

## KIRSAL KESİMDE DİNDARLIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI (GİRESUN İLİ FINDIKLI KÖYÜ ÖRNEĞİ)

### RELIGIOSITY AND SOCIAL MEDIA USE IN RURAL AREAS (A CASE STUDY IN GİRESUN PROVINCE / FINDIKLI VILLAGE)

### РЕЛИГИОЗНОСТЬ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СЕЛЬСКИХ МЕСТНОСТЯХ (НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВНИ ФЫНДЫКЛЫ В ПРОВИНЦИИ ГИРЕСУН)

Lokman CERRAH\*

#### ÖZ

Dinin, insan hayatına yansımaları olarak değerlendirilen dindarlık kavram ve olgusu her zaman için değişiklik göstermektedir. Her toplumsal grubun eğitim ve ekonomik durumları ile yaşam alanlarına göre farklılaşan dindarlık tipleri bulunmaktadır. Bu çalışmada kırsalda yaşayan insanların normatif ve popüler dindarlık tercihleri çeşitli değişkenler üzerinden ele alınıp değerlendirilmektedir. Bir saha çalışmasına dayanan araştırmamız ayrıca söz konusu dindarlık tercihlerini sosyal medya kullanım tercihleri açısından da değerlendirmektedir. Çünkü sosyal medya kullanımı, günümüz insanı açısından nerdeyse bir gereklilik haline almış durumdadır. Çalışmamızda nicel yöntem kullanılmış bu bağlamda daha önce geliştirilmiş ve bazı akademik çalışmalarda değerlendirilmiş olan Normatif dindarlık ölçeği, Popüler dindarlık ölçeği ve Sosyal medya kullanım ölçeği kullanılmıştır. Her üç ölçek için güvenilirlik testi yapılmış ve yine her üç ölçekte bu testlerden yüksek C.Alpha katsayıları alınmıştır. Çalışma için hazırlanan anket formu yüz yüze olarak katılımcılara uygulanmıştır. Kırsal da dindarlık tercihlerini ve sosyal medya kullanımını değerlendirdiğimiz bu çalışma sonuçlarına göre, kırsalda normatif dindarlık düzeyi bütün değişkenler açısından popüler dindarlık düzeyine göre daha yüksektir. Kadınlar, yaşça büyük olanlar, ayrılmış/eşi vefat etmiş kişiler, okuma yazma bilmeyenler, orta sınıf ekonomik duruma sahip olanlar, dini bilgilerinin kaynağı olarak bölgede tanınan din büyüklerini gösterenler ve sosyal medya gruplarını takip edenlerin dindarlık ölçek puanları diğerlerine göre yüksektir. Erkekler, yaşça daha küçük olanlar, bekarlar, lise mezunları, ekonomik olarak alt sınıflar ve sosyal medya gruplarına katılım gösterenlerin sosyal medya kullanım ölçek puanları diğerlerine göre daha yüksektir. Ayrıca veriler dindarlık ölçekleri ile sosyal medya kullanımı arasında negatif bir ilişkiyi ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dindarlık, Popüler Dindarlık, Normatif Dindarlık, Sosyal Medya, Kırsal

\* ORCID: [0000-0002-7330-4422](https://orcid.org/0000-0002-7330-4422), Dr. Öğr. Üyesi, Erzurum Atatürk Üniversitesi, Oltu Beşerî ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, [lokmancerrah@atauni.edu.tr](mailto:lokmancerrah@atauni.edu.tr)

**ABSTRACT**

The concept and phenomenon of religiosity, which is considered as the reflection of religion on human life, always varies. Each social group has different types of religiosity according to their educational and economic status and living areas. In this study, normative and popular religiosity preferences of people living in rural areas are discussed and evaluated through various variables. Our research, which is based on a field study, also evaluates these religiosity preferences in terms of social media usage preferences. Because the use of social media has become almost a necessity for today's people. In our study, the quantitative method was used, and in this context, Normative religiosity scale, Popular religiosity scale and Social media usage scale, which were previously developed and evaluated in some academic studies, were used. Reliability tests were conducted for all three scales and they had higher C.Alpha coefficients from these tests in all three scales. The questionnaire form prepared for the study was applied to the participants face to face. According to the results of this study, in which we evaluated religiosity preferences and social media use in rural areas, normative religiosity level in rural areas is higher than popular religiosity in terms of all variables. The religiosity scale scores of women, older people, divorced/deceased people, illiterate people, those with middle class economic status, those who show the religious elders known in the region as the source of their religious knowledge, and those who follow social media groups are higher than the others. Men, younger people, singles, high school graduates, economically lower classes and those who participate in social media groups have higher social media usage scale scores than others. In addition, the data reveal a negative relationship between religiosity scales and social media use.

**Key Words:** Religiosity, Popular Religiosity, Normative Religiosity, Social Media, Rural

**АННОТАЦИЯ**

Определение и явление религиозности, которая рассматривается как отражение религии в жизни человека, всегда изменчиво. Каждая социальная группа содержит в себе разные типы религиозности, в зависимости от их образовательного и экономического статуса, а также их места проживания. В этом исследовании, с помощью различных переменных, рассматриваются и оцениваются нормативные и популярные религиозные предпочтения людей, живущих в сельских местностях. Наше изучение, основанное на полевом исследовании, также рассматривает эти религиозные предпочтения с точки зрения предпочтений в использовании социальных сетей. Причиной тому является факт, что использование социальных сетей стало почти необходимостью для современного общества. В нашем исследовании был применен количественный метод, и в этом контексте в исследовании были использованы шкала нормативной религиозности, шкала популярной религиозности и шкала использования социальных сетей, которые были ранее оценены в некоторых академических исследованиях. Тесты на надежность проводились для всех трех шкал и все три имели высокие коэффициенты C.Alpha по этим тестам. Анкета, подготовленная для исследования, применялась к участникам лично. Согласно результатам данного исследования, в котором мы оценивали религиозные предпочтения и использование социальных сетей в сельской местности, нормативный уровень религиозности в сельской местности выше, чем популярная религиозность с точки зрения всех параметров. Оценка по шкале религиозности у женщин, пожилых женщин, разведенных/овдовевших, без навыков чтения и писания, с экономическим статусом среднего класса, лиц, признающих религиозных старейшин, известных в регионе как источник их религиозных знаний, и тех, кто подписан на группы в

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

социальных сетях числится выше, нежели чем у остальных людей. Баллы по шкале у мужчин, мужчин более молодого возраста, одиночек, выпускников средних школ, экономически низших классов и тех, кто участвует в группах в социальных сетях, выше, чем у остальных. Кроме того, результативные данные показывают отрицательную взаимосвязь между шкалами религиозности и использованием социальных сетей.

Ключевые слова: религиозность, популярная религия, нормативная религиозность, социальные сети, сельская местность.

### 1. GİRİŞ

Din, insanlık tarihi boyunca hep var olmuş bir olgu ve sosyal bir kurumdur. Birey ve toplum ile ilgili içerisinde pek çok emir, yasak, değerlendirme ve düzenlemeler içeren din kurumu takipçilerinden bu hususlarda azami dikkat ve itaat talep eder. Bu dikkat ve itaat hususunda olumlu davranış sergileyenleri gerek bu dünyada gerekse –ahiret inancı var ise- öteki dünyada ödüllendirme yoluna giderken olumsuz tutum ve davranış sergileyenleri ise benzer şekilde cezalandırma yoluna gider. Dolayısıyla bireyler, inandıkları dinin hayatlarına yansımaları üzerinden değerlendirilirler.

Dinin, insan yaşantısı üzerinden gözlemlenebilir olması hali dindarlık olarak değerlendirilir. Dindarlık kısaca dini yaşantı anlamına gelse de aslında çok boyutlu bir kavram olarak ele alınır ve incelenir. Dolayısıyla bu çok boyutlu kavram için birbirinden farklılık gösteren çok sayıda tanım yapılmaktadır.

Dindarlığı tanımlama amacıyla yapılan çalışmalar beraberinde dindarlığın farklı türlerinin ortaya konmasına ve dolayısıyla kavramın daha farklı bir şekilde ele alınmasına yol açmıştır. Bu bağlamda mekâna (köy-kent), yaşantıda dini etki unsurlarının kaynağına (Normatif-popüler), zamana (geleneksel-modern) ve günün şartlarına (sanal) göre değişen dindarlık tipleri ortaya konmuştur. Gerek dünyada gerekse ülkemizde her çeşit dindarlık için çok sayıda araştırmalar yapılmıştır. Ülkemizde yapılan bu araştırmaların Bilgin (Bilgin, 2014), Okumuş (Okumuş, 2006), Akgül (Akgül, 2004) ve Mehmedoğlu (Mehmedoğlu, 2013) gibi bazıları doğrudan kavramsal olarak dindarlığı ele alırken; Şahin (Şahin, 2005), Çubukoğlu (Çubukoğlu, 2012), Karşlı (Karşlı, 2012) ve Kartopu (Kartopu, 2013) gibi bazıları da farklı kavram ve olgular ile ilişkileri bağlamında dindarlığı ele almışlardır. Dindarlık üzerine yapılan Onay (Onay, 2001), Akça ve Yıldız (Akça-Yıldız, 2020), Karaşahin (Karaşahin, 2008) gibi bazı çalışmalar ise özellikle dindarlığın ölçülmesi meselesine odaklanmışlardır.

İnternetin keşfi ile birlikte iletişim alanında önemli ve büyük değişimler yaşanmıştır. Mekân ve zaman sınırlamalarını ortadan kaldıran bu keşif ile özellikle bilgiye erişim açısından büyük kolaylıklar elde edilmiştir. Kent ve kırsal ayrımında önemli bir değerlendirme maddesi olan bilgiye erişim ve farklılıklara şahit olmak internet ile birlikte ayırt edici olma vasfını zayıflatmıştır. Küreselleşmenin de itici bir gücü olarak iletişim teknolojilerinde ki gelişmeler her yeri herkese açık hale getirmiş, dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkan herhangi bir fikir, durum, yaşam tarzı, inanç, kavram veya teknolojik gelişmenin yine dünyanın en ücra köşelerinde dahi bilinir ve takip edilir olmasının yolunu açmıştır.

İnternetin keşfini takip eden süreçte sosyal medya kavramının insan hayatına girdiği görülmektedir. Özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarının kurallarını baştan aşağı değiştiren bu yeni araç(lar) sıradan insanı içerik üretici hale getirmiştir. Dolayısıyla eğitim, ekonomik ve diğer özellikleri ne olursa olsun her birey kendi inandığı ve yaşadığı hayatı ve doğal olarak dini hayatını topluma sunma fırsatını elde etmiştir. Tabii ki böylesi bir durum dini yaşantı noktasında çok farklı örneklerin ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Bu şekilde çok farklı dini yaşantılara şahit olan insanların dine ve dindarlığa ait düşünce ve değerlendirmeleri de değişime uğramak durumunda kalmıştır. Bu şahitlik durumuna dini bilgiye kolayca ulaşma imkânı da eklenince farklılaşmak ya da başka bir bakış açısıyla benzeşmek daha çok imkân dâhilinde olmuştur.

