadır. Bu nedenle dijital ortamın sunduğu bu potansiyel, ancak etkili yönlendirme ve pedagojik stratejilerle desteklendiği takdirde din eğitimi açısından işlevsel olabilir.

Güngören örneği özelinde gerçekleştirilen bu çalışma, sosyal medyanın din eğitimi üzerindeki etkisini çok boyutlu bir yaklaşımla ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmada, ilçedeki ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklıkları, içerik tercihleri, bu içeriklerin dinî değer yargılarına etkileri ve öğretmenleriyle olan iletişimleri detaylı biçimde incelenmektedir. Ayrıca öğrenci görüşlerinin yanı sıra öğretmen ve velilerin sosyal medya ile din eğitimi ilişkisine dair yaklaşımları da değerlendirilmekte, böylece araştırma çok katmanlı bir veri temeline dayandırılmaktadır. Bu çerçevede yapılan bir araştırmada 8. sınıf öğrencilerinin lise tercihlerini belirleyen davranış yatkınlığı algılarını araştırılmış, öğrencilerin tercih süreçlerinde sosyal çevre, akademik başarı ve bireysel eğilimlerin belirleyici olduğu tespit edilmiştir.[10]

Dinler, tarih boyunca mesajlarını insanlığa iletme sürecinde dönemin teknolojik imkânlarından yararlanmış; söylem, telkin ve öğreti gibi araçlarını bireysel ve toplumsal hayatın düzenlenmesinde etkin biçimde kullanmıştır. Dinî metinlerin kuşaktan kuşağa aktarımı da bu bağlamda farklı teknolojik aşamalardan geçmiştir. Nitekim ilk dönemlerde tabletler üzerine kazınan metinler, matbaanın icadıyla birlikte basılı formlara dönüşmüş; günümüzde ise gelişen iletişim teknolojileri sayesinde dinî içerikler görsel ve işitsel mecralar aracılığıyla küresel ölçekte hızla yayılabilir hale gelmiştir.[11]

---

[9] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi Ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.49.
[10] Deniz Duman ve Serhat Süral, "8. Sınıf Öğrencilerinin Lise Tercihlerinin Belirlenmesinde Davranış Yatkınlığı Algılarının İncelenmesi", *Yaşadıkça Eğitim* 38/2, (2024), s.426.
[11] Mahir Kaya, *Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.), s.73.

Sosyal medyanın etkisinin giderek arttığı bir çağda, din eğitimi gibi değer aktarımına dayalı alanların bu etkileşimden bağımsız düşünülemeyeceği açıktır. Ortaokul çağındaki öğrenciler, gelişimsel olarak hem kimlik inşa süreci içinde bulunmakta hem de çevresel uyaranlara açık ve duyarlı bir yapıda gelişim göstermektedir.

Bu yaş grubundaki bireylerin eleştirel düşünme becerileri henüz tam gelişmediğinden, sosyal medyada karşılaştıkları dinî içerikleri sorgulamadan kabul etme eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu çerçevede yapılan bir araştırmada ortaokul öğretmenleri ve öğrencilerinin beceri temelli sorulara yönelik görüşlerini karma yöntemlerle incelenmiş; öğretmenlerin daha fazla uygulamaya dayalı, öğrencilerin ise anlamaya ve eleştirel düşünmeye yönelik soruları tercih ettikleri tespit edilmiştir.[12]

Bu durum, öğrencilerin dinî bilgi düzeyinde yüzeyselleşmeye ve inanç sistemlerinde çelişkili yorumların ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında hızla yayılan dinî içerikler, öğrencilerin hem bireysel dinî kimliklerini hem de toplumsal aidiyet duygularını şekillendirmekte önemli bir rol oynamaktadır.

Din eğitimi ile sosyal medya platformları karşılaştırıldığında belirgin farklılıkların ortaya çıktığı görülmektedir. Sosyal medya ortamları, dünyanın farklı kültürel arka planlarına sahip bireyleri bir araya getirmekte ve bu çeşitlilik, bilgi akışını hızlandırmaktadır. Ancak içerik üretiminin bireylerin kendi tercihlerine bağlı olarak gerçekleşmesi, denetimsizliğe yol açmakta ve bu durum bilgi kirliliğini beraberinde getirmektedir.[13]

Öğrenciler bu tür dijital ortamlarda dinî bilgileri yalnızca bir inanç meselesi olarak değil, sosyal aidiyet ve karşıtlıklar bağlamında da değerlendirmeye başlamaktadır. Bu süreçte yönlendirme ve rehberlik eksikliği, öğrencilerin maruz kaldıkları mesajların yanlış anlaşılmasına ya da tek yönlü biçimde içselleştirilmesine neden olmaktadır. Ayrıca literatürde yer alan bir çalışmada ortaokul 5. sınıf öğrencilerinin tercih ettiği seçmeli dersleri ve bu tercihlerin nedenlerini, öğrenci ve veli perspektifinden incelenmiştir. Öğrencilerin ilgi alanları ve kariyer hedeflerinin ders tercihinde etkili olduğu, velilerin ise çocuklarının gelişimine yönelik destekleyici tutum sergilediği belirlenmiştir.[14]

---

[12] İclal Karadağ, *Beceri Temelli Sorulara İlişkin Ortaokul Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri: Bir Karma Yöntemler Araştırması* (İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,Yüksek Lisans Tezi, 2024.), s.74.

[13] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi Ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.50.

[14] Nazike Karagözoğlu, "Ortaokul 5. Sınıflarda Tercih Edilen Seçmeli Dersler ve Tercih Nedenlerinin Öğrenci ve Veli Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi", *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi* 5/1, (2015), s.69-95.

1.1. Problem

Günümüzde bilgiye erişim kanallarının çeşitlenmesi, genç bireylerin sosyal, kültürel ve dinî gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle dijital ve sosyal medya, yaşam biçimlerini, değer yargılarını ve inanç dünyasını yeniden şekillendiren dinamik bir alan hâline gelmiştir; bu durum eğitim süreçleri açısından hem fırsatlar hem de riskler yaratmaktadır.

Geleneksel olarak öğretmen aracılığıyla yürütülen bilgi edinme süreçleri, sosyal medya ile daha bireysel ve denetimsiz bir hâle dönüşmüştür. Ortaokul çağındaki öğrenciler, bilişsel, duyuşsal ve sosyal açıdan hassas bir dönemde olduklarından bu içeriklerden doğrudan etkilenmektedir. Öğrenciler, sosyal medya içeriklerini yalnızca izlemekle kalmayıp üretici ve yorumlayıcı rollerle de deneyimlemekte; içeriklerin niteliği, dinî kavramları anlama ve inanç tutumlarını doğrudan etkilemektedir. Ancak bilgi kirliliği ve dogmatik önyargılar, öğrencilerin zihninde çelişkiler yaratmakta ve öğrenmeyi yüzeysel hâle getirmektedir.

Bu nedenle sosyal medyanın din eğitimi üzerindeki etkisinin yön ve sınırlarının bilimsel olarak incelenmesi önemlidir. Araştırmanın problemi, İstanbul/Güngören'deki ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının, okulda verilen din eğitimine ilişkin bilgi, tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğini ortaya koymaktır.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu araştırma, dijitalleşmenin eğitim alanında yarattığı dönüşümün önemli bir boyutunu oluşturan sosyal medya kullanımının, ortaokul düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin din eğitimine etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde sosyal medya platformları, yalnızca iletişim ve eğlence araçları olmaktan çıkarak, bireylerin bilgiye erişim, kimlik inşası ve değer edinimi süreçlerinde aktif biçimde rol oynamaktadır. Bu dönüşüm, din eğitimi gibi bireyin inanç sistemine, değer yargılarına ve toplumsal aidiyetine doğrudan temas eden bir alanda önemli sonuçlar doğurmaktadır. Ergenlik döneminde bulunan ortaokul öğrencileri, sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriklerden etkilenmektedir. Bu durum, okul ortamında verilen din eğitiminin işlevselliğini yeniden sorgulamayı gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı, Güngören ilçesinde öğrenim gören ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının din eğitimi üzerindeki etkilerini çok boyutlu biçimde incelemektedir. Araştırma, öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla edindikleri dinî bilgilerle okuldaki din eğitimi arasında nasıl bir ilişki kurduklarını, bu iki kaynak arasında ne tür

benzerlik veya farklılıklar algıladıklarını ve hangi içerik türlerinin öğrenciler üzerinde daha etkili olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırma ayrıca, sosyal medya ile din eğitimi arasındaki etkileşimde öğretmenlerin ve ailelerin üstlendiği rolleri belirlemeyi de amaçlamaktadır. Öğrencilerin sosyal medya kullanımının öğretmen rehberliğinde nasıl daha verimli hale getirilebileceği, ailelerin bu sürece nasıl katkı sunduğu ya da süreci ne ölçüde denetleyebildiği araştırılmaktadır. Bu sayede sosyal medya kullanımının kontrolsüz bir etkileşim alanı olmaktan çıkarılıp pedagojik amaçlarla nasıl kullanılabileceği üzerine öneriler geliştirilmektedir.

1.3. Çalışmanın Önemi

Bilgi teknolojilerinin baş döndürücü hızla geliştiği günümüzde, sosyal medya platformları yalnızca bireyler arası iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, bireylerin düşünce, değer, kimlik yapılarını ve inanç dünyalarını etkileyen çok yönlü bir kültürel alan haline gelmektedir. Bu alan özellikle çocuk ve ergen bireyler açısından güçlü bir etkiye sahiptir; çünkü bu yaş grubundaki bireyler sosyal medya içerikleriyle daha uzun süre ve daha etkileşimli biçimde zaman geçirmektedir. Bu etkileşim, öğrencilerin yalnızca günlük yaşam pratiklerini değil, aynı zamanda eğitim süreçlerini, bilgi edinme yollarını ve dinî değerlerle kurdukları ilişki biçimlerini de yeniden şekillendirmektedir. Bu bakımdan, sosyal medya ile din eğitimi arasındaki ilişkinin sistemli biçimde incelenmesi, çağdaş eğitim bilimlerinin öncelikli araştırma alanlarından birini oluşturmaktadır.

Din eğitimi, bireyin kişisel ve toplumsal kimliğinin inşasında temel rol oynamakta, ahlaki değerlerin, sosyal sorumlulukların ve manevi farkındalıkların kazandırılmasını amaçlamaktadır. Bu amaçların gerçekleşebilmesi için din eğitiminin yalnızca okul ortamıyla sınırlı kalmayıp öğrencilerin hayatlarının diğer alanlarında da desteklenmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın önemi tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Araştırma, sosyal medya kullanımının din eğitimi üzerindeki etkilerini saha verilerine dayalı olarak inceleyerek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

1.4. Varsayımlar

Bu araştırma, sosyal medya kullanımının ortaokul düzeyindeki öğrencilerin din eğitimi süreçleri üzerindeki etkilerini incelemeyi hedeflemekte olup belirli varsayımlar temelinde şekillenmektedir. Çalışmanın sağlıklı biçimde yürütülebilmesi ve elde edilen bulguların geçerli biçimde yorumlanabilmesi için bazı ön kabuller dikkate alınmaktadır. Bu varsayımlar, hem saha verilerinin toplanması hem de analiz sürecinde elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi

açısından araştırmaya yön verici bir çerçeve sunmaktadır. Araştırmanın ilk varsayımı, ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı aktif biçimde kullandıkları ve bu kullanımın gündelik yaşamlarının doğal bir parçası haline geldiği yönündedir. Bu varsayım, öğrencilerin dijital medya ortamlarında zaman geçirdikleri ve bu ortamlarda karşılaştıkları içeriklerin öğrenme süreçlerini etkilediği görüşüne dayanmaktadır. Belirgin biçimde YouTube, TikTok, Instagram gibi platformlarda sunulan dinî içeriklerin, öğrencilerin dinî bilgi edinme, anlamlandırma ve yorumlama biçimlerini etkilediği kabul edilmektedir.

İkinci varsayım, öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları dinî içeriklerin nitelik bakımından farklılık gösterdiği ve bu içeriklerin bazı durumlarda pedagojik açıdan yetersiz ya da yanıltıcı olabildiği yönündedir. Bu varsayım, öğrencilerin dijital ortamlarda edindikleri bilgilerin doğruluğunu coğu zaman sorgulamadıkları ve bilgi kirliliğiyle karşılaşma ihtimallerinin yüksek olduğu düşüncesine dayanmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin sosyal medyada maruz kaldıkları dinî içeriklerin, onların okulda verilen din eğitimiyle örtüşmeyen veya çelişen yönleri bulunabileceği varsayılmaktadır. Bu durumun öğrencilerin zihinsel gelişimlerinde çeşitli çatışmalara ve anlam karmaşalarına yol açabileceği düşünülmektedir. Üçüncü olarak araştırmada yer alan öğrencilerin sosyal medya içeriklerinden etkilenme düzeylerinin bireyden bireye farklılıklar gösterebileceği değerlendirilmektedir. Öğrencilerin aile yapıları, sosyoekonomik durumları, okul başarı düzeyleri, öğretmenleriyle kurdukları iletişim, dinî yönelimleri ve medya okuryazarlıkları gibi çeşitli faktörler, sosyal medya etkisini şekillendiren değişkenler olarak öngörülmektedir.

1.5. Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, sosyal medya kullanımının ortaokul öğrencilerinin din eğitimi üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamakta olup belirli sınırlılıklar çerçevesinde yürütülmektedir. Bu sınırlılıklar, hem araştırmanın kapsamını belirlemekte hem de elde edilen bulguların genellenebilirliğini etkilemektedir. Bu nedenle çalışmanın bulguları değerlendirilirken aşağıda belirtilen sınırlayıcı faktörlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Araştırma öncelikle coğrafi olarak İstanbul'un Güngören ilçesi ile sınırlıdır. Bu sınırlama, bölgesel özelliklerin ve sosyokültürel yapının araştırma verileri üzerindeki etkisini artırmakta, ancak diğer ilçe ve şehirlerdeki öğrenci profilleriyle kıyaslandığında genellenebilirliği sınırlamaktadır. Güngören ilçesi özelinde elde edilen bulgular, benzer sosyoekonomik ve demografik özellikler taşıyan bölgeler için çıkarımlar yapılmasına imkan tanımakta, ancak farklı sosyokültürel yapıya sahip bölgeler için aynı sonuçların geçerli olacağı varsayılmamaktadır.

Çalışma, eğitim kademesi bakımından yalnızca ortaokul düzeyindeki öğrenciler ile sınırlı tutulmaktadır. İlkokul veya lise öğrencileri araştırma kapsamına dahil edilmemektedir. Bu sınırlama, öğrencilerin bilişsel ve duyuşsal gelişim düzeylerine uygun olarak tasarlanmış olup, ortaokul dönemi ergenlik sürecinin başlangıcına denk gelmesi nedeniyle dinî tutumların şekillenmeye başladığı kritik bir dönem olarak kabul edilmektedir. Çalışmada kullanılan veri toplama araçları, belirli sayıda anket ve görüşme sorusu ile sınırlandırılmaktadır. Araştırmanın doğası gereği yapılandırılmış anketler ve yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılarak veri elde edilmektedir. Bir diğer sınırlılık, sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve dinamik yapısı ile ilgilidir. Teknolojik gelişmeler ışığında sosyal medya ortamları sürekli değişmekte, içerik türleri çeşitlenmekte ve kullanıcı alışkanlıkları dönüşmektedir. Bu durum, araştırmanın yürütüldüğü zaman diliminde elde edilen bulguların ilerleyen dönemlerde geçerliliğini yitirme olasılığını artırmaktadır. Ayrıca çalışmada yalnızca belirli başlı sosyal medya platformlarına (örneğin YouTube, TikTok, Instagram) odaklanılmakta, diğer mecralar kapsam dışında bırakılmaktadır. Bu tercihin nedeni, öğrenciler arasında en yaygın kullanılan platformlara odaklanarak daha işlevsel verilere ulaşma hedefidir. Son olarak çalışmanın sınırlılıklarından biri de öğrencilerin din eğitimi algılarını yalnızca sosyal medya ile ilişkilendirmeye çalışmasıdır.

BÖLÜM II: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2. Kitle İletişim Araçları ve Sosyal Medya

İnsanlık tarihi boyunca bilgi aktarımı ve iletişim süreçleri, toplumların kültürel, ekonomik ve politik yapıları üzerinde belirleyici etkiler yaratmaktadır. Yazının icadıyla birlikte başlayan kitle iletişimi süreci, matbaanın bulunması, radyo ve televizyon gibi teknolojilerin yaygınlaşması ve nihayet dijitalleşmenin etkisiyle çok yönlü ve küresel bir yapıya kavuşmaktadır. Kitle iletişim araçları, geniş halk kitlelerine bilgi, düşünce ve değer aktarmada önemli bir rol üstlenmekte, toplumların algılarını, davranış biçimlerini ve yaşam tarzlarını şekillendirmiştir.

Günümüzde kitle iletişiminin en yaygın biçimi olan sosyal medya, bireylere yalnızca bilgi tüketicisi olma değil, aynı zamanda içerik üreticisi olma imkânı sunan etkileşimli bir ortam sağlamaktadır. Başlangıçta tek yönlü mesaj iletimi şeklinde yapılandırılan kitle iletişim araçları, dijital teknolojilerin gelişmesiyle dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel medya araçları (gazete, radyo, televizyon) hâlen etkili olmakla birlikte, sosyal medya bireylerin gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Bu platformlar, bireylerin haber alma, görüş ve deneyim paylaşma süreçlerine doğrudan katılım sağlamasına imkân tanımaktadır.

Sosyal medya, klasik medya düzenine kıyasla daha yatay, dinamik, katılımcı ve çoğulcu bir iletişim alanı yaratmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter/X, YouTube, TikTok ve benzeri platformlar, bireylerin görsel ve yazılı içerik paylaşmasına, topluluklar oluşturmasına ve farklı sosyal kimliklerle etkileşimde bulunmasına olanak tanımaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimi, özellikle genç kuşaklar arasında sosyal medya platformlarının kullanımını küresel ölçekte yaygınlaştırmıştır. İnternet altyapısının gelişmesi ve akıllı telefonların hızla yaygınlaşması, kullanıcı sayısında belirgin bir artışa yol açmıştır. Günümüzde bireyler sosyal medyayı; iletişim kurma, kişisel içerik paylaşımı, eğlence, çevrim içi oyun etkinlikleri ve bilgi edinme gibi çeşitli amaçlarla aktif biçimde kullanmaktadır.[15]

Genç kullanıcılar açısından sosyal medya, zamanın büyük bölümünü geçirdikleri bir öğrenme ve sosyalleşme mecrasına dönüşmüştür. Bu platformlarda bireyler yalnızca eğlence odaklı içeriklerle değil, aynı zamanda ideolojik, politik ve dinî içeriklerle de karşılaşmaktadır. Kolay bilgi erişimi ortamında, içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği tartışmalı hâle gelmekte, bu da eleştirel düşünme becerilerini daha önemli kılmaktadır. Sosyal medyada yayılan dinî

[15] Ömer Özdemir, "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, (2024), s.190.

içerikler çoğu zaman bilimsel veya pedagojik temelden yoksun olup, bireysel kanaatlere, duygusal çağrışımlara veya ideolojik eğilimlere dayalı olarak üretilmektedir. Bu içeriklerin özellikle gelişim çağındaki bireyler üzerindeki etkileri çok yönlü olarak değerlendirilmelidir.

Kitle iletişim araçlarının din eğitimi üzerindeki etkisi, geleneksel eğitim anlayışının dışına taşan çok katmanlı bir süreci ifade etmektedir. Sosyal medya, dinî bilgilerin yayılması, popülerleştirilmesi ve yeniden yorumlanması için güçlü bir araç olarak kullanılmakta; bu durum, okul çağı çocuklarının geleneksel din eğitimi ile sosyal medyada karşılaştıkları dinî söylemler arasında çelişki yaşamasına yol açabilmektedir. Bu çelişkiler, öğrencilerin dinî kavramları sorgulama biçimlerini, inançla kurdukları bağı ve din eğitimine yönelik tutumlarını doğrudan etkilemektedir.

Yapılan bir çalışmada da belirtildiği üzere, sosyal medya gençlerin değer sisteminde değişim yaratmakta, bazı değerler zayıflarken bazı yeni değerler ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile geleneksel değerlerin korunması arasında bir gerilim olduğu vurgulanmaktadır.[16] Buna karşılık, sosyal medya kullanmayan bireylerin sosyal etkileşim ve iletişim düzeylerinin görece düşük olduğu; sosyal medyayı günlük olarak birden fazla kez kullanan bireylerin ise iletişimle ilişkili alt boyutlarda daha yüksek düzeyler sergiledikleri görülmektedir. [17]

Dinî içeriklerin sosyal medyada hızla yayılması, dinî temsil eden figürlerin ya da yapıların geleneksel sınırların dışına çıkarak dijital alanda görünürlük kazanmasına imkan tanımaktadır. Bu görünürlük bazı durumlarda, geleneksel dinî otoritelerin dışında kalan kişilerin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Bireyler ise bu kişiler üzerinden dinî öğrenmeye çalışmaktadır. Bu çerçevede dijital ortamda dinî fenomen olarak tanımlanabilecek figürler oluşmakta ve bu kişiler, geleneksel din eğitiminin sunduğu sistematik bilgi anlayışının yerine çoğu zaman popüler, yüzeysel ve etkileşime dayalı söylemler geliştirmektedir. Din eğitimi, bireylere inanç esaslarını öğretme ihtiyacından doğmuş olup, dinin hem bireysel hem de toplumsal boyutlarını kapsayan bir disiplin olarak değerlendirilmektedir. Bu eğitim, temelde dinî kültürün topluma aktarılmasını sağlayarak bireylerin dinî kimlik ve kişilik gelişimini desteklemeyi amaçlamaktadır. Başka bir ifadeyle, din eğitimi; bireylere dinî bilgilerin, onların bedensel, zihinsel ve duygusal gelişim özellikleri dikkate alınarak aktarılması ve bu yolla dinî

[16] İsmail Parlamış, *Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri: İzmir Örneği* (Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.), s.282.
[17] Tolga Saçıkaralı, *Sosyal Medyanın Kültür Ve İletişimdeki Etkisi: Gençler Üzerine Bir İnceleme* (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.70.

bilinç ile farkındalık kazandırılması süreci olarak tanımlanabilir.[18] Konu ile ilgili gerçekleşen bir çalışmada dinî sosyalleşme sürecinde internet ve sosyal medyanın etkisini incelenmiş, sosyal medyanın bireylerin dinî bilgi edinme ve dinî kimlik oluşumunda önemli bir araç haline geldiği ancak bazen yanlış ve yüzeysel dinî bilgilerin yaygınlaşmasına da zemin hazırladığı sonucuna ulaşılmıştır.[19] Öğrenciler sosyal medyada hızlı, kısa ve görsel içeriklere alışmaktadır. Bu durum sınıf içi öğretimin yapısını ve öğrenci katılımını etkilemektedir. Din eğitimi öğretmenlerinin, öğrencilerin dijital medya deneyimlerini tanıması, bu deneyimlerden haberdar olarak öğretim süreçlerini yeniden yapılandırması gerekmektedir. Aksi takdirde dersin içeriği ile öğrencinin gündelik yaşamında karşılaştığı dinî söylemler arasında kopukluk yaşanmakta ve bu kopukluk öğrencinin öğrenmeye yönelik ilgisini olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu durum, ağırlıklı olarak genç kullanıcılar için dinî kavramların popüler kültürün bir parçasıymış gibi algılanmasına neden olmakta ve içeriğin şekilsel yönü, özsel derinliğin önüne geçmektedir. Başta ergenlik dönemindeki bireylerin, kimlik inşa sürecinde oldukları dikkate alındığında, sosyal medyada karşılaşılan dinî söylemlerin bireyin inanç ve değer sistemine etkisinin ne denli güçlü olduğu daha açık biçimde anlaşılmaktadır. Bu yaş grubu, duygusal dalgalanmalara, sosyal onay ihtiyacına ve aidiyet arayışına açık bir gelişimsel dönemde bulunmakta ve bu psikolojik özellikler, sosyal medya içeriklerinden etkilenme düzeyini artırmaktadır. Ayrıca bu konuda yapılan bir çalışmada İmam Hatip Lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi analiz edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığının akademik güdülenmeyi olumsuz etkilediği, bunun da akademik başarıda düşüşe yol açtığı belirlenmiştir.[20]

2.1. Kitle İletişim Kavramı ve Gelişimi

Kitle iletişimi, geniş topluluklara ulaşabilen iletişim araçları aracılığıyla bilgi, düşünce, duygu ve mesajların iletilmesi sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte ileti göndericisi genellikle bir kurum ya da profesyonel bir aktör olurken, alıcı kitlesi anonim, heterojen ve geniş çaplı bir topluluğu kapsamaktadır. Kitle iletişiminin temel amacı, bilgi akışını sağlamak, toplumsal değerleri yaymak, kamuoyunu yönlendirmek ve bireyler arasında dolaylı bir etkileşim ortamı

[18] Mustafa Koç, "Dindarlığın Oluşumuna Din Eğitiminin Psiko-Pedagojik Katkıları: 'Değer-Yoksun Dindarlık' Tipolojisi Bağlamında Teorik Bir Yaklaşım," *Değerler Eğitimi Dergisi* 15/33, (2017), s.88.
[19] Mahir Kaya, *Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.), s.73-75.
[20] Ömer Özdemir, "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, (2024), s.188-215.

oluşturmaktır. Bu yönüyle kitle iletişimi, sadece teknolojik bir olgu olarak değil, aynı zamanda sosyolojik, kültürel ve siyasal işlevleri olan karmaşık bir yapı olarak değerlendirilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişimi, yalnızca teknolojik araçlardaki ilerlemeyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bu araçların toplumsal işlevleri ve birey üzerindeki etkileri de sürekli olarak yeniden tanımlanmaktadır. Her yeni iletişim aracı, kendinden önceki araçları yalnızca tamamlamakla kalmamakta, zaman zaman onların işlevlerini dönüştürmekte ya da tamamen ikame etmektedir. Bu çerçevede bakıldığında, günümüzde başta internet temelli medya araçlarını ve sosyal platformlar, klasik medya araçlarının yerini büyük ölçüde almaktadır.

Bu değişim, bilginin üretimi, paylaşımı ve tüketimi süreçlerini doğrudan etkilemekte, iletişimde hız, yaygınlık, erişilebilirlik ve katılımcılık gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bilgi ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, modern toplumların giderek daha yoğun ve karşılıklı etkileşim içinde yaşamalarını zorunlu kılmaktadır. Bu süreç, ülkelerin kimlik, inanç, kültür, din, ahlak anlayışı ve eğitim gibi temel toplumsal dinamiklerini derinden etkilemektedir. Söz konusu etkileşim, yalnızca toplumsal yapıları değil, aynı zamanda bireylerin bakış açılarını, üstlendikleri roller ile kendilerinden beklenen sorumlulukları da önemli ölçüde dönüştürmüştür.[21]

Geleneksel kitle iletişim araçları, bilgi üretiminin merkezi yapılar tarafından kontrol edildiği ve alıcının daha pasif konumda yer aldığı bir iletişim modeli üzerine kuruluyken; günümüzde gelişen dijital medya ortamı, bu yapıyı tersine çevirmektedir. Bu gelişim süreci dinî söylemler, inanç sistemleri ve değerler eğitimi açısından da önemli sonuçlar doğurmaktadır. Geçmişte dinî bilgiye ulaşmak büyük ölçüde din adamları, kutsal metinler ya da örgün eğitim yoluyla mümkün olurken, günümüzde bireyler sosyal medya aracılığıyla sınırsız miktarda dinî içerikle karşılaşmaktadır.

Eğitim araştırmalarının birinde sosyal medyada yer alan dinî içeriklerin din eğitimi üzerindeki etkilerini bir alan araştırmasıyla incelenmiştir. Dinî içeriklerin, öğrencilerin dinî bilgilerini ve inançlarını güçlendirdiği ancak içeriklerin doğruluğu ve pedagojik uygunluğunun kritik olduğu sonucuna varılmıştır.[22] Bu çerçevede kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte, eğitim süreçlerinin doğası da önemli ölçüde değişmektedir. “Sosyal medya artık hayatımızda

[21] Ümit Kalkan, Mustafa Başkonak ve İbrahim Muhammet Tepe, “Din Dersine Yönelik Öğrenci Tutumlarının İncelenmesi: KKTC Örneği”, *Turkish Studies – Religion* 16/1, (2021), s.19.
[22] Dolunay Fatma Öztürk ve Aybiçe Tosun, “Sosyal Medyada Yer Alan Dini İçerikler ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması”, *Tokat İlimiyat Dergisi* 9/2, (2021), s.608-628.

önemli bir yer tutmaktadır; bu durumu kabul etmek ve buna karşı etkili çözümler bulmak önemlidir. Özellikle gençlerin mahremiyet hakkında daha fazla bilgiye ihtiyacı vardır. Dinî kuralların önemi sosyal medya için de geçerli olduğunu söylemek gerekir. Sosyal medyanın bazı olumsuz etkileri bulunduğu unutulmamalı, bu yüzden tarafsız bir ortam olmadığı gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır."[23]

Kitle iletişiminin gelişim süreci, yalnızca araçların teknik kapasitesiyle değil, aynı zamanda bu araçların toplumsal bağlamda nasıl işlevselleştiğiyle de yakından ilişkilidir. Her dönemde öne çıkan kitle iletişim aracı, kendi ideolojik, ekonomik ve kültürel iklimine göre biçimlenmekte, bu araçlar üzerinden sunulan içerikler, toplumsal yapının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

Örneğin 20. yüzyılın ortalarında televizyon, yalnızca bir eğlence aracı olarak değil, aynı zamanda bir sosyal düzenleme mekanizması olarak hizmet görmekte, gündem oluşturma, kamusal kanaat üretme ve kültürel normları yaygınlaştırma işlevlerini üstlenmektedir. Benzer biçimde bugünün sosyal medya ortamı da yalnızca bireyler arası iletişimi kolaylaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda bireylerin yaşam tarzlarını, tüketim alışkanlıklarını ve inanç yapılarını dönüştürmektedir.

Sosyal medya; iletişim ve etkileşimi kolaylaştırma, eğitim ve öğrenme süreçlerini destekleme, bilgiye erişim ve paylaşım imkânlarını artırma, kullanıcıları küresel ölçekte birbirine bağlama ve pazarlama faaliyetlerine zemin hazırlama gibi çok yönlü avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte, bu platformların kullanımına ilişkin çeşitli olumsuzluklar da söz konusudur. Nitekim bilgi kirliliği, güven sorunları, içeriklerin yüzeyselleşmesi, bağımlılık eğilimleri, zaman kaybı, sosyal ilişkilerin zayıflaması ve bireylerde yalnızlık duygusunun artması, sosyal medyanın dezavantajları arasında yer almaktadır.[24]

Kitle iletişim araçları, her dönemde bireyin toplumsal rolünü yeniden tanımlayan bir güç odağı haline gelmektedir. Bu durum, bireyin yalnızca edilgen bir alıcı değil, aynı zamanda toplumun inşa sürecinde aktif bir özne olarak konumlanmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişimi, yalnızca mesajların iletilmesini sağlayan bir kanal değil, bireyin kimliğini, değerlerini ve dünya görüşünü belirleyen bir ortam olarak işlev görmektedir.

---

[23] Ahmet Işık, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri* (Pamukkale Üniversitesi, İslami İlimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Projesi, 2024.), s.24.

[24] Sümeyra Arıcan ve Handan Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri", *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2, (2021), s.1066.

2.1.1. Kitle İletişimin Mahiyeti ve Önemi

Kitle iletişimi, belirli bir merkezden çok sayıda alıcıya aynı anda bilgi, düşünce, duygu ve değerlerin iletilmesini sağlayan sistematik bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçte kullanılan araçlar, toplumun her kesimine ulaşabilme kapasitesine sahip olmakta, mesajın geniş kitleler tarafından eşzamanlı olarak alınmasını mümkün kılmaktadır.

Kitle iletişiminin temel unsurları arasında kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geri bildirim yer almakta, bu unsurların bir araya gelmesiyle iletişim süreci tamamlanmakta fakat kitle iletişimi, bireyler arası iletişimden farklı olarak genellikle tek yönlü olmakta ve mesajın içeriği ile şekli, gönderenin tercihleri doğrultusunda biçimlenmektedir. Kitle iletişim araçlarının mahiyetine dair bir diğer önemli unsur da, bu araçların eğitim, din, siyaset ve ekonomi gibi temel toplumsal alanlarla olan etkileşimidir. Eğitim politikalarının tanıtımı, dinî değerlerin aktarımı, siyasi kampanyaların yürütülmesi ya da ekonomik tüketim kalıplarının oluşturulması gibi süreçler, büyük ölçüde kitle iletişimi aracılığıyla yürütülmektedir. Bu alanlarda topluma verilen mesajlar, medya araçlarının dili, görsel estetiği, söylemsel yapısı ve sunum biçimi üzerinden biçimlenmekte, bu da mesajın etkisini doğrudan belirlemektedir.

Medya alanında dinî kavramların doğru biçimde kullanılabilmesi için "Dinî İfadeler Sözlüğü" hazırlanması gereklidir. Bu sözlük, yazılı, görsel ve dijital mecralarda içerik üreten uygulamalarda dinî terimlerin anlamlarını ve kullanım bağlamlarını ortaya koyarak, hem doğru kullanımı teşvik etmeli hem de kasıtlı veya hatalı kullanımları engellemeyi amaçlamalıdır. Söz konusu çalışmanın, oluşturulacak dinî medya danışma kurulunun sorumluluğunda yürütülmesi uygun olacaktır.[25] Bu yönüyle kitle iletişimi, yalnızca bilgilendirici değil, aynı zamanda yönlendirici ve biçimlendirici bir güç olarak değerlendirilmektedir. Bu gruplar, kimlik oluşumu, değer edinimi ve toplumsal rollerin benimsenmesi gibi kritik dönemlerde medya mesajlarına daha açık olmakta, dolayısıyla medya içerikleri bu bireyler için hem bilişsel hem de duyuşsal gelişim süreçlerinde etkili olmaktadır. Bu bakımdan kitle iletişiminin mahiyeti, yalnızca toplumsal düzlemde değil, bireysel psikososyal gelişim açısından da ele alınmalıdır. Din eğitimi gibi bireyin anlam dünyasını etkileyen alanlarda, medya mesajlarının çocukların inanç, ibadet ve ahlak algısını şekillendirmesi özel bir önem taşımaktadır.

Eğitim sistemleri, medya mesajlarını yalnızca pasif biçimde alımlayan bireyler değil, bu mesajları çözümleyebilen, anlamlandırabilen ve eleştirebilen bireyler yetiştirmeyi

[25] Ahmet Işık, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri* (Pamukkale Üniversitesi, İslami İlimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Projesi, 2024.), s.25.

hedeflediğinde, medya daha üretken ve bilinçli kullanılır hale gelmektedir. Bu doğrultuda medya okuryazarlığı eğitimi, çağdaş eğitimin temel bileşenlerinden biri haline gelmektedir. Ayrıca yapılan bir araştırmada Z Kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanımı ile dinî öğrenmeleri arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Sosyal medya, gençlerin dinî bilgiye ulaşımında önemli bir kanal olarak ortaya çıkmakta ancak bilgi doğruluğu ve eleştirel değerlendirme konularında eksiklikler bulunmaktadır.[26] Araştırma bulguları, sosyal medyada gündeme taşınan pek çok dinî konunun katılımcıların gündeminde yer bulmadığını ortaya koymaktadır. "İslam dininde ayrımcılık bulunduğu", "Kur'an'ın çağdaş dünyaya hitap etmediği" veya "Allah'ın emir ve yasaklarla insanları sınırlandırdığı" şeklindeki söylemler, katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından paylaşılmamıştır. Bununla birlikte, araştırmaya dâhil edilen gençlerin sosyal medyada dinin tartışılmasından rahatsızlık duymadıkları da tespit edilmiştir.[27]

Din eğitimi açısından değerlendirildiğinde, kitle iletişim araçlarının bireyde oluşturduğu etki çok daha derin ve yönlendirici olabilmektedir. Din, bireyin hem içsel dünyasını hem de toplumsal konumlanışını şekillendiren temel bir referans sistemi olarak işlev görmekte, bu nedenle dinî bilgilerin hangi kanallar aracılığıyla ve nasıl aktarıldığı kritik bir öneme sahip bulunmaktadır. Sosyal medya, televizyon ve dijital platformlar gibi araçlar, dinî içerikleri farklı formlarda ve çok çeşitli bakış açılarıyla sunmakta, bu durum çoğunlukla genç bireylerde dinî bilgiye karşı merak uyandırmakla birlikte aynı zamanda bilgi karmaşasına ve güven problemi yaşanmasına da yol açmaktadır. Bunun sonucunda kitle iletişimi, din eğitiminin rakibi değil, aksine doğru kullanıldığında onun en güçlü destekçilerinden biri olabilmektedir.

2.1.2. Kitle İletişimin İşlevleri

Kitle iletişimi, yalnızca bilgi aktarımına aracılık eden teknik bir süreç olarak değil, aynı zamanda toplumun sosyal, kültürel ve ideolojik yapısını etkileyen çok yönlü bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının yalnızca mesaj iletmekle sınırlı olmayan çeşitli toplumsal işlevleri bulunmaktadır. Bu işlevler, bireylerin davranışlarını, tutumlarını, değer yargılarını ve algılarını biçimlendirmekte, aynı zamanda kamusal alanın şekillenmesine, toplumsal yapının korunmasına ya da dönüştürülmesine doğrudan katkı sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının en temel işlevlerinden biri bilgilendirme işlevi olarak tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda yapılan bir araştırmada medyada yer alan dinî içerikli yayınların din eğitimi açısından incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada dinî yayınların

[26] Sümeyra Yakut ve Cemil Oruç, "The Effects Of Generation Z Youth's Social Media Use On Their Religious Learning", *İnönü University Journal of the Graduate School of Education* 12/23, (2025), s.141-161

[27] Sümeyra Arıcan ve Handan Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri", *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2, (2021), s.1098.

içeriği, sunumu ve eğitimsel işlevi değerlendirilmiş, medyanın din eğitimi üzerindeki olumlu katkılarının yanı sıra içeriklerin çoğu zaman yüzeysel ve yönlendirici olabildiği belirtilmiştir.[28]

Kitle iletişimin bir diğer temel işlevi eğlendirme olarak değerlendirilmektedir. Medya içerikleri, bireylerin boş zamanlarını değerlendirmelerine, gündelik yaşamın stresinden uzaklaşmalarına ve estetik deneyimler yaşamalarına aracılık etmektedir. Bundan hareketle medya, sinema, müzik, dizi, yarışma programları gibi çeşitli içerikler sunarak kitlenin duygusal ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Bu nedenle eğlence içerikleri, bireylerin değer yargılarını biçimlendirmekte, sosyal roller hakkında dolaylı mesajlar iletmekte ve toplumsal yaşamın biçimlenmesinde fark edilmeden etkili olmaktadır. Din, bireyler arası ilişkileri düzenleyen ve toplumsal kuralları belirleyen bir kurum olarak, hem bireysel hem de toplumsal yaşamın şekillenmesinde temel bir rol üstlenmektedir. Hemen her toplumda varlık gösteren bu kurum, bireylerin sosyal yaşama uyum sürecinde tarih boyunca etkisini sürdürmüştür.[29] Toplumsal bütünleşme işlevi de kitle iletişiminin önemli görevlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ortak değerlerin normların ve inançların medya yoluyla dolaşıma sokulması, toplumu oluşturan bireylerin kendilerini aynı toplumsal yapı içinde hissedebilmelerine imkan tanımaktadır. Ulusal bayramlar, dinî günler, afet ve kriz anlarındaki ortak yayınlar gibi örnekler, bireylerin kolektif aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Bu yönüyle medya, toplumsal dayanışmayı desteklemekte, ortak bilinç ve ortak hafıza oluşturarak sosyal yapının sürekliliğini sağlamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının kültür taşıyıcılığı işlevi de göz ardı edilemeyecek bir özelliktir. Medya, kültürel ürünlerin üretilmesi, yaygınlaştırılması ve farklı kuşaklara aktarılmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Geleneksel müzikten halk danslarına, yemek kültüründen edebiyata kadar pek çok unsur medya vasıtasıyla geniş kitlelere ulaştırılmakta ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlanmaktadır. Dini geniş kitlelere tanıtmak ve bireyler üzerinde etki oluşturmak amacıyla dijital platformları etkin biçimde kullanan sanal dinî cemaatler, özellikle fiziki dünyada karşılaştıkları zorluklara karşı manevi bir desteğe ihtiyaç duyan gençler tarafından ilgiyle takip edilmektedir. [30] "Günümüz dünyasının küresel olarak büyük bir dönüşüm yaşadığı modern dönemde, bilgiye ulaşımın hızlanmasına bağlı olarak her alanda yenilikler ve devasa gelişmeler meydana gelmektedir. Bilgi ve iletişimdeki bu gelişmeler

[28] Ermiş Esra Vural, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Ondokuz Mayıs. Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.), s.60-64.
[29] Nursena Demirkol, *Sosyal Hayata Katkısı Açısından Din Eğitimi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.1.
[30] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.95.

insanlığa çok yeni olanaklar sunmaktadır."[31] Denetim ve eleştiri işlevi, kitle iletişim araçlarının demokratik toplumlarda üstlendiği en önemli görevlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Medya, kamuoyunu bilgilendirerek yöneticilerin kararlarını denetleme, yanlışları kamuoyunun gündemine taşıma ve halk adına bir tür dördüncü güç olma işlevi üstlenmektedir. Bu işlevin sağlıklı biçimde yerine getirilmesi, basın özgürlüğünün varlığına, sansürün olmamasına ve bağımsız yayıncılığın sürdürülebilirliğine bağlıdır. Başta toplumsal adaletsizlikler, kamu kaynaklarının kullanımı, insan hakları ihlalleri gibi konuların gündemde tutulması, medya yoluyla sağlanmakta ve bu yönüyle kitle iletişimi, yönetenler ve yönetilenler arasında denge sağlayıcı bir rol üstlenmektedir.

