I.ULUSLARARASI SOSYAL VE TEKNİK BİLİMLER SEMPOZYUMU ISTEK'2022
I. INTERNATIONAL SOCIAL AND TECHNICAL SCIENCES SYMPOSIUM USTEK'2022

Sayın Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU,

Uluslararası Sempozyum Bilimsel Komitesi adına "I.ULUSLARARASI SOSYAL VE TEKNİK BİLİMLER SEMPOZYUMU USTEK'2022" Online olarak 12-13 Eylül 2022 tarihlerinde gerçekleştirilecektir.

"GÖRSEL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ"

"VISUAL MEDIA AND RELIGIOUS EDUCATION"

Başlıklı bildirinizin kabul edildiğini sizlere duyurmaktan memnuniyet duymaktayız.

Sempozyumda görüşmek ümidiyle,

Saygılarımla,

Dr. Öğr. Üyesi Arif Behiç ÖZCAN,
Kadınhanı Faik İçil MYO Müdürü

Organizasyon ve Bilim Kurulu adına

I. Uluslararası Sosyal ve Teknik Bilimler Sempozyumu
USTEK'22, Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil MYO, Konya-Türkiye
12-13 Eylül, 2022

I. International Social and Technical Sciences Symposium
USTEK'22, Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Vocational School, Konya-Türkiye
12-13 September 2022

12 September 2022

Time Zone ISTANBUL (GM+3)

Chair: Dr. Öğr. Üyesi Arif Behiç ÖZCAN

09:00-09:15	**Opening Ceromony**	**Assist. Prof. Dr. Arif Behiç ÖZCAN**	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
09:15-09:30	**Oween Cesar Barranzuela CARRASCO**	**REGIONAL INTEGRATION THEORY AND THE DILEMMA OF LATIN AMERICAN INTEGRATION**	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
09:30-09:45	**Mustafa AYDIN**	**EVALUATION OF ACCESS TO NEUROPOLİTİCAL DATA İN TERMS OF POLİTİCAL ETHİCS** NÖROPOLİTİK VERİLERE ULAŞMANIN SİYASAL ETİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
09:45-10:00	**Mehmet Fazıl ÖZKUL**	**THE DEVELOPMENT OF VALUE CHAINS IN THE ELECTRONICS INDUSTRY IN EAST AND SOUTHEAST ASIA AND ITS REFLECTIONS ON THE COUNTRIES OF THE REGION** DOĞU VE GÜNEYDOĞU ASYA'DA ELEKTRONİK SEKTÖRÜNDEKI DEĞER ZİNCİRLERİNİN GELİŞİMİ VE BÖLGE ÜLKELERİNE YANSIMALARI	**Türk Rekabet KURUMU**
10:00-10:15	**Selin DİNÇER, Mehmet Gökhan ÖZDEMİR***	**AN ASSESSMENT ON THE SOCIO-ECONOMIC AXIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CLIMATE CHANGE AND MIGRATION** İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE GÖÇ İLİŞKİSİ ÜZERİNE SOSYO-EKONOMİK EKSENDE BİR DEĞERLENDİRME	**Kırıkkale Üniversitesi/Kırıkkale-TÜRKİYE**
10:15-10:30	**Haydar KUZUCU*, Oktay KIZILKAYA**	**THE RELATIONSHIP BETWEEN DEFENCE SPENDING AND ECONOMIC GROWTH IN THE SUB-SAHARAN AFRICAN COUNTRIES: PANEL DATA ANALYSIS** SAHRA ALTI AFRİKA ÜLKELERİNDE SAVUNMA HARCAMALARI İLE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ: PANEL VERİ ANALİZİ	**Ahi Evran Üniversitesi/Kırşehir-TÜRKİYE**

Chair: Öğr. Gör. Ceyda GÜLTEKİN			
10:30-10:45	**Ulukan BÜYÜKARIKAN**	**CONTENT ANALYSIS OF ARTICLES ON IFRS 9 EFFECTS ON THE BANKING SECTOR** UFRS 9'UN BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİYLE İLGİLİ MAKALELERİN İÇERİK ANALİZİ	**Afyon Kocatepe Üniversitesi/Afyonkarahisar-TÜRKİYE**
10:45-11:00	**Elnur RUSTAMOV**	**DIGITAL MARKETING IN THE COVID -19 ERA** COVID -19 DÖNEMINDE DIJITAL PAZARLAMA	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:00-11:15	**Selin DİNÇER*, Tuğba ŞERBETCİ**	**AN ECONOMIC APPROACH TO FOREIGN REAL ESTATE ACQUISITION IN ANTALYA** ANTALYA'DA YABANCILARIN GAYRİMENKUL EDİNİMİ ÜZERİNE EKONOMİK BİR YAKLAŞIM	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:15-11:30	**Ahmet Hakan ÖZKÜRKÇÜLER**	**THE PERFORMANCE OF SPECIAL CONSUMPTION TAX REVENUES RECEIVED FROM MOTOR VEHICLES** MOTORLU TAŞITLAR ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİ GELİRLERİNİN PERFORMANSI	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:30-11:45	**Ali Osman ÖZPOLAT**	**FAMILY SOCIAL SUPPORT PROGRAM AS A NEW SERVICE MODEL OFFERED TO FAMILY** AİLELERE SUNULAN YENİ BİR HİZMET MODELİ OLARAK AİLE SOSYAL DESTEK PROGRAMI	**Hacettepe Üniversitesi/Ankara-TÜRKİYE**
11:45-12:00	**Mehmet Ali AKYURT**	**IS IT POSSIBLE TO READ HISTORY OF SOCIOLOGY AS HISTORY OF CONTROVERSIES?** SOSYOLOJİ TARİHİ TARTIŞMALAR TARİHİ OLARAK OKUNABİLİR Mİ?	**İstanbul Üniversitesi İstanbul-TÜRKİYE**
12:00-12:15	**Senanur YILDIRIM**	**HISTORY OF THE RULE OF LAW AND THE PRINCIPLE OF SEPARATION OF POWERS IN TURKEY** HUKUK DEVLETİ'NİN TARİHÇESİ VE TÜRKİYE'DE KUVVETLER AYRILIĞI İLKESİ	**Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi**
12:15-12:30	**Tuncer GÖVDELİ**	**INFLATION AND FOREIGN DIRECT INVESTMENTS IN IRAN: A COINTEGRATION APPROACH** İRAN'DA ENFLASYON VE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR: BİR EŞBÜTÜNLEŞME YAKLAŞIMI	**Atatürk Üniversitesi/Erzurum-TÜRKİYE**
BREAK TIME (12:30 - 13:00)			
Chair: Öğr. Gör. Dr. Hakan YILMAZ			
13:00-13:15	**Saadet İDER**	**WORSHIP EDUCATION IN THE CONTEXT OF RELATIONSHIP BETWEEN WORSHIP AND MENTAL HEALTH** İBADET ve RUH SAĞLIĞI İLİŞKİSİ YÖNÜYLE İBADET EĞİTİMİ	**Necmettin Erbakan Üniversitesi/ Konya-TÜRKİYE**
13:15-13:30	**Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU**	**VISUAL MEDIA AND RELIGIOUS EDUCATION** GÖRSEL MEDYA VE DİN EĞİTİMİ	**Marmara Üniversitesi/İstanbul-KONYA**
13:30-13:45	**Şule DEMİROK**	**MAVERDI'S THOUGHT OF HUMAN, HISTORY AND STATE** MAVERDİ'DE İNSAN, TARİH VE DEVLET	**Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi/Ankara-TÜRKİYE**

13:45-14:00	**Halil KAYA**	**WOMEN NURSES IN THE AGE OF BLISS** ASR-I SAADETTE KADIN HEMŞİRELER	**Bitlis Eren Üniversitesi/Bitlis-TÜRKİYE**
14:00-14:15	**Hatice KANADIKIRIK**	**RELIGION AND THE THEORY OF POSTNORMAL TIMES AS AN EFFORT TO MAKE SENSE OF THE FUTURE** GELECEĞİ ANLAMLANDIRMA ÇABASI OLARAK POSTNORMAL ZAMANLAR TEORİSİ VE DİN	**Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / Kahramanmaraş-TÜRKİYE**
14:15-14:30	**Hümeyra TOPCU**	**SÎRAH CONTENT IN THE DIYANET CHILDREN'S MAGAZINE (BETWEEN 1979-2000)** DİYANET ÇOCUK DERGİSİNDE SİYER MUHTEVASI (1979-2000 YILLARI ARASI)	**Ankara Yıldırım Beyazıt Üniverisitesi / Ankara- TÜRKIYE**
14:30-14:45	**Seyit Mehmet ŞİMŞEK**	**JAMAL AL-KHALWATI AND THE WORK ATTIRIBUTED TO HIM, SHARSH SAD KELIMEIN HADRAT SIDDIQ-I AQBAR: EDITIO PRINCEPS AND EVALUATION** CEMAL-İ HALVETİ'YE AİT ŞERHU SAD KELİME-İ HAZRETİ SIDDÎK-I EKBER ADLI ESERİN TAHKİK VE İNCELEMESİ	**İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi /İstanbul- TÜRKİYE**
14:45-15:00	**Muhammed UĞURLU**	**NESTORİANS IN THE PERIOD OF THE ABDULHAMID II.; EXAMPLE OF VAN (1876-1890)** II. ABDÜLHAMİD DÖNEMİNDE NESTURİLER; VAN ÖRNEĞİ (1876-1890)	**Bitlis Eren Üniversitesi/Bitlis-TÜRKİYE**
15:00-15:15	**Murat TURNA**	**HISTORY AND FAITH IN "QUO VADIS?** "QUO VADİS?" ROMANINDA TARİH VE İNANÇ	**Necmettin Erbakan Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
Chair: Dr. Öğr. Üyesi Arif Behiç ÖZCAN			
15:15-15:30	**Tahsin BOZDAĞ**	**PURE COGNİTİVE PREDİCTİONS FROM THE SENSORY FIELD AND TRADITIONAL TURKISH EBRU ART** DUYUSAL ALANDAN SALT BİLİŞSEL YORDAMALAR VE GELENEKSEL TÜRK EBRU SANATI	**İnönü Üniversitesi /Malatya-TÜRKİYE**
15:30-15:45	**Sefa USTA, Ümmühan GÜLNAR***	**THE ROLE OF THE REGIONAL BOARD FOR THE PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE IN THE PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE (KONYA CASE)** KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASINDA KÜLTÜR VARLIKLARINI KORUMA BÖLGE KURULU'NUN ROLÜ	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
15:45-16:00	**Ayhan KOÇOĞLU*, Metin ALTUNKAYNAK**	**THE EFFECT OF ARGUMENTATION-BASED INSTRUCTION ON NATURE OF SCIENCE** ARGÜMANTASYON TABANLI ÖĞRETİMİN BİLİMİN DOĞASI ANLAYIŞINA ETKİSİ: BİR META-ANALİZ ÇALIŞMASI	**Mersin Üniversitesi/Mersin-TÜRKİYE**
16:00-16:15	**Burcu ÖZTÜRK**	**BOARDING SCHOOL IN THE CONTEXT OF PANOPTICON THEORY: THE CONFUSIONS OF YOUNG TÖRLESS** PANOPTİKON KURAMI BAĞLAMINDA YATILI OKUL: ÖĞRENCİ TÖRLESS'İN BUNALIMLARI	**Trakya Üniversitesi /Edirne-TÜRKİYE**

16:15-16:30	**Ramazan TAVUKCU**	**AN EXAMINATION OF THE SCOTTISH TALE NAMED AK KOYUN IN TERMS OF VALUES EDUCATION** AK KOYUN ADLI İSKOÇYA MASALININ DEĞERLER EĞİTİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ	**Çankırı Karatekin Üniversitesi/Çankırı-TÜRKİYE**
16:30-16:45	**Merve KAYAN ŞAHİN**	**RELIGION AND POLITICAL THOUGHT IN ALIYA IZZETBEGOVIÇ** ALİYA İZZETBEGOVİÇ'TE DİN VE SİYASET DÜŞÜNCESİ	**Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi**
16:45-17:00	**Aslıhan SARIKAYA**	**THOMAS HOBBES ARCHITECHT OF MODERN POLITICAL PHILOSOPHY ON THE AXIS OF THE BRITISH CIVIL WAR and POLITICAL PHILISOPHY** İNGİLİZ İÇ SAVAŞI EKSENİNDE MODERN POLİTİK FELSEFENİN MİMARI THOMAS HOBBES ve SİYASET FELSEFESİ	**Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi**
17:00-17:15	**Bilge Ceren TÜRKMEN**	**TRADE AGREEMENTS BETWEEN THE OTTOMAN EMPIRE AND THE KINGDOM OF PRUSSIA** OSMANLI DEVLETİ VE PRUSYA KRALLIĞI ARASINDA YAPILAN TİCARET ANLAŞMALARI	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**

13 September 2022

Time Zone ISTANBUL (GM+3)

