

KADİM HİKMET

Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi



Kadim Hikmet, 8 (2023)
Sayfa: 21-38
Araştırma Makalesi / Researc Article

Yayın Süreci:
Geliş / Recieved: 04.10.2022
Kabul / Accepted: 21.10.2022

SOSYAL MEDYADAKİ DİNÎ İÇERİKLERİN Z KUŞAĞININ DİNE BAKIŞINDAKİ ROLÜ

Rahime Şule ÖNEN
Atatürk Üniversitesi
İlahiyat Fakültesi Doktora Öğrencisi
<https://orcid.org/0000-0001-5697-4259>
s.haberonen63@gmail.com

ÖZET

İnternet teknolojilerinin gelişmesi sonucu toplumsal alanda geniş bir yer bulan sosyal medya günümüzde önemli bir bilgi edinme aracı haline gelmiştir. Bu çalışmada sosyal medyanın Z kuşağı tarafından etkin bir şekilde kullanmasından ve birçok konuda onları etkisi altına almasından yola çıkarak, Z kuşağının din algısı üzerinde de etkisi olabileceği varsayılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacı sosyal medyadaki dini içeriklerin Z kuşağının din algısı üzerindeki rolünü incelemektir. Araştırmanın çalışma grubunu Diyarbakır ilinde iki farklı lisede eğitim gören 15-17 yaş aralığında ve amaçlı örnekleme seçilen 10'u erkek 13'ü kız toplam 23 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırmada öncelikle sosyal medya ve din algısı üzerine yapılan çalışmalarla ilgili kısa bir literatür incelemesine yer verilmiştir. Daha sonra makalenin konusu olan Z kuşağı, ergenlik, sosyal medya, dini inanç gibi kavramlar tanımlanmıştır. Son olarak nitel araştırma deseni olan

durum çalışması tekniğiyle yapılan araştırmada, çalışma grubuyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle yorumlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre öğrencilerin sosyal medyadaki dini içerikleri takip ettikleri ve bu içeriklerin az da olsa dini algıları üzerinde etkisi olduğu anlaşılmıştır. Ancak İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin sosyal medyadaki dini içeriklere daha temkinli yaklaştıklarından yola çıkarak onlar üzerinde bu etkinin daha az olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Ergenlik, İnternet, Sosyal Medya, Din

THE ROLE OF RELIGIOUS CONTENT IN SOCIAL MEDIA IN GENERATION Z'S APPROACH TO RELIGION

ABSTRACT

Social media, which has a wide place in the social field as a result of the development of internet technologies, has become an important means of obtaining information today. In this study, it is assumed that the generation Z may also have an effect on the perception of religion, based on the effective use of social media by the Z generation and its influence on many issues. In this context, the aim of the research is to examine the role of religious content in social media on the perception of religion of Generation Z. The study group of the research consists of 23 students, 10 boys and 13 girls, between the ages of 15-17, who were educated in two different high schools in Diyarbakir in May 2022, and were selected with a purposeful sample.

In the research, first of all, a short literature review about the studies on social media and religion perception is included. Later, concepts such as generation Z, adolescence, social media, and religious belief, which are the subject of the article, were defined. Finally, in the research conducted with the case study technique, which is a qualitative research design, semi-structured interviews were conducted with the study group and the data obtained were interpreted with the content analysis method. According to the findings, it was understood that the students followed the religious content on social media and these contents had a slight effect on their religious perceptions. However, based on the fact that students studying at Imam Hatip High School are more cautious about religious content on social media, it has been understood that this effect is less on them.

Keywords: Generation Z, Adolescence, Internet, Social Media, Religion.

GİRİŞ

Öğrenme insanın doğumundan ölümüne kadar devam eden bir süreçtir. Bu süreç içerisinde insan farklı bilgi edinme araçları edinmiştir. Yaşadığımız dijital çağda ise insanların bilgi edinme kaynaklarının da dijitalleştiğini görmekteyiz.

Söz konusu dijitalleşme, kuşaklar arası farklılıkların bir göstergesi olup bu farklılıklar birçok alanda olduğu gibi internet ve sosyal medyanın kullanımını açısından da kendini gösterir. Kuşak kavramının tanımından da bu sonuca ulaşmak mümkündür. “Aynı tarihlerde doğan, yaşadıkları aynı olayların etkisiyle kendinden öncekilerden farklı ama birbirlerine benzer karakteristik özelliklere, tutumlara, deneyimlere sahip olan ve böylelikle bir kimlik bilinci kazanan sosyal bir insan topluluğudur.” (Şengüleç, 2021, 3)

Kuşak tanımından yola çıkarak, yaşadığımız modern zamanlarda gençlerin önceki nesillerden farklı bir deneyim yaşayıp internet teknolojilerini iletişim ve bilgi edinme aracı olarak aktif bir şekilde kullandıklarını söyleyebiliriz. Özellikle 2000 yılından sonra doğan ve Z kuşağı olarak adlandırılan neslin birçok alanda olduğu gibi bilgi edinme yolu olarak da en çok interneti kullandıklarını görmekteyiz. (Şengüleç, 2021, 10) Teknolojinin sunduğu en yaygın iletişim araçlarından biri olan sosyal medya, Z kuşağı için önemli bir iletişim ve bilgi aracı olmakla birlikte onları ahlaki ve psikolojik açıdan etkisi altına alan birçok paylaşımı da içerebilmektedir.

Dijital çağ da diyebileceğimiz son yıllarda, ortaya çıkan birçok sosyal paylaşım sitesi hayatımıza hızla nüsederek adeta yaşamımızın bir parçası haline gelmiş ve iletişim, bilgi alışverişi ve özellikle öğrenme biçimimizi yeniden şekillendirmiştir. Bu süreçte edinilen bilgilerin güvenilirliği, kaynağı, bilgiyi paylaşanın samimi olup olmaması gibi birçok problemle karşılaşılmaktadır. Bu bilgiler, dini içerikler gibi insan hayatına dokunan konular olunca bu problemler daha bir ciddiyet kazanmaktadır. (Demir, 2019, i) Zira din, bireyin kişiliğini, yaşam tarzını etkileyen ona olumlu kişilik özellikleri kazandıran ve yaşamına anlam katan önemli bir olgudur. Dinin bu özelliklerini yerine getirebilmesi için doğru kaynaklardan doğru şekilde öğrenilmesi önem arz etmektedir.

