



## Gençlerin Dinî Referans Dünyası ve Dijital Medya

SİBEL KANDEMİR

Karabük Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, Türkiye  
Karabuk University, Faculty of Islamic Sciences, Türkiye  
sibelkandemir@karabuk.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-1002-4378>

HİCRET K. TOPRAK

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Türkiye  
Social Sciences University of Ankara, Faculty of Theology, Türkiye  
hicret.toprak@asbu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-4821-8768>

### Öz

Araştırmanın konusu Türkiye’de 18-25 yaş aralığındaki üniversite öğrencisi gençlerin dinî bilgi kaynakları ile dijital medya ilişkisinin incelenmesidir. Gençlerin dinî referans dünyasını oluşturan başlıca kaynaklar arasında dijital mecraların artan rolü, araştırmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Başta dinî bilginin dolaşımı ve işlenişi olmak üzere dinî inanç, pratik ve tutumların, dinî duyarlılıkların, yönelimlerin ve algıların dönüşümünde dijital medya araçlarının belirleyici etkisi dijital din araştırmalarının öne çıkan konuları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada üniversite gençliğinin dinî bilgi kaynağı olarak dijital ortamlardan yararlanma durumları incelenmiştir.

Ankara’da bulunan beş farklı üniversitede eğitim gören 758 öğrenciden dijital ortamda toplanan veriler analiz edilmiştir. Anketlerin analizinde frekans dağılımlarının yanı sıra, ki-kare ilişki testi ve Sperman korelasyon testi uygulanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeliyle gerçekleştirilen çalışmada üniversite gençliğinin dijital ortamlarda hangi dinî konuları araştırdıkları, hangi dijital ortamları daha çok tercih ettikleri ve dinî bilgiye nasıl ulaştıkları bağımsız değişkenlerle ilişkilendirilerek analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin yaklaşık %70’inin günlük 3 saat ve daha fazla dijital ortamları kullandığı, buna karşın çoğunlukla ve her zaman dijital dinî bilgi kaynaklarını yeterli görenlerin oranının %36 oranında olduğu görülmektedir. Gençlerin %66’sı dijital ortamlarda aradığı dinî bilgiye çoğunlukla ve her zaman kolayca ulaşmasına rağmen, yalnızca %31,5’i dinî konularda görüşlerini oluştururken dijital medya kaynaklarından yararlandıklarını beyan etmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Din, Dijital Medya, Gençlik, Dinî Bilgi, Dinî Referans, Dini Otorite.

## **The Religious Reference Setting of Youth and Digital Media**

### **Abstract**

The subject of the research is to examine the relationship between the sources of religious knowledge of university students between the ages of 18-25 and digital media in Turkey. The increasing role of digital media among the main sources that constitute the religious reference world of young people constitutes the starting point of the research. The determining effect of digital media tools on the transformation of religious beliefs, practices and attitudes, religious sensitivities, orientations and perceptions, especially the circulation and processing of religious knowledge, is among the prominent topics of digital religion research. In this study, the utilization of digital media as a source of religious information by university youth was examined.

The data collected digitally from 758 students studying at five different universities in Ankara were analyzed. In addition to frequency distributions, the chi-square correlation test and Sperman correlation test were applied in the analysis of the questionnaires. In the study, which was carried out with the relational survey model, one of the quantitative research methods, religious topics university youth research in digital environments, which digital environments they prefer more and how they access religious information were analyzed in relation to independent variables.

According to the findings obtained, it is seen that approximately 70% of university students use digital media for 3 hours or more daily, while 36% of those mostly and always consider digital sources of religious information sufficient. Although 66% of young people mostly and always easily access the religious information they are looking for on digital media, only 31.5% of them stated that they benefit from digital media sources while forming their opinions on religious issues.

**Keywords:** Digital Religion, Digital Media, Youth, Religious Knowledge, Religious Reference, Religious Authority.

### **Giriş**

Açık bir bilgi kaynağı olarak dijital medya teknolojileri günümüzde bilginin dolaşımında giderek etkisini arttırmakta, dinî bilgi de bu dolaşımda dijital bilgi dünyasının bir parçası olarak yerini almaktadır. Dijitalleşmenin etkileri günümüzde mobil iletişim teknolojileri sayesinde toplumsal katmanlara daha fazla nüfuz etmekte, böylece dijital mecralar toplumsal yaşam dünyasını yönlendirmede daha etkin bir konuma erişmektedir.

Dijital platformların günümüzde ulaştığı belirleyici konum modern dönemde ortaya çıkan yeni bilme biçimleri ve teknolojik gelişmelerin dayandığı modern bilim anlayışıyla yakından ilişkilidir. Aydınlanma düşüncesine yaslanan modernite, insanın kendisini ve evreni kavrama çabasını yansıtan bilme biçimlerinde köklü bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. İnsanın kendi varoluşunu anlamlandırma girişimi olarak teoloji, sezgisel ve duygusal kavrayışın ürünü olan sanat ya da “şey”lerin esasını kavramaya çalışan felsefe ve metafizik yerleşik/kadim bilme biçimlerini temsil ederken, modern çağda olgusal içerikli ve sınırlanabilir bilgi arayışıyla

yeni bir bilme biçimi olarak ortaya çıkan bilim; bilme, kavrama ve bilgi edinme süreçlerinde büyük ölçekli değişimlere de kaynaklık etmiştir.

18. yüzyılda Sanayi Devrimiyle hız kazanan ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel dönüşüm 20. yüzyılda enformasyon teknolojilerinin küresel ölçekli yayılımıyla yepyeni boyutlara erişmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel bağlarıyla küreselleşme, en çok da kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak bütün dünyada yeni bir ivme kazanmıştır. Öyle ki üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinin işleyişini geri dönülemez bir biçimde değiştiren bilişim teknolojileri, dijital kültüre yön veren yeni iletişim formlarıyla giderek küreselleşmenin ana bileşeni haline gelmiş ve dijitalleşmeye dayalı yeni iletişim sistemlerinin oluşturduğu “ağ toplumu” kavramı modern dünyanın temel birimlerinden birisi haline gelmiştir.<sup>1</sup> “Dijital din” kavramı bu çerçevede çevrimiçi ve çevrimdışı dinî alanların iç içe geçerek harmanlandığı ya da bütünleştiği teknolojik ve kültürel alanı tanımlamak üzere 2000’li yıllardan itibaren kullanılmaya başlamıştır.<sup>2</sup> Geleneksel dinî pratiklerin dijital ortamlara ne ölçüde uyarlandığı ve dijital kültürün dinî grupların gündelik yaşam ve davranış kalıplarını nasıl etkilediğini araştırmayı amaçlayan dijital din araştırmaları günümüzde dindarlığın dönüşümü, dinî kimlik, sanal/dijital dinî cemaatler, dinî ritüeller, dinî bilginin otantikliği ve dinî otoritenin değişimi gibi alt kategorileriyle giderek genişleyen bir literatür oluşturmaktadır. Öyle ki, dinlerin geleneksel olarak sahip olduğu kamusal alanda tezahür eden yapısal unsurlarıyla daha çok özel alana ait olan bireysel uygulamalara artık kaçınılmaz olarak bu iki alanın birleşmesini de mümkün kılan üçüncü bir boyut olarak dijital ortamlar eklenmiştir.

Kuşkusuz dijital kültürün yaygınlaşması ve giderek bilgi kaynakları arasında daha geniş bir yer tutmaya başlaması dinî referansların dönüşümünde de önemli bir rol oynamaktadır. “Dini referans dünyası” kavramı bu makalede yazılı, görsel, işitsel dinî bilgi kaynaklarının yanı sıra bilginin dayandırıldığı otorite kaynaklarını ve bilişsel atıfları içerecek şekilde bilgi, kimlik ve değer yönelimlerini kapsayan geniş bir anlam çerçevesi olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda gençlerin dijital mecralarda

<sup>1</sup> Ağ toplumu hakkında bkz. Manuel Castells, *Enformasyon Toplumu: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Ağ Toplumunun Yükselişi*.

<sup>2</sup> Dijital din kavramı hakkında bkz. Ruth Tsuria and Heidi A. Campbell “Introduction to the Study of Digital Religion”, 1-22.

hangi dinî bilgi formlarıyla buluştuğu, dinî inanç, pratik ve tutumlarının dijital ortamlarda hangi tercih ve yönelimlerle gelişip dönüştüğü sorusu oldukça önemlidir. Dijital mecralar dinî bilginin aktarımında olduğu kadar işleniş ve yayılımında da etkili olmakta ve dinî bilgi kaynaklarını, otorite biçimlerini, dinî değer ve duyarlılıkları dönüştürmekte, bu dönüşüm gündelik hayatta da somut temsillere ulaşmaktadır. Dinin beslediği anlam dünyaları dijitalleşmenin beraberinde getirdiği bireyselleşme ve özgünlük arayışı, bilginin aktarım mecralarının çeşitlenmesi, bilginin güvenilirliğinin giderek daha az sorgulanmasına yol açmaktadır. Dini referanslar söz konusu olduğunda bu durum bilginin otantikliği ve dinî otorite sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu süreç Peter Beyer'in küreselleşmenin etkileri bağlamında ele aldığı "performans dini" kavramsallaştırmasında işaret ettiği gibi daha bireysel ve liberal dindarlık biçimlerini, melez ve müphem yeni dinî kimlikleri teşvik ederken, geleneksel dinî kurum ve yapıların yeni koşullara uyum sağlayamaması durumunda belirgin bir statü ve otorite kaybı yaşamalarını da kaçınılmaz hale getirmektedir.<sup>3</sup> Beyer'e göre küreselleşme sürecinde dinî yapıların kamusal alanda daha fazla yer alarak küresel kültüre bağlanmaları gerekmektedir. Dinin özelleşmesi ve bireyselleşmesi yönündeki küresel baskının aşılması daha fazla dinî bağlılık ve pratikten çok, etkili dinî uygulamaların geliştirilmesine ve bu bağlamda geliştirilen "performans"lara bağlıdır.<sup>4</sup>

Dijitalleşme küresel ölçekte yaygınlaştıkça din ve dijitalleşme arasındaki etkileşim de yeni/özgün kültürlerin farklı desenleriyle yeni terkiplere ulaşmaktadır. Dijital din araştırmalarının başlıca konuları arasında yer alan dinî bilginin dijitalleşmesi konusu da bu çerçevede oldukça önemlidir. Dijital kültürün ortaya çıkardığı yeni dinî örüntüler bilgi ve referans ağlarını köklü bir biçimde etkilerken, dinî yapılar da dijital araçlar sayesinde daha fazla görünür olma, yeni teknolojiler ve iletişim biçimleri geliştirerek dijital ortamlarda etkin birer aktör konumuna erişebilmektedir.

Diyanet İşleri Başkanlığı ve TÜİK tarafından gerçekleştirilen *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*'na göre Türkiye'de 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların dinî bilgi kaynakları arasında %93,8 ile aile ve yakın çevre ilk sırada, %41,5 ile camideki din görevlileri ikinci sırada yer alırken, bunları %30,7 ile örgün eğitim kurumları takip etmektedir. Yine 18-24 yaş

<sup>3</sup> Peter Beyer, *Religion and Globalization*, 21-26.