Chair: Öğr. Gör. Dr. İsmail ÇAĞIRAN

09:00-09:15	**Arif Behiç ÖZCAN*, Mustafa DAMAR**	**SOFT POWER AND NGOs IN TURKISH FOREIGN POLICY: THE CASE OF EĞİTİM-BİR-SEN** TÜRK DIŞ POLİTİKASINDA YUMUŞAK GÜÇ VE STK'LAR: EĞİTİM-BİR-SEN ÖRNEĞİ	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
09:15-09:30	**Ömer Gökhan ULUM**	**ARMENIAN ISSUE: THE LOST CONTINENT IN ELT CURRICULA** ERMENİ SORUNU: ELT MÜFREDATINDA KAYIP KITA	**Mersin Üniversitesi/Mersin-TÜRKİYE**
09:30-09:45	**Şeymanur YILMAZ*, Meryem KARAAZIZ**	**EXAMINATION OF SOMATIC COMPLAINT LEVELS OF CHILDREN WITH DIVORCED PARENTS** BOŞANMIŞ EBEVEYNLERE SAHİP ÇOCUKLARIN SOMATİK YAKINMA DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ	**Yakın Doğu Üniversitesi/Lefkoşa-KKTC**
09:45-10:00	**Özlem KÜÇÜK**	**COVID-19, HEALTH AND SOCIAL MEDIA** KOVID-19, SAĞLIK VE SOSYAL MEDYA	**Kocaeli Üniversitesi/Kocaeli-TÜRKİYE**
10:00-10:15	**Muhammed Fazıl BAŞ**	**INTERNATIONALITY IN ZİYA GÖKALP'S THOUGHT** ZİYA GÖKALP DÜŞÜNCESİNDE BEYNELMİLELİYET	**Yıldız Teknik ÜNİVERSİTESİ/İstanbul-TÜRKİYE**
10:15-10:30	**Ferhat TOPER**	**FEMINIZATION OF POVERTY** YOKSULLUĞUN KADINLAŞMASI	**Malatya Turgut Özal Üniversitesi/Malatya-TÜRKİYE**

Chair: Öğr. Gör. Ayşegül TOPRAK			
10:30-10:45	**Naime BATTAL**	**ADMINISTRATIVE AND DEMOGRAPHICALLY CONDITIONAL FROM THE OTTOMAN TO THE REPUBLIC** OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E İDARİ VE DEMOGRAFİK AÇIDAN ŞARLI	**Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Samsun-TÜRKİYE**
10:45-11:00	**Özge Seda UĞRAŞ**	**THE ADVENTURE OF AN OTTOMAN LADY LEADING TO THE FIRST SOCIALIST POET: YAŞAR NEZİHE BÜKÜLMEZ** BİR OSMANLI HANIMEFENDİSİNİN İLK SOSYALİST ŞAİRLİĞE UZANAN SERÜVENİ: YAŞAR NEZİHE BÜKÜLMEZ	**Necmettin Erbakan Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:00-11:15	**Çağatay BENHÜR, Ahmet ERDOĞAN***	**THE PARTICIPATION OF THE UNITED STATES IN THE SECOND WORLD WAR AND THE TURKISH PRESS** AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ'NİN İKINCİ DÜNYA SAVAŞI'NA KATILMASI VE TÜRK BASINI	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:15-11:30	**Erol ÇÖM**	**TARİHÎ BELGE OLARAK KASİDE: NEV'ÎNİN SURİYYESİ**	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
11:30-11:45	**Abdullah KOCA**	**INSTITUTIONALIZATION OF FIRE FIGHTINGS IN THE WORLD AND IN TURKEY: THE CASE OF THE TUUMBACILAR QUARRY IN OTTOMAN** DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE İTFAİYE TEŞKİLATLARININ KURUMSALLAŞMASI: OSMANLI'DA TULUMBACILAR OCAĞI ÖRNEĞİ	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
BREAK TIME (11:45 - 12:30)			
Chair: Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül KAYA			
12:30-12:45	**Hacer GÜMÜŞ**	**A THEORETICAL COMPUTATIONAL STUDY ON A NOVEL THIOPHENE DERIVATIVE USING THE MOLECULAR DOCKING METHOD** MOLEKÜLER YERLEŞTİRME YÖNTEMİNİ KULLANAN YENI BIR TİYOFEN TÜREVI ÜZERİNDE TEORİK HESAPLAMALI BİR ÇALIŞMA	**Kocaeli Üniversitesi/Kocaeli-TÜRKİYE**
12:45-13:00	**Hacer GÜMÜŞ**	**MOLECULAR DOCKING CALCULATIONS OF 6-METHYLPYRIMIDINE-2-CHLORO-5-(2-HYDROXYETHYL)-4-METHOXY MOLECULE** 6-METHYLPYRIMIDINE-2-CHLORO-5-(2-HYDROXYETHYL)-4-METHOXY MOLEKÜLÜNÜN MOLEKÜLER YERLEŞTİRME HESAPLAMALARI	**Kocaeli Üniversitesi/Kocaeli-TÜRKİYE**
13:00-13:15	**Matanat MEHRABOVA*, Aybeniz ABDULLAYEVA, Niyazi HASANOV, Nizami HUSEYNOV**	**EFFECT OF GAMMA IRRADIATION ON ELECTRICAL AND PHOTOELECTRICAL PROPERTIES OF CdFeTe THIN FILMS**	**Azerbaijan Technical University/Bakü-AZERBAYCAN**

13:15-13:30	**Kuttusi ZORLU**	**GEOHERITAGE EVALUATION IN IĞDIR WITH PGA (PRELIMINARY GEOHERITAGE ASSESSMENT)** PGA (PRELIMINARY GEOHERITAGE ASSESSMENT) İLE IĞDIR İLİNDE JEOMİRAS DEĞERLENDİRMESİ	**Ardahan Üniversitesi/Ardahan-TÜRKİYE**
13:30-13:45	**Volkan DEDE**	**THE GEOHERITAGE EVALUATION IN ARDAHAN WITH GAM (GEOSITE ASSESSMENT MODEL)** GAM (GEOSITE ASSESSMENT MODEL) İLE ARDAHAN İLİNDE JEOMİRAS DEĞERLENDİRMESİ	**Ardahan Üniversitesi/Ardahan-TÜRKİYE**
13:45-14:00	**Elvin MALIKOV**	**SYNTHESIS OF THE CuS NANOPARTICLES WITHIN THE MATRIX OBTAINED FROM THE NYLON6.6 BASED PLASTIC WASTE**	**Baku State University/Baku /AZERBAYCAN**
14:00-14:15	**Sevinc HACIYEVA* İslam MUSTAFAYEV, Tarana ALIYEVA**	**ECOLOGICAL ASSESSMENT OF GIRMIZI LAKE**	**Baku State University/Baku /AZERBAYCAN**
Chair: Dr. Öğr. Üyesi Yasemin GÜNDOĞDU			
14:15-14:30	**Madina NABIYEVA*, Sevinj HAJIYEVA, Nazim SHAMILOV, Tarana ALIYEVA**	**DETERMINATION OF HEAVY METALS IN WATER SAMPLES TAKEN FROM THE ARAZ RIVER PASSING THROUGH THE CULFA AREA OF NAKHCHIVAN AUTONOMOUS REPUBLIC**	**Baku State University/Baku /AZERBAYCAN**
14:30-14:45	**Qiyas BAYRAMOV**	**SYNTHESIS OF N1,N1,N3,N3-TETRA[N1',N1'-DI(2-CHLORINE-5-OXOHEXENE-2)AZONE]QUANIDINE COMPOUND AND RESEARCH AS A CORROSION INHIBITOR**	**Baku State University/Baku /AZERBAYCAN**
14:45-15:00	**Qiyas BAYRAMOV**	**SYNTHESIS OF N1,N1,N3,N3-TETRA(N1',N1'-DIALCOXYMETHYLAZON)QUANIDINE COMPOUND AND RESEARCH AS A CORROSION INHIBITOR**	**Baku State University/Baku /AZERBAYCAN**
15:00-15:15	**Fuat BAŞÇİFTÇİ, Yusuf DOĞAN*, Abdullah KARAAĞAÇ**	**EXAMINING THE TYPES OF UNMANNED AERIAL VEHICLES AND THEIR USAGE AREAS** İNSANSIZ HAVA ARAÇLARININ TÜRLERİ VE KULLANIM ALANLARININ İNCELENMESİ	**Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi/Karaman- TÜRKİYE**
15:15-15:30	**Hüsamettin Taha ÖZTÜRK**	**R&D AND INNOVATION SYSTEMS IN THE TURKISH DEFENSE INDUSTRY** TÜRK SAVUNMA SANAYISINDE AR-GE VE YENİLİK SİSTEMLERİ	**ASELSAN**
15:30-15:45	**Niyazi N Mursakulov*, S.G. Nuriyeva, N.N. Abdulzade, G.T. Nuriyeva**	**ELIPSOMETRIC INVESTIGATIONS OF NANO THICKNESS Cu2ZnSnSe4 FILMS**	**Institute of Physics named after H.M.Abdullayev of ANAS/ Bakü-AZERBAYCAN**
15:45-16:00	**Arife AKIN**	**ASSESSMENT OF SOME WASTE MATERIALS AS AGGREGATE IN CEMENTITIOUS COMPOSITES** BAZI ATIK MALZEMELERİN ÇİMENTO BAĞLAYICILI KOMPOZİTLERDE AGREGA OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ	**Konya Teknik Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**

Chair: Öğr. Gör. Ayşegül TOPRAK			
16:00-16:15	**Ferid KÖSTEKCİ**	**SCIENTIFIC RESEARCH MODEL AND MECHANICAL ENGINEERING EDUCATION STRATEGY FOR UNIVERSITY INDUSTRY COOPERATION and SPECIALIZATION** ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİ ve İHTİSASLAŞMA İÇİN BİLİMSEL ARAŞTIRMA MODELİ ve MAKİNA MÜHENDİSLİĞİ EĞİTİM STRATEJİSİ	**Hitit Üniversitesi/Çorum-TÜRKİYE**
16:15-16:30	**Ferid KÖSTEKCİ**	**EXAMINATION of THE USE of VIBROPORT DEVICE and MEASUREMENT UNIT OPERATING UNDER LABVIEW FOR BEAM VIBRATIONS** ÇUBUK TİTREŞİMLERİ İÇİN VİBROPORT CİHAZI VE LABVIEW ALTINDA ÇALIŞAN ÖLÇÜM ÜNİTESİ KULLANIMININ İNCELENMESİ	**Hitit Üniversitesi/Çorum-TÜRKİYE**
16:30-16:45	**Sertaç GÜNEY**	**COMPUTER AIDED DESIGN COMBINING IMAGE ANALYSIS AND WOVEN FABRIC DESIGN** GÖRÜNTÜ ANALİZİ VE DOKUMA KUMAŞ TASARIMINI BİRLEŞTİREREK BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
16:45-17:00	**Güler GÖÇMEZ*, Alper DÜLGER, Fetullah ARIK, Arif DELİKAN, Berkant COŞKUNER, Gürsel KANSUN, Adnan DÖYEN, Şükrü ARSLAN**	**GROUNDWATER LEVEL CHANGES AND SINKHOLE FORMATION OF ÜRÜNLÜ (ÇUMRA-KONYA)** ÜRÜNLÜ (ÇUMRA-KONYA) ÇEVRESİNDE YERALTISUYU SEVİYE DEĞİŞİMLERİ VE OBRUK OLUŞUMLARI	**Konya Teknik Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
17:00-17:15	**Vuslat SALALI*, Şaban İNAM**	**A STUDY ON THE NEED TO ADOPT VALUE BASED APPLICATION METHOD IN LAND AND LAND ARRANGEMENT STUDIES** ARAZİ VE ARSA DÜZENLEMESİ ÇALIŞMALARINDA DEĞER ESASLI UYGULAMA YÖNTEMİNİN BENİMSENMESİ GEREKLİLİĞİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	**Isparta Uygulamalı Bilimler Fakültesi/Isparta-TÜRKİYE**
17:15-17:30	**Aslı ÇÜÇEN*, Yusuf Tahir ALTUNCI**	**INVESTIGATION OF THE USE OF RECYCLED BUILDING MATERIALS IN ARCHITECTURE** GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ YAPI MALZEMELERİNİN MİMARİDE KULLANIMININ İNCELENMESİ	**Burdur Mehmet Akif ERSOY Üniversitesi**
17:30-17:45	**Esmira ABDULLAYEVA*, Humar KAHRAMANLI ÖRNEK**	**DETECTİON OF EPİLEPTİC SEİZURES FROM EEG SİGNAL USİNG MACHİNE LEARNİNG METHODS** MAKİNE ÖĞRENMESİ YÖNTEMLERİ KULLANILARAK EEG SİNYALİNDEN EPİLEPTİK NÖBETLERİN TESPİTİ	**Selçuk Üniversitesi/Konya-TÜRKİYE**
Closing Remarks: Dr. Öğr. Üyesi Arif Behiç ÖZCAN			

(*) Presenter- Konuşmacı

Önemli, Dikkatle Okuyunuz Lütfen

- **Ustek'22 Sempozyumu için sunumlarınızı 10+2 dakika olacak şekilde hazırlayınız.**
- **Sunumlarınızı .ppt ya da .pdf şeklinde hazırlayabilirsiniz.**
- **Online sunum yapabilmek için size gönderilen zoom linkine tıklayarak oturuma katılabilirsiniz.**
- Zoom uygulaması ücretsizdir ve hesap oluşturmaya gerek yoktur.
- Zoom uygulaması kaydolmadan kullanılabilir.
- Uygulama tablet, telefon ve PC'lerde çalışıyor.
- **Her oturumdaki sunucular, sunum saatinden en az 10 dk öncesinde oturuma bağlanmış olmaları gerekmektedir.**
- Tüm kongre katılımcıları canlı bağlanarak tüm oturumları dinleyebilir.
- Moderatör – oturumdaki sunum ve bilimsel tartışma (soru-cevap) kısmından sorumludur.
- Bilgisayarınızda mikrofon olduğuna ve çalıştığına emin olun.
- Zoom'da ekran paylaşma özelliğini kullanabilmelisiniz.
- Kabul edilen bildiri sahiplerinin mail adreslerine Zoom uygulamasında oluşturduğumuz oturuma ait link gönderilecektir.
- Katılım belgeleri kongre sonunda tarafınıza pdf olarak gönderilecektir.
- Kongre programında yer ve saat değişikliği gibi talepler dikkate alınmayacaktır.
- **Lütfen takma ad kullanmayınız, gerçek ad ve soyadlarınızı kullanınız.**
- Katılımcı kısmına tıklayarak isminizi bulup 'more' butonuna bastıktan sonra yeniden isimlendir diyerek isimlerinizi düzeltebilirsiniz.
- Soru bölümünde elinizi kaldırarak söz talebinde bulunabilirsiniz. Bunun için ekranın alt kısmında bulunan 'reactions' butonuna tıklayıp 'el' işaretine basmanız yeterlidir.

