

# İLÂHİYAT FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YAKIN SOSYAL ÇEVRE İLE İLİŞKİLERİNDE ETKİLİ BİR FAKTÖR OLARAK DİNDARLIK

İhsan ÇAPCIOĞLU\*

**Özet:** Dindarlık, birçok yönüyle, bireyin sosyalleşme sürecinde çevresindeki diğer insanlardan edindiği bir özellik ve yaşama biçimidir. Çünkü dini sorumluluk, fiziksel ve zihinsel gelişme ve olgunlaşmaya bağlı olarak bireyin içinde yaşadığı sosyo-kültürel ortama göre zamanla şekillenmektedir. Bu süreçte, bireyi kuşatan yakın ve uzak çevrenin ürettiği sosyo-kültürel çevre koşulları etkili olmaktadır. Bu makalede, dindarlığın ilahiyat fakültesi öğrencilerinin yakın çevre ilişkilerine, eş ve arkadaş seçimine ve alışveriş tercihlerine etkisi üzerinde durulmaktadır. Bu çerçevede öğrencilerin eş ya da arkadaş olarak seçtiği ve alışverişte ilişki kurduğu insanların dindarlığını önemli bir faktör olarak değerlendirip değerlendirmedeği ve bu konulardaki etkilenme kaynakları incelenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Dindarlık, Sosyal Çevre, Eş ve Arkadaş Seçimi, İlahiyat Fakülteleri, Türkiye.

## Religiosity, as an Effective Factor, in the Near Milieu Relations of Students in the Faculty of Divinity

**Abstract:** Religiosity is, in many aspects, a state and lifestyle that in the process of socialization the individual acquired from other persons in his neighborhood because the religious responsibility evolves in accordance with the physical and mental growth and maturation, and the socio-cultural environment in which individual lives. In this process, the socio-cultural environmental conditions surrounding the individual play an important role. This article deals with the influence of religiosity on the near milieu of students of the Faculty of Divinity, on choosing partner and friends, and preference of shopping. In this frame, whether the students regard the religiosity of persons whom they choose as partner or friends, and get a contact in their shopping as important criteria, and the sources effective on their decisions have been examined.

**Keywords:** Religiosity, Social Surroundings, Partner and Friend Selection, Divinity Faculties, Turkey.

---

\* Dr., Ankara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi.

## 1. Problem

Din, toplumsal yönü olan bir kurum olarak tarih boyunca toplumların hayatında önemli bir yere ve işleve sahip olmuştur. Ayrıca o, insanlar arası ilişkiler, insanın tutum ve davranışları ve toplumsal hayat üzerinde etkili olan temel faktörlerdendir. Dinin insanların düşünce, tutum ve davranışlarına etkide bulunan bireysel yönünün yanı sıra, insanlar arası ilişkileri, toplumsal hayatı ilgilendiren yönleri de bulunmaktadır. Dini inançlar, ibadetler, davranışlar, gruplar ve cemaatlerin bireysel karakterlerinin ötesinde toplumsal şartlardan kaynaklanan etkileşimlere girdikleri, sosyal şartların belirleyiciliğine maruz kaldıkları gibi başka toplum olayları üzerinde de etkili oldukları görülmektedir. Değişen sosyal ve kültürel durumlara bağlı olarak din ve toplum arasında değişik ilişkiler, etki ve tepkiler meydana gelebilmektedir. Buna göre bireyin dinî yaşayışının şiddet ve yoğunluğu, zamana, zemine ve ortama göre değişiklik gösterebilir. Bu değişimde yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu ve sosyal statü gibi sosyo-demografik ve kültürel faktörler önemli derecede rol oynamaktadır.

Din, birey ve toplum hayatını düzenleyen dikey ve yatay ilişkiler sistemi içinde varlığını sürdürür. Bu anlamda bir toplumun din anlayışı, iman esaslarının ve ibadet uygulamalarının, kişilerin ve toplumun gündelik hayatına doğrudan veya dolaylı bir yansımasıdır. Dindarlık, birçok yönüyle, bireyin sosyalleşme sürecinde çevresindeki diğer insanlardan edindiği bir özellik ve yaşama biçimidir. Çünkü dini sorumluluk, fiziksel ve zihinsel gelişme ve olgunlaşmaya bağlı olarak bireyin içinde yaşadığı sosyo-kültürel ortama göre zamanla şekillenmektedir (Çapcıoğlu, 2003: 129–130). Bu süreçte, bireyi kuşatan yakın ve uzak çevrenin oluşturduğu sosyal çevre koşulları etkili olmaktadır.

Bu makalede, dindarlığın ilahiyat fakültesi öğrencilerinin yakın çevre ilişkilerine, eş ve arkadaş seçimine ve alışveriş tercihlerine etkisi üzerinde durulacaktır. Öğrencilerin eş ve arkadaş olarak seçtiği ya da alışveriş yaptığı insanlarda dindarlığı ayırt edici, önemli bir nitelik olarak görüp görmediği ve bu konulardaki etkilenme kaynakları incelenecek, benzer bulguların yer aldığı başka araştırmalarla karşılaştırmalar yapılacaktır. Bu çerçevede, öncelikle, araştırma modeli ve örnekleminin, inanç, ibadet, tecrübe (duygu), bilgi ve etki boyutlarıyla dindarlıktan ne anlaşıldığının açıklanması gerekir.