<sup>4</sup> Beyer, *Religion and Globalization*, 21-26.

aralığındaki katılımcıların %31,7'si televizyon, radyo, gazete, dergi ve internet gibi araçların dinî bilgilerini geliştirme konusunda kendilerini teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. İnterneti dinî bilgi kaynağı olarak gören katılımcıların genel ortalaması %4,8 iken bu oran 18-24 yaş aralığındaki gençlerde %9,4'e yükselmektedir. Eğitim düzeyi arttıkça dinî bilgi kaynağını televizyon, radyo, gazete ve dergi olarak gösterenlerin oranı azalırken interneti dinî bilgi kaynağı olarak görenlerin oranı artmaktadır.<sup>5</sup>

Öte yandan özellikle pandemi sürecinde yaşanan gelişmeler eğitimde dijital araçların kullanımını yaygınlaştırmış ve bilgiye erişimin zorunlu bir bileşeni haline getirmiştir. 2022 yılı itibarıyla ülkemizde internete erişim imkanı olan hane oranı %94,1'dir. İnternete erişimi olan hane oranlarında %98,7 ile İstanbul ilk sırada, %98,3 ile Batı Anadolu (Ankara, Konya, Karaman) ikinci sırada ve %94,4 ile Ege üçüncü sırada gelmektedir.<sup>6</sup> 2023 yılında yayımlanan ve Türkiye'de toplam yetişkin nüfusun dinî inanç, tutum ve davranışlarını cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, yerleşim yeri ve coğrafi bölgelere göre dağılımını inceleyen *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık* (TİDA) raporuna göre dinî bilgi edinme yolları/kaynakları arasında televizyon programları %25,3 oranında biraz ve çok etkili görülürken, internet kaynakları söz konusu olduğunda bu oran %33,6'ya yükselmektedir.<sup>7</sup> Dijital medyanın özellikle gençler arasında giderek daha etkin bir konuma yerleşmesi, dijital din çalışmalarına da yeni bir ivme kazandırmıştır.

Dijitalleşme ve din arasındaki karşılıklı ilişkiler son yıllarda disiplinler arası bir çalışma sahası olarak öne çıkmaktadır. Konuyla ilgili son 20 yıl içinde önemli mesafeler kat eden akademik literatür başlangıçta büyük ölçüde Batı toplumlarının tecrübesini yansıtmaktaydı. Ancak zamanla dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni iletişim biçimlerinin de etkisiyle farklı toplumsal tecrübeler daha derinlemesine araştırılmaya başlamıştır. Bu çerçevede konuyla ilgili ülkemizde yapılan akademik çalışmalar da belirli bir seviyeye ulaşmış durumdadır. Dijital mecraların dindarlık, dinî kimlik, dinî otorite ve cemaatler üzerindeki etkilerine odaklanan dijital din

<sup>5</sup> *Türkiye'de Dinî Hayat Araştırması*, 114-115,133.

<sup>6</sup> "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2022," Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) (11.06.2023).

<sup>7</sup> TİDA verilerine göre televizyon programları dinî bilgi edinme/kaynakları arasında %51,5 oranında hiç etkili görülmezken, %21,5 oranında çok az etkili, %20 oranında biraz etkili, %5,3 oranında çok etkili görülmektedir. İnternet ise %45 oranında hiç etkili görülmemekte, %19,4 oranında çok az, %24 oranında biraz, %9,6 oranında çok etkili olarak görülmektedir. Bkz. Zübeyir Nişancı, *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık*.

literatürü özellikle lisansüstü akademik çalışmalar ekseninde gelişmeye devam etmektedir. Örneğin Mehmet Haberli'nin internet ortamında din olgusunun çeşitli boyutları üzerine yapmış olduğu doktora çalışması din ve internet etkileşiminin ortaya çıkardığı yeni durumlara ve özellikle sanal dinî cemaatlere odaklanmaktadır.<sup>8</sup> Mustafa Derviş Dereli'nin doktora çalışmasında ise dinî kimliklerin sosyal medya platformlarında tezahür etme biçimleri dindarlığın dönüşümü ve akışkanlık bağlamında ele alınmaktadır.<sup>9</sup> İlgili literatürde çevrim içi ve çevrim dışı pratiklerin dikotomik bir yaklaşımla ele alınmasını eleştiren Dereli'nin çalışması çevrim içi ve çevrim dışı pratiklerin kesin bir biçimde ayrıştırılmasının mümkün olmadığına, dolayısıyla artık "sanal" dünyanın gündelik hayatın belli başlı bileşenleri ile birlikte dinî kimlik ve dindarlık örüntülerini de esaslı bir biçimde dönüştürdüğüne dikkat çekmesi açısından oldukça önemlidir. Gençler özelinde yapılmış olan diğer bir çalışma ise Metin Eken'in M nesli özelinde gençlerin kendilerini ve inançlarını internet ve sosyal medya aracılığıyla ifade etme biçimlerini inceleyen doktora tezidir.<sup>10</sup> Eken'in araştırması hem gençler özelinde yapılmış olması hem de sanal dinî bilgi edinme pratiklerini incelemesi sebebiyle bizim çalışmamız açısından karşılaştırılabilir veriler içermektedir.

Daha çok nitel çalışma yöntemlerinin kullanıldığı lisansüstü çalışmaların yanı sıra konumuzla ilgili makale düzeyinde çeşitli araştırmalar da yapılmış ve bu çalışmalarda hem nitel hem de nicel yöntemler kullanılmıştır. Örneğin Vardı'nın 2012 yılında yapmış olduğu araştırmada internet kullanıcılarının dinî içerikli internet sitelerini kullanım düzeyleri ve alışkanlıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.<sup>11</sup> Arıcan ve Arıcı'nın 2021 yılında yapmış oldukları çalışmada ise dinî ve ahlaki bilgilerin aktarıldığı bir ortam olarak sosyal medya araçlarının 15-21 yaş aralığındaki gençlerin din algısı üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.<sup>12</sup>

Dijital din çalışmaları bağlamında son yıllarda yapılan saha araştırmaları gençlerin internet ortamında sunulan dinî içerik ve hizmetlere ilişkin olumlu tutuma sahip olduklarını ve dijital mecraların dini öğrenme ve öğretme amacıyla kullanımının giderek yaygınlaştığını göstermektedir. Ne var ki konuyla ilgili yapılan araştırmalar gençlerin aynı

<sup>8</sup> Mehmet Haberli, *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*.

<sup>9</sup> Mustafa Derviş Dereli, *Sanala Veda Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*.

<sup>10</sup> Metin Eken, *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*.

<sup>11</sup> Recep Vardı, "İnternet Kullanıcılarının Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkları," 101-138.

<sup>12</sup> Sümeyra Arıcan ve Handan Yalvaç Arıcı, "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri," 1062-1106.

zamanda internet ortamında karşılaştıkları dinî içerik ve bilgilerin güvenilirliğini sorguladıklarını ve dijital mecralar aracılığıyla güvenilir bilgiye ulaşmaya çalıştıklarını da ortaya koymaktadır.<sup>13</sup> Örneğin Vardı'nın çalışmasına göre yetişkin kullanıcılar interneti dinî sorumluluklarını yerine getirme, dinî yaşayışa yönelik kısıtlama ve baskılarla mücadele etme, dini tanıtma, dinî bilgi ve öğretici malzemeleri temin etme gibi amaçların yanı sıra dinî bilginin güvenilirliğini ve doğruluğunu sınaama amacıyla da kullanmaktadır.<sup>14</sup>

### 1. Araştırmanın Problemi

Ülkemizde dijital bilgi kaynaklarının yeterliliği, bu bilgi kaynaklarından kimlerin hangi amaçlarla yararlandığı, bir eğitim aracı olarak dijital kaynakların kullanımı, dijital ortamlardan faydalanılırken sahip olunması gereken yeterliliklere ilişkin çalışmalar da oldukça sınırlıdır. Bu tür çalışmalara kaynaklık etmek üzere saha araştırmalarının belirli bir doygunluğa erişmesi oldukça önemlidir. Bu çerçevede dijital bilgi kaynaklarının bilginin dolaşımını olağanüstü boyutlara ulaştırdığı günümüz dünyasında dijital mecraların gençlerin dinî bilgi ve referans dünyaları, dindarlık algı ve yönelimleriyle ilişkisi araştırmanın ana problemi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın alt problemleri ise şu şekildedir:

Gençler dinî bilgiye ulaşmak için hangi dijital mecraları kullanmaktadır?

Gençler dinî bilgi kaynakları arasında dijital medyaya ne sıklıkta başvurmaktadır?

Gençlerin dijital medyada dinî içerikli paylaşımlar hakkındaki görüşleri nelerdir?

Dijital medyada dinî bilginin güvenilirliği konusunda gençlerin görüşleri nelerdir?

Din eğitimi altyapısı olan ve olmayan gençler arasında dijital medyanın dinî bilgi edinme kaynağı olarak kullanımı arasındaki fark ne düzeydedir?

### 2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dijitalleşmenin beraberinde getirdiği akışkan iletişim biçimleri dinî hayatı çeşitli boyutlarıyla dönüştürürken; dinî pratiklerin çevrimiçi platformlara taşınması, geleneksel dinî otorite temsilinin sarsılması, dinî

<sup>13</sup> Amazon firması ölçüm şirketi Alexa verilerine göre 2021 yılında Türkiye'de en çok ziyaret edilen 500 internet sitesi içinde Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 189. sırada yer aldığı ve listenin tek dini bilgi ve kaynak edinme sitesi olduğu belirtilmektedir. Bkz. Fatma Kurttekin, "Bilişim Çağında 'Gençlik, Din ve Değer' Konularını Ele Alan Makaleler Üzerine Bir İnceleme," 783.

<sup>14</sup> Recep Vardı, "İnternet Kullanıcılarının Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkları," 137.

bilginin sahihliği ve yeni bilme biçimlerine bağlı olarak dönüşümü gibi yeni soru ve sorun alanlarını ortaya çıkarmıştır. Din ve yeni medya arasındaki ilişkileri inceleyen dijital din çalışmaları ülkemizde de giderek genişleyen bir araştırma alanı olarak dikkat çekmekte, dinî bilgi kaynaklarının dijitalleşme karşısında dönüşümü ve dijital medya kaynaklarının dinî bilgi aracı olarak kullanımına yönelik alan araştırmaları da bu çerçevede önem kazanmaktadır.<sup>15</sup>

Özellikle pandemi koşullarının eğitim alanında ortaya çıkardığı zorunlu dijitalleşme ortamı bilginin kaynakları, dolaşımı ve etkileşim olanakları konusunda yeni imkan ve riskleri de beraberinde getirmiştir.<sup>16</sup> Gerek eğitimde dijitalleşmenin sunduğu imkanlardan yararlanma düzeyi, gerekse dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni risk alanları kullanıcıların dijital medya araçlarını kullanma yeterlilik ve farkındalığına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Bu durum etkili ve verimli bir dijital medya kullanımının nasıl gerçekleştirilebileceğine ilişkin çalışmalara duyulan ihtiyacı da arttırmaktadır. Bu süreçte özellikle gençlerin dijital medya araçlarını dinî bilgi kaynağı olarak kullanma düzeyleri de diğer bilgi kategorilerinde olduğu gibi yükselmiştir. Dijital medya araçları aracılığıyla ulaşılan dinî bilginin güvenilirliği konusu başta olmak üzere gençlerin dinî konularda hangi dijital mecraları daha çok tercih ettikleri ve bu mecraların gençlerin dinî kimlik tercihlerine ve algılarına etkileri de oldukça önemlidir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı dijital medyanın gençlerin dinî bilgi edinme kaynakları arasındaki yerini çeşitli değişkenler bağlamında ele almak ve gençlerin dinî referanslarının oluşmasına ne tür etkilerde bulunduğunu tespit etmektir. Konuyla ilgili çeşitli düzeylerde nitel ve nicel yöntemlere dayalı olarak yapılan araştırmalar arasında bu çalışma üniversite gençlerinin dinî bilgi edinme süreçlerine odaklanması ve kısmen gençlerde dinî kimliğin oluşum sürecinde dijital kaynakların rolünü ortaya koyması açısından farklılaşmaktadır.

<sup>15</sup> Konuyla ilgili öncü bir sempozyum 2-3 Nisan 2015 tarihinde İstanbul Ticaret Üniversitesi tarafından yapılmıştır. Bkz. Mete Çamdereli ve diğerleri (ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]*, 2015. Ayrıca 2018 yılından bu yana konuyla ilgili müstakil olarak *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)* yayınlanmaktadır.