Important, Please Read Carefully

- **Prepare your presentations for the Ustek'22 symposium in 10+2 minutes.**
- **You can prepare your presentations as .ppt or .pdf.**
- **In order to make an online presentation, you can join the session by clicking the zoom link sent to you.**
- The Zoom application is free and no need to create an account.
- The Zoom application can be used without registration.
- The application works on tablets, phones and PCs.
- Presenters in each session must be connected to the session at least 10 minutes before the presentation time.
- All congress participants can connect live and listen to all sessions.
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.
- Make sure your computer has a microphone and is working.
- You should be able to use screen sharing feature in Zoom.
- Attendance certificates will be sent to you as pdf at the end of the congress.
- Requests such as change of place and time will not be taken into consideration in the congress program.
- Please do not use nicknames, use your real names and surnames.
- You can correct your names by clicking on the participant section, finding your name, pressing the 'more' button, and then renaming it.
- In the question section you can ask to speak by raising your hand. For this, it is sufficient to click on the 'reactions' button at the bottom of the screen and press the 'hand' sign.

SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ

Certificate of Attendance

I. International Social and Technical Sciences Symposium ISTEC'2022

I. Uluslararası Sosyal ve Teknik Bilimler Sempozyumu USTEK'2022

12-13 September 2022

Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU

We would like to thank you for your valuable contributions as a Participant with a presentation at the USTEK'2022 held as online video-conference meeting in Selcuk University, Konya, TURKIYE

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
KADINHANI FAİK İÇİL
MESLEK YÜKSEKOKULU

2022 USTEK

Ass. Prof. Dr. Arif Behiç ÖZCAN
Head of Symposium

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE TEKNİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
1.Uluslararası Sosyal ve Teknik Bilimler Sempozyumu
USTEK'2022 Özel Sayısı
Dergi Ana Sayfası: http://sosyoteknik.selcuk.edu.tr

Kasım, 2022

ISSN: 2146-7226

Görsel Medya ve Din Eğitimi

Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU
Marmara Ünversitesi İlahiyat Fakültesi, İstanbul, Türkiye

Makale Bilgileri

Makale geçmişi:
Alındı 29 Eylül 2022
Kabul edildi 4 Kasım 2022

Anahtar kelimeler:
Değer
Din Eğitim
Görsel Medya
Medya

Özet

İnsanlığın varlığıyla başlayan bireyler arası iletişim; süreç içinde geniş kitleri içine alan, vaz geçilmez bir ihtiyaç olarak etkisini arttırarak devam ettirmektedir. Bu sürecin beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sözlü olarak başlayan bu gelişme, yazının icadıyla yazılı araçlarla, teknolojinin ilerlemesiyle de işitsel ve görsel araçlarla çeşitlenerek devam etmektedir. İnsanoğlu, dünyada var olduğu ilk günden itibaren iletişim kurmaya başlamıştır. İnsanın iletişim kurma ihtiyacı, yaratılışından gelen içgüdülerle desteklenmiştir. Kur'an-ı Kerim'de, "Ey insanlar! Muhakkak ki biz sizi bir erkek ve bir dişiden yarattık ve sizi milletler ve kabileler kıldık ki birbirinizi tanıyasınız…'' Hucurat Suresi, 49/ 13. buyrulmuştur. Ayette insanoğlunun, farklı milletlere ve dillere ayrıldığı bildirilmiş ve onlardan tanışmaları istenmiştir. Bu nedenle insanoğlu, farklı yöntemlerle iletişim kurarak yakın veya uzaktaki insanlara bilgisini, duygusunu ve düşüncesini aktarmaya çalışmıştır. İletişim için kullanılan metotlar, zaman ilerledikçe çeşitlenerek gelişme kaydetmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle kitle iletişim araçları, insanlar arasındaki iletişimi daha hızlı ve kolay hale getirmiştir. Bu araçların oluşturduğu medya ortamı, zamanla insanların hayatlarında daha fazla yer etmeye başlamıştır. İletişim teknolojilerine ulaşımın kolaylığı ve kullanımın basitleşmesi gibi etkenler, bütün bireylerin ve toplumların, medya araçlarını kullanımına zemin hazırlamıştır. Bunun beraberinde getirdiği bireysel ve toplumsal etkileşim, insanlarda ve toplumlarda olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Dolayısıyla medya, bireyin ve toplumun sosyokültürel ve dini değerlerinin değişim ve dönüşümünde en önemli etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Günümüzde görsel medya (sinema, televizyon ve sosyal medya) araçları, örgün ve yaygın eğitim alanlarında gerek bireyin gerekse toplumların değer dönüşümünde, olumlu veya olumsuz bir etkiye sahiptir. Bu çalışmada, medya türlerinden biri olan görsel medyanın, din eğitimine etkisi ele alınmıştır.

Visual Media and Religious Education

Süleyman GÜMRÜKÇÜOĞLU

Marmara University, Faculty of Theology, İstanbul, Türkiye

Article Info

Article history:

Received 29 September 2022
Accepted 04 November 2022

Keywords:

Media
Religious Education
Value
Visual Media

Abstract

Communication between individuals, which begins with the existence of humanity; In the process, it continues to increase its effect as an indispensable need that includes large kits. The technological developments brought about by this process have led to the emergence of mass media. This development, which started orally, continues to diversify with written tools with the invention of writing and with the progress of technology with auditory and visual tools.

Human beings have begun to communicate since the first day they existed in the world. Man's need to communicate is supported by instincts from his creation. In the Holy Qur'an, "O people! Surely we have created you from a male and a female, and we have made you nations and tribes so that you may know one another." Surat al-Hujrat, 49/13. In the verse, it is stated that human beings are divided into different nations and languages and they are asked to meet. For this reason, human beings have tried to transfer their knowledge, feelings and thoughts to people near or far by communicating in different ways.

The methods used for communication have diversified and developed as time has progressed. With the development of technology, mass media has made communication between people faster and easier. The media environment created by these tools has started to take more place in people's lives over time. Factors such as the ease of access to communication technologies and the simplification of use have paved the way for all individuals and societies to use media tools. The individual and social interaction that this brings with it leaves positive or negative effects on people and societies. Therefore, the media is considered as one of the most important factors in the change and transformation of the socio-cultural and religious values of the individual and society.

Today, visual media (cinema, television and social media) tools have a positive or negative impact on the value transformation of both individuals and societies in the fields of formal and non-formal education. In this study, the effects of visual media, which is one of the media types, on individuals and societies in the field of religious education are examined.

* Süleyman Gümrükçüoğlu. E-posta adresi: sgumrukcuoglu@hotmail.com

1. Giriş

Medyanın, birey ve toplum üzerinde değiştirici ve dönüştürücü gücü, onun dördüncü erk olarak nitelendirilmesi sağlamıştır. Modern toplumsal yapının temel belirleyici unsurlarından biri olan medyanın etkisi her geçen gün artarak ve çeşitlenerek devam etmektedir. Bu sebeple, söz konusu etkinin belirleyiciliğini açıklayan pek çok sosyoloji kuramı ortaya çıkmıştır [1]. Geliştirilen model ve yaklaşımların temel amacı, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlar üzerindeki etkilerinin ne olduğu sorusuna yanıt bulmaktır. Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlar üzerindeki kısa vadeli etkilerinden uzaklaşarak, bu araçların uzun vadeli etkilerine yönelmeye başlamışlardır. Bunun sebebi, kitle iletişim araçlarının yalnızca uzun vadeli olarak izleyicilerin bilgi ve enformasyon düzeyini etkileyebileceği görüşünün giderek ağırlık kazanmasıdır [2].

Medyanın haber ve bilgi yaratarak bunları yaymak dışında eğlence, bilgi ve eğitim gibi alanlarda da etkisi söz konusudur. İletişim, insanların günlük yaşamlarında vazgeçilmez bir eylem biçimidir. Bu zorunluluk bir bakıma iletişimi mümkün kılan kitle iletişim araçlarındaki işlevselliktir. Bu durum insanın norm ve değerlerini, düşünce ve eylemlerini, önceliklerinin de medya tarafından belirlenmesi sonucunu yaratmıştır.

Medya türleri içinde görsel medya, birey ve toplum üzerinde en etkili medya türüdür. Görsel medya, işleyişine ve yapısına bağlı olarak daha çok sayıda hedef kitleye ulaşır. Stuart Hall'in da belirttiği gibi medyanın işlevlerini yerine getirmesinde en etkili ve en yaygın medya aracı olan televizyon, henüz seksen yıllık bile tarihi olmayan bu büyülü alet, çok kısa bir süre içinde insanlara bilgi ve eğlence sunan bir medium (araç) olma özelliğinin çok ilerisinde, toplumsal yaşamı biçimlendiren ve dönüştüren niteliğiyle yirminci yüzyılın en büyük fenomeni haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları on dokuzuncu yüzyılda kitle toplumunun bir sonucudur. Fakat bu tarihten itibaren bu araçlar, özellikle de televizyon, sadece bir aktarıcı ya da toplumsal değişenin bir "etkileneni" olarak değil aynı zamanda bir "oluşturucusu" olarak da sistem içerisinde aktif işlev yüklenmiş ve günümüz toplumsal yapısının oluşumunda son derece belirleyici olmuştur [3].

Yılmaz'a göre; bugünün medyası toplumu denetleyip düşünsel hayatı belirlerken "Yanlış Bilgi" yapılanmasını, zihinlerde inşa eden bir baskı aracıdır. Bu bağlamda medya, toplumsal dolaşıma soktuğu bilgiyi çarpıtarak, onu egemen dille yeniden kurgulayarak sıradan insandan gizler. Bu süreçle sıradan insanı, insanlığın yüz yıllara dayanan birikiminden koparmakta, onu çaresiz bir şekilde yalnızlaştırmaktadır [4].

Ayrıca görsel medya içinde nitelendirilen ve gittikçe yaygınlaşan bir fenomen haline gelen sosyal medya, her türlü bilginin kontrolsüz bir şekilde yayılmasını ve etkileşimi ortaya çıkarmıştır. Öyle ki insanlar arasındaki iletişim ve etkileşimin boyutu milli sınırları aşmış ve küresel bir boyut kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarınca ivme kazandırılan bu değişmeler, başta dini değerler olmak üzere her türlü bireysel ve toplumsal norm ve değerleri etkilemektedir [5].

Bu çerçevesinde kitle iletişim araçları bireyleri eğlendirme, bilgilendirme, eğitme, sosyalleştirme, kamuoyu oluşturma gibi işlevlerinin yanı sıra, toplumsal maddi ve manevi tüm değerlerin yeniden üretilmesi ve nesilden nesile aktarılması görevini de üstlenmiştir. Dolayısıyla bu süreçte bir yandan toplumu etkilerken bir yandan da toplumdan da etkilenmektedir [6]. Bu değişim ve dönüşüm, örgün ve yaygın din eğitiminde ne denli etkili olmakta ve bireyleri etkilemektedir. Bu problemin cevabı çalışmamızın çerçevesini oluşturmaktadır.

2. Medya Kavramı ve Araçları

Günümüzde bireysel ve toplumsal hayat için önemli olan iletişim ve bilgi aktarımı, farkı araç ve kanallarla gerçekleşmektedir [7]. Bu iletişim sürecinin hedef kitlesi, geniş insan toplulukları olması, kitle iletişimini gündeme getirmiştir [8]. İngilizcede kitle anlamına gelen "mass", yazılı, görüntülü ve sözlü basını içeren "media" nın birleşimi ile "mass media" terimi kitle iletişimi araçlarını ifade etmek için kullanılmaktadır. Medya kavramı; araç, ortam ve vasıta anlamına gelen Latin kökenli "medium" kelimesinin çoğulu olarak kitle iletişim için kullanılan bir kavramdır [9]. Dolayısıyla medya denildiğinde, bireysel ve sosyal her türlü mesaj ve bilgilenin saklanmasını, iletilmesini gerçekleştiren tüm iletişim sistemleri olarak nitelemek mümkündür.

Medya, edebiyat, sanat, spor ve din gibi geniş kitleleri ilgilendiren konuların, insanlara iletilebilmesinde kullanılan bir araçtır. 1920'lerde ortaya çıkan medya kavramı; kitle iletişim araçlarının tamamını bünyesinde barındırmaktadır. Medya yazılı, sözlü, görsel tüm yayın türlerini içinde barındıran, gazete, dergi, kitap formlarında insanlara ulaşabilen, sinema, televizyon, radyo gibi kanallarla görsel ve işitsel olarak kitlelere ulaşılmasını kapsayan bir kavramdır. Medya her zaman farklı mesajların farklı sosyo-kültürel yapıdaki topluluklara aktaran, yönlü iletişim aracı olarak da literatürde yer almaktadır [10]. Kitle iletişim araçları, kapsam ve içerik olarak gelişmeye ve yaygınlaşmaya devam etmektedir. Bu yaygınlık insanlar etkileyerek değiştiren ve kitleleri yönlendire bir olgu haline gelmiştir.

Medya bir iletişim aracı olarak incelendiğinde, 15. yüzyılın ortalarında matbaanın icadı ile büyük bir atılım gerçekleştirmiştir. Bu dönemde yazılı basının ilk örnekleri görülmeye başlanmış ve medyanın bilgilendirme yönü öne çıkmıştır [11].