## 2. Model ve Örneklem Seçimi

Sosyolojik araştırmalarda, araştırma modelini oluştururken temel alınan stratejiler başlangıçta iyi belirlenmesi, araştırma sonuçlarının geçerliği ve güvenilirliği açısından son derece önemlidir. Bu anlamda seçilen metodoloji ve model, araştırma problemini sınırlayarak, amaca uygun veri toplama araçları ve araştırma operasyonunun yönünü tespit edecektir. Bu araştırmanın uygulamalı bölümünde ilahiyat fakültesi öğrencilerinin yakın sosyal çevre ile ilişkilerinde dindarlığın rolü, arkadaş, eş seçimi ve alışveriş tercihleri çerçevesinde incelenmektedir. Bu bağlamda, dindarlığın sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti amaçlanmıştır. Buna göre araştırmanın uygulamalı kısmında “karşılaştırmalı türden ilişkisel tarama modeli” (Özcan ve Özbey, 2002: 87) kullanılmıştır.

Araştırma örnekleme, Türkiye’deki ilahiyat fakültelerinde öğrenimlerini sürdüren 1. ve 4. sınıf öğrencileri arasından, “kota örnekleme” tekniği kullanılarak belirlenen üç İlahiyat Fakültesi (Ankara, Atatürk ve Marmara Üniversitesi) öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklem seçiminde kullanılan kota örnekleme tekniği, ana kitlede yer alan mevcut kategorilerin belli sınırlar dahilinde örnekleme yer alması ve incelenecek olan toplam grubun bir çeşit minyatür modelinin oluşturulması işlemlerini gerektiren yaygın bir örnekleme modelidir. Araştırma sınırları içinde yer alan birimlerin genel nitelikleri doğrultusunda ana kitle, sosyo-kültürel ve coğrafi yapı farklılıklarına göre, Doğu, Orta ve Batı Anadolu Bölgesi olarak tipeştirilmiş ve bu tiplerin yer aldığı üniversiteler kota örnekleme tekniği kullanılarak araştırma örnekleme dahil edilmiştir. Daha sonra ana kitleyi temsil ettiği düşünölen minyatür model, ana modeldeki temsil oranlarına göre % 95’lik güven düzeyinde ve % 5’lik sapma ile küültölerek 558 kişilik bir örnekleme grubu oluşturulmuştur. Araştırma sonuçları, “Sosyo-Politik Tutumlar ve Dindarlık İlişkisi –İlahiyat Fakülteleri Örneği-” başlıklı araştırma çerçevesinde örnekleme grubuna yöneltilen sorular arasından seçilen bulgulara dayanmaktadır.

## 3. Dindarlık ve Boyutları

Dindarlık, beşeri bir olgu olarak dinin, belirli bir zaman ve koşullarda belli bir kişi, grup ya da toplum tarafından yaşanmasını (Günay, 2006: 22) ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle o, “yaşanan din”dir. Bu-

nunla birlikte dindarlık, çok farklı tanım, analiz ve açıklamalara imkan veren karmaşık ve problematik bir olgudur. Bu nedenle onu çeşitli açılardan tanımlamaya çalışanlar, sonuçta belirli bir tanımda karar kılmakla birlikte, ulaştıkları tanımın açık uçlu ve yeni yorumlara açık olduğunu belirtmektedirler (Günay, 2006: 23–24). Aslında dinin sosyal yaşama aktarılmış biçimi olan dindarlık,<sup>1</sup> inanç, ibadet, duygu, ilgi, hayal gücü, düşünce, davranış ve kültürün çeşitli biçimleri altında yaşanmaktadır.

Modern din bilimcileri dindarlığı bu anlamıyla incelemek için anahtar bir kavram olarak “dini tecrübe” terimini geliştirmişlerdir (Günay, 2006: 24). Bu çerçevede din sosyologları da dini tecrübenin bireysel veya toplumsal hayatta ya da tarihsel ve sosyo-kültürel ortamı içinde büründüğü ifade biçimlerini çeşitli açılardan kategorize etmişler ve din tariflerinde temel aldıkları kriterlere göre birbirinden farklı tiyolojiler ortaya koymuşlardır. Örneğin, bunlardan Ch. Glock, dini hayatın gözlenebilir dört boyutu olduğunu ifade ederek bu boyutları: Tecrübî, ritüalist, ideolojik ve konvensiyonel boyut olarak sıralamaktadır. Glock’un daha sonra Stark ile birlikte gerçekleştirdiği araştırmada, bireysel dini tecrübenin objektifleşen boyutları bundan biraz daha farklı bir tasnife tabi tutulmuştur. Bu yeni tasnife göre; herhangi bir dini yaşayışın gözlemlenebilir olması, inanç (belief), dini pratikler (practice), tecrübe (experience), bilgi (knowledge) ve etkiler (consequences) boyutu (Günay, 2000: 217) olmak üzere beş boyutta gerçekleşmektedir.

Dinin inanç boyutu ile dindar insanın belli inanç ilkelerini bileceği beklentisi ifade edilir. Çünkü, bir takım temel inançlara dayanmayan bir din tasavvur edilemez. Bununla birlikte, bu inanç ilkelerinin muhteva ve kapsamı sadece farklı dinlerde değil, aynı dini geleneğin kendi içinde de farklı olabilir. Her din, inanç ilkelerinden belli bir sistem kurar ve mensuplarından bunları bilmelerini bekler (Köktaş, 1993: 53). İslam söz konusu olduğunda en yalın haliyle bir müslümanın “Amentü”de formüle edilen iman esaslarından haberdar olması beklenir.

Dinin pratik (ibadet, ritüel) boyutu, din mensuplarının yerine getir-

---

<sup>1</sup> Dindarlık olgusunun bireysel ve toplumsal olmak üzere iki temel boyutu öne çıkmaktadır: Bir taraftan dinin birey tarafından algılanışı ve yaşanışı, diğer taraftan ise dinin toplumsal ve kurumsal düzeyde hayat bulmasıdır (bkz. Allport, 2004).

dikleri bütün dini pratikleri içine alır. Çeşitli ayinler, törenler, ritüeller, seremoniler ve nihayet İslam'daki belli başlı ibadetler bu gruba dahildir. Aslında, dinin bu iki boyutu birbiriyle çok yakından ilişkilidir. Çünkü, İslam bilginleri iman ile amelin, yani İslam dininin inanç ve ibadet boyutunun birbirini tamamladığını, ne imansız amelin ve ne de amelsiz imanın tek başına bir anlam ifade etmediğini söylemişlerdir.