Z kuşağının nasıl bir din algısına sahip olduğu hususu ve bu din algısını etkileyen faktörler farklı bilim dalları tarafından incelenmiştir. Din psikolojisi de bu alanda araştırmalar yapan ve bir takım bulgular ortaya koyan bir bilim dalıdır.

Din psikolojisi alanında yapılan bu araştırma Z kuşağı-din ilişkisinde sosyal medyanın rolünü ele almayı amaçlamaktadır. Bireylerin çeşitli açılardan hızlı bir şekilde değişmesine yol açan iletişim ve teknolojideki hızlı gelişimi ve bu gelişimin bireyler üzerindeki etkisini anlamak için iletişim ve teknoloji sistemini yakinen takip etmek gerekmektedir. Bu değişim ve etkiyi toplumun tüm kesimlerinde incelemek araştırmanın sınırlarını oldukça genişletecek ve konu bütünlüğü bozacağından dolayı biz çalışmamızı Z kuşağı ile sınırlandırdık.

Çalışmamızın temel amacı sosyal paylaşım sitelerinde dini konularda yapılan paylaşımlardan Z kuşağının ne şekilde etkilendiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda belirtilen amaca ek olarak çalışmanın ulaşmak istediği hedefler şunlardır;

- Z kuşağının sosyal medyadaki dini içerikli paylaşımlara olan ilgilerini tespit etmek.
- Bu paylaşımların Z kuşağı için ne ifade ettiğini belirlemek.
- Bu tür paylaşımların Z kuşağı üzerindeki olumlu-olumsuz etkilerini ortaya koymak.
- Bu paylaşımların Z kuşağının dine bakışları üzerindeki etkilerini belirlemek.
- Sosyal medyanın Z kuşağı üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için alınabilecek tedbirleri ortaya koymak.

Çalışmamızda Z kuşağının din algısını ve inanç biçimini etkileyen çeşitli unsurlar ve sosyal medyanın bu unsurlar arasındaki yeri ve önemini tespit edilmesi hedeflenmiştir. Özellikle sosyal medyada kaynak gösterilmeden birçok dini içerik paylaşmakta ve bu içeriklerin bir kısmı, henüz soyut döneme girmiş ve dini konularda sorgulama sürecinde olan Z kuşağını olumsuz etkilemektedir. Çalışmamızın temel problemi sosyal medyanın Z kuşağının din algısı üzerindeki olumlu-olumsuz etkilerini araştırmak ve olumsuz etkilerine karşı alınacak önlemlerin neler olabileceğini tespit etmektir.

Z kuşağı diye tanımlanan neslin din algısında, dini yaşama biçimi ve inanca bakış şeklinde son dönemlerde önemli bir değişim yaşandığı fark edilmektedir. Elbette bu değişimde akran grubu, eğitim kurumu, kitle iletişim araçları vb. birçok faktörün rolü vardır. Ancak geleceğimizi inşa edecek olan Z kuşağının internette özellikle sosyal medyada uzun vakitler geçirmesi ve interneti adeta hayatlarının odak noktası yapmaları bu değişimde dijital içeriklerin rolüne olan ilgiyi artırmış ve bizi bu konuyu araştırmaya sevk etmiştir.

Yapılan literatür taramasında sosyal medyanın din algısı üzerindeki etkisi ile ilgili genel ve farklı yaş grupları üzerinde çalışıldığı görülmüştür. “Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya” adlı doktora tezinde Demir, İlahiyat Fakültesi öğrencilerine tabakalı örnekleme

yöntemi ile anket formu uygulamış, araştırmada öğrencilerin sosyal medya ile tanışma zamanlarının çoğunlukla erken gençlik dönemlerinde olduğu sonucuna varmıştır. (Demir, 2019, i) Yine ilahiyat öğrencilerinin dini bilgi edinmek için yararlandıkları kaynaklara “Kur’an, sünnet ve din görevlileri, ilahiyat fakültesi ders kitapları ve hocaları” dışında en çok kullandıkları kaynak sosyal medyadaki dini içerikli web siteleri (% 20,3) olarak görmeleri de sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisini gösteren bir başka bulgudur. (Demir, 2019, 151)

“Sosyal Medyada Din Algısı” adlı doktora tezinde Cerrah, Twitter örneği üzerinden Türk toplumunun din algısındaki değişimini ele almış, bu değişimde etkili olan modernleşme, sekülerleşme, küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak medyanın ve özellikle sosyal medyanın etkisine işaret etmiştir. (Cerrah, 2015, 3-6) Ayrıca İslam dini algısını sosyal medya üzerinden inceleyen bu çalışmada gerek Twitter ve gerekse diğer sosyal medya araçlarından elde edilen veriler hem nicel hem de nitel yöntemlerle değerlendirilmiş, Twitter paylaşımlarının değerlendirilmesi sonucunda her bir boyut ve kavram ile ilgili algılar ortaya konmuştur. (Cerrah, 2015, 323) Bu çalışma toplumun din algısı hakkında fikir edinmede sosyal medyanın önemli bir rolü olduğunu ortaya koyma açısından önem arz etmektedir.

“Sosyal Medyanın 12. Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri” adlı yüksek lisans tezinde Öztürk, sosyal medya kaynaklı dinî öğretilerin 12. sınıf öğrencilerinin dinî algılarına olumlu/olumsuz yansımalarını ele almıştır. Yapılan bu çalışmanın sonucunda öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları dinî bilgi veya paylaşımlar sebebiyle dine karşı bazı olumlu algılarının ortaya çıkması ile birlikte çoğunlukla olumsuz bir algıya yöneldikleri bilgisine ulaşılmıştır. (Öztürk, 2021, iv-v) Bu çalışma sosyal medyadaki dini içeriklerin 12. sınıf öğrencilerinin din algıları üzerinde olumsuz etkilerinin olmasının yanı sıra öğrencilerin, hayatın amacına, anlamına ve dine yönelik sorgulamalara neden olabilme, kendi inançlarına ve başka inançlara yönelik bakış açılarında çeşitli etkiler meydana getirebilme, kendi dinî kimliklerinin farkına varma gibi bazı olumlu etkilerinin olduğu sonucuna varması bakımından dikkat çekicidir. (Öztürk, 2021, 117)