Kitle iletişiminin toplumsal normları pekiştirme işlevi ise bireylerin kabul gören davranış biçimlerini öğrenmelerine ve içselleştirmelerine katkı sunmaktadır. Medya içerikleri aracılığıyla neyin doğru, neyin yanlış, neyin onaylanabilir ya da kınanabilir olduğu sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Bu durum, sosyal kontrol mekanizmalarının medya aracılığıyla işler hale gelmesini sağlamakta, bireylerin davranışlarını, beklentilerini ve sosyal rollerini yönlendirmektedir. Bu araçların sağladığı etki gücü, onların nasıl ve ne amaçla kullanıldığına bağlı olarak toplumsal gelişimi ya da gerilemeyi beraberinde getirebilmektedir. Ayrıca Nwadiokwu[32] kitle iletişim araçlarının ortaöğretim öğrencilerinin din eğitimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Kitle iletişim araçlarının öğrencilerin dinî bilgilere ulaşmasında önemli bir araç olduğu ancak bu kaynakların bazen dinî bilgilerin yanlış algılanmasına veya yüzeysel öğrenmeye yol açabileceği tespit edilmiştir. Eğitim, bireylerin doğuştan sahip oldukları temel bir hak olarak kabul edilmektedir. Toplumun temel yapı taşlarını oluşturan bireylerin yetiştirilmesinde ve ülkelerin sosyo-ekonomik kalkınmasında belirleyici bir rol üstlenen eğitim, hem bireylerin kendi geleceklerini hem de toplumun geleceğini şekillendiren en önemli araçlardan biridir. Bu çerçevede okullar, eğitimin kurumsal düzeyde gerçekleşmesini sağlayan başat yapılar olarak kritik bir konuma sahiptir. [33]

Kitle iletişimi aynı zamanda duygusal yönlendirme ve toplu tepkilerin şekillendirilmesi bakımından da önemli bir işleve sahip bulunmaktadır. Bilhassa kriz dönemlerinde savaş, doğal afet, terör saldırısı ya da toplumsal travmalar gibi durumlarda medya, kamuoyunun yönlendirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Duyguların hızla yayıldığı ve çoğu zaman

---

[31] Mahir Kaya, *Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.), s.73.
[32] C. N. Nwadiokwu, E. S. Nwadiokwu, E. N. Favour ve M. E. Okwuazun, "Effect of mass media on religious education of students in secondary schools", *International Journal of Research in Education and Psychology* 2/3, (2016), s.27-32.
[33] Duygu Avşar ve İsmail H. Arslantaş, "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Terk Riskinin İncelenmesi", *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* 8/1, (2024), s.109.

akılcı süzgeçlerin geri planda kaldığı bu tür durumlarda medya, bireylerin hissettikleri öfke, korku, empati ya da umut gibi duyguları yönlendirmekte ve bu sayede geniş ölçekli toplumsal refleksler oluşturulmaktadır. Dolayısıyla medya, sadece bilgi vermemekte, aynı zamanda hangi duygunun ne zaman ve nasıl yaşanması gerektiğini de belirlemekte ve bireyleri kitlesel bir duygulanımın parçası haline getirmektedir. Bu durum, öne çıkan dinî duyarlılıkların yükseldiği anlarda medya içeriklerinin daha dikkatli, sorumlu ve pedagojik biçimde sunulmasını zorunlu kılmaktadır. Dinî duyguların araçsallaştırıldığı ya da popüler kültür kalıpları içinde sunulduğu içerikler, bireyde yüzeysel bir inanç algısı oluşturmakta, bu da dinin özüne ilişkin anlam kaymalarına yol açmaktadır.

2.2. Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları, bilgi, düşünce, kültür ve değerlerin çok geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlayan teknik ve sosyal sistemler bütününü ifade etmektedir. Bu araçlar, yalnızca iletişim sürecini kolaylaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda bireylerin sosyal, siyasal ve kültürel yönelimlerini belirleyen temel etkenlerden biri olarak işlev görmektedir.

Kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişimi boyunca her bir medya formu, kendi dönemi içinde toplumsal yaşamın şekillenmesine doğrudan etki etmekte, bireylerin bilgiye ulaşma biçimlerini, düşünme kalıplarını ve sosyal dünyayla kurdukları ilişkileri dönüştürmektedir. Toplumsal yaşama uyum süreci, insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Tarihsel süreçte, en küçük topluluklardan en büyük medeniyetlere kadar tüm toplumlar, sosyal düzenin devamlılığını sağlamak amacıyla üyelerine kendi değerlerini benimsetme çabasında bulunmuşlardır. Toplumsal yaşamdan bağımsız bir varlık sürdüremeyen bireyler ise huzur ve güvenliklerini temin edebilmek için bu düzenle uyum sağlamaya yönelmişlerdir. [34]

Kitle iletişim araçları geleneksel olarak basılı yayınlar, radyo ve televizyon gibi analog araçlar üzerinden tanımlanmakta iken; günümüzde dijitalleşme süreciyle birlikte bu kavram çok daha geniş bir kapsama ulaşmaktadır. Modern dönemde kitle iletişim araçları yalnızca mesaj ileten bir araç değil, toplumsal yapıların, değer sistemlerinin ve kültürel normların yeniden üretildiği çok katmanlı bir alan olarak da değerlendirilmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçları, teknolojik özelliklerinden bağımsız biçimde, içerik üretimi, mesajın sunuluş biçimi ve alıcının katılım düzeyi gibi unsurlar açısından da derinlemesine incelenmektedir.

[34] Nursena Demirkol, *Sosyal Hayata Katkısı Açısından Din Eğitimi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.1.

Basılı medya, kitle iletişimin ilk biçimlerinden biri olarak bilgi ve fikirlerin topluma yayılmasında tarihsel bir öneme sahip bulunmaktadır. Gazeteler, dergiler, broşürler ve kitaplar aracılığıyla bireyler haber alma, analiz yapma ve bilgiye erişme imkanı elde etmekte, bu süreç içerisinde kamusal bilincin ve okuryazarlığın gelişmesini sağlanmaktadır. Medya okuryazarlığı, medyanın olumsuz ve yıkıcı etkilerine karşı giderek daha fazla önem kazanan temel kavramlardan biri haline gelmiştir. Bu bağlamda, dinî medya okuryazarlığı ise medyanın bireylerin dinî tutum ve davranışları üzerinde meydana getirebileceği olumsuz etkileri en aza indirmeye yönelik bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.[35]

Ağırlıklı olarak modern devlet yapılarının oluşumunda ve kamuoyu kavramının doğuşunda basılı medya önemli bir rol üstlenmektedir. Radyo, sesin geniş kitlelere eş zamanlı biçimde iletilebilmesini sağlayarak kitle iletişiminde yeni bir evre başlatmaktadır. Radyo yayınları, özellikle düşük maliyetle geniş kitlelere ulaşabilme imkanı sunduğu için hem eğitici hem de yönlendirici içeriklerin yayılmasında etkili olmaktadır.

Toplumun farklı kesimleri arasında bilgi eşitliğini artırıcı rol üstlenen radyo, aynı zamanda ulusal kimliğin inşasında ve kamu düzeninin sağlanmasında da önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Radyo, dinî içeriklerin yaygınlaştırılması açısından da etkili olmakta, vaaz, ezan, hutbe ve dinî programlar aracılığıyla bireylerin manevi dünyasına doğrudan ulaşma potansiyeli taşımaktadır. Bu yönüyle radyo, bilhassa erişimi kısıtlı bölgelerde din eğitiminin destekleyici bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde din eğitiminin verilmesi, geçmiş dönemlere kıyasla daha karmaşık ve güç bir süreç haline gelmiştir. Bunun birçok nedeni olmakla birlikte, dinî öğrenme imkânlarının ve bireylerin dinî bilgiyle karşılaştıkları kaynakların çeşitlenmesi, bu durumun en belirgin etkenleri arasında yer almaktadır. [36]

Televizyon, geniş erişimi, düşük maliyetle bilgiye ulaşma imkânı ve etkileyici görselliği sayesinde özellikle dinî içeriklerin yayılmasında etkili bir araçtır.Günümüzde kitle iletişim araçlarının evrimsel süreci, dijitalleşme ile birlikte çok boyutlu bir dönüşüm geçirmektedir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin medya ile kurduğu ilişki daha katılımcı, daha hızlı ve daha kişiselleşmiş bir yapıya bürünmektedir. Web siteleri, bloglar, podcast yayınları ve sosyal medya platformları aracılığıyla bireyler hem içerik tüketicisi hem de içerik üreticisi

[35] Bayramali Nazıroğlu, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2, .(2015), s. 192.
[36] Bayramali Nazıroğlu, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2, (2015), s. 217.

haline gelmektedir. Bu dönüşüm, iletişimin tek yönlü yapıdan çok yönlü ve eş zamanlı bir etkileşime dönüşmesini sağlamaktadır.

Sosyal medya ise dijital çağın en etkili kitle iletişim araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter/X, YouTube ve TikTok gibi platformlar, bireylerin hem gündelik yaşam pratiklerini hem de sosyal, kültürel ve dinî yönelimlerini şekillendirmede önemli rol oynamaktadır. Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi dijital cihazların kullanımı önemli ölçüde artmış; bu durum özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımının hızlı bir biçimde yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya kullanımı başlangıçta Facebook üzerinden görülmeye başlanmış, ancak zamanla Instagram, Twitter/X, TikTok, Snapchat, YouTube ve WhatsApp gibi farklı platformların geniş kitlelerce tercih edilmesiyle daha da çeşitlenerek gelişim göstermiştir.[37]

Sosyal medya, bireylere kendi inançlarını, görüşlerini ve değerlerini ifade etme özgürlüğü sunmakta, ancak bu özgürlük, denetimsiz ortamda dezenformasyona açık hale gelmektedir. Bunun sonucunda sosyal medya hem bir fırsat hem de bir tehdit alanı olarak değerlendirilmektedir. Bilhassa din eğitimi açısından bakıldığında, sosyal medya bir yandan dinî bilgiye erişimi kolaylaştırmakta, diğer yandan bu bilgilerin niteliği, kaynağı ve sunum biçimi bakımından ciddi sorunlar yaratmaktadır. Bu nedenle sosyal medya kullanımının bilinçli, eleştirel ve etik bir çerçevede değerlendirilmesi gerekmektedir. Genel olarak Islam[38] sosyal medyanın Müslüman toplum üzerindeki etkilerini İslami perspektiften analiz etmiş, sosyal medyanın dinî bağlılık ve toplumsal yapı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunduğunu vurgulamıştır.

Kitle iletişim araçlarının günümüzde ulaştığı çeşitlilik, iletişim süreçlerinin yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda kültürel, ekonomik ve sosyolojik boyutlarını da dönüştürmektedir. Artık medya içerikleri, sadece merkezi otoriteler veya profesyonel kurumlar tarafından değil; sıradan bireyler tarafından da üretilip yayımlanmaktadır. Bu durum, medya yapısında ciddi bir paradigmatik değişimi beraberinde getirmektedir.

Geleneksel medya sistemleri, bilgi akışını yukarıdan aşağıya doğru organize eden hiyerarşik bir model üzerine inşa edilmişken; yeni medya araçları, bu modeli yatay ve çoğulcu bir yapıya dönüştürmektedir. Böylece bireyler sadece tüketici değil, aynı zamanda üretici,

[37] Ömer Özdemir, "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, (2024), s.189.
[38] Tarequl Md. Islam, "The İmpact Of Social Media On Muslim Society: From Islamic Perspective," *International Journal of Social and Humanities Sciences* 3/3, (2019), s.110.

dağıtıcı ve yorumlayıcı olarak iletişim süreçlerinde aktif rol almaktadır. Yeni medya olanakları, dinî kurumların, dinî anlayışların ve din görevlilerinin değişim ve açılımlar gerçekleştirmelerine imkân tanımanın ötesinde, onları bu dönüşüme uyum sağlamaya da zorlamıştır. Bu süreç, hem dinî grupların hem de bireysel sosyal medya kullanıcılarının çeşitli dinî ritüellerini, inanç sistemlerini ve kutsal metinlerini fiziksel ortamlardan dijital ortamlara aktarmalarına zemin hazırlamıştır.[39]

Genç bireyler, klasik medya araçlarına kıyasla daha çok dijital platformları tercih etmekte, haber alma, sosyalleşme, öğrenme ve değer oluşturma süreçlerini büyük ölçüde sosyal medya araçları üzerinden gerçekleştirmektedir. Dinî sosyalleşme, bireylerin dinî inanç ve anlayışlarının çeşitli toplumsal faktörler aracılığıyla biçimlenmesini sağlayan dinamik ve etkileşimli bir süreçtir. İnsan, yaşamı boyunca farklı sosyalleşme özneleriyle (aile, akran grupları, eğitim kurumları, dinî yapılar vb.) sürekli bir etkileşim içerisinde bulunur. Bu özneler aracılığıyla edinilen deneyimler, bireyin inanç sistemini ve dinî kavrayışını geliştirmekte; aynı zamanda dinî tercihlerinin şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu süreç, yalnızca bireyin içsel dinî yönelimlerini değil, aynı zamanda dinî kurumlara karşı sorumluluk bilincini de güçlendirmektedir.[40]

Bu süreçte mobil teknolojilerin yaygınlaşması, bireylerin medya içeriklerine her zaman ve her yerden erişebilmesini mümkün kılmaktadır. Mobil medya, bireysel deneyimlerin daha kişisel, daha hızlı ve daha etkileşimli biçimde yaşanmasına imkan tanımaktadır. Bu da kullanıcıların medya ile olan ilişkilerini hem niceliksel hem de niteliksel açıdan daha yoğun ve daha kişiselleştirilmiş bir hale getirmektedir. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarının sunduğu olanaklar bireyler açısından bazı eleştirel sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Dijital medya ortamlarında yayılan içeriklerin büyük bir bölümü herhangi bir bilimsel, pedagojik ya da etik süzgeçten geçirilmeden sunulmakta, bu da daha ziyade çocuklar ve gençler açısından bilgi güvenliği, değer tutarlılığı ve zihinsel gelişim bakımından ciddi riskler doğurmaktadır.

Din sosyolojisi açısından eğitim ile dinî tercihler arasındaki ilişki önemini korumaktadır. Nitekim Protestan okullarının dikkat çekici biçimde yaygınlaşması ve evde eğitim sisteminin

[39] Mahir Kaya, *Dini Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.), s.74.
[40] Darren E. Sherkat ve Özcan Güngör, Dini Sosyalleşme: "Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri", *Turkish Studies* 8/3, (2013), s.279-297.

giderek daha fazla tercih edilmesi, muhafazakâr dinî yönelimlerin güçlenmesinde ve mezhepsel dinî kuruluşlara olan bağlılığın pekiştirilmesinde belirgin bir etkiye sahip olabilmektedir.[41]

Kitle iletişim araçları aynı zamanda bireyin zaman yönetimi, dikkat süresi ve bilgiye odaklanma becerileri üzerinde de belirgin bir etki oluşturmaktadır. Bunun yanında dijital platformlarda hakim olan hız, görsellik ve sürekli yenilenme beklentisi, bireylerde derinlikli düşünme, analitik değerlendirme ve anlam oluşturma süreçlerini zayıflatmaktadır. Bu durum, eğitim gibi bilişsel yoğunluk gerektiren alanlarda önemli sorunlara yol açmaktadır. Öğrenme süreçleri, yüzeysel, parça parça ve bütünlükten yoksun bir biçimde gerçekleşmektedir.

Bu çevçevede din eğitimi gibi kavramsal derinlik, tarihsel bağlam ve değer odaklı düşünme gerektiren alanlarda, medya araçlarının etkisinin daha dikkatli ve stratejik biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir. Din eğitiminde medya haberlerinden yararlanma konusunu ele alan bu makale, din eğitimi kapsamındaki dersleri yürüten öğretmenlere yönelik olarak hazırlanmıştır. Çalışmanın amacı, öğretmenlerde medya haberlerinin eğitim sürecinde kullanımına ilişkin bir farkındalık oluşturmak ve bu doğrultuda söz konusu haberlerin derslerde etkin biçimde kullanılabilmesine yönelik yol gösterici bir çerçeve sunmaktır. [42]

Ayrıca kitle iletişim araçlarının kullanıcılar üzerindeki etkisi yalnızca bilişsel değil, duyuşsal ve davranışsal düzeyde de kendini göstermektedir. Medya içerikleri, bireylerin korku, kaygı, umut, aidiyet ya da dışlanma gibi temel duygularını tetiklemekte, bu duygular bireyin değer sistemini, inanç yapısını ve sosyal kimliğini doğrudan biçimlendirmektedir. Araştırma bulgularına göre öğrencilerin davranışsal açıdan okul faaliyetlerine katılım göstermeye istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, okullarda sosyal etkinliklere daha fazla zaman ayrılması ve her öğrencinin bu etkinliklerde aktif rol almasının teşvik edilmesi, onların kendilerini okulun bir parçası olarak hissetmelerine önemli ölçüde katkı sağlayabilir.[43]

Başta dinî içeriklerin medya aracılığıyla sunulma biçimi, bireyde ya derin bir manevi tatmin ya da dinî değerlere karşı yüzeysellik, ilgisizlik ya da uzaklaşma duygusu oluşturabilmektedir. Bu nedenle medya ile sunulan dinî içeriklerin pedagojik duyarlılıkla hazırlanması, anlam ve bağlam bütünlüğü taşıması ve değer odaklı bir çerçevede sunulması büyük önem taşımaktadır. Bu dönüşüm sürecinde medya araçlarının sunduğu olanaklar ile

[41] Darren E. Sherkat ve Özcan Güngör, "Dini Sosyalleşme: Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri", *Turkish Studies* 8/3, (2013), s.290.
[42] Ahmet Koç, "Bir Öğretim Materyali Olarak Medya Haberlerinin Din Eğitiminde Kullanılması", *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 25/2, (2021), s.521-544.
[43] Kukuş, Rüveyda. Akto, Arif. "Ortaokul Öğrencilerinin Okula Bağlılık Durumlarına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi", *The Journal of International Educational Sciences* 31, (2022), s.61.

taşıdığı risklerin birlikte değerlendirilmesi; medya okuryazarlığı, etik yayıncılık ve pedagojik farkındalık gibi kavramların eğitim sürecine entegre edilmesi elzem hale gelmektedir.

2.2.1. Geleneksel Kitle İletişim Araçları

Geleneksel kitle iletişim araçları, sanayi toplumunun iletişim ihtiyaçlarını karşılamak üzere ortaya çıkmış, geniş kitlelere aynı anda ulaşabilme kapasitesine sahip olan ve tek yönlü iletişimi esas alan araçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu araçlar; gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi yazılı ve görsel-işitsel medya formlarını kapsamaktadır. Geleneksel medya araçları, birey-toplum-devlet ilişkilerinin biçimlenmesinde uzun süre boyunca belirleyici olmuş; kamuoyunun oluşmasında, toplumsal değerlerin aktarılmasında ve ortak bir ulusal hafızanın inşasında önemli roller üstlenmiştir. Bu araçlar, modernleşme süreciyle birlikte toplumsal yapının yönlendirilmesinde ve kolektif kimliğin oluşturulmasında stratejik bir işlev görmekte ve bireylerin bilgilenme, eğlenme ile sosyalleşme süreçlerine aracılık etmektedir.

Modernleşme süreciyle birlikte bireylerin yaşamını yönlendiren ve enformasyon çağını başlatan başlıca gelişmeler arasında kitle iletişim araçları yer almaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen eğitim araştırmalarından birinde, dinî sosyalleşme sürecinde etkili olan kaynaklar ve araçlar incelenmiştir. Araştırma bulguları, aile, okul ve sosyal çevrenin yanı sıra medya ve özellikle sosyal medyanın da dinî öğrenme süreçlerinde giderek artan bir rol üstlendiğini ortaya koymuştur.[44]

Basılı yayınlar, geleneksel kitle iletişiminin ilk ve en köklü araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Çoğunlukla gazete ve dergiler, bireylerin güncel gelişmelerden haberdar olmasını sağlamakta ve siyasal, ekonomik, kültürel ile toplumsal alanlarda kamuoyunun şekillenmesine katkı sunmaktadır. Yazılı medya, bireyin düşünsel becerilerini geliştirmekte, analitik düşünme, yorumlama ve eleştirme gibi zihinsel süreçlerin desteklenmesine olanak tanımaktadır. Bu araçların bilgi sunumundaki detaylılık ve sistematik yapı, okuyucunun bilgiyi daha derinlemesine kavramasına imkan vermektedir. Bununla birlikte basılı medyanın sınırlı erişim kapasitesi, yüksek üretim maliyetleri ve güncel bilgiye anında ulaşamaması gibi dezavantajları, zamanla daha hızlı ve etkileşimli medya araçlarının gelişmesine zemin hazırlamaktadır. "Medyanın gelişme gösterdiği her dönemde dinin de medyada yer aldığı görülmektedir. Medyada dinî içerikli yayınlara yer verilmesi, toplumun talep ve beklentisini karşılama, toplumu bilgilendirme ve yönlendirme gibi amaçları taşımaktadır. Dinin her kesime

[44] Darren E. Sherkat ve Özcan Güngör, "Dini Sosyalleşme: Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri", *Turkish Studies* 8/3, (2013), s.283.

ulaştırılması açıcından bir tebliğ aracı olarak görülen medya, yine bir imkan olarak dinin medyada yer edinme sürecini hızlandırmıştır."[45]

Radyo, ses dalgaları aracılığıyla iletişim kurabilen ilk kitle iletişim aracı olarak iletişim tarihinde önemli bir yere sahip bulunmaktadır. Radyo yayınları, bireylere düşük maliyetle ulaşabilmekte, aynı zamanda görsel dikkat gerektirmemesi nedeniyle farklı sosyal kesimlerin ve yaş gruplarının kolaylıkla erişebileceği bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Radyo, bilhassa kırsal alanlarda yaşayan bireyler için eğitim ve bilgilendirme işlevi görmekte, haber, eğitim, kültür ve dinî içeriklerin yaygınlaştırılmasında etkili olmaktadır.

Türkiye'de de geçmişten günümüze birçok kamu kurumu ve özel kuruluş tarafından radyo yayınları, halkı bilgilendirme ve bilinçlendirme amacıyla etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Bu kapsamda yapılan bir araştırmada Türkiye'de din eğitimi politikalarını yasal ve kurumsal çerçevede analiz edilmiştir. Din eğitiminin planlanması ve uygulanmasında devlet, dinî kurumlar ve diğer aktörlerin rolleri detaylıca incelenmiş; politikaların tutarlılığı, uygulamadaki zorluklar ve toplumun farklı kesimlerinin beklentileri üzerinde durulmuştur.[46]

Din eğitimi açısından değerlendirildiğinde, geleneksel kitle iletişim araçları ağırlıklı olarak televizyon ve radyo yayınları yoluyla dinî içeriklerin geniş kitlelere ulaştırılmasında tarihsel bir rol üstlenmektedir. Ramazan aylarında yayımlanan dinî programlar, Kur'an tilavetleri, ilahiler, vaazlar ve sohbet programları; bireylerin dinî bilgi edinme, maneviyatı besleme ve kolektif dinî duygulara ortak olma süreçlerini desteklemektedir.

Medyada dinî programların daha ilgi çekici hale gelebilmesi için özellikle gençlere yönelik, onların ilgi alanları ve ihtiyaçları dikkate alınarak program içeriklerinin resmî kurumlar aracılığıyla hazırlanması ve düzenlenmesi önerilmektedir.[47] Bu içerikler, toplumda dinî farkındalığın ve ahlaki duyarlılığın güçlenmesine katkı sunmakta, ancak sunulan içeriklerin pedagojik niteliği, temsil çeşitliliği ve ideolojik yönlendirme riskleri zaman zaman eleştiri konusu olabilmektedir. Bu nedenle geleneksel kitle iletişim araçlarının din eğitimiyle olan ilişkisi, içerik üretiminden sunum biçimine kadar çok boyutlu olarak değerlendirilmelidir. Dijitalleşme süreciyle birlikte bu araçların etkisi belirli ölçüde azalmış olsa da, güvenilirlik,

[45] Ermiş Esra Vural, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.), s.1.
[46] Mehmet Yılmaz, *Türkiye'de Din Eğitimi Politikaları: Yasal-Kurumsal Çerçeve ve Aktörler* (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.), s.90-93.
[47] Ermiş Esra Vural, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.), s.67.

erişim kolaylığı ve kamu otoritesiyle olan ilişkisi bakımından geleneksel medyanın toplumsal etkisi devam etmektedir.

Daha çok eğitim ve dinî içerikler açısından, televizyon ve radyo gibi araçlar halen geniş kitlelere ulaşmakta, bu yönüyle geleneksel medya, yeni iletişim teknolojileriyle birlikte düşünülerek etkili bir medya politikası içerisinde değerlendirilmektedir. Din eğitimi açısından geleneksel medya araçlarının bir başka önemi ise, içeriklerin belirli bir düzen, süreklilik ve pedagojik yapıya sahip olmasıdır. Günümüzde bireyler ve toplum üzerinde geniş bir etki alanına sahip olan medya araçlarının, dinî yayınlar aracılığıyla oluşturduğu etkilerin niteliğinin ve yönünün belirlenmesi önemli bir gerekliliktir. Bunun yanı sıra, bireylerin medyada yer alan dinî içeriklere ilişkin beklentilerinin tespit edilmesi ve mevcut ya da olası olumsuzlukların önlenmesine yönelik çözüm odaklı önerilerin geliştirilmesi, din eğitimi ve medya çalışmalarının temel hedefleri arasında yer almaktadır.[48]

Bu durum, din eğitiminin kamusal alanda güvenilir bilgiye dayalı biçimde yürütülmesine katkı sağlamakta ve bireylerin yanlış bilgi, hurafe ya da ideolojik yönlendirme gibi içeriklerle karşılaşmasını asgariye indirmektedir. Geleneksel medya yoluyla sunulan dinî içeriklerin etkileşim olanaklarının sınırlı olması, özellikle genç bireylerin bu içeriklerle derin bir bağ kurmasını zorlaştırmaktadır. Bu noktada geleneksel medya ile dijital medya olanaklarının hibrit biçimde değerlendirilmesi, din eğitiminin daha etkili ve çok boyutlu yürütülmesine olanak tanımaktadır. Bu süreç çerçevesinde konu ile ilgili gerçekleştirilen bir araştırmada okul öncesi eğitim programı ile din eğitimi arasındaki ilişkiyi ele alınmıştır. Programın içerik ve uygulamalarında dinî eğitimin yer almasının, çocukların değer gelişimi ve kültürel kimlik kazanımı açısından önemli olduğu belirtilmiştir.[49] Bu bağlamda, okul öncesi dönemde çocukların diğer gelişim alanlarında olduğu gibi dinî ve ahlaki gelişimlerinin de desteklenmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, okul öncesi eğitim kurumlarında çocukların bilişsel, duyuşsal ve sosyal gelişimleriyle paralel şekilde din eğitimi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilir hale getirilmesi gerekli görülmektedir.[50]

Eğitim, yalnızca sosyal bir süreç olmakla kalmayıp, aynı zamanda bireyin gelişimini uygun ve denetimli bir çevrenin etkisiyle gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle

---

[48] Ermiş Esra Vural, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.), s.2.
[49] Şaban Tatar, *Okul Öncesi Eğitim Programı Din Eğitimi İlişkisi* (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.), s.10.
[50] Şaban Tatar, *Okul Öncesi Eğitim Programı Din Eğitimi İlişkisi* (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.), s.5.

eğitim; bireyin içinde yaşadığı topluma en uygun biçimde bedensel, duygusal, zihinsel ve sosyal uyumunu (adaptasyonunu) gerçekleştirme süreci olarak tanımlanabilmektedir.[51] Öte yandan geleneksel kitle iletişim araçlarının belirli bir merkezden idare edilmesi, kamu denetiminin uygulanabilmesine de olanak tanımaktadır. Yayın organlarının bağlı oldukları kurumsal yapılar ve yasal düzenlemeler çerçevesinde faaliyet göstermesi, medya üretiminin sorumluluk ilkesi ile yürütülmesini teşvik etmektedir. Daha çok çocuklara ve gençlere yönelik içeriklerde pedagojik duyarlılığın gözetilmesi, ahlaki değerlere aykırı yayınların sınırlandırılması ve kamusal hassasiyetlerin dikkate alınması, geleneksel medyanın öne çıkan etik avantajları arasında yer almaktadır. Bu noktada televizyon ve radyo gibi araçlar, içeriklerin belirli yaş gruplarına uygun biçimde sınıflandırılması, denetlenmesi ve kamu politikalarıyla uyumlu biçimde sunulması açısından halen etkili bir platform oluşturmaktadır.

Geleneksel medya, bireyin yaşam ritmi ile paralel bir yayın akışı sunarak günlük hayatın önemli bir parçası haline gelmektedir. Sabah haberleriyle başlayan, gün içerisinde farklı türlerde programlarla devam eden ve akşam kuşağında dinî, kültürel ya da eğlencelik içeriklerle son bulan yayın akışı; bireyin zamansal düzeniyle bütünleşmekte ve medyanın gündelik yaşamdaki etkisini pekiştirmektedir. Bu ritmik yapı, bireylerde medya içeriklerine yönelik bir alışkanlık ve güven duygusu oluşturmaktadır. Bu durum, medya aracılığıyla yaratılan sembolik evrenin bireylerin duygusal dünyalarında kalıcı etkiler bırakmasına zemin hazırlamaktadır. Buradan hareketle geleneksel medya, yalnızca bilgi ve eğlence değil, aynı zamanda anlam, bağlılık ve aidiyet de üretmektedir. Bu çerçevede konu ile ilgili yapılan bir araştırmada ortaokul öğrencilerinin okula bağlılık durumlarıyla ilgili görüşlerini incelenmiş, öğrencilerin okul ortamına aidiyet ve bağlılık düzeylerinin akademik başarı ve sosyal gelişim için önemli olduğu vurgulanmıştır.[52]

2.2.2. Yeni Kitle İletişim Araçları

Yeni kitle iletişim araçları, dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte geleneksel iletişim yapısının dönüşüme uğraması sonucu ortaya çıkmakta, bireylerin bilgiye ulaşma, içerik üretme ve sosyal etkileşim kurma biçimlerini köklü biçimde değiştirmektedir. Bu araçlar; internet, sosyal medya platformları, dijital yayıncılık ağları, mobil uygulamalar, çevrim içi haber siteleri, bloglar, podcast'ler ve video paylaşım siteleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Yeni medya olarak da adlandırılan bu iletişim biçimi, bireyleri yalnızca alıcı konumundan çıkararak

[51] Ömer Özdemir, "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, (2024), s.45.
[52] Rüveyda Kukuş ve Arif Akto, "Ortaokul Öğrencilerinin Okula Bağlılık Durumlarına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi", *The Journal of International Educational Sciences* 31, (2022), s.38-68.

aynı zamanda içerik üreticisi, yorumlayıcısı ve yayıcısı haline getirmektedir. Yeni kitle iletişim araçlarının en temel özelliği, kullanıcı merkezli bir yapıya sahip olmasıdır. Geleneksel medyada içerik üretimi belirli profesyonel kadrolar tarafından gerçekleştirilirken yeni medyada her birey, kendi sosyal medya hesabı, blog sayfası ya da video kanalı aracılığıyla içerik üretebilmekte ve bu içeriği küresel ölçekte paylaşabilmektedir. Sosyal medya, günümüz iletişim ve etkileşim süreçlerinde en yaygın kullanılan araçlardan biri haline gelmiş ve etki alanı her geçen gün genişlemiştir. Sosyal ağlar, günlük yaşamda siyaset, moda, tüketim, eğlence, reklamcılık, ekonomi ve toplumsal hareketler gibi birçok alanda belirleyici etkiler ortaya koymaktadır.[53] Bu durum, bilgi üretim sürecini demokratikleştirmekte, ancak beraberinde bilgi kirliliği, dezenformasyon ve manipülasyon gibi riskleri de getirmektedir. Daha ziyade doğrulanmamış haberlerin hızla yayılması, kullanıcıların medya içeriklerini sorgulama becerilerini zorunlu kılmakta, bu da medya okuryazarlığı kavramının günümüzde neden hayati öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Yeni medya araçları aynı zamanda bireysel iletişimi hızlandırmakta, mekan ve zaman sınırlılıklarını ortadan kaldırarak bireyler arası etkileşimi sürekli ve dinamik hale getirmektedir. Sosyal medya platformları üzerinden bireyler anlık olarak düşüncelerini paylaşabilmekte, grup tartışmalarına katılabilmekte ve küresel ölçekte gündemleri takip edebilmektedir. Günümüzde yeni medya teknolojileri, olumlu ve olumsuz yönleriyle akademik tartışmalara ve araştırmalara konu olmaktadır. Bilginin hem üreticisi hem de tüketicisi konumunda bulunan birey açısından dijital medya, modern yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel medya araçlarının yerine tercih edilen dijital medya, yalnızca teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel değişim süreçlerinin iç içe geçtiği bir dönüşümün yansıması olarak değerlendirilmektedir.[54] Bu hız ve eş zamanlılık özelliği, toplumsal olaylara yönelik tepkilerin yayılmasını kolaylaştırmakta, aynı zamanda sosyal hareketlerin dijital ortamda örgütlenmesine imkan tanımaktadır. Buna paralel olarak yeni medya araçları, sadece bireysel ifade alanı değil, aynı zamanda kolektif bilinç oluşturma, toplumsal mobilizasyon sağlama ve kamuoyu oluşturma bakımından da etkili olmaktadır. Eğitimin araştırmalarının birinde öğrenci başarısında etkili okul değişkenleri ve eğitimde verimliliği araştırılmış,

[53] Dolunay Fatma Öztürk ve Aybiçe Tosun, "Sosyal Medyada Yer Alan Dini İçerikler ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması", *Tokat İlimiyat Dergisi* 9/2, (2021), s.609-628.
[54] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.1.

öğretmen kalitesi, okul iklimi ve yönetim etkinliğinin öğrenci başarısını belirgin şekilde etkilediği ortaya konmuştur.[55]

Yeni kitle iletişim araçları, sundukları multimedya olanakları sayesinde görsel, işitsel ve metinsel içeriklerin bir arada kullanılabilmesini mümkün kılmaktadır. Bu da bilginin çok duyulu biçimde aktarılmasına zemin hazırlamakta, öğrenme süreçlerini daha etkili, dikkat çekici ve kalıcı hale getirmektedir. Eğitim açısından değerlendirildiğinde, dijital araçların kullanımı sayesinde bireyler daha aktif bir öğrenme süreci geçirmekte, içerikle doğrudan etkileşim kurabilmekte ve kendi öğrenme stratejilerini oluşturabilmektedir.

Din eğitimi bağlamında değerlendirildiğinde, yeni kitle iletişim araçları hem fırsatlar hem de riskler barındırmaktadır. Bir yandan YouTube, podcast, Instagram canlı yayınları ya da çevrim içi vaaz platformları gibi araçlar, dinî bilgilerin daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlamakta, öte yandan kontrolsüz bilgi akışı, yorum çeşitliliği ve kaynak güvenilirliğindeki belirsizlikler bireylerin dinî içerikleri yanlış anlamasına ya da sığ bir anlayışla içselleştirmesine neden olabilmektedir. Daha çok genç bireyler, sosyal medya algoritmalarının yönlendirdiği içerik akışına maruz kalmakta, bu da onların dinî bilgiye nasıl ulaştığını ve bu bilgileri nasıl yorumladığını doğrudan etkilemektedir. Bu durum, din eğitimi açısından yeni medya okuryazarlığının gerekliliğini ortaya koymakta, bireyin dijital ortamda karşılaştığı dinî bilgileri eleştirel süzgeçten geçirebilmesini zorunlu kılmaktadır. Okul öncesi dönemde din eğitimi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilir görülmesinde, okul öncesi eğitim programının niteliği belirleyici bir unsurdur. Çünkü bu program, çocukların zengin öğrenme deneyimleri aracılığıyla sosyal-duygusal, dil ve bilişsel gelişimlerini en üst düzeye çıkarmayı ve onları ilköğretime hazır hâle getirmeyi amaçlamaktadır.[56]

Bu araçlar bireylere özgürlük, çeşitlilik ve ifade imkanı sunmakta, ancak bu özgürlüğün sorumlulukla yönetilmesi gerektiği gerçeğini de beraberinde getirmektedir. Daha ziyade eğitim ve dinî bilgi alanlarında bu araçların kullanımı, pedagojik denetim, etik sorumluluk ve bilgi doğrulama süreçleriyle desteklenmediğinde bireylerin yanlış yönlendirilmesi ya da değer kaybı yaşaması kaçınılmaz hale gelmektedir. İnternet ortamında dinî bilgilerin doğruluk denetiminden yoksun biçimde üretildiği ve hızla dolaşıma girdiği gözlemlenmektedir. Bu durum, dinî içeriklerin güvenilirliğinin sağlanabilmesi açısından, söz konusu bilgilerin tıpkı

[55] Nejla Kurul Tural, "Öğrenci Başarısında Etkili Okul Değişkenleri ve Eğitimde Verimlilik", *Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 35/1-2, (2002), s.39-54.
[56] Şaban Tatar, *Okul Öncesi Eğitim Programı Din Eğitimi İlişkisi* (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.), s.5.

günlük yaşamda olduğu gibi yetkin ve ehil kurumlar tarafından denetlenmesinin önemini ortaya koymaktadır.[57] Bu noktada yapılan bir çalışmada İslami din eğitiminde sosyal medyanın kullanımını ve bunun öğrenci karakter gelişimine etkilerini değerlendirilmiş, sosyal medyanın doğru yönlendirildiğinde karakter gelişimini destekleyici bir platform olduğu sonucuna varılmıştır.[58] Eğitim-öğretim sürecinin ayrılmaz bir parçası olan anne ve babaların çocuklarına daha etkili şekilde destek olabilmeleri için bu konuda bilgilendirilmelerini sağlayacak eğitici faaliyetlerin düzenlenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca, öğretmenlerin araştırma sonuçları hakkında bilgilendirilmeleri amacıyla seminerler ve hizmet içi eğitim programları gerçekleştirilebilir; bu eğitimlerin devamında ise elde edilen kazanımların yaygınlaştırılmasına yönelik çalışmalar yürütülebilir.[59]

Yeni kitle iletişim araçları, bireylerin toplumsal olaylara ve dinî meselelere dair kanaatlerini şekillendirme biçimini de önemli ölçüde dönüştürmektedir. Bu araçlar üzerinden paylaşılan içeriklerin çoğu zaman duygusal çağrışımlar üzerinden sunulması, bireylerde hızlı ve tepkisel yargıların oluşmasına neden olmaktadır. Bilhassa dinî konular söz konusu olduğunda derinlemesine kavramsal çözümleme gerektiren meselelerin kısa videolar, başlık odaklı içerikler veya sloganvari ifadelerle sunulması, bireylerin bu konulara ilişkin eleştirel düşünme kapasitelerini sınırlamakta ve yüzeysel bilgi edinimine sebebiyet vermektedir. Bu durum, dinî anlayışta bireyselleşmiş, bağlamsız ve çoğu zaman yorum hatalarına açık eğilimlerin artmasına neden olmaktadır. Yeni medya araçları, aynı zamanda bireyin dijital kimliğini oluşturma sürecinde de belirleyici bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar, sosyal medya platformları aracılığıyla kendi inançlarını, yaşam tarzlarını ve değerlerini sanal ortamda temsil etmekte, bu temsiller aracılığıyla dijital kimliklerini şekillendirmektedir. Sosyal medya üzerinde yapılan ibadet paylaşımları, dualar, ayetler ya da dinî söylemler; bazen içtenlikli bir tefekkürden çok, dijital dikkat çekme stratejisi olarak da kullanılmaktadır. Bununla beraber konu ile ilgili yapılan bir araştırmada ortaokul öğrencilerinde okul yaşam kalitesi algısı, okula aidiyet duygusu ve direnç davranışlarını incelenmiştir. Araştırma, öğrencilerin yüksek yaşam kalitesi algısına sahip olmasının okula bağlılıklarını güçlendirdiğini ve direnç davranışlarını olumlu etkilediğini ortaya koymuştur.[60] Yeni kitle iletişim araçları, aynı zamanda geleneksel

[57] Fatih Muhammed Turanalp, "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 16/1, (2016), s.129.
[58] Marlina Marlina ve Sitti Nadirah, "The Use Of Social Media İn Islamic Religious Education Learning And İts İmplications For Student Character", *Al-Ilmu* 1/3, (2024), s.38-43.
[59] Tuğba Akbay Şimşek ve Emre Toprak, "Yabancı Dilde Kelime Öğrenme Stratejileri Kullanımının Karar Ağaçları İle İncelenmesi", *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 31, (2022), s.1267.
[60] Emine Yıldız-Arıganoğlu ve Mediha Sarı, "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Yaşam Kalitesi Algısı, Okula Aidiyet Duygusu ve Direnç Davranışlarının İncelenmesi", *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi* 12/2, (2022), s.699-717.

dinî otoritelerin konumunu da yeniden şekillendirmektedir. Artık dinî içerik üretimi sadece resmi kurumlara veya geleneksel bilgi otoritelerine ait olmamakta, farklı meslek gruplarından kişiler, popüler figürler ya da sosyal medya fenomenleri de dinî konularda içerikler üretebilmektedir. Günümüzde giderek yaygınlaşan sosyal medya, gençlerin yoğun ilgi gösterdiği bir alan haline gelmiştir. İnsanlık tarihi incelendiğinde, yaşamın kil tabletten elektronik tablete, kamış kalemden dijital kaleme, kara tahtadan akıllı tahtaya uzanan bir dönüşüm süreci geçirdiği görülmektedir. Teknolojik belirleyicilik kuramının önemli temsilcilerinden McLuhan'a göre bu dönüşüm, bireylerin yaşam biçimlerinin büyük ölçüde kullandıkları teknolojik araçlar tarafından şekillendirilmesiyle açıklanabilir.[61]

Yeni medya ortamlarında içerikler, algoritmalar tarafından biçimlendirilen bir görünürlük düzenine göre dolaşıma girmektedir. Bu durum, bireylerin karşılaştığı içeriklerin çeşitliliğini azaltmakta ve onları kendi ilgi alanlarına uygun dar bir bilgi evrenine hapsolmuş hale getirmektedir. Bu da dinî hoşgörü, çoğulculuk ve farklı bakış açılarına açık olma gibi değerlerin zayıflamasına neden olmakta, bireyleri dogmatik, kutuplaştırıcı ve ötekileştirici eğilimlere açık hale getirmektedir. Ayrıca Zafer[62] postmodern çağda dine bakış açılarının nasıl değiştiğini incelemiştir. Postmodernizmin getirdiği bireysel anlam arayışları, dinî inançların çeşitlenmesi ve sorgulanması üzerine yoğunlaşılmıştır. Bu dönemde dinin sosyal ve kültürel işlevlerinin farklılaştığı, bireylerin dinî algı ve pratiklerinin de bu bağlamda şekillendiği ifade edilmiştir.