Dinin tecrübe (duygu) boyutu ile, dindar insanın inandığı dinin tecrübi esaslarını, hayatının her hangi bir döneminde ya da mütemadiyen yaşadığı ve kendi aleminde bu tecrübeye katıldığı düşünülür. Bu katılımın derecesi ve şekli bireysel ve dinsel farklılıklara göre değişebilir. Ancak, yine de her din mensubunun bu duyguyu yaşadığı kabul edilir. Dinin bu boyutu çoğunlukla, korku veya vecd hali, huşu veya mutluluk duygusu, ruhsal huzur veya ilahi olanla yoğun vuslat gibi durumlarda gözlemlenebilir olur. Bireysel dindarlığın güçlü göstergelerinden biri olan subjektif dini tecrübeye, her din belli bir değer atfeder (Koştaş, 1995: 13).

Dinin bilgi boyutu ile bütün dinlerin müntesiplerinden asgari düzeyde de olsa bilmelerini istediği temel inanç ilkelerinin ve kutsal metinlerinin olduğu düşünülür. İnanç objesi hakkında bilgi edinmenin bir inancın kutsal sayılması için gerekli şartlardan birini oluşturduğu düşünüldüğünde, bilgi ve inanç arasında sıkı bir ilişki olduğu görülür. Hakikaten de iman; akıl, bilgi ve düşünce temelinden yoksun olarak salt tanrının hidayetiyle gerçekleşen bir durum değildir. İnsanın iman esaslarına karşı takındığı her iki tutumun da (inanma ya da inkar etme), işitme ve görme yetileriyle beslenen düşünme, anlama ve akıl yürütme süreçleri sonucunda ortaya çıktığı kabul edilmektedir (bkz. Güler, 1998). Kur'an'ın kendini tanımlamak için seçtiği kelimenin bile bilgi temelli olması, onun dinin bu boyutuna verdiği önemi göstermektedir.

Dinin etkileme boyutuna gelince, bu boyut diğer dört boyuttan farklıdır. Çünkü bu kategori ile bireyin, dini inanç, pratik, tecrübe ve bilgisinin bütün beşeri ve toplumsal sonuçları özetlenmiş olmaktadır. Başka bir ifadeyle, insanların neyi yapmaları ya da neden kaçınmaları ve hangi zihniyete sahip olmaları gerektiğini belirleyen dini metinlerin pratik sonuçları burada görülebilir. Dinin bu boyutu, insan-Tanrı ilişkisinden çok insanlar arası ilişkilerde ortaya çıkmaktadır (Köktaş, 1993: 54). Bu makalede özellikle dinin bu boyutuna ilişkin bulgular üzerinde durulacaktır.

#### 4. Birey-Sosyal Çevre İlişkisinde Dini Değerlerin Rolü

Her birey, özellikle küçük yaşlarda, yüz yüze, yakın ilişki içinde bulunduğu insanlar arasında yaşar. Çocukluk yıllarında bireye en yakın çevre aile çevresidir. Aileden sonra oyun ve arkadaş grupları gelir. İnsan en yakın toplumsal çevrenin içinde büyür ve gelişir, fakat aynı zamanda görsel ve işitsel medyanın ve kitapların aracılığı ile daha büyük ve uzak başka toplumsal çevrelerin de etkisinde kalır. Yakın çevremiz oldukça küçüktür ve az sayıda insandan oluşur. Böyle bir grup içindeki kişiler birbirleriyle çok sıkı ve içten ilişkiler kurarlar ve diğer insanlara göre daha kolay anlaşılır. Yakın çevre olarak nitelendirdiğimiz ailede, komşular arasında ve arkadaş gruplarında “biz” duygusu, “ben” duygusundan daha güçlüdür. Bu gruplarda bütünlüğün korunması her üye için oldukça önem taşır. İnsan önce ailede, daha sonra öteki yakın çevre gruplarında sevmeyi, insanlara bağlanmayı öğrenir ve bunları büyük topluma aktarır. Bu bakımdan yakın çevre, birey ile toplum arasında bir köprü işlevi görür ve bireyi büyük toplum için hazırlar. Yakın çevre insanları birbirlerini yakından tanır ve kabul eder. Kendisinin başkalarının benimsendiğini ve kabul edildiğini gören kişi grup içinde uyumlu ilişkiler kurar, olumsuz davranışlardan sakınır (Akıllı, 2008).

Her toplum, kendi nesnelleşmiş anlamlarını, değerlerini, davranış kalıplarını sonraki kuşaklara aktarır. Sosyalleşme adı verilen bu süreçte birey, toplumun nesnelleşmiş anlamlarını, değerlerini ve davranış kalıplarını öğrenmekle kalmaz, aynı zamanda onları hem ifade hem de temsil eden biri olur. Sosyalleşmenin başarısı, toplumun nesnel dünyası ile bireyin öznel dünyası arasındaki uyumlu, simetrik ilişkiye bağlıdır. Toplumsal olarak nesnelleşen dünyayı içselleştirme süreçleriyle, yine toplumsal olarak belirlenen kimlikleri içselleştirme süreçleri birbirine paraleldir. Bu süreçte birey, belirli bir kimlik kazanmak için sosyalleşmiştir. Bireyin kimliği, birey ile kendisi için anlamı olan yakın çevresindeki kimseler arasındaki karşılıklı etkileşim içinde üretilir. Başka bir ifadeyle birey dünyayı, diğer insanlarla kurduğu toplumsal ilişkiler içinde algılar. Bu durumda, hem kendi kimliği, hem de toplumsal dünya (toplumda genel kabul gören tutumlar, davranış kalıpları ve değerler) ona, bu ilişkileri sürdürdüğü sürece bir anlam ifade eder. Bu nedenle sosyalleşme bireyin hayatı boyunca devam eder. Bu dünyanın sürekliliği, bireyin bilincinde anlamı olan başkalarıyla diyaloguna bağlıdır. Bu diyalog kesintiye uğradığında (örneğin çok sevdiği bir yakını, me-

sela eşi, öldüğünde, uzun süre yaşadığı sosyal çevreden göç ettiğinde vb.) bireyin dünyası, kendi subjektif akliliğini yitirir (Berger, 1993: 30: 59).