Bu çalışmada farklı dindarlık tiplerinden normatif ve popüler dindarlık tipleri araştırma kapsamında incelenmektedir. Özellikle kırsal bölgede dindarlık olgusu ele alınmakta ve çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmektedir. Cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, ekonomik durum, çocuk sahibi olmak/çocuk sayısı gibi değişkenler açısından popüler ve normatif dindarlık durumları puan ortalamaları dikkate alınarak araştırılmıştır. Ayrıca sosyal medya kullanımı da ayrı bir başlık olarak değişken niteliğinde değerlendirilmiş ve dindarlık ile olan ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## **2. TEORİK ÇERÇEVE**

### **2.1. Din**

Dindarlık kavramını anlayabilmek için öncelikle din kavramına bakmak gerekmektedir. Çünkü dindarlık, dinden bağımsız bir kavram ve olgu değil aksine din ve inanca sıkı sıkıya bağlı ona göre şekillenen bir kavram ve olgudur. Dinin nasıl tanımlandığı ve nasıl algılandığı bu noktada belirleyici bir rol oynamaktadır. Çünkü din, toplum içerisinde çeşitli semboller, değerler, imgeler vasıtasıyla görünür hale gelirken bireyin dini kültür ile olan etkileşimi de onun dini tutum ve davranışlarını oluşturmaktadır (Coştu, 2009: 125).

Din, bütün bilim alanları ve doğal olarak sosyal bilim alanı için de tanımı noktasında ihtilafa düşülen bir olgu ve kavramdır. Çünkü kavram, kapsama alanı, özü ve insanlar nezdinde ki yeri itibarıyla karmaşık bir kavramdır. Bu yüzden bu kavram ile ilgili olarak pek çok yaklaşım veya kişi tarafından yapılmış çok sayıda tanımla karşılaşmak mümkündür. Bu tanımların her biri din kavramını farklı boyutlarıyla ele almakta ve ele alınan bu boyut doğrultusunda da değerlendirmektedirler. Elmalılı Muhammed Hamdi Yazır dini, akıl sahiplerini kendi iradeleriyle iyilik sevk eden ilahi düzen olarak tanımlarken (Yazır, 1992: 98), Ahmet Hamdi Akseki, Allah'ın belirlemiş olduğu, insanlar için mutlu olma yollarını ve O'na nasıl ibadet edileceğini gösteren kanun (Akseki, 1970: 7) olarak tanımlamaktadır. Jung, insanüstü/ilahi bir güce içtenlikle bağlanma, kutsal olanı içte yaşama odaklı (Yavuz, 1987, s.32) bir tanım yaparken benzer bir tanımda da din, insanüstü olarak kabul edilen varlık ya da varlıklarla girilen tecrübe olarak ele alınmaktadır (Spinks, 2008: 311).

Din, sosyolojik olarak değerlendirildiğinde ise tanımlar Özsel din tanımları ve İşlevsel din tanımları (Kurt, 2008: 74) şeklinde iki başlık altında toplanmaktadır. Dinin aşkın ve kutsal olma yönlerine vurgu yapan Özsel din tanımları dini daha çok birey tecrübesi olarak ele almaktadır (Freyer, 19643: 2). Berger tarafından yapılan "Din Kozmosun kendisiyle tesis edildiği beşerî bir girişimdir" tanımı bu tür tanımlara örnektir (Berger, 1999: 256). Özsel din tanımlarının en bilineni ise Rudolf Otto'ya ait olup "Din kutsalın tecrübesidir" şekline oldukça kısa bir tanımdır (Wach, 1995: 37). İşlevsel Din tanımları ise dini toplumsal bir olgu olarak değerlendirip, birey ve toplum hayatında yerine getirdiği işlevler üzerinden onu değerlendirmektedir (Çekin, 2013: .3). İlk işlevsel din tanımı sahibi olarak değerlendirilen E. Durkheim'e göre din, kutsallarla ilgili inanç ve uygulamalar bütünü olup inananların kilise adı verilen manevi bir topluluk olarak bir araya getirir (Kurt, 2008: 79).

### 2.2. Dindarlık

Dindarlık yukarıda ele alınan din tanımları ve bu tanımlar doğrultusunda insan zihninde oluşan ve yaşama aktarılan bir durum olup kısaca dindar olma, dini yaşama hali olarak tanımlanabilir. Fakat din kavramı ile ilgili nasıl çok sayıda ve farklılıkta tanımlar mevcutsa dindarlık kavramı için de benzer şekilde çok sayıda ve farklılıkta tanımlar mevcuttur. Bu tanımların her birisi dinin ve dindarlığın farklı boyutları dikkate alınarak yapılmıştır.

Kısaca dindar olmak veya dini yaşama olarak tanımlanabilen dindarlık hem bireysel hayatta hem de toplumsal alanda dinin kural ve ritüellerinin somut, gözlemlenebilir bir şekilde uygulanması ile ortaya çıkar (Bilgin, 2003: 195). Bu süreç, dindarlığın bireysel olduğu kadar toplumsal bir olgu olduğunu da ortaya koyar. Bu aynı zamanda onun hem öznel hem de nesnel ve gözlemlenebilir olmasının yolunu açmaktadır (Onay, 2004: 197). Gözlemlenebilir olması ise bireyin dindarlığının dışardan değerlendirilebilir olmasına ve o kişinin dini yönelimi ile ilgili bir fikrin yürütülmesine imkân sağlamaktadır (Coştu, 2009: 125). Akgül (Akgül, 2004: 23) dindarlığı "Hayattan zevk alma ve mutluluk ile içi içe gerçekleşen inanç, duygu, algı ya da tutum ve davranışların bütünlüğü" şeklinde tanımlarken bazı tanımlarda da bireyin mensup olduğu dinin inanç, ibadet ve sembollerini kabul etme, onları yorumlama (Kurt, 2009:2), inanç veya din mensubunun dini yaşantısı (Uysal, 2006: 74) ve din ile meşgul olma düzeyi olarak değerlendirilmektedir (Yıldız, 2006). Okumuş ise dindarlığı çok boyutlu bir olgu olarak ele almakta ve bireyin iman-amel temelinde ortaya koyduğu dini tutum, deneyim ve davranış biçimi olarak tanımlamaktadır (Okumuş, 2002: 195). Yine başka bir tanımda dindarlık dinin insan hayatına etki derecesi olarak ifade edilirken (Tekin, 2006: 53) Bilgin'de benzer şekilde dindarlığın kişinin özel hayatında veya kamusal hayatta dini kural ve ritüellerin uygulanması ile kendini gösterdiğini söylemektedir (Bilgin, 2003: 195). Dinin insan hayatına etkisi bağlamında diğer bir tanım ise Ünver Günay'a aittir. Günay dindarlığı "kutsal olanın yahut onun özel bir formu olmak itibarıyla belli bir dinin muayyen bir zaman ve şartlarda belli bir kişi veya grup ya da toplum tarafından yaşanmasıdır" şeklinde tanımlamaktadır (Günay, 2006: 22).

Bütün bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere dindarlık, din-inanan ilişkisini ortaya koyan bir kavram olmakla beraber aynı zamanda göreceli de bir kavramdır (Günay, 2006: 9). Bu öznelik aynı zamanda hem bireysel anlamda hem de toplumsal anlamda bir görecelik içerir. Dolayısıyla dini değerler toplumlar arasında ve toplumun farklı kesimleri arasında değişiklik gösterebilir. Bu sebepten dolayı da her sosyal tabakanın kendine has dindarlık tercihleriyle ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Demir, 2016: 120).

İnsanların dini anlama, algılama ve hayatlarına nüfuz dereceleri dikkate alınarak dindarlık açısından çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu sınıflandırmalardan bir tanesi Coştu'ya aittir. Coştu dindarlığı analitik bir yaklaşımla, kaynağı itibariyle kitabi bilgiye dayalı dini yönelim ve halk arasında yaygın, itibar gören ve alışlagelmiş ritüellere bağlı dini yönelim olmak üzere ikili bir tasnife tabi tutmuştur (Coştu, 2009: 125).

Normatif Dindarlık: Coştu tarafından dini yaşayış biçimlerini belirleyen unsurlardaki temel etkenin kişinin inandığı dinin temel itikadi, ameli ve ahlaki öğretilerinden oluşması olarak tarif edilmektedir (Coştu, 2009: 125). Bu tanımdan yola çıkılarak Normatif dindarlığın dinin emir ve yasaklarının gündelik hayatta ve pratikte uygulanmasını önemseyen ve buna ağırlık veren dindarlık olduğu söylenebilir (Kırış, 2018: 2457). Diğer bir tanımda ise kaynağı açısından kitabi bilgiye dayalı yönelim olarak ifade edilmektedir (Topuz, 2012: 15). Dolayısıyla bu tür dindarlığa niteliğini veren şey, sistemleşmiş teolojik doktrinler, dini kurumlar veya kilise organizasyonları ile derin bilgili din adamları sınıfıdır (Arslan, 2003: 100). Waardenburg, Normatif dindarlığı İslam'ın orijinal formu olarak değerlendirirken Gellner'de bu tür dindarlığın, İslam'ın mutlak tek tanrıcı ve dinsel hukuka dayalı doğasına vurgu yapar (Arslan, 2002: 167).

Popüler Dindarlık: Sosyal bilimler alanında, popüler din/dindarlık kavramı, popülerleşerek kitleleşen halk inanışlarının evrensel dinlere ait inanışlarla farklı şekillerde kaynaşıp yeni bir forma bürünmesi anlamında kullanılmaktadır (Demir, 2016: 120). Bu değerlendirmeden hareketle popüler dindarlığın iki boyutundan bahsedilebilir. Bunlardan birincisi kitabi, evrensel dinlere ait inanışlar ve ikincisi de geçmişten gelen halk inanışlarıdır. Nitekim bu ikili yapıyı birçok popüler dindarlık tanımında görmekteyiz.

Dini hayatın temel yönlendiricisinin genellikle toplumun geçmişten getirdiği dini, mistik tarzı ritüellerinden oluşması olarak tanımlanır (Coştu, 2009: 126). Özellikle evrensel nitelikli yüksek dinlerin yayılma süreçlerinde inananları artmış fakat bu yeni inananlar bazı eski inançlarını da beraberlerinde getirmişlerdir. Bu sürecin bir sonucu olarak bazı eski inançlar bu yeni kabul edilen din içerisinde örtülü olarak varlıklarını devam ettirmişlerdir (Tanyol, 1960: 2077). Aynı zamanda popüler dindarlık, halkın toplumda var olan yüksek tipli dinleri kendi seviyelerine göre anlayıp yorumlamalarının bir sonucu olarak ta ortaya çıkabilir (Arslan, 2003: 100). Dolayısıyla popüler dindarlık, sadece bir halk dindarlığı olarak, normatif dindarıktan farklılaşan ve geçmişteki halk inançlarının, eski dinlerin bir kalıntısı olarak değerlendirilmemelidir (Kalafat, 1999: 15).

