

CITATION: 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı, 9-11 Nisan 2018, İstanbul-TÜRKİYE

ISBN: 978-605-2132-21-0

DOI: 10.21733/ibad.416756

TELEVİZYONDAKİ DİNİ PROGRAMLARA YÖNELİK TUTUMLAR İLE DINDARLIK ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Cüneyd AYDIN¹

Özet

Din, insan hayatında önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple, insanlar içinde buldukları veya bir şekilde mensubiyet hissettikleri dinin inanç ve uygulamalarını öğrenmek için farklı kaynaklara başvurmakta ve böylece öğrendikleriyle dindar bir yaşam sürmeye çalışmaktadırlar. Diğer yandan, son on yıllarda önemli bir yayın aracı olan televizyon kullanımının yaygınlaşması ve özel kanalların artmasıyla birlikte; çeşitli içerikteki programların yanı sıra, farklı kişi veya kurumlarca hazırlanıp yayınlanan dini içerikli programlar da ilgi görmeye ve izlenmeye başlamıştır. Zamanla artan ve farklı konseptlerle kendini gösteren bu programlar, dini bilgilerin artırılmasında, dindar bir yaşam sürmeye çalışmada, dini olarak farklı bakış açılarının görülmesinde ya da kendi dini anlayışını destekleyip diğerlerini çürütmeye çalışmada kullanılan bir yol haline gelmiş gibi görünmektedir. İşte bu çalışmanın amacı, bireylerin televizyondaki dini programlara yönelik tutumlarını dindarlık açısından incelemektir. Araştırmanın temel problemi, televizyon kanallarında yayınlanan dini programların dindarlıkla ilişkisinin olup olmadığını ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışmanın verileri, 2017 yılının Kasım-Aralık aylarında tesadüfi olarak seçilen toplam 271 kişiye kişisel bilgi anketi, Dindarlık Ölçeği ile televizyondaki dini programlara yönelik tutumları ölçmek için kullanılan derecelendirilmiş ve birbirinden bağımsız dört sorulu bir anket formunun uygulanması yoluyla elde edilmiştir. Yapılan ANOVA ve çoklu karşılaştırma testlerinden LSD testi sonuçlarına göre, dindarlık ile televizyondaki dini programlara yönelik tutum anketindeki 1. ve 2. maddeler arasındaki ilişkiler üzerine kurulan hipotezlerin desteklenmediği ($p>0,05$); buna karşın 3. ve 4. maddeler arasındaki ilişkiler üzerine kurulan hipotezlerin desteklendiği [H_3 : $F(2,429)=2,268$; $p<0,09$ ve H_4 : $F(3,061)=2,268$; $p<0,05$] tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din, Dindarlık, Televizyon, Dini program.

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN RELIGIOSITY AND ATTITUDES TOWARDS RELIGIOUS PROGRAMS ON TELEVISION

Abstract

Religion has an important place in human life. For this reason, people resort to different sources to learn the beliefs and practices of the religion they are in, and thus try to live a religious life with their learning. On the other hand, with the widespread use of television as an important broadcasting medium in the last decades and the increase of special channels, as well as various content programs and religious programs prepared and published by different people or institutions began to be interested and watched. These programs, increasing in time and manifested in different concepts, seem to have become a way to increase religious knowledge, in trying to lead a religious life, in the emergence of different views of religion or in supporting their own religious understanding and trying to disprove others. The aim of this study is to examine the attitudes of individuals towards religious television programs in terms of religiosity. The main problem of the research is to try to find out whether religion programs broadcasted on television channels are related to religiosity. The data of the study were obtained by applying a personal information questionnaire, a Religiosity Questionnaire, and a graded and independent four-question questionnaire form to a total of 271 people randomly selected from November to December 2017. According to the results of the ANOVA and the LSD test from multiple comparison tests, the hypotheses based on the relations between the first and second items in the attitude survey for religiosity and television religious programs are not supported ($p>0,05$); whereas the hypotheses based on the relations between the 3rd and 4th items are supported [H_3 : $F(2,429)=2,268$; $p<0,09$ ve H_4 : $F(3,061)=2,268$; $p<0,05$].

Keywords: Religion, Religiosity, Television, Religious program.

¹ Bartın Üniversitesi, Türkiye, caydin@bartin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3763-0076.

GİRİŞ

Dindarlık kişiden kişiye, kültürden kültüre ve mensup olunan dinin esaslarına göre farklı anlamlar ifade eden (Kimter 2008: 93) hem izafi bir (Kurt 2009: 2) hem de çok boyutlu bir kavramdır (Cirhinlioğlu 2010: 60; ayrıca bkz. Yapıcı 2002: 75-118) Bu yönüyle, söz konusu kavramın tanımlanması veya ortak bir tanımının oluşturulması pek kolay değildir. Bakıldığında, dindarlığın pek çok tanımında, daha ziyade dindarlığın öznel/sübjektif yönünün ele alındığı söylenebilir (Mehmedoğlu 2013: 178). Din Psikologları ise, dindarlığın tanımından çok onun tezahür ettiği inanç, ibadet ve bilgi alanlarındaki yansımalarına bakarak onu değerlendirmek ve anlamak için çalışılmaktadır (Kaya ve Uysal 2015: 648).

Burada konunun zihinlerde yerleşmesi açısından birkaç dindarlık tanımına yer vermek gerekli olabilir. Örneğin Bilgin (2003: 195); dindarlığı, kişinin özel hayatında veya kamusal alanda dinî kural ve ritüelleri uygulaması olarak görmektedir. Okumuş (2006: 21) ise; dindarlığı, insanın iman-amel temelinde ortaya koyduğu dinî tutum, deneyim ve davranış biçimini, yani dinî yaşantıyı veya dindarca hayatı; inanılan dinin emir ve yasakları doğrultusunda yaşamayı ifade eden ve inanç, bilgi, tecrübe/duygu, ibadet, etki, organizasyon gibi boyutları olan bir olgu olarak tanımlamaktadır. Yapıcı (2007: 23), inanç ve din kavramlarının bireysel yansımalarının “dindarlık” olarak tanımlanabileceğini ifade etmektedir. Köse ve Ayten’e (2012: 109) göre dindarlık; dini ilkelerin gerek bireysel gerekse toplumsal yaşantıya aktarılmış halidir ve bilgisel, duygusal ve davranışsal yönleri kuşatan çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Hökelekli (2015: 42-43) ise, bu kavramı; “belli bir dinin inanç ve öğretilerinin belli bir zaman ve şartlarda belli bir kişi, grup ya da toplum tarafından yaşanması” şeklinde tanımlamaktadır. Bunların yanı sıra; dindarlığı, kişinin herhangi bir dinsel yapıya bağlı olma ve dinin emirlerini gayretle yerine getirme durumu, kişinin mensubu olduğu dine ait inanç, ibadet ve sembollere ilişkin kabul, yoğunlaşma ve meşgul olma derecesi (Bilgin 2014: 76) ve dinin manevi veya pratiksel etkilerinin gösterilmesi, bireyin kutsal emirlere bağlanması veya ilgilenmesi şeklinde tanımlayanlar da vardır (Karlı 2012: 59).