<sup>16</sup> Konuyla ilgili son yıllarda yapılan çalışmalar küresel pandemi koşullarının özellikle eğitim eksenli dijital bilgi kaynaklarını ve bu kaynakların dolaşımını önemli ölçüde arttırdığını göstermektedir. Ne var ki dijital okur yazarlık ve yeterliliklerin aynı düzeyde geliştiğini söylemek oldukça zordur. Konuyla ilgili bkz. Burcu Eşki ve Çiğdem Tarhan, "Türkiye'de Eğitimde Dijital Dönüşüm: CBS Tabanlı Bir Analiz," 322-336; Aras Bozkurt ve diğerleri, "Dijital Bilgi Çağı; Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim ve Dijital Yeterlilikler," 35-63.



### 3. Araştırmanın Yöntemi

Sahaya dayalı nicel bir araştırma olarak gerçekleştirilen bu çalışmada araştırmacının örneklem üzerinde herhangi bir müdahalede bulunmadan mevcut durumu olduğu gibi ortaya koymaya çalıştığı genel tarama modelleri arasından ilişkisel tarama modeli benimsenmiştir. İlişkisel tarama modelinde birden çok değişken arasındaki ilişkinin yönü belirlenmeye çalışılmaktadır.<sup>17</sup> Bu yöntemle tespit edilen üniversite gençliğinin dijital mecralardan dinî bilgi edinme durumları, cinsiyet, eğitim görülen bölüm, dindarlık başta olmak üzere birçok bağımsız değişkenle olan ilişkisi açısından ele alınmıştır.

### 4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezi üniversite gençliğinin dinî referanslarının/bilgi kaynaklarının biçimlenmesinde dijital medyanın önemli bir yeri olduğudur. Araştırmanın alt hipotezlerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür:

Üniversite gençliği dinî bilgiye ulaşma konusunda dijital mecralara sıklıkla başvurmaktadır.

Dijital medyada dinî bilgi edinme yönelimleri açısından İmam Hatip Lisesi mezunu ya da İlahiyat fakültesi öğrencisi olan katılımcılar ile olmayanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Dijital medyadan dinî bilgi edinme yönelimleri açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Gençlerin dijital medya kaynaklarına duydukları güven ile dinî bilgi kaynağı olarak dijital medyadan faydalanma davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Gençler dinî bilgi edinme konusunda dinî bilginin geleneksel formları yerine dijital medya kaynaklarını kullanmayı tercih etmektedir.

### 5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Türkiye’de 18-25 yaş aralığındaki üniversite öğrencileri, çalışma evreni ise 2022-2023 eğitim-öğretim güz döneminde, Ankara Üniversitesi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve Yıldırım Beyazıt Üniversitesinde eğitim gören öğrencilerdir. Üniversitelerin seçiminde araştırmacıların ulaşım kolaylığı ve katılımcılara erişimde zamandan tasarruf edilmesi dikkate alınmıştır. Araştırmanın örnekleme çalışma evreninden tabakalı örnekleme yoluyla

<sup>17</sup> Ali Şimşek, “Araştırma Modelleri,” 91-92.

seçilen 758 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Tabakalı örnekleme araştırmacının çeşitli değişkenlere göre çalışma evrenini tabakalara ayırarak bu tabakalardan örneklem oluşturduğu bir örnekleme yöntemidir.<sup>18</sup> Örneklem sayısının belirlenmesinde YÖK'ün illere göre üniversite öğrenci sayısını bildiren istatistiğinden faydalanılmıştır. YÖK'ün 2020-2021 eğitim öğretim yılı verilerine göre Ankara'da 311562 üniversite öğrencisi eğitim görmektedir.<sup>19</sup> Çalışma evrenimizi oluşturan Ankara İli üniversite öğrenci sayısı baz alınarak evren büyüklüğüne göre örneklem büyüklüğünü veren hazır örneklem tablosundan yararlanılmıştır. Bu tabloya göre %95 güven aralığı için 384 kişilik örneklem<sup>20</sup> yeterli olmasına rağmen analiz edilecek değişkenler de dikkate alınarak yaklaşık iki katı örneklem oluşturulmuştur. Araştırmada belirlenen üniversitelerde eğitim gören öğrenciler cinsiyet bağlamında tabakalara ayrılarak örneklem seçimi yapılmıştır. YÖK'ün üniversite öğrencileri ile ilgili verilerinde ön lisans ve lisans öğrenimi gören kız öğrenci sayısının erkek öğrencilerden fazla olması<sup>21</sup> dikkate alınarak araştırmamızda da bu durum yansıtılmaya çalışılmıştır.

## 6. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırma verileri dijital ortamda anket tekniği uygulaması ile toplanmıştır. Bu kapsamda 25 sorudan oluşan *Dijital Medyada Gençlerin Dini Bilgi Arayışları* başlıklı bir çevrim içi anket formu<sup>22</sup> hazırlanarak belirlenen örneklem grubuna gönüllülük esasına bağlı kalarak dijital mecralar aracılığıyla ulaştırılmıştır. Katılımcılara araştırmanın duyurulmasında seçilen üniversitelerin dijital bilgilendirme kaynaklarından yararlanılmıştır. Ayrıca Gençlik ve Spor Bakanlığı'ndan alınan izinle öğrenci yurtlarında da öğrencilere araştırmayla ilgili duyurular yapılarak örneklem oluşturulmuştur.

Anketten elde edilen veriler SPSS 21 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans tabloları, Ki-kare anlamlılık testi ve Sperman korelasyon testi kullanılmıştır.

<sup>18</sup> Selim Kılıç, "Örnekleme Yöntemleri," 45.

<sup>19</sup> "Üniversitelerimiz," Yükseköğretim Kurulu, <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz> (23.11.2023).

<sup>20</sup> Şener Büyüköztürk ve diğerleri, *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 101.

<sup>21</sup> "Öğrenci Sayıları Özet Tablosu," Yükseköğretim Kurulu, <https://istatistik.yok.gov.tr/> (23.11.2023).

<sup>22</sup> Anket soruları Ek'te verilmiştir.

## 7. Araştırmanın Bulguları

### 7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ankara'daki beş üniversitenin öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların %40,9'u ( $N=310$ ) erkek, %59,1'i ( $N=448$ ) ise kadındır. Büyük çoğunluğunun (%67,7) İlahiyat dışındaki lisans programlarında eğitim gördüğü örneklemin %25,9'si ( $N=196$ ) İlahiyat lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Mezun olunan lise türüne göre katılımcıların yarısına yakını (%48,5) Anadolu lisesi mezunu iken, %22,7'lik bir oranla imam hatip lisesi ve %14,4'lük bir oranla da fen lisesi mezunları ilk üç sırada yer almaktadır. Katılımcıların cinsiyet, yaş, mezun olunan lise ve eğitim gördükleri bölümü gösteren tablo aşağıdaki gibidir.

Cinsiyet	N	%	Yaş	N	%
Kadın	448	59,1	18	119	15,7
Erkek	310	40,9	19	169	22,3
			20	114	15
<b>Mezun Olunan Lise</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	21	122	16,1
Anadolu Lisesi	368	48,5	22	122	16,1
Fen Lisesi	109	14,4	23	47	6,2
Meslekî ve Tek. Lise	35	4,6	24	33	4,4
İmam Hatip Lisesi	172	22,7	25	32	4,2
Proje İHL	74	9,8			
				N	%
<b>Eğitim Görülen Üniversite Bölümü</b>			Lisans (İlahiyat dışı)	513	67,7
			İlahiyat Lisans	196	25,9
			Ön Lisans (İlahi- yat dışı)	45	5,9
			Ön Lisans İlahiyat	4	0,5

**Tablo1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular**

### 7.2. Din Eğitimi ve Dindarlık ile İlgili Bulgular

Katılımcılara zorunlu eğitim içerisinde din eğitimi dışında aile, cami, Kur'an kursu gibi farklı ortamlarda da din eğitimi alıp almadıkları sorulmuştur. Bu soru ile okul dışında din eğitimi alan ve almayan katılımcıların dijital mecralarda dinî bilgi arayışı açısından aralarındaki farklılıklar incelenmek istenmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcıların %86,3'ü ( $N=654$ ) okul dışında din eğitimi almıştır. Katılımcıların din eğitimi aldıkları ortamların başında %64,9 ile aile gelirken, bunu sırasıyla %57,7 ile cami kursları, %41,2 ile Diyanet dışındaki diğer Kur'an kursları ve %35,4 ile

Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı Kur'an kursları izlemektedir. Din eğitimi konusunda ailenin belirgin olarak öne çıkması daha önce yapılan araştırmaların verileriyle örtüşmektedir.<sup>23</sup>

Bu araştırmada kişisel dindarlık algısı ile dijital mecralardaki dinî bilgi arayışı arasındaki ilişki değerlendirilmek istenmiştir. Bu amaçla katılımcılara dinin kendileri için ne kadar önemli olduğu ve kişisel dindarlık algıları sorulmuştur. İki soruya verilen cevaplar birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların %59,2's için (N=449) din çok önemli, %22,2'si için önemli, %8,8'i için kısmen önemli ve %9,8'i için ise önemli değildir. Ayrıca katılımcıların %50'si kendisini *dindar* ya da *kesinlikle dindar* olarak tanımlamakta, %27,7'si ise *kısmen dindar* olduğunu ifade etmekte, %22,3'ü ise kendisini *dindar* olarak görmemektedir. Bu sonuçlara göre dinin kendileri için önemli ya da çok önemli olduğunu düşünen gençlerin oranı %81,4 iken kendisini dindar olarak tanımlayanların oranı %50'dir. İlahiyat dışı lisans ya da ön lisans bölümlerinden birinde eğitim gören katılımcılardan kendisini dindar olarak nitelendirenlerin oranı %43 iken, lisans ya da ön lisans İlahiyat programlarında eğitim gören katılımcılarda bu oran %68'dir.

Sizce din ne kadar önemlidir?	N	%	Kendinizi dindar olarak tanımlar mısınız?	N	%
Önemli değildir	74	9,8	Kesinlikle Hayır	84	11,1
Kısmen önemlidir	67	8,8	Hayır	86	11,3
Önemlidir	168	22,2	Kısmen Evet	209	27,6
Çok önemlidir	449	59,2	Evet	280	36,9
Toplam	758	100	Kesinlikle Evet	99	13,1
			Toplam	758	100

**Tablo 2. Katılımcıların Dine Verdikleri Önem ve Kişisel Dindarlıklarına Yönelik Görüşleri**

*Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*'na (2013) göre 18-24 yaş aralığındaki gençlerin %83,8'i kendisini dindar ya da oldukça dindar olarak tanımlarken, TİDA raporuna (2021-2022) göre bu oran %47'dir.<sup>24</sup> Çalışmamızda da kendisini dindar olarak nitelendiren katılımcı oranı %50 olmakla birlikte, araştırmanın konusu dijital mecralarda dinî bilgiye ulaşmakla ilgili olduğu ve katılım gönüllülük esasına göre sağlandığı için

<sup>23</sup> Örneğin bkz. *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, 114; Eken, *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*.

<sup>24</sup> 35-44 yaş aralığındaki katılımcılarda bu oran %65 iken, 65 yaş ve üstü katılımcılarda %80'e kadar yükselmektedir.

katılımcıların büyük çoğunluğunun dine önem veren, dinî bilgiye ihtiyaç duyan kişilerden oluştuğu gözlenmektedir.

Çalışma kapsamında ayrıca kendisini dindar olarak nitelendiren gençlere dindarlık tipolojilerinden hangisi ya da hangilerinin kendilerinin dini anlama ve yaşama tarzlarını yansıttığı da sorulmuştur. Çoklu seçeneklerin işaretlenmesine izin verilmesinde öncelikle amaç dinî aidiyet ve kimliğin akışkanlığını tespit etmek ve geleneksel-modern, muhafazakâr-seküler, dindar-dindar olmayan gibi dikotomik ayrımların kimlik tanımlamalarındaki geçerliliğini sorgulamaktır. Bu çerçevede katılımcıların en fazla üç seçeneği işaretlemeleri istenen soruya verilen yanıtları gösteren tablo aşağıdadır.