Ortaokul düzeyindeki öğrenciler açısından bakıldığında, sosyal medya kullanımında özellikle görsellik ve hızlı etkileşim imkânı sunan platformların öne çıktığı görülmektedir. Genelllikle bu yaş grubunda Instagram, YouTube ve TikTok gibi platformların yoğun biçimde tercih edildiği; buna karşın Facebook gibi daha geleneksel ağların çok daha düşük düzeyde kullanıldığı görülmektedir. Bu tercihin bilişsel arka planında, öğrencilerin dikkat sürelerinin görece kısa olması, görsel-işitsel içeriklerle daha hızlı öğrenme eğiliminde olmaları ve oyunlaştırılmış etkileşim mekanizmalarına duyarlılıkları yer almaktadır.

Duyuşsal açıdan değerlendirildiğinde, sosyal medyada akran gruplarıyla aidiyet geliştirme, beğeni/yorum gibi anlık geri bildirimlerle motivasyon sağlama ve gündelik kimlik inşasında kendini ifade etme arzusu belirleyici olmaktadır. Bu durum, öğrencilerin hem sosyal

[61] Pepule Baran, *Sosyal Medyanın Eğitim Süreci Üzerindeki Etkisi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.), s.98-100.
[62] Cem Zafer, "Postmodern Zamanlarda Dine Bakış", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/61, (2018), s.622-626.

kabul ihtiyacını hem de bireysel görünürlük arzusunu karşılamaktadır. Dolayısıyla platform tercihleri yalnızca teknik olanaklarla değil, aynı zamanda öğrencilerin gelişimsel ihtiyaçlarıyla da doğrudan bağlantılıdır.

Bu bağlamda yeni kitle iletişim araçlarının eğitim ve din eğitimi üzerindeki etkilerini incelerken, ortaokul öğrencilerinin hangi platformlarda yoğunlaştığını ve bu tercihlerinin öğrenme süreçlerini nasıl şekillendirdiğini dikkate almak, pedagojik açıdan daha bütüncül bir değerlendirme imkânı sunmaktadır.

2.2.3. İnternet ve Sosyal Medya

İnternet ve sosyal medya, bilgi çağının en belirgin teknolojik gelişmeleri arasında yer almakta, iletişim, öğrenme, sosyalleşme ve kimlik inşası süreçlerini köklü biçimde dönüştürmektedir. İnternetin küresel ölçekte sunduğu hızlı, sınırsız ve düşük maliyetli iletişim olanakları, bireylerin zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın içerik üretmesine, bilgiye erişmesine ve çeşitli sosyal ağlara dahil olmasına imkan tanımaktadır. Günümüz teknoloji çağında bireylere din eğitimi verilmesi, geçmiş dönemlerle kıyaslandığında daha karmaşık ve zorlu bir süreç halini almıştır. Bunun başlıca nedenlerinden biri, dinî bilginin edinildiği ve öğrenildiği kaynakların çeşitlenerek çoğalmasıdır. Özellikle sosyal medya platformlarında dinî içeriklerin giderek daha fazla üretilip paylaşılması, bir yandan geniş kitlelere ulaşma fırsatı sunarken diğer yandan dinî bilginin otantikliğini zedeleyerek yozlaşmasına ve özünden uzaklaşmasına zemin hazırlayabilmektedir.[63] Bu teknoloji altyapısı üzerine kurulu sosyal medya ise, bireylerin karşılıklı etkileşim kurabildiği, içerikleri yorumlayabildiği ve çok yönlü bilgi alışverişinde bulunabildiği dinamik platformlar olarak öne çıkmaktadır. Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube ve benzeri dijital mecralar, günümüzde sadece bireylerin eğlenme ya da vakit geçirme araçları olmaktan çıkmakta, aynı zamanda birer haber alma, düşünce ifade etme, grup oluşturma ve değer paylaşımı alanına dönüşmektedir. İnternetin sunduğu temel imkanlardan biri, bireylerin bilgiye doğrudan erişim sağlayabilmesi olarak öne çıkmaktadır. Bu erişim özgürlüğü, geleneksel bilgi otoritelerinin sınırlarını aşmakta, bireyleri bilgiye bağımlı olmaktan kurtararak kendi öğrenme yollarını inşa etmeye yönlendirmekte ama bu durum, beraberinde bilgi kirliliği, doğrulanmamış içeriklerin yayılması ve manipülatif bilgi üretimi gibi ciddi sorunlar doğurmaktadır. Özellikle dinî bilgiler bağlamında bu durum daha da hassas bir boyut kazanmakta, çünkü bireyler çoğu zaman sosyal medya üzerinden edindikleri

[63] Dolunay Fatma Öztürk ve Aybiçe Tosun, "Sosyal Medyada Yer Alan Dini İçerikler ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması", *Tokat İlimiyat Dergisi* 9/2, (2021), s.626.

dinî bilgilerin kaynağını, bağlamını ve otoritesini sorgulama ihtiyacı duymamaktadır. Bu da bireyin inanç dünyasında yüzeyselleşmeye, kavramsal sapmalara ve hatta kimi zaman radikalleşmeye zemin hazırlamaktadır. Son yıllarda hızlı bir şekilde gelişen teknoloji, değişim sürecini en yoğun biçimde yaşayan gençleri doğrudan etkilemektedir. Sosyal medyanın etkisiyle gençlerin yaşamlarında yeni kaygılar ortaya çıkmakta; bireyler, deneyimledikleri olayları fotoğraf, video ya da yazılı paylaşımlar aracılığıyla görünür kılmakta ve bu paylaşımların aldığı beğeni düzeyine odaklanmaktadır.[64]

Sosyal medya platformları, bireylerin dinî tutum ve davranışlarını hem sergileme hem de yönlendirme işlevi üstlenmektedir. Bununla beraber Suudi Arabistan'da yapılan bir çalışmada dinî tutumların sosyal medya kullanımına etkisini araştırılmış, dinin kullanıcıların çevrimiçi gizlilik algısı ve teknoloji kullanımını şekillendirdiği ortaya konulmuştur.[65] Kullanıcılar, ibadetlerine, dualarına ya da dinî değerlere ilişkin görüşlerine dair paylaşımlar yaparak kendi inançlarını görünür kılmakta, bu da dijital ortamda bir tür dijital dindarlık formunun ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla verilen online sohbetler, canlı yayınlar, dijital kitaplar, ilahiler ve dinî içerikli videolar; geniş kitlelere ulaşmakta ve bu içerikler üzerinden çeşitli dinî oluşumlar kendi cemaat yapılarını dijital ortamda da sürdürmektedir. Bu durum, dinî yapıların daha görünür ve ulaşılabilir olmasını sağlamakta, ancak aynı zamanda bireylerin hangi dinî yorumu benimsediği, kimden bilgi aldığı ve nasıl bir anlayış inşa ettiği noktasında belirsizlikler yaratmaktadır. Bilhassa genç bireylerin dinî bilgiye ulaşma konusunda sosyal medyayı ilk kaynak olarak kullanmaya başlaması, dinî eğitimin kurumsal ve metodik yapısını zayıflatma riski taşımaktadır. Sosyal medyada öne çıkan bir başka unsur ise algoritmalar yoluyla bireylerin içerik tercihlerinin şekillendirilmesidir. Bu çerçevede eğitimle ilgili çalışmada İslami dinî eğitimin öğrenme ortamlarında sosyal medyanın kullanımını incelenmiş, sosyal medyanın dinî eğitimin yaygınlaştırılması ve etkileşimli öğrenme için güçlü bir araç olduğunu belirtmiştir.[66]

Kullanıcının ilgi alanlarına göre yönlendirilen içerikler, zamanla bireyin maruz kaldığı bilgi evrenini daraltmakta, yalnızca kendi dünya görüşünü pekiştiren ve benzer kanaatleri yansıtan içeriklerle karşılaşmasına neden olmaktadır. Bu durum, bireyin farklı bakış açılarına

---

[64] Pepule Baran, *Sosyal Medyanın Eğitim Süreci Üzerindeki Etkisi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.), s.98.

[65] Mohammed Rami Baazeem, *How Religion İnfluences The Use Of Social Media: The İmpact Of The Online User's Religiosity On Perceived Online Privacy And The Use Of Technology İn Saudi Arabia* (Kingston University, London, Doktora Tezi, 2020.), s.150-160.

[66] Suci Astutik, "Utilization Of Social Media As A Learning Media For Islamic Religious Education", *Proceedings of the 1st International Conference on Education, Society and Humanity* 1/1, (2023), s.219-225.

açık olma kapasitesini sınırlamakta, eleştirel düşünmeyi zayıflatmakta ve çoğulcu dinî anlayışlara karşı direnç oluşturabilmektedir. Ayrıca dijital ortamda anonimlik ve yüz yüze denetimin olmaması, bireylerin daha kolay radikal tutumlar benimsemesine ve uç görüşlere yönelmesine de zemin hazırlamaktadır. Sosyal medyanın gündelik yaşama dâhil olmasıyla birlikte toplumsal yapıda çeşitli dönüşümlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu dönüşümlerin, toplumsal yaşamın temel unsurlarından biri olarak değerlendirilen değerler sistemini de etkilediği dikkat çekmektedir.[67] İnternet ve sosyal medyanın bir diğer önemli yönü de, dinî eğitimin formal ve informal biçimlerde dijital ortama taşınmasına imkan vermesidir. Çevrimiçi seminerler, sanal sınıflar, dinî podcastler, mobil uygulamalar ve etkileşimli öğrenme platformları sayesinde din eğitimi mekandan bağımsız hale gelmektedir. Bu durum, daha çok erişimi sınırlı bölgelerde yaşayan bireyler için ciddi bir fırsat oluşturmakta ancak aynı zamanda bu eğitimin içeriği, doğruluğu, pedagojik yapısı ve etik zemini ile ilgili soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir. Geleneksel medrese veya sınıf ortamlarında sağlanan birebir etkileşim, rehberlik ve duyuşsal gelişim desteği, dijital ortamda yeterince sağlanamamakta, bu da öğrenme sürecinin yalnızlaşmasına ve yüzeyselleşmesine yol açmaktadır. Bu nedenle sosyal medya ortamlarının din eğitiminin bütüncül hedefleriyle uyumlu biçimde kullanılması; bireylerin eleştirel medya okuryazarlığı, dijital etik ve dinî bilinç açısından donatılması büyük önem taşımaktadır. Tüm bunlarla beraber yapılan bir araştırmada dinî medya okuryazarlığının din eğitiminin gerekliliği bağlamında önemi tartışılmış, bireylerin medyadaki dinî içerikleri eleştirel süzgeçten geçirebilmesi için dinî medya okuryazarlığının kazandırılması gerektiğini savunulmuştur.[68]

İnternet ve sosyal medya platformları, bireyler arası iletişimi hem biçim hem de içerik açısından yeniden tanımlamaktadır. Sosyal medya mecralarında hakim olan görsel kültür, dinî bilgi ve değerlerin aktarımında da önemli bir dönüşüme yol açmaktadır. Çoğunlukla Instagram ve TikTok gibi platformlarda görsel unsurlar ön plana çıkmakta, dinî içerikler de bu doğrultuda sadeleştirilmekte, estetikleştirilmekte ve hızlı tüketilebilir biçimlerde sunulmaktadır. Bu tür sunum biçimleri, dinî bilginin geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta, ancak aynı zamanda derinlikten uzak, sezgisel ve tepkisel öğrenme pratiklerini artırmakta, bireyin anlam kurma süreçlerini zayıflatmaktadır. Din eğitimi bilimi; bireye dinî bilgilerin kazandırılmasını, bu bilgilerin tutum ve davranışlara yansıtılmasını hedefleyen ve bu yönüyle dinî hayatın istenilen

[67] İsmail Parlamış, *Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri: İzmir Örneği* (Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.), s.ıx.
[68] Bayramali Nazıroğlu, "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2, (2015), s.191-220.

doğrultuda şekillenmesine rehberlik eden bir disiplin olarak tanımlanabilir.[69] Bu bakımdan sosyal medya, bilgiyi bir düşünce nesnesi olmaktan çıkararak bir izlenim nesnesine dönüştürmektedir. Ayrıca sosyal medya, bireylerin sadece bilgiye maruz kaldığı değil, aynı zamanda toplumsal konumlarını ve kimliklerini temsil ettikleri bir alan olarak işlev görmektedir. Dinî aidiyet, bu dijital ortamlarda bireysel kimliğin önemli bir parçası olarak yeniden üretilmektedir. Bireyler, kendilerini tanımlarken kullandıkları semboller, dinî alıntılar, profil açıklamaları, paylaşım zamanlamaları ve takip ettikleri içerik üreticileri aracılığıyla sosyal medyada bir dinî kimlik inşa etmektedir. Bu kimlik performansı, çoğu zaman gerçek yaşamda sergilenen dindarlık ile paralellik gösterse de bazı durumlarda sosyal kabul, grup aidiyeti ya da takipçi sayısını artırma gibi motivasyonlarla şekillenmekte ve bu da dindarlığın içtenlik düzeyini tartışmalı hale getirmektedir.

Sosyal medya platformları, sundukları çok yönlü imkânlarla bireylerin ilgisini çekmekte ve bu mecralarda geçirilen zamanı artırmaktadır. Ancak bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını sosyal ağlar üzerinden karşılamaya yönelmeleri, çoğu zaman bağımlılık riskini yükseltmekte ve toplumsal ilişkilerden uzaklaşma eğilimine zemin hazırlamaktadır.[70] Sosyal medya platformlarının algoritmik yapısı da bireylerin hangi içeriklere erişeceğini büyük ölçüde belirlemekte, bu durum bireyin farkındalık alanını daraltmakta ve tekrar eden benzer içeriklerle sınırlı bir düşünce dünyasının oluşmasına neden olmaktadır. Kullanıcının ilgi gösterdiği içerik türlerine göre yapılandırılan bu algoritmalar, farklı görüşlerin karşılaşmasını engellemekte, bireyleri kendi doğrularının pekiştirildiği dar bir düşünce evrenine kapatmaktadır. Bu sayede mekandan bağımsız bir şekilde binlerce kişiye ulaşılmakta ve cemaat mensupları dijital olarak bir araya gelebilmektedir. Dolayısıyla dijital ortamda yürütülen bu tür dinî faaliyetlerin, klasik din eğitiminin yerini tamamlayıcı değil, bütünleyici nitelikte üstlenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu çerçevede Slovakya'da yapılan bir araştırmada din eğitiminin, öğrencilerin sosyal gelişimi ve internet bağımlılığı önleme açısından bir platform olarak kullanımı incelenmiş; din eğitiminin öğrencilerin sosyal becerilerini artırdığı ve bağımlılık riskini azaltmaya katkı sağladığı belirtilmiştir.[71]

Günümüz dünyasında giderek insani yönünü yitiren ve yalnızlaşan birey; artan suç oranları, yolsuzluklar, savaşlar ve adaletsizlikler karşısında eğitimde değerler boyutunun

---

[69] Osman Varsak, *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi: Bursa Lise Öğrencileri Örneği* (Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.) s.1.
[70] İsmail Parlamış, *Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri: İzmir Örneği* (Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.) , s.2.
[71] Miriam Niklova ve Dana Hanesova, "Religious Education As A Platform For Pupils' Social Development And Prevention Of İnternet Addiction: The Case Of Slovakia", *Religions* 15/5, (2024), s.1-19.

yeniden ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede, tüm dünyanın ortak problemi haline gelen söz konusu olumsuzluklara karşı bazı gelişmiş ülkeler, ulusal eğitim programları kapsamında sistemli ve planlı karakter eğitimi uygulamaları geliştirerek öğrencilere manevi değerler kazandırmaya çalışmakta ve bu süreç sonucunda öğrenci davranışlarında olumlu geri dönüşler elde etmektedir.[72] Eğitim sisteminin bu yeni medya düzenine duyarsız kalması, öğrencilerin dijital dünyadaki içeriklere karşı savunmasız kalmasına ve eleştirel bir dinî bilinç geliştirememesine neden olmaktadır. Ayrıca konuyla ilgili yapılan araştırmalarda ortaokul öğrencilerinin okul dışı öğrenmeye yönelik algılarını değerlendirilmiş, öğrencilerin okul dışı öğrenmeye genel olarak olumlu yaklaştıkları ancak olanakların sınırlı olduğu tespit edilmiştir.[73] Öte yandan dijital platformlarda yer alan tartışma ortamları, bireylerin dinî meseleler üzerine fikir alışverişinde bulunmasını kolaylaştırmakta ancak bu alanlar çoğu zaman polemik odaklı, tarafgir ve kutuplaştırıcı bir dile sahne olmaktadır. Yorum bölümlerinde yapılan karşılıklı ithamlar, küçümsemeler veya hakaretler; dinî meselelerin ilmi zeminde değil, duygusal ve tepkisel bir düzlemde ele alınmasına neden olmaktadır. Bu durum, genç bireylerin dinî tartışmalardan uzaklaşmasına, dinî bilgiye karşı ilgisizleşmesine ya da marjinal söylemlere yönelmesine zemin hazırlamaktadır.

2.2.3.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Ortaokul Öğrencilerinin Din Eğitimi Süreçlerine Etkileri

İnternetin ve sosyal medyanın tarihsel gelişimi, iletişim teknolojilerinin dönüşümüne paralel olarak şekillenmekte, birey-toplum-devlet ilişkilerinin yeniden tanımlanmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir. "İletişim teknolojilerinin en yeni ve gelişmiş ürünü olan sosyal medya, iletişim konusundaki sunduğu imkanlarla adeta sınırları zorlamaktadır. Kullanıcıları için sınırları yok eden, uzakları yakın eden, kendilerini özgürce ifade özgürlüğü sağlayan sosyal medya, aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik bazı etkiler oluşturabilmektedir."[74] 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde savunma amaçlı olarak geliştirilen ARPANET sistemi, internetin temelini oluşturan ilk ağ yapısını meydana getirmektedir. Bu yapı, başlangıçta sadece belirli üniversiteler ve askeri kurumlar arasında bilgi paylaşımını mümkün kılmakta, zamanla bu yapı genişleyerek akademik dünyanın erişimine açılmakta ve ardından sivil kullanıma entegre edilmektedir. 1990'lı yılların başında World Wide

[72] Bilgin Akçin, *Ortaokullarda Verilen Karakter Eğitimi ve Uygulamalarının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi* (Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.), s.1.
[73] Omca Elfi Çobanoğlu, Pınar Tağrikulu ve Ayça Cirit Gül, "Ortaokul Öğrencilerinin Okul Dışı Öğrenmeye Yönelik Algı Düzeylerinin İncelenmesi", *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi* 8/3, (2021), s.500-513.
[74] Osman Varsak, "Sosyal Medyanın Dini Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği," *Din ve Bilim* 5/1, (2022), s.89.

Web sisteminin geliştirilmesiyle birlikte internet, metin, görsel ve ses içeriklerinin kolaylıkla yayımlanabildiği çok yönlü bir iletişim mecrası haline gelmektedir. Bu dönemde internetin yaygınlaşması, bireylerin bilgiye ulaşma, iletişim kurma ve içerik üretme biçimlerini köklü şekilde dönüştürmektedir. İnternet, sanal bir ortam olarak algılansa da, doğrudan gerçek yaşamın içerisinde konumlanmakta ve etkilerini gündelik hayat üzerinde göstermektedir. Bu nedenle interneti günlük yaşamdan bağımsız bir olgu olarak değerlendirmek doğru değildir. İnsan unsurunun aktif rol üstlendiği her alanda olduğu gibi, internetin kullanımında da ortaya çıkan olumlu ve olumsuz sonuçlar bireyler ve toplumsal yapılar üzerinde doğrudan etkili olmaktadır.[75]

E-posta, forum siteleri ve ilk blog platformları, bireylerin çevrim içi etkileşim kurabileceği ilk uygulamalar olarak ortaya çıkmakta ama bu ilk dönem araçları genellikle tek yönlü ya da sınırlı geri bildirim imkanı tanıyan yapılara sahip olmakta, bireyler daha çok tüketici konumunda yer almaktadır. 2000'li yılların başından itibaren sosyal medya kavramı hayatımıza girmekte, bu kavram, bireylerin sadece içerik tüketicisi değil, aynı zamanda üreticisi ve dağıtıcısı haline geldiği yeni bir medya düzenini tanımlamaktadır. Ayrıca eğitimde yapılan bir çalışmada sosyal medyanın Z kuşağı üniversite birinci sınıf öğrencilerinin ruhsal gelişimi üzerindeki etkisini incelenmiştir. Çalışma, sosyal medyanın gençlerin manevi kimlik oluşumunda hem destekleyici hem de zorluk yaratıcı bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.[76] Sosyal medya aracılığıyla manevi içeriklere erişimin artması, bireylerin inançlarının güçlenmesine katkı sağlamaktadır ancak aynı zamanda yüzeysel ve karmaşık bilgi akışı, ruhsal gelişimi olumsuz etkileyebilmektedir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıkları ve süreleri, iletişimi etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Araştırma bulgularına göre, sosyal medyada daha fazla zaman geçiren öğrencilerin sosyal etkileşim, iletişim düzeyleri ve tanıma boyutlarının arttığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, yaygınlaşan sosyal medya platformlarının gençlerin iletişim becerileri üzerinde olumlu etkiler oluşturduğunu göstermektedir.[77]

Sosyal medyanın ortaya çıkışı, bireyler arası iletişimi yatay bir yapıya kavuşturmakta, geleneksel medya organlarının tek merkezli ve denetimli bilgi aktarımı yapısına karşılık, çok merkezli, anlık ve katılımcı bir bilgi dolaşımı sistemi oluşmaktadır. 2004 yılında Facebook'un kurulması, sosyal medyanın kitleselleşmesi açısından bir dönüm noktası teşkil etmektedir.

---

[75] Fatih Muhammed Turanalp, "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım", *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 16/1, (2016), s.128.

[76] Sam Ninan, *Social Media: The İmpact On Spiritual Formation Among Generation Z Freshman College Students* (Southeastern University, Doctor of Education Dissertation, (2021.), s.54.

[77] Tolga Saçıkaralı, *Sosyal Medyanın Kültür Ve İletişimdeki Etkisi: Gençler Üzerine Bir İnceleme* (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.73.

Ardından gelen YouTube (2005), Twitter/X (2006), Instagram (2010), TikTok (2016) ve benzeri platformlar, kullanıcıların yalnızca yazılı değil, aynı zamanda görsel, işitsel ve etkileşimli içerikler üretmesini mümkün kılmaktadır. Bu gelişme, kullanıcıların kendi medya kanallarını oluşturabilmesini sağlamakta, böylece bireyler arasında yatay düzlemde ve çok boyutlu bir iletişim ağı kurulmaktadır. Sosyal medya platformlarının bu denli yaygınlaşması, bireylerin sosyal, kültürel ve dinî kimliklerini sanal ortamda yeniden tanımlamalarına imkan tanımaktadır. Artık bireyler yalnızca fiziksel dünyada değil, dijital dünyada da sosyal roller üstlenmekte, gruplar oluşturmakta ve değerlerini görünür kılmaktadır.

Ülkelerin gelişmişlik ve kalkınma düzeyleri, büyük ölçüde eğitime atfettikleri önemle ilişkilendirilmektedir. Nitekim teknoloji çağında, eğitim yatırımlarını ihmal eden toplumların sürdürülebilir kalkınmada ilerleme kaydedemeyecekleri hususu çeşitli araştırmalarda vurgulanmaktadır. [78] İnternetin ve sosyal medyanın bu tarihsel evrimi, eğitim alanında da köklü değişimlere neden olmaktadır. Özellikle 2010'lu yıllardan itibaren çevrim içi eğitim platformları, dijital kütüphaneler, e-öğrenme uygulamaları ve sosyal öğrenme ağları, eğitim sürecinin mekandan ve zamandan bağımsız hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca eğitim araştırmalarının birinde sosyal medyanın eğitim sürecine etkisini incelenerek sosyal medyanın bilgiye erişimi kolaylaştırdığı ve öğrenme motivasyonunu artırdığı ancak kontrolsüz kullanımın olumsuz etkiler yaratabileceği sonucuna varılmıştır.[79] Tüm bunlar bağlamında yine yapılan bir çalışmada ise ortaokul öğrencilerinin yaşam temelli öğrenme hakkındaki görüşlerini değerlendirmiş, öğrencilerin öğrenmeyi günlük yaşama entegre etmeyi önemsediği, yaşam deneyimleriyle öğrenmenin motivasyonu artırdığı belirlenmiştir.[80]

Sosyal medya araçlarının tarihsel gelişimi, yalnızca teknolojik altyapıdaki yeniliklerle değil, aynı zamanda kullanıcı davranışları, kültürel beklentiler ve toplumsal ihtiyaçlarla da şekillenmektedir. Günümüzde eğitimde yenilikçi yaklaşımların önemi giderek artmaktadır. Bununla birlikte, beceri temelli soruların öğretmenler ve öğrenciler tarafından nasıl algılandığına ilişkin kapsamlı bir anlayışın eksikliği dikkat çekmektedir. Özellikle öğretmenlerin bu tür soruların öğrencilerin öğrenme deneyimine katkısı, akademik başarıya etkisi, öğretim süreçlerine entegrasyonu ve öğretim programıyla uyumu konusundaki

[78] Yusuf Yavrucu ve Ahmet Hacı Pekel, "Özel ve Devlet Okullarında Öğrenim Gören Ortaokul Öğrencilerinin Beden Eğitimi Dersi Algı ve Tutumlarının İncelenmesi," *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi* 3/3, (2022), s.109.
[79] Pepule Baran, *Sosyal Medyanın Eğitim Süreci Üzerindeki Etkisi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.), s.1.
[80] Murat Genç, Seyit Ulugöl ve Selma Ünsal, "Ortaokul Öğrencilerinin Yaşam Temelli Öğrenme Hakkındaki Görüşleri", *Researcher: Social Science Studies* 5/9, (2017), s.244-254.

değerlendirmeleri yeterince netleşmemiştir.[81] Başlangıçta kişisel paylaşımların, görsel anıların ve gündelik hayat detaylarının öne çıktığı sosyal medya ortamları; zamanla haber takibi, siyasi katılım, ticaret, eğitim ve dinî etkileşim gibi daha kompleks alanlara doğru genişlemektedir. Bu dönüşüm, bilhassa dinî içeriklerin yaygınlaştığı bir dijital ortamda, bireylerin yalnızca bilgiye erişme değil, doğru bilgiye erişme, bilgiyle ilişki kurma ve bu bilgiyi yaşamına entegre etme becerileri açısından da belirleyici olmaktadır. Sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriklerin metinsel, görsel ve söylemsel yapılarının doğru analiz edilmesi; bireyin inanç dünyasının sağlıklı biçimde şekillenmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca konu ile ilgili çalışmaların birinde gençlerin sosyal medya kullanımında dinin faydalarını ve çözüm önerilerini ele alınmış, dinin sosyal medya aracılığıyla olumlu etik değerlerin yaygınlaşmasına katkı sağladığını, ancak yanlış bilgi ve olumsuz içeriklerin önlenmesi için bilinçlendirme programlarının geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir.[82]

Sosyal medya platformları, tarihsel gelişimleri boyunca sadece teknolojik evrim geçirmemekte, aynı zamanda kültürel normları da yeniden üretmektedir. Sosyal beğeni kültürü, anlık tepki mekanizmaları ve içeriklerin algoritmalar üzerinden yayılması, bireylerin iletişim alışkanlıklarını dönüştürmekte, bu durum, dinî içeriklerin sunuluş biçimlerinde de belirleyici olmaktadır. Ağırlıklı olarak yüksek etkileşim getiren dinî gönderilerin, ilgi çekici başlıklar, estetik görseller ve sadeleştirilmiş metinlerle sunulması; derinlikli dinî konuların yüzeysel biçimde algılanmasına yol açmaktadır. Bu süreç, içerik üreticilerinin pedagojik hassasiyet yerine popülerlik kaygısıyla hareket etmelerine neden olmakta, bu da dijital dinî bilginin niteliğini doğrudan etkilemektedir. Bu kapsamda internet ve sosyal medyanın tarihsel evrimi, dinî öğrenme süreçlerini geleneksel yapılardan uzaklaştırmakta, birey merkezli, zamandan ve mekandan bağımsız, çoğunlukla da görsel ve hızlı tüketilen bir öğrenme biçimine yöneltmektedir. Bu kapsamda yapılan bir araştırmada ilkokul ve ortaokul öğrencilerinin informal eğitim yoluyla edindiği yanlış dinî öğrenmeleri DKAB öğretim programı bağlamında analiz edilmiş, informal eğitim kaynaklarından gelen hatalı bilgilerin öğrencilerin dinî anlayışını olumsuz etkilediği ve müfredatın bu boşlukları dolduracak şekilde geliştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.[83] Bu değişim, klasik din eğitimi paradigmasını sorgulanır hale getirmekte, öğretim sürecinin içeriği, yöntemi ve aracı yeniden yapılandırılmaktadır. Öğretim

[81] İclal Karadağ, *Beceri Temelli Sorulara İlişkin Ortaokul Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri: Bir Karma Yöntemler Araştırması* (İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.), s.1.
[82] Ahmet Işık, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri* (Pamukkale Üniversitesi, İslami İlimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Projesi, 2024.), s.24-26.
[83] Habibe Gökmen, *İlkokul ve Ortaokul Öğrencilerinin İnformal Eğitimde Edindiği Yanlış Dinî Öğrenmelerin DKAB Öğretim Programı Bağlamında İncelenmesine İlişkin Bir Durum Çalışması* (Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.)

programları bağlamında karakter eğitimi uygulamalarına ilişkin öğretmen görüşleri incelendiğinde, mevcut programların karakter eğitimi açısından yetersiz kaldığı ve programlarda bu eğitime yönelik değerlere yeterince etkin biçimde yer verilmediği sonucuna ulaşılmaktadır.[84]

Dolayısıyla internetin ve sosyal medyanın tarihsel gelişimi yalnızca teknolojik bir evrim süreci değil, aynı zamanda bireylerin sosyal, kültürel ve dinî kimliklerini dönüştüren bir olgudur. Bu dönüşümün en belirgin yansımalarından biri, ortaokul çağındaki öğrencilerde görülmektedir. Zira bu yaş grubundaki bireyler, sosyal medyanın sunduğu sınırsız etkileşim ortamıyla erken yaşta tanışmakta, hem dinî öğrenme hem de kimlik inşası süreçlerini bu dijital ortamlar üzerinden şekillendirmektedir. Bu bağlamda internet ve sosyal medyanın tarihsel serüveninin anlaşılması, ortaokul öğrencilerinin din eğitimi süreçlerini doğru analiz edebilmek için temel bir arka plan sunmaktadır. Tezin ilerleyen bölümlerinde, bu tarihsel arka planın öğrencilerin dinî algı, tutum ve davranışlarına yansımaları ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

2.2.3.2. Sosyal Medya Kavramı ve Özellikleri

Sosyal medya kavramı, dijital çağın en belirleyici iletişim alanlarından biri olarak ortaya çıkmakta ve bireylerin içerik üretme, paylaşma, yorumlama ve etkileşimde bulunma biçimlerini köklü şekilde dönüştürmektedir. Kavramsal olarak sosyal medya; bireylerin internet aracılığıyla kendi içeriklerini oluşturabildiği, diğer kullanıcılarla doğrudan ve eş zamanlı iletişim kurabildiği, bilgi ve deneyim paylaşımında bulunabildiği çevrim içi platformları ifade etmektedir. Sosyal medya, geleneksel medya yapısının aksine, içerik üretimini yalnızca profesyonellere değil, tüm kullanıcılara açmakta, bu yönüyle kullanıcı merkezli, yatay hiyerarşiye sahip ve etkileşim temelli bir iletişim alanı oluşturmaktadır. Sosyal medyanın bir diğer belirgin özelliği ise kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin merkezi rol oynamasıdır. Bloglar, mikrobloglar, görsel paylaşım platformları ve video tabanlı sosyal medya araçları; bireylerin kendi gündemlerini belirlemelerine, dinî, kültürel veya siyasal konulara dair kendi yorumlarını yaygınlaştırmalarına olanak sağlamaktadır. Bu süreçle ilişkili olarak konu ile ilişkili bir çalışmada sosyal medyanın öğrencilerin aile iletişimi ve sosyal yaşantısı üzerindeki etkilerini incelenmiş, sosyal medyanın iletişimi kolaylaştırıcı bir araç olmakla beraber aşırı kullanımın aile içi iletişim kalitesini düşürdüğü ve sosyal izolasyona neden olabileceği

[84] Bilgin Akçin, *Ortaokullarda Verilen Karakter Eğitimi ve Uygulamalarının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi* (Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.) s.132.

vurgulanmıştır.[85] Bu durum, medya alanında demokratikleşme olarak değerlendirilebileceği gibi; içerik kalitesinin düşmesi, bilgi dezenformasyonu ve manipülasyon gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Yapılan analizler, aile bireylerinin sosyal medya kullanım durumlarının, aile içi iletişim üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık meydana getirmediğini göstermektedir.[86]

Sosyal medyanın diğer önemli bir özelliği de ağ temelli yapıya sahip olmasıdır. Bu yapı, kullanıcıların bireysel eylemlerini toplu bir etkileşim ağına dönüştürmekte, bireylerin birbirini etkilediği, benimsediği ve biçimlendirdiği dijital cemaatlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu dijital cemaatler, kimi zaman benzer inançlara sahip bireylerin bir araya geldiği pozitif dayanışma alanları olmakta, kimi zaman da dışlayıcı, kutuplaştırıcı ve ideolojik yönelimli yapılar haline gelmektedir. Bu çerçevede konu ile ilgili gerçekleştirilen bir çalışmada farklı ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilerin algıladıkları okul iklimi ile okula bağlılıkları ve akademik başarıları arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Pozitif okul ikliminin öğrenci bağlılığı ve akademik başarı üzerinde olumlu etkisi olduğu ortaya konulmuştur.[87] Bu durum, daha çok genç bireylerin değer dünyasını şekillendirmekte, bireylerin dijital ortamdaki aidiyetleri, zamanla fiziksel yaşamlarındaki sosyal gruplardan daha etkili bir konuma ulaşabilmektedir. Ayrıca sosyal medya, duygu aktarımı ve kolektif duygulanım yaratma açısından da güçlü bir mecra olarak işlev görmektedir. Toplumsal olaylar, doğal afetler, dinî günler veya siyasi gelişmeler gibi durumlar karşısında kullanıcılar, sosyal medya aracılığıyla kolektif tepkilerini, dualarını ya da dayanışma çağrılarını organize edebilmektedir. Eğitim, toplumların kalkınmasında ve bireylerin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişiminde belirleyici bir role sahiptir. Bu nedenle eğitim sistemlerinin sürekli güncellenmesi ve yenilikçi yaklaşımlarla desteklenmesi gereklidir. Özellikle ortaokul düzeyinde, öğrencilerin bilgi ve beceri kazanımlarını geliştirmede kullanılan öğretim yöntemleri ile değerlendirme araçlarının önemi dikkat çekmektedir.[88] Bu tür paylaşımlar, bireylerin ortak bir değer çevresi içinde buluşmalarını ve dijital ortamda duygusal dayanışma kurmalarını sağlamaktadır. Ancak duyguların bu kadar hızlı ve yoğun biçimde paylaşıma açılması, zamanla bireylerde duygu tükenmesine, empati yorgunluğuna ya da

[85] Sibel Öznur Gültekin, Şükrü Ada ve Hale Gönenç, "Sosyal Medyanın Öğrencilerin Aile İletişimi ve Sosyal Yaşantısı Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi ve Analizi," *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 10/6, (2024), s.823-832.
[86] Sibel Öznur Gültekin, Şükrü Ada ve Hale Gönenç, "Sosyal Medyanın Öğrencilerin Aile İletişimi ve Sosyal Yaşantısı Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi Ve Analizi", *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 10/6, (2024), s.828.
[87] Bahadır Pehlivan, *Farklı Ortaöğretim Kurumlarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Algıladıkları Okul İklimi İle Okula Bağlılıkları Ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.88-89.
[88] İclal Karadağ, *Beceri Temelli Sorulara İlişkin Ortaokul Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri: Bir Karma Yöntemler Araştırması* (İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.) s.1.

sembolik tepkilerle yetinme eğilimine de neden olabilmektedir. Ayrıca Hekimoğlu[89] yetişkin bireylerin sosyal medya kullanımı ile maneviyat arasındaki ilişkiyi araştırmış, sosyal medyanın maneviyatı destekleyici içeriklerin yaygınlaşmasına katkı sağladığını, ancak yüzeysel ve yanlış içeriklerin de maneviyat üzerinde olumsuz etkiler yaratabildiğini belirtmiştir. Bu minvalde sosyal medya, hem yerel dinî öğretilerin geniş kitlelere ulaşmasına katkı sağlamakta hem de kültürel çeşitliliği tehdit edebilecek biçimde standartlaştırıcı bir etkide bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal medya, din eğitimi, değer aktarımı ve kimlik gelişimi süreçlerinde hem bir fırsat hem de ciddi bir sorumluluk alanı oluşturmaktadır. Eğitimciler, dinî rehberler ve sosyal medya içerik üreticileri, bu mecraların potansiyelini doğru değerlendirerek bireyin dijital dünyada da bilinçli, sorumlu ve içtenlikli bir inanç inşası gerçekleştirmesine katkı sunmalıdır. Din eğitiminin temel amacı, bireyin doğuştan sahip olduğu din duygusunun sistematik bir biçimde açığa çıkarılmasıdır. Bu süreçte, bireyin manevi ihtiyaçlarının karşılanması yoluyla yaşam boyu bedensel ve ruhsal dengede, huzurlu bir hayat sürmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, hem dünyevî hem de uhrevî saadetin ancak nitelikli bir din eğitimi ile mümkün olabileceği kabul edilmektedir.[90]

Sosyal medya, aynı zamanda anlam inşa süreçlerini hızlandırmakta ve yeniden şekillendirmektedir. Geleneksel medya araçlarında yer alan haber, yorum ve analizler belirli editoryal süreçlerden geçerek kamuoyuna sunulurken sosyal medya ortamında bu süzgeçler büyük oranda ortadan kalkmakta, içerikler bireylerin bireysel algıları ve duygusal durumları doğrultusunda oluşturulmaktadır. Genel olarak eğitimde yapılan bir araştırmada ilkokul, ortaokul ve lise öğrencilerinin eğitim algılarını kavram ağları yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada öğrencilerin eğitim kavramına dair algılarında gelişim düzeylerine bağlı farklılıklar gözlenmiştir.[91] Bu durum, bireylerin karşılaştıkları bilgi, yorum ve içerikler üzerinde herhangi bir bağlamsal ya da bilimsel denetim olmadan kanaat oluşturmasına neden olmaktadır. Öğrencilerin eğitim algılarının belirlenmesinin, mevcut eğitim uygulamaları hakkında önemli veriler sağlayacağı dikkate alındığında, mevcut eğitim sisteminin öğrenci merkezli bir anlayıştan uzak olduğu görülmektedir. Öğrencilerin bugün sahip oldukları algıların, gelecekte benimseyecekleri değerleri şekillendireceği düşünüldüğünde, gerekli düzenlemeler yapılmadığı takdirde eğitim sisteminde mevcut sorunların ilerleyen dönemlerde de devam

[89] Meryem Hekimoğlu, *Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.58-60.
[90] Osman Varsak, *Sosyal Medya Kullanımının Dini İnanç ve Davranışla İlişkisi: Bursa Lise Öğrencileri Örneği* (Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.), s.1.
[91] Şeyma Şahin ve Abdurrahman Kılıç, "İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Eğitim Algılarına İlişkin Kavram Ağları", *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 52, (2021), s.18-38.

edeceği öngörülebilir.[92] Dolayısıyla sosyal medya, bilgiyi yalnızca sunmakla kalmamakta, aynı zamanda bireylerin bilgiyi nasıl anlamlandırdığını, yorumladığını ve içselleştirdiğini de doğrudan şekillendirmektedir. Sosyal medya mecralarında oluşturulan içeriklerin büyük bölümü, kısa süreli dikkat çekme stratejilerine dayalı olarak kurgulanmaktadır. Başlıkların vurucu olması, görsellerin çarpıcılığı ve içeriğin paylaşılabilirliği gibi unsurlar, içeriklerin yaygınlık kazanmasında belirleyici olmaktadır. Bu durum, özellikle dinî içeriklerde, derinlikli bir teolojik açıklama yerine sloganlaşmış ifadelerin tercih edilmesine neden olmaktadır. Oysa dinî bilgi, tarihsel, kültürel ve kavramsal bağlamlar içinde ele alındığında anlam kazanmaktadır. Bu noktada dinî içerik üreticilerinin hem içeriklerin pedagojik yapısını gözetmeleri hem de sosyal medya algoritmalarının mantığını doğru analiz etmeleri gerekmektedir.