Günay, İslam toplumlarında ki popüler dindarlık biçimlerinin, kökleşmiş ve kalıplaşmış hususları, şekilcilik, geleneksellik, ritüalizm ve derin teolojik konulardan uzak olmak gibi nitelikleri barındırdığını ileri sürer (Günay, 1999: 263). Başka bir değerlendirmede de popüler dindarlık, günümüz Türkiye’inde normatif din yorumuna nispetle sistemsiz ve belirli bir mantık örgüsü olmadan farklı özellikteki inanışların, geniş kitlelere ait örf ve adetlerin birlikte bulunduğu bir dindarlık tarzı olarak ele alınmaktadır (Demir, 2016: 120). Çoğunlukla kötülük probleminden etkilenen popüler dindarlık, bu dünyada fayda bulmayı vadeden şifa bulma ve kaza-beladan kurtulma gibi tutum ve davranışları içerir (Örnek, 1996: 17-24).

### 2.3. Dindarlığın Ölçülmesi

Dindarlık göreceli bir kavram olması dolayısıyla bireyin dindarlık durumunun bilimsel olarak değerlendirilebilmesi sürecinde o kişinin tutum ve davranışları dikkate alınmaktadır. Bu noktadan hareketler dindarlık tutumlarının ölçülmesi gündeme gelmektedir (Coştu, 2009: 122). Dindarlığı ölçme, özel yöntem ve teknikler aracılığı ile ve hedefe uygun ölçekler kullanarak bir kişinin dindarlık düzeyini belirlemek, elde edilen sonucu rakamsal değerlerle ortaya koymaktır (Çekin, 2014: 525). Kullanılan bu ölçeklerin her biri özel alt ve üst puan sınırlarına sahiptir (Ölçekler için bkz Sönmez, 2016). Her ölçek için bu puan skalasında alınan yüksek puanlar yüksek dindarlık düzeyine düşük puanlar ise düşük dindarlık düzeyine işaret etmektedir (Onay, 2001: 440).

Dindarlık ölçümü için sosyal bilimler alanında tek boyutlu, iki kutuplu ve çok boyutlu olmak üzere üç farklı yaklaşımın kullanıldığı görülmektedir (Yıldız, 2001: 24). Bu tespitten yola çıkılarak dindarlık tanımında olduğu gibi standartlaştırılmış, herkesin kabul edebileceği bir dindarlık ölçeğinin de mevcut olmadığı söylenebilir (Yapıcı, 2006: 68).

### 2.4. Sosyal Medya

Basit bir anlatımla Sosyal medya interneti üzerinden kişiler arası konuşma ve iletişime imkân veren bir ortam olarak ifade edilebilir (Öztürk-Talas, 2015: 109). Sosyal medya gerek birey ve gerekse toplum hayatı açısından giderek önemli hale gelmiş, bireyin her ne kadar sanal olsa da sosyalleşmesini sağlamış ve küresel dünyada olup biten her şeyden haberdar olmasını sağlamıştır (Oyman, 2016: 126).

Çağımızın en önemli buluşlarından birisi olan sosyal medya, “Web” tabanlı platformlar, uygulamalar ve teknolojilerin çeşitlerini tanımlamak için kullanılan bir terim olup insanların birbirleriyle çevrimiçi sosyal etkileşimlerini uygun kılmaktadır. Literatür incelendiğinde sosyal medya kavramı için birçok tanımla karşılaşılmasına rağmen mutabakat sağlanmış ortak bir tanım bulunmamaktadır. Boyd ve Ellison tarafından konu ile ilgili yapılan ilk çalışmalardan birinde sosyal paylaşım siteleri, kullanıcıların; bir profil oluşturmalarına, diğer kullanıcıların profillerini listelemelerine, oluşturulan bağlantı listelerine bakmalarına ve onları takip etmelerine imkân sağlayan “Web” tabanlı servisler olarak tanımlanmışlardır (Cerrah, 2016: 1395). Kaplan ise sosyal medyayı, internet tabanlı uygulamalar

bütünü olarak tanımlarken onun web tabanlı ve içerik geliştirmeye izin veren bir yapıda olduğuna vurgu yapmaktadır (Kaplan-Haenlein, 2010: 53). Sosyal medyanın ortaya çıktığı andan itibaren hem birey hem de toplumların algılarını, düşüncelerini ve hayatlarını önemli ölçüde değiştirdiği söylenebilir (Thurau vd., 2010: 13).

Sosyal medya, internet teknolojisini temel almakta, bireyselliği ön plana çıkarmakta, etkileşimde sınırları ortadan kaldırırken gerek medya sahiplerinin gerekse kamunun sansürlerini en aza çekmekte (Kırık, 2012:95), iki yönlü etkileşim ve online iletişim için uygun bir ortam sunmakta ayrıca iletişim için mekân ve zaman sınırlılıklarını minimuma indirmektedir (Akçay, 2011: 157).

Din, diğer çok sayıda ki sosyal kurumlar gibi sosyal medya içerisinde oldukça yoğun bir şekilde yer almaktadır. Sosyal medyanın yapısı gereği bilgiye kolay ulaşım imkânı sunması ve farklı inanç ve yaşam tarzlarını göz önüne sermesi sonucu bireyler hem daha çok ve farklılıkta dini bilgi sahibi olmakta ve hem de farklı din ve inanışlar hakkında fikir edinebilmektedirler. Dolayısıyla bu durum onların geleneksel din algılarında, bilgilerinde ve yaşayışlarında değişimi kaçınılmaz hale getirmektedir. Dolayısıyla sosyal medya dindarlığı, sanal dini cemaatler, sanal dindarlık ve dijital dindarlık gibi yeni kavramlar hem bilim alanında hem de gündelik alanda karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya sebebiyle dini konulara ilgili bireyler, bu alanlarda çeşitli paylaşımlarda bulunabilirken, kurumsal dini yapılar da görünürlük kazanabilmektedir. Yine Sosyal medya aracılığı ile dini gün ve geceler kutlanabilmekte, dini literatür dijital ortama aktarılmakta dolayısıyla sosyal medya ile sadece din algısı değil aynı zamanda ibadet pratikleri değişim dönüşüme uğramaktadır (Menekşe, 2015: 152).

## **2.5. Dindarlık ve Sosyal Medya**

Sosyal medyanın ortaya çıkması, gelişmesi, her yerden ve herkes tarafından ulaşılabilir bir hale gelmesi, özellikle tutum, davranış ve bilginin yaygınlaşması ve paylaşılması açısından dönüm noktası olmuştur. Bu bağlamda inançlar, dini bilgiler, dini tutumlar ve dini davranışlar da sosyal medya üzerinden paylaşılmaya başlanmıştır. Bunun bir sonucu olarak her türlü dini bilgiye rahatlıkla ulaşan ve yine dini farklılıkları gören insanların kendi inanç ve uygulamalarını sorgulamaları daha kolaylaşmıştır. Bu ise belli bölgelerde daha önce tek tip olarak karşımıza çıkan dindarlığında farklılaşmasına yol açmıştır. Özellikle kırsalda birebir görmeye ve sınırlı bir bilgi edinmeye bağlı dindarlık tercihleri, genel olarak internet ama daha özel olarak sosyal medya etkisiyle değişime uğramıştır. Çünkü hem farklı inanç biçimleri hem farklı dini bilgiler ve hem de farklı dindarlıklara zaman ve mekân sınırı olmadan ulaşabilme imkânı ortaya çıkmış böylece kırsalın dezavantaj olarak değerlendirilebilecek özellikleri etkisizleşmiştir.

İnternet ve sosyal medya dindarlık açısından farklılaşmaya sebep olmasının yanında ayrıca dindarlık için sanal bir boyutta yaratmıştır (Haberli, 2013: 32). Bu bağlamda Sanal din, sanal dindarlık, dijital din, dijital dindarlık ve sanal dini grup/cemaat kavramları artık gündelik hayatta sık sık kullanılan kavramlar haline gelmiştir. Araştırmamızda dindarlık tercihleri ile sosyal medya kullanımı ilişkisi, kullanılan ölçekler üzerinden korelasyon analizi ile tespit edilmeye çalışılacaktır.



### **3. METODOLOJİK BOYUT**

Bu çalışma kırsalda yaşayanların tercih ettikleri dindarlık biçimlerini, sosyal medya kullanım durumlarını ve sosyal medya kullanımı ile dindarlık biçimleri arasında ki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın diğer amaçları ise dindarlık biçimleri, sosyal medya kullanım tercihleri ile çeşitli değişkenler arasında ki ilişkiyi sorgulamaktır.

Araştırmanın evrenini Giresun ili Güce İlçesi Fındıklı köyünde yaşayanlar oluşturmaktadır. Araştırmada zaman ve ekonomik sınırlılıklar dolayısıyla Giresun ili kırsalının tamamı veya bölgedeki birkaç köy yerine, taşıdığı özellikler açısından Giresun kırsalını yansıtan Fındıklı köyü tercih edilmiştir. İki Nisan- yedi nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen veri toplama sürecinde köyde evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış, bu sebeple köyde oturan, on sekiz yaş ve üzeri her bireye anket formu dağıtılmış, doldurmayı kabul edenlerden toplam 150 tanesi alınmıştır. Fakat eksik ve yetersiz işaretlenen formlar çıkarıldıktan sonra 125 adet form kalmıştır. Bu sayı %95 güven düzeyi ve %5 hata payı için yeterlidir.

Literatürün taranması ile elde edilen veriler kullanılarak oluşturulan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm tanımlayıcı bilgileri içeren kişisel bilgi formu, ikinci bölümü Normatif Dindarlık Ölçeği (NoDÖ), üçüncü bölümü Popüler Dindarlık Ölçeği (PoDÖ) ve dördüncü bölümü ise Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden oluşmaktadır (Detaylı bilgi için; Albayrak ve Kurt, 2019)

Araştırma için Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurul Başkanlığı'ndan 31.03.2021 tarih ve 88656144-050.01.04-E.2100094938 sayılı etik kurul raporu alınmıştır.

Verilerin değerlendirilmesinde, IBM SPSS 20 paket programı kullanılmıştır. Kırsalda yaşayan katılımcıların dindarlık tercihleri, sosyal medya kullanım tercihleri, sosyal medya kullanımı ile dindarlık tercihleri arasında ki ilişki için tanımlayıcı istatistikler hesaplanmış ve ki-kare testi ile karşılaştırmalar yapılmıştır. Kırsalda yaşayan katılımcıların kişisel form verileri sayı ve yüzdelik olarak ifade edilmiştir. Ölçeklere ait puanlar ise ortalama ve standart sapma olarak ifade edilmiştir. Kolmogorov Smirnov testi ile ölçeklerin toplam puanlarının normal dağılıma uygun olmadığı tespit edilmiştir. Ölçeklerin puan ortalamalarının değişkenlere göre karşılaştırılmasında ikili gruplar için Mann-Whitney U testi, üçlü ve daha çok gruplar için Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Bu hesaplamalarda istatistiksel anlamlılık düzeyi  $p < 0,05$  olarak değerlendirilmiştir.

1. Kişisel bilgi formu: Literatür taramasıyla oluşturulmuş olup araştırmanın bağımsız değişkenlerini de içermektedir. Toplam yirmi sorudan oluşmaktadır.