Dindarlık Tipolojisi	N	%
Geleneksel	219	28,9
Modern	281	37,1
Muhafazakâr	309	40,8
İslamcı	284	37,5
Dindarım ama herhangi bir kategoriye kabul etmiyorum	29	3,8
Dindar değilim	149	19,7

**Tablo 3. Dini Anlama ve Yaşamadaki Anlayışı Yansıtan Dindarlık Tipolojileri**

Tabloda da görüldüğü gibi seçenekler dindarlık kategorilerinin sık kullanılan biçimleri tercih edilmiştir. Bu kategoriler arttırılabileceği gibi farklı kategoriler de tercih edilebilirdi. Ancak elde edilecek bulguların akışkanlığını göstermesi açısından tabloda verilen örneklerle yetinilmiştir. Buna göre katılımcılar arasında en fazla muhafazakâr, İslamcı, modern ve geleneksel dindarlık tipolojilerinin tercih edildiği görülmektedir. Bazı katılımcılar tek bir dindarlık tipolojisini tercih ederken bazı katılımcılar iki, bazıları ise üç kategoriye birden tercih etmişlerdir. Buna göre katılımcıların %29,6'sı ( $N=224$ ), geleneksel, modern, muhafazakâr ve İslamcı dindarlık tipolojilerinden yalnız birisini tercih ederken, %26,1'i ( $N=198$ ) iki tipolojiyi tercih etmişlerdir. Ayrıca muhafazakâr dindarlık tipolojisini benimseme ile İslamcı dindar tipolojisini benimseme arasında düşük düzeyde de olsa ( $r=$

0,304 ve  $p=0,000$ ) pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.<sup>25</sup> Katılımcıların %9,2'si ( $N=70$ ) ise geleneksel, muhafazakâr ve İslamcı dindarlık tipolojilerinin her üçünün aynı anda dini anlama ve yaşama anlayışlarını yansıttığını ifade etmişlerdir. Gençlerin %3,8'i ise ( $N=29$ ) dindar olmakla birlikte bu tarz dindarlık sınıflandırmalarını kabul etmemektedir.

Elde edilen veriler gençlerin kimlik kategorileri arasında aynı anda birbirinden oldukça farklı görünen seçeneklere gidebildiğini ve her biriyle bir şekilde aidiyet kurabildiğini göstermektedir. Bu geçişkenlik ve akışkanlık daha önce yapılan nitel araştırmaların bulgularıyla da örtüşmektedir. Örneğin Eken'in çalışmasına göre gençlerin bir kısmı din ve modernlik arasında bir çatışmadan çok bir uzlaşma zemini aramakta ve modern Müslüman tanımlamasından bir rahatsızlık duymamaktayken, bir kısmı da modernlikle kendi inançlarını bağdaştırmakta zorlandıklarını ifade etmektedir.<sup>26</sup>

### 7.3. Dini Bilgi Kaynakları ile İlgili Bulgular

Araştırmada yer verilen sorulardan biri de gençlerin dinî konulardaki kişisel bakış açılarını oluşturan düşüncelerini nereden edindikleridir. Bu soruya verilen yanıtlara bakıldığında gençlerin dinî bakışlarını oluşturmalarında en fazla aile kurumunun etkili olduğu görülmektedir. Katılımcıların üçte ikisinden fazlası ( $N=587$ ) dinî görüşlerinde ailesinden etkilendiğini ifade etmiştir. Aileden sonra gençlerin dinî görüşleri üzerinde %48,9 ile yazılı dinî bilgi kaynakları, %37,9 ile okul ve %31,5 ile dijital medya araçları gelmektedir. Bu sonuçlara göre gençlerin üçte birinin dinî bakış açılarını oluşturmada dijital medya platformları etkili olmaktadır.

Dijital platformlar dinî bilgi edinme kaynakları arasında giderek daha fazla etkili olmaktadır. 2014 yılında Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından gerçekleştirilen *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*'na göre interneti dinî bilgi kaynağı olarak gören katılımcıların genel ortalaması %4,8 iken bu oran 18-24 yaş aralığındaki gençlerde %9,4'tür.<sup>27</sup> 2023 yılında yayımlanan *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık* (TİDA) raporuna göre dinî bilgi edinme yolları/kaynakları arasında internet %33,6 oranıyla geleneksel medya araçlarını geride bırakmaktadır.<sup>28</sup>

<sup>25</sup> Pete Greasley, *Quantitative Data Analysis Using SPSS*, 80.

<sup>26</sup> *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*.

<sup>27</sup> *Türkiye'de Dinî Hayat Araştırması*, 137.

<sup>28</sup> TİDA verilerine göre televizyon programları dinî bilgi edinme/kaynakları arasında %51,5 oranında hiç etkili görülmezken, %21,5 oranında çok az etkili, %20 oranında biraz etkili, %5,3 oranında çok etkili görülmektedir. İnternet ise %45 oranında hiç etkili görülmemekte, %19,4

Bu çerçevede dinî bilginin otantikliği ve sahihliği bağlamında katılımcılara dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerde aradıkları da sorulmuştur. Araştırma bulgularına göre gençlerin dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerde aradıkları kriterlerin başında %67,9 ( $N=515$ ) ile eleştirel bir bakış açısına sahip olmak gelmekte, bunu %45 ( $N=341$ ) ile ehl-i sünnet itikadına sahip olmak, %21,5 ( $N=163$ ) ile resmi ve sivil hiçbir dinî yapıyla ilişkili olmamak izlenmektedir. Dini konuda görüşlerine güvendiğim kişiler “Diyanet İşleri Başkanlığı görevlisi olmalıdır” diyenlerin oranı %18,9 ( $N=143$ ) iken “İlahiyat fakültesi mezunu olmalıdır” diyenlerin oranı %11,5 ( $N=87$ )’tir. Bu sonuçlara göre katılımcıların dinî konularda güvencikleri kişilerde kurumsal bir kimlikten çok kişisel bazı özellikler aradıklarını, hatta resmi ya da sivil dinî yapılarla ilişkili olmanın bu konuda bir olumsuzluk olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Katılımcıların %18,9’u ( $N=143$ ) dinî konularda görüşlerine güvendiği kişilerin mezhepler üstü bir yaklaşımı olmasını önemseydiğini dile getirmiştir. Mezhepler üstü kavramı son yıllarda özellikle örgün din eğitimi bağlamında ele alınan bir kavramdır. Bu kavramın din eğitimi sahasında iki şekilde yorumlanması mümkündür. Bunlardan ilki herhangi bir mezhepsel ayrıma gitmeksizin dinin temel esaslarının öğretime konu edilmesi, mezhep farklılıklarının ise okul dışındaki aile ya da dinî kurumlara bırakılmasıdır. Diğer bir yaklaşıma göre ise mezhepler üstü kavramı bütün mezheplerin aynı sınıfta aralarında ayırım yapılmadan öğretime konu edilmesi anlamına gelmektedir.<sup>29</sup> Her iki durumda da herhangi bir mezhebin tarafgirliği yapılmadan, mezhep farklılıklarının bir ayrışmaya aracılık etmesine fırsat verilmeden öğretime konu edilmeye çalışıldığını söylemek mümkündür. Katılımcıların yaklaşık 1/5’i görüşlerine güvendikleri kişilerde mezhepler üstü bir anlayışa sahip olması kriterini dile getirmesi, gençler arasında mezhepsel ayrılık yerine dinin birleştiriciliğinin öncelendiği şeklinde yorumlamak mümkündür.

Kişisel dindarlık algıları ile resmi ya da sivil dinî yapılarla ilişkili olmama kriterini tercih etme arasında da anlamlı bir ilişki ( $X^2=102,061$  ve  $p<0,05$ ) vardır. Buna göre kendisini dindar olarak nitelendirmeyen 170 kişinin yaklaşık yarısı ( $N=78$ ) dinî konularda görüşlerine güvenceceği kişilerin resmi ya da sivil hiçbir dinî yapıyla bağlantısının olmamasını istemektedir. Kendisini dindar olarak nitelendiren 379 kişi arasında ise

---

oranında çok az, %24 oranında biraz, %9,6 oranında çok etkili olarak görülmektedir. Bkz. Zübeyir Nişancı, *Sayılarla Türkiye’de İnanç ve Dindarlık*.

<sup>29</sup> Cemal Tosun, “Din Eğitimi-Öğretimi ve Mezhep,” 262.

yalnızca 40 kişi (yaklaşık %10) resmi ya da sivil dinî yapılarla ilişkili olmama kriterini onaylamıştır. Bu durum kendilerini dindar olarak tanımlayan gençlerin resmi ya da sivil dinî yapılar konusunda diğerlerine göre daha olumlu bir yaklaşıma sahip olduklarını göstermektedir. Nitekim kişisel dindarlık algıları ile “Diyanet İşleri Başkanlığı görevlisi olmalıdır” ifadesini kriter olarak belirleme arasında da anlamlı bir ilişki ( $X^2=24,125$  ve  $p<0,05$ ) mevcuttur. Dindar olmayan katılımcılarda Diyanet İşleri Başkanlığı görevlisi olmayı bir kriter olarak tercih etme oranı yalnızca %7 ( $N=12$ )’dir. Kendisini dindar olarak tanımlayan katılımcılar arasında ise bu oran %24 ( $N=92$ )’tür. İlahiyat fakültesi mezunu olmayı dinî konularda görüşlerine güvenilen kişinin sahip olması gereken bir özellik olarak görme kriteri kısmen dindar ve dindar katılımcılar arasında dindar olmayanlara nispetle daha yüksek olmasına rağmen gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak ( $X^2=4,342$  ve  $p>0,05$ ) anlamlı düzeyde değildir. Bu sonuçlara bakarak dindar olsun ya da olmasın tüm gençlerin İlahiyat Fakültesi mezunları hakkındaki düşüncelerinin birbirine yakın olduğunu söylemek mümkündür. Genel toplama bakıldığında da katılımcıların yaklaşık %90’ı için dinî konularda görüşlerine güvenilen kişinin İlahiyat fakültesi mezunu olması gerekli görünmemektedir.

Dinî konularda görüşlerine güvenilen kişilerde eleştirel bir bakış açısına sahip olmayı kriter olarak belirleme ile dindarlık arasında ise ters bir ilişki olduğu görülmektedir. Yani katılımcılar arasında dindarlık arttıkça eleştirel bakış açısına sahip olma kriterini tercih etme oranı düşmektedir. Dindar olmadığını ifade eden 170 katılımcının 135’i (%79’u), kısmen dindar olduğunu belirten 209 kişinin 153’ü (%73’i) ve kendisini dindar olarak ifade eden 379 kişinin 227’si (%59’u) eleştirel bir bakışa sahip olmayı dinî konularda görüşlerine güvenilecek kişide aranan bir kriter olarak görmektedir. Katılımcıların dinî konularda görüşlerine değer verdiği kişilerde aradığı kriterler ve kişisel dindarlık algılarına göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.