Öte yandan, dindarlığın farklı boyutlara sahip olduğu ve bunların ideolojik (inanç), törensel (ibadet ve uygulama), tecrübi (duygusal), zihinsel (bilgi) ve etki boyutu olmak üzere toplam beş boyut altında toplanabileceği çoğu çalışmada ifade edilmektedir (Hökelekli 2013: 74-75; Köse ve Ayten 2012: 111-112; Cirhinlioğlu 2010: 60; Yıldız 2006: 92-93). Bu beş boyut, Türkiye’de çalışma yapan din psikologlarının daha çok Glock’un (1972) yaptığı çalışmadan faydalanarak eserlerinde yer verdikleri boyutlardır.² Dindarlığın farklı boyutlarının olmasının yanında, farklı dindarlık sınıflamaları da mevcuttur. Bunlardan en bilineni Gordon Allport’un “içten kaynaklı” ve “dıştan kaynaklı” dindarlık şeklinde ortaya koyduğu sınıflamadır (Köse ve Ayten 2012: 113; Yıldız 2006: 86-87; Cirhinlioğlu 2010: 69). Bu sınıflamanın dışında, bazı çalışmalarda benzer içeriklere sahip farklı isimlerle ifade edilen dindarlık sınıflamaları da mevcuttur. Ancak çalışmalarda daha ziyade Allport’un sınıflamasının kullanıldığını söylemek mümkündür. Belirtmek gerekir ki; bu çalışmanın temel hedefi sadece dindarlık veya diğer kavramlar hakkında literal bir tarama olmadığından şimdilik dindarlıkla ilgili bu kadar bilgi yeterli görülebilir ve sonuç olarak denebilir ki; dindarlık çok boyutlu, farklı sınıflamaları olan herkesin üzerinde ittifak edebileceği bir tanım olmayan bir kavramdır. Ancak bu çalışmada, söz konusu kavram kullanıldığında ne anlaşılması gerektiğinin bilinmesi ve okuyucu zihninin odaklanması açısından kullanılacak olan operasyonel tanım şu şekilde olacaktır: “Dindarlık, bireyin veya grubun günlük hayatında dinin önemini ifade eden, dine inanma ve bağlanma derecesini gösteren bir kavramdır” (Kızılgöçer 2017: 58).

Çalışmanın diğer bir kavramı olan *medya*’ya gelince o; temelde yazılı, sözlü ve görsel iletişim araçları olarak tanımlanabilir. Medya, pragmatik olarak bir mesajı birey veya gruptan çok daha geniş alıcı kitleye taşıyan iletilicileri belirtir. Başlarda sadece yazılı olan basını kapsayan medya, teknolojinin getirdiği yeniliklerle diğer sözlü ve görsel hizmetleri de içine almıştır. Medyanın temel görevleri ise; bilgilendirme, eğitme, eğlendirme ve boş zamanları doldurmak olarak sayılabilir. Bunun yanında, medyanın kamuoyu oluşturmak gibi bir görevi de vardır. Bireylerin siyasi olandan dini olana kadar toplumsal konularının ve davranışlarının şekillenmesinde medyanın önemli katkısı bulunmaktadır. Medyanın etki alanı, temelde insan zihinleridir ve bu etki, uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Zira insanlar bu iletişim araçlarına bütün ömürleri boyunca açıktır (Coşkun 2003: 7--12; İnan 2013: 122- 123).

Televizyon ise, işitsel ve görsel öğeleri kullanıp görüntüyü ön plana çıkararak imgesel bir düşünüş biçimi geliştirmiş ve iletişime de yeni bir boyut katmıştır. Televizyon izlemek, bugün modern insanın en baş

² Dindarlığın boyutlarıyla ilgili çalışma yapan diğer bazı araştırmacılar ile neden Türkiye’de Glock’un modelinin benimsendiği ile ilgili olarak daha fazla bilgi için bkz. Yıldız, 2006: 93-101; Karlı 2011: 81-92; Yakut 2016: 87-93; Tokur 2011: 60-65; Kızılgöçer 2011: 86-97.

meşgalelerinden birisidir. Televizyon ile olan ilişkinin, alıcıların yaygınlaşması, programların çoğalması, kanalların sayısının artmasına paralel bir değişim gösterdiği açıktır. Televizyon, toplumdaki ideolojiler kadar ütopya, kişisel tecrübeler kadar kültürün genel kalıpları üzerinden giderek etkisini göstermektedir (Çelikkaya 2010: 14, 28, 31). Bu etki, elbette dini hayat üzerinde de görülmektedir. (Turan 2007: 296). Denebilir ki; televizyon, yapısı itibarıyla birey ve toplum üzerindeki etkisi her geçen gün daha fazla artan ve insan hayatını farklı şekillerde organize eden en önemli iletişim aracı olarak ortada durmaktadır. Bu nedenledir ki televizyon yayınları, etkileri üzerinde sürekli tartışmaların yaşandığı bir alan haline dönüşmüştür. Bunun da nedeni, büyük ölçüde televizyonun bireylerin hem gözüne hem de kulağına hitap etmesi, olayları canlı olarak yaşıyor gibi göstermesi ve sonuçta bireyler üzerindeki etkisinin çok daha yüksek olmasıdır. Şüphesiz ki televizyonun birey ve toplum üzerindeki etkilerinin başında yönlendirme faaliyeti ve kamuoyu oluşturma gücü gelmektedir. Yönlendirici olarak televizyon, yiyecekten giyeceğe kadar her şeyi bireyin yerine düşünüp karar veren, bireyin duygularına yön veren, kamuoyu oluşturma gücü sayesinde de bireyin yerine düşünüp olaylar karşısında nasıl hareket etmesi gerektiğini ona söyleyen bir araç olmuştur (Turan 2007: 294). İşte burada üzerinde durulması gereken husus, televizyonun birey ve toplum üzerindeki etkisinin ne yönde olduğu ve hangi boyutlara ulaştığıdır.

Televizyon ile din ve dindarlık kavramları arasındaki ilişkiye gelince; bugün kitle iletişim araçlarından özellikle televizyon siyaset, ekonomi ve ideolojilerde olduğu gibi dinin de pazarlanması rolünü üstlenmiş görünmektedir (Coşkun 2003: 14). Yani medya ve tabii ki televizyon, dini bilgiyi yaygınlaştıran ve dini bilgiyi yaygınlaştırdığı gibi bu dini bilginin, kişiler tarafından benimsenmesini sağlayan bir eğitim aracına da dönüşmüş durumdadır.³ Bu enstrüman, birçok konuda olduğu gibi insanların dini algı ve anlayışlarını da etkilemektedir (Demir 2009: 26; Hoover 2008: 5). Bakıldığında, dinin kendisine ilişkin hayati anlamlarının olması, insanların bu alana kayıtsız kalmamalarına, konuları ne olursa olsun ilgilerini esirgememelerine yol açmaktadır (Çelikkaya 2010: 66). Hiç şüphesiz kitle iletişim araçlarından televizyonun dini konular açısından kullanılması ise, insanların dine olan bu ilgisini bazen gerçekten onları dini bakış açısı olarak eğitime yönünde bazen de yayıncı veya medya patronlarının istediği şekilde yönlendirmeye çalışma şeklinde kendini göstermektedir.

Örneğin Ramazan ayında, dini bayramlarda televizyon kanalları özel türden programlar yapıyor, kandil geceleri camilerden “canlı” yayında bulunuyor; cuma günleri ise, din ve ahlak üzerine sohbet konuşmaları oluyor. Bu rutin programların dışında da çeşitli toplumsal/politik olaylar dolayısıyla dine göndermede bulunan, açıktan ya da zımnın onun nasıl tezahür etmesi gerektiğine dair yorumların içine yerleştirildiği programlar yapıyor (Çelikkaya 2010: 69). Yine TV kumandasında gezinirken neredeyse her 4-5 kanaldan birinin dini ağırlıklı yayın yaptığı görülebilir. Ancak medyada dini konulara yer verilirken özellikle dini değerleri hayatında önemli bir yere oturtmayanlarca reyting artırıcı önlemlerle, çarpıtmalarla, abartmalarla ve yönlendirmelerle bu konular, izleyici açısından cazip hale getirilebiliyor (Nazıroğlu 2015: 200).

Televizyon ile din ve dindarlık ilişkisine dair daha önce ifade edilenlerin yanı sıra, televizyondan belirli gün ve saatlerde dini programların yayınlanması, anlatılan konu, verilen bilgilerden öte, hayatın tıpkı televizyon programları gibi bölümler halinde algılanmasına destek vermektedir. Bir dini programdan önce yarışma programı, pazar günü eğlenceleri, içinde şiddetin, avantürün olduğu bir film, ya da reklamlar gelebilmekte, yine programdan sonra da aynı türden yapımlar “müteakiben” beyaz camda yerini alabilmektedir. İzleyicilerin televizyonun bütününe gördüklerinde zihinlerine şu yerleşmektedir: “Evet, din hayatımızın bir parçasıdır, biz onun gereklerini belli zamanlarda çeşitli ritüellerle yerine getiririz, sonrasında ise yine kendi hayatımıza döneriz”. (Çelikkaya 2010: 64).

Buradan hareketle denebilir ki, medyanın ve özellikle medyanın bir kolu olan televizyonun, dini kurumları ve uygulamaları etkilediği birçok yol var. Birincisi, din ve maneviyat bağlamını giderek daha fazla tanımlamaktadır. İkincisi, dini sembollerin ve söylemlerin tüketilmesine vesile olmaktadır. Üçüncüsü, dinler arası iletişim ve diyalog için etkili bir ortam oluşturmakta, diğer geleneklerin skandal buldukları bazı gelenekler hakkında bilgi verebilmektedir. Dördüncüsü ise, “yeni” veya “alternatif” dinlerin gelişimini destekleme potansiyeline sahip olabilmektedir.⁴

Sonuç olarak, diğer kitle iletişim araçları gibi ve belki de daha fazla, televizyon dini programlar yoluyla etkisini dini yapı ve dindarlar üzerinde gösterebilmektedir. Bu, kimi zaman dini bilgi aktarımı, kimi zaman gündem

³ Bilal Sambur, “İslam dünyası medyaya yeterince önem vermiyor”, <http://www.risalehaber.com/islam-dunyasi-medya-yeterince-onem-vermiyor-232895h.htm>, (erişim tarihi: 18.03.2018).

⁴ Thomson Gale, “Media and Religion”, *Encyclopedia of Religion*, <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/media-and-religion>, (erişim tarihi: 18.03.2018).

oluşturma, kimi zaman da dini yaşayışın seyrine müdahil olma şeklinde görünmektedir. Bu sayede televizyon, hayatın diğer alanlarında olduğu gibi toplumun din konusunda bilgilendirilmesi, yönlendirilmesi gibi konularda da önemli bir işlev üstlenmektedir. Bu bilgilendirme ve yönlendirme konunun uzmanları tarafından yapılabildiği gibi bazen reyting kaygısıyla uzman yerine popüler isimler davet edilerek aslına uygun olmayan ve sırf program yapımcılarının ve patronların görüşleri doğrultusunda hazırlanmak kaydıyla “kendi düşüncesine” yönlendirme amacı güden programlar da (tartışma, anlatma, dizi, belgesel vb.) yapılabilmektedir. Bu durumda, televizyondaki dini programlar toplumu bütünleştirmekten çok, kısır tartışmalara ve daha da ilerisinde toplumsal ayrışmalara yol açabilmektedir (Yenen, 2005: 20). İşte bu çalışmada, televizyonda yayınlanan dini içerikli programlarla (daha çok tartışma, bilgi vermeil soru-cevap vb. İçeriğe sahip olanlar) insanların dindarlıkları arasında bir ilişkinin olup olmadığı sorusunun cevabı araştırılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

1. “Şu ana kadar ki dini bilgilerimin çoğunu televizyon kanallarındaki dini programlardan elde ettim” maddesine evet katılıyorum şeklinde cevap veren grubun dindarlık düzeyi, emin değilim ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeylerine göre daha yüksektir.
2. “Televizyon kanallarındaki dini programlar, dini bilgilerimi desteklemede olumlu etkiye sahiptir” maddesine evet katılıyorum şeklinde cevap veren grubun dindarlık düzeyi, emin değilim ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeylerine göre daha yüksektir.
3. “Televizyon kanallarındaki dini programlar sadece Diyanet ve akademisyenler tarafından yapılmalıdır” maddesine evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyleri, ilgilenmiyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyine göre daha yüksektir.
4. “Televizyon kanallarındaki dini programlar sadece belli tarikat veya cemaat liderleri/mensupları tarafından yapılmalıdır” maddesine evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyleri, ilgilenmiyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyine göre daha yüksektir.

Yöntem

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Bartın ve İstanbul’da yaşayan kişilerdir. Araştırmanın örneklemi ise, Bartın (n=200) ve İstanbul’da (n=71) ikamet eden; değişik meslek erbabı ve üniversite öğrencilerinin oluşturduğu tesadüfi yöntemle seçilmiş toplam 271 kişidir.

Bilgi Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında, Kişisel Bilgi Anketi, Dindarlık Ölçeği ile televizyondaki dini programlara yönelik tutumları ölçmek için kullanılan derecelendirilmiş ve birbirinden bağımsız dört sorulu bir anket formu kullanılmıştır.

1. Kişisel Bilgi Anketi:

Bu anket; cinsiyet, yaş, medeni durum, yaşanılan yer, algılanan ekonomik düzey ve eğitim durumu olmak üzere altı değişkenden oluşmuştur. Araştırmada, katılımcıların televizyondaki dini programlara yönelik tutumları üzerinde etkili olabileceği düşünülen bu değişkenler, soru haline getirilerek ankete konulmuştur.

2. Dindarlık Ölçeği

Kayhan (1989: 195-197) tarafından geliştirilen ölçek, bireylerin dindarlık düzeylerini ölçmek için tasarlanmıştır. Likert tarzında hazırlanan ölçek 6 olumsuz ve 8 olumlu olmak üzere toplam 14 maddeden oluşmakta olup sıklık derecesine göre “kesinlikle katılmıyorum (1)”, “katılmıyorum (2)”, “kararsızım (3)”, “katılıyorum (4)”, “kesinlikle katılıyorum (5)” şeklindeki seçeneklerden birini işaretlemek suretiyle cevaplandırılmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,94 olarak tespit edilmiştir. Geçerlilik için yapılan analiz sonucunda madde puanları ile ölçek toplam puan arasındaki korelasyon katsayıları da yüksek bulunmuştur. Ayrıca araştırmacı tarafından tekrar gerçekleştirilen geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucunda, madde içeriklerine göre dört alt faktörden oluşan ölçeğin KMO değeri 0,866; tüm faktörlerinin toplam varyansı açıklama yüzdesi 62,12; Cronbach Alfa katsayısı 0,74 olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan (14x1=14), en yüksek puan ise (14x5=70)’dir. Yüksek puan, katılımcıların dindarlık düzeyinin yüksekliğini; düşük puan ise, dindarlık düzeyinin düşüklüğünü ifade etmektedir.

3. Televizyondaki Dini Programlara Yönelik Tutum Anketi

Araştırmacı tarafından bireylerin televizyonda yayınlanan farklı dini programlara yönelik tutumları hakkında bilgi edinmeyi amaçlayan, derecelendirilmiş ve birbirinden bağımsız dört sorudan oluşmaktadır. Anket formunda, “televizyon kanallarındaki dini programlar, dini bilgilerimi desteklemede olumlu etkiye sahiptir”, “şu ana kadar ki dini bilgilerimin çoğunu televizyon kanallarındaki dini programlardan elde ettim” vb. gibi soru maddeleri yer almaktadır. Bu sorulara, “evet katılıyorum”, “emin değilim/ilgilenmiyorum”, “hayır katılmıyorum” şeklindeki şıklardan birisini işaretlemek suretiyle cevap verilmektedir.

Bulguların Analizi

Anket ve ölçeklerden elde edilen verilerin istatistiksel işlemleri, SPSS istatistik programı ile yapılmıştır. Verilerin analizinde ve hipotezlerin test edilmesinde Frekans ile ANOVA testi kullanılmıştır. Ayrıca varyans analizi sonucunda puan ortalamaları arası farkın önemli bulunduğu durumlarda, hangi gruplar arasında farkın önemli olduğuna ise, çoklu karşılaştırma testlerinden LSD testi ile bakılmıştır.