Bu açıklamalar sosyalleşme sürecinde dini değer, tutum ve davranışların önemli görüldüğü ve öncelendiği sosyal ortamlarda yetişen bireylerin kişilikleri için de geçerlidir. Birey, yakın çevre olarak tanımlanan aile ve arkadaş grubuyla kurduğu informel, samimi diyaloglardan, uzak çevredeki daha formel toplumsal ilişkilerine kadar zihniyet dünyasını oluşturan değerlerin etkisi ve yönlendirmesi altındadır. Anlam dünyasını oluşturan değerlerin gücü ve etkisi, kişinin sosyal çevresi ile ilişkilerindeki bireysel ve toplumsal tercihlerinin niteliğini belirlemektedir. Bu noktada dini değerler, toplumsal dünyanın ve bireyin subjektif bilincinin anlam boşluklarını doldurabildiği ölçüde kendi ilkelerini başarıyla hayata geçirebilir. Bu çerçevede yüksek din öğretimi alan öğrencilerden oluşan örneklem grubumuzun sosyal çevre ilişkilerinde dindarlığın ne düzeyde belirleyici bir faktör olduğunun incelenmesi ayrı bir önem arz etmektedir.

### 1.1. Eş Seçiminde Dindarlığın Rolü

Araştırmamıza katılanların neredeyse tamamına yakınının (% 94.5) “evleneceğim kişinin dindar olması benim için önemlidir” diyerek eş seçiminde dindarlığı çok önemli bir kriter olarak kabul ettiği görülmektedir. Bu soruya örneklem grubumuzun sadece % 3.2’si aksi yönde cevap vermeyi tercih ederken, % 2.3’ü “kararsızım” seçeneğini işaretleyerek tercihini belirtmiştir. Araştırmada kullanılan bazı sosyodemografik değişkenler açısından incelediğimizde, erkeklere göre kızların, birinci sınıf öğrencilerine göre son sınıf öğrencilerinin ve İlköğretim DKAB Öğretmenliği Bölümü öğrencilerine göre İlahiyat Bölümü öğrencilerinin, eş seçiminde dindarlığa daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Dindarlık değişkeni açısından baktığımızda ise, bireysel dindarlık algısı arttıkça, eş seçiminde dindarlığa verilen önemin arttığı anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasında kendilerini “yüksek düzeyde dindar” algılayanların % 97’si, “oldukça dindar” algılayanların % 94.7’si, “orta düzeyde dindar” algılayanların % 94.2’si, “düşük düzeyde dindar” algılayanların % 93.3’ü, dindar olarak algılamayanların ise 83.8’i eş seçiminde dindarlığa önem verdiklerini belirtmektedir. Kendilerini dindar algılamayanlar arasında bile bu soruya yüksek düzeyde bir ka-

tılımın gerçekleşmesi, öğrencilerin eş seçiminde dindarlığı çok önemli bir faktör olarak değerlendirdiklerini göstermektedir.

**Tablo 1. Eş Seçimi ve Dindarlık**

Evleneceğim kişinin dindar olması benim için önemlidir	N	%
Kesinlikle Katılmıyorum	5	,9
Katılmıyorum	13	2,3
Kararsızım	13	2,3
Katılıyorum	140	25,1
Kesinlikle katılıyorum	387	69,4
Toplam	558	100,0

Batı’da ve Türkiye’de evlenecek eşin seçiminde aranan niteliklerle ilişkin olarak yapılan araştırmalarda birbirinden farklı bulgular elde edilmiştir. Örneğin, Rubert Kurzban ve Jason Weeden (2005: 228-229) tarafından yakın zamanda Amerika’da yapılan bir araştırmada, erkekler ve kadınların eş seçiminde, kibarlık, anlayış ve heyecan verici bir kişiliğe sahip olma gibi benzer tercihlere vurgu yaptıkları belirtilmektedir. Bununla birlikte söz konusu benzerlikler yanında evlenecekleri kişide aradıkları en temel özellik bakımından cinsler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Erkekler evlenecekleri kadında daha çok fiziksel çekiciliğe önem verirken, kadınların evlenecekleri erkeğin hayatta kazanma ya da başarılı olma potansiyeline sahip biri olmasını tercih ettikleri görülmektedir. Eş seçiminde rol oynayan önemli bir değişken de yaştır. Araştırmada, erkeklerin evlenecekleri kadının kendilerinden yaşça küçük olmasını istedikleri, kadınların ise kendilerinden yaşça büyük erkekleri bir dereceye kadar tercih edilebilir buldukları belirtilmektedir. Bu durum kısmen erkeğin yaşı ve kültürüne bağlıdır. Bu araştırmada din ya da dindarlık ise, eğitim ve etnisite ile birlikte diğer seçim kriterleri arasında yer almaktadır. Oysa Türk toplumu söz konusu olduğunda eş seçiminde dindarlığın çok önemli bir faktör olduğu bilinmektedir. Nitekim Akdoğan’ın (2002: 164) Rize İl merkezinden seçtiği 502 kişilik bir örneklem grubu üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, katılımcılara yönelttiği “evlenirken adayda bulunması gereken en önemli özellik nedir?” sorusuna % 64,7’lik bir kesimin ahlak ve dindarlık seçeneğini işaretleyerek cevap verdiği görülmüştür. Verilen yanıtlar arasında ahlak



ve dindarlık dışındaki seçeneklere [soy ve aile yapısı (% 18.7), meslek sahibi olmak (% 1.8), güzellik (% 1.4) ve zenginlik (% 0.4)] katılımın çok düşük olması dikkat çekicidir.