“Dinî Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Medya” adlı çalışmasında Bildik, insanların dini bilgi edinme süreçlerinde gündelik hayatın bir parçası haline gelen sosyal medyanın etkisini incelemeyi hedeflemiştir. (Bildik, 2019, i-ii) Bildik, çalışmasında dinî bilgi edinme sürecinde sosyal medya tutumlarını cinsiyet, yaş, medeni durum gibi değişkenler bağlamında ele almıştır. Araştırmaya katılanların sosyal kimlik özelliklerine göre bakıldığında, sosyal medyanın tüm kadın-erkek her yaş, eğitim, meslek, ekonomik ve medeni durum grubundan kişilerce

kullanıldığı, bireylerin dini bilgi edinme ihtiyaçlarını karşılama kaynaklarında ailenin, resmi dini kurum ve dini grupların, dini eserlerin baskın olduğu, bunun yanında internete daha fazla olmak kaydıyla sosyal medyaya da başvurulduğu sonucuna varılmıştır. (Bildik, 2019, 134)

“Z Kuşağı ve Din” adlı çalışmasında Aydın, Z Kuşağı mensubu gençlerin din algılarını ve ailelerinin, arkadaş çevrelerinin, okullarının, teknolojinin ve sosyal medyanın oluşturduğu alanlarda verdikleri var olma mücadelesinde dinin yerini araştırmıştır. Çalışmada Z Kuşağı’na mensup gençlerin din algılarını etkileyen temel unsurların, sosyal sermayenin yapıtaşlarını oluşturan aile, okul ve arkadaşlar; teknoloji, çeşitli sosyal mecralar ve bu kuşağın sıklıkla karşılaştığı, “liberallik” çerçevesinde ele alınan, özgürlük ve kadın erkek eşitliği gibi olgular olduğu belirlenmiştir. (Aydın, 2020, 5) Çalışmada yaşadıkları çağın beraberinde getirdiği hızlı değişim sonucunda önceki kuşaklardan farklı olarak, çok vakit geçirdikleri bir alan olan sosyal medya, gençlerin kimliklerinin şekillenmesinde rol alan önemli bir olgu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Aydın, 2020, 74)

Yapılan literatür taramasında sosyal medya, Z kuşağı ve din değişkenlerinin bir arada yer aldığı kapsamlı bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Çalışmamız bu alanda yapılan çalışmalarını destekleyen ve sınırlarını genişleten bir özelliğe sahiptir.

1.KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Kuşak Olgusu ve Sınıflaması

Kuşak kavramı farklı şekillerde anlaşılıp sınıflandırılmıştır. Kuşak kavramının anlaşılması için öncelikle bu kavramın tanımına bakmak faydalı olacaktır. Hint-Avrupa dil ailesindeki kökü “gen-”, “var olmak” anlamına gelen “generation” sözcüğü dilimizde jenerasyon, nesil ya da kuşak kelimeleriyle karşılanmaktadır. Kelimenin bir anlamı aile bağlarına işaret etmekte, aynı ebeveyninden doğan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bir diğer anlamı olan sosyal kuşak, toplumun aynı anda meydana getirdiği, bütün bir akran kohortunu (grubunu) ifade etmektedir. (Şengüleç, 2021, 48)

Kuşak kavramının bir başka tanımı ise şöyledir: “Kuşak, dünya genelinde belirli zaman aralıklarında meydana gelen ekonomik ve sosyal hareketler olarak tanımlanan bir kavramdır. Günümüzde biyolojik olarak 20-25 yıllık süreci kapsadığı düşünülen kuşaklar, biyolojiden ziyade sosyolojik olarak değerlendirilmektedir.” (Güdücü - Balcı, 2021, 107)

Türk Dil Kurumuna göre ise kuşak kavramı aşağı yukarı aynı dönem içerisinde doğan ve o dönemin koşullarını, zorluklarını, benzer sıkıntılarını, kaderini yaşayan kişiler topluluğu olarak adlandırılmaktadır. (TDK, 26 Mayıs 2022)

Tanımında belli yaş aralığında olmak esas alınan kuşak kavramı belli ekonomik koşullar ve toplumsal hareketler çerçevesinde tanımlanmıştır. Tanımlarda biyolojik benzerliklerden ziyade sosyolojik benzerlikler ön plana çıkmış ve toplumun dönemsel olarak farklı kesimlerine işaret edilmiştir. Aynı dönemde yaşayan bireylerin kimlik bilinci, yaşadığı çağın sosyo-kültürel dinamikleri, iletişim becerileri, bilgi edinme süreçleri ve kaynakları benzerlik arz etmektedir. Bu benzerlik nedeniyle bilimsel çalışmalar genelde aynı kuşağa mensup bireyler üzerinde yoğunlaşmıştır.

Kuşak sınıflamasına gelince günümüzde çeşitli isimlere sahip genellikle 6 farklı kuşaktan bahsedildiğini görüyoruz:

1. Sessiz Kuşak (Silent Generation),
2. Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers Generation),
3. X Kuşağı (Generation X, Generation Xers, Gen-Xers), 13. Kuşak (13th Generation), İnançsız Kuşak (Disbelieving Generation). (1965-1980)
4. Y Kuşağı (Generation Y), Milenyum Kuşağı (Millennial Generation, Millennials), Dijital Kuşak (Digital Generation), (1981-2000)
5. Z Kuşağı (Generation Z), 2020 Kuşağı (Generation 2020), Milenyum Sonrası Kuşak (Post-Millennials), Teknoloji Kuşağı (Gen Tech), Dijital Yerliler (Digital Natives), (2000- ...)
6. Alfa Kuşağı (Alpha Generation) (Şengüleç, 2021, 55)

Bu kuşak sınıflamalarında genel eğilim aynı tarihlerde doğanların belli sınıflarda toplanması şeklindedir. Aynı tarihlerde doğmuş olmak demek benzer toplumsal şartları, benzer siyasi ve sosyal durumları, benzer teknolojik gelişmeleri vb. yaşamak anlamına gelmektedir. Bu da aynı kuşağa mensup bireylerin birçok noktada benzeştiğinin ve dolayısıyla çalışmaların aynı kuşağa mensup bireyler üzerinde yapılmasının önemini göstermektedir.

Toplumlarda yaşanan sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel olaylar toplumsal değişime ve bu değişim de yeni bakış açıları ve yeni fikirlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Tüm bunlar da aynı dönemi yaşayan bir kuşağın diğerinden farklılaşmasına neden olmaktadır.

Özellikle son yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler, toplumların iletişim ve bilgi edinme süreçlerinde önemli değişiklikler yaşanmasına ve bu değişimi yaşayan kuşağın diğer kuşaklarla önemli bir biçimde farklılaşmasına yol açmıştır. Yukarıdaki sınıflamada işaret edilen Y ve Z kuşakları teknolojik gelişmelerin hız kazandığı ve dolayısıyla bu farklılaşmanın önemli bir biçimde kendini gösterdiği iki önemli kuşaktır. Z kuşağı ise bu değişimin etkilerini belirgin şekilde yaşayan kuşak olarak kendini göstermektedir.