Bulgular

1. Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine Ait Bulgular

Tablo 1: Örneklemin Demografik Özelliklerine Ait İstatistiksel Bilgiler

DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER	Yaş Grupları	n	%
	18-30	171	63,1
	31-45	69	25,5
	45+	31	11,4
	<i>Toplam</i>	271	100
	Eğitim Düzeyi	n	%
	İlköğretim	52	19,2
	Lise	34	12,5
	Ön/Lisans	170	62,7
	Lisansüstü	15	5,5
	<i>Toplam</i>	271	100
	Medeni Durum	n	%
	Bekar	169	62,4
	Evli	102	37,6
	<i>Toplam</i>	271	100
	Cinsiyet	n	%
	Kadın	109	40,2
	Erkek	162	59,8
	<i>Toplam</i>	271	100
	Yaşanılan Yer	n	%
Kırsal	86	31,7	
Kent	185	68,3	
<i>Toplam</i>	271	100	
Ekonomik Durum	n	%	
Alt	18	6,6	
Orta altı	33	12,2	
Orta	180	66,4	
Orta üstü	31	11,4	
Üst	9	3,3	
<i>Toplam</i>	271	100	

Araştırmada örneklem alınan kişilerin %63,1'i (n=171) 18–30 yaş grubundan, %25,5'i (n=69) 31–45 yaş grubundan, %11,4'ü (n=31) 45 üstü yaş grubundan oluşmaktadır. Eğitim durumu açısından, örneklemin

%19,2'si (n=52) ilköğretim, %12,5'i (n=34) lise, %62,7'si (n=170) ön/lisans, %5,5'i (n=15) lisansüstü grubunda yer alan kişilerdir. Örneklemin %62,4'ü (n=169) bekâr, %37,6'sı (n=102) evli bireylerden oluşmaktadır. Cinsiyet bakımından örneklem grubunun %40,2'si (n=109) kadın, %59,8'i (n=162) erkektir. Bulgular, hayatlarının büyük bir kısmının geçtiği yerleşim birimlerine göre sınıflandırıldığında örneklem grubunun, %31,7'sinin (n=86) kırsalda, %68,3'ünün de (n=185) kentte yaşadığı görülmektedir. Örneklem grubunun %6,6'sı (n=18) alt, %12,2'si (n=33) ortanın altı, %66,4'ü (n=180) orta, %11,4'ü (n=31) ortanın üstü, %3,3'ü (n=9) üst ekonomik seviyede kendini algılamaktadır.

2. Televizyondaki Dini Programlara Yönelik Tutum Anketi Maddeleri ile Dindarlık Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular

Tablo 2: Tutum Anketi Maddeleri ile Dindarlık Arasındaki İlişkilere Ait ANOVA ve LSD Testi Sonuçları

DEĞİŞKENLER		DİNDARLIK						
		Cevaplar	n	%	\bar{x}	S	Sonuç	LSD
TELEVİZYONDAKİ DİNİ PROGRAMLARA YÖNELİK TUTUM ANKETİ MADDELERİ	MADDE 1 (Dini bilgilerinin çoğunu televizyondaki dini programlardan elde ettim)	Evet Katılıyorum	16	5,9	59,25	8,963	F= 0,427 sd=2/268 p=0,653 p>0,05	---
		Emin Değilim	27	10,0	60,30	6,521		
		Hayır Katılmıyorum	228	84,1	60,77	6,489		
		Toplam	271	100	60,63	6,641		
MADDE 2 (Televizyon kanallarındaki dini programlar, dini bilgilerimi desteklenmede olumlu etkiye sahiptir).	MADDE 2	Evet Katılıyorum	39	14,4	61,74	4,357	F=1,622 sd=2/268 p=0,199 p>0,05	---
		Emin Değilim	118	43,5	61,04	5,420		
		Hayır Katılmıyorum	114	42,1	59,82	8,205		
		Toplam	271	100	60,63	6,641		
MADDE 3 (Televizyon kanallarındaki dini programlar sadece Diyanet ve akademisyenler tarafından yapılmaktadır).	MADDE 3	Evet Katılıyorum	168	62,0	60,70	5,816	F= 2,429 sd=2/268 p=0,090 p<0,05	İlgilenmiyorum ile Hayır Katılmıyorum (p<0,05)
		İlgilenmiyorum	43	15,9	58,84	7,138		
		Hayır Katılmıyorum	60	22,1	61,73	8,136		
		Toplam	271	100	60,63	6,641		
MADDE 4 (Televizyon kanallarındaki dini programlar sadece tarikat veya cemaat liderleri veya mensupları tarafından yapılmaktadır).	MADDE 4	Evet Katılıyorum	25	9,2	59,16	12,17	F= 3,061 sd=2/268 p=0,048 p<0,05	İlgilenmiyorum ile Hayır Katılmıyorum (p<0,05)
		İlgilenmiyorum	42	15,5	58,76	7,929		
		Hayır Katılmıyorum	204	75,3	61,20	5,207		
		Toplam	271	100	60,63	6,641		

MADDE 1 açısından, katılımcıların dindarlık ortalama puanları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığı yönünde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı fark bulunmamıştır [$F_{(2,268)}=0.427$, $p>0,05$]. Madde 1'e "hayır katılmıyorum" şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=60,77$), "evet katılıyorum" diyenlerin ortalama puanı ($\bar{x}=59,25$) ile "emin değilim" diyenlerin ortalama puanından ($\bar{x}=60,30$) daha yüksek çıkmıştır. Ancak ortalama puanlar arasındaki bu fark, anlamlılık seviyesine ulaşmamıştır. Bu sonuç, "*şu ana kadarki dini bilgilerimin çoğunu televizyon kanallarındaki dini programlardan elde ettim*" maddesine evet katılıyorum şeklinde cevap veren grubun dindarlık düzeyi, emin değilim ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeylerine göre daha düşüktür" şeklindeki hipotezin, her ne kadar elde edilen puanlar hipoteze paralel olsa da, desteklenmediğini göstermektedir.

MADDE 2 açısından, katılımcıların dindarlık ortalama puanları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığı yönünde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı fark bulunmamıştır [$F_{(2,268)}=1.622$, $p>0,05$]. Madde 2'ye "evet katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=61,74$), "hayır katılmıyorum" diyenlerin ortalama puanı ($\bar{x}=59,82$) ile "emin değilim" diyenlerin ortalama puanından ($\bar{x}=61,04$) daha yüksek çıkmıştır. Ancak ortalama puanlar arasındaki bu fark, anlamlılık seviyesine ulaşmamıştır. Bu sonuç, "*televizyon kanallarındaki dini programlar, dini bilgilerimi desteklemede olumlu etkiye sahiptir*" maddesine evet katılıyorum şeklinde cevap veren grubun dindarlık düzeyi, emin değilim ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeylerine göre daha yüksektir" şeklindeki hipotezin, yine sonuç hipoteze paralel olsa da, desteklenmediğini göstermektedir.

MADDE 3 açısından, katılımcıların dindarlık ortalama puanları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığı yönünde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı fark bulunmuştur [$F_{(2,268)}=2.429$, $p<0,05$]. Madde 3'e "evet katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=60,70$) ile "hayır katılmıyorum" diyenlerin ortalama puanı ($\bar{x}=61,73$), "ilgilenmiyorum" diyenlerin ortalama puanından ($\bar{x}=58,84$) daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç, "*televizyon kanallarındaki dini programlar sadece diyanet ve akademisyenler tarafından yapılmalıdır*" maddesine evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyleri, ilgilenmiyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyine göre daha yüksektir" şeklindeki hipotezin desteklendiğini göstermektedir. Madde 3 açısından farklılığın hangi gruplar arasında anlamlı olduğunu tespit etmek için yapılan çoklu karşılaştırma testi (LSD) sonuçlarına göre, anlamlı farklılığın ilgilenmiyorum ile hayır katılmıyorum ($p<0,05$) şeklinde cevap veren grupların ortalama puanları arasında önemli olduğu tespit edilmiştir.