2.2.3.3. Sosyal Medya Platformları ve Özellikleri

Sosyal medya platformları, dijital çağın birey-toplum iletişimini yeniden biçimlendiren çok katmanlı yapılar olarak işlev görmektedir. Bu platformlar, yalnızca bireylerin bilgiye ulaşmasını kolaylaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda bireylerin kimlik inşa süreçlerine, toplumsal etkileşimlerine, inanç sistemlerine ve değer üretimine doğrudan etki etmektedir. Her bir sosyal medya platformu, sunduğu teknik olanaklar, hedef kitle profili, içerik formatı ve algoritmik yapısı doğrultusunda farklı kullanım biçimleri ortaya koymakta, bu da sosyal medya olgusunun bütüncül olarak analizini gerekli kılmaktadır. Bu platform, bilhassa dinî cemaatlerin, cami derneklerinin ve sivil toplum kuruluşlarının dijital görünürlüğünü artırmakta, ancak aynı zamanda yanlış bilgilerin, ideolojik yönelimli içeriklerin ve kutuplaştırıcı söylemlerin yayılması açısından da riskler barındırmaktadır. Dinî metinler ve kutsal kitaplarda aktarılan bilgilerden hareketle, ilk insandan günümüze kadar bilinen insanlık tarihinin her aşamasında din olgusunun varlığını sürdürdüğü söylenebilir. Toplumsal varlıkla yaşıt olan din unsuru, insan yaşamının her alanına nüfuz etmiş; bilinçli ya da bilinçsiz biçimde bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemiştir.[93] Din olgusu, bireysel ve toplumsal düzeyde her dönem hassasiyet taşıyan bir konu olmuştur. Medya içerisinde yer alan dinî yayınlar ise toplumun din algısının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gerek geleneksel gerekse yeni medya araçları aracılığıyla sunulan bu yayınlar, bireyler ve toplum üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler ortaya çıkarabilmektedir.[94]

---

[92] Şeyma Şahin ve Abdurrahman Kılıç, "İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Eğitim Algılarına İlişkin Kavram Ağları", *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 52, (2021), s.37.
[93] Cem Zafer, "Postmodern Zamanlarda Dine Bakış", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/61, (2018), s.624-632.
[94] Ermiş Esra Vural, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.), s.60-64.

Instagram, görsel ve estetik odaklı yapısıyla öne çıkmakta, kullanıcıların fotoğraf ve kısa videolar aracılığıyla kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Instagram, bireylerin ibadet pratiklerini, manevi deneyimlerini ya da dinî sembollerini görsel estetik üzerinden sunmasına zemin hazırlamakta, bu durum zamanla dinî sembollerin tüketim nesnesine dönüşmesine neden olabilmektedir. Bu platformda dinî meseleler sıklıkla tartışılmakta, teolojik, felsefi ya da tarihsel dinî konular farklı bakış açılarıyla ele alınmakta fakat içerik sınırının kısa olması nedeniyle karmaşık meseleler çoğu zaman yüzeysel biçimde ifade edilmekte, bu da yanlış anlamalara, kutuplaşmalara ve bilgi kirliliğine neden olabilmektedir. X platformu, aynı zamanda anonimlik oranının yüksekliği nedeniyle bireylerin sorumluluk almadan fikir beyan ettiği, kimi zaman da dinî değerlere yönelik hakaret ya da aşırı yorumların yoğunlaştığı bir mecra haline gelmektedir. Bu durum, dinî hoşgörü kültürünü zedelemekte ve dijital ortamda radikal kutuplaşmaları beslemektedir. Bu çerçevede Şenkal[95] 5. sınıf ortaokul öğrencilerinin öğrenme ve çalışma sorumluluğu algılarını değerlendirmiştir. Öğrencilerin kendi öğrenme süreçlerinde sorumluluk alma eğilimlerinin çeşitli faktörlere bağlı olarak değiştiği belirlenmiştir. Bireylerin kısa videolarla karmaşık dinî kavramlara dair kanaat geliştirmesi, zamanla yanlış anlamaların ve bilgi sığlaşmasının yaygınlaşmasına neden olmaktadır. TikTok'un sunduğu yaratıcı formatlar, pedagojik çerçeveye oturtulmadığında, dinî değerlerin popüler kültür malzemesine dönüşmesi riskini artırmaktadır. Eğitimcilerin, din hizmeti sunan kişilerin ve içerik üreticilerinin bu platformların yapısal özelliklerini dikkate alarak içerik üretmesi, sosyal medya ortamlarının din eğitimi açısından verimli ve güvenli birer alan haline gelmesine katkı sunmaktadır. Bu çerçevede Koç (2021) medya haberlerinin din eğitiminde öğretim materyali olarak kullanımını değerlendirmiş, haberlerin dinî bilgilerin güncel ve yaşamsal bağlamda öğretilmesinde etkili olduğunu ancak içerik doğruluğu ve pedagojik uyumun önem taşıdığını belirtmiştir. Bu yapı, daha ziyade dinî konularda bireylerin eleştirel düşünme becerilerini sınırlamakta, sadece kendi düşünce sistemlerini teyit eden içeriklerle karşılaşmalarına neden olarak dinî kutuplaşmayı artırmaktadır. Bu çerçevede Varsak[96] Bursa il merkezindeki lise öğrencilerinin sosyal medyanın dinî yaşantıya etkilerine ilişkin algılarını incelemiştir. Öğrencilerin sosyal medyanın dinî pratikleri ve inançları şekillendirmede belirgin bir rol oynadığını düşündükleri, ancak bazı olumsuz etkiler de gözlemledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Daha çok hikaye ve canlı yayın gibi içerik türleri, sınırlı süreyle erişilebilir olmakta, bu da içeriğin kalıcılığını ve sistematik öğrenmeyi sınırlamaktadır.

[95] Dilek Şenkal, *Ortaokul Öğrencilerinin (5. Sınıf) Öğrenme ve Çalışma Sorumluluğuna İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi* (Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.87-91.
[96] Osman Varsak, "Sosyal Medyanın Dini Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği", *Din ve Bilim* 5/1, (2022), s.88-106.

Dinî eğitimin süreklilik, tekrar ve içselleştirme gerektirdiği düşünüldüğünde, sosyal medyanın sunduğu bu hızlı tüketim modeli pedagojik açıdan sorun teşkil etmektedir. Genel olarak gerçekleştirilen bir araştırmada sosyal medyanın dinî eğitim üzerindeki etkisini incelenmiş, sosyal medyanın dinî eğitim materyallerinin erişilebilirliğini artırdığı, ancak içeriğin doğruluğu ve kalitesi konusunda kaygılar olduğu belirtilmiştir.[97]

2.2.3.3.1. Sosyal Ağlar (Facebook, Twitter/X, Myspace vb.)

Sosyal ağlar, bireylerin dijital ortamda birbirleriyle etkileşim kurmalarını, bilgi paylaşmalarını ve sosyal bağlarını sürdürmelerini mümkün kılan platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bu platformlar, bireylerin çevrim içi kimliklerini oluşturmalarına, topluluklar içinde yer almalarına ve ortak ilgi alanları etrafında sosyal ilişkiler geliştirmelerine imkan tanımaktadır. Bu bağlamda yapılan bir incelemede ilk ve ortaokul öğretmenlerinin okullarda yaşanan akran zorbalığına ilişkin görüş ve önerilerini incelenmiştir. Öğretmenler zorbalığın sosyal ilişkilerde önemli bir sorun olduğunu belirtmiş, eğitim politikalarında zorbalıkla mücadeleye yönelik önleyici programların artırılması gerektiğini vurgulanmıştır.[98]

Sosyal ağlar, Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte pasif kullanıcıdan aktif içerik üreticisine geçişi mümkün kılmakta, bu yönüyle iletişim yapısında köklü bir dönüşüm meydana getirmektedir. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin etkileşimi sonucu ortaya çıkan dijital teknolojiler, pek çok yeni aracın gelişmesine zemin hazırlamıştır. Dijital teknoloji temelli internetin Web 2.0 aşamasına evrilmesiyle birlikte kullanıcı sayısında önemli bir artış yaşanmış; bu artışa paralel olarak kullanıcılar arasındaki etkileşim ve paylaşım yoğunluğu da belirgin şekilde yükselmiştir. Bu süreç, toplumsal yaşamın dönüşmesine ve giderek daha fazla internet üzerinden deneyimlenmesine neden olmuştur.[99] Söz konusu dönüşüm, dinî bilgiye ulaşma, inancı ifade etme ve dijital cemaatleşme gibi süreçleri de doğrudan etkilemektedir. Facebook, 2004 yılında kurulmasının ardından kısa sürede küresel ölçekte en yaygın sosyal ağlardan biri haline gelmiştir. Kullanıcıların kişisel profiller oluşturabildiği, arkadaş listeleri oluşturduğu, metin, görsel, video ve bağlantı paylaşımı yapabildiği bu platform, dinî içeriklerin paylaşımı açısından da etkili bir mecra oluşturmaktadır. Öğrencilerin okula duygusal bağ kurmalarında arkadaşları ve öğretmenleri en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Özellikle kırsal

---

[97] Üsame Çolak, "Social Media And Religious Education", *International Journal of Research Publication and Reviews* 4/7, (2023), s.2080-2087.
[98] Necip Tosun, Emre Ardil, Muhammet Şahin, Fatih Yılmaz ve Mustafa Göker, "İlk ve Ortaokul Öğretmenlerinin Okullarda Yaşanılan Akran Zorbalığı Hakkındaki Görüş ve Önerileri," *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 9/71, (2023), s.4003-4010.
[99] Tolga Saçıkaralı, *Sosyal Medyanın Kültür ve İletişimdeki Etkisi: Gençler Üzerine Bir İnceleme* (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.5.

bölgelerde yaşayan öğrencilerin, şehirdeki akranlarına kıyasla okula yönelik olumlu duygularını daha çok arkadaş ilişkilerine dayandırdıkları görülmektedir. Bu nedenle, okullarda iş birliğine dayalı yöntem ve tekniklerin kullanılması, öğrencilerin hem sosyalleşmelerine hem de akademik gelişimlerine katkı sağlayabilir.[100] Facebook grupları ve sayfaları aracılığıyla bireyler belirli dinî, mezhebi ya da ahlaki değerler etrafında topluluklar oluşturmakta, bu gruplarda paylaşılan içerikler sayesinde dinî bilgi akışı sürekli ve dinamik biçimde sağlanmakta ama bu yapı, aynı zamanda bilgi doğruluğu açısından belirli riskleri de beraberinde getirmektedir. Kaynağı belirsiz içeriklerin teolojik denetimden geçmeyen yorumların ve ideolojik eğilimli dinî söylemlerin yayılması, kullanıcıların yanlış yönlendirilmesine neden olabilmektedir. Bu durum, başta din eğitimi çağındaki bireylerde dinî algının şekillenmesinde kritik etkiler yaratmaktadır. Eğitim, çeşitli süreçler aracılığıyla bireyin davranışlarında istenilen niteliklerin kazandırılmasını hedefleyen bir olgu olarak tanımlanabilir. Din eğitimi ise, ilahî buyruklar doğrultusunda ahlaklı bireyler ve sağlıklı bir toplum oluşturmayı amaçlayan, farklı aşamaları kapsayan bir süreçtir. Bu süreç, ilk olarak ailede başlamakta; ardından okul ve cami gibi kurumsal yapılarda devam etmektedir.[101]

Sosyal ağlar, kullanıcıların dijital kimliklerini çok katmanlı biçimde sunmasına imkan tanımaktadır. Bireyler; profil bilgileri, görseller, paylaşımlar ve etkileşimleri aracılığıyla hem kendilerini tanıtmakta hem de ait oldukları değer sistemini görünür kılmaktadır. Bu yapı, bilhassa dinî kimliğin sosyal medyada temsilinde belirginleşmektedir. Dinî semboller, ibadet görüntüleri, kutsal metin alıntıları ya da ilahiler gibi içerikler, sosyal ağlar üzerinden paylaşılmakta, bu da bireyin inancını dijital dünyada ifade etmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, dinî değerlerin bireysel içtenlikten koparak dijital itibar stratejisinin bir parçası haline gelmesine yol açabilmektedir. Günümüzde dijital dünyadan uzak kalmak, bireysel ve toplumsal açıdan bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformlarını kullanmayan bireyler ise adeta görünmez ya da yok sayılan bir konuma indirgenmektedir. Din, bireyler için temel bir ihtiyaç olmaya devam ettiği sürece ve bu ihtiyaç dijital mecralar aracılığıyla karşılanabildiği müddetçe, din ile dijital dünya arasındaki ilişkinin varlığını sürdüreceği öngörülebilmektedir.[102] Genel olarak gerçekleştirilen bir incelemede öğrencilerin sosyal medya tutumları ile sosyal medyanın değerler üzerindeki etkisi arasındaki ilişki araştırılmış, sosyal

[100] Rüveyda Kukuş ve Arif Akto, "Ortaokul Öğrencilerinin Okula Bağlılık Durumlarına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi", *The Journal of International Educational Sciences* 31, (2022), s.60.
[101] Mehmet Yılmaz, *Türkiye'de Din Eğitimi Politikaları: Yasal-Kurumsal Çerçeve ve Aktörler* (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.), s.90.
[102] Meryem Hekimoğlu, *Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.58.

medya kullanımı arttıkça değerler algısında değişimler gözlemlenmiş, pozitif ve negatif etkilerin bir arada olduğu ortaya konmuştur.[103] Ayrıca sosyal ağlar, dinî bilgiye erişim açısından kolaylaştırıcı bir işlev üstlenmektedir. Akademisyenler, din görevlileri, cemaat liderleri ya da dinî kurumlar, sosyal ağlar aracılığıyla doğrudan içerik paylaşmakta, bu içerikler kısa sürede binlerce kullanıcıya ulaşmaktadır. Dinî sohbetler, vaazlar, infografikler ve kısa videolar, kullanıcıların dikkatini çekmekte ve dinî bilgiyi daha ulaşılabilir kılmaktadır.

Sosyal ağların dinî bilgiye erişimi kolaylaştırması, daha ziyade geleneksel eğitim yollarına ulaşamayan bireyler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Coğrafi, sosyoekonomik veya kültürel nedenlerle formel din eğitimi imkanı bulamayan bireyler, sosyal medya aracılığıyla farklı kaynaklara ulaşmakta, bu kaynaklar üzerinden kendi bilgi edinme süreçlerini yürütmektedir. Genel olarak yapılan bir incelemede ortaokul öğrencilerinde okul terk riskini araştırılmıştır. Araştırma, riskin çeşitli sosyoekonomik ve bireysel faktörlerden kaynaklandığını ve önleyici müdahalelerin erken dönemde yapılmasının gerekliliğini ortaya koymuştur.[104] Sosyal ağlarda sunulan içerikler, çoğu zaman sistematik bir din öğretim programının parçası olmayıp dağınık, tekil ve yorum ağırlıklı bilgi parçacıkları şeklinde sunulmaktadır. Bu parçalı öğrenme biçimi, bireyde dinî bilgi bütünlüğü yerine izlenimlere ve kanaatlere dayalı bir anlayış geliştirmektedir. Bununla birlikte sosyal ağlar yalnızca bireysel öğrenme süreçlerine değil, aynı zamanda dijital toplulukların oluşmasına da katkı sağlamaktadır.

Sosyal ağların dinî temsil ve sunum açısından sunduğu bir diğer imkan ise çoklu medya formatlarını bir arada kullanabilme özelliğidir. Yazılı içeriklerin yanı sıra videolar, ses kayıtları, canlı yayınlar ve grafik materyaller, kullanıcıların farklı öğrenme stillerine hitap edecek biçimde sunulabilmektedir. Bu çeşitlilik, öğrenme sürecinin etkinliğini artırmakta, aynı zamanda dinî bilgilerin daha çekici ve dikkat çekici bir biçimde sunulmasını sağlamaktadır. Bu noktada içerik üreticilerinin pedagojik hassasiyet göstermesi, dinî bilgiyi sunarken eğitsel bütünlüğü göz önünde bulundurması gerekmektedir. Sosyal ağlar üzerinden yürütülen dinî iletişim biçimleri, aynı zamanda dijital etik anlayışının gelişmesini de gerekli kılmaktadır. Dijital ortamda bireylerin yorum yapma, paylaşımda bulunma ya da eleştirme hakkına sahip olması, ifade özgürlüğü bağlamında olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada, özellikle dinî meselelerde saygılı, ölçülü ve müzakereye açık bir dijital iletişim kültürünün yerleşmesi gerekmektedir. Sosyal medya platformlarının bu tür bir kültürün

[103] Ahmet Koç ve Sümeyye Koç, "Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları İle Sosyal Medyanın Değerler Üzerindeki Etkisi Arasındaki İlişki", *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 56, (2023), s.410-435.
[104] Duygu Avşar ve İsmail H. Arslantaş, "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Terk Riskinin İncelenmesi", *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* 8/1, (2024), s.109-122.

gelişmesine imkan tanıyacak araçlar sunması, kullanıcıların da bu araçları bilinçli ve sorumlu biçimde kullanması beklenmektedir. Bu çerçevede eğitim araştırmaların birinde sosyal medyanın kültür ve iletişim üzerindeki etkisini gençler bağlamında incelenmiş, sosyal medyanın gençlerin kültürel değerleri ve iletişim biçimlerinde değişimlere yol açtığı, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurduğu belirtilmiştir.[105]Sosyal medya kullanımı gerek iş yaşamında gerek sosyal yaşamda bireyler için oldukça önem arz etmektedir.[106]

2.2.3.3.2. Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri (Instagram, YouTube, Flickr vb.)

Fotoğraf ve video paylaşım siteleri, sosyal medyanın görsel boyutunu merkezine alan dijital mecralar olarak gelişimini sürdürmektedir. Bu platformlar, bireylerin yalnızca metinsel içerikler aracılığıyla değil, aynı zamanda fotoğraf, grafik, kısa veya uzun formatlı videolarla da düşünce, duygu ve kimliklerini ifade etmelerine olanak tanımaktadır. İbadet anlarının, dinî günlerin, kutsal mekan ziyaretlerinin ve Kur'an-ı Kerim ayetlerinin görsel olarak paylaşılması, bireylerin manevi kimliğini sergileme biçimi haline gelmekte ama bu durum, zamanla içselleştirilmiş bir inanç pratiğinin dışa dönük bir gösteriye dönüşmesine yol açabilmekte, birey, inancını yaşamak yerine görünür kılma motivasyonuyla hareket etmektedir. Bunula birlikte Instagram gibi platformlar, dindarlığın mahrem boyutunu kamusallaştırmakta, bu da inanç ile sosyal onay arayışı arasında çelişkili bir yapı doğurmaktadır. "Öğrenci başarısının ödüllendirilmesi motivasyon geliştirme açısından önemlidir. Dolayısıyla, öğrencilerin bu tür bir beklenti içerisinde olmaları her zaman mümkündür. Bu durumu fark edemeyen öğrencilerin oranı düşük olsa da dikkate alınmalı ve ailelerle iş birliği yapılarak bilinçlendirici çalışmaların yürütülmesi faydalı olacaktır."[107]

Sosyal medya, günümüzde kullanımı hızla artan ve gelecekte daha da yaygınlaşacağı öngörülen bir alandır. Bununla birlikte teknolojik gelişmelerin de kullanıcıların yaşamları üzerindeki etkisini giderek artıracağı beklenmektedir. Bu nedenle, sosyal medya ve teknolojinin bir amaç değil, bireysel ve toplumsal ihtiyaçların karşılanmasına hizmet eden bir araç olduğuna ilişkin bilincin kullanıcılara kazandırılması gerekmektedir.[108] Görseller aracılığıyla sunulan içerikler, bireyin sadece bilişsel değil, aynı zamanda duyuşsal tepkilerini de harekete geçirmektedir. Bir ibadet sahnesi, bir kutsal mekanın görüntüsü ya da dinî bir törenin videosu;

---

[105] Tolga Saçıkaralı, *Sosyal Medyanın Kültür ve İletişimdeki Etkisi: Gençler Üzerine Bir İnceleme* (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.120-121.
[106] Meryem Hekimoğlu, *Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.58.
[107] Osman Ali Engin, Şenay Özen ve Vedat Bayoğlu, "Öğrencilerin Okul Öğrenme Başarılarını Etkileyen Bazı Temel Değişkenler", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 3, (2009), s.152.
[108] Meryem Hekimoğlu, *Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.58.

izleyicide empati, merak, saygı veya hayranlık gibi çeşitli duyguları tetiklemektedir. Dolayısıyla görsel medya, bireyin dinî değerlerle olan ilişkisini yalnızca bilgi düzeyinde değil, aynı zamanda deneyim düzeyinde de şekillendirmektedir. Geleneksel anlamda dinî bilgiye ulaşmak için sınırlı sayıdaki kaynaklara ve dinî otoritelere başvurulurken günümüzde YouTube gibi platformlarda birçok içerik üreticisi dinî bilgi paylaşımında bulunmakta, takipçileriyle yorumlar, canlı yayınlar ya da abonelik sistemleri üzerinden doğrudan ilişki kurmaktadır. Bu yapı, bireylerin dinî bilgiye ulaşma sürecini kolaylaştırmakta, ancak aynı zamanda geleneksel otorite yapısını zayıflatarak, bilgi kargaşası ve otorite boşluğu yaratmaktadır. Bu noktada dijital ortamda faaliyet gösteren dinî içerik üreticilerinin akademik donanım, kaynak kullanımı ve etik sorumluluk bakımından belli standartlara sahip olmaları büyük önem taşımaktadır. Bilginin dijital platformlar aracılığıyla iletilmesini mümkün kılan dijitalleşme, toplumsal yaşamın sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarında önemli dönüşümlere yol açmış; bu değişim dinî alanı da etkilemiştir. İnsanın düşünce ve davranışlarına yön veren geleneksel değerlerin yerini dijital iletişim kültürünün almaya başlaması, yeni dinî anlayış ve pratiklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.[109]

Görsel tabanlı bu platformların din eğitimi açısından sunduğu fırsatlar, yalnızca bireysel öğrenme süreçleriyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda kurumsal dinî yapıların eğitim ve tebliğ faaliyetlerini dijital ortama taşımasına da olanak tanımaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından sunulan Kur'an öğrenme programları, vaazlar ve namaz vakitleri uygulamaları daha da geliştirilebilir. Ayrıca, kurumun okul öncesi kreş hizmetleri gibi din eğitimi faaliyetlerinin yaşlı bireyler ve toplumun farklı kesimlerini de kapsayacak şekilde çeşitlendirilmesi yerinde olacaktır.[110] Diyanet İşleri Başkanlığı, vakıflar, cemaatler ve bağımsız dinî oluşumlar; YouTube kanalları, Instagram sayfaları ve diğer görsel paylaşım araçları üzerinden halka açık içerikler üretmekte, bu içerikler aracılığıyla bireyleri bilgilendirmekte, yönlendirmekte ve dijital etkileşimi güçlendirmektedir. Bu tür içerikler, geleneksel cami merkezli din eğitiminin yerini almasa da, onu destekleyici bir rol üstlenmekte, zaman ve mekan sınırlamalarını aşarak geniş kitlelere ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

Söz konusu platformlar, bireylerin görsel hafızasına hitap eden özellikleriyle de dinî bilginin kalıcılığını ve içselleştirilmesini desteklemektedir. Kur'an-ı Kerim tilaveti, ezan sesleri, dinî mimari yapıların görselleri veya dinî ritüellerin video kayıtları, bireyin duyusal

[109] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.92.
[110] Mehmet Yılmaz, *Türkiye'de Din Eğitimi Politikaları: Yasal-Kurumsal Çerçeve ve Aktörler* (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.), s.93.

belleğinde güçlü bir yer edinmekte, böylece öğrenme süreci yalnızca bilişsel değil, aynı zamanda duygusal ve estetik katmanlarla da zenginleşmektedir. Bu durum, bilhassa genç bireylerde dinî içeriklere karşı olumlu bir yaklaşım gelişmesini desteklemekte, soyut kavramların somutlaştırılarak sunulması, öğrenmenin daha etkili ve kalıcı olmasına katkı sunmaktadır.

2.2.3.3.3. Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Platformları (EBA, Google Classroom vb.)

Eğitim, insanın doğumundan ölümüne kadar, yani "beşikten mezara" uzanan kesintisiz bir süreçtir. Bir toplumun gelişmişlik ya da geri kalmışlık düzeyi ile o toplumun eğitim sistemi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Nitekim bir ülkenin sosyal, ekonomik ve teknolojik açıdan çağdaş toplumlar seviyesine ulaşabilmesi, o toplumu oluşturan bireylerin niteliklerine ve sahip oldukları donanımlara bağlıdır.[111] Eğitsel amaçlı sosyal medya platformları, teknolojinin eğitim ortamlarına entegre edilmesi sürecinde geliştirilen dijital araçlar olarak öne çıkmaktadır. Bu tür platformlar, öğretmen ve öğrenci etkileşimini artırmakta, öğretim sürecini zamandan ve mekandan bağımsız hale getirmekte ve bireyselleştirilmiş öğrenme deneyimlerini desteklemektedir. Eğitsel sosyal medya araçları, hem içerik paylaşımını hem de geribildirim, değerlendirme ve etkileşim süreçlerini dijital ortamda kolaylaştırmakta, bu yönüyle formel eğitim sistemine güçlü bir destek sunmaktadır. Bu platformlar yalnızca akademik başarıyı değil, aynı zamanda bilişim teknolojilerini bilinçli kullanma, dijital sorumluluk bilinci geliştirme ve bilgiye etkin erişim sağlama gibi 21. yüzyıl becerilerinin kazandırılmasında da önemli rol oynamaktadır.

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de yaygın biçimde kullanılan internet, kısa süre içerisinde küresel ölçekte kendi kültürünü oluşturmuştur. İnternetin daha fazla haneye ulaşması ve kullanım alanlarının hızla artması, kullanıcıların internete erişim imkânlarını genişletmekte ve yaygınlaştırmaktadır.[112] Türkiye'de Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen Eğitim Bilişim Ağı (EBA), çevrim içi öğrenme platformları arasında yerel ve merkezi düzeyde en yaygın kullanılan örneklerden biridir. EBA, öğrencilere ders içerikleri, videolar, testler, etkileşimli etkinlikler ve öğretmenler tarafından yüklenen materyaller aracılığıyla bilgiye erişim imkanı sağlamaktadır. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi başta olmak üzere, değerler eğitimi kapsamında kullanılan içerikler EBA üzerinden öğrencilere ulaştırılmakta, böylece dinî ve ahlaki bilgiler pedagojik yapıya uygun, denetlenmiş ve sistematik biçimde sunulmaktadır.

---

[111] Nazike Karagözoğlu, "Ortaokul 5. Sınıflarda Tercih Edilen Seçmeli Dersler ve Tercih Nedenlerinin Öğrenci ve Veli Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi", *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi* 5/1, (2015), s.70.

[112] Abdülkadir Beder, *Ortaokul Öğrencilerinin Güvenli İnternet Kullanım Durumlarının Belirlenmesi* (Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.), s.1.

Ayrıca öğretmenlerin öğrencilerin gelişimini bireysel olarak izleyebilmesi, geri bildirim verebilmesi ve dijital ortamda ödev değerlendirmesi yapabilmesi, eğitsel süreci daha dinamik ve kontrol edilebilir hale getirmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen bir çalışmada dopamin etkisiyle oluşan sosyal medya bağımlılığının fen lisesi öğrencilerinin ders çalışma tutumlarına etkisini incelenmiş, bağımlılığın ders çalışma motivasyonunu düşürdüğü ve akademik başarıyı olumsuz etkilediği ortaya konmuştur.[113]Dopamin etkisiyle ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığının fen lisesi öğrencilerinin ders çalışma tutumlarına etkisini inceleyen bu araştırmada elde edilen bulgular, üç farklı boyut çerçevesinde değerlendirilebilir.[114]

Google Classroom gibi sistemlerin sunduğu esneklik, dinî ve değer temelli içeriklerin de dijital olarak işlenmesini mümkün kılmakta, böylece Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersleri veya mesleki dinî eğitim alanları da çağın teknolojik koşullarına uygun biçimde yürütülebilmektedir. Bu tür platformların en belirgin özelliklerinden biri, resmi eğitim müfredatına bağlı kalınarak hazırlanmış içeriklerin dijital ortamda sunulmasıdır. Bu bakımdan Hocaoğlu[115] dijital dünyada din anlayışındaki değişimleri incelemiş; teknolojik gelişmeler ve sosyal medya aracılığıyla dinî bilginin yayılımının hızlandığını, ancak bu durumun dinî bilgiye yönelik algı ve anlayışlarda çeşitliliğe ve bazen yanlış anlamalara yol açtığını ortaya koymuştur. Teknolojik gelişmeler sonucunda dijital ortamda bilgi kaynaklarına erişimde sınırların ortadan kalkması, içerik üretiminde reyting odaklı bir anlayışın öne çıkmasına yol açmıştır. Bu durum, niceliksel artış sağlarken aynı zamanda niteliksel bir düşüşü de beraberinde getirmiştir.[116] Böylece bilgi doğruluğu, pedagojik uyum ve kaynak güvenilirliği açısından standartlar sağlanmakta, öğrenci, sosyal medya mecralarında karşılaştığı karmaşık ve denetimsiz dinî içeriklere kıyasla daha sağlıklı bir bilgiye ulaşabilmektedir. Ayrıca bu platformlar, bireylerin sadece bilgiye ulaşmasını değil, aynı zamanda bu bilgiyi anlamlandırmasını, pekiştirmesini ve kendi öğrenme sürecini yönetmesini de teşvik etmektedir. Okul dışı öğrenmenin öğrenciler üzerinde ortaya koyduğu çok yönlü olumlu etkiler, bu modelin öğrencilerle birlikte sürdürülmesinin gerekliliğine ilişkin önemli bir fikir vermektedir. Bununla birlikte, dikkate

[113] İbret Dal ve Nurcihan Gök, "Dopamin Etkisiyle Oluşan Sosyal Medya Bağımlılığının Fen Lisesi Öğrencilerinin Ders Çalışma Tutumlarına Olan Etkisi", *ASELS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi* 4/1, (2024), s.228-239.
[114] İbret Dal ve Nurcihan Gök, "Dopamin Etkisiyle Oluşan Sosyal Medya Bağımlılığının Fen Lisesi Öğrencilerinin Ders Çalışma Tutumlarına Olan Etkisi", *ASELS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi* 4/1, (2024), s.237.
[115] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.85-86.
[116] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.93.

alınması gereken en kritik hususlardan biri, okul dışı öğrenme sürecinin doğrudan muhatabı olan öğrencilerin bu konuya dair algı düzeylerinin belirlenmesidir. [117]

Eğitsel sosyal medya platformları, aynı zamanda öğretmenlerin dijital içerik üreticisi haline gelmesine olanak tanımaktadır. EBA ve benzeri sistemlerde öğretmenler, kendi hazırladıkları özgün materyalleri sisteme yükleyebilmekte, bu içerikler diğer öğretmenlerce de kullanılabilmektedir. Bu durum, öğretmenler arasında mesleki paylaşımı artırmakta, aynı zamanda içerik çeşitliliğini ve kaliteyi desteklemektedir. Öğrencilerin farklı öğrenme stillerine hitap eden videolar, etkileşimli sunumlar veya görsel materyaller, dinî eğitimi daha anlaşılır, ilgi çekici ve kalıcı hale getirmektedir. Eğitsel sosyal medya platformlarının önemli bir diğer yönü, zaman ve mekan sınırlılıklarını ortadan kaldırarak öğrenme sürecini kesintisiz hale getirmesidir. Geleneksel sınıf ortamının sınırları, bu dijital sistemler aracılığıyla aşılmakta, öğrenci dilediği zaman, dilediği yerden öğretim materyallerine ulaşabilmektedir. Bu durum, bireysel öğrenme hızına ve öğrenme stiline uygun biçimde ilerleyen daha kişiselleştirilmiş bir eğitim ortamı sunmaktadır.

Eğitsel sosyal medya platformları, yalnızca öğrenci ve öğretmen etkileşimini değil, veli katılımını da dijital eğitim sürecine dahil etmektedir. Daha çok EBA gibi sistemlerde velilere yönelik bilgilendirme mesajları, öğrenci başarı raporları ve öğrenme takvimi gibi modüller aracılığıyla veliler, çocuklarının öğrenme sürecine daha aktif biçimde katılabilmektedir. Din eğitimi açısından bu katılım, evde değerler eğitiminin pekiştirilmesine katkı sunmakta, öğrencinin aile ortamında da desteklenmesini kolaylaştırmaktadır. Bununla beraber yapılan bir araştırmada sosyal medya ve din-eğitim ilişkisinin pratikteki yansımalarını analiz edilmiş, sosyal medyanın din eğitimi süreçlerinde hem fırsatlar hem de zorluklar yarattığı sonucuna varılmıştır.[118] Bilhassa farklı mezhepler, yorumlar ya da kültürel anlayışlara sahip bireylerin bir arada bulunduğu dijital sınıf ortamlarında, içerik üreticisinin bütünleştirici ve tarafsız bir yaklaşım benimsemesi büyük önem arz etmektedir. Toplumsal değişim ve dönüşüm süreci içerisinde medya ile din, modern bireyin davranışlarını ve yaşam tarzını şekillendirmede giderek artan bir etkiye sahip olmuştur. Bu süreç yalnızca birey düzeyinde değil, aynı zamanda medya ile din arasındaki karşılıklı bağımlılık ve etkileşim açısından da belirleyici olmuştur. Söz

[117] Omca Elfi Çobanoğlu, Pınar Tağrikulu ve Ayça Cirit Gül, "Ortaokul Öğrencilerinin Okul Dışı Öğrenmeye Yönelik Algı Düzeylerinin İncelenmesi", *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi* 8/3, (2021), s.500.
[118] İsmail Demir, "Reflection Of Social Media, Religion-Education Relationship İn Practice", *JASS Studies – The Journal of Academic Social Science Studies* 17/100, (2024), s.138-139.

konusu etkileşim, her dönemde yeni boyutlar kazanmış ve özellikle dijitalleşme ile birlikte daha da güçlenerek devam etmiştir.[119]

Eğitsel sosyal medya araçları, aynı zamanda dinî anlatım biçimlerini çeşitlendirmeye imkan tanımaktadır. Geleneksel anlatım yöntemlerinin ötesinde video dersler, dijital hikayeler, infografikler, animasyonlar ve etkileşimli uygulamalar sayesinde dinî konular daha etkili, anlaşılır ve ilgi çekici hale getirilebilmektedir. Bu çeşitlilik, öğrenci motivasyonunu artırmakta, soyut kavramların somut örneklerle desteklenmesini kolaylaştırmaktadır. Daha çok genç yaş grubundaki öğrencilerde, dikkat süresinin kısa olması nedeniyle bu tür dijital anlatım biçimleri öğrenmenin kalıcılığı açısından oldukça etkili sonuçlar doğurmaktadır. Eğitsel amaçlı sosyal medya platformlarının sağladığı imkanlardan biri de öğrenciler arası iş birliği ve kolektif öğrenme kültürünün gelişimini desteklemesidir. Sosyal medya platformlarına internet aracılığıyla erişim sağlandığı dikkate alındığında, internet bağımlılığı ile sosyal medya bağımlılığının belirli açılardan benzerlik gösterdiği söylenebilir. Nitekim konuya ilişkin yapılan araştırmalar, internet bağımlılığında gözlemlenen belirtilerin benzer biçimde sosyal medya bağımlılığında da ortaya çıktığını göstermektedir.[120] Bu çerçevede Demirkol[121] sosyal hayata katkı bağlamında din eğitiminin önemini incelemiş, din eğitiminin toplumsal uyum ve bireysel gelişim için temel rol oynadığı vurgulanmıştır. Bu platformlar aynı zamanda veri odaklı bir öğretim süreci yürütülmesini mümkün kılmaktadır. Öğrencilerin platform üzerindeki etkinlikleri, içeriklere erişim sıklığı, test sonuçları ve etkileşim düzeyleri sistem tarafından kayıt altına alınmakta, öğretmenler bu veriler doğrultusunda öğrenciye özgü öğretim stratejileri geliştirebilmektedir. Bu tür bir öğrenme analitiği yaklaşımı, dinî eğitimin bireysel farklılıkları gözeten bir yapıya kavuşmasına yardımcı olmakta, öğretmenin rehberlik rolünü güçlendirmekte ve öğrencinin eksik olduğu alanların tespit edilmesini kolaylaştırmaktadır. Öğretmenlerin, kavrama güçlüğü yaşayan öğrencilerin konuları daha iyi anlayabilmelerine imkân tanıyacak şekilde yeterli tekrar çalışmaları yapmaları eğitim süreci açısından uygun ve faydalı olacaktır.[122]

Her sosyoekonomik düzeydeki öğrenciye eşit imkan sunulması, bilgiye ulaşımda dijital bölünmeyi azaltmakta, eğitimde adalet ilkesine katkı sunmaktadır. Din eğitimi bağlamında ise farklı bölgelerden, farklı altyapılara sahip okullardan gelen öğrencilerin eşit düzeyde nitelikli

---

[119] Adem Al, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınlarla İlgili İzleyici Algısı Araştırması* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.), s.1.

[120] İbret Dal ve Nurcihan Gök, "Dopamin Etkisiyle Oluşan Sosyal Medya Bağımlılığının Fen Lisesi Öğrencilerinin Ders Çalışma Tutumlarına Olan Etkisi", *ASELS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi* 4/1, (2024), s.230.

[121] Nursena Demirkol, *Sosyal Hayata Katkısı Açısından Din Eğitimi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.1-2.

[122] Osman Ali Engin, Şenay Özen ve Vedat Bayoğlu, "Öğrencilerin Okul Öğrenme Başarılarını Etkileyen Bazı Temel Değişkenler", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 3, (2009), s.153.

dinî bilgiye ulaşması sağlanmakta, bu durum, öğrenciler arası bilgi eşitsizliğini azaltmaktadır. Eğitsel sosyal medya platformlarının din eğitimi açısından bir başka dikkat çeken yönü, dinî kavramların çağdaş bağlamlarla ilişkilendirilmesine olanak sunmasıdır. Ayrıca gerçekleştirilen bir araştırmada dinî eğitim alan öğrencilerin sosyal medya kullanım eğilimlerini İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencileri örneğiyle araştırılmıştır. Çalışma, her iki grup arasında sosyal medya kullanımında farklılıklar olduğunu ortaya koymakta, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya içeriklerini daha eleştirel değerlendirdikleri ve dinî içerikli paylaşımlara daha fazla ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir.[123] Dijital içerikler aracılığıyla öğrenciler, örneğin sabır, doğruluk, adalet, kul hakkı gibi temel dinî ve ahlaki değerleri güncel sosyal meselelerle ilişkilendirme imkanı bulmakta, bu durum öğrencilerin dinî bilgileri günlük yaşamla bağdaştırmalarını kolaylaştırmaktadır. Dinin dijital platformların akışkan ve etkileşimli yapısında konumlanması, toplumsal ve sosyal değişim süreçleriyle birlikte dinî anlayışın yeni bir boyut kazanmasına zemin hazırlamaktadır. İnternet, benzer dinî perspektiflere sahip bireyleri mesafe ve zaman sınırlamalarını aşarak aynı inanç ekseninde bir araya getirmekte ve bu etkileşim, bireylere hem kolektif aidiyet duygusu hem de kişisel bir tatmin sağlamaktadır.[124] Bu esneklik, daha ziyade genç kuşakların ilgi alanlarına, teknolojik alışkanlıklarına ve güncel sosyokültürel gerçekliğe hitap eden içeriklerin oluşturulmasına imkan tanımaktadır.

2.3. Sosyal Medya ve Eğitim

Sosyal medya, yalnızca bireylerin birbirleriyle iletişim kurduğu bir mecra olmanın ötesinde bilgiye ulaşma, bilgiyi dönüştürme ve paylaşma süreçlerini etkileyen çok yönlü bir dijital ekosistem olarak eğitim alanında da önemli bir yer edinmektedir. Belirgin biçimde dijital teknolojilerin eğitime entegrasyonu hız kazandıkça, sosyal medya araçları da pedagojik süreçlerin bir parçası haline gelmekte, öğretmen, öğrenci ve veli üçgeninde yeni etkileşim biçimleri ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda konu ile ilgili yapılan bir çaılşmada Türkiye'deki ilkokullarda Suriyeli mülteci öğrencilerin sınıflardaki oturma düzenini ve sosyal konumlarını incelenmiş, sosyal entegrasyonun önündeki fiziksel ve sosyal engelleri tartışılmıştır.[125]

---

[123] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.53.

[124] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.92-95.

[125] Mehmet Başaran, "Where And By Whom Do Syrian Refugee Students Sit İn The Classroom İn Primary School İn Turkey?," *Ulakbilge* 54, (2020), s.1290-1296.