Bu makalede çalışmanın konusu olan Z kuşağı üzerinde durulup diğer kuşakların sadece isimlerinin verilmesi yeterli görülmektedir.

1.2. Z Kuşağı

Teknoloji kuşağı, dijital yerliler gibi isimleri de taşıyan bu kuşağın en bariz özelliği adından da anlaşılacağı gibi teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin yoğun bir biçimde arttığı bir kuşak olmasıdır.

Teknolojinin dünyayı yönetmesi nedeniyle yeni “sessiz” kuşak olarak da bilinen Z kuşağı geçmişteki ansiklopedileri hiç görmeyen bunun yerine internet üzerinden Wikipedia kullanan bir kuşaktır. (Şengüleç, 2021, 82)

TÜİK verilerine göre 2021 yılı sonu itibarıyla Türkiye'nin toplam nüfusu 84 milyon 680 bin 273 kişi iken, 15-24 yaş grubundaki genç nüfus 12 milyon 971 bin 289 kişidir. Genç nüfus, toplam nüfusun %15,3'ünü oluşturmaktayken, 22 milyon 738 bin 300 nüfusa sahip 15 yaş altı çocuklar ise %26,9'unu oluşturmaktadır. (TÜİK,2021) Yani Z kuşağı olarak nitelendirilen 0-22 yaş arası nüfus, ortalama %42 gibi azımsanamayacak bir orana sahiptir.

1.3. Ergenlik

Latince “adolescere” yükleminden türeyen ergenlik kelimesi “yetişkinliğe doğru yürüyen”, büyüyen, yetişkinliğe ulaşan anlamında kullanıldığından, yapısı gereği bir durumu değil bir süreci belirtmektedir ve günümüzde bireyde gözlenebilen hızlı ve sürekli değişme olarak da tanımlanabilmektedir. (Gürsu, 2011, 9)

Çalışmanın konusunu oluşturan grubun önemli bir bölümünü ergenler oluşturmaktadır. Ergenlik dönemi bireyin çocukluktan yetişkinliğe adım attığı, kişilik gelişiminin tamamlanmaya başladığı, birey ve ailesi için zorlu ve sancılı bir dönemdir. Bu dönem bireyin toplumsal kabul gibi duyguların yoğun yaşanması nedeniyle daha fazla bunalım, çatışma, öfke ve kaygıların yaşandığı bir dönemdir.

Bu çağ zihinsel gelişme bakımından somut düşünce döneminin geride kaldığı, soyut düşünce döneminin başladığı bir çağdır. Bu sebeple bu çağdaki bireyde artık dini konulara da ilgi artmış ve dinin özünü kavramaya başlamıştır. Bu yüzden bu çağa ve özellikle 13. yaş için ‘dini uyanış çağı da denmektedir.’ (Şentürk, 2010, 92)

Tüm bu tanım ve açıklamalar ışığında ergenlik dönemi için bireyin kendini ve çevresini tanıma, muhakeme etme, soyut düşünme, dini konulara ilgi duyma ve merak duygularının arttığı bir dönem diyebiliriz. Günümüzde bu merak duygusunu gidermek isteyen birey en çok internet, sosyal medya veya akran gruplarına başvurmaktadır. Bu süreçte ergen birey birçok konuda olduğu gibi dini konularda da çoğu zaman kaynağı belli olmayan yanlış bilgilerle karşılaşabilmektedir.

Dini anlamda ergenlik, bireysel sorumlulukların başladığı, dinin bireye yetişkin nazarıyla baktığı, dinin emir ve yasaklarından sorumlu bir birey haline geldiği dönemdir. Yani kişinin hem bireysel hem toplumsal etkilere açık olduğu bir dönemin başlangıcıdır.

Bu çağ aynı zamanda bireyin duyduklarını, öğrendiklerini bir elekten geçirme ihtiyacı duyduğu, her duyduğuna inanmak yerine aklını ve tecrübelerini devreye sokarak ondan sonra kabul ve reddin gerçekleştiği bir çağdır. (Şentürk, 2010, 92) Bu durum göz önüne alınarak gerek çocukluk çağında gerekse ergenlik çağındaki bireylerin her konuda olduğu gibi dini konularda da sağlıklı bilgilere ulaşması için yetişkinlerin onlara doğru bilgiyi sunması önemlidir. Bilgi kaynağı olarak internetin öne geçtiği yaşadığımız dijital çağda ise ergenlik çağındaki bireylerin, karşılaştığı dijital içerikler konusunda bilinçlendirilmesi önem arz etmektedir.

1.4. İnternet ve Sosyal Medya

Kırk yıl gibi kısa bir geçmişe sahip olan ve günümüz dünyasında varlığını ve önemini arttıran internet hızlı bir toplumsal değişime neden olmuştur. Zaman ve mekan kavramlarını değiştirerek dünyayı küresel bir köy haline getiren internet sanal dünyaya verilen kısa bir addır. İnternet bir bilgi paylaşım ağı olup her türlü verinin hemen herkes tarafından kullanılmasını sağlayan bir özelliğe sahiptir.

Son yüzyılın en önemli teknolojik gelişmelerinden biri olan internet, kullanım biçimine göre bazen yararlı bazen de zararlı olabilen bir niteliğe sahip önemli bir bilgi edinme ve iletişim kaynağıdır. Zaman zaman insanlar için vazgeçilmez bir ihtiyaç haline gelebilen bu teknoloji, öz denetim açısından zayıf ve dış etkilere açık olan ergenler için yanlış bilgi edinme, bilgi dezenformasyonu, bilginin değeri, suç işleme, bireysel mahremiyet ihlali, zaman israfı,

asosyalleşme, kötü çevre edinme gibi istenmeyen sonuçlara da neden olabilmektedir. (Turanalp, 2016, 4)

Doğru ve etkili bir biçimde kullanıldığında bilgiye hızlı bir şekilde ulaşma, iletişimi kolaylaştırma gibi daha birçok konuda insan hayatına katkı sunan internet ve sosyal medyanın dini bilgi edinme sürecinde de aynı katkıyı sunacağı yadsınamaz bir gerçektir.