2. Normatif Dindarlık Ölçeği (NoDÖ): Arslan (Arslan, 2018:650) tarafından geliştirilen toplam altı maddeden oluşan ölçek, geliştirme sürecinde güvenilirlik katsayısı ,738 olarak tespit edilmiştir. Beşli likert olarak hazırlanan ölçekten alınabilecek maksimum puan 30, minimum puan 6'dır.

3. Popüler Dindarlık Ölçeği (PoDÖ): Bu ölçekte Arslan tarafından geliştirilmiş olup altı maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı ,631

olarak belirlenmiştir. Bu ölçekten alınabilecek maksimum ve minimum puanlar sırasıyla 30 ve 6'dır.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ): Deniz ve Ünal tarafından geliştirilen ölçek sekiz madde ve iki alt boyuttan oluşmaktadır. İlk dört maddesi "Süreklilik" ve ikinci dört maddesi de "Yetkinlik" alt ölçekleri olarak belirlenmiştir. Süreklilik alt ölçeği bireyin sosyal medyada sürekli ve yoğun bir etkinlik içerisinde bulunmasını içerirken Yetkinlik alt ölçeği de bireyin sosyal medyada çeşitli gündelik yaşam etkinliklerini yapabilmek noktasında yeterli olma durumunu değerlendirmektedir. Güvenirlilik katsayıları ise "Güvenirlilik" alt ölçeği için ,721 "Yetkinlik" alt ölçeği için de ,734 olarak bulunmuştur. Ölçeğin bütün olarak tespit edilen güvenirlilik katsayısı ise ,824'tür (Deniz-Tutgun, 2019:1040).

Ölçek	Madde	Ortalama	S.	C.	C. Alpha*
<b>Normatif</b>	6	4,387	2,758	,704	,738
<b>Popüler</b>	6	3,367	3,355	,671	,631
<b>Sosyal Medya</b>	8	1,838	6,614	,911	,824
<b>Süreklilik Alt</b>	4	1,955	3,707	,836	,721
<b>Yetkinlik Alt</b>	4	1727	3,370	,877	,734

Tablo 1: Çalışmada Kullanılan Ölçekler Ve Ortalama, Standart Sapma Ve Güvenirlilik Katsayıları

Tablo 1'den de görülebileceği gibi bu çalışmada üç ölçek için de yeterli güvenirlilik düzeyi yakalanmıştır. Normatif Dindarlık ölçeği hariç diğer iki ölçekte orijinal ölçek güvenirlilik katsayılarından daha yüksek sayılar elde edilmiştir.

Araştırmanın temel soruları "Kırsalda yaşayanların tercih ettikleri dindarlık tipi hangisidir?", "Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları nasıldır? Ve "Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık tercihleri arasında bir ilişki var mıdır? Bu temel soruların yanı sıra ayrıca "Cinsiyet değişkeni, Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık algılarında bir farklılığa yol açmakta mıdır?", "Yaş değişkeni, Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık algılarında bir farklılığa yol açmakta mıdır?", "Eğitim durumu değişkeni, Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık algılarında bir farklılığa yol açmakta mıdır?", "Medeni durum değişkeni, Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık algılarında bir farklılığa yol açmakta mıdır?", ve "Ekonomik durum değişkeni, Kırsalda yaşayanların sosyal medya kullanımları ile dindarlık algılarında bir farklılığa yol açmakta mıdır? gibi sorulara da cevap aranmıştır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Demografik Bulgular

Fındıklı Köyü'nde ikamet edenlerden araştırmaya katılanların %62,3'ü kadın %37,7'si ise erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında ise en yüksek katılım oranının %29,3 ile 45-65 yaş grubuna ait olduğu en az katılımın ise %13,8 ile 66 ve üstü gruba ait olduğu görülebilir.

Katılımcıların Kişisel Bilgileri	Sayı	%
Cinsiyet		

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

Kadın	76	62,3
Erkek	46	37,7
<b>Toplam</b>	122	100,0
<b>Yas</b>		
18-22	27	22
23-29	18	14,6
30-45	26	21,1
46-65	36	29,3
66 ve üstü	16	13,0
<b>Toplam</b>	123	100,0
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	62	49,6
Bekâr	49	39,2
Ayrılmış/Eşi vefat etmiş	14	11,2
<b>Toplam</b>	125	100,0
<b>Ekonomik durum</b>		
Alt	25	20
Orta	100	80
<b>Toplam</b>	125	100,0
<b>Eğitim Durumu</b>		
Okuma-yazma yok	20	16,0
İlkokul	34	27,2
Ortaokul	4	3,2
Lise	17	13,6
Ön lisans	5	4,0
Lisans	45	36,0
<b>Toplam</b>	125	100,0

Tablo 2: Katılımcıları Demografik Bilgileri

Evli olanların oranı 49,6 bekâr olanların oranı ise 39,2'dir. Katılımcıların %80' i kendilerini ekonomik olarak orta sınıfta kabul ederken kendisini ekonomik açıdan üst sınıf kabul eden hiç kimse yoktur. Eğitim açısından ise katılımcıların %16'sı okuma yazma bilmeyenler ve %36'sı da lisans mezunlarından oluşmaktadır. Lisans mezunu oranı kırsal kesim için oldukça yüksek bir orandır. Daha detaylı olarak bu veri incelendiğinde eğitim durumu lisans olanların %59,5'inin kadın, %33,3'ünün evli oldukları görülmektedir.

### 4.2. Teknoloji ve Sosyal Medya Kullanım Tercihlerine Dair Bulgular

Katılımcıların %75,2'sinin akıllı telefon sahibi olduğu ancak %68,5'inin ev internetlerinin olmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların günlük olarak internet kullanma süreleri açısından en çok kullanım süresi (%34,7) iki saat olduğu dikkat çekmektedir. Polat (Polat, 2019:108) tarafından sosyal medya- din ilişkisine yönelik hazırlanan tez çalışmasında internette en az 3 saat zaman geçirenlerin oranı %38 ve 4 saatten fazla zaman geçirenlerin oranı da %36,5'tir. Oyman'ın çalışmasında ise 4 saatten fazla internet kullananların oranı %16'dır (Oyman, 2016:156). Takip edilen geleneksel medya aracı olarak %96,6 ile televizyonun tercih

edildiği görülmektedir. Bu oranlar özellikle kırsalda televizyonun hala ne kadar önemli bir kitle iletişim aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

<b>Teknoloji ve Sosyal Medya Kullanım</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
<b>Akıllı telefon var mı?</b>		
Var	91	75.2
Yok	30	24.8
<b>Toplam</b>	121	100.0
<b>Ev İnterneti</b>		
Var	39	31.5
Yok	85	68.5
<b>Toplam</b>	124	100.0
<b>İnternet kullanım süresi</b>		
Yarım saat	20	21.1
Bir saat	20	21.1
İki saat	33	34.7
Dört saat veya daha fazla	22	23.2
<b>Toplam</b>	95	100.0
<b>Medya takin</b>		
Televizyon	117	96.6
Gazete	2	1.7
Radyo	2	1.7
<b>Toplam</b>	121	100.0
<b>Sosyal medya takin</b>		
Facebook	22	23.2
Twitter	13	13.7
İnstagram	38	40.0
Whatsapp	20	21.1
Bip	2	2.2
<b>Toplam</b>	120	100
<b>Sosyal medya kullanım amacı</b>		
Eğlence için	35	37.6
Güncelik bilgi aramak için	21	22.6
Dini bilgi için	9	9.7
Haberleşmek için	28	30.1
<b>Toplam</b>	93	100.0
<b>Sosyal medya gruplarına katılım</b>		
Evet	73	59.3
Hayır	50	40.7
<b>Toplam</b>	123	100
<b>Tercih edilen Gruplar</b>		
Akraba grupları	17	22.4
Arkadaş grupları	36	47.4
Dini bilgi paylaşılan gruplar	2	2.6
Haber grupları	2	2.6
Eğitim amaçlı gruplar	15	19.7
Diğer	4	5.3
<b>Toplam</b>	76	100.0

Tablo 3: Katılımcıların Teknoloji, Sosyal Medya ve İnternet Kullanım Tercihleri

Sosyal medya araçlarının takip edilme durumuna bakıldığında soruyu cevaplayanlar arasında en çok takip edilen sosyal medya aracının %40 ile Instagram olduğu görülmektedir. En az takip edilen ise Bip sosyal mesajlaşma aracıdır. Oyman (Oyman, 2016:154) tarafından yapılan araştırmada ise en çok kullanılan sosyal medya aracının Facebook olduğu tespit edilmiştir. Soruya cevap verenler açısından en yoğun (%37,6) sosyal medyayı kullanma amacı eğlence iken en az

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

(%9,7) kullanım amacı ise dini bilgi edinme amacıdır. Benzer bir sonuç Oyman'ın çalışmasında da elde edilmiştir. Söz konusu çalışmada dini paylaşımlar amacıyla sosyal medya kullanım oranı %18 bulunmuştur (Oyman, 2016:156). Herhangi bir sosyal medya grubuna katılım sağladığını ifade edenlerin oranı %59,3 ve tercih ettikleri gruplar arasında ki en çok tercih edileni (%47,4) de arkadaş gruplarıdır. En az tercih edilen (%2,6) sosyal medya grupları ise haber grupları ve dini gruplardır.

### 4.3. Dini Bilgiye Ulaşım Bulguları

Katılımcıların %47,2'si dini bilgilerinin cami imamlarından edindiğini belirtirken kaynak olarak aile büyüklerini gösterenlerin oranı %16,3'dür. Bu sonuçlarda dikkat çeken husus hem geleneksel hem de sosyal medyanın dini bilgiler için bir referans kaynağı olarak kullanılmamasıdır. Oyman'ın çalışmasında da dini bilgiye ulaşma amacıyla sosyal medya kullanım oranı çok düşük bir şekilde %4 olarak çıkmıştır (Oyman, 2016, s.161). Bu oranlar kırsalda din görevlilerinin dini bilgi kaynağı olarak hala önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Sosyal medyadan edinilen dini bilgilere tam güvenme oranı %4,2'lerde kalırken çoğunluk bu bilgiyi diğer kaynaklardan test etmek istemektedirler. Sosyal medya üzerinden vaaz, dini sohbet vb. şeyleri takip etme oranı %33,3 olarak görülmektedir. Bu oran da aslında sosyal medyanın kırsalda dahi önemli bir kitle iletişim aracı olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır.