Sosyal medya, bilgiye ulaşma hızını artırmakta ve farklı kaynaklardan gelen içerikleri aynı anda değerlendirme imkanı sunmaktadır. Bu çeşitlilik, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerinin gelişmesine katkı sağlamakta, birden fazla perspektifi aynı anda görme, bilgi kaynaklarını karşılaştırma ve bilgiye ilişkin analiz yapma becerilerini desteklemektedir. "Bu becerilerin gelişmesine destek olan fen bilimleri eğitiminin niteliğini arttırmak için ihtiyaç olduğunda sınıf içinde kullanılan eğitim-öğretim süreçlerinin geliştirilmesi, yeni yaklaşımlar üretilmesi gibi araştırmalar yapılmaktadır."[126] Bu yönüyle sosyal medya, yalnızca bir bilgi aktarım aracı değil, aynı zamanda bilgiye ulaşma ve bilgiyi yeniden yapılandırma ortamı olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle sosyal medya tabanlı eğitim ortamlarında medya okuryazarlığı eğitiminin verilmesi, öğrencilerin dijital içerikleri eleştirel süzgeçten geçirme yeteneğini kazanmaları açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca öğretmenlerin kendi aralarında oluşturdukları dijital paylaşım grupları, mesleki deneyimlerin paylaşılmasına, ortak sorunların tartışılmasına ve çözüm yollarının geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, sosyal medyanın yalnızca öğrenci merkezli değil, aynı zamanda öğretmen merkezli bir gelişim platformu olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu süreç çerçevesinde yapılan bir çalışmada yabancı dilde kelime öğrenme stratejilerinin karar ağaçları analiziyle incelenmesini gerçekleştirilmiştir. Araştırma, farklı strateji kullanım örüntülerinin öğrenme başarısını etkilediğini ve bu stratejilerin öğrencilerin bireysel özelliklerine göre çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır.[127] Yabancı dil, günümüz dünyasında teknolojik gelişmelerin, bilimsel ilerlemelerin ve sosyalleşmenin doğal bir sonucu olarak büyük önem kazanmıştır. Günümüzde millî dil tek başına yeterli olmamakta; bireylerin yeni dünya düzenine uyum sağlayabilmeleri için evrensel ölçekte kabul gören geçerli bir yabancı dili bilmeleri kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmektedir.[128] Bu nedenle sosyal medya eğitim ortamlarında, dijital etik ilkeler çerçevesinde bir kullanım kültürü oluşturulması, öğretmen ve öğrencilere yönelik rehberlik ve denetim süreçlerinin planlı biçimde yürütülmesi gerekmektedir. Aksi takdirde sosyal medyanın sunduğu olanaklar, öğrenme ortamının niteliğini artırmak yerine pedagojik anlamda zayıflatıcı sonuçlara yol açabilmektedir. Bu çerçevede konu ile ilgili yapılan bir araştırmada ortaokullarda verilen karakter eğitimi uygulamalarını öğretmen görüşlerine dayanarak değerlendirilmiştir.[129] Çalışmada, karakter eğitiminin önemli olduğu ancak uygulamada çeşitli zorluklar yaşandığı,

[126] Murat Genç, Seyit Ulugöl ve Selma Ünsal, "Ortaokul Öğrencilerinin Yaşam Temelli Öğrenme Hakkındaki Görüşleri", *Researcher: Social Science Studies* 5/9, (2017), s.245.
[127] Tuğba Akbay Şimşek ve Emre Toprak, "Yabancı Dilde Kelime Öğrenme Stratejileri Kullanımının Karar Ağaçları İle İncelenmesi", *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 31, (2022), s.1258-1260.
[128] Tuğba Akbay Şimşek ve Emre Toprak, "Yabancı Dilde Kelime Öğrenme Stratejileri Kullanımının Karar Ağaçları İle İncelenmesi", *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 31, (2022), s.1246.
[129] Bilgin Akçin, *Ortaokullarda Verilen Karakter Eğitimi ve Uygulamalarının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi* (Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.), s.102-103.

öğretmenlerin eğitim materyalleri ve rehberlik konularında destek ihtiyacı duyduğu vurgulanmıştır. Günümüzde yabancı dil, küresel ölçekte bireylerin en temel gereksinimlerinden biri olarak görülmektedir. Farklı kültürlerden gelen insanların etkileşim ve iletişim süreçlerinin yabancı dil aracılığıyla gerçekleşmesi, bu alanın önemini tarihsel olarak sürekli kılmıştır. İnsanlık tarihinin erken dönemlerinden itibaren, toplumsal, ekonomik ve kültürel ilişkilerin bir gereği olarak yabancı dil öğrenimine yönelik ilginin artarak devam ettiği gözlemlenmektedir.[130]

Sosyal medyanın eğitimle kesiştiği bir başka önemli alan, öğrencilerin ifade özgürlüğü ve yaratıcılık becerilerinin gelişmesine sunduğu katkıdır. Geleneksel sınıf ortamında çekingen davranan veya düşüncelerini paylaşmakta zorlanan öğrenciler, sosyal medya aracılığıyla kendilerini daha rahat ve özgün biçimde ifade edebilmektedir. Başta blog, vlog, podcast ve kısa video içerikleri gibi paylaşım biçimleri, öğrencilerin bireysel düşüncelerini, yorumlarını ve öğrenmeye dair yaklaşımlarını geniş kitlelerle paylaşmasına imkan tanımaktadır. Bu durum, bireyin özgüvenini artırmakta, öğrenmeyi yalnızca bilgi edinme değil, aynı zamanda üretme ve yayma süreci olarak içselleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Yaratıcılığın teşvik edilmesi, sadece akademik başarıyı değil, aynı zamanda sosyal ve duyuşsal gelişimi de desteklemektedir. Ayrıca sosyal medya, yaşam boyu öğrenme kültürünün yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bireyler, formel eğitimin sona erdiği noktadan itibaren de sosyal medya üzerinden yeni bilgilere ulaşmakta, ilgi alanlarına yönelik içeriklerle kişisel gelişimlerini sürdürmektedir. Daha ziyade öğretmenler, akademisyenler ve uzmanlar tarafından üretilen eğitsel içerikler, güncel bilgilere erişimi kolaylaştırmakta ve bireyin kendi öğrenme sürecini bağımsız şekilde yönetmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca eğitimle ilgili gerçekleştirilen bir inceelemede sosyal medyanın ortaöğretim öğrencilerinin söz dağarcığı üzerindeki etkisi araştırılmış, sosyal medyanın kelime dağarcığını genişletme potansiyeline sahip olduğunu ancak aşırı ve kontrolsüz kullanımın dil becerilerinde olumsuzluklara yol açabileceğini belirtilmiştir.[131]

2.4. Sosyal Medya ve Din Eğitimi

Günümüz dijital çağında sosyal medya, yalnızca bireyler arası iletişimin sağlandığı bir mecra olmanın ötesinde aynı zamanda bilgi üretimi, değer aktarımı ve kimlik inşası gibi çok yönlü işlevleri yerine getiren bir sosyal alan haline gelmektedir. Bu dönüşüm, dinî yaşam ve din eğitimi üzerinde de derin etkiler yaratmaktadır. Geleneksel din eğitimi anlayışları; cami, okul, aile ve çevre gibi fiziksel ortamlarda yürütülen öğretim süreçlerine dayanırken,

[130] Batuhan Çınar ve Gencer Ekılıç, "Özel Okullardaki Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı İngilizce Kelime Öğrenme Stratejileri: Kars İli Örneği", *Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 24, (2019), s.353.
[131] Nuray Cahan, *Sosyal Medyanın Orta Öğretim Öğrencilerinin Söz Dağarcığına Etkileri* (Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.88-89.

günümüzde sosyal medya platformları dinî bilgilerin edinildiği, sorgulandığı ve paylaşıldığı yeni dijital mekanlar olarak işlev görmektedir. Bu durum, dinî bilgiye ulaşımı kolaylaştırmakta ancak beraberinde bilgi kirliliği, otorite boşluğu ve yanlış yönlendirme gibi ciddi riskleri de ortaya çıkarmaktadır. Başta genç bireyler, doğruluğu teyit edilmemiş içeriklere kolayca ulaşmakta, bu da dinî kavramların yanlış anlaşılmasına ve uygulamada sapmalara neden olabilmektedir. Tüm bunlar bağlamında Choiri[132] Ponorogo'daki milenyum kuşağı öğrencileri arasında sosyal medyanın dinî kalıpların oluşumundaki etkisini incelemiş, sosyal medyanın dinî inançların şekillenmesinde belirleyici bir unsur olduğunu, olumlu ve olumsuz etkiler barındırdığını ortaya koymuştur.

Sosyal medya, aynı zamanda bireylerin dinî kimliklerini görünür kıldıkları ve temsil ettikleri bir alan olarak da işlev görmektedir. Öğrenciler; ibadet anlarını, dua paylaşımlarını, kutsal metinlerden alıntıları ve dinî günlere dair mesajlarını sosyal medya hesapları aracılığıyla paylaşmakta, bu paylaşımlar yoluyla hem kendilerini ifade etmekte hem de dijital topluluklar içinde bir aidiyet duygusu geliştirmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, dinî kimliğin yalnızca içsel bir inanç alanı olarak değil, aynı zamanda sosyal onay, görünürlük ve aidiyet gibi dışsal motivasyonlarla biçimlendiği bir ortam oluşturmaktadır. Bu durum, din eğitiminin psikososyal boyutlarını da yeniden değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Bilhassa ergenlik dönemindeki öğrenciler, sosyal medyada karşılaştıkları içeriklerle dinî bilgilerini biçimlendirmekte, bu içerikler kimi zaman geleneksel dinî eğitimden farklı görüşler içerebilmekte ve öğrencilerde çelişkili bir anlayışa neden olabilmektedir. Geleneksel dinî kaynaklarla mukayese edildiğinde sosyal medya, araştırılan konular hakkında çok sayıda içeriğe hızlı biçimde ulaşma ve kısa sürede geri bildirim elde etme imkânı sunmaktadır. Bu özellikleri, sosyal medyayı günümüzün en etkin bilgi ve iletişim araçlarından biri haline getirmişti.[133]

Sosyal medya, aynı zamanda din eğitiminin etkileşim boyutunu zenginleştirmektedir. Geleneksel sınıf ortamında soru ve cevap, tartışma veya yorum yapma süreçleri zamana ve mekana bağlı iken sosyal medya, öğrencilerin öğretmenleriyle ve birbirleriyle 7/24 etkileşim kurabilmelerini mümkün kılmaktadır. Bu durum, çoğunlukla çevrim içi dinî sohbetler, canlı yayınlar, forum tartışmaları veya kısa video yorumları gibi araçlarla, öğrenme sürecinin çok boyutlu hale gelmesini sağlamakta ama bu süreçlerin pedagojik bir yaklaşımla yapılandırılması ve din eğitiminin temel hedefleriyle uyumlu olması gerekmektedir. Aksi takdirde bu etkileşim

[132] Miftachul Moh. Choiri, Abu Muslim ve Sham Mohd Abu Kamis, "The İmpact Of Social Media On The Formation Of Religious Patterns Among Millennial Students İn Ponorogo", *Cendekia* 22/2, (2024), s.171-183.
[133] Neslihan Hocaoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.93.

ortamları, bilgi dışı öğelerle şekillenerek eğitimi yüzeyselleştirebilmektedir. Sosyal medyada yer alan dinî içerikler, aynı zamanda değerler eğitimi açısından da önemli fırsatlar sunmaktadır. Toplumsal sorumluluk, empati, yardımlaşma, doğruluk ve sabır gibi evrensel dinî değerler, sosyal medya kampanyaları, video paylaşımları ve etkileşimli içerikler aracılığıyla öğrencilere aktarılabilmektedir. Bu bağlamda yapılan bir çalışmada medyada yer alan dinî içerikli yayınların izleyici algısını iki ayrı çalışmada incelenmiştir.[134] Araştırmalar, dinî içeriklerin gençlerin dinî algılarını şekillendirmede etkili olduğunu ancak yayınların kalitesi ve sunum şeklinin algıyı olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunma imkânı sunduğu için günümüzün öne çıkan sanal iletişim mecralarından biri olarak değerlendirilmektedir. İnovatif iletişim araçlarının gelişimi ve bu araçlara yönelik artan ilgi, sosyal medya kullanımının hızla yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır. Ancak sosyal medya, bireyleri toplumsal çevrelerinden uzaklaştırarak yalnızlaşma ve izolasyona sürükleme potansiyeline sahip olmasının yanı sıra, terk edilmesi güç bir bağımlılık veya yoğun bir tutkunluk biçimi oluşturma riski de barındırmaktadır.[135]

Sosyal medya, din eğitiminin yalnızca öğrencilere yönelik değil, aynı zamanda ebeveyn ve öğretmen eğitimi açısından da önemli olanaklar sunmaktadır. EBA, YouTube ve sosyal medya tabanlı öğretmen grupları üzerinden paylaşılan içerikler; velilerin çocuklarının dinî gelişimine nasıl katkı sunabileceklerini öğrenmelerini kolaylaştırmakta, öğretmenlerin ise dinî konulara dair güncel pedagojik yaklaşımlarla donatılmasını sağlamaktadır. Bu süreç, din eğitiminin yalnızca okul duvarları arasında sınırlı kalmayıp, çok paydaşlı bir iş birliği alanına dönüşmesine olanak tanımaktadır. Okul, topluma yeni bireyler kazandırma işleviyle öne çıkan temel kurumlardan biridir. Aile, bireyin ilk toplumsallaşma alanını oluşturmakla birlikte; daha örgütlü, planlı ve sistematik bir yapıya sahip olan okul ortamı, bireylerin içinde yaşadıkları toplumun temel değerlerini, normlarını ve yapısal unsurlarını öğrenmeye başladıkları başlıca kurumdur.[136] Daha ziyade son yıllarda dijital mecralarda yapılan canlı yayın sohbetleri, interaktif dinî soru ve cevap oturumları ve öğrencilerin katılımıyla hazırlanan çevrim içi içerikler, katılımcı bir din eğitimi modelinin gelişmesini mümkün kılmaktadır. Bu tür etkileşimli uygulamalar sayesinde öğrenciler, yalnızca bilgi alan değil, aynı zamanda sürecin

[134] Adem Al, *Medyadaki Dini İçerikli Yayınlarla İlgili İzleyici Algısı Araştırması* (İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.), s.210-212

[135] İbret Dal ve Nurcihan Gök, "Dopamin Etkisiyle Oluşan Sosyal Medya Bağımlılığının Fen Lisesi Öğrencilerinin Ders Çalışma Tutumlarına Olan Etkisi", *ASELS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi* 4/1, (2024), s.229.

[136] Yaşar Ergin, Coşkun Doğan ve Sema Isırkan Taşçı, "Ortaokul Düzeyinde Veli-Okul İşbirliği", *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* 9/2, (2023), s.24.

aktif birer öznesi haline gelmektedir. Bu da öğrencinin dinî konulara karşı ilgisini artırmakta, soru sormaya teşvik etmekte ve öğrenilen bilgilerin içselleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Geleneksel anlatım yöntemleriyle aktarılamayan soyut kavramlar, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen dijital oyunlar, senaryolar, kısa film ve animasyonlarla daha anlaşılır ve ilgi çekici hale getirilmektedir. Dünya genelindeki İslami hareketler, uluslararası dinî liderlerin açıklamaları, farklı ülkelerdeki ibadet biçimleri ve din eğitimi yaklaşımları, sosyal medya sayesinde kolaylıkla takip edilebilmekte, bu da öğrencilerde küresel bir dinî farkındalık oluşturmaktadır. Bu farkındalık, hem yerel değerlerin önemini kavrama hem de farklılıkları anlama becerisini geliştirmekte, dinî eğitimin evrensel yönünü güçlendirmektedir. Bu kapsamda bir çalışmada sosyal medyanın gençlerin din algısına etkisini ele alınmıştır. Çalışmada sosyal medyanın dinî bilgi edinmede ve dinî kimlik oluşumunda önemli bir araç olduğu ancak yanlış ve eksik bilgilendirmenin risk oluşturduğu vurgulanmıştır.[137]

2.5. Sosyal Medyada Öğretmen ve Öğrenci Etkileşimi

Sosyal medya platformlarının eğitim alanında giderek yaygınlaşan kullanımı, öğretmen ve öğrenci etkileşiminin doğasını ve biçimini de köklü biçimde dönüştürmektedir. Geleneksel eğitim ortamlarında öğretmen ve öğrenci ilişkisi çoğunlukla sınıf içi iletişimle sınırlı kalmakta iken sosyal medya bu ilişkiyi zamandan ve mekandan bağımsız hale getirerek çok boyutlu ve süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturmaktadır. Bu tür dijital uygulamalar, öğrencilerin öğrenme süreçlerine daha aktif biçimde katılmalarını sağlamakta, öğretmenlerin ise öğrencilerle daha birebir ve hızlı iletişim kurabilmelerine imkan tanımaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya, öğretmen ve öğrenci ilişkisini daha esnek, daha hızlı ve daha çok yönlü bir hale getirmektedir. Bu süreçle ilişkili olarak bir incelemede farklı öğrenim kademelerindeki öğrencilerin nomofobi (telefon kaybı korkusu) düzeylerini araştırılmış, lise ve üniversite öğrencilerinde daha yüksek nomofobi görüldüğünü, bunun akademik başarı ve sosyal yaşantı üzerinde olumsuz etkileri olduğunu belirtilmiştir.[138]

Sosyal medya aracılığıyla yürütülen öğretmen ve öğrenci etkileşimi, öğrencilerin sadece akademik değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal gelişimlerini de desteklemektedir. Öğretmenler, öğrencilerin bireysel ilgi alanlarını, becerilerini ve duygusal durumlarını sosyal medya üzerindeki paylaşımlar yoluyla daha kolay gözlemleyebilmekte, bu gözlemler doğrultusunda bireyselleştirilmiş yönlendirmeler yapabilmektedir. Bu durum, öğretmenin

[137] Sümeyra Arıcan ve Handan Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri", *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2, (2021), s.1062-1106.
[138] Ayşegül Çilek, Özge Özgüray, Sinan Demircan, Ayşegül Özgüray ve Nalan Demircan, "Farklı Kademelerde Öğrenim Gören Öğrencilerin Nomofobi Düzeyleri", *International Academic Social Resources Journal* 8/47, (2023), s.2315-2330.

öğrencisine sadece bir bilgi aktarıcısı değil, aynı zamanda bir rehber, destekleyici ve rol model olarak yaklaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bilhassa ergenlik dönemindeki öğrenciler için bu tür dijital iletişim biçimleri, güven ilişkisini pekiştirmekte ve aidiyet hissini güçlendirmektedir. Başta mahremiyet, kişisel alanın ihlali, profesyonel mesafe, iletişim dili ve zaman yönetimi gibi konular, dijital ortamdaki etkileşimin dikkatle yapılandırılmasını gerektirmektedir. Öğretmenlerin öğrencileriyle olan iletişiminde ölçülü, saygılı ve mesleki etik ilkelere uygun davranmaları; sosyal medya aracılığıyla kurulan ilişkinin pedagojik amacın dışına çıkmaması açısından son derece önem arz etmektedir. Bu nedenle sosyal medya temelli öğretmen ve öğrenci ilişkileri, belirli kurallar çerçevesinde ve kurumsal rehberlik ilkeleri doğrultusunda yürütülmelidir.

Öğretmenlerin sosyal medya kullanımı, aynı zamanda eğitsel içeriklerin çeşitlenmesine ve kişiselleştirilmesine olanak tanımaktadır. Öğrencilerle paylaşılan videolar, infografikler, dijital kitaplar, interaktif testler ve anketler gibi içerikler sayesinde dersler daha dinamik hale gelmekte, bu da öğrencilerin derse olan ilgilerini artırmaktadır. Özellikle din eğitimi gibi soyut ve değer temelli alanlarda sosyal medya, öğrencilerin karşılaştıkları kavramları yaşamla ilişkilendirebilecekleri örnekler sunmakta, bu sayede öğrenme süreci daha anlamlı hale gelmektedir. Bu çerçevede eğitimde gerçekleştirilen bir araştırmada teknoloji çağında İslami din eğitimi öğrenme medyasını sistematik literatür taraması ile incelenmiş, dijital platformların eğitimde etkin kullanımı ve erişilebilirliğin artırılması konusunda olumlu gelişmeler gözlemlenmiştir.[139] Bununla birlikte, içerik kalitesi ve pedagojik yaklaşımlar üzerine dikkat çekilmiştir. Günümüzde gelişen teknoloji, bilginin hızlı bir biçimde üretilmesini mümkün kılmakta; birey ve toplumun geleceği ise bilgiye erişim, elde edilen bilgiyi işlevsel biçimde kullanabilme ve bu süreçten hareketle yeni ürünler ortaya koyabilme becerileriyle doğrudan ilişkilendirilmektedir. Söz konusu becerilerin kazandırılması ve sürdürülebilir kılınabilmesi, bireylerin salt ezberci bir yaklaşımdan ziyade, bilgi üretimine katkı sağlayacak nitelikte çağdaş eğitim anlayışlarıyla desteklenmesini gerekli kılmaktadır.[140]

Günümüzde sosyal medya platformlarının gençler üzerinde oluşturduğu etki, aile içi iletişim dinamiklerini önemli ölçüde dönüştürmekte ve yeniden şekillendirmektedir.[141] Sosyal

---

[139] Miftachul Huda, Muhamad Arif, Abdul Marzqui Mohamad Rahim ve Muhammad Anshari, "Islamic Religious Education Learning Media İn The Technology Era: A Systematic Literature Review", *At-Tadzkir: Islamic Education Journal* 3/2, (2024), s.84-102.

[140] Murat Genç, Seyit Ulugöl ve Selma Ünsal, "Ortaokul Öğrencilerinin Yaşam Temelli Öğrenme Hakkındaki Görüşleri", *Researcher: Social Science Studies* 5/9, (2017), s.245.

[141] Sibel Öznur Gültekin, Şükrü Ada ve Hale Gönenç, "Sosyal Medyanın Öğrencilerin Aile İletişimi ve Sosyal Yaşantısı Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi ve Analizi", *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 10/6, (2024), s.822.

medya aracılığıyla kurulan öğretmen ve öğrenci etkileşimi, daha çok uzaktan eğitim süreçlerinde vazgeçilmez bir araç olarak işlev görmektedir. Pandemi süreciyle birlikte çevrim içi öğretimin yaygınlaşması, sosyal medyanın eğitsel amaçlarla kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Bu dönemde öğretmenler, öğrencilerle olan iletişimlerini sosyal medya platformları aracılığıyla sürdürmüş, eğitim-öğretim faaliyetlerini kesintisiz biçimde devam ettirebilmiştir. Bu kapsamda sosyal medya, yalnızca bir destekleyici araç değil, aynı zamanda kriz dönemlerinde temel bir eğitim aracı olarak öne çıkmaktadır. Öğrencilerin akademik gelişimlerinin yanı sıra psikososyal açıdan da desteklenmesi, öğretmenlerin bu platformları doğru ve etkili biçimde kullanmalarıyla mümkün hale gelmektedir. Genel olarak konu ile ilgili bir incelemede ortaokul düzeyinde veli-okul işbirliğini araştırılmış, güçlü işbirliği modellerinin öğrencinin akademik ve sosyal gelişiminde olumlu etkileri bulunduğunu, iletişim kanallarının etkin kullanımı gerektiği vurgulamıştır.[142]

Sosyal medya, bu farklılıkların dikkate alındığı kişiselleştirilmiş içeriklerin oluşturulmasına, farklı türde materyallerin paylaşılmasına ve öğrencinin kendi öğrenme stiline uygun biçimde sürece katılmasına olanak tanımaktadır. Bu esneklik, geleneksel sınıf ortamında zaman ve kaynak kısıtları nedeniyle sağlanamayan bireyselleştirilmiş öğretim yaklaşımlarının dijital ortamda uygulanabilir hale gelmesini sağlamaktadır. Sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen öğretmen ve öğrenci etkileşimi, öğrencinin dijital ortamlarda yapıcı ve sorumlu bir birey olarak yetişmesine de katkı sunmaktadır. Öğretmenin sosyal medya kullanımı sırasında sergilediği dil, tutum, paylaşım biçimi ve iletişim stratejileri, öğrenciler için doğrudan bir rol model işlevi görmektedir. Bu bağlamda öğretmenler, yalnızca akademik içerik sunmakla kalmamakta, aynı zamanda dijital etik, saygı temelli iletişim ve güvenli medya kullanımı gibi alanlarda da öğrencilerine rehberlik etmektedir.

2.6. Türkiye'de Eğitim Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı

Türkiye'de dijitalleşme süreçlerinin hız kazanmasıyla birlikte sosyal medya, eğitim kurumları tarafından da giderek daha fazla kullanılmakta, gerek öğretim süreçlerinin desteklenmesinde gerekse kurumsal iletişimde önemli bir rol üstlenmektedir. Okullar, üniversiteler, halk eğitim merkezleri ve diğer eğitim kurumları, sosyal medya platformlarını hem iç paydaşlara (öğrenci, öğretmen, veli) hem de dış çevreye yönelik bilgi akışını sağlamak, etkinlikleri duyurmak ve kurumsal kimliği görünür kılmak amacıyla kullanmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya, Türkiye'deki eğitim kurumlarında hem pedagojik hem de yönetsel

[142] Yaşar Ergin, Coşkun Doğan ve Sema Isırkan Taşçı, "Ortaokul Düzeyinde Veli-Okul İşbirliği" *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* 9/2, (2023), s.100-101.

işlevler üstlenmektedir. Eğitim kurumlarında sosyal medya kullanımı, belirgin biçimde son on yılda ciddi bir artış göstermektedir. Bu sayede öğrenciler ve veliler, kurumla daha doğrudan ve güncel bir etkileşim kurabilmektedir. Ayrıca okul web siteleriyle entegre çalışan sosyal medya hesapları, kurumsal tanıtım faaliyetlerini desteklemekte, eğitim kurumlarının toplum nezdindeki görünürlüğünü ve etkileşimini artırmaktadır. Bu etkileşim, öğretmenlerin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda kolektif olarak da mesleki gelişimlerini sürdürmelerine katkı sunmaktadır. Öncelikle kurumsal düzeyde sosyal medya kullanımına ilişkin açık, net ve bağlayıcı yönergelerin eksik olması; öğretmenlerin, yöneticilerin ve öğrencilerin sosyal medyayı farklı şekillerde ve çoğu zaman rastlantısal olarak kullanmalarına yol açmaktadır. Bu durum, kurumsal kimliğin tutarsız biçimde temsil edilmesine ve sosyal medyada sunulan içeriklerin denetiminde zafiyet yaşanmasına neden olmaktadır. Ayrıca öğretmen ve öğrenci iletişiminde sınırların belirlenmemesi, kişisel alanın ihlali, mahremiyet sorunları ve zaman yönetimi gibi konularda çeşitli etik problemler de ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'de eğitim kurumlarının sosyal medya kullanımına dair yapılan çalışmalar, bu araçların yalnızca tanıtım ve bilgilendirme değil, aynı zamanda pedagojik etkileşim için de önemli fırsatlar sunduğunu göstermektedir. Nitekim yapılan bir çalışmada, sosyal medyanın üniversitelerde öğretim süreçlerinde öğrenciler arası etkileşimi artırdığı ve öğrenme topluluklarının oluşmasına katkı sağladığı ifade edilmektedir.[143] Benzer şekilde öğretmenler üzerine yapılan araştırmada da sosyal medyanın işlevselliği vurgulanmış; ancak aynı zamanda etik sınırlar, mahremiyet ve kurumsal kimliğin tutarlı yönetimi konularında çeşitli sorunlara işaret edilmiştir.[144] Bu bulgular, eğitim kurumlarında sosyal medya kullanımının Türkiye'de hızla artmakla birlikte, planlı ve politikalarla desteklenen bir yapıya ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

[143] Yasemin Gülbahar, "Current State Of Usage Of Social Media For Education: Case Of Turkey", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 116, (2014), s.2329-2334.
[144] Ali Karataş – Emre Gül, "Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşler", *Milli Eğitim Dergisi* 52/237 (2023), s.279-302.

BÖLÜM III: YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Deseni

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeline dayalı olarak desenlenmiştir. Araştırmada İstanbul ili Güngören ilçesinde öğrenim görmekte olan ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve sosyal medya bağımlılığının, aldıkları din eğitimi üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Tarama modeli, mevcut durumu olduğu gibi betimleme amacına yönelik olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, öğrencilerin sosyal medya ile olan etkileşimleri ile din eğitimi kapsamında benimsedikleri tutum ve davranışlar arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Ayrıca araştırma, ilişkisel tarama modelinin özelliklerini taşıyan bir yapıda planlanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Güngören İlçesindeki ortaokul öğrencileridir. Araştırmanın örneklemi Güngören ilçesindeki ortaokul öğrencileri arasından rasgele örneklem atanmışlardır. Araştırmaya katılanların %60.8'i kadın (n=144), %39.2'si erkek (n=93) öğrencilerden oluşmaktadır. Kadın öğrencilerin yaş ortalaması 12.15 (ss:1.118) olup yaş aralığı 10-15 arasında değişmektedir. Erkek öğrencilerin yaş ortalaması ise 11.24 (ss:1.036) olup yaş aralığı 10-13 arasındadır. Genel toplamda ise yaşları 10-15 arsında değişen katılımcıların sayısı 237 olup yaş ortalaması 11.79 (ss: 1.173) hesaplanmıştır. Bu bağlamda, hem din ağırlıklı eğitim veren imam hatip ortaokulları hem de müfredatında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi yer alan genel ortaokullar kapsama alınmıştır. Araştırmanın örneklemi ise, tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiş ve farklı sosyoekonomik düzeylerden gelen öğrencilerin temsil edilmesine özen gösterilmiştir. Uygulanan anketler, örnekleme alınan öğrenciye ulaştırılmıştır. Örnekleme dahil edilen öğrenciler, yaş, cinsiyet, okul türü ve sosyal medya kullanma sıklığı gibi değişkenler açısından çeşitlilik göstermiştir.

3.3. Veri Toplama Süreci

Veri toplama süreci, gerekli etik kurul onayının ve ilgili kurum izinlerinin alınmasını takiben 2024 yılının Mart ve Nisan aylarında gerçekleştirilmiştir. Öncelikle Güngören İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü'nden gerekli resmi izinler alınmış, ardından çalışmaya katılacak okullarla irtibata geçilerek idari onaylar sağlanmıştır. Uygulama sürecinde, okul yöneticilerinin belirlediği uygun zaman dilimlerinde öğrencilere araştırma hakkında bilgilendirme yapılmış ve gönüllü katılım esasına göre anketler uygulanmıştır. Anketler, araştırmacı tarafından sınıf ortamında doğrudan gözlem eşliğinde dağıtılarak öğrencilere bireysel olarak doldurtulmuştur.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formu kullanılmıştır.[145] Form üç ana bölümden oluşmuştur.

1. Demografik bilgiler (yaş, cinsiyet, okul türü vb.),
2. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bağımlılık düzeyi,
3. Sosyal medyada karşılaşılan dinî içeriklerin öğrencilerin dinî bilgi, tutum ve davranışlarına etkisi.

Ölçek maddeleri hazırlanırken önceki çalışmalar incelenmiş, uzman görüşleri alınarak kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Formda kapalı uçlu Likert tipi soruların yanı sıra bazı açık uçlu yorum soruları da yer almıştır. Anket, sınırlı sayıda öğrenci üzerinde ön uygulamadan geçirilerek dil ve anlaşılırlığı test edilmiştir.

3.5. Veri Analizi

Toplanan veriler, SPSS 25.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistiklerden (frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma) yararlanılmıştır. Araştırma sorularının test edilmesine yönelik olarak korelasyon analizi, t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gibi parametrik testler uygulanmıştır. Öncelikle verilerin normallik dağılımı Kolmogorov-Smirnov testi ile kontrol edilmiştir. Uygunluğu sağlanan veriler üzerinden grup karşılaştırmaları yapılmış ve anlamlılık düzeyi $p<0.05$ olarak kabul edilmiştir. Anlamlı bulunan sonuçlar, tablolar eşliğinde detaylandırılarak yorumlanmıştır. Açık uçlu sorulardan elde edilen veriler ise içerik analizi yöntemiyle nitel olarak değerlendirilmiştir.

[145] Fatih Ot, *İmam Hatip Okullarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları (Edirne Örneği)* (Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.), s. 175-182.

BÖLÜM IV: BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın amaçlarına uygun olarak toplanan verilere uygulanan istatistiksel analizlerin sonuçları verilmiştir. İlk olarak ortaokul öğrencilerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular, ikinci olarak katılımcıların demografik özellikleri bakımından anketlere verdikleri yanıtların karşılaştırıldığı Pearson ki-kare analiz, bağımsız örneklem t testi, çok yönlü varyans analizi bulguları verilmiştir.

4.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1'de öğrencilerin yaş ortalamaları, standart sapmaları ve minimum maksimum yaş aralıkları verilmiştir.

Tablo 1. Ortaokul Öğrencilerinin Yaş Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Yaş Aralıkları

Cinsiyet	N	%	Yaş ORT	SS	Yaş Aralığı
Kadın	144	60.8	12.15	1.118	10-15
Erkek	93	39.2	11.24	1.036	10-13
Toplam	237	100.0	11.79	1.173	10-15

Araştırmaya toplam 237 öğrenci katılmıştır. Katılımcıların 144'ü (%60.8) kadın, 93'ü (%39.2) erkektir. Kadın öğrencilerin yaş ortalaması 12.15 (SS=1.118) olup yaşları 10 ile 15 arasında değişmektedir. Erkek öğrencilerin yaş ortalaması ise 11.24 (SS=1.036) olup 10 ile 13 yaş aralığında yer almaktadır. Genel olarak örneklemin yaş ortalaması 11.79 (SS=1.173) olarak bulunmuş ve yaşlar 10 ile 15 arasında dağılım göstermiştir.

Tablo 2'de öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları ve yüzdeler verilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları ve Yüzdeler

		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Yaşanan Yer	Aileyle birlikte	144	100.0	88	94.6	232	97.9
	Yurtta	0	0.0	5	5.4	5	2.1

Okul	75. Yıl Ortaokulu	32	22.2	40	43.0	72	30.4
	Güngören İHO	75	52.1	53	57.0	128	54.0
	İstanbul Ticaret Odası İHO	37	25.7	0	0.0	37	15.6
Sınıf	5. Sınıf	25	17.4	37	39.8	62	26.2
	6. Sınıf	7	4.9	24	25.8	31	13.1
	7. Sınıf	64	44.4	31	33.3	95	40.1
	8. Sınıf	48	33.3	1	1.1	49	20.7
Aile Ekonomik Durumu	Düşük	6	4.2	3	3.2	9	3.8
	Orta	60	41.7	38	40.9	98	41.4
	Yüksek	62	43.1	37	39.8	99	41.8
	Diğer	16	11.1	15	16.1	31	13.1
Ebeveyn Medeni Durum	Birlikte yaşıyor	141	97.9	91	97.8	232	97.9
	Boşanmış	2	1.4	2	2.2	4	1.7
Anne Mesleği	Memur	13	9.0	3	3.2	16	6.8
	İşçi	9	6.3	7	7.5	16	6.8
	Serbest Meslek	8	5.6	7	7.5	15	6.3
	İşsiz	1	0.7	1	1.1	2	0.8
	Ev Hanımı	113	78.5	75	80.6	188	79.3
Baba Mesleği	Memur	19	13.2	12	12.9	31	13.1
	İşçi	53	36.8	41	44.1	94	39.7
	Serbest Meslek	56	38.9	25	26.9	81	34.2
	İşsiz	3	2.1	3	3.2	6	2.5
	Emekli	13	9.0	12	12.9	25	10.5

	Okuryazar değil	5	3.5	3	3.2	8	3.4
	İlkokul-Ortaokul	79	54.9	53	57.0	132	55.7
Anne Eğitim	Lise	29	20.1	25	26.9	54	22.8
	Ön lisans-Lisans	26	18.1	9	9.7	35	14.8
	Lisansüstü	5	3.5	3	3.2	8	3.4
	Okuryazar değil	0	0.0	4	4.3	4	1.7
	İlkokul-Ortaokul	61	42.4	47	50.5	108	45.6
Baba Eğitim	Lise	40	27.8	27	29.0	67	28.3
	Önlisans-Lisans	28	19.4	10	10.8	38	16.0
	Lisansüstü	15	10.4	5	5.4	20	8.4
	Tek Çocuk	6	4.2	3	3.2	9	3.8
	İki Kardeş	51	35.4	32	34.4	83	35.0
Kardeş Sayısı	Üç Kardeş	56	38.9	39	41.9	95	40.1
	Dört veya Fazla Kardeş	31	21.5	19	20.4	50	21.1
	Çok düşük	1	0.7	1	1.1	2	0.8
	Düşük	11	7.6	3	3.2	14	5.9
Okul Başarı Durumu	Orta	76	52.8	37	39.8	113	47.7
	Yüksek	44	30.6	43	46.2	87	36.7
	Çok Yüksek	12	8.3	9	9.7	21	8.9

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaşadıkları yere göre dağılımı incelendiğinde, kadınların %100.0'ü aileleriyle birlikte yaşarken erkeklerin %94.6'sı aileleriyle, %5.4'ü ise yurtta yaşamaktadır. Okul dağılımlarında kadınların %22.2'si 75. Yıl Ortaokulu'na, %52.1'i Güngören İHO'ya ve %25.7'si İstanbul Ticaret Odası İHO'ya gitmektedir. Erkeklerin %43.0'ü

75. Yıl Ortaokulu'na, %57.0'si Güngören İHO'ya devam etmekte, İstanbul Ticaret Odası İHO'da ise erkek öğrenci bulunmamaktadır.

Sınıf düzeyine göre kadın öğrencilerin %17.4'ü 5. sınıfta, %4.9'u 6. sınıfta, %44.4'ü 7. sınıfta ve %33.3'ü 8. sınıfta yer almaktadır. Erkek öğrencilerin %39.8'i 5. sınıfta, %25.8'i 6. sınıfta, %33.3'ü 7. sınıfta ve %1.1'i 8. sınıftadır. Aile ekonomik durumunda kadın öğrencilerden %4.2'si düşük, %41.7'si orta, %43.1'i yüksek ve %11.1'i diğer kategorisinde yer almaktadır. Erkek öğrencilerde bu oranlar %3.2 düşük, %40.9 orta, %39.8 yüksek ve %16.1 diğer olarak belirlenmiştir.

Ebeveynlerin medeni durumunda kadın öğrencilerin %97.9'unun anne ve babası birlikte yaşamakta, %1.4'ünün anne babası boşanmıştır. Erkeklerde ise %97.8'inde anne ve baba birlikte, %2.2'sinde ise boşanmıştır. Annelerin mesleklerine göre kadın öğrencilerin annelerinin %9.0'ı memur, %6.3'ü işçi, %5.6'sı serbest meslek, %.7'si işsiz ve %78.5'i ev hanımıdır. Erkek öğrencilerin annelerinin %3.2'si memur, %7.5'i işçi, %7.5'i serbest meslek, %1.1'i işsiz ve %80.6'sı ev hanımıdır.

Baba mesleklerinde kadın öğrencilerin babalarının %13.2'si memur, %36.8'i işçi, %38.9'u serbest meslek, %2.1'i işsiz ve %9.0'ı emeklidir. Erkek öğrencilerin babalarının %12.9'u memur, %44.1'i işçi, %26.9'u serbest meslek, %3.2'si işsiz ve %12.9'u emeklidir. Anne eğitim düzeyinde kadın öğrencilerin annelerinin %3.5'i okuryazar değil, %54.9'u ilkokul-ortaokul, %20.1'i lise, %18.1'i önlisans-lisans ve %3.5'i lisansüstüdür. Erkek öğrencilerin annelerinin %3.2'si okuryazar değil, %57.0'si ilkokul-ortaokul, %26.9'u lise, %9.7'si önlisans-lisans ve %3.2'si lisansüstüdür.

Baba eğitiminde kadın öğrencilerin babalarının %42.4'ü ilkokul-ortaokul, %27.8'i lise, %19.4'ü önlisans-lisans, %10.4'ü lisansüstü olup okuryazar olmayan baba bulunmamaktadır. Erkek öğrencilerin babalarının %4.3'ü okuryazar değil, %50.5'i ilkokul-ortaokul, %29.0'u lise, %10.8'i önlisans-lisans ve %5.4'ü lisansüstüdür. Kardeş sayısına göre kadın öğrencilerin %4.2'si tek çocuk, %35.4'ü iki kardeş, %38.9'u üç kardeş ve %21.5'i dört veya daha fazla kardeştir. Erkek öğrencilerde %3.2'si tek çocuk, %34.4'ü iki kardeş, %41.9'u üç kardeş ve %20.4'ü dört veya daha fazla kardeştir.

Okul başarı durumunda kadın öğrencilerin %0.7'si çok düşük, %7.6'sı düşük, %52.8'i orta, %30.6'sı yüksek ve %8.3'ü çok yüksek başarıya sahiptir. Erkek öğrencilerde ise %1.1'i çok düşük, %3.2'si düşük, %39.8'i orta, %46.2'si yüksek ve %9.7'si çok yüksek başarı göstermektedir.

4.2. Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Sosyal Medya Kullanımları

Tablo 3'te öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanım alışkanlıkları anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları		Kadın		Erkek		Toplam			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
İnternete sürekli erişim	Evet	117	81.3	76	81.7	193	81.4	.008	.928
	Hayır	27	18.8	17	18.3	44	18.6		
Herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik	Evet	83	57.6	37	39.8	120	50.6	7.206	**.007***
	Hayır	61	42.4	56	60.2	117	49.4		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip	Evet	61	42.4	35	37.6	96	40.5	.524	.469
	Hayır	83	57.6	58	62.4	141	59.5		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip etme sıklığı	Seyrek	12	17.4	5	12.8	17	15.7	10.717	**.030***
	Ayda bir	4	5.8	1	2.6	5	4.6		
	Ara sıra	33	47.8	19	48.7	52	48.1		
	Haftada bir	16	23.2	4	10.3	20	18.5		
	Her gün	4	5.8	10	25.6	14	13.0		
Sosyal medyanın yaşamında yer etme düzeyi	Olmasa da olur	45	31.3	44	47.3	89	37.6	6.448	**.040***
	Eksikliğini hissederim	84	58.3	40	43.0	124	52.3		
	Olmazsa olmazım	15	10.4	9	9.7	24	10.1		
	1 yıldan az	50	34.7	29	31.2	79	33.3	4.258	.235

Düzenli olarak sosyal medya sitelerini kullanma süresi	2-3 yıldan beri	72	50.0	43	46.2	115	48.5		
	4-5 yıldan beri	18	12.5	13	14.0	31	13.1		
	5 yıldan fazla	4	2.8	8	8.6	12	5.1		
Sosyal medyada günlük olarak geçirilen süre	1 saatten az	48	33.3	29	31.2	77	32.5	2.380	.497
	1-3 saat	65	45.1	50	53.8	115	48.5		
	3-6 saat	28	19.4	12	12.9	40	16.9		
	6 saat ve üzeri	3	2.1	2	2.2	5	2.1		
Sosyal medya platformlarını yararlı bulma	Evet	66	45.8	34	36.6	100	42.2	2.357	.308
	Hayır	14	9.7	13	14.0	27	11.4		
	Fikrim yok	64	44.4	46	49.5	110	46.4		
Sosyal medya kullanıcısı olarak genelde kendini tanımlama	Paylaşım yaparım	20	13.9	14	15.1	34	14.3	1.306	.521
	Paylaşımları takip ederim	109	75.7	65	69.9	174	73.4		
	Yorum yaparım	15	10.4	14	15.1	29	12.2		

Kadın öğrencilerin %81.3'ü ve erkek öğrencilerin %81.7'si internete sürekli erişim imkanına sahipken, kadınların %18.8'i ve erkeklerin %18.3'ü internete sürekli erişim sağlayamamaktadır. Bu değişken için cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($\chi2(1)=.008$; $p=.928$). Sosyal medya üyeliğinde kadınların %57.6'sı herhangi bir sosyal medya sitesine üye iken, erkeklerin %39.8'i üyedir; kadınların %42.4'ü ve erkeklerin %60.2'si ise herhangi bir üyeliğe sahip değildir. Bu bulgu cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir ($\chi2(1)=7.206$; $p=.007$). Sosyal medyadaki din içerikli programları takip etme durumunda kadınların %42.4'ü ve erkeklerin %37.6'sı takip ettiğini, kadınların %57.6'sı ve erkeklerin %62.4'ü takip etmediğini belirtmiştir. Cinsiyet açısından anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($\chi2(1)=.524$; $p=.469$).