Medya tarihi araştırmaları incelendiğinde, özellikle sanayileşmenin hız kazandığı 18. yüzyıldan itibaren, iletişim araçlarının ve medyanın gelişiminin karşılıklı etkileşiminden dolayı bir paralellik gösterdiği görülmektedir. Modern medya kavramı açısından, medyanın büyük kitleler ile buluşması bu tarihlerde başlamış ve 18. yüzyılın son çeyreği modern medya için başlangıç noktası olarak kabul edilmiştir. Ayrıca 18. yüzyıl sonlarında özellikle Fransa önderliğinde Avrupa' da başlayan özgürlükçü düşünce akımları kitle iletişimini farklı bir boyuta taşımış ve medyanın önemini arttırarak gelişmesine ve kitleselleşmesine katkı sağlamıştır [12].

İçerisinde birçok farklı iletişim aracını kapsayan medya kavramı, 20. yüzyıl sonlarına doğru internetin bireylerin hayatına girmesiyle, günlük hayatın önemli ve vazgeçilemez bir parçası haline gelmiştir. 21. yüzyıla gelindiğinde ise değişen ve yeni teknolojilerle kendini yenileyen bir endüstri haline gelen, birçok farklı aracı, birçok farklı amaçta için kullanan medya, geleneksel medya olarak ifade edilen yazılı, görsel ve işitsel medya türlerine ek olarak yeni bir tür olarak dijital veya yeni medya şeklinde adlandırılan farklı bir kategoriyi bünyesine kattığı görülmektedir [13].

Küreselleşme, teknolojik atılımlar ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile oluşan küresel enformasyon ağı, dünyada fiziksel mekân kavramını değiştirmiş ve dijital bir dünya yaratmıştır. İletişim araçları da bu dijitalleşmeye ayak uydurmuş ve yeni medya olarak araştırılmaya ve kategorize edilmeye başlanmıştır [14].

Medya, eğlence, bilgi ve eğitim gibi üç temel sorumluluğa sahip yazımsal, işitsel ve görsel araçların tümünü içine alan bir genişliğe sahiptir. Gelişen teknolojiyle ve ihtiyaçların farklılaşmasıyla kitle iletişim araçlarında da farklı farklı alanlar açılmıştır. İnsanların kullandıkları çeşitli medya araçları genel olarak 3 temel başlık altında kategorize edilmektedir.

Yazılı Medya: Yazılı basın olarak da nitelendirilen yazılı medya, günlük veya belirli bir zaman aralığında olan haberleri sunan gazete ve dergi araçlarından oluşur. Bu medya araçları, bireylerim hem ulusal hem de uluslararası haberlere ve düşüncelere erişimini sağlar [15].

İşitsel Medya: Sese dayalı olduğu için işitsel ismini alan bu medya türünün, en temel aracı radyodur. Bununla birlikte işitsel medyanın sunduğu, cdler, kasetler ve telefonlarda bu kategori içinde

değerlendirilir. İşitsel kitle iletişim araçları icat edildiğinde çok popüler olsalar da sinema ve televizyonun ortaya çıkmasıyla önemini kaybetmiştir [16].

Görsel Medya: Ses, hareket, renk ve yazılarla izleyicisine yayın yapan, hareketli görüntüler içeren hem görsel hem de duyusal organlara hitap eden çok yönlü medya türüdür. Günümüzde en çok kullanılan araçları televizyon, internet, sinema gibi iletişim araçlarıdır. Bu araçlardaki hareketli görüntülerde zihinsel bir uğraşa girilmeden veya farklı bir yeteneğe gerek duyulmadan izlenebildiğinden, toplumun en çok yöneldiği medya türü olmuştur [17]. Ayrıca bu medya türü yazılı ve işitsel medya türlerini de içinde barındırması sebebiyle, medya başlığı altında tüm medya araç ve platformlarını kuşatan bir içeriğe sahiptir.

Tarihi süreçte medya, iletişim teknolojilerinin gelişimiyle, birçok farklı araç ve platformlarla bireylerin ve toplumların değişimine, gelişimine ve eğitimine katkı sunmuş ve sunmaya devam etmektedir.

3. Medyanın İşlevi ve Etkisi

Teknolojik gelişmelere paralel olarak çeşitlenen kitle iletişim araçlarının işlev ve etkileri hayatımızda her geçen gün daha fazla hissedilmektedir. Kitle iletişim araçlarında geçirilen günlük ortalama zaman dilimi dikkate alındığında [18], birey hayatını kuşatan bir etkiye sahip olduğunu görülür. Bu anlamda medya araçları, yaşam tarzımızı ve algılarımızı biçimlendirmede etkin bir role sahiptir. İnsan yaşamı için önemli bir erk haline gelen kitle iletişim araçları, bu gücü sadece haber verme ve bilgi aktarma gibi işlevleri sayesinde gerçekleşmemiştir. İnsan yaşamının her türlü alanına nüfuz edebilme özelliği ile bu denli büyük bir güç halini almıştır. Birey ve toplum hayatında önemli bir yer tutan kitle iletişim araçlarının temel işlevleri şunlardır [19-21].

Haber verme ve bilgilendirme işlevi: Kitle iletişim araçları, dünyada meydana gelen olayları ve gelişmeleri aktararak birey ve toplumu bilgilendirmektedir. Böylece bireyde ve toplumda bir kanaat oluşmasını sağlar. Kitle iletişim araçlarının bu işlevi, habere esas olacak olay, fikir ve gelişmelerin öğrenilmesi, yorumlanması ve yayılması sürecini içerir.

Eğitme işlevi: Medya, sunduğu haber ve bilgilerle ile kitlenin zihinsel ve bilişsel yönüne hitap ederek eğitim düzeyini yükseltir. Özellikle çocukların, içinde eğlence ve bilginin bir arada verildiği yayınlarla algı ve bilinç düzeyini yükselterek eğitimlerinde önemli rol oynar. Kitle iletişim araçları, haberi ve bilgiyi bireylere ulaştırmak suretiyle onların bilgi düzeylerini, yeteneklerini ve düşünme kapasitelerini geliştirerek bireylerin eğitilmesine doğrudan katkıda bulunur.

Eğlendirme işlevi: Kitle iletişim araçlarının eğlendirme fonksiyonu, insanlara günlük hayatın karmaşalarından, gerilimlerinden ve yorgunluklarından bir kaçış imkânı sağlayarak bir rahatlama ve dinlenme sağlamaktadır. Günümüzde insanlar çoğu kez boş zamanlarını değerlendirebilmek için kitle iletişim araçlarına başvurmaktadır. Bireyler bu sayede daha ucuz ve daha çeşitli rahatlama imkânı elde ederler. Artan şehirleşme ile birlikte toplumda bireyler yalnızlaşmakta ve sosyal ilişkiler zayıflamaktadır. Yalnızlaşan bireyler bu boşluğu kitle iletişim araçları ile doldurarak sorunlardan uzaklaşmakta ve duygusal boşalma ile birlikte rahatlamaktadır.

Kültürel değerlerin korunması ve aktarılması işlevi: Medya, içinde yer aldığı toplumun kültürel ve tarihi değerlerinin korunmasında, yaşatılmasında ve gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Toplumun hafızası olarak da nitelendirilen medya, toplumun kültürünü yansıtan sanat ve estetik değerlerin yaşatılmasında öncü bir rol oynamaktadır.

Sosyalleştirme işlevi: Medya, toplumsal kültür, değer ve normların bireylere aktarılmasında aracı rolü oynayarak bireyin sosyalleşme sürecine hizmet eder.

Kamuoyu oluşturma işlevi: Kitle iletişim araçları, zaman ve mekân sınırlaması olmadan, herhangi bir olayı ve haberi çok kısa bir zamanda, kitlelere ulaştırabilmektedir. Kamuoyu oluşturma, medyanın haber ve bilgilendirme işlevinin önemli bir parçasıdır. Kitle iletişim araçlarının olayları sunuş ve yorumlayış biçimleri, toplumdaki bireylerin düşünce ve davranışlarını etkileyerek, kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Günümüz insanının kitle iletişim araçları ile muhatap olmadığı zaman ve mekân adeta yok gibidir. Medya, öncelikleri ve ilgi alanlarını şekillendirdiği gibi gündelik hayatları da etkileyebilmektedir. Dolayısıyla medya araçları, bireylerin duygu, düşünce, tutum ve davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu süreçte bireylerin ve kitlenin genelde pasif alıcı konumunda olması, mesajın kaynağı üzerinde etkisini yok denecek kadar azaltmaktadır [22].

Bu noktada kitle iletişim araçları bireyi bilgi ve haber bombardımanına tutarak, hiçbir zaman elde edemeyeceği ölçüde ayrıntılı bilgi ve haber kendisini sunar. Fakat sunulan bu ayrıntılı haber ve bilgiler arasında gerçek bir ilişkinin bulunup bulunmadığını açıklamaz. Aksine, bu gibi aktarımlarda bireye ya şiddet ya da hiçbir şeyi ciddiye almaması telkin edilir veya önerilir [23].

Gündelik yaşamda, bireyin hem ayırdığı zaman açısından hem de bu araçların kullanım yaygınlığı açısından kitle iletişim araçlarının birinci derecede olması, bireyin bilişsel, duyuşsal, tutum ve davranışlarının yönlendirilmesinde belirleyici unsur olarak karşımıza çıkarmaktadır.

4. Medya Din İlişkisi

Bireyin duygu, düşünce ve inancını çeşitli semboller kullanarak ifade etmesi ve çevresiyle ilişki kurmasında din ve iletişim iki önemli kavram olarak karşımıza çıkmaktadır [24]. Medya ve dinin ortak etki alanlarını insan ve toplum olması, din ve medyanın zorunlu ilişkisini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle bireyin ve toplumun değişim ve dönüşümünde medya ve din kavramları önemli bir etkiye sahiptir.

Bu yönüyle kitle işletişim araçları, tutum değişikliği araçları olarak tanımlanmaktadır. Bu araçlar sayesinde gördüklerini ve duyduklarını içselleştiren birey, dini sosyalleşmesini sağladığı gibi, bu değerlerin var olma ve sürdürülebilir olmasına da katkıda bulunur [25]. Medya, birey ve toplumun sahip olduğu norm ve değerleri, bilgi oluşturmada ve bilgi aktarımında ya kullanmakta veya etkilemektedir. Dolayısıyla her yeni medya imkânı sosyal anlamda bireylere birtakım değerler katarak onu geliştirir ve yeni değerlere adapta olmasına ve bu yeni değerlere göre kişinin şekillenmesine olanak sağlar [26, 27]. Bu süreçte kitle iletişim araçlarının sunduğu imkânlardan olabildiğince faydalanmaya çalışır.

Tarihi süreçte kitle iletişim araçları, dini doktrinlerin yaygınlaştırılması, dini propaganda ve din eğitimi gibi birçok amacın gerçekleştirilmesinde bir imkân olarak görülmüştür. Medya ve din ilişkisine yönelik ilk farkındalığa; Gutenberg'in icat ettiği matbaada basılan ilk kitabın İncil olması ve 1906 yılındaki ilk radyo yayınının da aynı şekilde İncil'den okunan parçalardan oluşması, din ve medya ilişkisine örnek teşkil etmektedir [28]. 1950'li yıllara gelindiğinde televizyonun Amerika'da yaygınlık kazanması, Billy Graham ve Fulton Sheen gibi televanjelistlerin [29], televizyonda bireyleri ve toplulukları etkilemek için dini içerikli programlar yapmasını ortaya çıkarmıştır. Bu programlar geniş kitlelere ulaşmış ve önemli reytingler elde etmişlerdir. Bu etkinliklerin kitleler üzerinde etkisi çok geçmeden görülmeye başlanmıştır. Bunun sonucu olarak televizyonun misyoner rolünün keşfedilmesi, medyanın dini amaçlarla kullanımını yaygınlaştırmış, böylelikle retoriği güçlü, dinleyicileri ikna edebilen televanjelistlerin, televizyon yayınları günden güne artış göstermiştir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle 1960 yılında Pat Robertson tarafından kurulan CBN (Christian Broadcasting Network), dini içerikli programları yedi gün yirmi dört saat Amerikalıların evlerine ulaştırmak için uydu ve kablo teknolojilerini kullanmıştır. İzleyiciler düzenli olarak bu platformlara bağışta bulunarak, bu ağların devamlılığını sağlamışlardır. Ayrıca küresel anlamda ortaya çıkan yeni gelişmelerden biri de elektronik kilise veya daha genel anlamda elektronik din kavramlarıyla ifade edilmektedir. Bu terim dini inançları kitle iletişim araçları ile geniş halk kitlelerine anlatılması ve dini mesajların verilmesini ifade etmektedir. İnternetin yaygınlaşmadığı dönemlerde, bilgisayar ağlarıyla dinin ilk kez karşılaşması 1978 yılında Chicago merkezli olarak hayata geçirilen BBS (Bulletin Board System / Bilgisayarlı Bilgi Sistemi), siber uzamda dini fikir ve kanaatlerin paylaşıldığı ve tartışıldığı ilk mecra olma özelliğini taşır [30-32].

1991 yılında gelişen www (World Wide Web) ile her türlü bilgi ve düşünce internet ortamına taşınarak, geniş kitlelere ulaşma imkânı bulmuştur. Bunun sonucunda Hristiyanlık dininin yanı sıra

Yahudilik, İslamiyet, Budizm ve Zerdüştlük dinlerine ait çok sayıda web sitesi kurulmuştur [33]. Helland, sanal ortamda dinlerin temsil ediliş biçimlerini "religion online" ve "online religion" olarak tanımlamaktadır. "Religion online", internetin kaynaktan alıcıya doğru tek yönlü iletişim aracı olma özelliği ile ilgilidir. Geleneksel iletişim yöntemi tek yönlü olarak dini bilginin aktarımını içermektedir. "Online religion" ise, internetin interaktif yapısından hareketle, kullanıcılar arasında etkileşimli bir dini iletişimi içermektedir. Kullanıcıların dini sitelerde aktif olduğu, dini içeriğin oluşmasına katkı sağladığı, sanal cemaatler oluşturdukları web siteleridir [34].