Dini Konularda Görüşlerine Güvenilen Kişilerde Aranılan Özellikler	N (Toplam)		N (Dindar Olmayanlarda)		N (Kısmen Dindarlarda)		N (Dindarlarda)	
	N (Toplam)	% (Toplam)	N (Dindar Olmayanlarda)	% (Dindar Olmayanlarda)	N (Kısmen Dindarlarda)	% (Kısmen Dindarlarda)	N (Dindarlarda)	% (Dindarlarda)
Eleştirel Bakışa Sahip Olma	515	67,9	135	79	153	73	227	59
Ehl-i sünnet İtikadına Bağlı Olma	341	45	17	1	81	38	241	63
Hiçbir Dinî Yapıyla İlişkili Olmama	163	21,5	78	45	40	19	40	10
DİB Görevlisi Olma	143	18,9	12	7	39	18	92	24
Mezhepler Üstü Yaklaşımına Sahip Olma	143	18,9	42	24	48	22	53	13
İlahiyat Fakültesi Mezunu Olma	87	11,5	13	7	26	12	46	12

**Tablo 4. Dinî Konularda Güvenilen Kişilerde Aranılan Kriterlerin Kişisel Dindarlığa Göre Dağılımı**

Eğitim görülen bölüm ile dinî konularda güvenilecek kişilerde en çok tercih edilen eleştirel bir bakış açısına sahip olma seçeneğini tercih etme arasında da anlamlı bir ilişki ( $\chi^2=15,030$  ve  $p>0,05$ ) mevcuttur. İlahiyat dışındaki lisans bölümü öğrencilerinde bu kriteri tercih etme oranı %72 iken, İlahiyat lisans öğrencilerinde bu oran %60'tır. İlahiyat dışı ön lisans öğrencilerinde eleştirel bakış açısı kriterini seçme oranı %57 iken, ön lisans İlahiyat öğrencilerinde bu oran %25'tir. Buna karşın ehl-i sünnet itikadına bağlı olmayı İlahiyat lisans öğrencilerinin %59'u tercih ederken, İlahiyat dışındaki lisans öğrencilerinde bu oran %39'a düşmektedir. Aynı şekilde İlahiyat ön lisans öğrencilerinde bu oran %75 iken, diğer ön lisans öğrencilerinde %33'tür. Herhangi bir dinî yapıyla bağlantılı olmama kriterinde de benzer bir durum görülmektedir. İlahiyat lisans öğrencilerinin %08'i bu özelliği tercih ederken, diğer lisans bölümlerinde eğitim gören öğrencilerin %25'i dinî konularda güveneceği kişilerin resmi ya da sivil hiçbir dinî yapıyla ilişkili olmamasını istemektedir.

#### 7.4. Dijital Medya Kullanımı ile İlgili Bulgular

Katılımcıların günlük dijital medya kullanım süreleri ve en çok tercih ettikleri dijital ortamlar sorulmuştur. Verilen yanıtlara bakıldığında

katılımcıların yaklaşık %10'unun dijital ortamlarda geçirdikleri süre 1 saat ve daha azdır. Örneklemin yaklaşık yarısı günlük 2-3 saat dijital ortamlarda vakit geçirirken yaklaşık %40'ı ise 4-5 saat ve daha fazla süreyle dijital mecraları kullanmaktadır. Cinsiyet ve dijital ortamları kullanma arasındaki ilişkiye bakıldığında kadın katılımcıların yaklaşık %72'si ( $N=325$ ) günlük 3 saat ve daha fazla süreyi dijital ortamlarda geçirirken, erkeklerde bu oran %58 ( $N=180$ )'dir. Ki-kare testi sonucuna göre ( $X^2=27,292$  ve  $p<0,05$ ) cinsiyet ile dijital ortam kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. En fazla kullanılan dijital mecraların başında %81,1'lik bir oranla Whatsapp gelirken, onu %71,1 ile Instagram, %69 ile Youtube, %35,1 ile dijital arama motorları ve %28,5 ile Twitter (güncel adıyla X) takip etmektedir.

Kullanım Süresi	N	%
30 dk. ve altı	6	0,8
1 Saat	69	9,1
2 Saat	178	23,5
3 Saat	216	28,5
4 Saat	146	19,3
5 Saat ve fazlası	143	18,9
Toplam	758	100,0

**Tablo 5. Günlük Dijital Ortam Kullanım Süresi**

Katılımcıların dijital ortamlarda dünya görüşlerini paylaşma sıklıkları ve paylaşım yapmada kendilerini ne kadar rahat hissettikleri sorulmuştur. Buna göre dijital ortamlarda dünya görüşünü, inanç ve değerlerini yansıtan paylaşımları çoğunlukla ve her zaman yaptığını ifade edenlerin oranı %15,5'tir. Dijital ortamlarda dünya görüşünü yansıtan paylaşımlar yapma konusunda kendisini çoğunlukla ve her zaman rahat hissedenlerin oranı ise %39,2'dir. İki veri birlikte değerlendirildiğinde dijital ortamlarda kendisini rahat hissettiğini ifade eden katılımcıların yaklaşık %20'sinin dünya görüşünü, inanç ve değerlerini yansıtan paylaşımlar yapmayı tercih etmedikleri görülmektedir. Eğitim görülen bölüm ile dijital ortamlarda dünya görüşünü, inanç ve değerlerini yansıtan paylaşımlar yapma rahatlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ( $X^2= 31,308$  ve  $p<0,05$ ) görülmektedir.

Lisans İlahiyat bölümü öğrencilerinde çoğunlukla ve her zaman rahatlıkla paylaşım yapanların oranı %49 iken, diğer lisans bölümlerinde eğitim gören öğrencilerde dijital ortamlarda dünya görüşünü paylaşırken çoğunlukla ve her zaman rahat hissetme oranı %35'te kalmaktadır. Ayrıca mezun olunan lise türü ile dijital ortamlarda dünya görüşünü yansıtan paylaşımlar yapma rahatlığı arasında da anlamlı bir ilişki olduğu ( $\chi^2=48,573$  ve  $p<0,05$ ) görülmektedir. İmam hatip lisesi ve proje imam hatip lisesi mezunlarında dijital ortamlarda dünya görüşünü yansıtan paylaşımlar yapma konusunda çoğunlukla ve her zaman rahat hissetme oranı %40'ların üzerinde iken diğer liselerden mezun olanlarda bu oran %30'lara düşmektedir.

Dijital Ortamlarda Dünya Görüşünü Yansıtan Paylaşım Yapma Sıklığı	Dünya Paylaşım Sıklığı	%	Dijital Ortamlarda Dünya Görüşünü Rahatlıkla İfade Edebilme	Dünya Paylaşım Sıklığı	%
Hiçbir zaman	194	25,6	Hiçbir zaman	124	16,4
Nadiren	233	30,7	Nadiren	151	19,9
Bazen	206	27,2	Bazen	186	24,5
Çoğunlukla	96	12,7	Çoğunlukla	188	24,8
Her zaman	29	3,8	Her zaman	109	14,4
Toplam	758	100	Toplam	758	100

**Tablo 6. Dijital Ortamlarda Dünya Görüşünü Yansıtan Paylaşımlar**

Dijital ortamlarda dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere katılım durumlarına bakıldığında katılımcıların %46,3'ü hiçbir zaman bu tarz etkinliklere katılmadıklarını beyan etmektedir. Dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere nadiren ve bazen katılım gösterenlerin oranı %41,2'dir. Çoğunlukla ve her zaman çevrimiçi dinî etkinliklere katıldığını ifade edenlerin oranı ise %12,5 gibi oldukça düşük bir orandadır. Cinsiyet, günlük dijital ortam kullanım süresi ve dijital ortamda dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların yaşı ile dinî içerikli çevrim içi etkinliklere katılma sıklıkları arasında düşük düzeyde pozitif korelasyon olduğu ( $r=0,204$  ve  $p<0,01$ )

görülmüştür.<sup>30</sup> Bu sonuca göre yaş ilerledikçe çevrim içi dinî faaliyetlere katılma sıklığının arttığını söylemek mümkündür.

İlahiyat fakültesi öğrencilerinde çevrim içi dinî etkinliklere çoğunlukla ve her zaman katılım oranı %19, diğer lisans bölümlerinde bu oran %10, İlahiyat ön lisans öğrencilerinin dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere çoğunlukla ve her zaman katılma oranı %25, diğer ön lisans öğrencilerinde ise bu oran %4'tür. Gruplar arasındaki fark ( $X^2= 94,499$  ve  $p<0,05$ ) istatistiksel olarak anlamlıdır. İmam hatip ve proje imam hatip liselerinden mezun olanların dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere çoğunlukla ve her zaman katılma oranları %18 iken, diğer liselerden mezun olanlarda bu oran %9'tur. Lise türlerine göre oluşan grupların dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere katılma durumlarında oluşan fark ( $X^2= 57,417$  ve  $p<0,05$ ) anlamlıdır. Çevrimiçi dinî faaliyetlere katılan gençlerin verdikleri cevaplara bakıldığında en fazla tercih edilen ilk üç etkinliğin başında %76,3 ile dinî içerikli sohbet, konferans ve seminerler yer alırken, ikinci sırada %42,2 ile dinî içerikli sohbet grupları ve %33,6 ile sosyal ve siyasi içerikli dinî programlar yer almaktadır.

Gençlere sorulan “Dijital mecralarda araştırdığınız dinî bilgilere kolaylıkla ulaşabildiğinizi düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında yarısından fazlası (%50,4) dijital ortamlarda aradıkları dinî bilgilere çoğunlukla kolayca ulaşabilmektedir. Gençlerin %15,7'si ise dijital ortamlarda aradıkları dinî bilgilere her zaman kolay ulaşabildiklerini, %22,7'si bazen ulaşabildiklerini, %9,1'i nadiren ulaşabildiklerini ve %2,1'i ise hiçbir zaman ulaşamadıklarını beyan etmişlerdir. Cinsiyet ile dijital ortamlarda dinî bilgilere ulaşım kolaylığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ki-kare testi sonuçları ( $X^2= 17,234$  ve  $p<0,05$ ) ile anlaşılmaktadır. “Aradığım dinî bilgilere çoğunlukla ve her zaman kolayca ulaşıyorum.” diyen kadınların oranı %62,5 ( $N=280$ ) iken, erkeklerde bu oran %71,2 ( $N=221$ )'dir. Hiçbir zaman aradığım dinî bilgiye kolayca ulaşamam ve nadiren ulaşıyorum diyen kadınların oranı %12,5 ( $N=56$ ) iken erkeklerde bu oran %9,3 ( $N=29$ )'dur.

<sup>30</sup> Greasley, *Quantitative Data Analysis Using SPSS*, 80.

Dijital Ortamlarda Dinî Bilgiye Ulaşım Kolaylığı	N	%
Hiçbir zaman	16	2,1
Nadiren	69	9,1
Bazen	172	22,7
Çoğunlukla	382	50,4
Her zaman	119	15,7
Toplam	758	100,0

**Tablo 7. Dijital Ortamlarda Dinî Bilgiye Ulaşım Kolaylığı**

Dijital ortamlarda geçirilen günlük vakit ile dinî bilgiye ulaşım kolaylığı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmezken eğitim görülen bölümler ile dinî bilgiye ulaşım kolaylığı arasındaki ilişki istatistiksel olarak ( $X^2= 27,387$  ve  $p<0,05$ ) anlamlıdır. Özellikle İlahiyat dışındaki ön lisans ve lisans öğrencilerinin çoğunlukla ve her zaman kolaylıkla ulaşma oranları arasında önemli bir fark mevcuttur. Ön lisans öğrencilerinin çoğunlukla ve her zaman dijital ortamlarda aranan dinî bilgiye kolayca ulaşma oranı %57 ( $N=26$ ), lisans öğrencilerinde %65 ( $N=317$ ), İlahiyat lisans öğrencilerinde ise %69 ( $N=136$ )'dur.

Dijital ortamdaki dinî bilgi kaynaklarının ne kadar yeterli görüldüğünü tespit etmek için sorulan soruya verilen yanıtlar incelendiğinde örneklemin yaklaşık üçte biri %34,7 ( $N=263$ ) bazen yeterli bulurken, çoğunlukla yeterli bulanların oranı %30,9 ( $N=234$ ), nadiren yeterli görenlerin oranı %20,3 ( $N=154$ )'tür. Dijital medyadaki dinî bilgi kaynaklarını hiçbir zaman yeterli bulmuyorum diyenlerin oranı %8,8 ( $N=67$ ) ve her zaman yeterli görenlerin oranı ise %5,3 ( $N=40$ )'tür. Çoğunlukla ve her zaman dijital bilgi kaynaklarını yeterli görenlerin, toplam katılımcıların üçte birini oluşturduğunu dikkate aldığımızda üniversite öğrencilerinin her üçünden ikisi için dijital bilgi kaynakları tatmin edici düzeyde yeterli değildir. Kadınlarda dijital bilgi kaynaklarını çoğunlukla ve her zaman yeterli görme oranı %31 iken, erkeklerde bu oran %42'dir. Cinsiyete göre dijital bilgi kaynaklarını yeterli görme düzeyi arasında anlamlı bir ilişki ( $X^2= 19,757$  ve  $p>0,05$ ) mevcuttur. Bu verilerin yukarıda verilen dijital mecralarda aranan dinî bilgiye ulaşım kolaylığı ile ilgili verilerle tutarlı olduğu, erkeklere göre dijital mecralarda aradığı bilgiye daha zor ulaştığını ifade eden kadın katılımcıların, dijital bilgi kaynaklarını yeterli görme oranları da yine erkeklere göre daha düşüktür.