MADDE 4 açısından, katılımcıların dindarlık ortalama puanları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığı yönünde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı fark bulunmuştur [$F_{(2,268)}=3.061$, $p<0,05$]. Madde 4'e "evet katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=59,16$) ile "hayır katılmıyorum" diyenlerin ortalama puanı ($\bar{x}=61,20$), "ilgilenmiyorum" diyenlerin ortalama puanından ($\bar{x}=58,76$) daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç, "*televizyon kanallarındaki dini programlar sadece belli tarikat veya cemaat liderleri/mensupları tarafından yapılmalıdır*" maddesine evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyleri, ilgilenmiyorum şeklinde cevap verenlerin dindarlık düzeyine göre daha yüksektir" şeklindeki hipotezin desteklendiğini göstermektedir. Madde 4 açısından farklılığın hangi gruplar arasında anlamlı olduğunu tespit etmek için yapılan çoklu karşılaştırma testi (LSD) sonuçlarına göre, anlamlı farklılığın ilgilenmiyorum ile hayır katılmıyorum ($p<0,05$) şeklinde cevap veren grupların ortalama puanları arasında önemli olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Din, insanlığı için yaşamının en önemli yönlerinden birini teşkil etmektedir. Bu sebeplerdir ki, inanılan dini değerler birbirinden her ne kadar farklı olsa da, tarih boyunca bilinen hemen tüm toplumlar bir dini veya inanç sistemini yaşamlarının içine bir şekilde dâhil etmiş ve ona göre yaşamlarını sürdürmeye devam etmişlerdir (Aydın 2017: 90). Bu bakımdan, dinin veya dini anlayışların öğrenilmesi, o dine inanma ve inandığını bireysel yaşama aktarmada oldukça önemlidir. Dinin öğrenilmesi ve yaşanmasında önceleri aileler, öğreticiler, sosyal çevre vb. etkili olurken; günümüzün modern dünyasında teknolojinin gelişmesiyle birlikte artık televizyon gibi kitle iletişim araçlarının da öğretici, geliştirici ve biçimlendirici etkisi görülmeye başlamıştır. Toplumun bilinçlendirilmesi ve biçimlendirilmesinde önemli bir etkiye sahip olan bu kitle iletişim araçlarından özellikle görsel tarafının da olması dolayısıyla televizyonun ayrı bir yeri olduğunu

söylemek mümkündür. Televizyonda yayınlanan dini filmler, yarışmalar, değişik içerikteki programlar elbette ki, özellikle dine ilgi duyan bireyler üzerinde bazı etkiler meydana getirmektedir. Bu çalışmada, televizyonda yayınlanan dini programlar ile izleyenlerin bu programlara yönelik tutumlarını, dini bilgi ve duygularının etkilenip etkilenmediğini bazı sorular yoluyla incelemek temel amaç olarak benimsenmiş, bu amaca yönelik araştırma ve analizler yapılmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlar şu şekilde değerlendirilebilir:

Televizyondaki dini programlara yönelik tutumlar açısından MADDE 1'e evet katılıyorum, hayır katılmıyorum ve emin değilim diyen grupların dindarlık düzeyi ortalama puanları arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Bu durum, gruplar arasında dindarlık açısından bir ayrışma olmadığını göstermektedir. İnan (2013: 140) tarafından yapılan bir çalışmada, öğrencilerin dini yayınlardaki yanlışlığı tespitinde kaynak olarak bilgisine güvendikleri kişilere danıştıkları (%43,3) ve kendi birikimlerine dayandıkları (% 31,6) tespit edilmiştir. Yine Turan (2007: 234-235)'in yaptığı çalışma sonucunda, televizyondan aldığı dini bilgi ile diğer kaynaklardan (aile, okul vb.) aldığı dini bilgi arasında ara sıra çatışma yaşadığını belirtenler ile her zaman veya çoğunlukla bir çatışma yaşadığını belirtenlerin (%57-%11,3=%68,3) oranının, hiç çatışma yaşamadığını belirtenlerden (% 31,7) iki kattan daha fazla olduğunu tespit etmiştir. O, katılımcıların var olan dini bilgilerinin televizyondaki dini yayınlar yoluyla bozulduğunu da yine katılımcıların ifadelerinden yola çıkarak ifade etmiştir. Bunlarla birlikte Yenen (2005: 81-82), yaptığı çalışmada, dini bilgi seviyesi çok iyi olanların %50'si dini programları izledikten sonra düşüncelerinin değişmediğini, %25'i konuyu kendisinin araştırdığını, %16,7'si ise güvendiği birisine danıştığını ifade etmiştir. Ayrıca o, dini bilgisi zayıf olanların %42,9'unun izledikleri programlardan sonra düşüncelerini değiştirdiklerini tespit etmiştir. Sonuçta, dini bilgi seviyesi azaldıkça televizyondaki dini programlardan etkilenmenin arttığı, dini bilgi seviyesinin artmasıyla ise etkilenmenin azaldığı ve bir çatışma yaşandığında doğrusunu öğrenmek için televizyondan farklı kaynaklara başvurulduğu tespit edilmiştir.

Eldeki bu çalışmada elde edilen sonuç da, yukarıdaki çalışmaların sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Zira bu çalışmada da, katılımcıların %84,1'i dini bilgilerinin televizyondan elde etmediğini, dolayısıyla başka kaynaklardan elde ettiğini (okul, aile, cami vb.) ifade etmektedir. Bu sonuç, kurulan hipotezin doğru yönde olduğunu göstermektedir. Anlamlılık seviyesine ulaşmamış olsa da, sonuç olarak dini bilgilerinin televizyon dışındaki kaynaklardan elde edenlerin dindarlık düzeyleri, dini bilgilerinin daha çok nereden elde etmiş olduklarından emin olmayan ve televizyondan elde ettiğini düşünenlerden daha yüksek çıkmıştır. Sonucun bu yönde çıkması olağan karşılanabilir. Çünkü televizyon sadece dini öğretmek için değil, zaman zaman eğlence ve boş vakit geçirme aracı olarak da kullanılmaktadır. Dolayısıyla sistemli ve bütüncül bir din eğitimi vermesi pek düşünülmemektedir. Ayrıca programların reyting kaygısı taşıması da bazen işi aslından uzaklaştırmış olabilmektedir. Bu da, televizyondan verilen dini bilginin kalitesizleşmesine ve bunlardan etkilenen bireylerin de dindarlıklarının olumsuz yönde etkilenmesine yol açmış olabilir. Yine, özel kanalların çokluğu ve bu kanalların yapımcı ve patronlarının dine bakış açılarının da farklı olması, televizyondaki dini bilgi aktarımının bütünsellikten uzaklaşarak çeşitlenmesine ve dini bilgi kirliliğine yol açmış olabilir. Bu da, izleyicilerin verilen dini bilgilere yönelik algılarını ve dolayısıyla dindarlıklarını olumsuz şekilde etkilemiş olabilir. Tüm bu nedenlere bağlı olarak, dini bilgilerinin çoğunu televizyondan elde ettiğini düşünen katılımcıların dindarlık düzeyleri diğer grupların dindarlık düzeylerine göre daha düşük çıkmış olabilir.