Dinî içerikli programları takip etme sıklığında kadınların %17.4'ü seyrek, %5.8'i ayda bir, %47.8'i ara sıra, %23.2'si haftada bir ve %5.8'i her gün takip etmektedir. Erkeklerde bu

oranlar sırasıyla %12.8 seyrek, %2.6 ayda bir, %48.7 ara sıra, %10.3 haftada bir ve %25.6 her gündür. Bu değişken cinsiyet açısından anlamlı farklılık göstermektedir ($\chi2(4)=10.717$; $p=.030$). Sosyal medyanın yaşamda yer etme düzeyi incelendiğinde kadınların %31.3'ü "olmasa da olur", %58.3'ü "eksikliğini hissederim" ve %10.4'ü "olmazsa olmazım" demektedir. Erkeklerde ise %47.3'ü "olmasa da olur", %43.0'ı "eksikliğini hissederim" ve %9.7'si "olmazsa olmazım" ifadesini kullanmaktadır. Bu dağılımlar arasında anlamlı bir farklılık vardır ($\chi2(2)=6.448$; $p=.040$).

Sosyal medyayı düzenli kullanma sürelerinde kadınların %34.7'si 1 yıldan az, %50.0'ı 2–3 yıldır, %12.5'i 4–5 yıldır ve %2.8'i 5 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanmaktadır. Erkeklerde ise %31.2'si 1 yıldan az, %46.2'si 2–3 yıldır, %14.0'ı 4–5 yıldır ve %8.6'sı 5 yıldan fazladır. Bu dağılımlar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($\chi2(3)=4.258$; $p=.235$). Günlük sosyal medya kullanım süresi açısından kadınların %33.3'ü 1 saatten az, %45.1'i 1–3 saat, %19.4'ü 3–6 saat ve %2.1'i 6 saatten fazladır. Erkeklerin ise %31.2'si 1 saatten az, %53.8'i 1–3 saat, %12.9'u 3–6 saat ve %2.2'si 6 saatten fazladır. Bu bulgular cinsiyetler arasında anlamlı bir fark göstermemektedir ($\chi2(3)=2.380$; $p=.497$).

Sosyal medya platformlarını yararlı bulma konusunda kadınların %45.8'i evet, %9.7'si hayır ve %44.4'ü fikrim yok yanıtını verirken; erkeklerin %36.6'sı evet, %14.0'ı hayır ve %49.5'i fikrim yok demektedir. Bu dağılımlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($\chi2(2)=2.357$; $p=.308$). Sosyal medya kullanıcılarını tanımlama biçimlerinde kadınların %13.9'u paylaşım yaptığını, %75.7'si paylaşımları takip ettiğini ve %10.4'ü yorum yaptığını belirtmiştir. Erkeklerin %15.1'i paylaşım yaptığını, %69.9'u paylaşımları takip ettiğini ve %15.1'i yorum yaptığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi2(2)=1.306$; $p=.521$).

Tablo 4'te öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyanın etkileri anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medyanın Etkileri	Kadın		Erkek		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	χ^2	p

Sosyal medyada dinî grupların düzenlemiş olduğu dinî etkinliklere katılma	Evet	31	21.5	21	22.8	52	22.0	.055	.814
	Hayır	113	78.5	71	77.2	184	78.0		
Dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden yaptığı çağrılara ya da faaliyetlere katılma	Evet	17	11.8	7	7.5	24	10.1	1.137	.566
	Hayır	59	41.0	40	43.0	99	41.8		
	Fikrim yok	68	47.2	46	49.5	114	48.1		
İrşat ve tebliğ yapan ve dinin hoş taraflarını paylaşan sosyal medya hesaplarını takip etme	Evet	53	37.1	34	36.6	87	36.9	.006	.938
	Hayır	90	62.9	59	63.4	149	63.1		
Dinî içeriklere sahip gazete, dergi ve yayın kuruluşlarının kendi kurumsal sosyal medya hesaplarındaki dinî paylaşımlarını takip etme	Evet	37	25.7	22	23.7	59	24.9	.126	.723
	Hayır	107	74.3	71	76.3	178	75.1		
Sosyal medya üzerinden dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone veya üyelik	Evet	33	22.9	22	23.7	55	23.2	.017	.895
	Hayır	111	77.1	71	76.3	182	76.8		
Sadece sosyal medyada oluşturulan sanal dinî gruplardan birine üyelik	Evet	15	10.4	16	17.2	31	13.1	2.290	.130
	Hayır	129	89.6	77	82.8	206	86.9		
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	23	16.1	14	15.1	37	15.7	.045	.832
	Hayır	120	83.9	79	84.9	199	84.3		
İl Müftülüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	9	6.3	8	8.6	17	7.2	.470	.493
	Hayır	135	93.8	85	91.4	220	92.8		
İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	11	7.6	7	7.5	18	7.6	.001	.975
	Hayır	133	92.4	86	92.5	219	92.4		
	Evet	36	25.0	16	17.4	52	22.0	1.892	.169

MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Hayır	108	75.0	76	82.6	184	78.0	
İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	51	35.4	22	23.7	73	30.8	3.667.056
	Hayır	93	64.6	71	76.3	164	69.2	
Okulunun sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	96	66.7	50	53.8	146	61.6	3.977.**046***
	Hayır	48	33.3	43	46.2	91	38.4	
Yaptığı dinî aktiviteleri genellikle sosyal medyada paylaşma	Evet	16	11.1	9	9.7	25	10.5	.123 .726
	Hayır	128	88.9	84	90.3	212	89.5	
Sosyal medya hesapları aracılığı ile dinî metin ve duaların okunmasına, hatim ve yardım halkalarına katılma	Evet	52	36.1	30	32.3	82	34.6	.371 .543
	Hayır	92	63.9	63	67.7	155	65.4	
Sosyal medyada oluşan sanal gruplarda, kendini olduğundan farklı bir kişilikle sunan arkadaşlar	Var	35	24.3	23	24.7	58	24.5	.006 .941
	Yok	109	75.7	70	75.3	179	75.5	
İmam Hatiplerde sosyal medya okur yazarlığı dersi olmamasının birçok yanlış görüşün yayılmasına neden olduğunu düşünme	Evet	54	37.5	27	29.0	81	34.2	1.801.180
	Hayır	90	62.5	66	71.0	156	65.8	
Sosyal medya platformları üzerinde şiddet içeren, yaşınıza uygun olmayan, nefret söylemi ya da hakaret barındıran, cinsel öğeler içeren vb. bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma	Evet	75	52.1	37	39.8	112	47.3	3.429.064
	Hayır	69	47.9	56	60.2	125	52.7	
Sosyal medya platformları üzerinden rahatsız	Hiçbir şey yapmadım/yapmam	31	21.5	16	17.2	47	19.8	3.209.361
	Sosyal medya hesabımı kapattım/kapatırım	3	2.1	3	3.2	6	2.5	

edici bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma durumuna tepki	Ailemi bilgilendirdim/bilgilendiririm	51	35.4	26	28.0	77	32.5
	Şikayet ettim/ ederim	59	41.0	48	51.6	107	45.1

Kadın öğrencilerin %21.5'i ve erkek öğrencilerin %22.8'i sosyal medyada dinî grupların düzenlediği etkinliklere katıldığını, kadınların %78.5'i ve erkeklerin %77.2'si ise katılmadığını belirtmiştir. Bu bulgu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($\chi2(1)=.055$; $p=.814$). Dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden yaptığı çağrılara katılımda kadınların %11.8'i ve erkeklerin %7.5'i evet derken, kadınların %41.0'ı ve erkeklerin %43.0'ı hayır, kadınların %47.2'si ve erkeklerin %49.5'i ise fikrim yok yanıtını vermiştir. Bu dağılım da anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi2(2)=1.137$; $p=.566$).

İrşat ve tebliğ yapan dinî içerikli sosyal medya hesaplarını takip etme durumunda kadınların %37.1'i ve erkeklerin %36.6'sı evet demiştir; kadınların %62.9'u ve erkeklerin %63.4'ü ise hayır demiştir. Cinsiyetler arasında anlamlı fark yoktur ($\chi2(1)=.006$; $p=.938$). Dinî içerikli yayın kuruluşlarının sosyal medya hesaplarını takip eden kadınlar %25.7, erkekler %23.7 oranındadır; takip etmeyen kadınlar %74.3, erkekler %76.3'tür. Anlamlı fark bulunmamaktadır ($\chi2(1)=.126$; $p=.723$). Dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone olma durumunda kadınların %22.9'u ve erkeklerin %23.7'si evet yanıtını vermiştir; kadınların %77.1'i ve erkeklerin %76.3'ü hayır yanıtı vermiştir. Bu dağılım anlamlı değildir ($\chi2(1)=.017$; $p=.895$).

Sadece sosyal medyada oluşturulan sanal dinî gruplara üyelik oranı kadınlarda %10.4, erkeklerde %17.2 olup, kadınların %89.6'sı ve erkeklerin %82.8'i üye değildir. Burada da anlamlı farklılık yoktur ($\chi2(1)=2.290$; $p=.130$). Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarını takip eden kadınlar %16.1, erkekler %15.1; takip etmeyen kadınlar %83.9, erkekler %84.9'dur. Anlamlı fark yoktur ($\chi2(1)=.045$; $p=.832$). İl Müftülüğü'nün paylaşımlarını takip eden kadınların oranı %6.3, erkeklerin %8.6'dır; takip etmeyen kadınların oranı %93.8, erkeklerin %91.4'tür. Bu bulgu da anlamlı değildir ($\chi2(1)=.470$; $p=.493$). İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün paylaşımlarını takip eden kadınlar %7.6, erkekler %7.5 oranındadır; takip etmeyenler sırasıyla %92.4 ve %92.5'tir. Fark bulunmamaktadır ($\chi2(1)=.001$; $p=.975$).

MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün paylaşımlarını takip eden kadınların oranı %25.0, erkeklerin %17.4'tür; takip etmeyen kadınlar %75.0, erkekler %82.6'dır. Bu fark da

anlamlı değildir ($\chi2(1)=1.892$; p=.169). İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün paylaşımlarını takip eden kadınların oranı %35.4, erkeklerin %23.7'sidir; takip etmeyen kadınlar %64.6, erkekler %76.3'tür. Bu bulgu anlamlılığa yaklaşmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlı değildir ($\chi2(1)=3.667$; p=.056). Okulunun sosyal medya paylaşımlarını takip eden kadınların oranı %66.7, erkeklerin %53.8'idir; takip etmeyen kadınlar %33.3, erkekler %46.2'dir. Bu bulgu cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir ($\chi2(1)=3.977$; p=.046).

Yaptığı dinî aktiviteleri sosyal medyada paylaşan kadınların oranı %11.1, erkeklerin %9.7'sidir; paylaşmayan kadınlar %88.9, erkekler %90.3'tür. Bu bulgu anlamlı değildir ($\chi2(1)=.123$; p=.726). Sosyal medya hesapları aracılığıyla dinî metin ve dualara katılan kadınların oranı %36.1, erkeklerin %32.3'tür; katılmayan kadınlar %63.9, erkekler %67.7'dir. Anlamlı fark yoktur ($\chi2(1)=.371$; p=.543). Sosyal medyada kendini farklı kişilikle sunan arkadaşlara sahip olduğunu belirten kadınların oranı %24.3, erkeklerin %24.7'sidir; sahip olmayan kadınlar %75.7, erkekler %75.3'tür. Bu sonuç anlamlı değildir ($\chi2(1)=.006$; p=.941).

İmam Hatiplerde sosyal medya okuryazarlığı dersi olmamasının yanlış görüşlerin yayılmasına neden olduğunu düşünen kadınların oranı %37.5, erkeklerin %29.0'dır; bu görüşe katılmayan kadınlar %62.5, erkekler %71.0'dır. Bu dağılım da anlamlı değildir ($\chi2(1)=1.801$; p=.180). Sosyal medya platformlarında şiddet, nefret söylemi veya uygunsuz içerikle karşılaştığını söyleyen kadınların oranı %52.1, erkeklerin %39.8'idir; karşılaşmayan kadınlar %47.9, erkekler %60.2'dir. Bu fark da anlamlılığa yaklaşmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlı değildir ($\chi2(1)=3.429$; p=.064).

Rahatsız edici içeriklere verilen tepkiler incelendiğinde, hiçbir şey yapmadığını belirten kadınların oranı %21.5, erkeklerin %17.2'sidir. Hesabını kapattığını belirten kadınlar %2.1, erkekler %3.2'dir. Ailesini bilgilendirdiğini belirten kadınların oranı %35.4, erkeklerin %28.0'idir. Şikayet ettiğini belirten kadınların oranı %41.0, erkeklerin %51.6'sıdır. Bu dağılımlar da cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi2(3)=3.209$; p=.361).

Tablo 5'te öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyanın din öğretimine etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 5. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi	Kadın (n=144)		Erkek (n=93)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Dinî konularla ilgili güncel sorunlar için önce sosyal medyaya bakarım.	2.69	1.203	2.70	1.130	-.073	.942
2. Sosyal medyada din ile ilgili geniş bir şekilde bilgi, belge ve multimedya malzemelerinin bulunması, dinî gündemi takip etmemi kolaylaştırmaktadır.	3.03	1.112	3.34	1.016	-2.162	**.032***
3. Dinî konularda bilgisi ve örnek hayatı ile ön plana çıkmış İlahiyat Fakültesi hocaları, dinî gurup liderleri ve kanaat önderlerini sosyal medyadan takip ederek güncel dinî bilgiye ulaşırım.	2.69	1.143	2.85	1.052	-1.098	.273
4. Sosyal medya mesnetsiz, sahih olmayan, hurafe ya da açıkça yalan/yanlış birçok dinî bilginin kolay bir şekilde yayılmasına fırsat tanımaktadır.	3.53	1.164	3.52	1.100	.123	.902
5. Sosyal medyadaki güncel eğitim videoları, dinî konularda birçok eksikliğimi gideriyor.	3.13	1.148	3.19	1.145	-.404	.687
6. Cami vaazları veya ev konuşmalarından daha ziyade sosyal medyadaki güncel hutbe, vaaz ve eğitim videoları ilgimi çekmektedir.	2.56	1.076	3.01	1.175	-3.021	**.003***
7. Sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere güvenirim.	2.57	.973	2.71	.995	-1.074	.284
8. Sosyal medyadaki dinî söyleşilere katılmam sayesinde bilmediklerimi öğreniyorum.	2.85	1.136	3.13	1.086	-1.897	.059
9. Sosyal medya dinî kimliğim ve inancımı sorgulamama yardımcı oluyor.	2.65	1.173	2.96	1.141	-1.971	.050

10. Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm.	2.74	1.069	3.10	1.114	-2.446	**.015***
11. Sosyal medya hesaplarının hangi mezhebe veya gruba ait olduğunu anlayıncaya kadar bazen birçok yeni dinî görüşle karşılaştığım olur.	2.78	1.143	2.82	1.083	-.265	.792
12. Şu anda sahip olduğum dinî inançta sosyal medyanın etkisi vardır.	2.19	1.053	2.39	1.133	-1.335	.183
13. Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum.	2.78	1.117	3.12	1.187	-2.190	**.030***
14. Sosyal medya dinî gruplar hakkında bilgi sahibi olmamı sağlıyor.	2.88	1.074	3.01	1.118	-.887	.376
15. Sosyal medya üzerinden bir kurs (Arapça, tefsir, hadis vb.) takip ederim.	2.38	1.070	2.69	1.179	-2.113	**.036***
16. Sosyal medya sayesinde dinî gündemden haberim oluyor.	2.83	1.185	3.04	1.141	-1.394	.165
17. Sosyal medya en güncel ve en pratik bir şekilde din otoriterlerine anlık sorularımı ulaştırmamı ve cevaplarını öğrenmemi sağlamaktadır.	3.01	1.122	3.04	1.242	-.187	.852
18. Salgın (Covid-19) yasakları dolayısıyla sosyal medya üzerinden dinî içerikli video, ders, konferans, canlı yayın konuşmalarını daha çok takip etmeye başladım.	2.72	1.191	2.88	1.223	-.996	.320
19. Aradığım dinî bilgiye sosyal medya sayesinde kolayca erişip, öğreniyorum.	3.26	1.223	3.42	1.210	-.959	.338

20. Kuran, hadis, fıkıh vb. tüm dinî kitaplara ve kaynak arşivlerine sosyal medya üzerinden kolayca ulaşabilmem, din bilgisi edinmeme olumlu katkı sağlıyor.	3.37	1.095	3.47	1.129	-.713	.477
21. Sosyal medya dinî konularda günlük hayatta asla ulaşamayacağım kişi ve kurumlardan hızlı ve kolayca bilgi almamı sağlıyor.	3.19	1.178	3.42	1.155	-1.446	.149
22. Okul, kitaplar ve öğretmenlerimde bulamadığım dinî bilgileri sosyal medyada bulurum.	3.01	1.218	3.08	1.262	-.374	.709

*p<.05

Erkeklerin *"Sosyal medyada din ile ilgili geniş bir şekilde bilgi, belge ve multimedya malzemelerinin bulunması, dinî gündemi takip etmemi kolaylaştırmaktadır"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.34) kadınların ortalamasından (ort=3.03) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.162; p=.032).

Erkeklerin *"Cami vaazları veya ev konuşmalarından daha ziyade sosyal medyadaki güncel hutbe, vaaz ve eğitim videoları ilgimi çekmektedir"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.01) kadınların ortalamasından (ort=2.56) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-3.021; p=.003).

Erkeklerin *"Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.10) kadınların ortalamasından (ort=2.74) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.446; p=.015).

Erkeklerin *"Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.12) kadınların ortalamasından (ort=2.78) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.190; p=.030).

Erkeklerin *"Sosyal medya üzerinden bir kurs (Arapça, tefsir, hadis vb.) takip ederim"* ifadesine katılma ortalaması (ort=2.69) kadınların ortalamasından (ort=2.38) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.113; p=.036).

Diğer ortalamalar arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

Tablo 6'da öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dinî Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi	Kadın (n=144)		Erkek (n=93)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Aile üyelerim sosyal medya yüzünden onları ihmal ettiğimi söylerler.	2.44	1.108	2.57	1.077	-.860	.390
2. Sosyal medyada zaman geçirmeyi ailemle zaman geçirmeye tercih ederim.	2.69	1.293	3.13	1.393	-2.490	**.013***
3. Sosyal medya hesaplarıma aile üyelerimi eklemem.	2.25	1.186	2.83	1.324	-3.499	**.001***
4. Sosyal medya aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağladığını düşünmüyorum.	2.98	1.156	3.10	1.104	-.778	.437
5. Sosyal medya ebeveynler ve çocukları arasındaki iletişimi zayıflatır.	3.34	1.236	3.56	1.146	-1.369	.172
6. Sosyal medya kullanımından dolayı ailemle çatışma yaşarım.	2.60	1.291	2.92	1.270	-1.878	.062
7. Sosyal medyanın beni ailemden uzaklaştırıp yalnızlaştırdığını düşünüyorum.	2.46	1.251	2.85	1.224	-2.370	**.019***
8. Uzun süre sosyal medya kullanımı aile içi iletişimi azaltıp, düzeni bozmaktadır.	3.32	1.331	3.22	1.241	.605	.546
9. Sosyal medya yüzünden derslerimi veya ibadetlerimi aksattığım için ailemle sorunlar yaşıyorum.	2.57	1.277	2.68	1.172	-.656	.512

10. Bayramda akrabalarımı ziyaret etmek yerine bayramlarını sosyal medyadan kutlarım.	2.22	1.118	2.48	1.176	-1.723	.086
11. Günümüzde dinî faaliyetler, kutsal günler ve geceler başta olmak üzere birçok konuda sosyal medyanın Müslümanların dinî sosyalleşmesinde etkisi vardır.	3.16	1.049	3.20	1.059	-.318	.751
12. Kurban, zekat, fitre vb. diğer dinî vecibeler konusunda paylaşım sosyal medyanın dinî görevlerin zamanında yapılmasını sağlamak suretiyle Müslümanlar arası sosyal etkileşimi güçlendirdiğini düşünüyorum.	3.15	1.060	3.04	1.031	.787	.432
13. Sosyal medya özellikle özel gün ve gecelerde dinî vecibeleri/ibadetleri doğru ve zamanında yapmam konusunda beni zinde/uyanık tutmaktadır.	2.99	1.034	3.00	1.142	-.048	.961
14. Vakıf ve derneklerin dinî içerikli faaliyetlerini sosyal medya üzerinden takip etmem beni sosyalleştiriyor.	2.66	1.012	2.72	1.087	-.438	.662
15. Dinî bayramlar, özel gün ve gece kutlama ve tebrik paylaşımlarını genellikle sosyal medya üzerinden yaparım.	2.53	1.134	2.70	1.159	-1.079	.282
16. Din alimleri ve dinî grup liderleri gibi meşhur birçok dinî şahsiyetin sosyal medyadaki dinî paylaşımlarını takip etmem aidiyet/dine bağlılık duygularımı güçlendirmektedir.	2.79	1.096	2.88	1.020	-.635	.526
17. Sosyal medya, farklı birçok görüş ve dinî inanç mensubu bireylerle iletişime geçme imkanı vermektedir.	2.94	1.059	3.22	1.072	-1.961	.051

18. Hiç tanımadığım ve görmediğim kişiler ile sosyal medyada dinî birliktelik ve bağ kurabilirim, aynı fikirler, düşünceler etrafında aidiyetler oluşturabilirim.	2.50	1.177	2.57	1.036	-.468	.641
19. Sosyal medyadan yaptığım dinî paylaşımlar bana iç huzur ve sanki dinî bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir.	2.60	1.161	2.88	1.131	-1.861	.064
20. Bazen hiç tanımadığım ya da tanıyamayacağım din alimi, hoca, akademisyen gibi belirli kanaat önderi kişilerin sohbetlerini sosyal medyadan takip etmem sayesinde kişiliğimin olgunlaştığını düşünüyorum.	2.67	1.108	2.71	1.109	-.245	.807

*p<.05

Erkeklerin *"Sosyal medyada zaman geçirmeyi ailemle zaman geçirmeye tercih ederim"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.13) kadınların ortalamasından (ort=2.69) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.490; p=.013). Erkeklerin *"Sosyal medya hesaplarıma aile üyelerimi eklemem"* ifadesine katılma ortalaması (ort=2.83) kadınların ortalamasından (ort=2.25) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-3.499; p=.001). Erkeklerin *"Sosyal medyanın beni ailemden uzaklaştırıp yalnızlaştırdığını düşünüyorum"* ifadesine katılma ortalaması (ort=2.85) kadınların ortalamasından (ort=2.46) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.370; p=.019).

Tablo 7'de öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 7. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi	Kadın (n=144)		Erkek (n=93)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p

1. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	2.88	1.121	3.14	1.049	-1.820	.070
2. Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp bırakamadığım olur.	2.81	1.097	2.85	1.103	-.253	.801
3. Sosyal medya yüzünden ibadetlerimi aksattığım olur.	2.60	1.149	2.78	1.141	-1.232	.219
4. Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.	2.60	1.105	3.03	1.078	-2.988	**.003***
5. Sosyal medya yüzünden derslerime yeterince özen gösteremiyorum.	2.63	1.127	2.58	1.035	.305	.760
6. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya bakmak olur.	2.30	1.218	2.57	1.155	-1.708	.089
7. Ders esnasında bile sosyal medya platformlarına girme isteğim olur	2.44	1.211	2.48	1.080	-.255	.799
8. Kısa videoları seyretmekten kendimi alamıyorum.	2.88	1.228	3.03	1.118	-.997	.320
9. Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/ bozukluklar olur.	2.49	1.218	2.76	1.183	-1.688	.093
10. Bir süre sosyal medyaya girmediğim zaman beynimi sosyal medyaya girmek işgal eder.	2.43	1.151	2.70	1.101	-1.783	.076
11. Sosyal medyasız bir hayat düşünemem.	2.60	1.196	2.56	1.026	.299	.765
12. Sosyal medya kullanamazsam kendimi boşlukta ve mutsuz hissederim.	2.50	1.109	2.46	.995	.265	.791
13. Sosyal medyaya girmediğim zaman kendimi kötü hissederim.	2.45	1.115	2.58	1.025	-.899	.369
14. Sosyal medya yalnızlaştırıyor.	2.74	1.272	3.08	1.209	-2.001	**.047***

15. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2.53	1.206	2.91	1.158	-2.402	**.017***
16. Çoğu zaman yanımdakilere aldırmadan sosyal medya ile ilgilenirim.	2.43	1.163	2.58	1.067	-1.002	.317

*p<.05

Erkeklerin *"Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.03) kadınların ortalamasından (ort=2.60) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.988; p=.003).

Erkeklerin *"Sosyal medya yalnızlaştırıyor"* ifadesine katılma ortalaması (ort=3.08) kadınların ortalamasından (ort=2.74) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.001; p=.047).

Erkeklerin *"Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler"* ifadesine katılma ortalaması (ort=2.91) kadınların ortalamasından (ort=2.53) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=-2.402; p=.017).

4.3. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Kullanımları

Tablo 8'de öğrencilerin okullarına göre sosyal medya kullanım alışkanlıkları anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları		75. Yıl Ortaokulu		Güngören İHO		İTO İHO			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
İnternete sürekli erişim	Evet	53	73.6	111	86.7	29	78.4	5.507	.064
	Hayır	19	26.4	17	13.3	8	21.6		
Herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik	Evet	22	30.6	71	55.5	27	73.0	20.196	**.000***
	Hayır	50	69.4	57	44.5	10	27.0		
	Evet	24	33.3	62	48.4	10	27.0	7.668	**.022***

Sosyal medyadaki din içerikli bir programı takip	Hayır	48	66.7	66	51.6	27	73.0		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip etme sıklığı	Seyrek	3	10.0	12	18.2	2	16.7	6.289	.615
	Ayda bir	1	3.3	4	6.1	0	0.0		
	Ara sıra	16	53.3	28	42.4	8	66.7		
	Haftada bir	7	23.3	11	16.7	2	16.7		
	Her gün	3	10.0	11	16.7	0	0.0		
Sosyal medyanın yaşamında yer etme düzeyi	Olmasa da olur	36	50.0	47	36.7	6	16.2	15.007	**.005***
	Eksikliğini hissederim	33	45.8	64	50.0	27	73.0		
	Olmazsa olmazım	3	4.2	17	13.3	4	10.8		
Düzenli olarak sosyal medya sitelerini kullanma süresi	1 yıldan az	33	45.8	33	25.8	13	35.1	11.983	.062
	2-3 yıldan beri	24	33.3	71	55.5	20	54.1		
	4-5 yıldan beri	11	15.3	17	13.3	3	8.1		
	5 yıldan fazla	4	5.6	7	5.5	1	2.7		
Sosyal medyada günlük olarak geçirilen süre	1 saatten az	29	40.3	35	27.3	13	35.1	6.945	.326
	1-3 saat	34	47.2	62	48.4	19	51.4		
	3-6 saat	8	11.1	28	21.9	4	10.8		
	6 saat ve üzeri	1	1.4	3	2.3	1	2.7		
Sosyal medya platformlarını yararlı bulma	Evet	25	34.7	54	42.2	21	56.8	7.949	.093
	Hayır	13	18.1	12	9.4	2	5.4		
	Fikrim yok	34	47.2	62	48.4	14	37.8		
	Paylaşım yaparım	7	9.7	23	18.0	4	10.8	7.262	.123

Sosyal medya kullanıcısı olarak genelde kendini tanımlama	Paylaşımları takip ederim	51	70.8	94	73.4	29	78.4	
	Yorum yaparım	14	19.4	11	8.6	4	10.8	

Öğrencilerin *"Herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=20.196$; p=.000). Buna göre üyelik oranı en yüksek olan grup İTO İHO öğrencileridir (%73.0), ardından Güngören İHO (%55.5) ve en düşük oran ise 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerindedir (%30.6).

Öğrencilerin *"Sosyal medyadaki din içerikli bir programı takip etme"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=7.668$; p=.022). Buna göre en yüksek takip oranı Güngören İHO öğrencilerinde (%48.4), en düşük ise İTO İHO öğrencilerindedir (%27.0).

Öğrencilerin *"Sosyal medyanın yaşamlarında yer etme düzeyi"* görüşleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(4)=15.007$; p=.005). Buna göre İTO İHO öğrencilerinin %73.0'ü "eksikliğini hissederim" derken, 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinin %50.0'i "olmasa da olur" yanıtını vermiştir. Güngören İHO öğrencilerinde ise "olmasa da olur" oranı %36.7, "olmazsa olmazım" oranı %13.3'tür.

Tablo 9'da öğrencilerin okullarına göre sosyal medyanın etkileri anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 9. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medyanın Etkileri		75. Yıl Ortaokulu		Güngören İHO		İTO İHO			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
Sosyal medyada dinî grupların düzenlemiş olduğu dinî etkinliklere katılma	Evet	20	28.2	26	20.3	6	16.2	2.505	.286
	Hayır	51	71.8	102	79.7	31	83.8		
Dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden	Evet	6	8.3	12	9.4	6	16.2	7.939	.094
	Hayır	36	50.0	45	35.2	18	48.6		

yaptığı çağrılara ya da faaliyetlere katılma	Fikrim yok	30	41.7	71	55.5	13	35.1		
İrşat ve tebliğ yapan ve dinin hoş taraflarını paylaşan sosyal medya hesaplarını takip etme	Evet	17	23.6	62	48.4	8	22.2	16.116	**.000***
	Hayır	55	76.4	66	51.6	28	77.8		
Dinî içeriklere sahip gazete, dergi ve yayın kuruluşlarının kendi kurumsal sosyal medya hesaplarındaki dinî paylaşımlarını takip etme	Evet	17	23.6	33	25.8	9	24.3	.124	.940
	Hayır	55	76.4	95	74.2	28	75.7		
Sosyal medya üzerinden dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone veya üyelik	Evet	11	15.3	39	30.5	5	13.5	8.279	**.016***
	Hayır	61	84.7	89	69.5	32	86.5		
Sadece sosyal medyada oluşturulan sanal dinî gruplardan birine üyelik	Evet	7	9.7	22	17.2	2	5.4	4.530	.104
	Hayır	65	90.3	106	82.8	35	94.6		
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	9	12.5	25	19.5	3	8.3	3.457	.178
	Hayır	63	87.5	103	80.5	33	91.7		
İl Müftülüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	4	5.6	11	8.6	2	5.4	.845	.656
	Hayır	68	94.4	117	91.4	35	94.6		
İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	5	6.9	11	8.6	2	5.4	.478	.787
	Hayır	67	93.1	117	91.4	35	94.6		
MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	19	26.8	28	21.9	5	13.5	2.489	.288
	Hayır	52	73.2	100	78.1	32	86.5		
İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	21	29.2	41	32.0	11	29.7	.201	.904
	Hayır	51	70.8	87	68.0	26	70.3		
	Evet	45	62.5	74	57.8	27	73.0	2.824	.244

Okulunun sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Hayır	27	37.5	54	42.2	10	27.0		
Yaptığı dinî aktiviteleri genellikle sosyal medyada paylaşma	Evet	15	20.8	10	7.8	0	0.0	13.450	**.001***
	Hayır	57	79.2	118	92.2	37	100.0		
Sosyal medya hesapları aracılığı ile dinî metin ve duaların okunmasına, hatim ve yardım halkalarına katılma	Evet	23	31.9	48	37.5	11	29.7	1.088	.580
	Hayır	49	68.1	80	62.5	26	70.3		
Sosyal medyada oluşan sanal gruplarda, kendini olduğundan farklı bir kişilikle sunan arkadaşlar	Var	11	15.3	38	29.7	9	24.3	5.177	.075
	Yok	61	84.7	90	70.3	28	75.7		
İmam Hatiplerde sosyal medya okur yazarlığı dersi olmamasının birçok yanlış görüşün yayılmasına neden olduğunu düşünme	Evet	17	23.6	52	40.6	12	32.4	5.989	.050
	Hayır	55	76.4	76	59.4	25	67.6		
Sosyal medya platformları üzerinde şiddet içeren, yaşınıza uygun olmayan, nefret söylemi ya da hakaret barındıran, cinsel öğeler içeren vb. bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma	Evet	17	23.6	70	54.7	25	67.6	25.111	**.000***
	Hayır	55	76.4	58	45.3	12	32.4		
Sosyal medya platformları üzerinden rahatsız edici bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma durumuna tepki	Hiçbir şey yapmadım/yapmam	9	12.5	26	20.3	12	32.4	19.081	**.004***
	Sosyal medya hesabımı kapattım/kapatırım	1	1.4	3	2.3	2	5.4		
	Ailemi bilgilendirdim/bilgilendiririm	36	50.0	33	25.8	8	21.6		
	Şikayet ettim/ ederim	26	36.1	66	51.6	15	40.5		

Öğrencilerin *"İrşat ve tebliğ yapan ve dinin hoş taraflarını paylaşan sosyal medya hesaplarını takip etme"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=16.116$;

p=.000). Buna göre takip oranı en yüksek Güngören İHO öğrencilerindedir (%48.4), en düşük ise İTO İHO öğrencilerindedir (%22.2).

Öğrencilerin *"Sosyal medya üzerinden dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone veya üyelik"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=8.279$; p=.016). Buna göre üyelik oranı en yüksek Güngören İHO öğrencilerindedir (%30.5), en düşük oran ise İTO İHO öğrencilerindedir (%13.5).

Öğrencilerin *"Yaptığı dinî aktiviteleri genellikle sosyal medyada paylaşma"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=13.450$; p=.001). Buna göre paylaşım oranı en yüksek 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerindedir (%20.8), en düşük oran ise İTO İHO öğrencilerindedir (%0.0).

Öğrencilerin *"Sosyal medya platformları üzerinde şiddet içeren, yaşınıza uygun olmayan, nefret söylemi ya da hakaret barındıran, cinsel öğeler içeren vb. bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma"* durumları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(2)=25.111$; p=.000). Buna göre karşılaşma oranı en yüksek İTO İHO öğrencilerindedir (%67.6), en düşük oran ise 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerindedir (%23.6).

Öğrencilerin *"Sosyal medya platformları üzerinden rahatsız edici bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma durumuna tepki"* dağılımları okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir ($\chi^2(6)=19.081$; p=.004). Buna göre "hiçbir şey yapmadım" diyenlerin oranı en yüksek İTO İHO öğrencilerindedir (%32.4), "ailemi bilgilendirdim" diyenlerin oranı ise en yüksek 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerindedir (%50.0).

Tablo 10'da öğrencilerin okullarına göre sosyal medyanın din öğretimine etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 10. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi	Df:2-1234	N	ORT	SS	F	P	Tukey Posthoc
10. Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım	75. Yıl Ortaokulu	72	2.94	1.112			75. yıl > İTO p=.009

ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm.	Güngören İHO	128	3.02	1.027	6.606	**.002***	
	İTO İHO	37	2.30	1.151			
13. Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum.	75. Yıl Ortaokulu	72	2.72	1.051			Güngören > 75. Yıl p=.039 Güngören > İTO p=.015
	Güngören İHO	128	3.13	1.153	5.428	**.005***	
	İTO İHO	37	2.54	1.216			
16. Sosyal medya sayesinde dinî gündemden haberim oluyor.	75. Yıl Ortaokulu	72	2.85	1.229			Güngören > İTO p=.007
	Güngören İHO	128	3.09	1.087	4.780	**.009***	
	İTO İHO	37	2.43	1.214			
18. Salgın (Covid-19) yasakları dolayısıyla sosyal medya üzerinden dinî içerikli video, ders, konferans, canlı yayın konuşmalarını daha çok takip etmeye başladım.	75. Yıl Ortaokulu	72	2.86	1.190			Güngören > İTO P=.037
	Güngören İHO	128	2.88	1.230	3.272	**.040***	
	İTO İHO	37	2.32	1.056			
20. Kuran, hadis, fıkıh vb. tüm dinî kitaplara ve kaynak arşivlerine sosyal medya üzerinden kolayca ulaşabilmem, din bilgisi edinmeme olumlu katkı sağlıyor.	75. Yıl Ortaokulu	72	3.15	1.206			Güngören > 75. Yıl p=.028
	Güngören İHO	128	3.57	.994	3.405	**.035***	
	İTO İHO	37	3.35	1.207			

*p<.05

Öğrencilerin *"Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=6.606; p=.002). Tukey post-hoc testi sonucuna göre 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinin ortalaması (ort=2.94) İTO İHO öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.30) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.009).

Öğrencilerin *"Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=5.428; p=.005). Tukey post-hoc testi sonucunda Güngören İHO öğrencilerinin ortalaması (ort=3.13), 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.72; p=.039) ve İTO İHO öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.54; p=.015) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Öğrencilerin *"Sosyal medya sayesinde dinî gündemden haberim oluyor"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=4.780; p=.009). Tukey post-hoc testi sonucunda Güngören İHO öğrencilerinin ortalaması (ort=3.09), İTO İHO öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.43) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.007).

Öğrencilerin *"Salgın (Covid-19) yasakları dolayısıyla sosyal medya üzerinden dinî içerikli video, ders, konferans, canlı yayın konuşmalarını daha çok takip etmeye başladım"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=3.272; p=.040). Tukey post-hoc testi sonucunda Güngören İHO öğrencilerinin ortalaması (ort=2.88), İTO İHO öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.32) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.037).

Öğrencilerin *"Kuran, hadis, fıkıh vb. tüm dinî kitaplara ve kaynak arşivlerine sosyal medya üzerinden kolayca ulaşabilmem, din bilgisi edinmeme olumlu katkı sağlıyor"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=3.405; p=.035). Tukey post-hoc testi sonucunda Güngören İHO öğrencilerinin ortalaması (ort=3.57), 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinin ortalamasından (ort=3.15) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.028).

Tablo 11'da öğrencilerin okullarına göre sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 11. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dinî Sosyalleşmeye Etkisi ile Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi	Df:2-234	N	ORT	SS	F	p	Tukey Posthoc
13. Sosyal medya özellikle özel gün ve gecelerde dinî vecibeleri/ibadetleri doğru ve zamanında yapmam konusunda beni zinde/uyanık tutmaktadır.	75. Yıl Ortaokulu	72	2.85	1.122			
	Güngören İHO	128	3.17	1.028	4.149	**.017***	Güngören > İTO p=.034
	İTO İHO	37	2.68	1.056			
19. Sosyal medyadan yaptığım dinî paylaşımlar bana iç huzur ve sanki dinî bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir.	75. Yıl Ortaokulu	72	2.51	1.163			Güngören > 75. Yıl p=.036
	Güngören İHO	128	2.93	1.145	5.627	**.004***	Güngören >İTO p=.013
	İTO İHO	37	2.32	1.029			

*p<.05

Tablo 12'de öğrencilerin okullarına göre sosyal medyanın bağımlılaşmaya etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 12. Öğrencilerin Okullarına Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi

	Df:2-234	N	ORT	SS	F	p	Tukey Posthoc
14. Sosyal medya yalnızlaştırıyor.	75. Yıl Ortaokulu	72	3.17	1.138			75. Yıl > İTO p=.047
	Güngören İHO	128	2.80	1.257	3.364	**.036***	

İTO İHO	37	2.57	1.385	

*p<.05

Öğrencilerin *"Sosyal medya yalnızlaştırıyor"* ifadesine katılım düzeyleri okul türüne göre anlamlı farklılık göstermiştir (F(2,234)=3.364; p=.036). Tukey post-hoc testi sonucuna göre 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinin ortalaması (ort=3.17), İTO İHO öğrencilerinin ortalamasından (ort=2.57) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.047).