Ki-kare testi sonucuna göre eğitim görülen bölüm ile dijital bilgi kaynaklarını yeterli görme düzeyi arasında anlamlı bir ilişki ( $X^2= 35,845$  ve  $p>0,05$ ) vardır. İlahiyat fakültelerinde eğitim gören katılımcılar arasında dijital dinî bilgi kaynaklarını hiçbir zaman yeterli görmeyenlerin oranı %7 ( $N=13$ ), nadiren yeterli görenlerin oranı %17 ( $N=34$ ), bazen yeterli görenlerin oranı %48 ( $N=94$ ), çoğunlukla yeterli görenlerin oranı %23 ( $N=46$ ) ve her zaman yeterli görenlerin oranı ise %5 ( $N=9$ )'tir. İlahiyat dışındaki lisans programlarında eğitim gören gençlerde dijital bilgi kaynaklarını hiçbir zaman yeterli görmeyenler %9 ( $N=45$ ), nadiren yeterli görenler %22 ( $N=113$ ), bazen yeterli görenler %30 ( $N=152$ ), çoğunlukla yeterli görenler %35 ( $N=177$ ) ve her zaman yeterli görenler ise %5 ( $N=26$ ) oranındadır. Çoğunlukla ve her zaman yeterli görenler birlikte değerlendirildiğinde İlahiyat fakültelerinde %28 olan oran, diğer fakültelerde %40'a yükselmektedir. Bu sonucu dinî bilgide aranması gereken kriterler hakkında daha fazla bilgi sahibi olan İlahiyat fakültesi öğrencilerinin diğer fakültelerde eğitim gören öğrencilere göre daha ileri düzeyde dijital dinî bilgi kaynaklarına ihtiyaç duydukları, aynı zamanda tatmin edici dinî bilgiden beklentilerinin diğer bölümlerde eğitim gören öğrencilerden daha yüksek olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür.

Gençlerin dijital ortamlarda araştırma yaptığı inançla ilgili konuların başında "Allah'ın varlığı ve yaratılış (%52), ölüm ve ötesi (%49,9), kaza ve kader (%35,6), ateizm ve deizm (%32,6) melekler ve cinler (%18,6)" ile ilgili konular gelmektedir. Gençlerin dijital ortamlarda ibadet alanına ilişkin en fazla arama yaptığı konuların başında namaz (%71,1), oruç (%44,6), zekât (%28,8), hac ve umre (%20,8) ve kurban (%14,4) gelmektedir. Gençlerin sosyal hayatla ilgili dijital ortamlarda araştırdığı meselelerin başında %73,1 ile kadın ve erkeğin sosyal yaşamdaki rolleri, %54,5 ile aile içi ilişkiler, %43,4 ile giyim kuşam ve tesettür, %32,6 ile faiz, borçlanma, kredi gibi malî konular, %12,8 ile miras ve vasiyet konuları gelmektedir.

Öte yandan katılımcıların dinî konularda güvenilir buldukları dijital mecraların başında %63,7 ile dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerin dijital mecraları gelmektedir. Gençlerin çevrim içi ortamlarda karşılaştıkları dinî konuları görüşlerine güvendikleri kişilere danışmaları ya da doğrudan onların dijital mecralarını takip etmeleri daha önce yapılan araştırmalarda da öne çıkan bir bulgudur.<sup>31</sup> Katılımcıların %50'si Diyanet

<sup>31</sup> Örneğin Dereli'nin görüşme yaptığı katılımcıların tamamı dinî bilginin paylaşıldığı sosyal medya hesabının ya da onu paylaşan kişinin kendisi için önemli olduğunu beyan etmiştir. Bkz. *Sanala Veda Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*. Eken'in araştırmasına göre ise gençler çevrim içi ortamda

İşleri Başkanlığının dijital mecralarını tercih ederken, gençlerin ürettikleri dinî içerikli dijital ortamlar %23'lük bir tercih oranı ile üçüncü sırada yer almaktadır. Dördüncü sırada %16,6 ile arama motorlarında en üst sırada çıkan dijital mecralar, beşinci sırada %16,2 ile İlahiyat fakültelerinin dijital mecraları ve %14,2 ile sivil dinî yapıların mecraları altıncı sırada yer almaktadır.

Sivil dinî yapıların güvenilen dijital mecraların son sırasında yer alması ülkemizde dinî bir cemaat kisvesi altında faaliyet gösteren Fetullahçı Terör Örgütü (FETÖ/PDY)'nin 15 Temmuz 2016'da gerçekleştirdiği darbe girişimiyle yakından ilişkili görünmektedir. Nitekim Karslı'nın 2018 yılında Trabzon Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencileri üzerine yaptığı araştırmanın bulguları da darbe girişiminin gençlerin "din" ve "cemaat" algılarını olumsuz yönde etkilediğini şüphe, korku ve nefret duygularına yol açtığını doğrulamaktadır.<sup>32</sup>

Dini Bilgiler Konusunda Güvenilir Bulunan Dijital Mecralar	N	%
Arama Motorunda Üstte Çıkan Dijital Mecralar	126	16,6
Diyanet İşleri Başkanlığının Dijital Mecraları	379	50
Sivil Dini Yapıların Dijital Mecraları	108	14,2
Gençlerin Ürettiği Dijital Mecralar	174	23
Dini Konularda Güvenilen Kişilerin Dijital Mecraları	483	63,7
İlahiyat Fakültelerinin Dijital Mecraları	123	16,2

**Tablo 8. Dini Bilgiler Konusunda Güvenilir Bulunan Dijital Mecralar**

En fazla tercih edilen dinî konularda görüşlerine güvenilen kişilerin dijital mecraları seçeneğinin eğitim görülen bölüm ile ilişkisine bakıldığında gerek İlahiyat ve gerekte İlahiyat dışı lisans ve İlahiyat dışı ön lisans öğrencileri tarafından tercih edilme oranları %60 ve üzerindedir. Ön lisans İlahiyat öğrencilerinde de bu oran %50'dir. Bu seçeneğin cinsiyet, yaş, mezun olunan lise türü ve eğitim görülen bölümlerle ilişkisine bakıldığında

karşılaştıkları dinî bilgileri tanıdıkları ve otoritesine güvendikleri alim, hoca ve benzeri şahısların görüşleriyle kıyaslamaktadır. Bkz. *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*.

<sup>32</sup> Necmi Karslı, "FETÖ Darbe Girişiminin Gençlerin Din ve Cemaat Algısı Üzerindeki Etkisi: Trabzon İlahiyat Fakültesi Örneği".

ise gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı, tercih edilme oranlarının birbirine yakın ve yüksek olduğu görülmektedir.

İlahiyat dışında herhangi bir lisans programında eğitim görenlerin %47'si Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dijital mecralarını güvendiği dijital mecralar arasında görünürken, İlahiyat lisans öğrencisi olanlar arasında bu oran %77'ye yükselmektedir. Cinsiyet, dindar olup olmama, dindarlık tipolojileri, okul dışında din eğitimi alma, mezun olunan lise, dijital ortamları kullanma süresi değişkenleri ile Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dijital mecralarını güvenilir bulma eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

İlahiyat fakültelerinin dijital mecralarının İlahiyat dışındaki lisans bölümlerinden birinde eğitim gören öğrencilerde tercih edilme oranı %9 ( $N=47$ ), İlahiyat lisans öğrencileri tarafından tercih edilme oranı ise %58 ( $N=72$ )'dir ve gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak ( $X^2= 84,105$  ve  $p<0,05$ ) anlamlıdır. Bu sonuçlara göre İlahiyat fakültesinin dijital mecralarının daha çok bu alanda eğitim gören gençler arasında tercih edilmesine rağmen, bu alanda uzman olan kişiler dışındaki katılımcılara daha az hitap ettiği anlaşılmaktadır. Elbette bu durum yüksek din eğitimi kurumları olarak İlahiyat fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin mesleki ilgi ve eğilimleriyle yakından ilgilidir. Bu mecralarda dinî bilginin, temel İslam bilimleri, Arapça gibi alana özgü birtakım yeterliliklere sahip insanların anlayabileceği akademik bir dil ile sunulması sebebiyle örneklemin çoğunluğuna hitap etmemesi anlaşılabilir bir durumdur. Ayrıca bu sonucu, dinî bilgide uzmanlığın İlahiyat fakültesi öğrencileri tarafından daha fazla önemsendiği şeklinde yorumlamak da mümkündür.

Gençlerin ürettiği dijital mecraları güvenilir dinî bilgi kaynağı olarak görenlerin toplam katılımcılar içerisindeki oranı %23 ( $N=174$ )'tür. Bu sonuca göre akranlarının gündemlerini ve iletişim dillerini herkesten daha iyi bilen gençlerin hazırlamış oldukları dijital mecralar, yaklaşık her dört gençten biri tarafından dinî bilgide güvenilir olarak görülmektedir. Örneklemin %94'ünü oluşturan lisans öğrencilerinden İlahiyat dışı bir alanda eğitim görenlerin, gençlerin ürettiği dijital mecraları tercih etme oranları %25 ( $N=131$ ), İlahiyat fakültelerinde eğitim görenlerin tercih etme oranları ise %20 ( $N=33$ )'dir. Eğitim görülen bölümlere göre gençlerin ürettiği dijital mecraların tercih edilmesine göre oluşan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark ( $X^2= 7,286$  ve  $p>0,05$ ) tespit edilememiştir. Sivil dinî yapıların dijital mecralarını güvenilir dinî bilgi kaynağı olarak gören gençlerin oranı ise %14,2 ile son sıradadır.



Güvenilir Olarak Görülen Dijital Mecralar	Eğitim Görülen Bölüm					Toplam	
		İlahi-yat Dışı Lisans N	İlahi-yat Li-sans N	İlahi-yat Dışı Ön lisans N	Ön Li-sans İlahi-yat N	N	%
Dini Konularda Görüşlerine Güvenilen Kişilerin Mecraları		322	132	27	2	483	63,7
Diyanet İşleri Başkanlığının Dijital Mecraları		251	110	16	2	379	50
Gençlerin Ürettiği Dijital İçerikler		131	33	10	0	174	23
Arama Motorlarında Üst Sıralarda Görünen Dijital Mecralar		103	15	7	1	126	16,6
İlahiyat fakültelerinin Dijital Mecraları		43	72	7	1	123	16,2
Sivil Dini Yapıların (dernekler, vakıflar, dinî cemaatler) Dijital Mecraları		66	35	6	1	108	14,2

**Tablo 9. Dijital Ortamlarda Güvenilir Olarak Görülen Dijital Mecralar ve Eğitim Görülen Bölüm İlişisini Gösteren Çapraz Tablo Sonuçları**

Gençlerin dinî konularda görüşlerine güvenecekleri kişide aradıkları kriterlerin ilk sırasında yer alan eleştirel bakış açısına sahip olma kriteri ile dinî konularda tercih edilen dijital mecraların ilişkisine bakıldığında tutarlı bir durum sergilendiği görülmektedir. Eleştirel bakış açısı arayan gençlerin dinî konularda ilk sırada tercih ettikleri dijital mecralar %63'lük bir oranla görüşlerine güvendikleri kişilerin dijital mecralarıdır. Bu grubun tercih ettiği dijital mecralarda ikinci sırayı %48 ile Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dijital mecraları, üçüncü sırayı da %24 ile gençlerin ürettikleri dijital mecralar takip etmektedir. Dini konularda görüşlerine güvenecekleri kişilerde eleştirel bir bakış açısı arayan gençlerin kendilerinin de dijital ortamda karşılarına gelen bilgilerde güvenilirlik, yetkinlik, doğruluk, tarafsızlık aradıklarını söylemek mümkündür. Zira bu kriteri seçen gençlerin arama motorlarında üst sırada yer alan dijital mecraları tercih etme oranı %16, sivil dinî yapıların dijital mecralarını tercih etme oranları da %12'dir.