Bayyığıt (1989: 131), “Eşinizi seçerken nelere dikkat edersiniz?” şeklindeki bir soruya, öğrencilerin büyük çoğunluğunun (684 kişi) birinci tercih olarak “dini ve ahlaki değerlere bağlı olmasına” cevabını verdiklerini belirtmektedir. Örneklem grubunda, dini ve ahlaki değerlerden sonra ikinci sırayı 417 kişilik katılımla “görgülü ve köklü bir aileden olması” seçeneği almaktadır. Bu soruya birinci tercih olarak verilen diğer cevaplar ise şöyle sıralanmaktadır: Tahsilli olmasına (286 kişi), güzel/yakışıklı olmasına (110 kişi) ve zengin olmasına (14 kişi). Bu özellikler arasında zenginliğin, arkadaş seçiminde olduğu gibi, neredeyse öğrencilerin hiç önem vermediği bir özellik/kriter olması dikkat çekicidir. Öğrencilerin eş seçiminde, “dini ve ahlaki değerlere bağlı, toplumda belirli bir yeri ve saygınlığı olan kişileri tercih ettikleri” görülmektedir.

Akyüz’ün (2000: 68) araştırmasında, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin eş seçiminde dindarlığa diğer özelliklerden daha fazla önem verip vermeme durumunun sınıflara göre anlamlı farklılaşmalar gösterdiği görülmektedir. Buna göre “evleneceğiniz kişinin dindar olmasını, aradığınız diğer özelliklerin hepsinin üstünde tutar mısınız?” şeklindeki bir soruya “evet” diyenlerin oranında sınıflar arasında bir farklılık olmamasına rağmen, “hayır” diyenlerin oranı son sınıflarda % 73.6’ya yükselmektedir. Akyüz’e göre bu sonuç, ilahiyat fakültesi ortamlarının, öğrencilerin evlenecekleri kişiyi tercih ederken dindar olmasına diğer özelliklerden daha fazla önem vermesi konusundaki tutumlarını negatif yönde etkilediğini göstermektedir.

## 1.2. Arkadaş Seçiminde Dindarlığın Rolü

Tabloda 2’deki veriler incelendiğinde, örneklem grubumuzun % 70.8’inin arkadaş seçiminde dindarlığı önemli bir kriter olarak kabul ettiği, % 22.8’inin aksi yönde bir görüşe sahip olduğu ve % 6.5’inin ise bu konuda kararsız kaldığı görülmektedir. Bu durumda örneklem grubumuzun yaklaşık % 75’ine göre arkadaş seçiminde dindarlığın oldukça önemli bir faktör olduğu anlaşılmaktadır. Dindarlık değişkeni açısından baktığımızda, bireysel dindarlık algısı arttıkça, arkadaş seçiminde dindarlığa verilen önemin de arttığı görülmektedir. Örneklem grubumuzda

kendilerini “yüksek düzeyde dindar” algılayanların % 87’si, “oldukça dindar” algılayanların % % 78’i, “orta düzeyde dindar” algılayanların % 66.9’u, “düşük düzeyde dindar” algılayanların % 60.3’ü, dindar olarak algılamayanların ise 57.8’i arkadaş seçiminde dindarlığa önem verdiklerini belirtmektedir. Cemaat bağlılığı açısından incelediğimizde ise, “Herhangi bir cemaate mensup musunuz?” sorusuna “Evet, mensubum” şeklinde cevap verenlerin % 76.1’inin, “Hayır, mensup değilim ama karşı da değilim” diyenlerin % 70’inin, “Cemaatlere karşıyım” diyenlerin ise % 60’ının arkadaş seçiminde dindarlığı önemli bir kriter olarak kabul ettiği görülmektedir. Ayrıca örneklem grubumuzda, erkeklere göre kızların, birinci sınıf öğrencilerine göre son sınıf öğrencilerinin ve İlköğretim DKAB Öğretmenliği Bölümü öğrencilerine göre İlahiyat Bölümü öğrencilerinin, arkadaşlarını seçerken dindarlığa daha fazla önem verdikleri anlaşılmaktadır.

**Tablo 2. Arkadaş Seçimi ve Dindarlık**

Arkadaşlarımın dindar olması benim için önemlidir	N	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	2,2
Katılmıyorum	115	20,6
Kararsızım	36	6,5
Katılıyorum	214	38,4
Kesinlikle katılıyorum	181	32,4
Toplam	558	100,0

Arkadaş seçiminde dindarlığın önemine ilişkin olarak yapılan bazı araştırmalarda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin, Bayyigit (1989), üniversite öğrencilerinin arkadaş seçiminde öncelikli tercihin, arkadaşlarının ahlaklı ve dürüst olmasından yana olduğunu belirtmektedir. Bayyigit’in 1566 kişilik örneklem grubunda yer alan 990 kişinin tercihini bu yönde belirlediği görülmektedir. Öğrencilerin arkadaş konusundaki birinci tercihlerinde ikinci sırayı dini ve manevi değerlere bağlılığın aldığı anlaşılmaktadır. Bu özelliği birinci tercih olarak belirtenler 314 kişidir. Öğrencilerin arkadaş seçiminde birinci tercihlerinde belirttikleri diğer kriterlere katılım oranları ise şöyledir: Akıllı ve çalışkan olması (103 kişi), hoşgörülü ve nazik olması (71 kişi), hoş sohbet ve şakacı olması (53 kişi), kuvvetli ve sportmen olması (7 kişi)

ve ekonomik durumunun iyi olması (5 kişi). Bayyığıt'in de (1989: 127) belirttiği gibi, "ahlaklılık, dürüstlük, dini ve manevi değerlere bağlılık, hoş sohbetlik ve çalışkanlık gibi meziyetler gencin arkadaş seçiminde aradığı ve tercih ettiği temel özelliklerdir".