<b>Dini Bilgiye Ulaşım</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
<b>Dini bilgilerinizi nereden edindiniz?</b>		
<b>Cami imamı</b>	58	47,2
<b>Aile büyükleri</b>	20	16,3
<b>Bölgede tanınan din âlimleri</b>	45	36,6
<b>Geleneksel Medya</b>	0	0,0
<b>Sosyal Medya</b>	0	0,0
<b>Toplam</b>		
<b>Sosyal medyada edindiğiniz dini bilgiler için;</b>	123	100,0
<b>Doğruluğuna güvenirim</b>	4	4,2
<b>Doğruluğuna asla güvenmem.</b>	12	12,5
<b>Doğruluğunu test etmek isterim</b>	80	83,3
<b>Toplam</b>	96	100,0
<b>Sosyal medya araçlarından (Facebook, instagram, whatsapp, ) vaaz, dini sohbet vb. şeyleri takip eder</b>		
<b>Evet</b>	41	33,3
<b>Hayır</b>	82	66,7
<b>Toplam</b>	123	100,0

Tablo 4: Dini Bilgiye Ulaşma Araçları

### 4.4. Dindarlık Tercihlerine Dair Bulgular

Dindarlık düzeyini ölçmek maksadıyla geliştirilen her bir ölçek, kendi alt ve üst puan sınırları dikkate alındığında elde edilen puanların derecesi aynı zamanda dindarlık düzeyinin yüksekliğini, ya da düşüklüğünü göstermektedir (Onay, 2004: 45). Normatif dindarlık ve popüler dindarlık tercihlerini karşılaştırdığımızda katılımcıların normatif dindarlık oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Normatif dindarlık ölçeği için veriler değerlendirildiğinde ölçek ortalama puanının “Tamamen Katılıyorum” seçeneğine denk geldiğini görebiliriz. Bu da kırsalda ikamet edenlerin normatif dindarlık açısından oldukça yüksek düzeyde olduklarını göstermektedir. Maddeler açısından bakıldığında ise en yüksek katılım, ahirete ve Kur’an-ı Kerim’in temel kaynak olduğuna inanmaya dairdir. En düşük oran ise nafile ibadet ibadetlere katılım konusundadır. Yine oruç ibadetine dair hassasiyetin namaz ibadetine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Popüler dindarlık ölçeği için veriler değerlendirildiğinde ise ölçek ortalama puanının “Katılıyorum” seçeneğine denk geldiği görülebilir. Bu da kırsalda ikamet edenlerin popüler dindarlık açısından yüksek düzeyde olduklarını göstermektedir. Maddeler açısından bakıldığında ise en yüksek katılımın, Mevlit okutma tutumuna yönelik olduğu görülmektedir. En düşük katılım oranı ise nazarın kurşun dökülerek ortadan kaldırılabilmesine ve türbede edilecek duaların, dileklerin kabulünü sağlayacağına yönelik tutumlar açısından gerçekleşmektedir.

<b>Normatif dindarlık</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std.</b>
1- ölümden sonra ahiret hayatına (cennet ve cehenneme)	4,88	,327
2- Farz namazlarını aksatmadan kılmaya çalışırım.	4,06	1,057
3- Müslüman için dini bilginin temel kaynağı Kur’an-ı	4,82	,4,9
4- Kandil gecelerini ibadet ederek, Kur’an dinleyerek	4,34	,708
5- Sık sık nafile ibadet ederim.	3,56	,940
6- Farz oruçlarını aksatmadan tutmaya çalışırım.	4,69	,601
<b>NoDÖ</b>	4,391	,460
<b>Popüler dindarlık</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std.</b>
1- Olunun ruhunun huzurlu olması için bazı günlerde (vedisi kırkı ve elli ikisi gibi) Mevlit okutmak gerekir	4,06	,927
2- İnsanların başı derde girdiğinde ‘Hızır’ veya başka manevi varlıkların yardımcı olacağına inanırım	3,78	,964
3- Kur’an okunmuş suyun şifa olacağına inanıyorum.	3,98	,823
4- Türbede dua eder ve dilekte bulunursan dileklerin	2,81	1,037
5- Nazar değen kişiye kurşun dökülerek nazarı yok	2,14	,820
6- Cevşen/ muska taşıyarak kaza ve belalardan	3,42	,864
<b>PoDÖ</b>	3,367	3,559

Tablo 5: Normatif Ve Popüler Dindarlık Ölçekleri Ortalama Ve Standart Sapmaları

#### 4.5. Sosyal Medya Kullanım tercihlerine Dair Bulgular

Süreklilik ve Yetkinlik alt ölçeklerinden oluşan Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ters dönmüş madde içermemektedir. Ölçekten alınacak puan, kişinin sosyal medya ile meşguliyet derecesini ve sosyal medyayı kullanım açısından yetkinlik derecesini ortaya koymaktadır. Bu noktadan verilere bakıldığında Fındıklı köyünde yaşayanların SMKÖ ortalama puanlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların sosyal medya ile düşük düzeyde meşgul oldukları ve yetkinlik açısından da zayıf oldukları söylenebilir.

<b>SMKÖ</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std.</b>
1.Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz	2,03	1,275
2.Uyumadan önce ve uyandıktan he-men sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.	1,97	1,157
3.Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif	1,91	,976

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

4. Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.	1,86	1,092
<b>Süreklilik Ortalama</b>	1,94	,926
5. Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabiliyorum.	1,76	1,056
6. Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.	1,85	1,115
7. Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.	1,73	,884
8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer	1,59	,908
<b>Yetkinlik Ortalama</b>	1,736	,860
<b>Sosyal Medya Kullanım Ölçeği</b>	<b>1,838</b>	<b>,837</b>

Tablo 7: SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

### 4.6. Değişkenler Açısından Bulgular

Çalışmada kullanılan üç ölçeğin de toplam puanları cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir<sup>†</sup>. Çalışmamızda elde edilen bu verilerin aksine Arslan tarafından yapılan çalışmada NoDÖ ‘nün hiçbir maddesi için cinsiyet açısından bir farklılaşma tespit edilemediği ifade edilmektedir (Arslan, 2018: 654). Ancak aynı çalışma da PoDÖ için sadece bir maddede kadınlar lehine bir farklılaşmanın tespit edildiği görülmektedir (Arslan, 2018: 655).

Boyutlar	U	Kadın				Erkek			
	Sig.	Ortalama	Ortan	Mi	Ma	Ortalama	Ortan	Mi	Ma
Normatif	1239	4,489±0,	4,66	3,1	5,0	4,26±,4	4,41	2,8	5,0
	,007	421		7		81		3	0
Popüler	1326	3,486±0,	3,50	2,5	4,3	3,21±0,	3,33	1,5	4,5
	,025	460		0	3	65		0	0
Sosyal medya Kullanım Ölçeği	1358	1,72±,80	1,50	1	4,6	2,01±,8	1,87	1,0	4,8
	,037	5			3	80			8

Tablo 8: Cinsiyet ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Tablo 8 incelendiğinde kadınların normatif ve popüler dindarlık ölçekleri puan ortalamalarının erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Kadınlar, normatif dindarlık ölçeği için “tamamen katılıyorum” düşüncesine sahip iken popüler dindarlık ölçeği için “katılıyorum” düşüncesine sahip görünüyorlar. Çekin’in kadın öğrencilerle yürüttüğü benzer bir çalışmada da katılımcıların dindarlık özelliklerinin normatif dindarlık lehine yüksek olduğu tespit edilmiştir (Çekin, 2014: 528). Erkekler ise normatif dindarlık ölçeği için “tamamen katılıyorum” düşüncesine sahip iken popüler dindarlık ölçeği için “kararsızım” düşüncesine sahip görünüyorlar. Yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmekle beraber farklı sonuçlarda dikkat çekmektedir. Kınter’in hazırladığı tezde kız öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında inanç boyutunda kız

<sup>†</sup> NoDÖ için U:1239,5-p:;007; PoDÖ için U:1326,5-p:;025 ve SMKÖ için U:1358,0- p:;037

öğrenciler, ibadet ve etki boyutlarında ise erkeklerin daha yüksek puan aldıkları tespit edilmiştir (Kımtır, 2008: 191). Mehmedoğlu'nun çalışmasında (Mehmedoğlu, 2004: 672) ise erkeklerin dindarlık düzeyleri kadınlardan daha yüksek çıkmıştır. Benzer sonuçlara Kuşat (Kuşat, 2006: 146), Karaca (Karaca, 2014: 230) ve Koç (Koç, 2008: 126) tarafından yapılan çalışmalarda da görülebilmektedir. Bu sonuçların aksine kadınların dindarlık oranlarının erkeklere göre daha yüksek olduğunu bulan araştırmalar olarak ta Uysal (uysal, 2015: 35), Güven (Güven, 2019: 1170, Karşlı (Karşlı, 2020: 65) ve Aksan ve Sönmez (Sönmez, 2019: 306)'in çalışmaları gösterilebilir. Kızılgeçit'in (Kızılgeçit, 2015: 170) ve Çapar'ın (Çapar, 2008: 17) yaptıkları araştırmalarda ise dindarlık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Topuz tarafından yapılan araştırmada ise normatif dindarlık için cinsiyet açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiş fakat aynı katılımcıların popüler dindarlık düzeyleri açısından kız öğrencilerin dindarlık düzeyleri erkek öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur (Topuz, 2012: 17). Sosyal medya kullanım ölçeğinde ise erkekler daha yüksek ortalamaya sahipler. Sosyal medya kullanım ölçeği açısından ise erkekler "katılmıyorum" düşüncesinde iken kadınlar "hiç katılmıyorum" düşüncesindedir.

Çalışmada kullanılan üç ölçeğin de toplam puanları yaş değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir<sup>‡</sup>. Benzer şekilde Arslan tarafından gerçekleştirilen araştırmada yaş değişkeninin anlamlı bir farklılaşmaya yol açtığı tespit edilmiştir. Bu farklılaşma özellikle yaş artışına paralel olarak dindarlığın da arttığı yönündedir (Arslan, 2018:655). Ancak aynı çalışmada PoDÖ açısından yaş değişkeninin anlamlı bir farklılığa yol açmadığı görülmektedir (Arslan, 2018:656).

Yaş	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler, Dindarlık Ölçeği	Sosyal medya Kullanım Ölçeği		
				SMKÖ	Sürekli Alt	Yetkinlik Alt
18-	Ortalama	4,20±,47	3,27±,506	2,54±,821	2,67±,992	2,41±,91
23-	Ortalama	4,29±,55	3,20±,595	2,13±,673	2,23±,921	2,02±,56
30-	Ortalama	4,40±,42	3,096±,58	1,92±,811	2,00±,782	1,84±,91
46-	Ortalama	4,54±,39	3,55±,509	1,39±,520	1,50±,631	1,27±,46
66	Ortalama	4,56±,29	3,77±,284	1,078±,17	1,12±,273	1,03±,08
<b>Ki-kare</b>		11,411	22,94	61,244	49,244	57,740
<b>p</b>		,022	,000	,000	,000	,000

Tablo 9: Yaş ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Tablo 9 incelendiğinde, Her yaş grubu için normatif dindarlık puanları popüler dindarlık puanlarına göre yüksektir. Ayrıca yaşın yükselmesine paralel olarak normatif dindarlık ortalama puanları da yükselmektedir. Ancak popüler dindarlık için yaş artışı her kademedede dindarlık açısından yükseliş sebebinde olmamaktadır. Türkiye’de yaş-din ilişkisini araştıran emirik düzeyde ilk araştırma Taplamacıoğlu’na aittir. Bu çalışmada amil (dini bütün) olarak nitelenen insanların oranının yaşa bağlı olarak -16-30 yaş grubu için: %31,8 ve 50 yaş üstü için %69,5-yükseldiği görülmektedir (Taplamacıoğlu,1962: 145-146). Taplamacıoğlu 50 yaş

‡ NoDÖ için  $\chi^2=11,411-p:,022$ ; PoDÖ için  $\chi^2=22,94-p:,000$  ve SMKÖ için  $\chi^2=61,244-p:,000$



## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

üzeri kitledeki yüksek dindarlık oranını toplumdan dışlanmalarına, zorunlu olarak dindarlığa yöneldiklerine ve ölümün yaklaştığı inancıyla Azrail'in kendisini göstermesine yormaktadır (Taplamacıoğlu, 1962: 150). Çekin'in yaptığı çalışmada da normatif dindarlık puanlarının yaşın artmasına paralel olarak arttığı ancak popüler dindarlık açısından ise herhangi bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir (Çekin, 2014: 529). 20-41+ yaş grupları arasındaki katılımcılarla yaptığı araştırmada Uysal, yaşın yükselmesine paralel olarak insanların dine karşı tutum ve davranışlarının da olumlu yönde yükseldiğini tespit etmiştir (Uysal, 1995: 269). Aynı şekilde Karaca'nın çalışmasında da yaş ile dindarlık arasında pozitif bir korelasyonun varlığı dile getirilmektedir (Karaca, 2014: 230).