Televizyondaki dini programlara yönelik tutumlar açısından MADDE 2'ye evet katılıyorum, hayır katılmıyorum ve emin değilim diyen grupların dindarlık düzeyi ortalama puanları arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Bu sonuç, gruplar arasında dindarlık açısından bir ayrışma olmadığını göstermektedir. Konuyla ilgili olarak İnan (2013: 137) tarafından yapılan çalışmada, katılımcı öğrencilerin %85'i, medyada (televizyon vb.) çıkan dini yayınların ilgilerini çektiğini belirtmektedir. Yani bu öğrenciler, dindarlıkları ile ilgili olarak bu yayınlara dikkat etmektedir. Yine Turan (2007: 231-233) Ankete katılanların % 79,7'si televizyondaki dini programların duygu ve davranışlarında olumlu etkiler meydana getirdiğini belirtirken, deneklerin %20,3'ü yayınlanan dini programların duygu ve davranışlarını olumsuz etkilediğini veya hiç etkilemediğini söylemişlerdir. Anlaşılacağı üzere katılımcıların yarısından fazlası, dini programların kişilerin bireysel dindarlıklarını olumlu yönde desteklediğini ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili olarak yapılan başka bir çalışmada, dini program yayınlarını faydalı bulanların %72,4; faydalı bulunmayanların ise, %12,4'lük bir yüzdeliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Kararsızlığını ifade edenlerin oranı ise, %13,5 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda dini programların yayınlanmasının dindarlığın desteklenmesi açısından faydalı olabileceği anlayışının benimsendiği söylenebilir. Aynı araştırmanın bir başka sonucunda da, katılımcıların %52,4'ünün dini bilgilerinin artırmak için bu programları seyrettiği tespit edilmiştir (Yenen 2005: 54).

Collins (2011: 62-66), din ile medya arasındaki ilişkiye yönelik araştırmalara bakıldığında kendilerini son derece dindar olarak tanımlayanların medyayı, tabii olarak televizyonu da, dindarlıklarına paralel olarak kullandıklarını ifade etmektedir. Ancak televizyon; dindar olanlar açısından aracı bir rol, bir destekçi rolü

üstlenmektedir. Değilse, dini öğrenmenin temel kaynaklarından birisi olarak görünmemektedir. Ona göre, dindar bireyler dini amaçları için bilinçli olarak medyanın her türünü kullanmaları doğaldır.

Arslan'a göre (2016: 11, 12), mesajın kitleselleşmesi ve görünür hale gelmesinde medya günümüzde öncü rol oynamaktadır. Dinin medyada ve özellikle televizyonda temsili, o dinin ilke ve prensiplerinin "kitleselleşmesi" anlamına da gelmektedir. Yani televizyon, dinin insanlar arasında yayılmasında, farkındalık oluşturmada etkisi vardır. Buradan hareketle denebilir ki, kitle iletişim araçlarının "pekiştirme etkisi" vardır. Yani televizyon ve benzeri kitle iletişim araçları, tutumları doğrudan değiştirmez ancak var olan tutumların gücünü artırıcı ya da onları daha ileri noktalara sevk edici etkide bulunabilir. Bu anlamda konuya yaklaşıldığında kitle iletişim araçlarının yeni tutum oluşturma yerine mevcut tutumları "besleyici" ya da var olan tutumları "besleyerek ilerletici" işlevlerinin daha belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Dini inançları olan bir kişi medyada bu konudaki programları tercih etmekte, bunlar konusunda daha seçici olmaktadır. Burada izleyici kendisine sunulan ürünü tercih edebilmektedir. Her ne kadar ilk adım kitle iletişim araçlarından gelmiş gibi görünse de izleyicinin tercihi belirleyici olmaktadır.

Benzer şekilde Sambur; televizyonun, reklamlarıyla insanların tüketim ihtiyaçlarını yoğunlaştırabildiği gibi dini temalı yayınlarla dindarlıklarını da yoğunlaştırabileceğini, destekleyebileceğini ifade etmektedir. Ona göre, örneğin bir "Çağrı" filmi, insanların Hz. Peygamber konusundaki bilgilerini derinleştiren, yoğunlaştıran bir işleve sahip olmuştur.⁵ Yine Ayaz da (2015: 24) yapılan araştırmalardan hareketle gençlerin dinî sosyalleşmesinde aile, okul, cami, Kur'an Kursları ve kitap gibi kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun da etkili olduğunu ileri sürmektedir. Zaten dindarlar için televizyon gibi medya organlarında yer alan dini programlar, dindarlar tarafından en az reddedilen konu ve ilgileri içerdiği için dinleyiciler tarafından çok az değiştirilmektedir (Akgül, 2008, s. 77). Dolayısıyla dindarların dini bilgilerinin desteklenmesinde de belli bir etkisi olmaktadır. Ancak bu çalışmaların aksine sonuçlar elde eden çalışmalar da vardır. Örneğin İnan (2013: 140) tarafından yapılan bir çalışmanın sonucuna göre, öğrencilerin %80'i medyadaki dini programların halkı olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Yapılan bu çalışmada ise, televizyonun dini bilgilerini desteklediğini söyleyenlerin dindarlık düzeyleri emin olmayanlara ve desteklemediğini söyleyenlere göre daha yüksek çıkmıştır. Her ne kadar bu sonuç anlamlılık düzeyine ulaşmasa da, kurulan hipotez yönündedir. Sonucun bu şekilde çıkmış olması, daha dindar bireylerin dini bilgilerini kontrol etmek, desteklemek, derinleştirmek için televizyondaki ilgili programları izlemesinden kaynaklanmış olabilir. Nihayetinde bireylerin dini konularla ilgili farklı kaynaklardan edinmiş oldukları kendi dini bilgi temelleri vardır ve bu programlar yoluyla daha fazlasını, farklısını, zıttını görme imkânları mevcuttur. Bu da, onların televizyondaki dini programların dini bilgilerini desteklediği yönünde bir kanaat oluşturmalarına yol açmış olabilir.

Televizyondaki dini programlara yönelik tutumlar açısından MADDE 3'e evet katılıyorum, hayır katılmıyorum ve ilgilenmiyorum diyen grupların dindarlık düzeyi ortalama puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur ve bu fark madde 3'e "ilgilenmiyorum" cevabı veren grubun ortalama puanı ile "hayır katılmıyorum" cevabı veren grubun ortalama puanı arasındaki farktan kaynaklanmıştır. Bu sonuç, televizyondaki dini programların sadece *diyanet ve akademisyenler* tarafından yapılmasını reddedenler ile kabul edenlerin dindarlık düzeylerinin, bu konularla ilgilenmeyenlerin dindarlık düzeylerinden daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Konuyla ilgili yapılan bir çalışmada, katılımcıların %49,4'ü dini programların sadece Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yayınlanmasını uygun bulmadığını; %34,1'i ise uygun bulduğunu ifade etmiştir. Aynı araştırmanın bir başka sonucuna göre, katılımcıların %38,2'si ilahiyatçıların (akademisyen), %28,8'i Diyanet İşleri Başkanlığı mensuplarının, %14,1'i dini bilgisi olan farklı meslek gruplarının, %12,9'u araştırmacı yazarların, %2,9'u siyasetçilerin dini programlarda konuşmacı olarak tercih edildiğini göstermiştir (Yenen 2005: 56, 58-59). Anlaşılabacağı üzere, katılımcılar programlarda içeriği sunan kişiler olarak sadece tek bir kuruma veya gruba bağlı kişileri istememekle beraber yine de hatırı sayılır bir oranda Diyanet İşleri Başkanlığını ve ilahiyatçıları dini programlarda görmek istemektedir.

Bu çalışma da, Yenen'in çalışmasına paralel olarak, sadece diyanet ve akademisyenlerin dini programlarda özne olmasına hem uygun bakanların hem de uygun bakmayanların dindarlık düzeyleri ilgilenmeyenlerin dindarlık düzeyinden daha yüksek çıkmıştır. Kurulan ilgili hipotezde de, dini programların sadece diyanet ve akademisyenler tarafından yapılmasını evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum diyenlerin dindarlık düzeylerinin ilgilenmiyorum cevabı verenlerin dindarlık düzeylerinden daha yüksek olacağı ifade edilmişti.

⁵ Bilal Sambur, "İslam dünyası medyaya yeterince önem vermiyor", <http://www.risalehaber.com/islam-dunyasi-medya-yeterince-onem-vermiyor-232895h.htm>, (erişim tarihi: 18.03.2018).