Arslantürk'ün (1998: 91) Türkiye'deki üniversitelerin çeşitli fakültelerinde okuyan 1900 öğrenci üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, "arkadaşınızın dindar olmasına dikkat eder misiniz?" şeklindeki bir soruya katılımcıların büyük oranda (% 48) "hiçbir zaman" yanıtı verdikleri görülmektedir. Bu soruya "her zaman" yanıtını verenlerin oranı sadece % 5, "çoğu zaman" diyenlerin oranı % 16, "ara sıra" diyenlerin oranı ise % 30'dur.

Çarkoğlu ve Toprak'ın (1999: 97) araştırmalarında, "insanın arkadaşlarının dindar olması önemlidir" şeklindeki bir soruya "katılıyorum" cevabını verenlerin oranı FP seçmenleri arasında % 89.8 iken, DYP'liler arasında % 74.5, MHP'liler arasında % 73.4, kararsızlar arasında % 68.5, CHP'liler arasında % 23, DSP'liler arasında % 47.2, HADEP'liler arasında % 45.8 ve oy kullanmayanlar arasında ise % 49.7'dir.

Hülür ve Kalender'in (2003)<sup>2</sup> araştırmalarında, arkadaşlık ilişkilerinde dindarlığın önemli olduğunu düşünenlerin oranı % 39.3'tür. Buna karşın % 32.1'lik bir kesim aksi yönde görüş bildirmiştir. Dini gerekleri yerine getirme düzeyi arttıkça arkadaşlık ilişkilerinde dindarlığa verilen önem de artmaktadır. Dini gereklerin hepsini yerine getirenlerin % 64'ü, çoğunluğunu yerine getirenlerin % 57.8'i, birazını yerine getirenlerin % 35.5'i, çok azını yerine getirenlerin % 19.5'i, hiçbirini yerine getirmeyenlerin ise % 31.6'sı arkadaşlık ilişkilerinde dindarlığın önemli olduğunu belirtmektedir. Dini gereklerini yerine getirenlerin arkadaş seçiminde dindarlığı önemli bir faktör olarak değerlendirdiği görülmektedir.

Bu örnekleri, örneklem grubumuzu oluşturan kişilerin dini eğilim-

---

<sup>2</sup> Bireysel dindarlık algısı, oy vermede dindarlığın önemi ve dini görüşe uygun siyasi parti tercihi ile arkadaş seçiminde dindarlığa verilen önem arasında anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre, bireysel dindarlık algısı ve oy kullanırken dini değerlere verilen önem arttıkça, alışverişte dindarlığın önemi de artmaktadır. Dini politikaları savunmaya eğilimli partileri destekleyenler, diğer partilere göre arkadaşlık ilişkilerinde dindarlığa daha fazla önem vermektedir. Bkz. (Hülür ve Kalender, 2003: 305-307).

leri ile birlikte değerlendirdiğimizde, araştırmada ulaştığımız bulgular ile literatürdeki bulguların birbirini desteklediği, öğrencilerin arkadaş seçiminde dindarlığın etkili ve önemli bir değişken olduğu anlaşılmaktadır.

### 4.3. Alışverişte Dindarlığın Rolü

Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubumuzun % 26.3'ü “dindar olmayanlarla alışveriş yapmak uygun değildir” derken, % 54.7'si bu kanaati paylaşmadığını ifade etmekte ve % 19.1'i ise bu konuda kararsız kalmaktadır. Alışverişte dindarlığı önemli bir faktör olarak değerlendirmeyenler ve kararsızları birlikte düşündüğümüzde örneklem grubumuzun dindar eş ve arkadaş seçiminin aksine alışveriş yapacağı kişinin dindarlığını çok fazla önemsemediği görülmektedir.

**Tablo 3. Alışveriş ve Dindarlık**

Dindar olmayanlarla alışveriş yapmak uygun değildir	N	%
Kesinlikle Katılmıyorum	56	10,1
Katılmıyorum	248	44,6
Kararsızım	108	19,1
Katılıyorum	110	19,8
Kesinlikle katılıyorum	36	6,5
Toplam	558	100,0

Koştaş (1995: 106) tarafından yapılan “Üniversite Öğrencilerinde Dine Bakış” adlı araştırmanın ‘din ve ekonomi ilişkileri’ bölümünde, katılımcılara şöyle bir soru yöneltildiği görülmektedir: “Semtinizde genel olarak aynı fiyatla satış yapan iki market veya alış-veriş yerinden, birinin sahibi daha dindar, diğeri ise dine karşı ilgisizdir. Bunların hangisinden alış-verişi tercih edersiniz?” Bu soruya örneklemin % 32.08'i dini inançları güçlü olanı seçeceğini belirterek cevap verirken, % 57'si “benim için dindar olup olmaması fark etmez” biçiminde cevap vermeyi tercih etmiştir. Koştaş bu sonucun, üniversite öğrencileri arasında inancın ya da dindarlığın tercih sebebi olarak görülmemesinin bir göstergesi olduğunu belirtmektedir.