1.5. İnanç Kavramı ve Dini İnanç

İnanç bir düşünceye bağlı bulunmak, bir bilginin doğruluğunu kabul etmektir. Tanrı'ya, bir dine inanma, birine duyulan güven ve inanılan öğreti anlamlarına gelmektedir. (Kizilgeçit, 2021, 138) İnanmak bir ihtiyaçtır. Şentürk'e göre inancın psikolojik hayatımızdaki önemini anlayabilmek için onu yok sayıp psikolojik hayatımızda ne gibi eksikliklerin ortaya çıktığını gözden geçirmek gerekir. (Şentürk, 2010, 113)

İnsan şahsiyetinin oluşumunun önemli bir parçası olan inanç hem teolojinin hem psikolojinin ortak konusudur. İnanç konusunun psikolojik manası anlaşıldığında aslında inancın insan şahsiyetinin temel unsurlarından biri olduğu anlaşılır. İnsan aslında hayatta birçok şeyi farkına varmadan inancına dayanarak yapmaktadır. Örneğin bir öğrenci başarılı olup hayata atılacağına inandığı için ders çalışır ve başarılı olmak için elinden geleni yapar. İnanç insanlarla sağlıklı ilişki kurmanın temelinde de vardır. İnsanlara olan inanç ve güven ortadan kalktığı zaman hayat yaşanmaz bir kaosa döner. İncanın kişilik üzerindeki temel fonksiyonu ona bir yapı ve devamlılık kazandırmasıdır. (Şentürk, 2010, 114)

Dini inanç ise "kişinin bütün kainat ve bizzat kendi üzerinde hakimiyetini kabul ettiği duyular üstü, yüce kudret ve kuvvet sahibi bir varlığa yönelme, mutlak iradesine güvenerek, içsel bağlarla ona bağlanma" (Hökelekli, 2009, 59) anlamına gelmektedir. Yukarıda genel anlamda inancın kişilik gelişimi üzerinde temel bir fonksiyonu olduğundan bahsetmiştik. Bundan yola çıkarak, kişinin inancının gereklerini yerine getirmesi suretiyle aslında dini inancın ona bir şahsiyet kazandırdığını söyleyebiliriz. Dolayısıyla sağlıklı bir şahsiyet geliştirmek için sağlıklı bir inanç sistemine ihtiyaç olduğu ve bu inanç sisteminin de ancak doğru kaynaklardan edinilen bilgilerle oluşturulabileceği söylenebilir.

2.YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada öncelikle alan yazın taraması yapılmış daha sonra sosyal medyada uzun vakitler geçiren Z kuşağının din algısı ve inanca bakış açıları incelenmiştir. Sosyal medyanın Z kuşağının dini inançlarına etkisi hakkında bilgi sahibi olmak için nitel araştırma deseni olan durum çalışması tekniği kullanılmıştır. “Durum çalışması araştırmanın hem ürünü hem de nesnesi olabilecek nitel araştırma içerisindeki bir desen türüdür. Durum çalışması araştırması, gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem ya da belirli bir zaman içerisindeki sistemler hakkında araştırmacının detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır.” (Creswell, 2013, 97)

2.2. Veri Toplama Aracı, Uygulama, Analiz, Sınırlılıklar

Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış, görüşme formu hazırlanırken uzman görüşüne yer verilmiştir. Araştırma sırasında katılımlı gözlemde bulunulmuş, gençlerle derinlemesine mülakat yapılarak sosyal medyadaki dini içeriklerin onların dine bakışlarını ne derece etkilediğine dair çeşitli sorular yöneltilmiş ve verilen cevaplar ışığında bu etkinin boyutlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Görüşme esnasında esnek bir tutum sergilenmiş, sorular formdaki sıraya göre değil görüşmenin gidişatına göre sorulmuştur.

Gençlerle yapılan görüşme okul ortamında öğrencilerin ders saatleri aksatılmadan yapılmıştır. Mülakatlar 2023 Mayıs ve Haziran aylarında gerçekleştirilmiş, görüşme esnasında hem yazılı notlar tutulmuş hem de ses kaydı alınmıştır.

Veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu çerçevede gençlerin kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri cevaplar sistematik olarak incelenip yorumlanmıştır.

2.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubu Diyarbakır Kayapınar Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi, ve Ali Emiri Anadolu Lisesi’nde 9, 10 ve 11.sınıf düzeyinde eğitim gören, 15-17 yaş aralığında ve amaçlı örnekleme seçilen 10’u erkek 13’ü kız toplam 23 öğrencidir. Seçilen çalışma grubunun geneli temsil edebilme gücünün yüksek olduğu kanaatindeyiz. Çünkü çalışma grubunun belirlenmesinde farklı okul türleri (Anadolu Lisesi, İmam Hatip Lisesi) olmasına, farklı sınıf düzeyleri ve farklı cinsiyetleri içermesine dikkat edilmiştir.

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.1. Z Kuşağı ve Sosyal Medya

Günümüz iletişim çağının önemli bir unsuru olan internet ve onun bir parçası olan sosyal medyanın gençler arasındaki kullanımını tespit etmeye yönelik oluşturduğumuz görüşme formu sorularında öğrencilere en çok hangi sosyal medya platformunu kullandıklarını sorduk. 23 öğrenciden 13'ü en çok İnstagramı, 8'i en çok Youtube'u, 1'i en çok Tiktoku kullandıklarını söylemişlerdir. Bir öğrenci ise ailesinin yaşağından dolayı hiçbir sosyal medya platformunu kullanmadığını ifade etmiştir. Bu sonuç bize gençler arasında en çok kullanılan sosyal medya platformunun instagram olduğunu göstermiştir. Bu cevapların bir başka çarpıcı sonucu 23 öğrencinin 22'sinin sosyal medyayı kullandığı sadece birinin o da aile yaşağı nedeniyle kullanmadığı gerçeğidir.

Öğrencilere sosyal medyada günde kaç saat vakit geçirdiklerini sorduğumuzda günde 1 saatle 9 saat arasında değişen cevaplar aldık. En çok verilen cevap ise günde 3-4 saat oldu. Hatta iki öğrencinin “*tüm boş vakitlerimde*” gibi şaşırtıcı bir cevap verdikleri görüldü. Bu sonuçlar bize Z kuşağının sosyal medyaya günün azımsanmayacak bir bölümünü ayırdıklarını göstermektedir. Dolayısıyla Z kuşağının sosyal medyada karşılaştıkları dini içeriklerden önemli ölçüde etkilenebilecekleri ön görülmektedir.