İletişim teknolojilerinin gelişimi, ilahi emirlerin insanlara ulaştırılmasında bir fırsat olarak görülmektedir. Dini propaganda ve din eğitimi gibi birçok açıdan kullanılmakta olan medya teknolojileri aynı zamanda aktarılan mesajlara müdahale etme imkânı vermektedir. Bu durum dini mesajların aktarılmasında, teknolojik araçların kullanılmasına kuşkuyla yaklaşılmasına sebep oluştur. Öyle ki matbaa ve radyonun icadında kilise görevlileri dini emirlerin yaygınlaştırılmasında teknolojik gelişmelerden faydalanmak isteseler de bu araçların zararlı yanlarından korkularak uzak durulmuş ve eleştirilmiştir [35].

Dinin öğrenilmesinde aile ve sosyal çevre etkili olurken, günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları öğretici ve biçimlendirici etkiye daha çok sahip hale gelmiştir. Dolayısıyla günümüzde medyanın din konusundaki işlevlerini "dini bilgileri iletmek" ve "rol model" oluşturmak olarak belirtilir. Medya araçları, film, dizi, haber programı, müzik gibi yayınlardaki rol model karakterlerle insanların dini tutum ve davranışlarını taklit yoluyla şekillendirmeye çalışırlar [36, 25]. Bu noktada medyanın, din konusunda yönlendirme ve eğitme noktasında ne denli önemli bir görev üstlenmektedir. İletişim araçlarının eğitim öğretim fonksiyonları yanında fikir ve inanç yayıcı, belli açılardan yorumlarla fikir ve inançlara ait alt yapı oluşturucu, sürekli tekrarla düşünceyi devreden çıkararak otomatik hüküm verdirici, günlük hadiselerden inanç kesinliğinde hükümler üretici tesirleri de vardır [36-38].

Medya ve din ikilisinden yalnızca birisinin diğerini etkilediğini ve dönüştürdüğünü söylemek çok zordur; zira her ikisi de birbirini karşılıklı olarak değiştirip dönüştürmektedir. Her ne kadar medyanın, geniş kitlelere dini bilgi ulaştırma açısından faydaları olsa da yönlendirme ve etkilemeye yönelik yapısı, din gibi sahih bilgiyi içeren konuların bu platformlarda hakkıyla ele alınıp irdelenmesi önünde en büyük engel olarak durmaktadır [39, 25].

5. Görsel Medya ve Din Eğitimi

Sinema, televizyon ve bilgisayar gibi seyretmeye imkân veren medya türüne görsel medya adı verilir. Görsel medyanın diğer medya türlerden ayrılan boyutu ses, renk, hareket ve yazı içermesidir. Mesajı bu unsurlar aracılığıyla alıcıya vermesidir. Medya türleri arasında en yaygın olan ve takip edilen medya türüdür [40]. Görsel medya insanlara ulaşma, onları etkileme, yönlendirme, bilgilendirme yönüyle bireylerin dini eğitimine ve kimlik gelişimine etkisi vardır. Kurgu sistemi üzerine şekillenen medyanın, bireye aktardığı şeyler onda olumlu veya olumsuz birçok etki bırakmaktadır [17]. Mesajın anlaşılması ve kalıcılığı bireyin duyu organlarında bıraktığı etki ölçüsündedir. İnsanlar okuduklarının % 10'unu, duyduklarının % 20'sini, gördüklerinin %30'unu, hem görüp hem duyduklarının ise % 50'sini hatırlamaktadırlar [41]. Dolayısıyla görsel medyanın bu kadar popüler olmasını sağlayan temel unsur, olabildiğince fazla duyu organına hitap etmesidir. Her duyu organı kendisine has özel işlevlere sahip olmakla birlikte, öğrenmenin %80 oranında gözle gerçekleştiği tespiti, görme duyusunu ön plana çıkarmıştır. Bunun sonucu olarak, görsel materyal kullanılan sunumların diğerlerine karşı %43 oranında daha ikna edici oldukları görülmüştür [42]. Bunun beraberinde getirdiği, kalıcı öğrenme ve yönlendirmenin gerçekleşmesidir.

Bireyin gördüğü, duyduğu, hissettiği şeylerin çoğu bilinç düzeyinde işlem görmemektedir. İnsan beynine ulaşan mesajların ancak binde biri bilinç düzeyinde algılanıp, işlenebilmektedir. Geri kalan veriler, bilinçaltı tarafından, tepki uyandırmayacak düzeyde belirsiz uyarıcılar algılanıp kaydedilmekte, süreç

içinde insanın kararlarını ve davranışlarını etkilemektedir [43]. Bilinçaltı saniyede 400 milyar bit bilgiyi işlerken, bilinç bunun sadece 2000 tanesini fark edebilmektedir [44]. Alan uzmanlarına göre, insan beynine gelen verilerin ancak binde biri bilinç seviyesinde algılanıp, işlenebilmekte geri kalan veriler bilinçaltı tarafından algılanmakta ve kaydedilmektedir [45]. Bu veriler, bilinçaltının daha önceden edindiği olumlu veya olumsuz izler, ilgili bir durum ortaya çıktığında, biz farkına varmadan, bilinçsizce davranışlarımızı etkilemektedir [46].

Medyanın imkân ve sınırlılıkları, birey ve toplum üzerindeki etkisi üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Hemen her alanda kendine yer bulması ve insanlara ulaşması, onun hakkında kesin bir karar vermeyi zorlaştırmaktadır. Bu bölümde, görsel medya araçlarında sinema, televizyon ve sosyal medyanın, dini kimlik ve dini eğitime etkisi ele alınacaktır.

5.1. Sinema ve Din Eğitimi

Sinema, yaşandığı dönemin değerlerini, estetiğini, teknolojisini, toplumsal süreci yansıtan bir araçtır. "Sinema aygıtı, içinde ışığa duyarlı kimyasal bir filmin yardımıyla görüntüleri saniyede belirli sayıyla (bu sayı günümüzde saniyede yirmi dört kareyken, ilk dönem filmlerde on dört ile on altı kare arasındadır) kaydeden teknik bir araçtır.". Sinema, sembolik yönü güçlü bir iletişim aracı olarak seyircinin algılama ve anlama biçimlerini değiştirip dönüştürerek, yeni norm ve değerler oluşturabilmektedir. Dolayısıyla sinemanın gerçekliği taklit etmesinin yanı sıra, taklit edilen gerçekliği de değiştirebilmesi, onun seyirci nezdindeki etki gücünü göstermektedir [47, 48].

Bu nedenle üretilen filimler, toplumun değer yargılarından, ideolojik ve politik eğilimlerinden uzak değildir. Bu özelliğinden dolayı 20. yüzyılın başından itibaren başta siyasi rejimler olmak üzere, her türlü düşünce ve inancın, norm ve değerin propaganda aracı olarak varlığını sürdürmektedir [49].

Sinema, ürettiği görsellerle insan ve toplum üzerinde gerçeklik duygusunu yaratarak, insan ve toplumu yönlendirme gücüne sahiptir. Öyle ki insanların hayat anlayışlarını, giyim-kuşamlarını etkilediği gibi, insanları şiddete de yönlendirebilmektedir. Filmlerden etkilenerek işlenen birçok cinayet bu durumu ortaya koymaktadır [50].

Birey için görerek öğrenme, konuşarak öğrenme eyleminden önce gelmektedir. Bu özellik, din ve toplumsal değerlerin inşa edildiği çocukluk döneminde, korumasız olan çocuk bellekleri için, tekinsiz yapımlar ciddi olumsuzluklar barındırmaktadır. Aynı zamanda bu riskler yetişkinler için de söz konusudur. Çünkü bir filme serilen sinematografik anlatı, bireyin doğrudan zihnin sembolik kısmına ulaşma imkânına sahiptir [51, 52]. İnsanlar kendilerini film karakteriyle özdeşleştirirler. Filmdeki olaylarla sadece zihinsel değil duygusal olarak da bir bağ kurarlar. Bu durum sinemanın insanlar üzerindeki etkisini artırır. Şiddet içerikli filmler içine kapanık çocukların daha da içine kapanmasına, korkularının artmasına sebep olurken dışa dönük çocukların da saldırganlaşmasına yol açarlar [53]. İngiltere'de yapılan bir araştırmaya göre çocuklar, sürekli şiddet görüntüleri izlediğinde, şiddet görüntülerini gerçek gibi anlamakta, zihin ve duygu dünyası bu görüntülerde dolu olan çocuk bir süre sonra şiddete karşı hissizleşmektedirler [54].

Sinema bazen de yeni bir din inşa edecek kadar toplum üzerinde etkili olabilmektedir. Star Wars filminde kurgulanan Jedi dininin Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada, İngiltere ve ABD gibi ülkelerde taraftar bulması buna örnektir. Günümüzde İngiltere'de 390 bin, Avustralya'da 70 bin kişi Jedi dinine mensup olduğunu beyan etmiştir. Ayrıca İngiltere ve ABD'de Jedi kiliseleri kurulmuştur [55, 56].

Çocukların ilgi dünyasına sunulan fantastik filmlerin çoğunda, tanrısal özelliklere sahip karakterler, sihir ve büyüler yer almaktadır. "Harry Potter" ve "Yüzüklerin Efendisi" gibi fantastik filmlerde; insana tanrısal özellikler atfetme, büyünün dini bir inançmış gibi yansıtılması, Allah ve ahiret inancını zayıflatma gibi yeni inançların çocukların bilinçaltını etkilememektedir. Fantastik filmlerin birçoğu dini metinlerde soyut olarak tanımlanan ahiret, cennet, cehennem, melek, şeytan gibi kavramları, basit görsel öğelerle somut olgulara indirgemektedir. Bu durum hem çocukların filmlerde yer alan görüntülerle uyuşmayan dini bilgileri öğrenmekte zorlanmalarına hem de kutsal metinlerde yüceltilen dini olguları, gerçekte

olduklarından daha basit "maddi varlıklar" şeklinde algılamalarına yol açmaktadır. Öyle ki Altıntaş'ın yapmış olduğu alan araştırmasında, çocukların %50'si Harry Potter'ın yerinde olmayı isterken, %45,7'si gizli ve doğa üstü güçlere sahip olması, %42'si güçlü olduğu için, % 38,9'u sihir ve büyü yaptığı için, % 19,8'i ise ölümsüz olması sebebiyle fantastik bir kahramanın yerinde olmayı istediklerini belirtmişlerdir [57, 58].

Dini motiflerin kullanıldığı korku filmleri insanlar üzerinde olumsuz etkiler bırakmaktadır. Özellikle bu tür korku filmleri izleyen çocuk ve gençlerde davranış bozukluklarına sebep olmaktadır [59]. Ayrıca cinsellik, şiddet, sihir ve büyü gibi unsurlar içeren animasyon filmleri de çocukların dini ve ahlâkî eğitimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bununla birlikte, çocukların maddi ve manevi gelişimine katkı sunan, sosyokültürel ve dini değerleri önceleyen animasyon filmleri, din eğitimine önemli katkılar sunmaktadır [60, 61].

Bu noktada ayniyet ve özdeşleşme, sinemanın ortaya çıkardığı ve teşvik ettiği en önemli fenomendir. Seyircinin özdeşim kurduğu karakter, olumlu veya olumsuz norm ve değerleri temsil edebilirler. Bu değerler insanın duygu, düşünce ve davranışlarına etkileyebilmektedir. Dolayısıyla sinemanın odaklandığı bu noktalar, aynı zamanda din eğitimi ve değerler eğitiminin de odaklandığı alanlardır. Bu ortak noktalara, olumlu değerlerin kazandırılmasın da sinema oldukça önemli bir araçtır [62].

Ahlâk kurallarının hayat içindeki yeri ve önemi işleyen filmler ve belgeseller, donanımlı ve yardımcı bir öğretim aracıdır. Özellikle evren, dünya ve tüm canlılarla ilgili belgeseller, bireyi Allah'a yakınlaştıracak, O'nun büyüklüğünü, gücünü gösterecek bir potansiyele sahiptir. BBC tarafından hazırlanan "Planet Earth" (Dünya) belgeseli güzel bir örnek teşkil etmektedir. Belgesel "Dağlar", "Temiz Sular", "Çöller", "Buz Dünyaları", "Büyük Ovalar", "Yağmur Ormanları", "Mevsim Ormanları" gibi bölümlerle ayrılmıştır. Bütün bu bölümlerde Allah'ın isim ve sıfatlarını gösteren, Allah'ın kudretine örnek olabilecek görüntüler bu çalışmada ortaya konmuştur [63].

Sinemanın insanlara ulaşarak etkili bir iletişim oluşturma özelliğini bilen dini yapılanmalar, bu etkili aracı mesaj vermede kullanmaktadır. Birçok dinsel akım, dini figürleri ve öğretileri farklı yönleriyle sinemada kullanılmasıyla, çeşitli dinsel inanç ve değerler kitlelere ulaştırılmıştır. Örneğin İslam dininin ilk dönem yayılışını konu alan Çağrı filmi, son Dalaylama'nın yaşam öyküsünü konu alan Kundun filmi ile Hz. İsa'nın yaşamını konu alan İsa'nın Çilesi filmi, İslam, Budizm ve Hıristiyanlığın temel öğretilerini kutsal kişilikler aracılığıyla anlatılmasıdır [64].

Filmlerin örgün ve yaygın din eğitiminde kullanımı ile ilgili şunlar belirtilmiştir [63].