Çarkoğlu ve Toprak'ın (1999) araştırmalarında, katılımcıların yaşam alanlarını seçerken dindar bir çevre arayıp aramadıklarına ilişkin

sorular yer almaktadır. Buna göre gerek kiracı olarak bir daire gerekse ev sahibi olarak kiracı arandığında görüşülen kişilerin yaklaşık yarısı karşılarında dindar bir muhatap aramaktadır. Alışveriş yapılan bakkalın ve genel olarak dindarların ticari hayatta daha güvenilir olduklarına dair ifadeler hemen hemen aynı oranda, görüşülenlerin yarısı tarafından desteklenmektedir. Bu durumu araştırmacılar, “ticari ilişki içine girildiğinde dindarlığın toplumun yarısı tarafından güvenilirlikle özdeşleştirildiği” şeklinde yorumlamaktadır (Çarkoğlu ve Toprak, 2000: 89).<sup>3</sup> Bununla birlikte arkadaşlarının dindar olmasını isteyenlere göre bu oranın oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Kalender ve Hülür’ün (2003) araştırmasında, “dindar olmayandan alışveriş yapmam” yargısına katılanların oranı % 22.8 iken, katılmayanların oranı % 72’dir. Dini gerekleri yerine getirme düzeyi yükseldikçe, dindar olmayandan alışveriş yapmama eğilimi artmaktadır. Dini gereklerinin “hepsini” yerine getirenlerin % 52’si, “çoğunluğunu” yerine getirenlerin % 32.6’sı, “birazını” yerine getirenlerin % 17.5’i ve “çok azını” yerine getirenlerin % 15.5’i dindar olmayandan alışveriş yapmayacağını ifade etmektedir. Bununla birlikte dini gereklerini hiç yerine getirmeyenlerin “dindar olmayandan alışveriş yapmam” yargısına katılmadıkları anlaşılmaktadır.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> 1999 yılında yapılan araştırmada elde edilen bu bulgular, 2006 yılında tekrarlanan araştırmanın bulgularıyla kısmi farklılıklar içermektedir. Buna göre, yedi yıl arayla tekrarlanan araştırmanın sonuçları karşılaştırıldığında ortaya çıkan tablo şöyledir: “Kiraya vermek üzere bir daireye sahip olsam, kiracımın dini bütün bir Müslüman olmasına da dikkat ederim” (1999, % 51.9; 2006, % 50.9), “Kiralamak üzere bir daire aradığımda komşularımın dini bütün bir Müslüman olmasına da önem veririm” (1999, % 54.3; 2006, % 50.0), “Mahalleimde genel olarak aynı fiyatla satış yapan iki bakkal olsa, dini bütün bir Müslüman olarak bilinenden alışveriş yapmayı tercih ederim” (1999, % 49.3; 2006, % 49.6), “Dindar bir kişi ticari hayatta dindar olmayanlara göre daha dürüst ve güvenilirdir” (1999, % 48.8; 2006, % 42.8) (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: 79).

<sup>4</sup> Bu araştırmada, bireysel dindarlık algısı ile alışverişte dindarlığa önem verme arasında da anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, bireylerin dindarlık algısı arttıkça, dindar olandan alışveriş yapma eğilimleri artmaktadır. Kendisini “yüksek düzeyde dindar” algılayanların % 50’si, “dindar” algılayanların % 30’u, “orta düzeyde dindar” algılayanların % 16.1’i, “düşük düzeyde dindar” algılayanların % 13.8’i ve “dindar olarak algılamayanların” % 13.3’ü dindar olmayandan alışveriş yapmayacağını belirtmektedir. Bu çerçevede dindar olmayandan alışveriş yapma

Görüldüğü gibi alış-verişte dindarlıkla ilgili benzer soruların yer aldığı araştırmaların bulgularıyla bu araştırmanın ulaştığı sonuçlar bir-biriyle paralellik arz etmektedir. Bu bilgiler ışığında, günümüzde üniversite öğrencilerinin, eş ve arkadaş seçiminin aksine, alış-veriş yapacakları kişiyi belirlerken dindarlığı çok önemli bir faktör ya da tercih sebebi olarak görmedikleri söylenebilir.

### 5. Değerlendirme ve Sonuç

Araştırma sonuçları incelendiğinde, dinin inanç, ibadet, duygu, bilgi ve etki boyutunun zihniyet dünyası üzerindeki tesirlerinin, bireyin etrafındaki insanlarla kurduğu ilişkilere, bireysel ve toplumsal davranışlarına, yaşadığı olaylar ve karşılaştığı durumlar karşısındaki duygu, düşünce ve vaziyet alışlarına doğrudan ya da dolaylı olarak yansıdığı görülmektedir. Dindarlığın bireysel ve toplumsal davranışlar üzerindeki etkisinin güçlü ya da zayıf olması, bireyin dünyasında işgal ettiği konuma bağlıdır. Hayatın anlamını keşfetmede ve ona tutunmada dini değerlere önem veren kişilerin, bireysel ve toplumsal ilişkilerinde dindarlığı önemli bir faktör olarak görmeleri doğaldır. Bu durumun çeşitli nedenleri olmakla birlikte, bunlar arasında en önemlisi, yakın çevredeki kişilerle daha sıcak, samimi ve yüz yüze ilişkilerin kurulabilmesidir. Karşılıklı ilgi ve sevgiye dayalı bu tür ilişkilerde kişi kendini daha mutlu ve güvende hissederek.

---

yapmama eğilimi ile oy kullanırken dini değerlere önem verme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Oy kullanırken dini değerlere önem verme düzeyi arttıkça, dindar olmayandan alışveriş yapmama eğilimi artmaktadır. Bireyin dini görüşüne en uygun parti tercihi ile dindar olmayandan alışveriş yapıp yapmama arasında da anlamlı bir ilişki vardır. Dini politikaları daha fazla savunma eğiliminde olan partileri kendilerine en uygun parti olarak görenler, diğer katılımcılarla karşılaştırıldığında, dindar olmayandan alışveriş yapmamaya daha çok eğilimlidir. Dini görüşlerine en uygun parti olarak ANAP, DYP, MHP, DSP, CHP gibi dini politikaları çok fazla öne çıkarmayan partilerden birini tercih eden bireyler arasında, “dindar olmayandan alışveriş yapmam” yargısına katılım daha düşüktür. Dini görüşüne en uygun partinin ANAP olduğunu ifade edenlerin % 8.6’sı, CHP olduğunu ifade edenlerin % 16.7’si, DYP olduğunu ifade edenlerin % 6.7’si, MHP olduğunu ifade edenlerin % 18.6’sı dindar olmayandan alışveriş yapmayacağını belirtmektedir. Bununla birlikte dini görüşüne en uygun partinin BBP ve FP olduğunu ifade edenlerde dindar olmayandan alışveriş yapmama oranı daha yüksektir. BBP’lilerin % 26.9’u, FP’lilerin ise % 35.7’si, dindar olmayandan alışveriş yapmama eğilimindedir. (Bkz. Hülür ve Kalender, 2003: 288–292).