Öğrencilere sosyal medyayı ne amaçla kullandıklarını sorduğumuzda ise 9 kişinin verdiği ‘*iletişim ve eğlence*’ cevabı 1.sırada, 7 kişinin verdiği ‘*güzel vakit geçirme*’ cevabı ile yine 7 kişinin verdiği ‘*ders videosu izleme, bilgi edinme ve gündemden haberdar olma*’ cevabı 2.sırada en çok verilen cevaplar arasındadır. Bunların dışında birkaç öğrenci ‘*sosyalleşme, film veya video izleme ve şiir dinleme*’ gibi farklı cevaplar vermiştir. Bu sonuçlar bize Z kuşağının sosyal medyayı en çok eğlence ve güzel vakit geçirme amaçlı kullandıklarını göstermektedir. Ancak 7 kişinin verdiği ‘*bilgi edinme*’ cevabı ise sosyal medyadaki bilgilerin güvenilirliğini sorgulamanın önemini gözler önüne sermektedir.

3.2. Dini Algıda Sosyal Medyanın Rolü

Z kuşağının din algısında sosyal medyanın rolünü belirlemek amacıyla öğrencilere yönelttiğimiz ‘*Dini bir konuyu merak ettiğinizde nereye veya kime başvurursunuz?*’ sorusuna 23 öğrenciden 13'ü *internet veya sosyal medya* cevabını birinci sırada verirken ikinci sıradaki ‘*aile*’ cevabı 7 öğrenci tarafından verilmiştir. Bunların haricinde ‘*din uzmanı ve kitap*’ cevabı 2

öğrenci tarafından verilmiştir. Birinci sırada internet ve sosyal medya cevabını veren öğrencilerin ikinci sıradaki cevapları ise bazılarının aile, bazılarının da din uzmanı şeklinde olmuştur. Bu sonuçlar Z kuşağının önemli bir bölümünün internet ve sosyal medyaya her konuda olduğu gibi dini konularda da başvuracakları ilk kaynak olarak baktıklarını göstermektedir.

Bu konuda öğrencilere yöneltilen bir başka soru '*dini bir konuyu merak ettiğinizde sosyal medyadan yararlanıyor musunuz?*' sorusu oldu. 14 öğrenci '*hayır yararlanmıyorum*' derken '*evet yararlanıyorum*' diyen öğrenci sayısı ise 9 olmuştur. Hayır yararlanmıyorum diyen öğrenciler genelde sosyal medyayı güvenli bulmadıkları için yararlanmadıklarını ifade etmişler, sadece bir öğrenci bu tür paylaşımların sosyal medyada karşısına çıkmadığını belirtmiştir. '*Evet yararlanıyorum*' diyen öğrenciler ise sadece güvendikleri sayfalardan yararlandıklarını, bir öğrenci ise bu tür sayfalarda gençlerin yaptıkları paylaşımların kendisine hitap ettiğini bu yüzden yararlandığını belirtmiştir. Bir başka öğrenci farklı görüşleri dinlemenin bakış açısını değiştirdiğini ifade etmiştir. Bütün bu cevaplara bakıldığında görüşülen öğrencilerin büyük bölümünün sosyal medyadaki dini içerikler konusunda temkinli oldukları ve bu konuda güven sorunu yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Z kuşağının bu konuda dikkatli oluşunu, güven konusunu önemsemesini elde edilen olumlu bir sonuç olarak ifade edebiliriz.

Bir başka soru olarak öğrencilere yöneltilen '*sosyal medyadaki dini içerikleri güvenli buluyor musunuz?*' sorusunun cevabını aslında bir önceki soruda cevaplandığını ifade edebiliriz. Bu soruya 12 öğrenci hiçbir şekilde güvenmediklerini belirtirken 8 öğrenci tüm dini içerikleri değil, bazı sayfaların içeriklerine güvendiklerini belirtmişlerdir. 1 öğrenci '*güvenli bulmuyorum ama başka yerde bulamadığım için kendimi inanmaya mecbur hissediyorum*' şeklinde ilginç bir cevap vermiştir. Bu cevap aslında gençlerden bazılarının doğru bilginin kaynağına ulaşma konusunda bilinçsiz olduklarını ve onları bu konuda bilinçlendirilmenin önemini göstermektedir. Bir başka öğrencinin '*sayfa popülerse evet güvenirim*' cevabı gençler arasında, sosyal medyada güvenilir olmanın ölçütünün popülerlik olduğunu göstermiştir.

Z kuşağının sosyal medyadaki dini içeriklere bakışını ölçmek amacıyla öğrencilere yöneltilen bir diğer soru '*Sosyal medyadaki dini içeriklerin kaynağına bakıyor musunuz*' sorusu olmuştur. Bu soruya öğrencilerin 11'i '*hayır bakmıyorum*' 9 öğrenci '*evet bakıyorum*' cevabını vermiştir. İki öğrenci bilginin açıklama kısmında kaynak belirtilmişse baktığını yoksa bakmadığını belirtmiştir. Bir öğrenci ise yorumlara baktığını ve doğruyu yanlıştan ayırabildiğini belirtmiştir. Bu bulgular ışığında Z kuşağının sosyal medyadaki bilgilere pek

güvenmedikleri ama buna rağmen kaynağına bakma ihtiyacı duymadıkları söylenebilir. Bu noktada Z kuşağının, bilginin kaynağına ulaşma ve bilgiyi süzgeçten geçirme konusunda bilinçlendirilmelerinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Öğrencilere yöneltilen '*Sosyal medyadaki dini paylaşımların dine bakışınız üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkisinin olduğunu düşünüyor musunuz?*' sorusuna '*olumsuz etkisi var*' diyen öğrenci sayısı ile '*olumlu etkisi var*' diyen öğrenci sayısı eşit çıkmıştır. Olumsuz etkisi olduğunu söyleyen öğrenciler genelde bu tür paylaşımların, dini yanlış tanıtması nedeniyle insanların dinden soğumasına neden olduğunu ifade etmişlerdir. Bir öğrenci bazı sayfalarda ateizmi savunan içerikler olduğu için zararlı bulduğunu belirtmiştir. Bir kız öğrenci ise bazı popüler hocaların kadınlara yönelik paylaşımlarından rahatsız olduğunu ve kendisini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. İki öğrenci de toplumun bilinçsizliğinden dolayı bu tür içeriklerin sunduğu bilgilerin insanlar tarafından sorgulanmadan kabul edildiğini ve dinin yanlış tanıtılmasına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar bize gençlerin sosyal medyadaki dini içeriklerin olumsuz yönlerinin farkında olduklarını ve kendilerinin de bundan olumsuz şekilde etkilendiklerini göstermektedir.