- Öğrenme sürecine ne kadar çok duyu organı dâhil olursa o kadar kalıcı öğrenme gerçekleşmektedir. Filmler ile bireyler hem görme hem de işitme yoluyla bilgi edinmektedirler. Böylece filmler farklı zekâ tiplerindeki bireylere ulaşmaktadır.
- Filmler diğer eğitim araçlarının imkânlarını da içinde barındırdığı için daha kısa sürede daha kalıcı bir öğretim sağlamaktadırlar.
- Filmler geçmişi suna bileceği gibi geleceğe de projektör tutabilir. Peygamberlerin ve örnek şahsiyetlerin yaşamları ve temsil ettikleri değerler daha kolay ve kalıcı bir şekilde aktarılabilmesidir.
- Filmler davranışlara etki ederler. İzleyiciler, dramatik unsurlar barındıran film karakterleri ile kendilerini özdeşleştirirler. Eğer bu karakterler dini ve ahlâkî erdemlere sahip şahsiyetler ise, izleyiciler de onlara benzemeye çalışırlar. Bu özellikleriyle filmler şahsiyet terbiyesinde önemli bir etkiye sahiptirler.
- Filmler kültür aktarımında önemli bir araç olarak kullanılabilirler. Kendi kültür ve medeniyetiyle barışık yönetmen ve senaristlerin ürettiği filmlerle, kültüre ait değerler kolayca genç nesillere aktarılır.
- Film gösterimi sırasında veya sonrasında değerlendirme etkinlikleri yapılarak, interaktif bir öğrenme ortamı oluşturulabilir.

5.2. Televizyon ve Din Eğitimi

Görsel medya türü içerisinde televizyon en fazla kullanılan kitle iletişim aracıdır. Kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, bu araçların eğitimdeki rolü her geçen gün güçlenmektedir [65]. Bu noktada televizyon, aktarılmak istenen bilgileri görsel sunum teknikleriyle birleştirilerek çok geniş bir izleyici kesimine sunabilmesi, bir hikâye kurgusu içerisinde eğlendirirken öğretebilmesi gibi özellikleri, diğer kitle iletişim araçlarına göre çok daha etkin bir konumdadır [66].

Görsel medyanın ve özellikle de televizyonun etkinliğinin temelinde de onun insanın en önemli duyu organına hitap etmesi yatmaktadır [67]. Televizyonun geniş halk kitlelerine sesli ve görüntülü kesintisiz iletişim sağlaması, aynı anda birçok insanı ekranın başına toplaması, insanların farkında olmadan yönlendirme gücüne sahip olması, büyük kitleleri etkisi altını alarak adeta sakinleştirici ya da uyuşturucu işlevi görmesi onun etkisini göstermektedir. Televizyon ekranı karşısında adeta büyülenmişçesine oturarak kendi hayal gücü ve gerçekliğini yitiren, televizyonun kendisine sunduğu teknoütopik dünyaya dalan insanlar gerçek ile hayali ayırt etmekte zorlanmaktadır. Aynı anda pek çok insan ekran başında aynı programlara muhatap olmakta ve verilen mesajlarla farkında olmadan yönlendirebilmektedir Bununla ilgili Postman; "En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten menedilmezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamaz. Ve en önemlisi, kamuoyunu ilgilendiren hiçbir konu (politika, haber, eğitim, din, bilim, spor) televizyonun ilgi alanının dışında kalmaz. Yani, halkın bu konuları kavrayış biçimi tamamen televizyonun yönelimleriyle şekillenmektedir. Televizyon, üst-araç (meta-medium) statüsüne; yalnızca dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne yükselmiştir." [68, 69].

Televizyonun giderek artan eğlence merkezli bu rolü, kimlik oluşturma sürecindeki inançlar, değerler, imgeler ve sosyo-kültürel normlar gibi unsurları etkisizleştirmekte, bilişsel ve fizyolojik olarak bireyi daha fazla eğlence ve oyun isteyen bir yapıya dönüştürmektedir [70]. Bu durum, giderek tipografiden daha fazla uzaklaşan bir toplumsal yapının oluşmasına zemin hazırlamakta ve kitle iletişim araçlarının oluşturduğu "sahte bağlam ve eğlence" ile yazı kültürünün oluşturduğu yapının çözülmesine yol açmaktadır [68, 69].

Alan araştırmalarında, çocukların 2 ile 11 yaş aralığında haftalık televizyon izleme süresinin yaklaşık 28 saat olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çocuklar yılda yaklaşık 900 saati okulda, 1500 saati televizyon karşısında geçirmektedir. İlköğretim çağını tamamlamış bir çocuk, yaklaşık 100 bin şiddet sahnesi, 8 bin ölüm ya da öldürülme sahnesi izlemektedir. Medyada izledikleri şiddet arttıkça çocuklar, daha fazla saldırgan davranış sergiliyor, düşmanlık duyguları besleniyor, başkalarının çektiği acı ve eziyete karşı duyarsızlaşıyor, şiddeti arzular hale geliyorlar [71]. Amerikan Psikoloji Derneği'nin 25 yıl süren ve 1985 yılında tamamlanan araştırmalarının sonucunda, özellikle çocuklar üzerinde saldırgan tutum ve davranışları artırıcı etkileri olduğu belirtilerek, televizyon endüstrisinden, doğrudan taklit edilebilecek tarzda şiddet içeren programları azaltmaları istenmiştir [72]. Nitekim İstanbul'da bulunan 5 lisedeki 1020 öğrenci üzerinde uygulanan ankette her üç gençten ikisinin yerli dizilerdeki karakterlerin fizikî ve ahlâkî özelliklerini modelledikleri sonucuna varılmıştır. Ankette "Dizilerdeki karakterlerin yerinde olmak ya da onlara benzemek ister miydiniz?" sorusuna %72 oranında olumlu yanıt alınmıştır [73]. Televizyon izleyen çocuklar, birçok maddi ve manevi gelişimden uzak kalmaktadırlar. Amerikalı sosyolog Urie Brontenbrenner'in " Televizyonu açmak, çocukları insana dönüştüren süreci kapatabilmektedir '' şeklindeki tespiti, televizyonun çocukların duyusal ve bilişsel gelişimlerini olumsuz etkilediğini vurgulamaktadır [74]. İzleyicisini hipnoz edercesine kendisine bağlayan değer yoksunu diziler, zaman içinde bireysel ve toplumsal değerlerde değişim meydana getirmektedir. Çünkü insan olgulara yüklediği değer yargılarına göre bir bakış açısı ortaya koyar ve zaman içinde bu durum ahlâk halini alır. Dolayısıyla değer yargılarının değişmesi ahlâk yapısının da değişmesi anlamına gelmektedir [75]. Böylelikle yüksek oranda, televizyonun belirleyici etkisi altına girmiş bireylerin kişilikleri değişmeye, toplumsal değerlere

dair algılar ise yozlaşmaya başlar. Öte yandan dizi ve filmlerin çoğunda mutlu veya kederli anların olmazsa olmaz öğeleri olarak içki, sigara, hatta uyuşturucu kullanılmaktadır. Böylece zararlı alışkanlıklar eğlenceli veya sıkıntılı anlara eşlik etmesi yönüyle insanların zihinlerine kodlanmaktadır. Bunun sonucu olarak, gerekli koşullar oluştuğunda herhangi bir dinî- ahlâkî kaygı hissedilmeksizin öğrenilen biçimde uygulanabilmektedir [57].

Bu nedenle televizyon, epistemolojinin kumanda merkezi olmuştur. Bireyi ve toplumu ilgilendiren haber, eğitim, değer gibi her türlü konu, televizyonun ilgi alanı dışında kalmamakta ve kamuoyunun bu konuları anlama biçimleri tamamen televizyonun çerçevelemesiyle oluşmaktadır [68, 69]. Televizyon bazen kültürel bazen enformatik bazen ise ticari bir araç olarak kendi içerik ve yapay değerleriyle, bireye alternatif bir gerçeklik boyutu kazandırmak istemektedir. Bu noktada televizyon, gerçekliği temsil eden ve kaydeden bir iletişim aracı olmaktan ziyade sanal gerçekliği üreten ve bu gerçekliğin kodlayıcısı olma işlevini üstlenmektedir [76]. Bunu yaparken de zaman zaman bireylerin ve toplumun psikolojik gelişiminde büyük bir yeri olan din-değer eğitimi temelli konularda televizyonun nesnesi olmuştur. Buna bağlı olarak din-değer aktarımında televizyon, programlarda vermek istediği mesajlarla bireyleri ve toplumları etki altına almaktadır. Konusu özensiz bir biçimde, dini kaygıları dikkate almadan hazırlanan programlar, din hakkında ve dine karşı oluşan düşüncelerin ortaya çıkmasında veya artmasında etkili olmaktadırlar [77].

Televizyon ile ilgili yapılan araştırmalarda, televizyonun ister olumlu ister olumsuz yönü ele alsın, bütün yaklaşımların buluştuğu nokta, "televizyonun karşı konulmaz bir etki gücüne sahip olduğu" varsayımıdır [78].

Özel gün ve gecelerde hazırlanan, sahih bilgi içeren dini programlar ve etkinlikler, bireylerin dini konularda aydınlatılması noktasında önemli görevler üstlenmektedir. Ayrıca televizyon dizileri bireylerin sosyo-kültürel ve dini değerlerin aktarılmasına katkı sunmaktadır. Örneğin, toplumsal ve dini değerlerin bilinçli bir şekilde verildiği Ekmek Teknesi dizisi aile içi izlenen ve toplumsal duyarlılıkları sahip bir dizi olmuştur. Dini ve kültürel değerler olumlu şekilde işlenmekte ve bu değerlerin yaşatılması için aile ortamının gerekliliği vurgulanmaktadır [79].

Televizyonlar da din eğitimi vermek için hazırlanan programlar yer almaktadır. Bu programlar, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından planlı bir şekilde hedeflenen kitlenin, dinî düşüncelerini geliştirmek, yanlış düşünceleri değiştirmek hedefiyle hazırlanmaktadır. Dinî sohbet, Kur'an öğretim, hadis programları gibi dikkatli ve özenle hazırlanana programlar, konuya ilgisi olan kişilerde ve programın hitap ettiği kesimlerde, din eğitimini sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından geniş kapsamlı olarak yaptırılan bir araştırmaya göre, deneklerin %24,6'sı, dini bilgi kaynağı olarak medyayı işaret etmişlerdir. Böylece toplumun neredeyse dörtte birinin, dini bilgilerini kitle iletişim araçlarından öğrendikleri açıkça ortaya çıkmaktadır. Aynı araştırmada dini içerikli TV ve radyo programlarını takip edenlerin oranı %48,8 olarak bulunmuştur [80]. Bu sonuçlar, dini içerikli programların toplumun yaklaşık yarısı tarafından takip edildiğini göstermekte ve medyanın birey ve toplumun din konusunda yönlendirilmesi ve eğitimi açısından ne denli önemli bir görev üstlendiğini ortaya koymaktadır.

Tanrıverdi'nin (2016), televizyondaki dini programların, gençlerin dini tutum ve davranışları üzerindeki etkilerinin incelendiği araştırmasına göre, dini programların üniversite çağındaki gençlerin dini tutum ve davranışlarında değişiklik oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %27,27'si dini bilgi edinmek için televizyondaki dini programları takip ettiğini belirtmişlerdir [81].

Albert Bandura'nın sosyal öğrenme teorisine göre bireyler özellikle de çocuklar en çok etraflarından gördükleriyle öğrenmektedirler. Örnek alınan karakterin kendilerine yakın yaşlarda bulunması ve kurgu üzerine ortaya çıkmış bir karakter olması, örnek almayı veya taklidi artıran unsurlardandır [82]. Televizyonda yayımlanan ve çocuklar için faydalı olan programlar sayesinde çocukların kültür seviyesi yükselirken, ahlâkî değerleri öğrenme ve devam ettirme açısından faydalı

görülmektedir. Örneğin; TRT çocuk kanalında yayınlanan Niloya çizgi dizisi, değer eğitimi açısından faydalı bir programdır [83].

Her türlü bilgiyi kullanan ve sunan, değer yargıları oluşturan, geniş kitlere ulaşabilen televizyon, örgün ve yaygın din eğitimi için önemli bir araçtır.

5.3. Sosyal Medya ve Din Eğitimi

İnsanlık tarihi boyunca var olan iletişim, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle yeni boyutlar kazanmıştır. Bu iletişim araçlarından bazıları günümüzde popüler olan bilgisayar, internet ve internet üzerinden sosyal paylaşım ağlarıdır. Bu platformlar tek yönlü iletişim aracı olup aktif kullanıcıların içerik paylaşıp ürettikleri etkileşime dayalı bir sanal ortamdır [84].

We Are Social'ın 40 ülkeyi içine alan sosyal medya istatistikleri, dünya nüfusunun %59 karşılık gelen 4,54 milyar internet kullanıcısı bulunduğunu, internet kullanan bireylerin günlük ortalama 7 saatini çevrim içi geçirdikleri belirtilmektedir. Ayrıca dünya nüfusunun %49'unu, 3.80 milyar sosyal medya kullanıcısı oluşturmaktadır. Bu oranlar her geçen gün katlanarak artmaktadır. En çok kullanılan sosyal medya ağları arasında Facebook (2.49 milyar), Youtube (2 milyar), Instagram (928 milyon), Twitter (339 milyon) yer almaktadır. Bu platformlara anlık iletişim kurmak, kullanıcılarla direkt ve hızlı etkileşime girebilmek için kullanılacak platformlardır [18].

Bu sanal ortamlar, yer ve zaman açısından bir sınır koymadan her yerde ve her saatte paylaşımın, tartışmanın ve diyalogların olduğu bir iletişim aracıdır. Yani sosyal medyanın temelinde iletişim ve paylaşım ana fikri vardır [85]. Her yeni medya imkânı, sosyal hayata ve bireylere olumlu/olumsuz değerler katarak yeni değerlere göre kişinin ve toplumun şekillenmesine olanak sağlamaktadır [26].