4.4. Öğrencilerin Ailelerinin Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları

Tablo 13'te öğrencilerin aile ekonomik durumlarına göre sosyal medya kullanım alışkanlıkları anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 13. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları		Orta ve altı		Yüksek		Toplam			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
İnternete sürekli erişim	Evet	82	76.6	85	85.9	167	81.1	2.850	.091
	Hayır	25	23.4	14	14.1	39	18.9		
Herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik	Evet	55	51.4	49	49.5	104	50.5	.075	.784
	Hayır	52	48.6	50	50.5	102	49.5		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip	Evet	44	41.1	44	44.4	88	42.7	.232	.630
	Hayır	63	58.9	55	55.6	118	57.3		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip etme sıklığı	Seyrek	5	10.2	10	22.2	15	16.0	5.346	.254
	Ayda bir	1	2.0	4	8.9	5	5.3		
	Ara sıra	25	51.0	19	42.2	44	46.8		
	Haftada bir	10	20.4	7	15.6	17	18.1		

	Her gün	8	16.3	5	11.1	13	13.8		
Sosyal medyanın yaşamında yer etme düzeyi	Olmasa da olur	43	40.2	32	32.3	75	36.4	2.315	.314
	Eksikliğini hissederim	58	54.2	57	57.6	115	55.8		
	Olmazsa olmazım	6	5.6	10	10.1	16	7.8		
Düzenli olarak sosyal medya sitelerini kullanma süresi	1 yıldan az	35	32.7	30	30.3	65	31.6	4.182	.242
	2-3 yıldan beri	53	49.5	51	51.5	104	50.5		
	4-5 yıldan beri	17	15.9	11	11.1	28	13.6		
	5 yıldan fazla	2	1.9	7	7.1	9	4.4		
Sosyal medyada günlük olarak geçirilen süre	1 saatten az	32	29.9	34	34.3	66	32.0	.955	.812
	1-3 saat	57	53.3	46	46.5	103	50.0		
	3-6 saat	17	15.9	18	18.2	35	17.0		
	6 saat ve üzeri	1	0.9	1	1.0	2	1.0		
Sosyal medya platformlarını yararlı bulma	Evet	41	38.3	43	43.4	84	40.8	5.786	.055
	Hayır	18	16.8	6	6.1	24	11.7		
	Fikrim yok	48	44.9	50	50.5	98	47.6		
Sosyal medya kullanıcısı olarak genelde kendini tanımlama	Paylaşım yaparım	15	14.0	12	12.1	27	13.1	1.317	.518
	Paylaşımları takip ederim	75	70.1	76	76.8	151	73.3		
	Yorum yaparım	17	15.9	11	11.1	28	13.6		

Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları aile ekonomik durumuna göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. İnternete sürekli erişim ($\chi^2(1)=2.850$; $p=.091$), herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik ($\chi^2(1)=.075$; $p=.784$), sosyal medyadaki din içerikli bir programı takip etme ($\chi^2(1)=.232$; $p=.630$) ve bu programları takip etme sıklığı ($\chi^2(4)=5.346$; $p=.254$) açısından gruplar arasında anlamlı fark gözlenmemiştir. Benzer şekilde,

sosyal medyanın yaşamda yer etme düzeyi ($\chi^2(2)=2.315$; p=.314), düzenli olarak sosyal medya kullanma süresi ($\chi^2(3)=4.182$; p=.242), günlük geçirilen süre ($\chi^2(3)=.955$; p=.812), sosyal medya platformlarını yararlı bulma durumu ($\chi^2(2)=5.786$; p=.055) ve sosyal medya kullanıcısı olarak kendini tanımlama biçimi ($\chi^2(2)=1.317$; p=.518) değişkenlerinde de aile ekonomik durumuna göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ekonomik durumdan bağımsız olarak benzerlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 14'te öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre sosyal medyanın etkileri anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 14. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medyanın Etkileri		Orta ve altı		Yüksek		Toplam			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
Sosyal medyada dinî grupların düzenlemiş olduğu dinî etkinliklere katılma	Evet	28	26.4	18	18.2	46	22.4	1.994	.158
	Hayır	78	73.6	81	81.8	159	77.6		
Dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden yaptığı çağrılara ya da faaliyetlere katılma	Evet	11	10.3	9	9.1	20	9.7	2.646	.266
	Hayır	41	38.3	49	49.5	90	43.7		
	Fikrim yok	55	51.4	41	41.4	96	46.6		
İrşat ve tebliğ yapan ve dinin hoş taraflarını paylaşan sosyal medya hesaplarını takip etme	Evet	39	36.8	38	38.4	77	37.6	.055	.814
	Hayır	67	63.2	61	61.6	128	62.4		
Dinî içeriklere sahip gazete, dergi ve yayın kuruluşlarının kendi kurumsal sosyal medya hesaplarındaki dinî paylaşımlarını takip etme	Evet	30	28.0	25	25.3	55	26.7	.204	.652
	Hayır	77	72.0	74	74.7	151	73.3		

Sosyal medya üzerinden dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone veya üyelik	Evet	26	24.3	24	24.2	50	24.3	.000	.992
	Hayır	81	75.7	75	75.8	156	75.7		
Sadece sosyal medyada oluşturulan sanal dinî gruplardan birine üyelik	Evet	13	12.1	13	13.1	26	12.6	.054	.832
	Hayır	94	87.9	86	86.9	180	87.4		
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	18	16.8	14	14.1	32	15.5	.282	.596
	Hayır	89	83.2	85	85.9	174	84.5		
İl Müftülüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	9	8.4	6	6.1	15	7.3	.421	.517
	Hayır	98	91.6	93	93.9	191	92.7		
İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	8	7.5	5	5.1	13	6.3	.512	.474
	Hayır	99	92.5	94	94.9	193	93.7		
MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	30	28.3	17	17.2	47	22.9	3.589	.058
	Hayır	76	71.7	82	82.8	158	77.1		
İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	33	30.8	32	32.3	65	31.6	.052	.819
	Hayır	74	69.2	67	67.7	141	68.4		
Okulunun sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	63	58.9	68	68.7	131	63.6	2.137	.144
	Hayır	44	41.1	31	31.3	75	36.4		
Yaptığı dinî aktiviteleri genellikle sosyal medyada paylaşma	Evet	13	12.1	9	9.1	22	10.7	.504	.478
	Hayır	94	87.9	90	90.9	184	89.3		
Sosyal medya hesapları aracılığı ile dinî metin ve duaların okunmasına, hatim ve yardım halkalarına katılma	Evet	40	37.4	32	32.3	72	35.0	.579	.447
	Hayır	67	62.6	67	67.7	134	65.0		
	Var	27	25.2	22	22.2	49	23.8	.257	.612

Sosyal medyada oluşan sanal gruplarda, kendini olduğundan farklı bir kişilikle sunan arkadaşlar	Yok	80	74.8	77	77.8	157	76.2	
İmam Hatiplerde sosyal medya okur yazarlığı dersi olmamasının birçok yanlış görüşün yayılmasına neden olduğunu düşünme	Evet	35	32.7	36	36.4	71	34.5	
	Hayır	72	67.3	63	63.6	135	65.5	.304 .581
Sosyal medya platformları üzerinde şiddet içeren, yaşınıza uygun olmayan, nefret söylemi ya da hakaret barındıran, cinsel öğeler içeren vb. bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma	Evet	46	43.0	54	54.5	100	48.5	
	Hayır	61	57.0	45	45.5	106	51.5	2.749.097
Sosyal medya platformları üzerinden rahatsız edici bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma durumuna tepki	Hiçbir şey yapmadım/yapmam	25	23.4	15	15.2	40	19.4	
	Sosyal medya hesabımı kapattım/kapatırım	2	1.9	4	4.0	6	2.9	
	Ailemi bilgilendirdim/bilgilendiririm	32	29.9	36	36.4	68	33.0	3.270.352
	Şikayet ettim/ ederim	48	44.9	44	44.4	92	44.7	

Öğrencilerin sosyal medyada dinî grupların düzenlediği etkinliklere katılma ($\chi^2(1)=1.994$; p=.158), dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılma ($\chi^2(2)=2.646$; p=.266), irşat ve tebliğ yapan sosyal medya hesaplarını takip etme ($\chi^2(1)=.055$; p=.814), dinî içerikli medya kuruluşlarını takip etme ($\chi^2(1)=.204$; p=.652), dinî eğitim veren kanallara abone olma ($\chi^2(1)=.000$; p=.992) ve sanal dinî gruplara üyelik ($\chi^2(1)=.054$; p=.832) durumları ekonomik duruma göre değişmemektedir.

Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığı'nın ($\chi^2(1)=.282$; p=.596), İl Müftülüğü'nün ($\chi^2(1)=.421$; p=.517), İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün ($\chi^2(1)=.512$; p=.474), MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün ($\chi^2(1)=3.589$; p=.058), İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün ($\chi^2(1)=.052$; p=.819) ve okulun ($\chi^2(1)=2.137$; p=.144) sosyal medya paylaşımlarını takip etme durumlarında da anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Bunun yanında dinî aktiviteleri paylaşma ($\chi^2(1)=.504$; p=.478), dinî metin ve dualara katılma ($\chi^2(1)=.579$; p=.447), sosyal medyada farklı kişilik sunan arkadaşların varlığı ($\chi^2(1)=.257$; p=.612), imam hatiplerde sosyal medya okur yazarlığı dersinin olmaması hakkındaki görüşler ($\chi^2(1)=.304$; p=.581), şiddet/uygunsuz içerikle karşılaşma ($\chi^2(1)=2.749$; p=.097) ve rahatsız edici içeriklere verilen tepkiler ($\chi^2(3)=3.270$; p=.352) de ekonomik durum açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 15'te öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre sosyal medyanın din öğretimine etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 15. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi	Orta ve altı (n=107)		Yüksek (n=99)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Dinî konularla ilgili güncel sorunlar için önce sosyal medyaya bakarım.	2.72	1.080	2.67	1.270	.323	.747
2. Sosyal medyada din ile ilgili geniş bir şekilde bilgi, belge ve multimedya malzemelerinin bulunması, dinî gündemi takip etmemi kolaylaştırmaktadır.	3.24	.970	3.04	1.115	1.394	.165
3. Dinî konularda bilgisi ve örnek hayatı ile ön plana çıkmış İlahiyat Fakültesi hocaları, dinî gurup liderleri ve kanaat önderlerini sosyal medyadan takip ederek güncel dinî bilgiye ulaşırım.	2.73	1.069	2.76	1.179	-.183	.855
4. Sosyal medya mesnetsiz, sahih olmayan, hurafe ya da açıkça yalan/yanlış birçok dinî bilginin kolay bir şekilde yayılmasına fırsat tanımaktadır.	3.50	1.200	3.54	1.062	-.253	.801

5. Sosyal medyadaki güncel eğitim videoları, dinî konularda birçok eksikliğimi gideriyor.	3.15	1.131	3.10	1.120	.309	.758
6. Cami vaazları veya ev konuşmalarından daha ziyade sosyal medyadaki güncel hutbe, vaaz ve eğitim videoları ilgimi çekmektedir.	2.75	1.158	2.74	1.139	.064	.949
7. Sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere güvenirim.	2.67	1.044	2.62	.911	.414	.679
8. Sosyal medyadaki dinî söyleşilere katılmam sayesinde bilmediklerimi öğreniyorum.	3.05	1.111	2.89	1.115	1.017	.310
9. Sosyal medya dinî kimliğim ve inancımı sorgulamama yardımcı oluyor.	2.82	1.156	2.73	1.168	.587	.558
10. Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm.	2.93	1.061	2.89	1.115	.240	.811
11. Sosyal medya hesaplarının hangi mezhebe veya gruba ait olduğunu anlayıncaya kadar bazen birçok yeni dinî görüşle karşılaştığım olur.	2.87	1.125	2.78	1.065	.598	.551
12. Şu anda sahip olduğum dinî inançta sosyal medyanın etkisi vardır.	2.51	1.136	2.07	1.013	2.948	**.004***
13. Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum.	2.94	1.097	2.90	1.216	.279	.781
14. Sosyal medya dinî gruplar hakkında bilgi sahibi olmamı sağlıyor.	2.90	1.063	2.95	1.128	-.342	.732
15. Sosyal medya üzerinden bir kurs (Arapça, tefsir, hadis vb.) takip ederim.	2.60	1.123	2.41	1.143	1.165	.245

16. Sosyal medya sayesinde dinî gündemden haberim oluyor.	2.96	1.098	2.86	1.278	.628	.531
17. Sosyal medya en güncel ve en pratik bir şekilde din otoriterlerine anlık sorularımı ulaştırmamı ve cevaplarını öğrenmemi sağlamaktadır.	3.06	1.017	3.05	1.297	.034	.973
18. Salgın (Covid-19) yasakları dolayısıyla sosyal medya üzerinden dinî içerikli video, ders, konferans, canlı yayın konuşmalarını daha çok takip etmeye başladım.	2.88	1.219	2.71	1.154	1.035	.302
19. Aradığım dinî bilgiye sosyal medya sayesinde kolayca erişip, öğreniyorum.	3.38	1.203	3.32	1.227	.354	.724
20. Kuran, hadis, fıkıh vb. tüm dinî kitaplara ve kaynak arşivlerine sosyal medya üzerinden kolayca ulaşabilmem, din bilgisi edinmeme olumlu katkı sağlıyor.	3.50	1.049	3.34	1.126	1.064	.289
21. Sosyal medya dinî konularda günlük hayatta asla ulaşamayacağım kişi ve kurumlardan hızlı ve kolayca bilgi almamı sağlıyor.	3.42	1.125	3.16	1.167	1.622	.106
22. Okul, kitaplar ve öğretmenlerimde bulamadığım dinî bilgileri sosyal medyada bulurum.	3.16	1.260	2.98	1.220	1.035	.302

*p<.05

Öğrencilerin *"Şu anda sahip olduğum dinî inançta sosyal medyanın etkisi vardır"* ifadesine katılım düzeyleri aile ekonomik durumuna göre anlamlı farklılık göstermiştir (t=2.948; p=.004). Orta ve altı ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalaması (ort=2.51), yüksek ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalamasından (ort=2.07) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Diğer tüm maddelerde ekonomik duruma göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 16'da öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 16. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dinî Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi	Orta ve altı (n=107)		Yüksek (n=99)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Aile üyelerim sosyal medya yüzünden onları ihmal ettiğimi söylerler.	2.44	1.066	2.62	1.131	-1.156	.249
2. Sosyal medyada zaman geçirmeyi ailemle zaman geçirmeye tercih ederim.	2.79	1.296	2.80	1.363	-.070	.944
3. Sosyal medya hesaplarıma aile üyelerimi eklemem.	2.59	1.221	2.27	1.194	1.877	.062
4. Sosyal medya aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağladığını düşünmüyorum.	3.07	1.179	2.97	1.083	.664	.507
5. Sosyal medya ebeveynler ve çocukları arasındaki iletişimi zayıflatır.	3.49	1.224	3.38	1.131	.621	.536
6. Sosyal medya kullanımından dolayı ailemle çatışma yaşarım.	2.73	1.293	2.80	1.286	-.384	.702
7. Sosyal medyanın beni ailemden uzaklaştırıp yalnızlaştırdığını düşünüyorum.	2.63	1.300	2.60	1.203	.173	.863
8. Uzun süre sosyal medya kullanımı aile içi iletişimi azaltıp, düzeni bozmaktadır.	3.36	1.348	3.15	1.240	1.126	.262
9. Sosyal medya yüzünden derslerimi veya ibadetlerimi aksattığım için ailemle sorunlar yaşıyorum.	2.71	1.166	2.52	1.257	1.156	.249

10. Bayramda akrabalarımı ziyaret etmek yerine bayramlarını sosyal medyadan kutlarım.	2.29	1.099	2.33	1.161	-.277	.782
11. Günümüzde dinî faaliyetler, kutsal günler ve geceler başta olmak üzere birçok konuda sosyal medyanın Müslümanların dinî sosyalleşmesinde etkisi vardır.	3.17	1.041	3.16	1.047	.045	.964
12. Kurban, zekat, fitre vb. diğer dinî vecibeler konusunda paylaşım sosyal medyanın dinî görevlerin zamanında yapılmasını sağlamak suretiyle Müslümanlar arası sosyal etkileşimi güçlendirdiğini düşünüyorum.	3.08	1.056	3.13	1.027	-.325	.746
13. Sosyal medya özellikle özel gün ve gecelerde dinî vecibeleri/ibadetleri doğru ve zamanında yapmam konusunda beni zinde/uyanık tutmaktadır.	3.05	1.031	3.02	1.143	.175	.861
14. Vakıf ve derneklerin dinî içerikli faaliyetlerini sosyal medya üzerinden takip etmem beni sosyalleştiriyor.	2.71	1.019	2.64	1.044	.514	.608
15. Dinî bayramlar, özel gün ve gece kutlama ve tebrik paylaşımlarını genellikle sosyal medya üzerinden yaparım.	2.58	1.073	2.59	1.187	-.041	.968
16. Din alimleri ve dinî grup liderleri gibi meşhur birçok dinî şahsiyetin sosyal medyadaki dinî paylaşımlarını takip etmem aidiyet/dine bağlılık duygularımı güçlendirmektedir.	2.77	1.024	2.92	1.094	-1.036	.302
17. Sosyal medya, farklı birçok görüş ve dinî inanç mensubu bireylerle iletişime geçme imkanı vermektedir.	3.07	1.003	2.94	1.132	.847	.398

18. Hiç tanımadığım ve görmediğim kişiler ile sosyal medyada dinî birliktelik ve bağ kurabilirim, aynı fikirler, düşünceler etrafında aidiyetler oluşturabilirim.	2.61	1.114	2.49	1.137	.717	.474
19. Sosyal medyadan yaptığım dinî paylaşımlar bana iç huzur ve sanki dinî bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir.	3.01	1.193	2.46	1.109	3.385	**.001***
20. Bazen hiç tanımadığım ya da tanıyamayacağım din alimi, hoca, akademisyen gibi belirli kanaat önderi kişilerin sohbetlerini sosyal medyadan takip etmem sayesinde kişiliğimin olgunlaştığını düşünüyorum.	2.79	1.071	2.60	1.115	1.303	.194

*p<.05

Öğrencilerin *"Sosyal medyadan yaptığım dinî paylaşımlar bana iç huzur ve sanki dinî bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir"* ifadesine katılım düzeyleri ekonomik duruma göre anlamlı şekilde farklılaşmıştır (t=3.385; p=.001). Orta ve altı ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalaması (ort=3.01), yüksek ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalamasından (ort=2.46) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Diğer tüm maddelerde ekonomik durum açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 17'de öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 17. Öğrencilerin Aile Ekonomik Durumuna Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi	Orta ve altı (n=107)		Yüksek (n=99)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	2.93	1.101	2.99	1.083	-.363	.717

2. Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp bırakamadığım olur.	2.79	1.071	2.87	1.094	-.492	.623
3. Sosyal medya yüzünden ibadetlerimi aksattığım olur.	2.67	1.062	2.68	1.185	-.025	.980
4. Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.	2.83	1.059	2.72	1.143	.747	.456
5. Sosyal medya yüzünden derslerime yeterince özen gösteremiyorum.	2.70	1.092	2.46	1.082	1.559	.121
6. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya bakmak olur.	2.40	1.156	2.41	1.229	-.074	.941
7. Ders esnasında bile sosyal medya platformlarına girme isteğim olur	2.55	1.126	2.45	1.180	.603	.547
8. Kısa videoları seyretmekten kendimi alamıyorum.	3.01	1.193	2.92	1.184	.544	.587
9. Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/ bozukluklar olur.	2.66	1.189	2.51	1.155	.969	.334
10. Bir süre sosyal medyaya girmediğim zaman beynimi sosyal medyaya girmek işgal eder.	2.58	1.091	2.51	1.146	.477	.634
11. Sosyal medyasız bir hayat düşünemem.	2.45	.934	2.76	1.230	-2.040	**.043***
12. Sosyal medya kullanamazsam kendimi boşlukta ve mutsuz hissederim.	2.50	.975	2.55	1.145	-.339	.735
13. Sosyal medyaya girmediğim zaman kendimi kötü hissederim.	2.43	.972	2.62	1.158	-1.253	.211
14. Sosyal medya yalnızlaştırıyor.	2.87	1.198	2.89	1.324	-.112	.911
15. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2.76	1.204	2.62	1.201	.840	.402

16. Çoğu zaman yanımdakilere aldırmadan sosyal medya ile ilgilenirim.	2.57	1.117	2.40	1.059	1.093	.276		

*p<.05

Öğrencilerin *"Sosyal medyasız bir hayat düşünemem"* ifadesine katılım düzeyleri ekonomik duruma göre anlamlı farklılık göstermiştir (t=-2.040; p=.043). Yüksek ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalaması (ort=2.76), orta ve altı ekonomik düzeydeki öğrencilerin ortalamasından (ort=2.45) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Diğer tüm maddelerde ekonomik duruma göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

4.5. Öğrencilerin Okul Başarı Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları

Tablo 18'de öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medya kullanım alışkanlıkları anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 18. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları		Orta ve altı		Yüksek		Toplam			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
İnternete sürekli erişim	Evet	107	82.9	86	79.6	193	81.4	.428	.513
	Hayır	22	17.1	22	20.4	44	18.6		
Herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik	Evet	69	53.5	51	47.2	120	50.6	.923	.337
	Hayır	60	46.5	57	52.8	117	49.4		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip	Evet	53	41.1	43	39.8	96	40.5	.039	.843
	Hayır	76	58.9	65	60.2	141	59.5		
Sosyal medyadaki dinî içerikli bir programı takip etme sıklığı	Seyrek	6	10.0	11	22.9	17	15.7	6.270	.180
	Ayda bir	4	6.7	1	2.1	5	4.6		
	Ara sıra	33	55.0	19	39.6	52	48.1		

	Haftada bir	11	18.3	9	18.8	20	18.5	
	Her gün	6	10.0	8	16.7	14	13.0	
Sosyal medyanın yaşamında yer etme düzeyi	Olmasa da olur	48	37.2	41	38.0	89	37.6	1.660 .436
	Eksikliğini hissederim	65	50.4	59	54.6	124	52.3	
	Olmazsa olmazım	16	12.4	8	7.4	24	10.1	
Düzenli olarak sosyal medya sitelerini kullanma süresi	1 yıldan az	40	31.0	39	36.1	79	33.3	1.930 .587
	2-3 yıldan beri	67	51.9	48	44.4	115	48.5	
	4-5 yıldan beri	17	13.2	14	13.0	31	13.1	
	5 yıldan fazla	5	3.9	7	6.5	12	5.1	
Sosyal medyada günlük olarak geçirilen süre	1 saatten az	36	27.9	41	38.0	77	32.5	3.851 .278
	1-3 saat	65	50.4	50	46.3	115	48.5	
	3-6 saat	24	18.6	16	14.8	40	16.9	
	6 saat ve üzeri	4	3.1	1	0.9	5	2.1	
Sosyal medya platformlarını yararlı bulma	Evet	60	46.5	40	37.0	100	42.2	3.236 .198
	Hayır	16	12.4	11	10.2	27	11.4	
	Fikrim yok	53	41.1	57	52.8	110	46.4	
Sosyal medya kullanıcısı olarak genelde kendini tanımlama	Paylaşım yaparım	23	17.8	11	10.2	34	14.3	2.915 .233
	Paylaşımları takip ederim	90	69.8	84	77.8	174	73.4	
	Yorum yaparım	16	12.4	13	12.0	29	12.2	

*p<.05

Öğrencilerin internete sürekli erişim durumları okul başarı düzeye göre benzerlik göstermiştir ($\chi^2(1)=.428$; p=.513). Sosyal medya üyeliği ($\chi^2(1)=.923$; p=.337) ve sosyal

medyadaki dinî içerikli programları takip etme ($\chi^2(1)=.039$; p=.843) açısından da anlamlı farklılık görülmemiştir.

Dinî içerikli programları takip etme sıklığında dağılımlar farklı olsa da sonuç anlamlı çıkmamıştır ($\chi^2(4)=6.270$; p=.180). Benzer şekilde, sosyal medyanın yaşamda yer etme düzeyi ($\chi^2(2)=1.660$; p=.436), sosyal medya kullanım süresi ($\chi^2(3)=1.930$; p=.587) ve günlük geçirilen süre ($\chi^2(3)=3.851$; p=.278) okul başarı duruma göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

Ayrıca öğrencilerin sosyal medya platformlarını yararlı bulma durumları ($\chi^2(2)=3.236$; p=.198) ve sosyal medya kullanıcısı olarak kendini tanımlama biçimleri ($\chi^2(2)=2.915$; p=.233) da okul başarı durum açısından anlamlı fark göstermemiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları okul başarı durumlarına göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 19'da öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın etkileri anketine verdikleri yanıtların frekans dağılımları, yüzdeleri ve dağılımlar arasındaki farka ilişkin Pearson ki-kare analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 19. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medya Etkileri ve Pearson Ki-Kare Analizi Sonuçları

Sosyal Medyanın Etkileri		Orta ve altı		Yüksek		Toplam			
		n	%	n	%	n	%	χ^2	p
Sosyal medyada dinî grupların düzenlemiş olduğu dinî etkinliklere katılma	Evet	29	22.7	23	21.3	52	22.0	.063	.802
	Hayır	99	77.3	85	78.7	184	78.0		
Dinî hassasiyeti olan sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden yaptığı çağrılara ya da faaliyetlere katılma	Evet	10	7.8	14	13.0	24	10.1	2.160	.340
	Hayır	53	41.1	46	42.6	99	41.8		
	Fikrim yok	66	51.2	48	44.4	114	48.1		
İrşat ve tebliğ yapan ve dinin hoş taraflarını paylaşan sosyal medya hesaplarını takip etme	Evet	45	35.2	42	38.9	87	36.9	.351	.554
	Hayır	83	64.8	66	61.1	149	63.1		
	Evet	37	28.7	22	20.4	59	24.9	2.172	.141

Dinî içeriklere sahip gazete, dergi ve yayın kuruluşlarının kendi kurumsal sosyal medya hesaplarındaki dinî paylaşımlarını takip etme	Hayır	92	71.3	86	79.6	178	75.1		
Sosyal medya üzerinden dinî eğitim veren bir kanala/sayfaya abone veya üyelik	Evet	30	23.3	25	23.1	55	23.2	.000	.984
	Hayır	99	76.7	83	76.9	182	76.8		
Sadece sosyal medyada oluşturulan sanal dinî gruplardan birine üyelik	Evet	13	10.1	18	16.7	31	13.1	2.245	.134
	Hayır	116	89.9	90	83.3	206	86.9		
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	22	17.1	15	14.0	37	15.7	.408	.523
	Hayır	107	82.9	92	86.0	199	84.3		
İl Müftülüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	12	9.3	5	4.6	17	7.2	1.928	.165
	Hayır	117	90.7	103	95.4	220	92.8		
İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	10	7.8	8	7.4	18	7.6	.010	.921
	Hayır	119	92.2	100	92.6	219	92.4		
MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	34	26.6	18	16.7	52	22.0	3.339	.068
	Hayır	94	73.4	90	83.3	184	78.0		
İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	39	30.2	34	31.5	73	30.8	.043	.836
	Hayır	90	69.8	74	68.5	164	69.2		
Okulunun sosyal medya paylaşımlarını takip etme	Evet	84	65.1	62	57.4	146	61.6	1.477	.224
	Hayır	45	34.9	46	42.6	91	38.4		
Yaptığı dinî aktiviteleri genellikle sosyal medyada paylaşma	Evet	12	9.3	13	12.0	25	10.5	.466	.495
	Hayır	117	90.7	95	88.0	212	89.5		
	Evet	40	31.0	42	38.9	82	34.6	1.614	.204

Sosyal medya hesapları aracılığı ile dinî metin ve duaların okunmasına, hatim ve yardım halkalarına katılma	Hayır	89	69.0	66	61.1	155	65.4		
Sosyal medyada oluşan sanal gruplarda, kendini olduğundan farklı bir kişilikle sunan arkadaşlar	Var	34	26.4	24	22.2	58	24.5	.544	.461
	Yok	95	73.6	84	77.8	179	75.5		
İmam Hatiplerde sosyal medya okur yazarlığı dersi olmamasının birçok yanlış görüşün yayılmasına neden olduğunu düşünme	Evet	47	36.4	34	31.5	81	34.2	.641	.423
	Hayır	82	63.6	74	68.5	156	65.8		
Sosyal medya platformları üzerinde şiddet içeren, yaşınıza uygun olmayan, nefret söylemi ya da hakaret barındıran, cinsel öğeler içeren vb. bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma	Evet	63	48.8	49	45.4	112	47.3	.283	.594
	Hayır	66	51.2	59	54.6	125	52.7		
Sosyal medya platformları üzerinden rahatsız edici bir yazı, görsel, video vb. ile karşılaşma durumuna tepki	Hiçbir şey yapmadım/yapmam	23	17.8	24	22.2	47	19.8	2.182	.536
	Sosyal medya hesabımı kapattım/kapatırım	2	1.6	4	3.7	6	2.5		
	Ailemi bilgilendirdim/bilgilendiririm	42	32.6	35	32.4	77	32.5		
	Şikayet ettim/ ederim	62	48.1	45	41.7	107	45.1		

Öğrencilerin sosyal medyada dinî grupların düzenlediği etkinliklere katılımı ($\chi^2(1)=.063$; p=.802), dinî STK'ların çağrılarına katılma ($\chi^2(2)=2.160$; p=.340) ve irşat/tebliğ yapan dinî hesapları takip etme durumları ($\chi^2(1)=.351$; p=.554) okul başarı duruma göre farklılaşmamıştır. Benzer şekilde, dinî içerikli gazete-dergi hesaplarını takip etme ($\chi^2(1)=2.172$; p=.141), dinî eğitim veren kanallara üyelik ($\chi^2(1)=.000$; p=.984) veya sanal dinî gruplara katılım ($\chi^2(1)=2.245$; p=.134) açısından da fark yoktur.

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın ($\chi^2(1)=.408$; p=.523), İl Müftülüğü'nün ($\chi^2(1)=1.928$; p=.165), İl Müftülüğü Gençlik Koordinatörlüğü'nün ($\chi^2(1)=.010$; p=.921), MEB Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün ($\chi^2(1)=3.339$; p=.068), İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün ($\chi^2(1)=.043$;

p=.836) ve okul sosyal medya hesaplarını takip etme ($\chi^2(1)=1.477$; p=.224) değişkenleri de okul başarı durumu açısından benzer dağılmıştır.

Ayrıca, dinî aktiviteleri paylaşma ($\chi^2(1)=.466$; p=.495), dinî metin/dua/hatim halkalarına katılım ($\chi^2(1)=1.614$; p=.204), sosyal medyada farklı kişilik sergileyen arkadaşların varlığı ($\chi^2(1)=.544$; p=.461), imam hatiplerde medya okuryazarlığı dersinin eksikliğini sorun görme ($\chi^2(1)=.641$; p=.423) ve sosyal medyada olumsuz/rahatsız edici içeriklere karşı tepkiler ($\chi^2(3)=2.182$; p=.536) okul başarı durum açısından anlamlı fark göstermemiştir.

Tablo 20'de öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın din öğretimine etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 20. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal Medyanın Din Öğretimine Etkisi	Orta ve altı (n=129)		Yüksek (n=108)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Dinî konularla ilgili güncel sorunlar için önce sosyal medyaya bakarım.	2.78	1.120	2.59	1.231	1.195	.233
2. Sosyal medyada din ile ilgili geniş bir şekilde bilgi, belge ve multimedya malzemelerinin bulunması, dinî gündemi takip etmemi kolaylaştırmaktadır.	3.16	1.057	3.16	1.120	-.017	.987
3. Dinî konularda bilgisi ve örnek hayatı ile ön plana çıkmış İlahiyat Fakültesi hocaları, dinî gurup liderleri ve kanaat önderlerini sosyal medyadan takip ederek güncel dinî bilgiye ulaşırım.	2.66	1.050	2.86	1.172	-1.401	.163

4. Sosyal medya mesnetsiz, sahih olmayan, hurafe ya da açıkça yalan/yanlış birçok dinî bilginin kolay bir şekilde yayılmasına fırsat tanımaktadır.	3.47	1.126	3.59	1.152	-.807	.421
5. Sosyal medyadaki güncel eğitim videoları, dinî konularda birçok eksikliğimi gideriyor.	3.15	1.193	3.17	1.089	-.130	.897
6. Cami vaazları veya ev konuşmalarından daha ziyade sosyal medyadaki güncel hutbe, vaaz ve eğitim videoları ilgimi çekmektedir.	2.75	1.118	2.72	1.159	.200	.841
7. Sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere güvenirim.	2.74	.970	2.48	.981	2.065	**.040***
8. Sosyal medyadaki dinî söyleşilere katılmam sayesinde bilmediklerimi öğreniyorum.	2.95	1.120	2.97	1.131	-.180	.857
9. Sosyal medya dinî kimliğim ve inancımı sorgulamama yardımcı oluyor.	2.68	1.118	2.88	1.221	-1.299	.195
10. Sosyal medyada dinî konularda tartışmalarım ve fikir alış-verişinde bulunmalarım sonucunda bilmediklerimi öğrenir, bazen düşüncelerimi değiştiririm.	2.99	1.004	2.75	1.193	1.698	.091
11. Sosyal medya hesaplarının hangi mezhebe veya gruba ait olduğunu anlayıncaya kadar bazen birçok yeni dinî görüşle karşılaştığım olur.	2.86	1.095	2.71	1.144	1.012	.313
12. Şu anda sahip olduğum dinî inançta sosyal medyanın etkisi vardır.	2.39	1.070	2.13	1.095	1.829	.069
13. Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini, dijitalleştirdiğini düşünüyorum.	3.00	1.097	2.81	1.216	1.232	.219
14. Sosyal medya dinî gruplar hakkında bilgi sahibi olmamı sağlıyor.	2.91	1.034	2.96	1.159	-.393	.695

15. Sosyal medya üzerinden bir kurs (Arapça, tefsir, hadis vb.) takip ederim.	2.49	1.062	2.51	1.196	-.142	.887
16. Sosyal medya sayesinde dinî gündemden haberim oluyor.	2.90	1.045	2.93	1.309	-.175	.862
17. Sosyal medya en güncel ve en pratik bir şekilde din otoriterlerine anlık sorularımı ulaştırmamı ve cevaplarını öğrenmemi sağlamaktadır.	3.02	1.107	3.03	1.241	-.030	.976
18. Salgın (Covid-19) yasakları dolayısıyla sosyal medya üzerinden dinî içerikli video, ders, konferans, canlı yayın konuşmalarını daha çok takip etmeye başladım.	2.77	1.156	2.81	1.264	-.242	.809
19. Aradığım dinî bilgiye sosyal medya sayesinde kolayca erişip, öğreniyorum.	3.31	1.185	3.34	1.262	-.204	.838
20. Kuran, hadis, fıkıh vb. tüm dinî kitaplara ve kaynak arşivlerine sosyal medya üzerinden kolayca ulaşabilmem, din bilgisi edinmeme olumlu katkı sağlıyor.	3.46	1.008	3.35	1.218	.730	.466
21. Sosyal medya dinî konularda günlük hayatta asla ulaşamayacağım kişi ve kurumlardan hızlı ve kolayca bilgi almamı sağlıyor.	3.31	1.151	3.25	1.201	.392	.695
22. Okul, kitaplar ve öğretmenlerimde bulamadığım dinî bilgileri sosyal medyada bulurum.	3.03	1.192	3.05	1.285	-.095	.924

*p<.05

Öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın din öğretimine etkisine ilişkin görüşleri incelendiğinde yalnızca bir maddede anlamlı farklılık görülmüştür. *"Sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere güvenirim"* ifadesine katılım düzeyi orta ve altı başarı düzeyindeki öğrencilerde (ort=2.74) yüksek başarı düzeydekilere (ort=2.48) göre anlamlı

düzeyde yüksek bulunmuştur (t=2.065; p=.040). Diğer tüm maddelerde ise öğrencilerin görüşleri başarı duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 21'de öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 21. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Aile İçi İletişim ve Dinî Sosyalleşmeye Etkisi ile Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisi	Orta ve altı (n=129)		Yüksek (n=108)			
	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Aile üyelerim sosyal medya yüzünden onları ihmal ettiğimi söylerler.	2.53	1.061	2.45	1.139	.513	.608
2. Sosyal medyada zaman geçirmeyi ailemle zaman geçirmeye tercih ederim.	2.91	1.355	2.81	1.343	.576	.565
3. Sosyal medya hesaplarıma aile üyelerimi eklemem.	2.46	1.231	2.50	1.322	-.257	.798
4. Sosyal medya aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağladığını düşünmüyorum.	3.04	1.100	3.01	1.180	.199	.842
5. Sosyal medya ebeveynler ve çocukları arasındaki iletişimi zayıflatır.	3.51	1.225	3.32	1.175	1.196	.233
6. Sosyal medya kullanımından dolayı ailemle çatışma yaşarım.	2.74	1.234	2.72	1.359	.084	.933
7. Sosyal medyanın beni ailemden uzaklaştırıp yalnızlaştırdığını düşünüyorum.	2.63	1.193	2.59	1.326	.216	.829
8. Uzun süre sosyal medya kullanımı aile içi iletişimi azaltıp, düzeni bozmaktadır.	3.30	1.291	3.25	1.305	.309	.757

9. Sosyal medya yüzünden derslerimi veya ibadetlerimi aksattığım için ailemle sorunlar yaşıyorum.	2.76	1.230	2.44	1.225	2.027	**.044***
10. Bayramda akrabalarımı ziyaret etmek yerine bayramlarını sosyal medyadan kutlarım.	2.37	1.153	2.27	1.141	.692	.490
11. Günümüzde dinî faaliyetler, kutsal günler ve geceler başta olmak üzere birçok konuda sosyal medyanın Müslümanların dinî sosyalleşmesinde etkisi vardır.	3.16	.972	3.20	1.142	-.354	.723
12. Kurban, zekat, fitre vb. diğer dinî vecibeler konusunda paylaşım sosyal medyanın dinî görevlerin zamanında yapılmasını sağlamak suretiyle Müslümanlar arası sosyal etkileşimi güçlendirdiğini düşünüyorum.	3.17	1.032	3.04	1.067	.977	.330
13. Sosyal medya özellikle özel gün ve gecelerde dinî vecibeleri/ibadetleri doğru ve zamanında yapmam konusunda beni zinde/uyanık tutmaktadır.	3.05	1.067	2.94	1.088	.793	.429
14. Vakıf ve derneklerin dinî içerikli faaliyetlerini sosyal medya üzerinden takip etmem beni sosyalleştiriyor.	2.71	1.026	2.66	1.060	.353	.724
15. Dinî bayramlar, özel gün ve gece kutlama ve tebrik paylaşımlarını genellikle sosyal medya üzerinden yaparım.	2.62	1.098	2.57	1.201	.308	.758
16. Din alimleri ve dinî grup liderleri gibi meşhur birçok dinî şahsiyetin sosyal medyadaki dinî paylaşımlarını takip etmem aidiyet/dine bağlılık duygularımı güçlendirmektedir.	2.78	1.002	2.89	1.138	-.818	.414

17. Sosyal medya, farklı birçok görüş ve dinî inanç mensubu bireylerle iletişime geçme imkanı vermektedir.	3.07	1.062	3.02	1.085	.366	.714
18. Hiç tanımadığım ve görmediğim kişiler ile sosyal medyada dinî birliktelik ve bağ kurabilirim, aynı fikirler, düşünceler etrafında aidiyetler oluşturabilirim.	2.61	1.078	2.43	1.170	1.276	.203
19. Sosyal medyadan yaptığım dinî paylaşımlar bana iç huzur ve sanki dinî bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir.	2.79	1.109	2.61	1.206	1.193	.234
20. Bazen hiç tanımadığım ya da tanıyamayacağım din alimi, hoca, akademisyen gibi belirli kanaat önderi kişilerin sohbetlerini sosyal medyadan takip etmem sayesinde kişiliğimin olgunlaştığını düşünüyorum.	2.73	1.088	2.64	1.131	.621	.535

*p<.05

Öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın aile içi iletişime ve dinî sosyalleşmeye etkisine ilişkin görüşleri incelendiğinde yalnızca bir maddede anlamlı farklılık saptanmıştır. *"Sosyal medya yüzünden derslerimi veya ibadetlerimi aksattığım için ailemle sorunlar yaşıyorum"* ifadesine katılım düzeyi orta ve altı başarı düzeydeki öğrencilerde (ort=2.76) yüksek başarı düzeydekilere (ort=2.44) göre anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=2.027; p=.044). Bunun dışındaki tüm maddelerde öğrencilerin görüşleri okul başarı duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 22'de öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi anketindeki sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

Tablo 22. Öğrencilerin Okul Başarı Durumlarına Göre Sosyal Medyanın Bağımlılaştırıcı Etkisi ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Sosyal medyanın bağımlılaştırma etkisi	Orta ve altı (n=129)	Yüksek (n=108)

	ORT	SS	ORT	SS	t	p
1. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	3.02	1.093	2.93	1.108	.678	.498
2. Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp bırakamadığım olur.	2.95	1.070	2.69	1.116	1.830	.068
3. Sosyal medya yüzünden ibadetlerimi aksattığım olur.	2.77	1.135	2.56	1.155	1.420	.157
4. Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.	2.99	1.093	2.50	1.081	3.470	**.001***
5. Sosyal medya yüzünden derslerime yeterince özen gösteremiyorum.	2.94	1.044	2.21	1.014	5.394	**.000***
6. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya bakmak olur.	2.46	1.206	2.34	1.193	.733	.464
7. Ders esnasında bile sosyal medya platformlarına girme isteğim olur	2.71	1.202	2.17	1.037	3.657	**.000***
8. Kısa videoları seyretmekten kendimi alamıyorum.	3.07	1.174	2.78	1.187	1.898	.059
9. Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/ bozukluklar olur.	2.80	1.227	2.36	1.148	2.814	**.005***
10. Bir süre sosyal medyaya girmediğim zaman beynimi sosyal medyaya girmek işgal eder.	2.73	1.171	2.31	1.054	2.898	**.004***
11. Sosyal medyasız bir hayat düşünemem.	2.67	1.070	2.49	1.196	1.194	.233
12. Sosyal medya kullanamazsam kendimi boşlukta ve mutsuz hissederim.	2.59	1.035	2.36	1.089	1.649	.100
13. Sosyal medyaya girmediğim zaman kendimi kötü hissederim.	2.60	1.019	2.38	1.142	1.603	.110
14. Sosyal medya yalnızlaştırıyor.	2.86	1.279	2.89	1.233	-.173	.863

15. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2.78	1.213	2.57	1.178	1.288	.199
16. Çoğu zaman yanımdakilere aldırmadan sosyal medya ile ilgilenirim.	2.60	1.155	2.35	1.079	1.729	.085

*p<.05

"Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum" ifadesine katılım düzeyi okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerde (ort=2.99) yüksek başarı düzeyindekilere (ort=2.50) göre anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (t=3.470; p=.001).

"Sosyal medya yüzünden derslerime yeterince özen gösteremiyorum" maddesinde okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerin ortalaması (ort=2.94), yüksek başarı düzeyindekilerden (ort=2.21) anlamlı olarak daha yüksektir (t=5.394; p<.001).

"Ders esnasında bile sosyal medya platformlarına girme isteğim olur" ifadesine katılım, okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerde (ort=2.71), yüksek başarı düzeyindekilerden (ort=2.17) anlamlı derecede yüksektir (t=3.657; p<.001).

"Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur" maddesinde okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerin ortalaması (ort=2.80), yüksek başarı düzeyindekilerden (ort=2.36) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (t=2.814; p=.005).

"Bir süre sosyal medyaya girmediğim zaman beynimi sosyal medyaya girmek işgal eder" ifadesinde okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerin ortalaması (ort=2.73), yüksek başarı düzeyindekilerden (ort=2.31) anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır (t=2.898; p=.004).