Fakat Sosyal medya kullanımı için yaşın yükselmesinin aksine ölçekten elde edilen puanının düştüğü görülmektedir.

Çalışmada kullanılan üç ölçeğin de toplam puanları medeni durum değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir<sup>§</sup>. Benzer şekilde Arslan tarafından yapılan çalışmada da Normatif dindarlık açısından medeni durumun anlamlı bir fark oluşturduğu tespit edilmiştir. Bizim çalışmamızda çıkan sonuçlara paralel olarak en yüksek puanların eşi vefat etmiş olanlarda ve en düşük puanların da bekâr olanlarda çıktığı görülmektedir. Ancak aynı çalışmada medeni durumun PoDÖ açısından ise herhangi bir anlamlı farka yol açmadığı tespit edilmiştir (Arslan, 2018: ).

Medeni Durum	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler Dindarlık			
				SMKÖ	Sürekli Alt Ölçek	Yetkinlik Alt
Be	Ortalama	4,15±,5	3,24±,5	2,35±,7	2,48±,93	2,22±,87
Evl	Ortalama	4,50±,3	3,37±,5	1,58±,7	1,66±,74	1,48±,72
Ayrılmış/ Eşi vefat	Ortalama	4,71±,1 89	3,76±,3 85	1,17±,5 01	1,23±,61 6	1,12±,47 01
<b>Ki-kare</b>		20,52	9,689	45,666	39,759	39,863
<b>p</b>		,000	,007	,000	,000	,000

Tablo 10: Medeni Durum ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Tablo 10 incelendiğinde her üç medeni durum için de normatif dindarlık puanlarının popüler dindarlık puanlarına göre yüksek olduğu görülmektedir. Dindarlık ile ilgili ölçekler için en düşük puanlar bekâr bireylere ait iken en yüksek puanlar eşinden ayrılmış/eşinden boşanmış bireylere aittir. Bu durum sorumluluklar arttıkça ve insanların bu sorunlar karşısında çaresizlik hissettirmeleri ile dine yönelimlerinin artması ile açıklanabilir. Eşinden ayrılmış veya boşanmış olanlar için yaşanan problemler, sahip olunan sorumluluklar ve bu sorunlar karşısında çaresiz olma durumları daha çok görülebilir. Dolayısıyla her iki dindarlık için de en yüksek puanlar bu gruba aittir. Uysal'da, yaptığı araştırma verilerinden yola çıkarak evlilerin bekârlara göre daha dindar oldukları sonucuna ulaşmaktadır (Uysal, 1995: 271). Benzer sonuç Karaca tarafından yapılan çalışmada da ortaya çıkmaktadır. Karaca bu

§ NoDÖ için  $\chi^2=20,52-p=,000$ ; PoDÖ için  $\chi^2=9,689-p=,007$  ve SMKÖ için  $\chi^2=45,66-p=,000$

durumun sebeplerinden biri olarak bekarların aynı amanda yaş aralığının 16-39 arasında olmasını göstermektedir (karaca, 2014: 230). Benzer bir sonuç Günay tarafından yapılan çalışmada da görülmektedir (Günay, 1999: 104).

		Normati	Popüler	SMKÖ	Süreklili	Yetkinlik
<b>Okuma-</b>	Ortalama	4,65±,29	3,80±,35	1,031±,10	1,06±,19	0
<b>İlkokul</b>	Ortalama	4,46±,35	3,56±,35	1,359±,44	1,47±,55	1,23±,389
<b>Ortaok</b>	Ortalama	4,00±,68	2,95±,43	1,968±,67	2,25±,73	1,68±,718
<b>Lise</b>	Ortalama	4,12±,62	3,31±,59	2,79±1,14	2,77±1,1	2,39±1,37
<b>Ön</b>	Ortalama	4,56±,36	3,26±,30	2,45±,950	2,75±1,4	2,15±,454
<b>Lisans</b>	Ortalama	4,33±,44	3,08±,60	2,19±,604	2,24±,71	2,515±,65
<b>Ki-kare</b>		14,298	31,401	71,489	62,593	66,621
<b>p</b>		,014	,000	,000	,000	,000

Tablo 11: Eğitim Durumu ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Çalışmada kullanılan üç ölçeğin de toplam puanları eğitim durumu değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir\*. Arslan tarafından yapılan çalışmada da eğitim durumunun her iki dindarlık ölçeği açısından anlamlı bir farklılaşmaya yol açtığı tespit edilmiştir (Arslan, 2018: 657) Aynı çalışmada normatif dindarlık puanları en yüksek çıkanlar ilkokul mezunları olurken bizim çalışmamızda okuma yazma bilmeyenlerin dindarlık puanları daha yüksek çıkmıştır. Popüler dindarlık açısından da eğitim düzeyi yüksek olanların eğitim düzeyi düşük olanlara göre daha düşük puanlara sahip oldukları tespit edildiği görülmektedir (Arslan, 2018: 658). Gerek normatif dindarlık gerekse popüler dindarlık açısından benzer bir durumun bizim yaptığımız bu çalışmada da ortaya çıktığı söylenebilir. Yine Çekin tarafından yapılan çalışmada eğitim durumu-popüler dindarlık arasından eğitim durumunun yüksekliği ile dindarlık puanlarını arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Normatif dindarlık açısından ise eğitim durumu için anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiştir (Çekin, 2014: 530). Uysal'ın yaptığı çalışmada da ilkokul mezunlarının özellikle dini ibadetlere katılma ve ibadetlerin fert ve toplum üzerinde ki etkisini kabullenme açısından dine karşı daha olumlu tutumlara sahip oldukları tespit edilmiştir (Uysal, 1995: 269). Taplamacıoğlu'nun çalışmasında da okuryazar olmayanların dindarlık oranları diğer eğitim düzeylerine göre yüksek çıkmıştır (Taplamacıoğlu, 1962: 145-151).

Çalışmada kullanılan ölçeklerden NoDÖ ve PoDÖ' nün toplam puanları ekonomik durum değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir††. Ancak SMKÖ için ekonomik durum değişkeni açısından anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır††. Aynı dindarlık ölçeklerini kullanıldığı Arslan tarafından yapılan araştırmada ekonomik durum için NoDÖ açısından anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir. Ancak aynı çalışmada PoDÖ açısından bir farklılaşma gözlemlendiği belirtilmektedir (Arslan, 2018: 660).

\*\* NoDÖ için  $\chi^2=14,298-p:014$ ; PoDÖ için  $\chi^2=31,401-p=,000$  ve SMKÖ için  $\chi^2=62,593-p:,000$

†† NoDÖ için  $\chi^2=9,885-p:,002$ ; PoDÖ için  $\chi^2=8,67-p=,003$

†† SMKÖ için  $\chi^2=1,952-p:,162$

Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

Ekonomik Durum	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler Dindarlık Ölçeği	Sosyal medya Kullanım Ölçeği		
				SMKÖ	Süreklilik Alt	Yetkinlik Alt
Alt Sınıf	Ortalama	4,09±,57	3,07±,60	1,91±,64	2,08±,879	1,74±,65
Orta	Ortalama	4,46±,39	3,44±,52	1,82±,88	1,90±,957	1,73±,90
<b>Ki-Kare</b>		9,885	8,670	1,952	2,051	,491
<b>p</b>		,002	,003	,162	,152	,484

Tablo 13: Ekonomik Durum ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Tablo 13 incelendiğinde kendisini ekonomik durum açısından orta sınıf olarak tanımlayanların PoDÖ ve NoDÖ için daha yüksek puanlar aldıkları görülmektedir. Her iki ekonomik sınıf için de NoDÖ puanları PoDÖ puanlarına göre daha yüksektir. Bu sonuçtan farklı olarak Topuz tarafından gençler ile ilgili yapılan çalışmada gelir düzeyi ile popüler ve normatif inanç düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma tespit edilmemiştir (Topuz, 2012: 29). Yapıcı'nın çalışmasında ise orta seviye ekonomik durumu olanlar dinin etkisini en fazla hissedenler olarak bulunmuştur (Yapıcı, 2006: 87). Günay'ın yaptığı çalışmada da gelir düzeyinin yükselmesi ile dini yaşayış şiddetinde azalma meydana gelmektedir (Günay, 1999:269). Farklı bir sonuç olarak Kimter (Kimter, 2008: 195) ailelerin gelir düzeylerinin artmasına paralel olarak inanç ve ibadet boyutlarında dinselliğin de arttığını ortaya koymuştur.

Çalışmada kullanılan ölçeklerden NoDÖ ve PoDÖ' nün toplam puanları dini bilginin kaynağı değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları NoDÖ ve PoDÖ için herhangi bir anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir<sup>§§</sup>. Tablo 13 verileri değerlendirildiğinde her iki ölçek için de en yüksek puanın, dini bilgi için bölgede tanınan din büyüklerini kaynak olarak gösterenlere ait olduğu görülebilir.

Dini bilginin kaynağı	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler Dindarlık Ölçeği
<b>Cami İmamı</b>	Ortalama	4,27±,497	3,30±,601
<b>Aile Büyükleri</b>	Ortalama	4,31±,544	3,33±,521
<b>Bölgede Tanınan din</b>	Ortalama	4,58±,292	3,44±,528
<b>Ki-kare</b>		40,541	25,783
<b>p</b>		,034	,843

Tablo 14: Dini Bilginin Kaynağı ve Dindarlık Ölçekleri Ortalama Ve Standart Sapmaları

Çalışmada kullanılan ölçeklerden NoDÖ ve PoDÖ' nün toplam puanları sosyal medya gruplarına katılım değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları PoDÖ için anlamlı düzeyde farklılık gösterirken NoDÖ için herhangi bir anlamlı farklılık göstermemektedir<sup>\*\*\*</sup>. Tablo 15 verileri incelendiğinde sosyal medya gruplarına katılım sağladığını söyleyenlerin normatif dindarlık

§§ NoDÖ için  $\chi^2=10,71$ -p:,005; PoDÖ için  $\chi^2=1,301$ -p:,522

\*\*\* NoDÖ için  $\chi^2=1805,5$ -p:, 919; PoDÖ için  $\chi^2=1189,0$ -p=,000, SMKÖ için  $\chi^2=961,5$ -p=,000

puanının katılmayanlara göre çok azda olsa yüksek çıktığı görülürken popüler dindarlık puanı hayır cevabını verenlere göre daha düşük çıkmaktadır. Bu veri bize sosyal medya gruplarında bilgi paylaşımının popüler dindarlık tutumları açısından negatif etki ettiğini göstermektedir.