Bu çerçevede araştırmamıza katılanların kişisel ve yöresel farklılıklarına rağmen, ülke genelinde yaşanan hızlı sosyo-kültürel değişim sürecinden çeşitli düzeylerde etkilendikleri ve yakın çevre ile ilişkilerini belirleyen dini tutumlarında, şiddet ve yoğunluğu farklı da olsa, bir değişimin yaşanmakta olduğu anlaşılmaktadır. Günümüz Türk toplumunda rasyonelleşme, bireyselleşme, sekülerleşme, modernleşme ve politik muhafazakarlaşma süreçlerine bağlı olarak ortaya çıkan bu değişimler, bireyin zihniyet dünyasını şekillendiren değer yargılarını da etkilemektedir. Sonuçta, dini, ahlaki, kültürel ve toplumsal değerlerin algılanış ve yaşanış biçimlerinde olduğu gibi yakın sosyal çevre ilişkilerini belirleyen geleneksel norm ve değerlerde de değişim ve farklılaşmalar yaşanmaktadır. Ülke genelinde yaşanan bu süreçten çeşitli düzeylerde etkilenmekle birlikte ilahiyat fakültesi öğrencilerinin kimlik ve kişiliğini belirleyen baskın motifin, geleneksel dini değer yargıları olduğu anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu tutum ve değerlerde bireysel ve toplumsal faktörlere bağlı, bir ölçüde zorunlu değişimlerin yaşandığı da bir gerçektir. Bilindiği gibi muhafazakarlık, kültürün geleneksel kodlarının muhafazası anlamında önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Ancak bir taraftan geleneksel kültür kodlarını muhafaza ederken, diğer taraftan modern kültürün işlevselleştirdiği kültür kodlarını benimsemek, toplum dinamizmi ve yaşanan çağda anokronizme düşmemek açısından önemli görünmektedir. Sonuç olarak, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin, eş ve arkadaş seçiminde ve alışveriş tercihlerinde muhafazakar eğilimler yanında, modern kültürel eğilimlerden de etkilendiği ve yakın sosyal çevre ilişkilerinde sergiledikleri tutumlarda her iki kültürün baskın motiflerini kişiliklerinde taşıdıkları gözlenmiştir.

#### KAYNAKLAR

- Akdoğan, A. (2002), *Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Dini Hayat (Rize İl Merkezi Örneği)*, Rağbet Yayınları, İstanbul.
- Akıllı, Z. (2008). “Yakın Çevre İle İlişkilerimiz”, <http://www.hikayeler.net>, 27.10.2008
- Akyüz, N. (2007), *İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Din Anlayışı*, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara.
- Allport, G. W. (2004), *Birey ve Dini*, çev. Bilal Sambur, Elis Yayınları, Ankara.

- Arslantürk, Z. (1998), *Kutsalın Dönüşü: Yeni Toplum Arayışları*, Ayışığı Kitapları, İstanbul.
- Bayyigit, M. (1987), *Üniversite Gençliğinin Dini İnanç, Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Berger, P. L. (1993), *Dinin Sosyal Gerçekliği*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Çapcıoğlu, İ. (2003), *Sosyal Değişme Sürecinde Din ve Kadının Toplumsal Konumu –Kastamonu Örneği-*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çapcıoğlu, İ. (2008), *Sosyo-Politik Tutumlar ve Dindarlık İlişkisi -İlahiyat Fakülteleri Örneği-*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çarkoğlu, A. ve Toprak, B. (2000), *Türkiye’de Din, Toplum ve Siyaset*, TESEV Yayınları, İstanbul.
- Çarkoğlu, A. ve Toprak, B. (2006), *Değişen Türkiye’de Din, Toplum ve Siyaset*, TESEV Yayınları, İstanbul.
- Güler, İ. (1998), “Kur’an’da İmanın ve İnkârın Ahlaki ve Bilişsel (Kognitif) Temelleri”, *İslamiyat*, Ocak-Mart 1998, C. 1, S. 1: 7–24.
- Günay, Ü. (2000), *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Günay, Ü. (2006), “Dindarlığın Sosyolojisi”, *Dindarlığın Sosyo-Psikolojisi*, (Ed.) Ünver Günay, Celaleddin Çelik, Karahan Kitabevi Yayınları, Adana.
- Hülür, H. ve Kalender, A. (2003), *Sosyo-Politik Tutumlar ve Din (Konya Araştırması)*, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Koştaş, M. (1995), *Üniversite Öğrencilerinde Dine Bakış*, T.D.V. Yayınları, Ankara.
- Köktaş, M. E. (1993), *Türkiye’de Dini Hayat (İzmir Örneği)*, İşaret Yayınları, İstanbul.
- Kurzban, R. ve Weeden, J. (2005), “HurryDate: Mate Preferences in Action”, *Evolution and Human Behavior*, 26: 228–229.
- Özcan, Y. Z. ve Özbey, Ö. (2002), “Sosyolojide Araştırma Metotları”, *Sosyolojiye Giriş*, (Ed.) İhsan Sezal, Ankara.