İnternette kullanılan her türlü sosyal medya uygulamaları, sadece iletişim vasıtası değil aynı zamandan insanlar arasındaki etkileşimi arttırmak için her türlü bilginin sözel ve görsel olarak aktarıldığı mecralardır [86]. Bu mecralar, zamanın en çok harcandığı alanlardır. Türkiye'de internet kullanıcıları; 2 saat 46 dk. sosyal medyada, 3 saat 9 dk. televizyon başında ve son olarak 1 saat 15 dk müzik dinleyerek internette günde ortalama 7 saat geçirmektedirler [18].

Sosyal medyanın toplumu etkilemesi, geleneksel medyaya göre daha doğrudan olmaktadır. Çünkü televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarından edinilen kısıtlı bilgiler yerine, durum hakkında bilgisi olan ya da olmayan kişilerin herhangi bir sansüre takılmadan her türlü bilgiyi paylaştıkları bir ortamdır. Dolayısıyla bir belgeye dayanmayan haberler üzerinden kutuplaşma ya da gerçek olmayan bir bilgi üzerine doğrular inşa etmeye olanak vermektedir [87]. Sosyal medya, yayınladığı haber, film, video, reklam gibi etkinliklerle, fikir ve inanç yayıcı, belli açılardan yorumlarla fikir ve inançlara ait alt yapı oluşturucu özelliğine sahiptir. Böylece bireyi ve toplumu sürekli etkileyerek değiştirme ve dönüştürmenin en etkili aracı olmaktadır [18].

Sosyal medya aracılığıyla her türlü değeri paylaşan bireyler, dine dair bilgileri de paylaşmaktadır. Bu ortamda sahih bilgiyle, bilgiyi tahrif edenin aynı ortamda bulunması bilginin sahih mi yoksa tahrif sonucu oluşan bilgi mi olduğu konusunda ayırt edilemez bir ortam oluşturmaktadır. Sosyal medya uygulamaları, herkesin bilinçli veya bilinçsiz bilgi üreterek bunları yayınlayabildiği bir ortam olmasından dolayı, bu mecralar üzerindeki bilgi hızlı bir değişim içerisindedir. İnternetin bu özelliği birincil kaynaktan bilgiye ulaşmayı güçleştirmekte, bilginin güvenilirliğine gölge düşürmektedir [88]. Ortaya atılan bilginin doğruluğu, tartışılıp araştırılmaksızın kısa sürede sosyal medya uygulamalarında paylaşıma sokulmaktadır. Bu durum faydalı bilgilerin yayılması bakımından olumlu bir etkidir gibi görünse de konuya hâkim olmayan bir insanın yanlış bilgiye ulaşması ve onunla hareket etmesi, ciddi problemler ortaya çıkarabilmektedir.

Günümüz, sosyal medya uygulamalarını incelediğimizde, herhangi bir yalan haber veya kötü niyetli bir düşüncenin paylaşılması, bunun kitlelere yayılması telefon veya bilgisayar klavyesine bağlıdır. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, herhangi bir konudaki yalan haberlerin sosyal medyada 6 kat daha hızlı yayılmaktadır. Araştırmada 2006-2016 yılları arasında

Twitter 'da paylaşılan 126 binden fazla haber ve 4,5 milyondan fazla tweet ve retweet incelenmiş ve sonucunda, doğruluğu olmayan haberlerin, doğru haberlere kıyasla Twitter 'da çok hızlı yayıldığını ortaya koymaktadır [89, 90].

Sosyal medya, bireyin dinî ve ahlâkî normlarını etkileme ve değiştirme gücüne sahiptir [91]. Sosyal medya kısmi olarak bu değerlerin yaygınlaşmasını, ulaşılabilir olmasını sağlasa da internetin manevi değerleri yozlaştırdığı artık kabul gören bir gerçektir. Değerden yoksun olarak kullanılan anlık ileti programlarında, iletileri yazan kişiler birbirlerine sahip olmadıkları meslekleri ve sosyal durumları, küfürlü argo kelimeleri, her an cinsellikle karşılaşabilme, tanımadıkları kişilerle rahat bir şekilde normal hayatta olmayan şeyleri konuşmalarına fırsat tanıdığından büyük problemlere yol açmaktadır [92]. Ayrıca yetişkin bireylerin, internet ve sosyal medya mecralarında çocukların bulunacağını dikkate almadan, onların bilişsel, duygusal ve bedensel gelişimlerini olumsuz etkileyecek, sözel ve görsel paylaşımları, sosyal medya araçlarında önemli hukuki ve ahlâkî ihlallerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Birleşmiş Milletler Uluslararası Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) 2018 yılında yayınlamış olduğu bildiride tüm dünyada her gün 175 binden fazla çocuğun internet ortamına katılım sağladığını, dijital erişimin çocuklara birtakım yararlar sunmasıyla birlikte, cinsel istismar, siber zorbalık, zararlı içeriğe ulaşma ve çocuk yaştaki bireylere ait özel bilgilerin kötüye kullanımı gibi bir dizi riskler belirtilmiştir [93].

İnternette dolaşan her bir birey, herhangi bir biçimde uygunsuz içerikli görüntülerle karşılaşılabilir. İnternet üzerinde 4.2 milyon pornografik web sitesi bulunuyor ve günde 2.5 milyar pornografik e-posta, 1.5 milyar dosya indirme gerçekleştiriliyor. Sohbet odalarında cinsel taciz oranı %89, cinsel istismara uğrayanların oranı ise %20 olarak belirlenmiştir. İlginç bulunan her şeyin paylaşıldığı internet ortamında belki büyükler kısmen kendilerini kontrol edebilmekte fakat çocuklar kolaylıkla şiddet ve cinsellik içeren oyun, görüntü ve videolara ulaşabilmektedir. Şiddeti çocukların gözünde normalleştiren içerikler onların davranışlarını da bu yönde etkilemektedir. Tüm bunların doğurduğu sanal zorbalık, taciz ve şantaj, çocuk ve gençlerin bedensel ve ruhsal sorunlarla karşılaşmasına hatta intihara sürüklenmelerine zemin hazırlamaktadır [88].

Hızla gelişen iletişim teknolojileri, birçok imkân sunmakla birlikte kaotik bir ortamda oluşturmakta, insanların varoluş değerlerinden uzaklaştıra bilmektedir [94]. Niedzviecki'nin bahsettiği "dikizleme kültürü" nün [95], bir yansıması olarak internet, diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla mahremiyete çok daha müdahil olmuş hem gönüllü hem de gönülsüz mahremiyet ihlallerini hızlandırmıştır. İnternet kullanımındaki başat rol, sosyal ağlar vasıtasıyla kullanıcının, istediği kadar diğer insanların hayatlarına ve mahremlerine müdahil olma imkânı sağlamasıdır. İnsanlar internete bağlandığı andan itibaren yapmış olduğu tüm aramalar, gönderdiği postalar, incelediği sayfalar, beğendiği fotoğraflar, yazdığı iletiler, yaptığı retweetlerin tamamı kayıt altına alınmakta ve zamanı geldiğinde karşısına çıkabilmektedir. Facebook kurucusu Mark Zuckerberg'in "mahremiyetin modasının geçtiğine dair sözleri ve Google CEO'su Eric Schmidt'in saklayacak bir şeyiniz varsa paylaşmayın" [96], sözlerinden şirketlerin mahremiyet konusundaki tutumlarını ve bakışını net bir şekilde ortaya koymaktadır. En mahrem duyguların ve görüntülerin aleni yaşanması, bunların özendirici ve yönlendirici paylaşımları, bireysel ve toplumsal değerlerin zedelenmesine ve yozlaşmasına etki etmektedir.

Sosyal medyanın sunduğu sınırsız erişim ve etkileşim hizmeti, insanların günlük yaşamlarının önemli bir anını kapsamaktadır. Öyle ki internette geçirilen sürenin dünya ortalaması günlük 6 saat 43 dakika iken, Türkiye'de bu süre 7 saat 29 dakikadır. Bireyler gündelik hayatlarında karşılaştıkları maddi veya manevi bir problemin çözümünü, ilk olarak sosyal medya araçlarından araştırmaktadır [18]. Gençler, dinî öğrenme, öğretme, dinî bilgi ve öğretici malzemelerin temini gibi konularda interneti etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Marmara Üniversitesi öğrencileri ile yapılan bir çalışmada; ankete katılan deneklerin, % 88,9'unun online olarak dinî ve manevi bilgi almanın önemli olduğunu, % 91'i internette online iken kendi inancı hakkında bilgi aradığını, % 78,3'ü dinî vaaz dinleyip indirdiklerini, % 68,9'u online olarak dinî konularda fetva sorma ve arama işleminde bulunduklarını, % 84,8 oranında Kur'an okuma, dinleme veya

indirmenin gerçekleştiği, ayrıca ankete katılanların % 84'ü dinî eğitim veya ibadet ile ilgili materyal bulmak için internet kullandıklarını belirtmişlerdir [97]. Geleneksel yollardan farklı olarak dinî bilgi aktarımı ve dinî rol model oluşturma faaliyetleri, kitle iletişim araçlarını hem aranan hem de tartışılan bir olgu hâline getirmiştir [25].

Sosyal medya uygulamalarında kullanıcıların katılımı ve etkileşimleri göz önünde bulundurulduğunda, sosyal ve etkin öğrenmeyi destekleyen mecralardır [98]. Gerek dinî bilgi gerekse dinî hizmetlerin gerçekleştirilmesinde internet ve sosyal medya önemli bir iletişim işlevini yerine getirmektedir. Sosyal medya aracılığı ile geniş insan topluluklarına, dinî kültürü tanıtıcı ve öğretici faaliyetler yapılabilmektedir.

6. Sonuç

İnsanlık tarihi ile yaşıt kabul edilen haberleşme ve iletişimin, bilim ve teknolojideki gelişmelere paralel olarak gün geçtikçe kapsamını ve fonksiyonunu arttırmaktadır. Bu alanda sürekli yenilenen teknolojiler, hayatımızın çoğu yönünü etkilemekte hatta birçoğunu da belirlemektedir. Öyle ki medya, insanlık tarihinin hiçbir döneminde görülmediği kadar hayatımızın etkin ve belirgin bir parçası haline gelmiştir. Böylelikle medyanın farklı düzlemlerde, farklı boyutlarda ve oranlarda bilincimizi, kimliğimizi ve değerlerimizi etkilediği görülmektedir.

Bireylerin genel bilgi ve değerleri öğrenebilmeleri, toplumsal yaşamın bir parçası olmalarında kitle iletişim araçları önemli bir yere sahiptir. Bu aşamada, etkinliği son derece fazla olan görsel ve işitsel öğeleri barındıran görsel medya, karşımıza çıkmaktadır.

Dinin öğrenilmesinde aile ve sosyal çevre etkili olurken, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları, öğretici ve biçimlendirici etkiye daha çok sahip hale gelmiştir. Günümüzde medyanın, din konusundaki işlevlerini "dini bilgileri iletmek" ve "rol model" oluşturmak olarak belirtmek mümkündür. Gelişim çağındaki çocukları, karakter yapılanmasında olan ergenleri ve yetişkinleri bazen doğrudan bazen de dolaylı yoldan etkilemektedir. Bireylerin olaylar karşısındaki tavırlarından, dini düşüncelerine ve ahlâkî değerlerine kadar birçok konuda etkileyen kitle iletişim araçlarından sinema, televizyon ve sosyal medya hem görsel hem de işitsel iletişim aracı olmasından dolayı bireylerin dikkatini diğer medya araçlarında daha çok çekmektedir.

Yapılan araştırmalarda, görsel medya araçlarının, çocuklar ve gençlerin hayal gücü, sosyalleşme ve eğitsel anlamda daha kolay öğrenme gibi olumlu etkileri varken diğer yandan da dikkat dağınıklığı, ahlâkî değerlerde yozlaşma, karakter oluşumunda dini ve ahlâkî değerlerin etkisizleşmesi ve psikolojik anlamda stres, kaygı, şiddete meyletme gibi rahatsızlıklara neden olduğu belirtilmiştir. İletişim araçlarının eğitim öğretim fonksiyonları yanında, fikir ve inanç yayıcı, belli açılardan yorumlarla fikir ve inançlara ait alt yapı oluşturucu, sürekli tekrarla düşünceyi devreden çıkararak otomatik hüküm verdirici, günlük hadiselerden inanç kesinliğinde hükümler üretici tesirleri de vardır. Bu noktada görsel medyanın, din konusunda yönlendirme ve eğitmede ne denli önemli bir görev üstlendiği görülmektedir.

Görsel medya araçları, maksadına uygun kullanıldığında, programlar incelenerek seçildiğinde ve yayıncılar tarafından dini-ahlâkî değerlere uygun programlar yapıldığında, maddi ve manevi anlamda bireyi ve toplumu geliştirici ve dönüştürücü bir etkiye sahiptir. Ancak bazı olumsuz programlar, filmler ve verilmek istenen algılara dikkat edilmediğinde, bireyde ve toplumda olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bu noktada bireylere medya okur yazarlığı eğitimleri verilerek, medya araçlarının kullanımı ve eleştirel bakış açısı kazandırılması, görsel medyanın olumsuz etkilerini azaltıp, olumlu kazanımların arttırılmasını sağlayacaktır.