Sosyal Medya Grupları	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler Dindarlık Ölçeği	Sosyal medya Kullanım Ölçeği		
				SMKÖ	Sürekli Alt	Yetkinlik Alt Ölçek
<b>Evet</b>	Ortala	4,40±,44	3,21±,57	2,03±,71	2,14±,82	1,932±,79
<b>Hayır</b>	Ortala	4,37±,48	3,55±,43	158±,93	1,68±1,0	1,48±,890
<b>U</b>		1805,5	1189,0	961,5	1089,0	998,5
<b>p</b>		,919	,001	,000	,000	,000

Tablo 15: Sosyal Medya Gruplarına Katılım Ve NoDÖ, PoDÖ ve SMKÖ Ortalama Ve Standart Sapmaları

Çalışmada kullanılan ölçeklerden NoDÖ ve PoDÖ'nün toplam puanları katılım sağlanan sosyal medya grupları değişkenine göre incelendiğinde, katılımcıların ortalama puanları PoDÖ için anlamlı düzeyde farklılık gösterirken NoDÖ için herhangi bir anlamlı farklılık göstermemektedir<sup>†††</sup>. Tablo 16'dan da görülebileceği gibi sosyal medya grupları arasında dini grupları tercih edenler normatif dindarlık açısından en yüksek puana sahip iken haber gruplarına katılanlar popüler dindarlık açısından en yüksek puana sahipler.

Katılım Sağlanan Sosyal Medya Grupları	Değerler	Normatif Dindarlık	Popüler Dindarlık
<b>Akraba grupları</b>	Ortalama	4.57±.243	3.43±.404
<b>Arkadaş grupları</b>	Ortalama	4.35±.416	3.15±.625
<b>Dini bilgi navlasan</b>	Ortalama	4.83±.235	3.25±.117
<b>Haber grupları</b>	Ortalama	4.58±.353	3.91±.589
<b>Eğitim amaçlı gruplar</b>	Ortalama	4.26±.604	2.93±.499
<b>Diğer</b>	Ortalama	4.33±.527	3.75±.215
<b>Ki-Kare</b>		6.309	14.235
<b>P</b>		.277	.014

Tablo 16: Sosyal Medya Çeşidi ve Dindarlık Ölçekleri Ortalama Ve Standart Sapmaları

## 5. DİNDARLIK TERCİHLERİ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Dindarlık tercihleri için kullandığımız ölçekler ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Spearman'ın Sıralama Korelasyonu Katsayısı analizine tâbi tutulduğunda NoDÖ'nün PoDÖ ve Sosyal medya kullanım ölçeği ile<sup>†††</sup>, PoDÖ'nün NoDÖ ve Sosyal medya kullanım ölçeği ile<sup>§§§</sup> ve Sosyal medya kullanma ölçeğinin PoDÖ ve NoDÖ ile<sup>\*\*\*\*</sup> anlamlı düzeyde negatif bir ilişki içinde olduğu görülmektedir.

Tablo 15'ten görüleceği üzere üç ölçek için de diğerleriyle aralarında anlamlı korelasyon vardır. Sosyal medya kullanımı ile dindarlık tercihleri arasında

††† NoDÖ için  $\chi^2=6,309-p:;277$ ; PoDÖ için  $\chi^2=14,235-p:;014$

††† Sırasıyla ( $r=-,242$   $p:;006$ ) ve ( $r=-,195$ ;  $p:;029$ )

§§§ Sırasıyla ( $r=-,242$ ;  $p:;006$ ) ve ( $r=-,232$ ;  $p:;009$ )

\*\*\*\* Sırasıyla ( $r=-,195$ ;  $p:;029$ ) ve ( $r=-,232$ ;  $p:;009$ )

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

ki korelasyonda dikkat çeken husus ise her iki ölçekle negatif yönde bir ilişkiye sahip olduğudur.

		NoDÖ Puanı	PoDÖ Puanı	Medya Kullanım Ölçeği	
Spearman's rho	<b>Toplam NoDÖ Puanı</b>	Correlation Coefficient	1,000	,242**	-,195*
		Sig. (2-tailed)	.	,006	,029
		N	125	125	125
	<b>Toplam PoDÖ Puanı</b>	Correlation Coefficient	,242**	1,000	-,232**
		Sig. (2-tailed)	,006	.	,009
		N	125	125	125
	<b>Toplam SMKÖ</b>	Correlation Coefficient	-,195*	-,232**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,029	,009	.
		N	125	125	125

Tablo 17: Ölçekler arası korelasyon

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dolayısıyla sosyal medya kullanımı arttıkça her iki dindarlıkta düşmekte ya da başka bir ifadeyle her iki dindarlık arttıkça sosyal medya kullanımı düşmektedir. Sosyal medya kullanımının çoğunluk itibariyle teknolojik aletler özellikle de mobil cihazlar üzerinden yapılıyor olması insanları daha çok meşgul etmekte, sosyal medya ile başka konular üzerinde yoğunlaşmakta ve sonuç itibariyle dini ve dindarlığa gerçek hayatta ayrılan zaman dilimi azalmaktadır. Diğer bir bakış açısıyla sosyal medya üzerinden farklı dini bilgi, inanç ve yaşantılarla karşılaşıldıkça alışlagelmiş dindarlık tercihleri ve değerlendirmeleri bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Hatta bu durumda sorgulamalar ile birlikte olumsuz bir bakışın ortaya çıkması da daha muhtemel hale gelebilir. Nitekim bir yüksek lisans çalışmasında da dindarlık ile sanal bağımlılık arasında dindarlığın artması ile sanal bağımlılığın azaldığı şeklinde bir tespit bulunmaktadır (Çoban, 2013: 135)

## SONUÇ

Değişkenler ve ölçek puanları ilişkisine dair veriler aşağıdaki şekilde özetlenebilir; Dindarlık ölçeklerinden alınan puan ortalamaları karşılaştırıldığında, Normatif dindarlık (NoDÖ) puanlarının popüler dindarlık (PoDÖ) puanlarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ortalamalar açısından değerlendirildiğinde ise normatif dindarlık “tamamen katılıyorum” aralığında iken popüler dindarlık “Kararsızım” aralığında görülmektedir<sup>†††</sup>. Bu veriler uyarınca Fındıklı köyünde ikamet edenlerin Normatif dindarlık düzeylerinin popüler dindarlık düzeylerinden yüksek olduğu söylenebilir.

††† Beşli Likert tipi ölçek maddeleri aritmetik ortalama aralıkları: Tamamen katılıyorum: 4,20-5,00, Katılıyorum: 3,40-4,19; Ne katılıyorum ne katılmıyorum: 2,60-3,39; Katılmıyorum: 1,80-2,59; Hiç katılmıyorum: 1,00-1,79;

Cinsiyet değişkeni analizler ilginç sonuçlar ortaya koymuştur. Kadınların hem normatif hem de popüler dindarlık ortalamaları erkeklere göre yüksek çıkmaktadır. Sosyal medya kullanım ölçeği açısından ise erkeklerin ortalama puanları kadınlara göre daha yüksektir.

Yaş değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; Normatif dindarlık düzeyi popüler dindarlık düzeyine göre daha yüksektir. Ayrıca normatif dindarlık seviyesi yaşın yükselmesine paralel olarak yükselirken popüler dindarlık seviyesi değişkenlik göstermektedir. Popüler dindarlık seviyesi en düşük yaş gurubu 30-45 yaş grubu iken en yüksek puana sahip yaş gurubu 66 ve üzeri yaş grubudur. Sosyal medya kullanma ortalama puanı yaşın yükselmesine ters orantılı olarak düşmektedir. Mesela sosyal medya kullanım ölçeği puan ortalaması 18-22 yaş grubunda  $2,54 \pm,506$  iken 66 ve üzeri yaş grubunda  $1,078 \pm,170$ 'e kadar düşmektedir. Bu durum yaşın yükselmesine bağlı olarak fiziksel ve zihinsel zayıflama ve problemlerin yaşanma durumları göz önüne alındığında normal kabul edilebilir.

Medeni durum değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; her üç grup için de normatif dindarlık ortalama puanları, popüler dindarlık ortalama puanlarına göre daha yüksektir. Detaylı olarak bakıldığında ise normatif ve popüler dindarlık ortalama puanları en düşük grup bekar olan gruptur. Bu ortalamaların en yüksek çıktığı grup ise ayrılmış/eşi vefat etmiş kişilerin oluşturduğu gruptur. Sosyal medya kullanım durumu ise tam tersi olarak çıkmakta ve ortalama puanları en yüksek çıkanlar bekarlar olurken en düşük çıkanlar da ayrılmış/eşi vefat etmiş olanlardır.

Eğitim durumu değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; bütün eğitim durumları açısından normatif dindarlık düzeyleri, popüler dindarlık düzeylerine göre daha yüksektir. Eğitim seviyesi arttıkça normatif ve popüler dindarlık düzeylerinin düştüğü görülmektedir. Her iki dindarlık için de en yüksek düzeyler okuma yazma bilmeyenlere ait iken en düşük düzeyler istisna olarak ortaokul mezunlarına ait çıkmaktadır. Fakat bu eğitim seviyesi dışında en düşük düzeyler lisans mezunlarına aittir. Sosyal medya kullanma ortalama puanları ise dindarlık durumlarının aksine en düşük grup okuma yazma bilmeyenlerdir. Sosyal medya kullanımında en yüksek ortalama ise lise mezunlarında görülmektedir.