Olumlu etkisinin olduğunu söyleyen öğrenciler ise bu tür içeriklerde özellikle gençlere hitap eder tarzda paylaşımlar yapıldığını, bunun da ilgilerini çektiğini ve kendilerini dine ısındırdığını belirtmişlerdir. Bir başka öğrenci ise özellikle özel dini günler konusunda bu tür içeriklerin gençler üzerinde olumlu etkisinin olduğunu belirtmiştir. Elde edilen bulgular Z kuşağının sosyal medyadaki dini içeriklerden olumlu veya olumsuz şekilde etkilendiklerini göstermektedir. Dolayısıyla aslında sosyal medya aracılığıyla gençlere doğru içerikler sunulduğunda belki bir dini nasihatten daha etkili olabileceğini söyleyebiliriz. Ayrıca gençlerin sosyal medyadaki dini içeriklerden olumsuz etkilenmelerinin önüne geçmek adına bir kontrol mekanizmasının gerekliliği de bir başka sonuç olarak belirtilebilir.

Z kuşağının sosyal medyadaki dini içeriklere olan ilgilerini tespit etmek üzere onlara '*Sosyal medyada takip ettiğiniz dini içerik üreten herhangi bir sayfa veya kişi var mı?*' sorusu sorulmuş ve 4 öğrenci Hayalhanem, 3 öğrenci Sözler Köşkü, 2 öğrenci Huzme, 1 öğrenci Gönülhanem, 1 öğrenci Mucize Dualar, 1 öğrenci Dini Sözler isimli sayfaları en çok takip ettiklerini, 1 öğrenci Nihat Hatipoğlu, 1 öğrenci de Uğur Akkafa'yı takip ettiğini belirtmiştir. Ayrıca bir öğrenci ateizm ve deizm adlı sayfaları takip ettiğini belirtmiştir. Bazı öğrenciler de özellikle takip ettikleri bir sayfanın olmadığını keşfet adı verilen, popüler sayfaların öne çıkarılarak ön izlemeye sunulduğu bir bölümden karşlarına tesadüfen çıkan sayfalara

baktıklarını söylemişlerdir. Bu bulgular Z kuşağının sosyal medyada faydalı dini içerikler üreten sayfalardan çok fazla haberdar olmadıklarını veya kendi düşüncelerine uygun sayfaları takip ettiklerini veya tesadüfen karşlarına çıkan sayfaları takip ettiklerini ortaya çıkarmıştır.

Z kuşağının sosyal medyadaki dini içeriklere olan ilgilerini tespit etmek üzere sorulan bir diğer soru da *‘Takipçisi olduğunuz şahsın dini paylaşımlarını kendi sosyal medya hesabınızda paylaşıyor musunuz?’* olmuştur. Bu soruya öğrencilerin büyük çoğunluğu olumsuz cevap vermiştir. Sadece 3 öğrenci güzel buldukları bazı içerikleri nadiren paylaştıklarını belirtmişlerdir. Bu cevaplar Z kuşağının sosyal medyayı dini paylaşım konusunda pek aktif kullanmadıklarını göstermektedir.

3.4. Dini Şüphe ve Sosyal Medya

Ergenlik başlığı altında bu dönemde gençlerin her konuda olduğu gibi dini konularda da sorgulamalar ve şüpheler yaşadığı çalkantılı bir dönem olduğundan bahsedilmişti. Şüphe “apaçıklık ve kesinlik arzusunun, önceki inançla veya sebepleri karşılıklı ve denk olan iki inancın birbirleriyle çatışması sonucunda ortaya çıkan, kararsız veya sabit olmayan ruh halidir.” şeklinde tanımlanmış ve ruhi hayatın gelişiminin zaruri ve evrensel bir belirtisi olarak kabul edilmiştir. (Hökelekli, 1998, 195)

Z kuşağının özellikle dini konularda şüpheler yaşadığı gözlemlenmiş ve bu şüphelerde sosyal medyadaki dini içeriklerin ne ölçüde etkili olduğunu ortaya koymak adına onlara din veya inanç konusunda şüphe duyup duymadıkları, eğer şüphe duyuyorlarsa bunda sosyal medyanın etkisinin olup olmadığı sorulmuştur. 13 öğrenci inanç konusunda hiçbir şüphe duymadığını belirtirken, 3 öğrenci şüphe duyduğunu, 3 öğrenci sorgulama yaşadığını, 3 öğrenci bazen şüpheye düştüğünü, 1 öğrenci de geçmişte şüphe yaşadığını ama şu an inancının tam olduğunu ifade etmiştir. Elde edilen bulgular gençlerin ergenlik döneminde zaman zaman inanç konusunda şüpheler yaşadığını ortaya çıkarmıştır. Ancak yaşanan bu şüpheler ergenlik döneminin getirdiği duygusal ve bilişsel karmaşanın etkisiyle olan doğal bir süreç olarak kabul edilmektedir.

Öğrencilere yaşadıkları dini şüphede sosyal medyanın rolünün olup olmadığı sorulduğunda ise 6 öğrenci dini şüpheler konusunda sosyal medyanın etkisinin olduğunu belirtmiştir. Bu öğrencilerden 3’ü kendisi şüphe duymasa da bu tarz yanlış dini paylaşımların akranları üzerinde şüpheye yol açabileceğini belirtmiştir. Özellikle birkaç kız öğrenci sosyal medyada feminizmle ilgili paylaşımların dinin kadına bakışı hakkında sorgulamalar yaşamasına

neden olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yine bir kız öğrenci sosyal medyada kadınlarla ilgili dine uygun olmayan bazı paylaşımların kendisini dinden soğuttuğunu ancak daha sonra doğrusunu araştırarak gerçek bir dini bakış açısına sahip olduğunu belirtmiştir.

Elde edilen bulgular sosyal medyadaki dini içeriklerin kısmen de olsa Z kuşağının dini konularda şüphe duymalarına yol açtığını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla sosyal medya, kontrollü kullanılmadığında Z kuşağı üzerinde ne denli tehlikeli bir araca dönüşebileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, günümüzde Z kuşağı olarak isimlendirilen ve 2000 yılı sonrası doğan neslin internet ve sosyal medyayı kullanım süreleri, kullanım amaçları ve sosyal medyanın bu kuşağın din algısında etkisinin olup olmadığını, belirlenen çalışma grubu üzerinde tespit edip elde edilen bulguları değerlendirmek üzere gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla öncelikle gençlere hangi sosyal medya platformunu günlük ne kadar süre kullandıkları sorulmuş daha sonra sosyal medyayı ne amaçla kullandıkları sorulmuştur. Verilen cevaplar, bu kuşağın sosyal medyayı iletişim, eğlence ve bilgi edinme amacıyla aktif bir şekilde kullandıklarını göstermiştir.