Katılımcıların %60,1 (N=455)'i dijital ortamlarda ulaştığı dinî bilgileri yazılı kaynaklardan da çoğunlukla veya her zaman kontrol ettiklerini beyan ederken, %24,7 (N=187)'si yazılı kaynaklara bazen başvurduklarını ifade

etmektedir. Bu durum daha önce yapılmış olan araştırmaların bulgularıyla da örtüşmektedir.<sup>33</sup> Dijital ortamlarda ulaştığı dinî bilgileri yazılı kaynaklarla karşılaştırma ihtiyacı duymayanların oranı %3,7 (N=28) ve nadiren ihtiyaç duyanların oranı ise %11,6 (N=88)'dir. Cinsiyet, yaş, mezun olunan lise, okul dışında din eğitimi alıp/almama değişkenleri ile dijital ortamlarda elde edilen bilgileri yazılı kaynaklardan doğrulama davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, eğitim görülen bölüm ( $X^2= 24,998$  ve  $p<0,05$ ) ile anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. İlahiyat dışında bir bölümde lisans eğitimi alanlarda dijital ortamda ulaşılan bilgileri her zaman ve çoğunlukla kontrol edenlerin oranı %58 (N=300)'dir. İlahiyat lisans bölümünde dijital bilgilerin yazılı kaynaklardan her zaman ve çoğunlukla kontrol edilme oranı ise %69 (N=137)'dur. İlahiyat fakültesinde okuyan ya da buradan mezun olan kişilerin diğerlerine göre dinî içerikli bilgileri olduğu gibi kabul etme konusunda daha sorgulayıcı olması daha önce yapılan bazı araştırmaların bulgularıyla da örtüşmektedir.<sup>34</sup>

Günlük dijital ortam kullanma süresi ile yazılı kaynaklardan dijital ortamlarda ulaşılan bilgilerin teyit edilmesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ki-kare testi ( $X^2=49,772$  ve  $p<0,05$ ) sonucu ile anlaşılmakta ve Spearman korelasyon testi ( $r=-0,194$  ve  $p<0,01$ ) ile de dijital ortamlarda geçirilen süre ile yazılı bilgi kaynaklarından teyit etme davranışı arasında düşük düzeyde ters yönlü bir ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır.<sup>35</sup> Bu sonuca göre dijital mecralarda geçirilen vakit arttıkça, bu ortamlarda ulaşılan bilgilerin yazılı kaynaklardan teyit edilme ihtiyacı azalmaktadır. Bu durumu dijital ortamlarda fazla vakit geçiren öğrencilerin bu ortamlara daha fazla güven duydukları ya da yazılı kaynaklara erişimde bir eksiklik ya da isteksizlik yaşadıkları şeklinde yorumlamak mümkündür.

Dini konularda güvenilecek kişide aranan kriterler ile dijital ortamlarda erişilen bilgileri yazılı kaynaklardan test etme ilişkisine bakıldığında, Diyanet İşleri Başkanlığı görevlisi olmalı kriterini seçenlerin %56'sı, Ehl-i Sünnet itikadına bağlı olmalı seçeneğini işaretleyenlerin %59'u, mezhepler üstü bir yaklaşımı olmalı seçeneğini işaretleyenlerin %66'sı, İlahiyat fakültesi mezunu olmalı seçeneğini işaretleyenlerin %61'i, hiçbir dinî yapıyla ilişkili olmamalı seçeneğini işaretleyenlerin %57'si, eleştirel bir

<sup>33</sup> Örneğin Eken'in çalışmasına göre gençler internet kaynaklı dinî bilgileri güvenilir buldukları yazılı kaynaklardan kontrol ettiklerini ifade etmişlerdir. Bkz. *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*.

<sup>34</sup> Bkz. *Sanala Veda Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*.

<sup>35</sup> Greasley, *Quantitative Data Analysis Using SPSS*, 80.

bakış açısına sahip olmalı seçeneğini işaretleyenlerin ise %61'i dijital ortamlardaki bilgileri yazılı kaynaklardan çoğunlukla ve her zaman kontrol ettiklerini ifade etmektedir.

Dini konularda güvenilecek kişilerde mezhepler üstü bir yaklaşım arayışında olanların yazılı kaynaklara başvuru yapma oranlarının diğer gruplardan yüksek olduğu, yine bu grupta dijital ortamlarda ulaşılan bilgileri "Hiçbir zaman kontrol etmem ile nadiren kontrol ederim." diyenlerin oranının en düşük (%12) oranda olduğu görülmektedir. Bu grubu eleştirel olmalı kriterini seçenler takip etmektedir ve bu grupta da yazılı kaynak kontrolünü hiçbir zaman yapmayanların ve nadiren yapanların grup içerisindeki oranı %14'tür. Dolayısıyla dinî konularda güvenilecek kişilerle ilgili beklentisi yüksek olan gençlerin, kendilerinin de doğru bilgiye ulaşma konusunda daha seçici davrandıkları anlaşılmaktadır.

### **Sonuç**

Dijital din araştırmalarının giderek kapsamlı bir literatür oluşturmaya başladığı günümüzde yerel ve özgün saha araştırmalarına duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Dini bilginin dolaşımında giderek etkisini arttıran dijital platformların kullanıcıların dinî kimlik ve referans dünyası üzerindeki etkileri bugüne kadar çeşitli saha araştırmalarına konu olmuştur. Bu çalışmada ise dijitalleşmenin gençlerin dinî bilgi kaynakları ve dinî referans dünyası üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Katılımcılar Ankara'nın farklı üniversitelerinde eğitim gören ve yarısından fazlası günlük 3 saat ve daha fazla zamanını dijital ortamda geçiren gençlerden oluşmaktadır.

Araştırmamıza katılan gençlerin büyük bir bölümü için önem verilen bir olgu olan dinle ilgili düşünceleri üzerinde en önemli faktör aile olmakla birlikte yaklaşık üçte biri dinî düşüncelerinin oluşumunda dijital mecraların etkisinin olduğunu beyan etmektedir. Dolayısıyla gençlerin dinî referanslarının biçimlenmesinde dijital medyanın etkisi olduğuna dair hipotezimizin belli bir oranda doğrulandığını söylemek mümkündür.

Araştırmamızda İlahiyat fakültesi öğrencilerinin dijital mecralardaki dinî bilgi kaynaklarını yeterli görme oranı diğer fakültelerde eğitim gören öğrencilere göre belirgin bir şekilde düşük olduğu saptanmıştır. Bu durum İlahiyat fakültesi öğrencilerinin diğer fakültelerde eğitim gören öğrencilere göre daha ileri düzeyde dijital dinî bilgi kaynaklarına ihtiyaç duyduklarını, aynı zamanda tatmin edici dinî bilgiden beklentilerinin diğer bölümlerde eğitim gören öğrencilerden daha yüksek olduğunu ve bu beklentilerinin mevcut dijital mecralarca yeterince karşılanmadığını ortaya koymaktadır.

Bu sonuçla birlikte araştırmamızda dijital medyadan bilgi edinme yönelimleri açısından İlahiyat fakültesi öğrencileri ile diğer bölümlerde eğitim gören öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık olacağına dair hipotezimizin doğrulandığı görülmektedir.

Araştırma hipotezlerimizden biri olan cinsiyet ile dijital mecralardan bilgi edinme yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotezimizin kısmen doğrulandığını söylemek mümkündür. Zira günlük 3 saat ve daha fazla süreyle dijital ortamlarda vakit geçirme oranı kadın katılımcılarda erkek katılımcılara göre daha yüksek iken, kadınlarda dijital mecraları yeterli görme oranı erkeklere göre daha düşüktür. Ayrıca erkek katılımcılarda kadın katılımcılara nispetle dijital mecralarda aradıkları bilgiye çoğunlukla ve her zaman ulaştığını beyan etme oranı daha yüksek iken, dijital mecralardan elde edilen bilgiyi yazılı kaynaklardan teyit etmede ve dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere katılımında cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Araştırmanın dikkat çekici bulguları arasında gençlerin dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerde aradıkları özellikler yer almaktadır. Katılımcıların dinî konularda eleştirel bir bakış açısına sahip olmayı en yüksek oranda bir kriter olarak belirlediklerine dair ulaştığımız bulgu, gençlerin resmi ya da sivil dinî söylemlere, temsillere ve algılara ilişkin beklentilerinin bir göstergesi olması bakımından önem arz etmektedir. Ehl-i sünnet itikadına sahip olma kriterinin ikinci sırada yer alması ise bu beklentinin sınırlarına işaret eden bir diğer önemli bulgudur. Öte yandan kurumsal kimliklerin daha alt düzeyde tercih edilmesi ve bunun yerine kişisel özelliklerin öne çıkması da dijital kültürün dönüştürücü etkileri bağlamında dikkat çekicidir.

Gençlerin dinî konularda güvenilir buldukları dijital mecralar söz konusu Eken'in ve Dereli'nin bulgularıyla benzer şekilde ilk iki sırada dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerin dijital mecraları ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dijital mecraları gelmektedir. Bu durum sahih dinî bilgi konusunda bir taraftan karizmatik dinî otoritelerin önemini ortaya koyarken öbür taraftan kurumsal dinî otorite olarak Diyanet İşleri Başkanlığının gençler arasında saygınlığını koruduğunu göstermektedir. Bununla birlikte dindar değilim diyen katılımcıların büyük bir kısmının dinî konularda görüşlerine güvendikleri kişilerin resmi ya da özel hiçbir kurumla ilişkili olmamasını tercih etmelerinin üzerinde düşünülmesi ve dinin kurumsal temsili noktasında bu duruma yol açan sebeplerin araştırılması gerekmektedir.

Kuşkusuz dijital platformlarda yer alan dinî bilgi kaynaklarının güvenilirliği konusu oldukça önemlidir ve internet kullanıcılarının en fazla tercih ettikleri dijital platformlar da ciddi zaafı taşımaktadır. Öte yandan kullanıcıların karşılaştıkları dinî bilginin güvenilirliğini sorgulama ve güvenilir bilgiye nasıl ulaşabileceği konusunda yeterli donanıma sahip olması da oldukça güçtür. Bu durum öncelikle dijital platformlarda kaynak, içerik ve yetkinlik gibi temel kriterlerin yoksunluğuyla ilgilidir. Ayrıca dijital mecraların taşıdığı potansiyel sorun ve risk alanlarıyla ilgili toplumsal farkındalık düzeyi de oldukça düşük olması da önemli bir sorun alanı olarak görünmektedir. Öte yandan sayıları her geçen gün artan dinî içerikli platformlar da doğru ve güvenilir dinî bilgi sorununu gidermemekte, aksine daha da derinleştirmektedir. Dini bilgiye ulaşma konusunda geniş imkanlar sunan internet, diğer disiplinlerde olduğu gibi dinî alanda da kasıtlı ya da kasıtlı olmaksızın yanlış, taraflı ya da eksik dinî bilginin dolaşıma girmesine aracılık etmekte; bu durum kimi kullanıcıları bir şüphe ve sorgulama davranışına sevk ederken, kimi kullanıcılar tarafından ise sorgulanmaksızın kabul görmektedir. Bu çerçevede Dereli ve Eken'in çalışmalarında da vurgulandığı gibi başta İmam Hatip liseleri ve İlahiyat fakülteleri olmak üzere örgün eğitim kurumları ile üniversitelerde dinî medya okuryazarlığı derslerinin müfredata dahil edilerek dijital ortamlarda yer alan dinî bilginin otantikliği ve sahihliği konusunda kullanıcıların bilinçlendirilmesi oldukça önemlidir.