Sonuç bu yönde çıkmıştır. Sonucun bu şekilde çıkmış olmasında, katılımcıların televizyondaki dini programların diyanet veya akademisyenler tarafından yapılması fikrine olumlu veya olumsuz bakmaları ve bu tutumlarına göre bir fikir beyan etmeleri için öncelikle dini konularla daha fazla ilgileniyor olmaları sebep olarak öne sürülebilir. Çünkü televizyonda yayınlanan dini programlarla ilgili olarak olumlu veya olumsuz tutumlara sahip olmak ve bunları ifade etmek için öncelikle kişinin bireysel yaşamında da bu konuların ön planda olması gerekmektedir. Söz gelimi, bir kişinin bireysel yaşamında futbol öncelikli bir konu ise, televizyonda veya başka bir medya organında bu konuları daha fazla takip etmesi ve bunlarla ilgili konuşması, fikir beyan etmesi beklenir ve futbola ilgili tutum düzeyleri de bu konuyla ilgilenmeyenlere göre daha yüksek çıkabilir. Bu durumun, dini konular hususunda da cereyan etmesi doğal karşılanabilir.

Televizyondaki dini programlara yönelik tutumlar açısından MADDE 4'e evet katılıyorum, hayır katılmıyorum ve ilgilenmiyorum diyen grupların dindarlık düzeyi ortalama puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur ve bu fark madde 4'e "ilgilenmiyorum" cevabı veren grubun ortalama puanı ile "hayır katılmıyorum" cevabı veren grubun ortalama puanı arasındaki farktan kaynaklanmıştır. Bu sonuç, televizyondaki dini programların sadece tarikat veya cemaat liderleri veya mensupları tarafından yapılmasını reddedenler ile kabul edenlerin dindarlık düzeylerinin bu konularla ilgilenmeyenlerden daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Burada her ne kadar dini programlar tarikat veya cemaat liderleri veya mensupları tarafından yapılmalıdır maddesine katılanlar ile bu konuyla ilgilenmeyenlerin dindarlık ortalama panları arasındaki fark anlamlılık düzeyine ulaşmasa da, yine de bu maddeye evet şeklinde cevap verenlerin dindarlık ortalama puanları ilgilenmiyorum diyenlerin dindarlık ortalama puanlarından yüksek bulunmuştur.

Günlük hayatta herhangi bir dinî gruba bağlı olan kişiler genelde bu grubun eğitim ve ticari kurumu veya medya ve sosyal medyadaki faaliyetleri aracılığıyla bağlılığını güçlendirerek dinî sosyalleşmesini yoğunlaştırmaktadır (Ayaz 2015: 44-45). Konuyla ilgili olarak Haron (2010: 46) tarafından yapılan bir çalışmada, dini toplulukların dini nedenlerini geliştirmek için medyayı (televizyon vb.) aktif olarak kullandığını göstermiştir. Aslında, bazı durumlarda dini topluluklar, televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla çok daha geniş bir kitleye ulaşabildiklerini ve hayal ettiklerinden daha fazla etkiye sahip olduklarını görmektedirler.

Madde 3'te olduğu gibi, madde 4 ile ilgili olarak kurulan hipotezde de, dini programların sadece tarikat veya cemaat liderleri veya mensupları tarafından yapılmasına evet katılıyorum ve hayır katılmıyorum diyenlerin dindarlık düzeylerinin ilgilenmiyorum cevabını verenlerden daha yüksek olacağı ifade edilmişti. Elde edilen sonuç da, bu yönde çıkmıştır. Sonucun bu şekilde çıkmış olmasında, yukarıdaki açıklamalara benzer ifadeleri kullanmak mümkündür. Çünkü madde 3 ve madde 4'ün içerikleri konu bakımından aynı olmakla beraber sadece programdaki öznelerin ait oldukları kurum veya grup değişmektedir. Ancak konu hala dini meselelerdir. Durum böyle olunca, programlardaki özneler ister bir kurum veya akademisyenler olsun isterse dini grup lideri veya mensupları olsun konu din ise, mesele öznenin çok dinle ilgilenip ilgilenmemek hususunda düğümlenmektedir. Katılımcılar açısından, sunum yapan öznenin hangi grup veya kuruma bağlı olduğu ya da titrinin ne olduğu birinci planda önemli olmaksızın katılımcıların dini meselelerle ilgili olmaları dindarlığın yüksek olmasıyla; dini konularla ilgili olmamaları ise, dindarlık düzeyinin daha düşük olmasıyla bağlantılı olabilir. Bu sebeple de, dini konularla öyle veya böyle ilgili ve bilgi sahibi olanların dindarlık düzeylerinin, bu konular hakkında yeterince ilgili ve bilgili olmayanların dindarlık düzeylerinden daha yüksek çıkmasının normal karşılanabileceği söylenebilir. Yukarıda verilen futbol örneğini burada da vermek mümkündür.

Konuyla ilgili olarak yukarıda yer alan diğer çalışmalar ile elde edilen veriler birlikte değerlendirildiğinde, şu üç temel sonuca varılabilir:

1. Katılımcıların çoğu televizyonu dini öğrenmenin temel kaynaklarından birisi olarak görmemektedir ve aynı zamanda bunların dindarlık düzeyi de diğer gruplardan daha yüksektir, (bkz. Tablo: 2). Şu halde katılımcılar, diğer kaynakları (aile, okul, dini grup, kitap vb.) medya ve medya organlarından birisi olan televizyondan daha çok dini bilgi edinme kaynağı olarak kabul etmektedir. Bunda, medyada ve bir medya organı olan televizyonda konunun uzmanından çok popüler kişilerin yer alması (Yazıcı 2015: 84, 85), özellikle medya programları yoluyla aktarılan dini bilginin sıhhati ve doğruluğunu denetleyecek dini bir kurum ve otoritenin olmayışının dini yayınların içeriğini tartışılır kılması (Akgül 2008: 42), geleneksel dini değerleri yansıtmadığı için bu araçlardan uzak durulması (Almenayes 2015: 46-47), reyting kaygısıyla hareket edilmesi dolayısıyla konunun aslından sapılması, diğer eğlence vb. programlarla aynı ekranda yer almaları sebebiyle konunun maneviyatının ve öneminin azalması gibi hususlar etkili olmaktadır.

2. Madde 1 ile ilgili sonuç ve değerlendirmeler de dikkate alındığında, katılımcılardan dindarlık düzeyi daha yüksek olanların, televizyondaki dini programları temel bir kaynaktan bilgi edinmek için takip etmekten

ziyade, daha çok zaten temel kaynaklardan edinilmiş olan bilgileri desteklemek, farklı bakış açılarını görmek, zıt bakış açılarını görerek kendi bilgilerini sağlamlaştırmak ve korumak amaçlı takip ettiklerini söylemek mümkündür.

3. Dini konuları bireysel yaşamlarında daha ön planda tutan katılımcılar, televizyondaki dini programların kimin tarafından yapıldığından çok, konunun dini olması ve içeriğinin kendisine sunacağı katkı ile ilgilenmektedir. Zira madde 3 ve madde 4 ile ilgili olarak elde edilen sonuçlarda, katılımcılardan oluşan grupların dindarlık düzeylerine bakıldığında hem “evet katılıyorum” hem de “hayır katılmıyorum” seçeneğini tercih eden grupların dindarlık düzeylerinin, bu maddelere “ilgilenmiyorum” seçeneğini işaretleyerek cevap veren grubun dindarlık düzeyinden, televizyondaki dini programları yapanların diyanet, akademisyenler, dini cemaat ve tarikat mensupları olmasına bakmaksızın, yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, “evet katılıyorum” ile “hayır katılmıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcıların, “ilgilenmiyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcılara göre konuyla daha çok alakadar olup buna göre görüş beyan ettiğini göstermektedir. Bunda ise, programları yapanların ait olduğu kurum ve grup ile sahip olduğu etiketten ziyade öncelikle dini konularla yüksek düzeyde ilgili ve bilgili olduğunun bilinmesinin, alanında uzman olmasının, çağdaş yaşamın gereklerine ve örnek bir dindar imajına sahip olmasının (bkz. Yenen 2015: 88) etkili olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle etiketin ve aidiyetin önemini yitirdiğini şu nedenle belirtmek gerekir ki, katılımcılardan dindarlık düzeyi en yüksek olan “hayır” grubu, dini programların ne diyanet ve akademisyenler (madde 3 açısından) ne de belli bir cemaat ve tarikat lideri ya da mensupları (madde 4 açısından) tarafından yapılmasını istemektedir (bkz. Tablo 2). Şu halde burada, öznenin ait olduğu kurum veya gruptan çok konunun içeriği ile öznenin çoğu kimse için örnek teşkil eden dini bir şahsiyet olması gibi başka faktörlerin etkili olduğunu söylemek mümkündür. Ya da bu sonucun diğer bir açıklaması, katılımcıların sorulara tutarlı ve samimi cevap vermemiş olması gibi katılımcılardan kaynaklanan hataların yahut da ölçüm araçlarından kaynaklanan hataların olabileceğidir. Ancak ilk açıklama, daha önce bahsi geçen diğer çalışmaların benzer sonuçları da dikkate alındığında daha makul görünmektedir.

KAYNAKÇA

- AKGÜL, M. (2008). MEDYA VE DİN: RADYO İLETİŞİMİ VE GÖZYAŞI FM ÖRNEĞİ. Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi, 6, 39-86.
- ALMENAYES, J. J. (2015). EMPIRICAL ANALYSIS OF RELIGIOSITY AS PREDICTOR OF SOCIAL MEDIA ADDICTION”. Journal of Arts & Humanities, 4 (10), 44-52.
- ARSLAN, M. (2016). KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI, MEDYA VE DİN İLİŞKİSİ ÜZERİNE. Birey ve Toplum, 6 (11), 5-25.
- AYAZ, Ö. (2015). SOSYAL MEDYANIN ERGENLERİN DİNİ SOSYALLEŞMESİNE ETKİLERİ (SAKARYA/AKYAZI ÖRNEĞİ). (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- AYDIN, C. (2017). ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DİNİ TUTUM İLE HAYATTAKİ ANLAM DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi: 6 (4), 89-108.
- BAHADIR, A. (1997). GÜNÜMÜZ KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ, RUHSAL VE TOPLUMSAL HAYATIMIZ ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ VE KORUNMA YOLLARI. Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7, 469-497.
- BİLGİN, A. (2014). DİN, DİNDAR, DINDARLIK: ÖZELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME. Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (2), 75-84.
- BİLGİN, V. (2003). POPÜLER KÜLTÜR VE DİN: DİNDARLIĞIN DEĞİŞEN YÜZÜ. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 12 (1), 193-214.
- CİRHİNLİOĞLU, F. G. (2010). DİN PSİKOLOJİSİ. Nobel Yayınları, Ankara.
- COLLINS, B. W. (2011). THE INFLUENCE OF MEDIA USE ON RELIGIOUS INDIVIDUALS' ATTITUDE TOWARD AND KNOWLEDGE OF SCIENCE, (Master Thesis), Baylor University.
- COŞKUN, M. A. (2003). MEDYA VE DİN İLİŞKİSİ. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- ÇELİKKAYA, M. F. (2010). SEKÜLER BİR KUTSAL OLUŞTURMA ARACI OLARAK MEDYA VE DİN İLİŞKİSİ. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- DEMİR, H. (2009). MEDYA DİNDARLIĞI. Umran, 173, 26-40.
- DEMİR, T. (2016). POSTMODERN PERSPEKTİFTEN POPÜLER KÜLTÜR VE DİNDARLIĞIN YENİ FORMLARI, Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7 (15), 117-133.

- GALE, T. MEDIA AND RELIGION. Encyclopedia of Religion, <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/media-and-religion>, (erişim tarihi: 18.03.2018).
- HARON, M. (2010). RELIGION AND THE MEDIA: REFLECTIONS ON THEIR POSITION AND RELATIONSHIP IN SOUTHERN AFRICA. *Global Media Journal*, 4 (1), 28-50.
- HOOVER, S. M. (1997). RELIGION IN A MEDIA AGE. *Media and Theology Project Public Lectures*. 1-7.
- HOOVER, S. M. (2008). MEDIA AND RELIGION. University of Colorado at Boulder, USA.
- HÖKELEKLİ, H. (2013). DİN PSİKOLOJİSİ. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.
- HÖKELEKLİ, H. (2015), DİN PSİKOLOJİSİNE GİRİŞ. Dem Yayınları, İstanbul.
- İNAN, M. (2013). LİSE ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA-DİN İLİŞKİSİ ALGILARI. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1, 121-146.
- KARSLI, N. (2012). DİNDARLIK VE ÖFKE KONTROLÜ İLİŞKİSİ ÜZERİNE TECRÜBİ BİR ARAŞTIRMA. *Ekev Akademi Dergisi*, 50, 57-70.
- KARSLI, N. (2011). ÖFKE KONTROLÜ VE DİNDARLIK İLİŞKİSİ (ERZURUM ÖRNEĞİ). (Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum
- KAYA, F. Ş., UYSAL, V. (2015). GÜNÜMÜZDE DİNDARLIK VE TOPLUMSAL CİNSİYET ROLÜ ALGILARI ÜSTÜNE BİR ARAŞTIRMA. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (36), 646-662.
- KIMTER, N. (2008). BENLİK SAYGISI VE DİNDARLIK İLİŞKİSİ. (Doktora Tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- KIZILGEÇİT, M. (2017). DİN PSİKOLOJİSİ'NİN 200'Ü. OTTO Yayınları, Ankara.
- KIZILGEÇİT, M. (2011). YALNIZLIK UMUTSUZLUK VE DİNDARLIK İLİŞKİSİ. (Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- KÖSE, A., AYTEN, A. (2012). DİN PSİKOLOJİSİ. Timaş Yayınları, İstanbul.
- KURT, A. (2009). DİNDARLIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLER. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 1-26.
- MEHMEDOĞLU, A. U. (2013). DİN, DİNDARLIK VE DEĞERLER. *İstanbul Sebahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 173-189.
- MUTLU, K. (1989). BİR DİNDARLIK ÖLÇEĞİ: SOSYOLOJİ'DE YÖNTEM ÜZERİNE TARTIŞMA. *İslami Araştırmalar*, 3 (4), 194-199.
- NAZIROĞLU, B. (2015). DİN EĞİTİMİNİN GEREKLİLİĞİ AÇISINDAN DİNİ MEDYA OKURYAZARLIĞI. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 15 (2), 191-220.
- OKUMUŞ, E. (2006). GÖSTERİŞÇİ DİNDARLIK. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* VI, 2, 17-35.
- SAMBUR, B. "İslam dünyası medyaya yeterince önem vermiyor", <http://www.risalehaber.com/islam-dunyasi-medyaya-yeterince-onem-vermiyor-232895h.htm>, (erişim tarihi: 18.03.2018).
- TOKUR, B. (2011). STRES-DİNDARLIK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, (Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- TURAN, İ. (2007). MEDYADAKİ DİN ADAMI İMAJİ ÜZERİNE BAZI DÜŞÜNCELER. *OMÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24, 293-304.
- YAKUT, S. (2016). ÖĞRETMENLERDE YABANCILAŞMA, YALNIZLIK VE DİNDARLIK İLİŞKİSİ, (Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- YAPICI, A. (2002). DİNİ YAŞAYIŞIN FARKLI GÖRÜNTÜLERİ VE DOGMATİK DİNDARLIK. *Ç. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 75-118.
- YAPICI, A. (2013). RUH SAĞLIĞI VE DİN. Karahan Kitabevi, Adana.
- YENEN, İ. (2005). TELEVİZYONDA YAYINLANAN DİNİ PROGRAMLARIN İZLERKİTLENİN DİNİ TUTUM VE DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ETKİLERİ, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- YILDIZ, M. (2006). ÖLÜM KAYGISI VE DİNDARLIK. İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları, İzmir.