Görüşme yapılan öğrencilerin bir kısmının İmam Hatip Lisesi öğrencisi bir kısmının da Anadolu Lisesi öğrencisi olması farklı aile yapılarına sahip öğrencilerin bu konudaki görüşlerini yansıtmaya yönüyle faydalı olmuştur. Yine öğrencilerin bir kısmının erkek bir kısmının kız olması da cinsiyet açısından konunun bazı noktalarda farklı yansıtılması açısından da faydalı olmuştur.

Geçlerin sosyal medyadaki dini içeriklere olan ilgilerini ve bu tür içeriklerin onların dine bakışındaki rolünü tespit etmek üzere yöneltilen sorularda özellikle imam hatip lisesi öğrencilerinin bu konuda daha bilinçli davranarak içerik açısından daha düzeyli sayfaları takip ettikleri ve karşılaştıkları dini içerikleri başka yerlerden de teyit ettirerek inandıklarını ifade etmeleri dikkat çekici bir sonuç olarak karşımıza çıkmıştır. Ancak sayıları azımsanmayacak olan bir kısım öğrencinin keşfette tesadüfen karşılarına çıkan dini içerikleri takip ettikleri de bir başka sonuç olarak karşımıza çıkmıştır.

Son olarak gençlerin çok az bir kısmı dini konularda şüphe duyduklarını belirtmiş ve bir kısmı da sosyal medyadaki dini içeriklerin şüpheye yol açabilecek paylaşımlar olduğunu belirtmişlerdir.

Çalışmadan elde edilen bulgu, sonuç ve değerlendirmeler çalışma grubunun ve kullanılan görüşme formunun sınırlılıklarıyla tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular bu konuda daha önce yapılmış ve çalışmanın giriş kısmında belirtilmiş olan araştırma bulgularıyla benzerlik arz etmektedir. Ancak bu çalışma da dahil sosyal medya ve Z kuşağının din algısı üzerine yapılan çalışmaların bu konuyu tüm boyutları ile ele alıp Z kuşağının bu konudaki duygu ve düşünceleri anlama konusunda yeterli olamayacağı açıktır. Bu konuda yeni çalışmaların yapılması ve aşağıda önerilen hususların dikkate alınması hem bu araştırmanın eksik noktalarını tamamlayacak hem de Z kuşağının dini konularda sosyal medyadan olumsuz bir şekilde etkilenmesini azaltmaya katkı sağlayacaktır.

- Z kuşağının sosyal medyada özellikle dini konularda uygun ve faydalı içerikler üreten sayfaları takip etmeye yönlendirilmesi önerilebilir.
- Bu çalışma 15-17 yaş arası Z kuşağıyla sınırlandırılmıştır, Z kuşağına mensup farklı yaş grupları üzerinde benzer çalışmalar yapılabilir.
- Yine bu konuyla ilgili boyamsal araştırmalar yapılarak farklı yaş düzeylerinde bu tarz içeriklerden etkilenme durumları tespit edilebilir.
- Bu araştırma nitel bir araştırma olup sınırlı sayıda kişiyle görüşme yapılarak bulgular elde edilmeye çalışılmıştır. Aynı konu nicel araştırma yöntemleriyle daha çok sayıda örnekleme çalışılabilir.
- Z kuşağına mensup çocuklara ve ailelerine okullarda bu konuyla ilgili seminerler düzenlenebilir.
- Z kuşağının dini doğru kaynaklardan öğrenmelerini sağlayacak içerikler üretilebilir.

KAYNAKÇA

Ayaz, Orhan. *Sosyal Medyanın Ergenlerin Dini Sosyalleşmesine Etkileri*. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2015. <https://sozluk.gov.tr/>

Aydın, Nida. *Z Kuşağı ve Din*. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Bildik, Elif. *Dini Bilgi Edinme Sürecinde Sosyal Madya*. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Cerrah, Lokman. *Sosyal Medyada Din Algısı (Twitter Örneği)*. Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015.

Creswell, John W. *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Yayınları, 2013.

Demir, İsmail. *Dini Bilgi Edinme Kaynağı Olarak Sosyal Medya (İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği)*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Doktora Tezi, 2019.

Güdücü, Burcu - Balcı, Ceyda. “Kuşaklar ve Eğitim Üzerine Sosyolojik Bir Analiz”. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi* 7/1 (2021).

Gürsu, Orhan. *Ergenlik Döneminde Psikolojik Sağlık ve Dindarlık İlişkisi*. Selçuk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2011.

Hökelekli, Hayati. *Çocuk, Genç, Aile Psikolojisi ve Din*. İstanbul: dem, 2009.

Hökelekli, Hayati. *Din Psikolojisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, 1998.

Kızılgeçit, Muhammed. *Din Psikolojisinin 300'ü*, 2021.

Koç, Mustafa vd. *Gelişim ve Öğrenme*. Ankara: Nobel, 2001.

Öztürk, Fatma Dolunay. *Sosyal Medyanın 12.Sınıf Öğrencilerinin Dini Bilgileri Üzerindeki Etkileri*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.

Şengüleç, Mesut. *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin (X Kuşağı), Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının (Y Kuşağı) ve 8. Sınıf Öğrencilerinin (Z Kuşağı) 21. Yüzyıl Becerilerine Bakışı*. Gazi Üniversitesi, Doktora Tezi, 2021.

Şentürk, Habil. *Din Psikolojisine Giriş*. İstanbul, 2010.

TDK, Türk Dil Kurumu. *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Erişim 26 Mayıs 2022.
<https://sozluk.gov.tr/>

Thompson vd. “Gelişim Psikolojisi: Kuramlar, Yöntemler ve Yaşamın İlk Yılları”. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 26/2 (1993).

Turanalp, Muhammed Fatih. “İnternetin Ergenlere Olumsuz Etkileri Üzerine Din Eğitimi Temelli Bir Yaklaşım”. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 16/1 (2016).

“TÜİK,2021”. Erişim 02 Haziran 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2021-45634>