Diğer tüm maddelerde öğrencilerin görüşleri okul başarı durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

4.6. Ortaokul Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Medya Platformları ve Kullanma Amaçları

Tablo 23'te öğrencilerin kullandıkları sosyal medya platformlarının frekans dağılımı ve yüzdeleri verilmiştir.

Tablo 23. Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Frekans Dağılımı ve Yüzdeleri

Platform	n	% (Tüm Gruba Oran)
YouTube	212	89.5
WhatsApp	144	60.8
Instagram	113	47.7
Snapchat	80	33.8
TikTok	50	21.1
Discord	37	15.6
Diğer	22	9.3
Twitch	12	5.1
Twitter/X	11	4.6
Facebook	8	3.4
Telegram	5	2.1
BiP	2	0.8
Yaay	1	0.4

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya platformu kullanım dağılımına bakıldığında, en çok tercih edilen platformun YouTube (%89.5, n=212) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla WhatsApp (%60.8, n=144), Instagram (%47.7, n=113), Snapchat (%33.8, n=80) ve TikTok (%21.1, n=50) takip etmektedir. Daha az kullanılan platformlar arasında ise Discord (%15.6, n=37), Diğer (%9.3, n=22), Twitch (%5.1, n=12), Twitter/X (%4.6, n=11), Facebook (%3.4, n=8), Telegram (%2.1, n=5), BiP (%0.8, n=2) ve Yaay (%0.4, n=1) yer almaktadır.

Tablo 24'te öğrencilerin kullandıkları sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarına ilişkin frekans dağılımı ve yüzdeleri verilmiştir.

Tablo 24. Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Kullanma Amaçlarına İlişkin Frekans Dağılımı ve Yüzdeleri

Kullanım Amacı	n	% (Tüm Gruba Oran)

Kısa/Canlı Video	117	49.4
Oyunlar	109	46
Bilgilendirme/Eğitim	105	44.3
Güncel Olaylar/Haberler	56	23.6
Chat (Çevrimiçi Sohbet)	50	21.1
Yeni Görüşler/Farklı Fikirler	44	18.6
Story/Hikaye	42	17.7
Dinî içerikler/Programlar	40	16.9
Resimler	36	15.2
Canlı Seminerler/Konuşmalar	26	11
Paylaşımları/Yazılanları Takip	16	6.8
Kitap	0	0

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarına bakıldığında, en yaygın kullanımın kısa/canlı video izlemek (%49.4, n=117) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla oyunlar (%46, n=109), bilgilendirme/eğitim (%44.3, n=105) ve güncel olaylar/haberler (%23.6, n=56) takip etmektedir. Daha düşük oranlarda ise chat/çevrimiçi sohbet (%21.1, n=50), yeni görüşler/farklı fikirler (%18.6, n=44), story/hikaye (%17.7, n=42), dinî içerikler/programlar (%16.9, n=40), resimler (%15.2, n=36), canlı seminerler/konuşmalar (%11, n=26) ve paylaşımları/yazılanları takip (%6.8, n=16) amaçları yer almaktadır. Sosyal medya kullanımında kitap okuma amacı (%0, n=0) ise hiç tercih edilmemiştir.

4.6. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Genel olarak araştırma bulguları, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının demografik değişkenler, okul türü ve cinsiyet farklılıkları temelinde anlamlı çeşitlilikler gösterdiğini ortaya koymaktadır. Öncelikle Tablo 1'de görüldüğü üzere katılımcıların yaş ortalaması 11.79 olarak hesaplanmakta, yaş aralığı ise 10 ile 15 arasında değişmektedir. Kadın öğrencilerin yaş ortalaması 12.15, erkek öğrencilerin ise 11.24 olarak bulunmuş ve bu durum kız öğrencilerin örneklemde daha üst sınıf seviyelerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

Ergenlik döneminin kritik gelişim evresi dikkate alındığında, bu yaş grubunda sosyal medya kullanımının hem kimlik gelişimi hem de dinî algılar üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.[146] Tablo 2'deki demografik dağılımlar, öğrencilerin %97.9'unun aileleriyle birlikte yaşadığını, yalnızca %2.1'inin yurtta kaldığını göstermektedir. Bu sonuç, aile ortamının öğrencilerin sosyal medya tercihlerini ve dinî içeriklere yönelimlerini dolaylı olarak şekillendirmekte olduğunu ortaya koymaktadır. Aile ekonomik durumu incelendiğinde öğrencilerin %41.4'ünün orta, %41.8'inin yüksek gelir grubunda olduğu, düşük gelirli grubun ise sadece %3.8 düzeyinde kaldığı görülmektedir. Bu bulgu, sosyal medya erişiminin büyük ölçüde ekonomik imkanlarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca anne ve babaların büyük çoğunluğunun (%55.7 anne; %45.6 baba) ilkokul, ortaokul mezunu olduğu, üniversite mezunlarının oranının annelerde %14.8, babalarda %16.0 ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu veriler, ailelerin eğitim düzeylerinin çocukların sosyal medya içeriklerini eleştirel değerlendirme kapasitesini de etkilediğini göstermektedir. Cinsiyet temelli farklılıklar Tablo 3'te açıkça görülmektedir. Kadın öğrencilerin %57.6'sının sosyal medya üyeliği bulunduğu, erkeklerde bu oranın %39.8 olduğu tespit edilmiştir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2=7.206; p=.007). Buna karşılık dinî içerikli programları her gün takip eden erkek öğrencilerin oranı %25.6 iken kadınlarda bu oran %5.8'de kalmaktadır. Bu bulgu, erkek öğrencilerin dinî içeriklere daha süreğen bir biçimde yöneldiklerini göstermektedir. Sosyal medyanın yaşamda yer etme düzeyi incelendiğinde ise kadınların %58.3'ü "eksikliğini hissederim" derken erkeklerin %47.3'ü "olmasa da olur" yanıtını vermiştir. Bu sonuç, kız öğrencilerin sosyal medyayı daha vazgeçilmez gördüklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 5'te yer alan veriler, erkek öğrencilerin bazı ifadelerde kadınlardan anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamalara sahip olduklarını göstermektedir. Örneğin "Cami vaazları yerine sosyal medyadaki güncel hutbe ve vaazları ilgimi çekmektedir" ifadesinde erkeklerin ortalaması 3.01, kadınların ortalaması ise 2.56'dır (t=-3.021; p=.003). Yine "Sosyal medyada tartışmalarım sonucunda düşüncelerimi değiştiririm" ifadesinde erkeklerin ortalaması 3.10, kadınların ise 2.74'tür (t=-2.446; p=.015). Aile içi iletişim bağlamında Tablo 6'da dikkat çekici sonuçlar yer almaktadır. "Sosyal medyada zaman geçirmeyi ailemle zaman geçirmeye tercih ederim" ifadesinde erkeklerin ortalaması 3.13, kadınların ise 2.69'dur (t=-2.490; p=.013). Benzer şekilde "Sosyal medya beni ailemden uzaklaştırıp yalnızlaştırmaktadır" ifadesinde erkeklerin ortalaması 2.85, kadınların 2.46'dır (t=-2.370; p=.019). Bu bulgular, sosyal

[146] Suat Acıerik, *Dini Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği* (İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.52.

medyanın erkek öğrenciler açısından aile bağlarını zayıflatıcı bir rol oynadığını göstermektedir. Araştırmalar da yoğun sosyal medya kullanımının aile ilişkilerini olumsuz etkileyebildiğini vurgulamaktadır.[147]

Tablo 7 sosyal medyanın bağımlılaştırma etkilerini ortaya koymaktadır. "Sosyal medyada geçirdiğim zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum" ifadesinde erkeklerin ortalaması 3.03, kadınların ise 2.60 bulunmuş ve fark istatistiksel olarak anlamlıdır (t=-2.988; p=.003). Yine "Sosyal medya yalnızlaştırmaktadır" ifadesinde erkeklerin ortalaması 3.08, kadınların ise 2.74'tür (t=-2.001; p=.047). Bu sonuçlar, erkek öğrencilerin bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde de erkeklerin sosyal medyayı daha yoğun ve uzun süreli kullanma eğiliminde oldukları belirtilmektedir.[148] "Sosyal medyanın bireyler arasında yaygın bir iletişim aracı olarak kullanılması, sosyalleşme işlevinin ötesinde yabancılaşma ve yalnızlık olgularını da beraberinde getirmektedir. Yüz yüze iletişimin giderek azalması, bireylerin sanal ortamda sürekli etkileşim hâlinde görünmelerine karşın gerçek anlamda derinlikli iletişim kurmalarını engellemektedir. Bu durum, görünürde kesintisiz bir haberleşme sağlanıyormuş izlenimi verse de, geniş bir perspektiften bakıldığında sosyal medyanın bireylerin sosyal ilişkileri ve yaşam kalitesi üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğunu göstermektedir.[149] Okul türlerine göre farklılıklar da belirgindir. Tablo 8'de İTO İHO öğrencilerinin %73.0'ünün sosyal medya üyeliğine sahip olduğu, 75. Yıl Ortaokulu öğrencilerinde bu oranın %30.6 olduğu görülmektedir. Ayrıca dinî içerikli programları takip oranı Güngören İHO'da %48.4 iken, İTO İHO'da %27.0'da kalmıştır. Bu sonuçlar, imam hatip öğrencilerinin sosyal medyada dinî içeriklere proje imam hatip öğrencilerinden daha fazla yöneldiğini göstermektedir. Tablo 9'da ise "İrşat ve tebliğ yapan sosyal medya hesaplarını takip etme" oranı Güngören İHO'da %48.4 iken, 75. Yıl Ortaokulu'nda %23.6, İTO İHO'da %22.2'de kalmıştır. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır (χ^2=16.116; p=.000). Dolayısıyla okul türü, sosyal medya üzerinden dinî sosyalleşmede belirleyici bir etken olarak öne çıkmaktadır. Literatürde de okul türünün dinî eğilimler ve dijital içerik tercihleri üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir.[150] Bununla birlikte, okul türlerine göre dinî sosyalleşmede de bazı farklılıklar

[147] Bilgin Akçin, *Ortaokullarda Verilen Karakter Eğitimi ve Uygulamalarının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi* (Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2016.), s.129.
[148] İsmail Demir, "Reflection of Social Media, Religion-Education Relationship in Practice", *JASS Studies – The Journal of Academic Social Science Studies* 17/100 (2024), s.217-228.
[149] Veysel Okumuş, *Çocukların Sosyal Medya Kullanımları ile Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.), s.16.
[150] Nursena Demirkol, *Sosyal Hayata Katkısı Açısından Din Eğitimi* (Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.), s.112.

gözlemlenmektedir. Örneğin, imam hatip lisesinden mezun olan öğrenciler ile meslek lisesinden mezun olan öğrencilerin dinî bilgi düzeylerinin aynı olmadığı tespit edilmiştir.[151]

Tablo 10'da görüldüğü üzere, "Sosyal medyanın geleneksel din ve dindarlığı yeniden şekillendirdiğini düşünüyorum" ifadesinde Güngören İHO öğrencilerinin ortalaması 3.12 iken İTO İHO öğrencilerinde 2.30 bulunmuş ve bu fark anlamlı çıkmıştır (F=6.606; p=.002). Bu sonuç, imam hatip öğrencilerinin sosyal medyanın dinin dijitalleşmesine daha açık olduklarını göstermektedir. Nitekim çağdaş araştırmalar da dijital platformların dinî pratikleri dönüştürdüğünü ve geleneksel otorite biçimlerini yeniden şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.[152]

Tekrar tablo 10'a baktığımızda Güngören İHO öğrencilerinin sosyal medyada dinî konularda tartışma ve fikir alışverişinde bulunma, dinî gündemi takip etme, dinî içerikli video, ders ve konferanslara katılma, tüm dinî kaynaklara sosyal medya üzerinden ulaşabilme noktasında diğer okullardaki öğrencilere göre yüksek bir katılım ve ilgi düzeyi sergiledikleri görülmektedir. Bu durum, Güngören İHO öğrencilerinin sosyal medyayı yalnızca gündelik iletişim için değil, dinî bilgi edinme, dini tartışmaları takip etme ve kendi düşüncelerini paylaşma açısından da etkin biçimde değerlendirdiklerini göstermektedir. Ayrıca, söz konusu öğrencilerin sosyal medyadaki dinî içerikleri daha bilinçli ve yoğun biçimde takip etmeleri, okulun eğitim atmosferiyle birlikte bireysel merak ve ilgi faktörlerinin de etkili olabileceğini düşündürmektedir.

Tablo 11'de elde edilen bulgulara baktığımızda, okul türünün öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla edindikleri dinî motivasyon ve içsel tatmin düzeylerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Daha ziyade imam hatip ortaokulu öğrencilerinin, sosyal medyanın dinî vecibeleri zamanında yerine getirmede ve dinî paylaşımlar yoluyla iç huzur sağlamada daha yüksek puanlar vermesi, bu okul türünün öğrencilerinin sosyal medyayı dinî sosyalleşme aracı olarak daha yoğun biçimde kullandıklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, eğitim ortamının öğrencilerin dinî içeriklerle sosyal medya etkileşimlerini yönlendiren önemli bir faktör olduğunu düşündürmektedir. Aynı zamanda dini ve ahlaki değerlere yönelik paylaşımlar her zaman pratikte karşılık bulmamakta, bu da samimiyet sorununa yol açmaktadır. Özellikle kutsal günlerde dinî içerikler paylaşarak dindarlık imajı sergileyenlerin ibadetlere duyarsız

[151] Mehmet Ergun, *Eğitim Sosyolojisine Giriş* (Ankara: Ocak Yayınları, 1994), s.34.
[152] Habibe Gökmen, *İlkokul ve Ortaokul Öğrencilerinin İnformal Eğitimde Edindiği Yanlış Dinî Öğrenmelerin DKAB Öğretim Programı Bağlamında İncelenmesine İlişkin Bir Durum Çalışması* (Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.), s.37.

kalması bireylerin maneviyatını olumsuz etkilemektedir. Ayrıca dinî bilgisi sınırlı ve medya okuryazarlığı zayıf kullanıcıların farklı ve çelişkili içeriklerle karşılaşması, onları yanıltmakta ve dağınık bilgi yapısı karma bir din anlayışına zemin hazırlamaktadır.[153]

Tablo 13'te ailelerin ekonomik durumuna göre sosyal medyanın etkileri değerlendirildiğinde, orta ve düşük gelir grubundaki öğrencilerin dinî içerikli programları takip etme sıklığının yüksek gelir grubundakilere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Gelir durumu ile dinî inanç ve davranışlar arasındaki ilişki incelendiğinde ise, hem çok düşük hem de çok yüksek gelir grubuna mensup ailelerin çocuklarının diğer gruplardan olumsuz yönde ayrıştığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre en dindar grup orta düzey gelir durumuna sahip ailelerin çocukları olurken, en düşük dindarlık düzeyi 'çok yüksek' gelir grubunda görülmektedir. Buna karşılık, düşük gelirli ailelerin çocuklarının farz namazları yerine getirme oranlarının daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.[154]

Tablo 15'de öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre sosyal medyanın din öğretimine etkileri incelendiğinde orta ve düşük gelir grubundaki öğrencilerin " şuanda sahip olduğum dini inançta sosyal medyanın etkisi vardır" ifadesine daha yüksek katılım sağladıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 16'da öğrencilerin aile ekonomik durumuna göre aile içi iletişim ve dini sosyalleşmeye etkisi incelendiğinde orta ve düşük gelir grubundaki öğrencilerin "sosyal medyadan yaptığım dini paylaşımlar bana iç huzur ve sanki bir vecibe yapmış olma hazzı vermektedir" ifadesine katılım sağlamaktadır. Bu durum, özellikle ekonomik olarak dezavantajlı ailelerden gelen öğrencilerin sosyal medyayı hem dinî kimliklerini görünür kılma hem de içsel tatmin ve aidiyet duygusu yaşama aracı olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyanın bu gruplarda dinî sosyalleşmeyi pekiştirici bir işlev gördüğü söylenebilir.

Tablo 17'de ise sosyal medyanın bağımlılaştırıcı etkilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı görülmektedir. Yüksek gelir grubundaki öğrencilerde "sosyal medyasız bir hayat düşünemem" ifadesine katılım düzeyleri anlamlı farklılık göstermiştir. Bu sonuç, bağımlılık eğiliminin dijital imkanlara daha çok erişebilen gruplarda arttığını ortaya koymaktadır. Öğrencilerin okul başarı durumlarına göre sosyal medya kullanımları değerlendirildiğinde

[153] Neslihan Hacıoğlu, *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı* (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.), s.46.
[154] Osman Varsak, "Sosyal Medyanın Dini Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği", *Din ve Bilim* 5/1, (2022), s.102.

yüksek akademik başarıya sahip öğrencilerin sosyal medyayı daha bilinçli kullandıkları, düşük başarı grubundaki öğrencilerin ise daha uzun süre vakit geçirdikleri saptanmaktadır.[155] Bu bulgu, sosyal medya kullanım süresi ile akademik başarı arasında olumsuz bir ilişki olduğunu göstermektedir.[156] Tablo 20'de başarı düzeyine göre sosyal medyanın din öğretimine etkisi incelendiğinde, yüksek başarı grubundaki öğrencilerin sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere daha az güvendikleri, düşük başarı grubundakilerin ise daha yüksek güven duydukları görülmektedir. Bu bulgu, eleştirel düşünme becerilerinin akademik başarıyla paralel seyrettiğini göstermektedir.[157]

Tablo 21'e baktığımızda 'Sosyal medya yüzünden derslerimi veya ibadetlerimi aksattığım için ailemle sorunlar yaşıyorum.' ifadesi öğrencilerin okul başarı durumlarına göre değerlendirildiğinde okul başarısı orta ve altı olan öğrencilerin, okul başarısı yüksek olan öğrencilere göre ailesi ile daha fazla sorun yaşadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 22'de görüldüğü üzere, akademik başarı düzeyi düşük öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürelerin daha fazla olduğu; ders esnasında sosyal medya kullanma eğilimlerinin arttığı, derslere yeterince özen göstermedikleri ve sosyal medya kullanımının uyku düzenleri üzerinde olumsuz etkiler yarattığı tespit edilmiştir.

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya platformaları ve kullanma amaçlarına bakıldığında en çok tercih edilen platformun YouTube, WahatsApp ve Instagram olduğu, kullanım amaçlarının ise kısa/canlı video, oyun, bilgilendirme, eğitim olduğu görülmektedir. YouTube gibi platformların öğretici içerikler sunduğu düşünüldüğünde, bu ortamların dinî içeriklere ulaşım açısından hem olumlu hem de olumsuz etkiler barındırdığı söylenebilir.[158]

Güngören'de ortaokul öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının neredeyse evrensel düzeye ulaştığı görülmektedir (N=237; %60,8 kız, %39,2 erkek; yaş ortalaması 11,79). Bu dağılım, ergenlik döneminin etkileriyle birlikte dijital mecraların dinî algı, tutum ve sosyalleşme süreçlerinde belirgin bir rol oynadığını göstermektedir. Öğrencilerin en çok tercih ettikleri platformlar sırasıyla YouTube, WhatsApp ve Instagram olup; Snapchat ve TikTok'un

---

[155] Hatice Göksu, *Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Başarılarıyla İlişkisi ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler EnstitüsüYüksek Lisans Tezi, 2019.), s.68.

[156] Ömer Acar ve Kübra Ordu, "Fen Başarı Düzeyi Farklı Ortaokullardaki Öğrencilerin Fen Bilimlerine Yönelik Tutumlarının Sınıf Düzeyi ve Cinsiyet Açısından İncelenmesi" *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 51/2 (2022): 1064-1067.

[157] Ahmet Işık, *Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri* (Pamukkale Üniversitesi, İslami İlimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Projesi, 2024.), s.30.

[158] Duygu Avşar, İsmail H. Arslantaş, "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Terk Riskinin İncelenmesi", *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* 8/1, (2024), s.113-124.

görece daha düşük oranlarda takip edildiği saptanmıştır. Kullanım amaçları incelendiğinde kısa ve canlı video içerikleri ile oyun öne çıkmakta; ancak dikkate değer bir öğrenci grubunun bilgilendirme ve eğitim içeriklerine de yöneldiği görülmektedir. Bu durum, din eğitimi açısından sosyal medyanın önemli bir fırsat alanı sunduğunu ortaya koymaktadır.

Cinsiyet değişkeni kullanım örüntülerinde anlamlı farklılıklar üretmektedir. Erkek öğrencilerin dinî gündemi takip etme, eğitim videolarına yönelme, çevrimiçi tartışmalarda görüş değiştirme ve "geleneksel dindarlığın dijitalleşmesi" algısında kız öğrencilerden daha yüksek eğilimler sergiledikleri görülmüştür. Bununla birlikte aile iletişimi açısından da erkek öğrencilerde "aileden uzaklaşma", "aile üyelerini eklememe" ve "aileyle geçirilen zamanı sosyal medya ile ikame etme" eğilimleri daha belirgin biçimde ortaya çıkmıştır.

Okul türü değişkeni de dinî içeriklerle etkileşimde anlamlı farklılıklar doğurmaktadır. Din eğitimiyle doğrudan ilişkili olan Güngören İHO öğrencilerinin, dijitalleşme algısı, dinî gündemi takip etme, salgın döneminde dinî içerik takibi ve kaynaklara erişim konularında diğer okullardaki öğrencilerden daha yüksek ortalamalara sahip oldukları tespit edilmiştir. Buna karşılık, genel okul türlerinde dinî içeriklerle temasın daha dağınık, fırsat odaklı ve platform algoritmalarının yönlendirmelerine daha açık biçimde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Akademik başarı düzeyi ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki incelendiğinde, başarı düştükçe bağımlılık göstergelerinin ve olumsuz sonuçların arttığı ortaya çıkmaktadır. Düşük ve orta başarı grubundaki öğrencilerde "sosyal medyada geçirilen zamanı azaltmaya çalışıp başaramama", "derslere yeterince özen gösterememe" ve "sosyal medyaya girmeyi düşünmeden edememe" gibi ifadeler daha yüksek düzeyde onaylanmıştır. Buna karşılık yüksek başarı grubundaki öğrenciler sosyal medyayı daha bilinçli, seçici ve amaç odaklı kullanmaktadır.

Ailelerin ekonomik durumu açısından ise kullanım alışkanlıkları arasında kayda değer bir farklılık bulunmamaktadır; sosyal medya pratikleri büyük ölçüde gelir düzeyinden bağımsız olarak benzeşmektedir. Bağımlılık ölçeğinde cinsiyet temelinde bazı farklılıklar gözlenmiştir; özellikle "zamanı azaltmada başarısız olma" erkek öğrencilerde daha yüksek oranda görülmektedir.

Genel olarak öğrencilerin sosyal medyada yoğun ve çok yönlü bir etkileşim içinde oldukları, erkek öğrencilerde dinî içerikle etkileşimin ve aileden yalıtılma algısının daha

belirgin olduğu, okul türünün din eğitimiyle ilişkili algıları anlamlı biçimde farklılaştırdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca akademik başarı düştükçe sosyal medyanın bağımlılık ve olumsuz etkilerinin arttığı bulgusu dikkat çekicidir. Bu tablo, din eğitiminin dijital mecralarla pedagojik bütünleşmesine yönelik planlı rehberlik, içerik seçimi ve zaman yönetimi stratejilerinin geliştirilmesinin aciliyetini ortaya koymaktadır.

- Genel olarak öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla dinî içeriklere yönelimleri dikkate alınarak, müfredat içine gömülü bir dijital dinî okuryazarlık çerçevesi geliştirilmesi yararlı olmaktadır. Bu çerçeve; bilgi doğrulama, kaynak eleştirisi, içerik izleme-gözden geçirme, platform algoritmalarının çalışma mantığı ve dezenformasyonla mücadele bileşenlerini içermekte, kısa video kültürünün din öğrenmesinde nasıl pedagojikleştirilebileceğine yönelik somut etkinlikler önermektedir.
- Seçmeli dersler, ders içi mini modüller ve rehberlik saatleri bu içeriğin doğal uygulama zemini oluşturmaktadır.
- Rehberlik ve psikolojik danışma birimleri, sosyal medya kullanımının duygusal esenlik üzerindeki etkilerini takip etmekte, yalnızlaşma hissi, kaygı, gece kullanımı ve uyku düzeni gibi başlıklarda koruyucu, önleyici programlar yürütmektedir.
- Okul ve aile iş birliği güçlendirilerek ebeveynler için kısa, pratik ve uygulanabilir rehberler hazırlanmakta, ev içi medya sözleşmeleri, ekran süresi planları, bildirim yönetimi ve ortak içerik izleme gibi araçlar ailelerin erişimine sunulmaktadır.
- Ebeveynlere, çocukların çevrimiçi dinî içeriklerini yasaklayıcı değil, rehberleyici bir yaklaşımla konuşma, birlikte doğrulama ve alternatif güvenilir kaynaklara yönlendirme becerileri kazandırılmaktadır.
- Okulun düzenli bilgilendirme bültenleri, velilere platform trendleri ve olası riskler hakkında güncel farkındalık sağlamaktadır.
- Kurumsal içerik üreticileri açısından, gençlerin diline, görsel estetik beklentilerine ve hızına uygun kısa, dizgeli ve dizinlenebilir içerik stratejileri geliştirilmesi önem taşımaktadır.
- Resmî kurumların ve güvenilir otoritelerin içerikleri, açıklayıcı metinlerle, atıf yollarıyla ve basit doğrulama araçlarına bağlantılarla desteklenmekte, böylece öğrencilerin kaynak güvenini artıran bir ekosistem kurulmaktadır.
- Gençlere yönelik çevrimiçi-çevrimdışı harmanlanmış programlar ile etkileşimli öğrenme fırsatları üretilmektedir.

- Dijital esenlik ve zaman yönetimi bakımından, okullarda sürdürülebilir programlar tasarlanmakta, dikkat becerilerini güçlendiren etkinlikler, ekran hijyeni ilkeleri ve amaçlı kullanım rutinleri öğrencilere kazandırılmaktadır.
- Sosyal medya detoks günleri, çevrimdışı yaratıcı etkinlikler ve akran destek grupları ile öğrencilerin dengeli kullanım alışkanlıkları pekiştirilmektedir.
- Rehberlik servisleri, sorun odaklı değil, güçlendirici ve önleyici modüllerle öğrencilere düzenli takip imkanı sunmaktadır.
- Erişim ve eşitsizlik boyutunda, güvenli cihaz ve bağlantı imkanlarına sınırlı erişimi olan öğrenciler için okul kütüphanelerinin öğrenme merkezlerine dönüştürülmesi, rehberli çevrimiçi oturumlar düzenlenmesi ve güvenilir içerik havuzlarının erişime açılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Acıerik, Suat. *Dinî Eğitim Alan Öğrencilerin Sosyal Medya Eğilimleri: İzmir İmam Hatip Lisesi ve 9 Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği.* İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Acar, Ömer, ve Ordu, Kübra. "Fen Başarı Düzeyi Farklı Ortaokullardaki Öğrencilerin Fen Bilimlerine Yönelik Tutumlarının Sınıf Düzeyi ve Cinsiyet Açısından İncelenmesi". *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 51/2 (2022), 1064-1067.

Akbay, Şimşek Tuğba ve Emre Toprak. "Yabancı Dilde Kelime Öğrenme Stratejileri Kullanımının Karar Ağaçları İle İncelenmesi". *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 31 (2022), 1245-1268.

Akçin, Bilgin. *Ortaokullarda Verilen Karakter Eğitimi ve Uygulamalarının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi.* Bartın: Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.

Al, Adem. *Medyadaki Dinî İçerikli Yayınlarla İlgili İzleyici Algısı Araştırması.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.

Al, Adem. "An İnvestigation İnto Young People's Perceptions Of Religious-Themed Media Programs." *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies* 21 (2022), 23-32.

Arıcan, Sümeyra, ve Arıcı, Handan. "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri". *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8/2 (2021), 1062-1106.

Astutik, Suci. "Utilization Of Social Media As A Learning Media For Islamic Religious Education." *Proceedings of the 1st International Conference on Education, Society and Humanity* 1/1 (2023).

Avşar, Duygu, ve Arslantaş, İsmail, H. "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Terk Riskinin İncelenmesi". *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* 8/1 (2024), 108-125.

Baazeem, Mohammed Rami. *How Religion İnfluences The Use Of Social Media: The İmpact Of The Online User's Religiosity On Perceived Online Privacy And The Use Of Technology İn Saudi Arabia.* Kingston University London, Doktora Tezi, 2020.

Baran, Pepule. *Sosyal Medyanın Eğitim Süreci Üzerindeki Etkisi.* Diyarbakır: Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

Başaran, Mehmet. “Where And By Whom Do Syrian Refugee Students Sit İn The Classroom İn Primary School İn Turkey?” *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi* 54 (2020), 1290-1296.

Beder, Abdülkadir. *Ortaokul Öğrencilerinin Güvenli İnternet Kullanım Durumlarının Belirlenmesi.* Afyon: Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.

Cahan, Nuray. *Sosyal Medyanın Orta Öğretim Öğrencilerinin Söz Dağarcığına Etkileri.* Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yüksek Lisans Tezi, 2018.

Çilek, Ayşegül, Özge Özgüray, Demircan, Sinan. Özgüray, Ayşegül, Demircan, Nalan. “Farklı Kademelerde Öğrenim Gören Öğrencilerin Nomofobi Düzeyleri”. *International Academic Social Resources Journal* 8/47 (2023), 2314-2333.

Choiri, Miftachul Moh. Muslim, Abu ve Kamis, Sham Mohd Abu. “The İmpact Of Social Media On The Formation Of Religious Patterns Among Millennial Students İn Ponorogo”. *Cendekia* 22/2 (2024), 171-186.

Çınar, Batuhan, ve Ekılıç, Gencer. “Özel Okullardaki Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı İngilizce Kelime Öğrenme Stratejileri: Kars İli Örneği”. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 24 (2019), 353-365.

Çobanoğlu, Omca Elfi, Tağrikulu, Pınar ve Gül, Cirit Ayça. “Ortaokul Öğrencilerinin Okul Dışı Öğrenmeye Yönelik Algı Düzeylerinin İncelenmesi”. *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi* 8/3 (2021), 500-513.

Çolak, Üsame. “Social Media And Religious Education”. *International Journal of Research Publication and Reviews* 4/7 (2023), 2080-2087.

Dal, İbret ve Gök, Nurcihan. “Dopamin Etkisiyle Oluşan Sosyal Medya Bağımlılığının Fen Lisesi Öğrencilerinin Ders Çalışma Tutumlarına Olan Etkisi.” *ASELS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi* 4/1 (2024), 232-242.

Demirkol, Nursena. *Sosyal Hayata Katkısı Açısından Din Eğitimi.* Diyarbakır: Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Duman, Deniz ve Süral, Serhat. “8. Sınıf Öğrencilerinin Lise Tercihlerinin Belirlenmesinde Davranış Yatkınlığı Algılarının İncelenmesi”. *Yaşadıkça Eğitim* 38/2 (2024), 410-431.

Engin, Osman Ali, Özen, Şenay, Bayoğlu, Vedat. “Öğrencilerin Okul Öğrenme Başarılarını Etkileyen Bazı Temel Değişkenler”. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 3 (2009), 125-156.

Ergin, Yaşar, Demirali. Doğan, Coşkun. Taşçı, Isırkan Sema. “Ortaokul Düzeyinde Veli-Okul İşbirliği”. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* 9/2 (2023).

Ergun, Mehmet. *Eğitim Sosyolojisine Giriş*. Ankara: Ocak Yayınları, 1994.

Genç, Murat. Ulugöl, Seyit. Ünsal, Selma. "Ortaokul Öğrencilerinin Yaşam Temelli Öğrenme Hakkındaki Görüşleri". *Researcher: Social Science Studies* 5/9 (2017), 244-255.

Gökmen, Habibe. *İlkokul ve Ortaokul Öğrencilerinin İnformal Eğitimde Edindiği Yanlış Dinî Öğren Melerin DKAB Öğretim Programı Bağlamında İncelenmesine İlişkin Bir Durum Çalışması.* Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.

Göksu, Hatice. *Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Başarılarıyla İlişkisi ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi.* Afyon: Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler EnstitüsüYüksek Lisans Tezi, 2019.

Gülbahar, Yasemin. "Current State of Usage of Social Media for Education: Case of Turkey", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 116 (2014), 2329-2334.

Gültekin, Özkan Sevil. Ada, Şükrü. Gönenç, Hale. "Sosyal Medyanın Öğrencilerin Aile İletişimi Ve Sosyal Yaşantısı Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi ve Analizi." *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 10/6 (2024), 822-831.

Hekimoğlu, Meryem. *Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Hocaoğlu, Neslihan. *Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı.* İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023.

Huda, Miftachul. Arif, Muhamad. Rahim, Abdul Marzqui Mohamad. Anshari, Muhammad. "Islamic Religious Education Learning Media İn The Technology Era: A Systematic Literature Review". *At-Tadzkir: Islamic Education Journal* 3/2 (2024), 83-103.

Işık, Ahmet. *Gençlerin Sosyal Medya Kullanımında Dinin Faydaları ve Çözüm Önerileri.* Denizli: Pamukkale Üniversitesi, İslami İlimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.

Islam, Tarequl Md. "The İmpact Of Social Media On Muslim Society: From Islamic Perspective". *International Journal of Social and Humanities Sciences* 3/3 (2019), 95-114.

Kalkan, Ümit. Başkonak, Mustafa. Tepe, İbrahim Muhammet. "Din Dersine Yönelik Öğrenci Tutumlarının İncelenmesi: KKTC Örneği." *Turkish Studies – Religion* 16/1 (2021), 17-31.

Karadağ, İclal. *Beceri Temelli Sorulara İlişkin Ortaokul Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri: Bir Karma Yöntemler Araştırması.* Malatya: İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2024.

Karagözoğlu, Nazike. *"Ortaokul 5. Sınıflarda Tercih Edilen Seçmeli Dersler ve Tercih Nedenlerinin Öğrenci ve Veli Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi". Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi* 5/1 (2015), 69-94.

Karataş, Ali – Gül, Emre. "Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşler". *Milli Eğitim Dergisi* 52/237 (2023), 279-302.

Kaya, Mahir. *Dinî Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Kesgin, Safiye. "Kurum Bakımındaki Çocukların Diğer İhtiyaçları Gibi Dinî Ve Manevi İhtiyaçlarına Duyarlı Bir Yaklaşım: Çocuk Koruma ve Bakım Hizmetleri Ön Lisans Programı". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 13/72 (2020).

Koç, Ahmet. "Bir Öğretim Materyali Olarak Medya Haberlerinin Din Eğitiminde Kullanılması". *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 25/2 (2021), 520-545.

Koç, Ahmet. Koç, Sümeyye. "Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları İle Sosyal Medyanın Değerler Üzerindeki Etkisi Arasındaki İlişki". *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 56 (2023), 410-435.

Koç, Mustafa. "Dindarlığın Oluşumuna Din Eğitiminin Psiko-Pedagojik Katkıları: 'Değer-Yoksun Dindarlık' Tipolojisi Bağlamında Teorik Bir Yaklaşım". *Değerler Eğitimi Dergisi* 15/33 (2017), 87-138.

Kukuş, Rüveyda. Akto, Arif. "Ortaokul Öğrencilerinin Okula Bağlılık Durumlarına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi". *The Journal of International Educational Sciences* 31 (2022), 38-68.

Kurul, Tural, N. "Öğrenci Başarısında Etkili Okul Değişkenleri ve Eğitimde Verimlilik". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 35/1-2 (2002).

Marlina, Marlina. Nadirah, Sitti. "The Use Of Social Media İn Islamic Religious Education Learning And İts İmplications For Student Character". *Al-Ilmu* 1/3 (2024), 38-43.

Nazıroğlu, Bayramali. "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dinî Medya Okuryazarlığı". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 15/2 (2015), 191-220.

Niklova, Miriam. Hanesova, Dana. "Religious Education As A Platform For Pupils' Social Development And Prevention Of İnternet Addiction: The Case Of Slovakia". *Religions* 15/5 (2024), 585.

Ninan, Sam. "Social Media: The İmpact On Spiritual Formation Among Generation Z Freshman College Students". Southeastern University, Doctor of Education Dissertation, 2021.

Nwadiokwu, C.N. Nwadiokwu, E.S. Favour, E.N. Okwuazun, M.E. "Effect Of Mass Media On Religious Education Of Students İn Secondary Schools". *International Journal of Research in Education and Psychology* 2/3 (2016), 27-33.

Okumuş Veysel, *Çocukların Sosyal Medya Kullanımları ile Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.

Ot Fatih, *İmam Hatip Okullarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları (Edirne Örneği)*. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.

Özdemir, Ömer. "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki". *Marife Dinî Araştırmalar Dergisi* (2024), 188-215.

Öztürk, Dolunay Fatma. Tosun, Aybiçe. "Sosyal Medyada Yer Alan Dinî İçerikler Ve Din Eğitimi Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması". *Tokat İlimiyat Dergisi* 9/2 (2021), 607-630.

Parlamış, İsmail. *Sosyal Medyanın Lise Gençliğinin Değerleri Üzerindeki Etkileri: İzmir Örneği.* Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.

Pehlivan, Bahadır. *Farklı Ortaöğretim Kurumlarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Algıladıkları Okul İklimi İle Okula Bağlılıkları ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Saçıkaralı, Tolga. *Sosyal Medyanın Kültür ve İletişimdeki Etkisi: Gençler Üzerine Bir İnceleme.* İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.

Sherkat, E.Darren. Güngör, Özcan. "Dinî Sosyalleşme: Etki Kaynakları ve Araçların Etkileri". *Turkish Studies* 8/3 (2013), 279-297.

Şahin, Şeyma. Kılıç, Abdurrahman. "İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Eğitim Algılarına İlişkin Kavram Ağları". *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* 52 (2021), 17-39.

Şenkal, Dilek. *Ortaokul Öğrencilerinin (5. Sınıf) Öğrenme ve Çalışma Sorumluluğuna İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi.* Bartın: Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Tatar, Şaban. *Okul Öncesi Eğitim Programı Din Eğitimi İlişkisi.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.

Tosun, Necip. Ardil, Emre. Şahin, Muhammet. Yılmaz, Fatih. Göker, Mustafa. "İlk ve Ortaokul Öğretmenlerinin Okullarda Yaşanılan Akran Zorbalığı Hakkındaki Görüş ve Önerileri." *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 9/71 (2023), 4002-4010.

Turanalp, Fatih Muhammed. "İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım." *Marife Dinî Araştırmalar Dergisi* 16/1 (2016), 112-132.

Varsak, Osman. "Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği." *Din ve Bilim* 5/1 (2022), 87-108.

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

Vural, Ermiş Esra. *Medyadaki Dinî İçerikli Yayınların Din Eğitimi Açısından İncelenmesi.* Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.

Yakut, Sümeyra. Oruç, Cemil. "The Effects Of Generation Z Youth's Social Media Use On Their Religious Learning". *Journal of the Graduate School of Education* 12/23 (2025), 143-161.

Yavrucu, Yusuf. Pekel, Ahmet Hacı. "Özel ve Devlet Okullarında Öğrenim Gören Ortaokul Öğrencilerinin Beden Eğitimi Dersi Algı ve Tutumlarının İncelenmesi". *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi* 3/3 (2022), 108-126.

Yıldız-Arıganoğlu, Emine. Sari, Mediha. "Ortaokul Öğrencilerinde Okul Yaşam Kalitesi Algısı, Okula Aidiyet Duygusu Ve Direnç Davranışlarının İncelenmesi". *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi* 12/2 (2022), 697-722.

Yılmaz, Mehmet. *Türkiye'de Din Eğitimi Politikaları: Yasal-Kurumsal Çerçeve ve Aktörler.* Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.

Zafer, Cem. "Postmodern Zamanlarda Dine Bakış". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/61 (2018), 621-627.

EKLER

T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-59090411-44-91526021 07/12/2023
Konu : Anket ve Araştırma İzni (Halime HAFİF)

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : a) Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 21.01.2020 tarihli ve 2020/2 sayılı genelgesi.
b) Marmara Üniversitesinin 09.11.2023 tarihli ve 659556 sayılı yazısı.
c) Müdürlüğümüz Araştırma ve Anket Komisyonunun 21.11.2023 tarihli tutanağı.

Araştırma Konusu	: Ortaokullardaki Öğrenim Gören Öğrencilerin Din Eğitimine Sosyal Medyanın Etkisi (Güngören Örneği)
Araştırma Türü	: Anket
Araştırma Yeri	: Güngören İlçesinde Bulunan Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokullar
Araştırma Kişiler	: Öğrenci
Araştırmanın Süresi	: 2023 - 2024 Eğitim ve Öğretim Yılı

Yukarıda bilgileri verilen araştırmanın; 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununa aykırı olarak kişisel veri istenmemesi, öğrenci velilerinden açık rıza onayı alınması, bir örneği Müdürlüğümüzde muhafaza edilen mühürlü ve imzalı veri toplama araçlarının kurumlarımıza araştırmacı tarafından ulaştırılarak uygulanması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, araştırma sonuç raporunun kamuoyuyla paylaşılmaması ve araştırma bittikten sonra 2 (iki) hafta içerisinde Müdürlüğümüze gönderilmesi, okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, eğitim ve öğretimi aksatmayacak şekilde, ilgi (a) genelge esasları dâhilinde uygulanması kaydıyla Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Doç. Dr. Murat Mücahit YENTÜR
İl Millî Eğitim Müdürü

OLUR

Mustafa KAYA
Vali a.
Vali Yardımcısı

Ek:
1- İlgi (b) Yazı ve Ekleri (8 Sayfa)
2- İlgi (c) Tutanak (1 Sayfa)
3- Araştırma Geri Dönüş Formu (1 Sayfa)

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Adres : Binbirdirek Mah. İmran Öktem Cad. No: 1 Sultanahmet Fatih İstanbul
Telefon : 0212 384 36 28
E-posta : stratejigelistirme34@meb.gov.tr
Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr
Belge Doğrulama : https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys
Bilgi İçin : Aydın BALTA
Unvanı : VHKİ
İnternet Adresi : http://istanbul.meb.gov. tr/
Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. https://evraksorgu.meb.gov.tr adresinden 09a1-13d9-3013-b4d3-05ab kodu ile teyit edilebilir.