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dijital mecraları olmak üzere dinî bilginin dolaşımını sağlayan ve kullanıcılar tarafından otorite olarak kabul edilen dijital ortamların hem içerik yönünden hem de yaygınlığı sağlayacak teknik donanımlar açısından zenginleştirilmesi ve güçlendirilmesi gerekmektedir. Öte yandan her düzeyde dijital medya kullanıcısının kolaylıkla ulaşabileceği kullanıcı dostu uygulamaların geliştirilmesi ve yaygın olarak kullanılan dijital platformlara eklenmesi de daha geniş bir etki alanı oluşturmak açısından önem taşımaktadır.

<b>Çıkar Çatışması / Conflict of Interest:</b>	Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. / The authors declared that there is no conflict of interest.
<b>Finansal Destek / Grant Support:</b>	Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmiştir. / The authors declared that this study has received no financial support.
<b>Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:</b>	Bu araştırma, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Alt Etik Kurulu onayı ile yapılmıştır. Tarih: 11.10.2022, Karar no: 53832. / This research is conducted with the permission of the Humanities Ethics Committee of Ankara University, decree no: 11.10.2022, 53832.
<b>Yazar Katkıları / Author Contributions:</b>	Sibel Kandemir %50, Hicret K. Toprak %50

## KAYNAKÇA

- Arıcan, Sümeyye ve Handan Yalvaç Arıcı. "Sosyal Medyanın Gençlerin Din Algısına Etkileri." *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8:2 (2021): 1062-1106.
- Beyer, Peter. *Religion and Globalization*. London: Sage Publications, 1994.
- Bozkurt, Aras, Nazire Burçin Hamutoğlu, Ayşegül Liman Kaban, Gülşah Taşçı ve Mona Aykul. "Dijital Bilgi Çağı: Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim ve Dijital Yeterlilikler." *Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi* 7:2 (2021): 35-63.
- Bunt, Gary R. *Islam in the Digital Age: e-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*. London: Pluto Press, 2003.
- Büyüköztürk, Şener, Ebru Kılıç Çakmak, Özcan Erkan Akgün, Şirin Karadeniz ve Funda Demirel. *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi, 2023.
- Campbell, Heidi A. and Tsuria, Ruth. "Introduction to the Study of Digital Religion". *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. (ed) Heidi A. Campbell and Ruth Tsuria, New York: Routledge, 2012.
- Castells, Manuel. *Enformasyon Toplumu: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Ağ Toplununun Yükselişi*. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.
- Çamdereli, Mete, Betül Öney Doğan ve Nihal Kocabay Şener. (ed.). *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]*. İstanbul: Köprü, 2015.
- Dereli, Mustafa Derviş. *Sanala Veda Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*. Ankara: Nobel Akademi Yayınları, 2020.
- Eken, Metin. *Çevrim İçi Dindarlık: M Neslinin İnanç Pratikleri*. Ankara: Nobel, 2021.
- Eşki, Burcu ve Çiğdem Tarhan. "Türkiye'de Eğitimde Dijital Dönüşüm: CBS Tabanlı Bir Analiz." *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 24 (2022): 322-336.
- Haberli, Mehmet. *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım, 2014.
- "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2022." Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki->

- Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastırması-2022-45587  
(17.06.2023).
- Karlı, Necmi. "FETÖ Darbe Girişiminin Gençlerin Din ve Cemaat Algısı Üzerindeki Etkisi: Trabzon İlahiyat Fakültesi Örneği," *Bilimname* 37 (2019): 1187-1210.
- Kılıç, Selim. "Örnekleme Yöntemleri." *Journal of Mood Disorders* 3:1 (2013): 44-46.
- Lövheim, Mia. "Young People, Religious Identity and the Internet." *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. ed. Lorne L. Dawson ve Douglas E. Cowan, içinde 59-74. London: Routledge, 2004.
- Nişancı, Zübeyir. *Sayılarla Türkiye'de İnanç ve Dindarlık*. İstanbul: Mahya, 2023.
- "Öğrenci Sayıları Özet Tablosu." Yükseköğretim Kurulu. <https://istatistik.yok.gov.tr/> (23.11.2023)
- Şimşek, Ali. "Araştırma Modelleri." *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, ed. Ali Şimşek, içinde 80-106. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2018.
- Temel, Mustafa, Metin Eken ve Hakan Aydın "İnternet Üzerinden Dini Bilgi Edinme Süreci ve Eleştirel Yeterlilikler: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme." *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11:59 (2018): 1121-1130.
- Tosun, Cemal. "Din Eğitimi-Öğretimi ve Mezhep." *Journal of Islamic Research* 29:2 (2018): 257- 267.
- Türkiye'de Dinî Hayat Araştırması*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014.
- "Üniversitelerimiz." Yükseköğretim Kurulu. <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz> (23.11.2023).
- Vardı, Recep. "İnternet Kullanıcılarının Dini İçerikli Kullanım Alışkanlıkları." *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (2012): 101-138.

## EK: “Dijital Medyada Gençlerin Dini Bilgi Arayışları” Anket Soruları

1. Cinsiyetiniz?

- Kadın  Erkek

2. Yaşınız?

- 18  19  20  21  
 22  23  24  25

3. Eğitim gördüğünüz üniversite?

- Ankara Üniversitesi  Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi  
 Gazi Üniversitesi  Hacettepe Üniversitesi  
 Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

4. Eğitim gördüğünüz bölüm?

- Lisans (İlahiyat dışındaki lisans programları)  Lisans (İlahiyat)  
 Ön Lisans (İlahiyat dışındaki ön lisans programları)  Ön Lisans (İlahiyat)

5. Mezun olduğunuz lise?

- Fen Lisesi  Anadolu Lisesi  Mesleki ve Teknik Lise  
 İmam Hatip Lisesi  Proje İmam Hatip Lisesi

6. Okul dışında din eğitimi aldınız mı? (Bu soruya cevabınız hayır ise bir sonraki soruyu boş bırakınız.)

- Evet  Hayır

7. Okul dışında din eğitimi aldıysanız nerede aldınız? Lütfen en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Aile  
 Kur'an Kursu (Diyaret İşleri Başkanlığı)  
 Kur'an Kursu (Diğer)  
 Camii kursları  
 Diğer

8. Dijital medya araçlarından en çok kullandığınız üç platformu işaretleyiniz.

- Dijital Arama Motorları (Google, Bing, Yahoo, Yandex, Firefox gibi)  
 Twitter  Facebook  Instagram  
 Youtube  Tiktok  Whatsapp

9. Dijital ortamları kullandığınız günlük toplam süre ortalama ne kadardır?

- 30 dakika ve altı  1 saat  
 2 saat  3 saat  
 4 saat  5 saat ve daha fazla

10. Dijital ortamlarda dünya görüşünüzü, inanç ve değerlerinizi ortaya koyan paylaşımlar yapar mısınız?

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman



11. Dijital ortamlarda dünya görüşünüzü, inançlarınızı ve değerlerinizi rahatlıkla ifade edebildiğinizi düşünüyor musunuz?

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman

12. Dijital ortamlarda gerçekleştirilen dinî içerikli çevrim içi faaliyetlere (seminer, konferans, sohbet, vb.) katılır mısınız? Bu soruya yanıtınız "hiçbir zaman" ise sonraki soruyu boş bırakınız.

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman

13. Dini içerikli çevrim içi faaliyetlere katılıyorsanız katılım sıklığınıza göre ilk üç sırada yer alan faaliyetleri işaretleyiniz.

- Dinî içerikli sohbet, seminer, konferans vb.  
 Dinî soru-cevap (fetva) içerikli programlar  
 Dinî içerikli sohbet grupları  
 Siyasi ve sosyal içerikli dinî programlar  
 Diğer

14. Sizin için din ne kadar önemlidir?

- Önemli değildir  Kısmen önemlidir  Önemlidir  Çok önemlidir

15. Kendinizi dindar olarak tanımlar mısınız?

- Kesinlikle hayır  Hayır  Kısmen  Evet  Kesinlikle evet

16. Kendinizi dindar olarak tanımlıyorsanız aşağıdaki ifadelerden hangisi ya da hangileri dini anlama ve yaşama tarzınızı yansıtmaktadır? Lütfen en fazla üç seçenek işaretleyiniz

- Geleneksel  Modern  Muhafazakar  
 İslamcı  Liberal  Dindar değişim  Diğer

17. Dini konularda kişisel bakış açınızı oluşturan düşünceleri nereden edindiniz? Lütfen en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Aile  
 Okul  
 Sivil dinî kurumlar (Dernek, cemaat, tarikat, vakıf vb.)  
 Resmi dinî kurumlar (Diyanet İşleri Başkanlığına bağlı kurslar vb.)  
 Yazılı dinî bilgi kaynakları (İlmihaller, dinî içerikli kitaplar, dergiler vb.)  
 Geleneksel medya araçları (Televizyon, radyo, gazete, dergi vb.)  
 Dijital medya araçları (Web siteleri, sosyal ağlar vb.)

18. Dinî konularda görüşlerine güvendiğiniz kişiler hakkında kriterleriniz nelerdir? Lütfen en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Diyanet İşleri Başkanlığı görevlisi olmalıdır.  
 İlahiyat Fakültesi mezunu olmalıdır.  
 Cemaat mensubu olmalıdır.  
 Tarikat mensubu olmalıdır.  
 Eleştirel bir bakış açısına sahip olmalıdır.  
 Resmi ya da sivil hiçbir dinî yapıyla organik bağı olmamalıdır.  
 Ehl-i sünnet itikadına bağlı olmalıdır.  
 Mezhepler üstü bir yaklaşımı olmalıdır.  
 Diğer

19. Dijital mecralarda araştırdığınız dinî bilgilere kolaylıkla ulaşabildiğinizi dűřünüyor musunuz?

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman

20. Dijital mecralardaki dinî bilgi kaynaklarının yeterli olduđunu dűřünüyor musunuz?

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman

21. Dijital ortamlarda din/inanç alanı ile ilgili hangi konularda araştırma yaparsınız? Lütfen araştırma sıklığına göre en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Allah'ın varlığı ve yaratılış  
 Ateizm ve Deizm  
 Kaza ve Kader  
 Ahiret, ölüm, kabir hayatı, kıyamet günü vb.  
 Melekler ve cinler vb.  
 Diğer

22. Dijital ortamlarda din/ibadet alanı ile ilgili hangi konularda araştırma yaparsınız? Lütfen araştırma sıklığına göre en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Namaz  
 Oruç  
 Zekat  
 Hac ve umre  
 Kurban  
 Diğer

23. Dijital ortamlarda din/sosyal hayat alanı ile ilgili hangi konularda araştırma yaparsınız? Lütfen araştırma sıklığına göre en fazla üç seçenek işaretleyiniz.

- Aile içi ilişkiler  
 Sosyal yaşamda kadın ve erkek rolleri  
 Tesettür ve giyim-kuşam  
 Faiz, borçlanma, banka kredisi, bitcoin vb.  
 Miras, vasiyet vb.  
 Diğer

24. Dijital ortamda araştırdığınız dinî bilgiler konusunda güvenilir bulduğunuz en fazla üç mecrayı işaretleyiniz.

- Arama motorlarında en üst sıralarda görűntűlenen mecralar  
 Diyanet İşleri Başkanlığı dijital mecraları  
 Sivil dinî yapılar (dernekler, vakıflar, dinî cemaatler)ın dijital mecraları  
 İlahiyat fakűltelerinin dijital mecraları  
 Gençlerin ürettiği dinî içerikli dijital mecralar (Sözler Köşkü, Hayalhanem, Genç TV vb.)  
 Dinî konularda görüşlerine güvendiğim kişilerin dijital mecraları

25. Dijital ortamlarda ulaştığınız dinî bilgileri ayrıca yazılı dinî bilgi kaynaklarından da doğrulamaya önem verir misiniz?

- Hiçbir zaman  Nadiren  Bazen  Çoğunlukla  Her zaman