Kaynaklar

[1] Stevenson, N., *Medya Kültürleri: Sosyal Teori Ve Kitle İletişimi*, (çev.: Göze Orhan, Barış Engin Aksoy), Ütopya Yay., Ankara, 2008.
[2] Gökçe, O., *İletişim Bilimine Giriş*, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998.
[3] Arık, B. ve Şeker, M., *İletişim ve Ötesi*, Tablet Yay., Konya, 2007.
[4] Yılmaz, S., *Medya Yabancıları Bireye Karşı*, Tablet Yay., Konya, 2007.
[5] Dağ, İ., "Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri", *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (Rtük) Özel Çalışma Grubu Sonuç Raporu*, 2005.
[6] Kocadaş, B., "Kültür ve Medya", *Bilig*, c. 5, s. 34, 2005, ss. 1-13., 2005.
[7] Demir, V., *Türkiye'de Medya ve Özdenetimi*, İletişim Yay., İstanbul, 1998.
[8] Sağnak, M., *Medya-Politik*, Eti Kitapları Yay., İstanbul, 1996.
[9] Adaklı, G., *Türkiye'de Medya Endüstrisi*, Ütopya Yay., Ankara, 2006.
[10] Mora, N., "Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*,c. 5, s. 1, ss. 1-25, 2008.
[11] Aymaz, G., "İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş*", Global Media Journal*, c.8, s. 16, ss. 124-139, 2018.
[12] Kongar, E., *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1995.
[13] Croteau, D. Ve Hoynes, W., *The Business Of Media: Corporate Media And The Public İnterest*, Pine Forge Press, London, 2006.
[14] Aydoğan, F. ve Kınık, A. M., "Alternatif Medya Olarak Yeni Medya", *Akdeniz İletişim Dergisi*, s. 18, ss. 58-69, 2012.
[15] Giddens, A., *Sosyoloji*, Ayraç Yay., Ankara, 2005.
[16] Uztuğ, F., *Siyasal İletişim Yönetimi*, Mediacat Yay., İstanbul, 2004.
[17] Topçuoğlu, N., *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu*, Ankara, Vadi Yay., 1996; Usluata, A., İletişim, iletişim Yay., İstanbul, 1994.
[18] Gümrükçüoğlu, S., *Din eğitiminin Sosyal Medya Kullanımına Etkisi*, Nobel Yay., Ankara, 2021.
[19] İrfan, E., *İletişimi Anlamak*, Erk Yay., Ankara, 2005
[20] Güz, N., *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Nobel Yay., Ankara, 2005.
[21] Oktay, M., İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, Derin Yay., İstanbul, 2000.
[22] Öztürk, H. E., *Kişilik Gelişimi Açısından Çocuk ve Televizyon*, Beyan Yay., İstanbul, 2002; Radford, B., Medya Nasıl Yanıltıyor, Güncel Yay., İstanbul, 2004.
[23] Çoban, Ş., *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*, Parşömen Yay., İstanbul, 2013.
[24] Şimşek, İ., *Popstar Vaizler*, Motto Yay., İstanbul, 2020.
[25] Arslan, M., "Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine", *Birey ve Toplum*, c. 6, s.11, ss. 5-25, 2016.
[26] Kağıtbaşı, Ç., *Yeni İnsan ve İnsanlar*, Evrim Yay., İstanbul, 2004;
[27] Akçay, H., "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, s. 33, ss. 137–161, 2011.
[28] Küçükcan, T., "Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler)", *2. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi*, Tebliğler-Müzakereler, Ankara, 2005.
[29] Kurt, A.,"Televizyonda Misyonerlik", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. 18, s. 1, ss. 1-36, 2009)
[30] White, R. A., The Media, Culture and Religion Perspective: Discovering a theory and methodology for studying media and religion, *Communication Research Trends*, c. 26, s. 1, ss. 1-24, 2007;
[31] Kirman, M. A., *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, Rağbet Yay., İstanbul, 2004.
[32] Rheingold, H., *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: The MIT Press., 2000.
[33] Haberli, M., *Sanal Din*, Açılım Kitap, İstanbul, 2014.
[34] Helland, C., "*Online- Religion/Religion Online and Virtual Communitas, Religion On the Internet: ResearchProspectsandPromises*" JAI Press. New York., 2000.

[35] Düzcan, Ş., "Popüler Kültür Bağlamında Sosyal Medya ve Din: Sözler Köşkü Örneği", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2020.
[36] Aydın, C. Televizyondaki Dini Programlara Yönelik Tutumlar İle Dindarlık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Hayrullah Kaya (Ed.)1. Uluslararası eğitim ve sosyal bilimlerde yeni ufuklar kongresi bildiriler Kitabı (80-91), Elazığ: Asos Yay., 2018.
[37] Nazıroğlu, B., "Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı", *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, c*. 15, s. 2, ss. 191-220, 2015.
[38] Doğan, M., Gençlik ve İletişim Araçları, Gençlik Dönemi ve Eğitimi, Ensar Neşriyat, İstanbul, 2000.
[39] Hoover, S. M., Media and Religion. A White Paper from The Center for Media, Religion, and Culture University of Colorado at Boulder, 2008.
[40] Serttaş, E. A., "Yabancılaşmanın Televizyona Yansımaları ve İnsanın Metalaşması", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010.
[41] Kamuran, Ç., *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*, Kadıoğlu Matbaası, Ankara, 1991.
[42] Whirter, J. Mc., ve Acar, N. V., *Çocukla İletişim, Öğretme, Destekleme ve Çocuk Yetiştirme Sanatı*, Us, Ankara, 1985.
[43] Güler, H., "Algıların Ötesi: Bilinçaltı Reklamcılık, Bilinçaltı Reklamcılığın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi SBE, 2008.
[44] "Gizli telkinle Kur'an terapisi", https://www.internethaber.com/gizli-telkinle-kuran-terapisi-175540h.htm, 20.09.2022
[45] Key, W. B., The Clam-Plate Orgy: Other Sublimimals the Media Use to Manipulate Your Behavior, Prentice Hall, New Jersey, 1980.
[46] Küçükbezirci, Y., "Bilinçaltı Mesaj Gönderme Teknikleri ve Bilinçaltı Mesajların Topluma Etkileri", Turkish Studies, c. 8, s.9, ss. 1879-1894, 2013.
[47] Özge Nilay, Ö. ve Erbalaban, G.,"Modern Sinemanın Erken Tarihi ve Modern Sinema Örneği Olarak Jean Luc Godard Sineması", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, c. 2, s. 4, ss.160-180, 2014;
[48] Şentürk, R. Postmodern Kaos ve Sinema, İz Yay., İstanbul, 2007.
[49] Güçhan, G., *Toplumsal Değişme ve Türk Sineması*, İmge Kitabevi, Ankara, 1992.
[50] Akarcalı, S., "*Televizyon ve Şiddet*", Yeni Türkiye, s. 11, ss. 553-560, 1996.
[51] Berger, J., Görme Biçimleri (çev: Salman, Çev.), Metis Yay., İstanbul, 2014;
[52] Çoşkun, S. ve Saraçlı, S., "Değerler Eğitiminde Sinema Terapinin İmkânı ve Gücü", *Sinema ve Din*, ed. Bilal Yorulmaz vd., Dem Yayınları, İstanbul, 2015.
[53] Arslan, E., "Televizyon Çağında Aile Olmak", *Diyanet Dergisi*, s. 160, ss. 40-41, 2004.
[54] Karacoşkun, M. D., "Televizyon Yayınlarının Çocuk ve Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri", *Somuncubaba Dergisi*, s. 67 ss. 50-52, 2006; "Çocuklarımızı TV'mi Öldürüyor?", http://www.tumgazeteler.com/?a=3884128, 19.08.2022.
[55] "Star Wars Filmi Yeni Din Yarattı", https://www.hurriyet.com.tr/gundem/star-wars-filmi-yeni-din-yaratti-38408123, 19.08.2022;
[56] "İskoç Polisinde Sekiz Jedi Çıktı**",** https://www.bbc.co.uk/turkish/news/story/2009/04/090417_jedi.shtml , 19.08.202**2**
[57] Bahadır, A., "Çocukluk Dönemi Din ve Değer Yapılanmasında TV Yayınlarının Olumsuz Etkileri ve Çözüm Önerileri", *Selçuk Ünviversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, s. 20, ss. 29-64, 2005;
[58] Altıntaş, M. E., "Din Eğitimi Açısından Sihir ve Büyü İçerikli Filmlerin Etkilerine İlişkin Çocukların Algıları", Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2008.
[59] Albayrak, A., "Ergenlerin Dini Gelişiminde Sevgi ve Korku Motifinin Etkinliği", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi SBE, 1995.
[60] Bulut, N., "İlkokul/Ortaokul Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersinde Animasyon ve Görsel Etkinlik Kullanımının Değer Eğilimine Etkisi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi SBE, 2022.
[61] Önder, M., "Medya Kıskacındaki Çocuklar", *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, c. 8, s. 1, ss. 183 -190, 2008.
[62] Coşkun, M. K., "Değerler Eğitiminde Sinematerapinin İmkânı ve Gücü". B. Yorulmaz vd. (edt) içinde, *Sinema ve Din* (s. 175-192), DEM Yayınları. İstanbul, 2015.
[63] Yorulmaz, B. ,Sinema ve Din Eğitimi, Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi SBE. 2010.

[64] "Sinemada Dini Figürlerin Kullanımı", https://www.sonpeygamber.info/sinemada-dini-figurlerin-kullanimi/begen, 25.8.2022.
[65] Peker, H., Din ve Ahlak Eğitiminin Psikolojik ve Metodik Esaslar, Aksi Seda, Samsun, 1998.
[66] Bilgin, B., "Ahlak Bilgisinde Dini Hikâyeler*", Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, sy. 1, ss.51–74, 1994.
[67] Göktürk, G., Medyanın Çocuk Eğitimindeki Rolü ve Türkiye Çocuk Dergisi Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2001.
[68] Postman, N., Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem, Ayrıntı Yay., İstanbul, 2016;
[69] Yengin, H., Ekranın Büyüsü. Der Yayınevi: İstanbul, 1994.
[70] Mutlu, E., "Televizyonu Düşünmek", Mahmut Tali Öngören'e Armağan, Sinema Televizyon Özel Sayısı, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yay. 1999.
[71] Büyükbaykal, G., "Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri", *İletişim Fakültesi Dergisi*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, s. 28, ss. 31-44, 2012.
[72] Çaplı, B., Medya ve Etik, İmge Kitapevi, İstanbul, 2004.
[73] Erjem, Y., ve Çağlayandereli, M., "Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi", *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 30, s. 1, ss. 15-30, 2006.
[74] Winn, M., Çocuğumu Fişte Unuttum, çev. İbrahim Kapaklıkaya, Ufuk Yayınları, İstanbul 2013.
[75] Oktay, A. S., İslam Düşüncesinde Ahlakî Değerler ve Bunların Global Ahlaka Etkileri. R. Kaymakcan, S. Kenan, H. Hökelekli, Z. Arslan, & M. Zengin (Dü) içinde*, Değerler ve Eğitimi Uluslararası Sempozyumu* (s. 131-143). Dem Yayınları: İstanbul. 2007.
[76] Fiske, J., "Postmodernism and Television", Mass Media and Society, der. James Curran ve Michael Gurevitch, Londra: Edward Arnold, 1992.
[77] Furat, A. Z., "Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* c. 19, 2010, ss.37-63.
[78] Geçer, E., "Türk Televizyonlarında 2000-2005 Yılları Arasında Yayınlanan Popüler Kültür Programlarının Medyaya Yansıyış Biçimlerinin Psiko-Sosyal Açıdan Değerlendirilmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
[79] Günaydın, F., "Toplumsal ve Dini Değerlerin Görsel Medyada Sunumu Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.
[80] Diyanet İşleri Başkanlığı, Türkiye'de Dini Hayat Araştırması, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2014.
[81] Tanrıverdi, A. T., Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programların Üniversite Öğrencilerinin Dini Tutum ve Davranışları ile İlişkisi: Adana Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.
[82] Yorulmaz, B. "Pepee Çizgi Filminin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, c. 6, s. 24, ss. 438-448, 2013.
[83] Karakuş, N., "Okul Öncesi Döneme Hitap Eden Tema İçerikli Çizgi Filmlerin Değerler Eğitimine Katkısı Yönünden Değerlendirilmesi (Niloya Örneği)", *Değerler Eğitimi Dergisi,* c. 12, s. 30,, ss. 251-277, 2015.
[84] Ertaş, H., Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı Kuramdan Uygulamaya. Palet Yayınları. Konya, 2015.
[85] Gönenli, G. ve Hürmeriç, P, Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı, Sosyal Medya/Akademi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2012.
[86] Hazar, M., "Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, s.32, ss. 151 – 175, 2011.
[87] Akçakaya, E, "Sosyal Medya Vaizleri (Twitter Örneği)", Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2021.
[88] Odabaşı, F. ve Kabakçı, I.; Çoklar, A. N., İnternet, Çocuk ve Aile, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.
[89] Haberli, M., Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlâkî Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme, *I. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*,2018.
[90] **"**On Twitter, false news travels faster than true stories", https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308, 27.09.2022.
[91] Kaymakcan, R. ve Meydan, H., Ahlâk Değerler ve Eğitim, Dem Yay, İstanbul: 2016.
[92] Ertuğrul, İ. ve Keskin, N., İnternetin Türkçe'nin Kullanımında ve Toplum- Birey Yapısının Değişimindeki Rolü, *Doğu Akdeniz Üniversitesi, Bilgisayar ve Teknoloji Yüksek Okulu Mesleki Eğitim Sempozyumu Sunusu*, 2012.
[93] "More than 175,000 children go online for the first time every day, tapping into great opportunities, but facing grave risks", https://www.unicef.org/press-releases/more-175000-children-go-online-first-time-every-day-tapping-great-opportunities, 05.09.2022.

[94] Saydam, A., "Sosyal Medya Etiği Nedir? Nasıl Hayata Geçirilmelidir?", Tarmer Çalıştayları 1, *İstanbul Aydın Üniversitesi Yay*., İstanbul, 2017.
[95] Niedzviecki, H., 'Dikizleme Günlüğü' Kendimizi ve Komşularımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik? Ayrıntı Yay., İstanbul, 2010.
[96] Büyükaslan, A., Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları, Çizgi Yay., Konya, 2013.
[97] Vardı, R., "İnternet Kullanıcılarının Dinî içerikli Kullanım Alışkanlıkları", Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, c.17, s. 28, ss. 101- 138, 2012.
[98] Öztürk, M. F. ve Talas, M., "Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi", Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks, c. 7, s. 1, ss. 101-120, 2015.