Ekonomik durum değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; bütün ekonomik durumlar açısından normatif dindarlık düzeyleri, popüler dindarlık düzeylerine göre daha yüksektir. Normatif ve popüler dindarlık seviyeleri en yüksek grup kendilerini ekonomik açıdan orta düzeyde görenlerdir. Ekonomik durum yükselirken ölçek için de puan ortalamalar yükselmektedir. Ancak sosyal medya kullanımı için ekonomik durum açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Dini bilgilerin kaynağı durum değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; normatif dindarlık puan ortalamaları en yüksek grubun dini bilgilerini bölgede tanınan din büyüklerinden alanların oluşturduğu grup olduğu görülmektedir. En düşük puan ortalaması ise dini bilgilerinin kaynağı olarak camii imamını gösterenler olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bu değişken için her iki dindarlık açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Sosyal medya gruplarına katılım durumu değişkeni analiz sonuçlarına göre ise; bütün gruplar açısından normatif dindarlık düzeyleri, popüler dindarlık

## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

düzelelerine göre daha yüksektir. Herhangi bir sosyal medya grubuna katılım sağladığını söyleyenlerin normatif dindarlık düzeyleri katılmayanlara göre daha yüksek olsa da bu dindarlık için anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiştir. Sosyal medya kullanımı açısından da sosyal medya gruplarına katıldıklarını söyleyenlerin ortalama puanları daha yüksektir. Popüler dindarlık için ise sosyal medya gruplarına katılım sağlamadığını söyleyenlerin düzeyleri daha yüksektir. Hangi sosyal medya gruplarına katılım sağlandığı değişkeni açısından ise hiçbir ölçek için anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Ölçekler arası korelasyon testi için Spearman'ın Sıralama Korelasyonu Katsayısı analizi kullanılmış ve dindarlık ölçekleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiş, ancak dindarlık ölçekleri ile sosyal medya kullanım ölçeği arasında ise anlamlı fakat negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kırsal da dindarlık tercihlerini araştırdığımız bu çalışma sonuçlarına göre, kırsalda normatif dindarlık düzeyi bütün değişkenler açısından popüler dindarlık düzeyine göre daha yüksektir. Kadınlar, yaşça büyük olanlar, ayrılmış/eşi vefat etmiş kişiler, okuma yazma bilmeyenler, orta sınıf ekonomik duruma sahip olanlar, dini bilgilerinin kaynağı olarak bölgede tanınan din büyüklerini gösterenler ve sosyal medya gruplarını takip edenlerin dindarlık ölçek puanları diğerlerine göre yüksektir. Erkekler, yaşça daha küçük olanlar, bekarlar, lise mezunları, ekonomik olarak alt sınıflar ve sosyal medya gruplarına katılım gösterenlerin ölçek puanları diğerlerine göre daha yüksektir. Ayrıca veriler dindarlık ölçekleri ile sosyal medya kullanımı arasında negatif bir ilişkiyi ortaya koymaktadır.

## KAYNAKÇA

- AKÇAY, H. (2011), "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-161
- AKGÜL, M. (2004), "Yaşlılık Ve Dindarlık: Dindarlık, Hayattan Zevk Alma Ve Mutluluk İlişkisi: Konya Huzurevi Örneği." *Dini Araştırmalar*, 7 /19, 19-56
- AKSAN, G.- SÖNMEZ, A. Ö. (2019), "Üniversite Gençliğinin Değerlerinin Farklılaşan Yönleri: Değerler ve Dindarlık İlişkisi Bugün Bizlere Ne Anlatıyor?", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*
- AKSEKİ, A. H. (1970), *İslam Dini*, Ankara, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları
- ALBAYRAK, A.- KURT, E. (2019), "Türkiye’de Din Psikolojisi Tezlerinde Dindarlık Ölçekleri: Bibliyografik Bir Araştırma (1997-2019)" *Bilimname*, 40, 137-172.
- ARSLAN, H. (2018), "Normatif Ve Popüler Dindarlığın Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Çankırı Örneği." *Journal of Islamic Research*, 29 /3, 642-66.
- ARSLAN, M. (2003), "Popüler Dindarlık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik Ve Güvenirlilik Çalışması." *Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 3/4, 97-116
- BERGER, P. L. (1999), *Dini Kurumlar*, çev.: Adil Çiftçi, İzmir, Anadolu Yayınları

- BİLGİN, V. "Popüler Kültür Ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü." *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12/1 (2003)
- CERRAH, L. (2016), "Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20/4, 1393-1414
- ÇAPAR, B. (2008), *Farklı Orta Öğretim Öğrencilerinde Dindarlık ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans tezi
- ÇOBAN, R. (2013), *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- COŞTU, Y. (2009), "Normatif ve Popüler Yaklaşım: "Bir Dini Yönelim Ölçeği Denemesi." *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8/15, 119-139.
- ÇUBUKOĞLU, M. E.-Haşiloğlu, S. B. (2012), "Dindarlık Olgusunun Satın alma Davranışı Faktörleri Üzerinde Etkisi". *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4/1, 1-18.
- ÇEKİN, A. (2014), "Kur'an Kurslarına Giden Kadınların Dindarlık Algıları: Normatif Ve Popüler Dindarlık Üzerine Nicel Bir Çalışma." *EKEV Akademi Dergisi* 18/58, 523-536.
- ÇEKİN, A. (2013), "Din ve Eğitiminin Toplumsal Yönü Üzerine Değerlendirmeler." *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 2/2, 36-48.
- DEMİR, T. (2016), "Postmodern Perspektiften Popüler Kültür ve Dindarlığın Yeni Formları." *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7/15, 117-133.
- DENİZ, L.- Tutgun-Ünal, A. (2019), "Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı Ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması". *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11/18, 1025-1057.
- FREYER, H. (1964), *Din Sosyolojisi*. Ankara, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fak. Yayınları
- GÜNAY, Ü. (2006), "Dindarlığın Sosyolojisi", *Dindarlığın Sosyo Psikolojisi*, edit.: Ü. Günay, Ünver- C. Çelik, Celalettin. Adana, Karahan Kitabevi
- GÜNAY, Ü. (1999), *Erzurum Kenti ve Çevre Köylerinde Dini Hayat*, (Yayımlanmış doçentlik tezi), Erzurum, Erzurum Kitaplığı Yy
- GÜVEN, İ. F. (2019), "Makyavelizm ve Dindarlık: Demografik Değişkenler Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Bilimname*
- HABERLİ, M. (2013), "Dini tecrübe Aracı Olarak Sanal Ritüeller", *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 57, 17-38
- KALAFAT, Y. (1999), "Türkiye'de Halk İnançları ve Alevilik" *Hacı Bektaş-ı Veli Araştırma Dergisi*, Bahar 99/9
- KAPLAN, M. A.- HAENLEİN, M. (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53 [https://www.academia.edu/1274371/Users\\_of\\_the\\_world\\_unite\\_The\\_challenges\\_and\\_opportunities\\_of\\_social\\_media](https://www.academia.edu/1274371/Users_of_the_world_unite_The_challenges_and_opportunities_of_social_media) (Erişim: 24.04.2021)
- KARACA, F. (2014), *Yabancılaşma ve Din*, İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2. Baskı



## Kırsal Kesimde Dindarlık Ve Sosyal Medya Kullanımı (Giresun İli Fındıklı Köyü...

- KARSLI, N. (2020), "Üniversite Öğrencilerinde Sabır ve Dindarlık İlişkisi", *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c: 17, 52-72
- KARSLI, N. (2012), "Dindarlık Ve Öfke Kontrolü İlişkisi Üzerine Tecrübî Bir Araştırma". *EKEV Akademi Dergisi*, 16
- KIRIK, A.M. (2012), "Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm", *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 1/3, 87-98
- KIZILGEÇİT, M. (2015), *Yalnızlık Umutsuzluk ve Dindarlık Üzerine Psiko Sosyal Bir Çalışma*. Ankara, Gece Kitaplığı,
- KİMTER, N. (2008), *Benlik Saygısı Ve Dindarlık İlişkisi*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi
- KOÇ, M. (2008), *Yetişkinlik Döneminde Dindarlık İle Benlik Kavramı Değişkenleri Arasındaki İlişki*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi
- KURT, A. (2008), "Sosyolojik Din Tanımları ve Dine Teolojik Bakış Sorunu", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (UÜİFD)*, 17/ 2
- KURT, A. (2009), "Dindarlığı Etkileyen Faktörler." *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18/2, 1-26
- KUŞAT, A. (2006), "Ergenlerde Allah Tasavvuru", *Dindarlığın Sosyo-Psikolojisi*. Adana, Karahan Kitabevi
- MEHMEDOĞLU, A. U. (2004), *Kişilik ve Din*. İstanbul, Dem Yayınları
- MENEKŞE, Ö. (2015), "Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar", *Dijitalleşen Din*, ed. Mahmut Çamdereli vd. İstanbul, Köprü Yayınları, 175-222
- ONAY, A. (2001). "Dindarlık Ölçme Çalışmaları: Dindarlık Ölçümünde Üç Farklı Yaklaşım Ve Ölçmenin Esasları." *İslami Araştırmalar Dergisi*, 14/3-4, 439-449
- ONAY, A. (2004), *Dindarlık, Etkileşim Ve Değişim*. İstanbul, DEM Yayınları
- OKUMUŞ, E. *Gösterişçi Dindarlık*. İstanbul: Pınar Yayınları, 2002.
- ÖRNEK, S. V. (1996), *Sivas ve Çevresinde Hayatın Kesin Safhalarıyla İlgili Batıl İnançların ve Bütünsel İşlemlerin Etnolojik Tetkiki*, Ankara, A.Ü. Basımevi
- SPINKS, G. S. (2008), "Psikoloji ve Din", çev. Bozkurt Koç- Zeynep Özcan, *F. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi (FÜİFD)*, 13/1
- THURAU, T. H. vd. (2010), "The İmpact Of New Media On Customer Relationships", *Journal of Service Research*, 13/3, 311-30.
- TANYOL, C. (1960), "Din ve Adetler", *Türk Folklor Araştırmaları*, c:6, No: 127
- TAPLAMACIOĞLU, M. (1962) "Yaşlara Göre Dinî Yaşayışın şiddet ve Kesafeti Üzerinde Bir Anket Denemesi", <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12575/49512/18127.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, (8 Nisan 2021, 14:00)
- TEKİN, M. (2006), "Dindarlık Bağlamında Amel-i Sâlih Kavramına Sosyolojik Bir Yaklaşım", *Dindarlık Olgusu* (Sempozyum Tebliğ ve Müzakereleri) İstanbul: KURAV Yayınları, 49-63
- TOPUZ, İ. (2012), "Gençlerde Normatif, Popüler Ve Paranormal İnançlar Üzerine Bir Araştırma: SDÜ Örneği" *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2/29

- UYSAL, V. (1995), “İslami Dindarlık Ölçeği Üzerine Bir Pilot Çalışma”, *İslami Araştırmalar*, VIII/ 3-4, 263-271.
- UYSAL, V. (2006), *Türkiye’de Dindarlık Ve Kadın*. İstanbul, Dem Yayınları
- UYSAL, V. (2015), “Genç Yetişkinlerde Affetme Eğilimleri ve Dinî Yönelim/Dindarlık”, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 48/48
- WACH, J. (1995), *Din Sosyolojisi*, Çev. Günay, Ünver. İstanbul, MÜİF Yayınları
- YAPICI, A. (2006), "Yeni Bir Dindarlık Ölçeği Ve Üniversiteli Gençlerin Dinin Etkisini Hissetme Düzeyi." Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 6/1, 65-115
- YAVUZ, K. (1987), *Psikanalizde İlk Dini Gelişmelerin Değeri*, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Basımevi
- YAZIR, E.M. H. (1992), *Hak Dini Kur’an Dili*, İstanbul, Azim Dağıtım
- YILDIZ, M. (2001), “Dindarlığın Tanımı ve Boyutları Üzerine Psikolojik Bir Çalışma”, *Tabula-Rasa*,1/1, 19-42
- YILDIZ, M. (2006), *Ölüm kaygısı ve dindarlık*. İzmir, İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları