

## KUŞAKLAR AÇISINDAN DİNİN TOPLUMSAL SERMAYE POTANSİYELİ VE KULLANIM ALANLARI (ISPARTA UYGULAMASI)\*

### SOCIAL CAPITAL POTENTIAL AND USAGE AREAS OF RELIGION IN TERMS OF GENERATIONS (ISPARTA APPLICATION)

Arş. Gör. Dr. Fatih KARS<sup>1</sup>

Prof. Dr. Metin ÖZKUL<sup>2</sup>

#### ÖZ

Toplumsal bir olgu olarak din, görece değişmekle birlikte her toplumda bireylerin kurdukları sosyal ilişkilerden bireysel ve toplumsal davranışlarına, yaşadıkları olay veya durumlar karşısında takındıkları tavırlardan statü ya da konumlarıyla birlikte ilgili rollerinin meşrulaştırılmasına kadar birçok konuda etkili olan potansiyel bir güce sahiptir. Bu gücü sayesinde din, aynı zamanda gündelik yaşamın inşası için gerekli olan birçok işlevi de yerine getirmektedir. Ancak söz konusu işlevlerin kapsamı, bireylerin sosyalleşme geçmişlerine ve dini temsil kapasitelerine göre değişmektedir. Bu çalışma, toplumsal bir sermaye olarak dinin veya dini değerlerin kullanımının ve kullanım alanlarının kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığı üzerinedir. Araştırmanın alan verileri Isparta ili merkez ilçesi ve mücavir alan sınırları içindeki kırsal kesimden toplanmıştır. Araştırmanın uygulama aşamasında elde edilen veriler analiz edilerek; dinin ya da dini değerlerin aile içi ilişkilere, komşuluk ve arkadaşlık ilişkilerine ve alışveriş sürecinde kurulan ilişkilere yönelik etkisi, kuşaklara göre belli oranlarda farklılaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca gündelik hayatta girip çıkılan sosyal ortamlarda inançlı bir kişi olduğunun belli edilmesi ya da gösterilmesi hususunda da kuşakların farklı düşüncelere sahip oldukları saptanmıştır. Bu doğrultuda ele alınan bir örnek olarak; dini bir sembol özelliği de olan selam verme davranışında kullanılan ifadelerin ve bu ifadelerin kullanıldığı ortamların kuşaklara göre farklılaştığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sermaye, Din, Kuşaklar, Gündelik Hayat, Toplumsal İlişkiler.

**JEL Sınıflandırma Kodları:** Z12, A13, J19.

#### ABSTRACT

Religion as a social phenomenon, although relatively changing, has a potential power in every society that is effective in many issues from the social relations established by individuals to their individual and social behaviors, from the attitudes they adopt in the face of the events or situations they experience to the legitimization of their relevant roles together with their status or position. Thanks to this power, religion also performs many functions necessary for the construction of everyday life. However, the scope of these functions varies according to the socialization backgrounds of individuals and their capacity to represent religion. The study focuses on whether the use and usage areas of religion or religious values as a social capital differs according to generations. The field data of the study are collected from the central district of Isparta province and the rural areas within the borders of the adjacent area. The data obtained as a result of the application of the questionnaire created to test the hypotheses of the research to the subjects are analyzed by using the chi-square independence test. By analyzing the data obtained during the application phase of the research, it is determined that the effect of religion or religious values on family relations, neighborly and friendship relations and relationships established in the shopping process differs in certain proportions according to generations. In addition, it is determined that generations have different thoughts about showing that they are a believer in social environments that enter and exit in daily life. As an example, considered in this direction it is observed that the expressions used in the salutation behavior, which is also a religious symbol, and the environments in which these expressions are used differ according to generations.

**Keywords:** Social Capital, Religion, Daily Life, Generations, Social Relations.

**JEL Classification Codes:** Z12, A13, J19.

\* Bu çalışma Metin ÖZKUL danışmanlığında Fatih KARS tarafından hazırlanan ve 06.09.2022 tarihinde savunulan "Bir Sermaye Unsuru Olarak Dinin Toplumsal İlişki Biçimlerine Etkisi (Isparta Örneği)" başlıklı doktora tezinden yararlanarak hazırlanmıştır. Bu çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulundan 100/5 sayılı ve 28.12.2020 tarihli etik kurul onayı alınmıştır. Çalışma ÖYP Projesi (Proje No: ÖYP06569-DR-16) tarafından desteklenmektedir.

<sup>1</sup>  Yozgat Bozok Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, fatih.kars@bozok.edu.tr

<sup>2</sup>  Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, metinozkul@sdu.edu.tr

## EXTENDED SUMMARY

### **Purpose and Scope:**

The aim of this study is to determine the role of various words, idioms, body language and appearances that symbolize religious belief as one of the components of social capital that individuals have in society in the relationships established in daily life. Through a sample classified into generational categories; It was investigated under what conditions and in what kind of relationships religious symbols were used by the parties of the social relationship. It has been tried to determine the ways of using religious symbols for their functions such as recognition, benefit and trust in social relations. In addition, the extent to which these usage patterns differ or not in terms of various generational categories is also discussed. While determining the role of religious behaviors and symbols in these issues, the attitude about whether religious values are taken into account in social relations and free time activities established in daily life, the social environments in which behaviors or actions that will indicate religious belief, the expressions used for greeting, which is the first stage in the establishment of relations or interactions between individuals, and the environment or places where they are preferred differ according to generations it has been investigated that it does not differ.

### **Design/methodology/approach:**

In the study, the "mixed method" in which quantitative and qualitative research techniques are used together was preferred. Therefore, the survey technique/questionnaire, which is a quantitative research technique, and the in-depth meeting/interview technique, which is among the qualitative research techniques, were used together. Computer-aided statistical programs were used to evaluate the data obtained by using the questionnaire correctly. Chi-square independence test was used in the evaluation of crosstabs. In the process of analyzing the data; On the one hand, the characteristics and thoughts of the subjects obtained through the questionnaire created in line with the basic problem and assumption of the research were quantitatively determined, and on the other hand, the relationship between these characteristics and thoughts was tried to be interpreted and understood with the data obtained through in-depth interviews. The place of application of the study is the central district of Isparta province and the rural area within the boundaries of the mujavir area. The sample of the study was determined by taking into account the population aged 18 and over living within the specified limits and representing each generation, with a 99% confidence level and a 5% margin of error in the  $\pm$ .

### **Findings:**

The findings of the research have shown that; The characteristics considered when determining the person to be married according to the generations do not differ. However, compared to the younger generations, it was found that the older generations paid more attention to the situation regarding the level of representation of religious belief in the selection of spouses. In the characteristics that affect the relationships within the family, a remarkable differentiation can be mentioned in terms of generations. It has been observed that religious values mentioned among the factors affecting family relationships are taken into consideration more by the members of the Baby boom generation than other generations. A similar situation, that is, more importance of religious values by members of the Baby boom generation compared to generations Z, Y and X, was detected in friendship and neighborly relations. It has been determined that generations have different thoughts or approaches to exhibit behaviors that will reveal religious belief in daily life. As a matter of fact, unlike the baby boom generation, it has been observed that the members of the Z, Y and X generations are more inclined to exhibit behaviors that will reveal religious belief. If we need to make an assessment about the environments where behaviors that will reveal religious belief are exhibited; It has been determined that the behaviors in question are used more in the shopping environment or places and when it is understood that the person to be addressed is a believer, but the areas of use do not change according to generations. It has been observed that religious belief does not have a significant role in determining the person or place to shop and this situation does not differ according to generations. At least Generation Z members are found among individuals who express their trust in these people because the person being shopped is religious. Therefore, those who accept religious belief as a reference in terms of the sense of trust, which is an important element of social capital in terms of the socialization history and conditions of the subjects and contributes to the formation or accumulation of this capital, are more common among the middle and older generations than among the younger generations. The way to understand whether the person(s) to be shopped is religious or not also varies according to generations. It has been observed that reactions to symbols or behaviors related to greetings (such as selamünaleyküm) are accepted as a religious reference by older generations and therefore taken into more attention. According to the characteristics of the environments entered and exited in daily life, the expressions used to greet differ significantly. The expressions used to greet government offices differ according to the environments where there are familiar people, the place or environment where shopping is made. Therefore, taking into account the environment or other individuals in the place, it can be said that preference is made among the expressions used to greet.

### **Conclusion and Discussion:**

In terms of social relations, which are an important part of daily life, the importance of religious values, attitudes and behavior patterns or their acceptance as a reference differs according to generations. It has also been observed that generations have different tendencies in terms of exhibiting behaviors or actions that will reveal religious belief in social environments that enter and exit daily life. The environment or places in which behaviors that will make religious belief evident are created and the reason and form of religious belief vary at certain rates according to generations.

## 1. GİRİŞ

Çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak açısından öncelikle sermaye ve sosyal sermaye kavramları üzerinde durmak gerekmektedir. Zira literatürde çeşitli sosyal bilim insanlarıca kullanılan sermaye kavramları genel olarak içerdiği anlamlar bakımından birbirine benzemekte, ancak ne tür olgusal alışkanlık, temsil ve pratiklerin bu kavramlardan hangisiyle ilişkilendirilebileceği konusunun eksik kaldığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı ve sınırları, öncelikle sermaye konusunu bireylerin toplumsal ortamlarda kendini temsil etme potansiyeli açısından ele alan temel yaklaşımların genel özelliklerine açıklık getirmektir. Sonrasında ise; genellikle bireysel inanç konusu olarak anlaşılan ‘dinin’, toplumsal ilişkileri kurma ve sürdürme potansiyeli açısından, bir sosyal sermaye türü olma özelliğinin varlığını tartışmaktır.

Toplumsal oluşumların faili olan bireyler, ortaya koydukları ilişkiel eylemlerinde, bir yönüyle kendilerini sınırlayıcı diğer yönüyle de bireysel yararın sonucunu ve toplumsal oluşum ya da ilişkinin mahiyetini belirleyici, birbirleri açısından görece farklılaşan çeşitli niteliklere sahiptirler. Bourdieu, bu nitelikleri toplum üyelerinin sahip olduğu sermaye türleri şeklinde kavramlaştırır. Bunlar; ekonomik kaynakların tamamına işaret eden maddi, eğitim ve sosyalleştirme yoluyla kazanılan her şeye işaret eden kültürel, bireylerin içinde yaşadıkları toplumsal alanda sahip oldukları ilişki ağlarına işaret eden sosyal ve sonuncusu da bireylerin toplumsal konum, güç, iktidar ve saygınlık gibi başkalarına gösterilmek üzere anlaşılan özellikleri temsil eden her türlü sembolü içeren sembolik sermayedir. Maddi, kültürel ve sosyal sermaye görece farklılaşmakla birlikte az veya çok bireylerin tümü tarafından sahip olunan sermayelere işaret eder. Bunlar kendi aralarında diyalektik ilişki içindedirler. Kültürel ve sosyal sermaye uygun koşullarda ‘paraya’ dönüştürülebilir sermayelerdir (Bourdieu, 1986, s. 241-243). Sembolik sermaye ise toplumun özellikle hâkim sınıflarına özgü bir sermaye türüdür ki, kendilerini ve yaşam tarzlarını çeşitli simgesel temsillerle ifade etmeyi ve toplumun geri kalanlarından farklılaşan ayrıcalıkları ve iktidar gücünü vurgulamayı sağlar (Bourdieu, 2014, s. 197-198). Bu özellikleriyle sembolik sermaye, gerçekte bireylerin ekonomik ve kültürel sermaye gücünün onaylanış ve tanınmış olmasının göstergelerinden ibarettir. Bourdieu’ya göre sembolik sermaye “toplumsal alanın yapısını oluşturan güç ilişkilerini takviye eder” (Wallace ve Wolf, 2015, s. 168). Sermaye türlerinin hepsine yeterli düzeyde sahip olmak toplumsal dünyanın eşitsiz koşulları içinde mümkün değildir. Ancak yukarıda da belirtildiği üzere özellikle maddi, kültürel ve sosyal sermaye az veya çok hemen her birey tarafından temsil edilmektedir. Burada vurgulanması gereken nokta, bu sermaye türlerinin, sahiplenme biçimi ne olursa olsun, toplumsal koşullar içinde bulunan bireylerden bazıları birbirine yaklaştırırken diğerlerinden de ayırıştırıcı işlevsellikler göstermeleridir.

Sermaye türlerinden biri olan sosyal sermaye kavramının bu çalışmadaki önemi, asıl odak konusu olan dinin sosyal sermaye potansiyeli olma özelliğini tartışma aracı olarak kullanılmasından ileri gelmektedir. Bu bağlamda, aşağıda kısaca sosyal sermaye kavramına ilişkin yaklaşımlara değinilerek, kavramsallaştırmayla ilgili literatürden seçilen bazı yazarların görüşlerine yer verilecektir. Sosyal sermaye kavramına yönelik multidisipliner bir ilgi olmakla birlikte, sosyoloji literatüründe bu kavrama ilişkin temel sosyolojik yaklaşım ve anlamlandırmaların Bourdieu, Coleman ve Putnam’a ait olduğu bilinmektedir. Bourdieu, toplumsal ilişkileri dört sermaye türünün işlevleri bağlamında tartışırken, Coleman ve Putnam yalnızca sosyal sermaye kavramına odaklanmıştır. Daha sonraki süreçlerde sosyal sermaye, özellikle zaman içinde gelişen güçlü bireysel ilişki ağlarının önemine dikkat çektiği için sosyoloji literatüründe daha fazla görünür olmuş ve araştırma konusu haline gelmiştir (Portes, 1998, s. 1).

Sosyal sermaye kavramlaştırması ya da teorisyle ilgili çeşitli yaklaşımların ilk örneklerinden biri olan Bourdieu söz konusu kavramı, bireylerin faydacı ilişkiler kurmasında rol oynayan önemli bir kaynak olarak ele almakta ve bireylere mutlak çıkar sağlayan sosyal ağların bir bütünü olarak görmektedir (Bourdieu, 1986, s. 248-249; Portes, 1998, s. 3-4). Coleman’a göre ise sosyal sermaye, içinde karşılıklı beklentilerin bulunduğu ve ilişkilerin yüksek dereceli güvenle ve ortak değerlerle oluştuğu, böylece bireylerin iletişim ağlarının ötesine geçtiği bir kaynağı temsil etmektedir (aktaran Field, 2008, s. 28; Yarıcı, 2011, s. 128). Coleman, sosyal sermayenin, toplumsal yapı olarak isimlendirdiği normların ve grup gibi oluşumların güven sağlayan koşullarının bir parçası olduğunu ve bu nedenle bireylerin amaçlarına ulaşmaları için önemli birtakım işlevleri yerine getirdiğini, böylelikle bireylerin toplumsal ortamlarda ya da toplumsal ilişkiler düzleminde var olmalarını ve hareket edebilmelerini sağladığını düşünür. Bundan dolayı Coleman, sosyal sermaye kavramıyla “toplumsal yapıların insanların bir şeyler başarmalarını sağlayan yönlerini kasteder” (Wallace ve Wolf, 2015, s. 489). Bu özelliğiyle de, sosyal sermayenin, bireylerin üretken etkinliklerini kolaylaştırdığını belirtir.

Sosyal sermaye kavramıyla ilgili üçüncü temel yaklaşım Putnam tarafından geliştirilmiştir. Ona göre sosyal sermaye norm, güven ve ilişki bağlamında ele alınmalıdır. Zira bireyler, gündelik yaşamlarında, devamlılığı olan

İlişkiler geliştirebilmek için normatif davranışları kullanırlar. Normatif davranışlar, karşılıklı beklentilerin memnun edici bir şekilde sonuçlanmasıyla ortaya çıkan kurallara dayanır. Kurallara ya da normlara uygun davranmak yolu ile beklentilerin gerçekleşmesi, güven ilişkilerinin oluşması anlamına gelir. Dolayısıyla bir kimse kendisi açısından, içinde yaşanabilir bulunduğu, belli bir amaç doğrultusunda kurduğu ya da kurma potansiyeli olduğunu düşündüğü ne kadar geniş ve çok sayıda toplumsal ortam ve aktöre sahipse sosyal sermayesi o denli güçlü demektir. Söz konusu durum, aynı zamanda kendisiyle ilişki içinde olan bireyler açısından da benzer bir şekilde değerlendirilir. Bu bağlamda sosyal sermaye, karşılıklı güven bağlamında ortaya çıkan, ancak güveni de tekrar tekrar üretmek suretiyle toplumsal ortamlarda kurulan karşılıklı ilişkilerden dolayı bireylerin memnuniyet düzeylerini birbirlerine yakınlaştıran bir kaynaktır. Böylelikle Putnam (1993, s. 167), sosyal sermayeyi; ortak çıkar veya hedeflere etkin bir şekilde ulaşmak ve karşılıklı olarak yarar sağlamak için faaliyetlerin koordinasyonunu ve işbirliğini kolaylaştırarak, toplumsal verimliliği ve etkinliği artıran güven, normlar ve ilişki ağları gibi sosyal organizasyonun özellikleri olarak tanımlamaktadır. Bu anlamıyla sosyal sermaye, sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğu ana fikrine dayanmaktadır (Putnam, 2000, s. 18-19). Zira iletişim ağları ve ortak değerler, toplumsal bağlılık için temel oluşturarak, toplumun genelini birbirine tutturmakta ve dolayısıyla toplumsal yapının önemli bir yapı taşı olarak hizmet etmektedir (Field, 2008, s. 4, 15-16; Şimşek, 2018, s. 229-230; Aydemir ve Tecim, 2012, s. 45-46). Bu nedenle bireyler ya da gruplar arasında oluşan iletişim ağları ve paylaşılan ortak değerler, onların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olan, aynı zamanda toplumu bir arada tutma noktasında fayda sağlayan, daha geniş ilişki ve normlar kümesinin bir bileşeni olarak görülmektedir.

Bourdieu, Coleman ve Putnam'ın sosyal sermaye kavramlaştırması ya da teorisine ilişkin görüşleri, sonraki sosyal bilim insanları tarafından da korunmuş veya temsil edilmiştir. Türkçe literatürde de bahsi geçen bilim insanlarının bakış açıları dikkate alınmış ve birçok sosyal bilimci söz konusu yaklaşımlar doğrultusunda çeşitli çalışmalar yapmışlardır. Örneğin Aydemir (2011), sosyal sermayeyi, topluluk gibi yakın toplumsal ilişkilerin geliştiği özel bir alanda araştırmıştır. Bu araştırma sonucunda Aydemir, yakın toplumsal ilişkilerin, sosyal sermaye potansiyeli için olumlu düzeyde etkili olduğunu özellikle belirtmiştir. Sosyal sermaye teorisini dikkate alan çalışmaların bir kısmı da, (bu çalışmanın da odağında olan) din ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi irdelemişlerdir. Bu çalışmalardan biri olan "Sosyal Güven Oluşumunda Dinin Etkisi" adlı çalışmada Tecim (2011), güven olgusunu sosyal sermaye teorisi çerçevesinde analiz etmiş ve dinin, güven üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu tespit etmiştir. Söz konusu çalışmanın sonucunda Tecim, sosyal güven düzeyinin toplum genelinde oldukça düşük, ancak toplumsal gruplar özelinde ve özellikle grup içi ilişkilerin aktörleri açısından yüksek olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca bazı dini gruplaşmaların daha güvenilir bulunduğu ve dindar insanlara daha çok güvenildiğine ilişkin bulgulara da yer vermiştir. Sosyal sermaye ile din arasındaki ilişkiyi irdeleyen bir diğer çalışma ise Yavuz tarafından gerçekleştirilmiştir. Yavuz'un (2013) bu çalışmasında, sosyal sermayenin yoğun dini grup olarak nitelendirdiği tarikat/cemaat oluşumlarında daha güçlü bir şekilde bulunduğu ön kabulünden hareketle, araştırma örnekleminin dini, sosyal ve siyasal görüşlerindeki eşgüdümünün derecesi analiz edilmiştir. Bu çalışma ile ele alınan tarikat/cemaat oluşumunun hem dini hem de sosyal ve politik görüşlerinde yüksek oranda bir müştereklik olduğu tespit edilmiştir. Aydemir ve Tecim ise (2012) "Türk Toplumunda Aile ve Dinin Sosyal Sermaye Potansiyeli" adlı çalışmalarında, sosyal sermaye kaynağı olarak yakın toplumsal ilişkileri irdeleyerek, aile ve din merkezli inşa edilen toplumsal ilişki ya da yapıların, sosyal sermaye için güçlü bir potansiyele sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Abidoğlu da (2021) bir din olarak İslam'ın bireye ve topluma ilişkin düşüncesini hac ibadeti temelinde analiz etmiştir. Bu çalışma kapsamında ayrıca sosyal sermaye teorisi bağlamında 'hacı' kimliğinin, toplumsal saygınlığın ya da prestijin kaynaklarından biri olmasının anlam ve imkânlarına dair değerlendirmeler yapılmıştır.

Sosyal sermaye ile din arasındaki ilişkiyi inceleyen yukarıda ifade edilen çalışmalar da göstermektedir ki; toplumsal yaşamla ilgili formel ve enformel kuralları ihtiva eden, toplumun birçok değerini kapsayan ve sosyal ilişkilerde esas alınan sosyal sermayenin meydana gelmesinde etkili olan önemli faktörlerden biri de dindir (Şimşek, 2018, s. 208, 229-2230). Bu bağlamda eldeki çalışmanın amacı bireylerin temsil ettiği sosyal sermayenin bir unsuru ya da bileşeni olarak dinin, gündelik yaşamda kuşaklar tarafından kullanılıp kullanılmadığını, kullanılıyor ise hangi ölçüde kullanıldığını ve kullanım alanlarının kuşaklara göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmektir.

## 2. DİNİN SOSYAL SERMAYE ÖZELLİĞİ

Din, insan ve toplum hayatı açısından fitri bir gerçeklik olarak kabul edilmektedir. Öyle ki, Bergson'a göre geçmişten günümüze kadar ilmi, sanatı ve felsefesi olmayan insan toplulukları veya toplumlar bulunmuştur, ancak



dinsiz bir toplum asla var olmamıştır (Bergson, 2013, s. 91; aktaran Günay, 2012, s. 224) Bu nedenle din, antropologlar ve sosyologlar başta olmak üzere hemen bütün sosyal bilimciler tarafından toplumları anlama hususunda anahtar kelime olarak kabul görmüştür (Luckmann, 2016, s. 66). Toplumların hayatını etkileyen "aşkın" bir güç ve kültürün taşıyıcısı olması dolayısıyla da sosyal bir fenomen olarak din, bir yandan toplumun sosyal, kültürel, iktisadi, siyasi vb. alanlarında varlığını hissettirmekte, diğer yandan da bireylerin davranışlarını ve eylemlerini etkilemektedir (Kirman, 2004, s. 61; Abuzar, 2011, s. 145; Köktaş, 1997, s. 13; Akkuş, 2018, s. 22). Öte yandan sosyal ve kültürel bir değer olarak dinin toplumsal ilişki, olay ve olguların meydana gelmesinde de rolü büyüktür. Diğer bir deyişle bireylerin birbirleriyle ilişki kurmalarını teşvik etmekte ve onların bir araya gelmelerini kolaylaştırmakta, birbirlerine karşı güzel söz söylemelerini ve iyi davranışlar sergilemelerini öğütlemektedir (Acar ve Başar, 2015, s. 831-834). Dolayısıyla dini, tarihin her döneminde ve her türlü toplumsal ortamda değer inşa eden sosyal ilişki, etkileşim ve ağların oluşmasını kolaylaştıran, bireysel ve toplumsal yaşamı bütün yönleriyle etkileyen bir kurum olarak değerlendirmek mümkündür.

Sosyal bilimlerde din olgusuna ilişkin birbirinden farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Örneğin yapısal işlevselci paradigma tarafından din, bireyleri sınırları ve topluma uyumlayıcı bir işlevle anlamlandırılırken, sembolik etkileşimci paradigma açısından din, bireylerin zihinlerinde inşa ettikleri toplumun ve toplumsal ilişkilerin anlamlandırılmasında kullanılan bir referans kaynağıdır. Sembolik etkileşimci paradigmanın kurucuları arasında yer alan Mead, bireylerin, toplumsal ilişkileri oluşturan ya da sürdürülmesini sağlayan eylemlerin üretilmesi sürecinde çevreden algılanıp zihinde anlamlandırılan uyarıcıları yine zihinde inşa edilmiş anlamlı düşünceler yoluyla sağlamasını yaptıklarını ve bu işlemde sonra en uygun eylemi belirlediklerini belirtir (Mead, 2017, s. 84-85; Ritzer ve Stepnisky, 2014, s. 336-340, 347). Berger de toplumun birey zihninde inşa edilmesinde en önemli unsurun din olduğunu belirterek, bu özelliğiyle dinin sadece uhrevi dünyaya yönelik bir inanç ya da ibadet işlevinin olmadığını, aynı zamanda belki de çok daha ağırlıklı olarak din kapsamındaki anlamların, gündelik hayata yönelik eylemlerin üretilmesinde referans kaynağı olarak kullanılan bir 'bilgi' olduğuna işaret eder (Berger, 2015, s. 89-95). Dolayısıyla dinin bu türden bir bilgi kaynağı işlevini, 'sosyal sermaye' kavramı veya teorisi kapsamında değerlendirmek mümkündür. Bu yaklaşıma ek olarak; başta Durkheim olmak üzere, pek çok sosyal bilimciye göre sosyal bir olgu olarak dinin, bireysel ve toplumsal kimlik kazanma sürecinin bir kaynağı olması (Thompson, 2002, s. 105; Traunmüller, 2011, s. 348; Alacahan ve Duman, 2011, s. 116; Yavuz, 2013, s. 55), toplumda sosyal uyum, kaynaşma ve dayanışmayı tesis etmesi, özellikle ibadet veya ritüeller vasıtasıyla toplumsal ilişki ve etkileşimi güçlendirmesi, sosyal değer ve normlara kaynaklık etmesi, toplumun üyeleri için ortak bir amaç sunması, sosyal denetim hususunda katkı yapması ve ortak ahlaki değerlerin oluşmasına katkı sağlaması gibi birçok işlevsel yönü vardır. Bütün bu işlevler dinin, sosyal sermayenin oluşum ve şekillenmesindeki rolünü açıkça göstermektedir (Alacahan ve Duman, 2011, s. 116; Yavuz, 2013, s. 55). Sosyal sermaye ve din olgusu arasındaki ilişkinin de ele alındığı çalışmada Abidoğlu (2021), bu ifadeleri doğrular nitelikte değerlendirmeler yapmıştır. Zira söz konusu çalışmada din ya da dini değerler, bireysel ve toplumsal sorunları çözüme kavuşturma hususunda işlevsel roller üstlenen, sosyal dayanışma ve birliktelik duygusunu pekiştiren ve bireylere kimliklerini inşa etme sürecinde yardımcı olan toplumsal bir kaynak veya sermaye olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte din, kurumsallaşmış ve genellikle uzun ömürlü iletişim ağına atfı yapması nedeniyle, sosyal sermayenin farklılaşmış bir türü olarak da değerlendirilmektedir (Baltacı, 2018, s. 11). Nitekim Coleman'ın da işaret ettiği gibi, kuşaklar arasında kurulacak ilişkiler açısından din ve dini bağlar, önemli bir rol üstlenerek, yetişkinlerin sahip olduğu sosyal sermayenin gençler ve çocuklar için de ulaşılabilir bir duruma gelmesini sağlamaktadır (Field, 2008, s. 37; Duman ve Alacahan, 2011, s. 200). Bu kapsamda dinin, sosyal ağ olarak işlev görmesi nedeniyle (Ertit, 2020, s. 7), nadir bir sosyal sermaye çeşidi olduğunu veya ciddi bir sosyal sermaye değeri taşıdığını özellikle vurgulamak gerekir (Aydemir ve Tecim, 2012, s. 44). Bütün bu özellikleri dolayısıyla dinin, bireyler ya da toplumsal gruplar tarafından, gündelik ihtiyaçlarını gidermek ya da gündelik hayatın temel problemlerine ilişkin çözümler üretmek için bir vasıta olarak kullanıldığı düşünülmektedir.

### 3. GÜNDELİK HAYATTA DİNİN KULLANIMI

Gündelik hayat, içinde yaşanılan toplumun temel dinamikleriyle bireylerin karşılıklı etkileşimleri neticesinde inşa edilen ve süreç içinde tekrar edilmesi nedeniyle kalıplaşan gündelik pratikleri ifade etmek için kullanılan bir kavramdır (Çetin, 2017, s. 57). Bu tanım ya da yaklaşıma ek olarak Goffman, gündelik hayatı, aktörlerin benliklerini farklı biçimlerde sundukları veya sergiledikleri bir oyun alanı olarak ifade eder. Ona göre söz konusu oyun alanında bireyler, farklı davranış biçimleri ya da performanslar sergileyerek toplum tarafından kabul görmek ya da olumlanmak istemektedirler (Gökalp Yılmaz, 2018, s. 20). Goffman, bireylerin gündelik rutinleri esnasında,

kendi idealleşmiş görüntülerini sunduklarını düşünür. Bir başka ifadeyle bireyler, gündelik hayatlarını sürdürürken kendi ideal görüntüleri ile bağdaşmayan ve toplum tarafından genel olarak hoş karşılanmayan etkinlikleri, gerçekleri ve dürtüleri saklama eğilimi gösterirler (Goffman, 2016, s. 44-50; Çetin, 2010, s. 94). Buna göre gündelik hayatta meydana gelen bireysel eylemlerin tesadüfen ortaya konan eylemler olmadığı söylenebilir. Nitekim Gökalp Yılmaz da (2018, s. 20) bireylerin eylemlerini sergilerken, içinde buldukları toplumsal çevreleri dikkate alarak, kendileri için en uygun ya da yararlı olarak düşündükleri karşılığı veya tepkileri sağlayabilecek olan eylemleri seçtiklerini ifade eder. Bu noktada bireysel tercihlerin altında yatan temel nedenlerin, aslında dayanakları görece farklılaşan rasyonel<sup>3</sup> kararlar çerçevesinde şekillendiğini de özellikle vurgulamak gerekir.

Modern toplumlarda herhangi bir bireyin toplumsal yaşamdaki sosyal statüsünün ve ilişkilerinin biçimlenmesinde veya ötekilerin onun için sosyal ve kültürel bir konumu uygun görmelerinde etkili olan birçok toplumsal faktör bulunmaktadır. Öte yandan bir toplumda gündelik ilişkileri ve eylemleri etkileyen veya belirleyen temel değerler ve toplumsal dinamikler ne ise o toplumun statü pekiştiricileri ve itibar sağlayıcıları da bu çerçevede biçimlenmektedir. Buna göre; kültürel değerlerin etkili olduğu bir toplumda veya sosyal çevrede, kültürel kazanımların bir statü ve itibar kaynağı olduğunu, ekonomik değerlerin önemsendiği bir sosyal ortamda ise mesleki kazanımların statü ve itibar kaynağı olarak işlev gördüğünü söyleyebiliriz. Benzer biçimde dini değerlerin etkili olduğu toplumsal bir ortamda ise saygınlığın ana karakterini dinselliğe atf yapan edininim, ilişki ve aidiyetler belirlemektedir. Bu tür toplumlarda statü ve itibar kalıpları meşruiyetlerini dinden almakta ve bu çerçevede devam ettirilmektedirler (Çakmak, 2015, s. 66-67). Bununla birlikte, dinin statü ve prestij elde etme sürecine olan etkisi, sadece dinsel ilişki ve aidiyetlerin etkili olduğu toplumlarda değil, diğer sosyal ortamların tamamında görülmektedir (Kaya, 2014, s. 85-86). Zira din kurumu, dinden uzak yapı veya ortamlarda da az veya çok bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda, bütün toplum veya sosyal ortamları kapsayacak şekilde denilebilir ki; din, statü pekiştiricisi ve sosyal sermaye elde etme aracı olarak görülmektedir.

Sermaye odaklı çalışmalar yapan Bourdieu, toplumsal yaşamda aktörler tarafından gerçekleştirilen eylem veya pratiklerin hemen hemen tamamının, özünde çıkar amaçlı olduğunu ileri sürer (Kaya, 2014, s. 92, 95). Gündelik hayatı bütün yönleriyle etkileyen din ya da dini inanç da, bu etkisi nedeniyle, bireyler veya toplumsal gruplar tarafından amaç veya çıkarları doğrultusunda gündelik yaşamlarında sembolik bir şekilde sunulmakta veya tüketilmektedir. Dinin gündelik hayattaki temel kullanım amaçlarından biri, gündelik ilişki ve etkileşimlerin kurulması ve sürdürülmesiyle ilgilidir. Bir diğer söylemle bireyler, gündelik hayatlarında ilişki kurdukları ya da etkileşimde buldukları kişi veya sosyal gruplar tarafından kabul görme arzusuyla dini veya dini değerleri kullanmaktadırlar. Sözelimi bireyler, sosyal bir çevre edinmek ya da toplumsal bir grubun üyesi olmak için dini söylem veya eylemleri sergileyebilirler (Okumuş, 2002, s. 176). Bu performans, toplumsal ilişkilerin kurulması ve gelişmesi açısından gerekli olan güven duygusunun sağlanması için gerçekleştirilmektedir. Şüphesiz birçok toplumda ya da bir toplumun üyesi olan birçok birey açısından güven duygusunun gerek ilk oluşumunda gerekse korunarak sürekliliğinin sağlanmasında etkili olan kurumsal değer ve sembollerin başında dini olanlar gelmektedir (Tecim, 2011, s. 57). Zira din, her şeyden önce bireylerin toplumsallaştırma süreçlerinde telkin edilen sosyal normların ve değerlerin birçoğunu içinde barındırır. Bu özelliğiyle de benzer toplumsallaştırma mekanizmalarına sahip ortamlarda bulunan toplumun çoğunluğu açısından paylaşılan homojen bir kültürel ortamı, değerler manzumesini ve karşılıklı güven koşullarının psikolojik koşullarını ifade eden semboller dizisini temsil eder.

Gündelik hayatta dinin kullanım amaç veya alanlarından bir diğeri de gerçekleştirilen davranış ya da eylemlerin ve organizasyonların meşru kabul edilmesiyle ilgilidir. Koruyucu ve kuşatıcı bir kubbe olarak dinin, beşeri bir gerçekliği, kutsal bir referans çerçevesine yerleştirmek ya da ilahi bir gerçekliğe bağlamak suretiyle haklılaştırması ve geçerli hale getirmesi gündelik yaşamın inşasında oldukça önemlidir (Bodur ve Çapcıoğlu, 2016, s. 140; Okumuş, 2014, s. 27; Akkuş, 2018, s. 23-24). Dini değerler aracılığıyla meşrulaştırılan ve söz konusu değerlerin bu amaçla kullanıldığı en önemli alanlardan birisi ekonomik güç ilişkileriyle bağlantılıdır. Gündelik hayatta, maddi bir çıkar elde etmek için din ya da dini değerlerin aktörler tarafından kullanıldığı veya tüketildiği gözlemlenebilen bir husustur. Nitekim Weber'e göre ekonomik bakımdan imtiyaz sahibi olan veya olmak isteyen her birey, dine, kendi toplumsal ve ekonomik durumunu meşrulaştıran ve uygulamalarının gerekçesini temin eden bir güç olarak bakmaktadır (Wach, 1995, s. 295; Okumuş, 2002, s. 188). Diğer bir söylemle, var olan iktisadi güçlerini muhafaza

<sup>3</sup> Biçimsel (amaç rasyonellik, araç rasyonellik), pratik, kuramsal ve özel rasyonelliklerden biri anlamında, Weber'e atfen Kalberg'in yapmış olduğu sınıflandırmada, birey temelinde rasyonel eylem tiplerinin bunlardan biri olabileceği ileri sürülmektedir (Ritzer ve Stepanisky, 2014, s. 139).

etmek veya böyle bir güç elde etmek için bireyler dini, bütün yönleriyle kullanmaktadırlar. Bu durumun, herhangi bir dine inanan ya da inanmayan, ekonomik imtiyaz sahibi olan ya da olmayan herkes için geçerli olduğu ifade edilmektedir (Köktaş, 1997, s. 39-40; Okumuş, 2002, s. 234). Öte yandan dini değerler, prestij veya ilgi gibi maddi olmayan sembolik metalar için de kullanılmaktadır. Nitekim Bourdieu, pratik veya eylemler vasıtasıyla elde edilen çıkar/çıkarlar arasında prestij veya ilgi gibi maddi olmayan sembolik metaları da sayar (Kaya, 2014, s. 92, 95).

Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere din veya dini değerler, bireyler ve toplumsal gruplar tarafından kendi amaçlarına ulaşmak için de kullanılmakta ve dolayısıyla dini inanca ilişkin davranış ya da eylemler gündelik hayatta gösterilmekte veya sunulmaktadır. Bu bağlamda gündelik hayatta dinin sembolik sunumu çeşitli vasıta ve araçlarla gerçekleşmektedir. Söz konusu araçlar temelde birkaç madde ile ele alınmaktadır. Bunlar; sözlü ifadeler/dil, dış görünüş ve kıyafetler, davranış veya eylemler ve organizasyonlar (Okumuş, 2002, s. 64-65). Bu araç ya da faktörler vasıtasıyla bireyler, günlük hayatlarında birbirleriyle çeşitli ilişkiler kurmakta ve böylelikle toplumsal yaşamda kendi habituslarını oluşturmaktadırlar. Nitekim Goffman'a göre gündelik hayatta beden dili olarak betimlenen giyim/kuşam, hal ve hareketler bireyler arası ilişkilerin kurulmasında ya da etkileşimlerin gerçekleşmesinde etkili bir unsur olarak işlev görmektedir (Goffman, 2018, s. 41; Goffman, 2017, s. 23). Modern dinlerin hemen hepsinde olduğu gibi İslam dini de tarihsellik içinde oluşturduğu ve temsil ettiği toplumsal/kültürel alışkanlıklar ve yatkinlikler açısından Goffman'ın işaret ettiği özgün sembolleri içermekte ve bunlar çeşitli toplumsal yaşam pratikleri aracılığıyla taşınmaya devam etmektedir. Dolayısıyla bireyler, ihtiyaç duydukları ortam ya da zamanlarda, çeşitli sembolik araçları kullanmak suretiyle toplumsal bir ilişki kurmak, toplum içindeki konumlarını ya da üstünlüklerini korumak, ekonomik bakımdan güç elde etmek veya herhangi bir hedefe ulaşmak için potansiyel bir kaynak ya da sermaye olarak dine veya dini değerlere başvurmaktadırlar.

#### 4. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada toplumsal sermaye olarak dinin gündelik hayattaki kullanımının ve kullanım alanlarının, kuşaklara göre değişip değişmediği ele alınmıştır. Diğer bir deyişle gündelik hayatı şekillendiren sosyal ilişkiler kurulurken ve etkinlikler gerçekleştirilirken dini argümanların sembolik bir şekilde tüketilip tüketilmediği; tüketiliyor ise bu tüketimin kuşaklar açısından farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın problemleri şöyledir;

- Toplumsal bir ilişki kurulurken veya var olan ilişkiler sürdürülürken, dinin ya da dini değerlerin bir referans olarak dikkate alınıp alınmaması kuşaklara göre farklılaşmakta mıdır?
- Dini inancı belli eden/edecek ifade ya da davranışların kullanım sıklığı, kullanım biçimi, kullanım mekânları ve ortamları kuşaklara göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın problemleri dikkate alınarak oluşturulan hipotezler ise şöyledir;

- Toplumsal bir ilişki kurulurken veya var olan ilişkiler sürdürülürken, dinin ya da dini değerlerin bir referans olarak dikkate alınma durumu kuşaklara göre farklılaşmaktadır.
- Dini inancı belli eden/edecek ifade ya da davranışların kullanım sıklığı, kullanım biçimi, kullanım mekânları ve ortamları kuşaklara göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın problemleri ve hipotezlerinden anlaşılacağı üzere, bu çalışmanın odağında kuşaklar bulunmaktadır. Son yıllarda disiplinler arası birçok araştırmaya konu olan kuşak kavramı ve sınıflandırması ile ilgili birbirinden farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Bu çalışmada dikkate alınan sınıflandırma şöyledir; 1946-1964 yılları arasında doğanlar “Bebek patlaması kuşağı”, 1965-1979 yılları arasında doğanlar “X kuşağı”, 1980-1999 yılları arasında doğanlar “Y kuşağı” ve 2000-2002 yılları arasında doğanlar ise “Z kuşağı” (İstanbul Üniversitesi Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, 2013).

Araştırmada nicel ve nitel araştırma tekniklerinin bir arada kullanıldığı “karma yöntem” tercih edilmiştir. Dolayısıyla nicel araştırma tekniği olan anket tekniği/soru formu ile nitel araştırma teknikleri arasında yer alan derinlemesine görüşme/mülakat tekniği birlikte kullanılmıştır. Bilindiği gibi karma yöntem, araştırmanın daha bütünlüklü ve kapsamlı olması bakımından oldukça önemlidir. Nitekim Neuman, nicel ve nitel araştırma tekniklerinin birlikte kullanıldığı araştırmaların, daha bütünlüklü ve kapsamlı olacağını düşünür (Neuman, 2017, s. 222-223). Ayrıca literatürde sadece nicel ya da nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı araştırmalar açısından bazı sakıncalardan söz edilmektedir. Örneğin; nicel yaklaşımın tercih edildiği araştırmalarda mekanik ve yüzeysel çözümlere yer verilmesi (Arslantürk, 1999, s. 83), genellikle yapılandırılmış sorulardan oluşan anket

formlarına başvurulması ve bu nedenle görüşme için kendi duygu, düşünce ve anlamlandırmalarını özgün bir şekilde ifade etme imkânı tanınmaması gibi durumlar, bu yaklaşımın sakıncalı tarafları olarak ifade edilmektedir (Sencer ve Sencer, 1978, s. 205). Bu bağlamda, nicel ve nitel araştırma tekniklerini birlikte kullanmak suretiyle ortaya çıkabilecek söz konusu sakıncaları gidermek amacıyla karma yöntem tercih edilmiştir.

Alan çalışması için araştırmanın temel problemleri ve hipotezi doğrultusunda soru formu oluşturulmuştur. Ancak bu form oluşturulmadan önce dinin ya da dini değerlerin toplumsal ilişkilerdeki rolüne ve gündelik hayattaki etkinliğine ilişkin birçok kaynak taranmıştır. Bunun sonucunda konumuz açısından derinlemesine analiz imkânı veren sorular derlenmiştir. Alan çalışmasında nicel ve nitel araştırma teknikleri art arda kullanılmıştır. Yani önce soru formu uygulanmış, daha sonra derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Soru formu ve görüşme teknikleri vasıtasıyla araştırma konusu hakkında daha derinlikli ve birbirini tamamlayıcı veriler elde edilmiştir. Soru formu kullanılarak elde edilen verileri doğru bir şekilde değerlendirebilmek için bilgisayar destekli istatistik programlarından yararlanılmıştır. Çapraz tabloların (crosstabs) değerlendirilmesinde ki-kare bağımsızlık testi kullanılmıştır. Veriler analiz edilirken, araştırmanın temel problemi ve varsayımı doğrultusunda oluşturulan soru formu vasıtasıyla elde edilen deneklerin özellikleri ve düşünceleri nicel bir şekilde belirlenirken, derinlemesine görüşmeler aracılığıyla elde edilen verilerle de söz konusu özellikler ve düşünceler arasındaki ilişki yorumlanmaya ve anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Bir başka ifadeyle, nicel verileri daha detaylı bir şekilde yorumlamak ve açıklamak için nitel veriler kullanılmıştır.

Araştırmanın uygulama yeri, Isparta ili merkez ilçesi ve mücavir alan sınırları içindeki kırsal kesimdir. Araştırmanın uygulama yeri olarak Isparta ilinin seçilmesindeki en önemli sebep, bu ilin geleneksel ve modern toplumlara ait sosyal ve kültürel birtakım özellikleri birlikte barındırmasıdır. Araştırmanın evreni ise belirtilen sınırlar içinde yaşayan 18 yaş ve üzeri nüfustur. Bu evrene dâhil edilmeyen 17 yaş ve altı nüfus, konumuz açısından; toplumsal yaşam ve sorumluluklar için gerekli olan niteliklere henüz tam olarak sahip olmadıkları varsayılmış ve yaşamlarını genel olarak kendileri dışında birilerine bağımlı bir şekilde sürdürdükleri ve bu bağımlılık nedeniyle gündelik hayatlarını kendi özgün inisiyatifleriyle inşa edemedikleri için araştırma kapsamına alınmamıştır. Bütün bunlara ek olarak, söz konusu yaş grubunun, alan çalışması esnasında sorulacak sorulara özgür bir şekilde cevap veremeyeceği düşünüldüğü için araştırmanın evrenine dâhil edilmemiştir.

Araştırmanın evreni olarak belirlenen 18 yaş ve üzeri nüfus dikkate alınarak, %99 güven düzeyi ve  $\pm$  %5 yanılma payı ile belirlenen toplam örneklem sayısı 663'tür. Ancak veri toplama sürecinde ortaya çıkabilecek olası yetersiz ya da niteliksiz cevap veren deneklerin verdiği bilgileri göz ardı tutabilmek için 703 kişiye soru formu uygulanmıştır. Böyle bir durumla karşılaşmadığı için de mevcut durumda araştırmanın güven düzeyi az da olsa yükselmiş keza yanılma payı da düşmüştür. Araştırma örneklem seçimi açısından, yaş kategorileri dışında, toplumun belli bir sınıfını veya kesimini dikkate alan bir kapsama sahip olmadığından, alan çalışmasında mümkün olduğu kadar farklı toplumsal özelliklere sahip kişilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın örneklemi belirlemek için dikkate alınan yaş kategorisi, Birleşmiş Milletlerin tanımladığı ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun da (TÜİK) kullandığı "0-17 yaş arası çocuk", "15-24 yaş arası genç", "25-64 yaş arası yetişkin" ve "65 yaş ve üzeri yaşlı" kategorileridir. Ancak, araştırma 18 yaş ve üzerini dikkate aldığı için "18-24 yaş arası genç", "25-64 yaş arası yetişkin" ve "65 yaş ve üzeri yaşlı" (TÜİK, 2018) kategorileri örneklem belirlemek için kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem seçimi için tabakalı rastlantısal örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu örnekleme oluşturma tekniği, görece daha yüksek temsil yeteneği olan bir tekniktir (Bal, 2012: 122). Söz konusu teknik kullanılarak, öncelikle Isparta merkez ilçe ve mücavir alan içinde yer alan kırsal kesimin örneklem sayıları, evren içindeki ağırlıklarına göre belirlenmiştir. Daha sonra yukarıda belirtilen yaş kategorilerinin Isparta Merkez ilçe ve mücavir alan içindeki ağırlıkları dikkate alınarak yaş gruplarına göre örneklem sayıları belirlenmiştir. Ancak, yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle tabakalara göre belirlenen örneklem sayılarında bazı azalma ve artışlar yaşanmıştır. Bilindiği üzere 2019 yılının Aralık ayından itibaren bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Covid-19 pandemi süreci yaşanmaktadır. Bu süreçte, merkezi ve yerel yönetimler tarafından gündelik yaşamı etkileyen birtakım kararlar alınmış ve uygulanmıştır. Söz konusu karar ve uygulamaların bir kısmı, bu araştırmanın alan çalışmasını da bazı açılardan etkilemiştir. Zira araştırmanın alan çalışması bu süreç içinde (28.12.2020 ile 24.05.2021 tarihleri arasında) gerçekleştirilmiştir. Alan çalışmasının yürütüldüğü tarihlerde 65 yaş ve üzeri ve yirmi yaş ve altı bireylere uygulanan sokağa çıkma yasağı söz konusu yaş gruplarında yer alan bireylere ulaşmayı zorlaştırmıştır. Ayrıca eğitim-öğretim sürecinin çevrimiçi yapılması, 18-24 yaş aralığındaki bireylere ulaşmayı daha da zorlaştırmıştır. Bütün bunlara ek olarak özellikle 65 ve üzeri yaş grubunda yer alan bireylerin, Covid-19 hastalığının bulaşma riskini dile getirerek alan çalışmasına katılmak



istememeleri, bu yaş grubu için belirlenen örneklem sayısına ulaşılmasını da güçleştirmiştir. Yukarıda ifade edilen nedenler dolayısıyla “18-24” ve “65 yaş ve üzeri” yaş grupları için belirlenen örneklem sayısına uygulama yapılamamıştır. Öte yandan araştırmanın temsil gücünü korumak amacıyla, “25-64” yaş grubu için belirlenen örneklemden daha fazla kişiye soru formu uygulanmıştır.

Öte yandan soru/anket formu vasıtasıyla elde edilen verileri daha kapsamlı bir şekilde analiz etmek amacıyla soru formu uygulanan 703 kişi içerisinde belirlenen 40 kişiyle, derinlemesine görüşmeler/mülakatlar yapılmıştır. Derinlemesine görüşme yapılan katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda 20 kadın ve 20 erkek ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca mülakat yapılan kişilerin yaş gruplarına da mümkün olduğu kadar dikkat edilmiştir. Araştırmanın alan çalışması için Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan 100/5 sayılı ve 28.12.2020 tarihli etik kurulu onayı alınmıştır.

## 5. ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN BULGULAR

Alan çalışmasından elde edilen verilere göre deneklerin %9,1’i Bebek patlaması kuşağı, %26’sı X kuşağı, %59’u Y kuşağı ve %5,8’i ise Z kuşağı üyesidir. Örnekleme oluşturan 703 kişiden 320’si kadın, 383’ü ise erkektir. Buna göre örneklemin %45,5’i kadın, %54,5’i de erkektir. Elde edilen bulgulara göre örnekleme oluşturan bireylerin %10,5’i ilköğretim, %6,4’ü ortaokul, %18,5’i lise, %14,8’i önlisans, %37,6’sı lisans ve %12,2’si ise lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Bu verilerden örneklemin yaklaşık üçte ikisinin üniversite mezunu olduğu anlaşılmaktadır.

### 5.1. Gündelik İlişkiler

Gündelik hayatta bireyler, sürekli tekrar edilen toplumsal ilişkilerin merkezinde yer almaktadırlar. Söz konusu ilişkilerin başında aile içi ilişkiler gelmektedir. Aile, oldukça farklı işlevleri içerisinde barındıran toplumsal bir kurumdur (Canatan ve Yıldırım, 2011, s. 236). Bir kurum olarak ailenin oluşması için genel olarak “evlilik” adı verilen kurallar topluluğuna ve yöntemler dizisine uyulur ki, bunlar, aileyle ilgili birtakım kurumsal özellikleri niteler (Özkul, 2017, s. 146). Bu bağlamda din olgusunun aile içi ilişkilerdeki rolüne ilişkin veriler analiz edilmeden önce evlenilecek kişi belirlenirken dikkat edilen özelliklerle ilgili bulgular ele alınmıştır. Alan çalışmasında “Sizce; evlenilecek kişiyi belirlerken en fazla hangi özelliğine dikkat etmek gerekir?” sorusuna yer verilmiştir. Böyle bir soru karşısında örnek grubun %24,3’ü ‘dindar/inançlı olmasına’, %54,2’si ‘dürüst/ahlaklı olmasına’, %15,9’u ‘benzer bir hayat tarzına sahip olmasına’ ve %3’ü ise ‘eğitilmiş olmasına’ cevabını vermiştir. Bu veriler kuşaklar açısından ele alındığında, anlamlı farklılaşmaların oluşmadığı görülmüştür ( $p=0,146$ )<sup>4</sup>. Bu durum, evlenilecek kişi belirlenirken dikkat edilen özellikler bakımından herhangi bir kuşağın diğerlerinden farklılaştığını ifade eden özel bir ayrışmanın olmadığını gösterir. Evlenilecek kişi belirlenirken dikkat edilen özellikler ile kuşakların karşılaştırılması neticesinde ortaya çıkan veri veya oranlardan hareketle öncelikle şunu ifade edebiliriz ki; bütün kuşaklarda ‘dürüst/ahlaklı olmasına’ özelliğini belirtenlerin oranı, diğer özellikleri belirtenlere göre yüksektir. Bununla birlikte, Z kuşağından (%58,5) Bebek patlaması kuşağına (%50) doğru söz konusu özelliği belirtenlerin oranında, yüksek olmayan bir düzeyde olsa da, bir düşüşün yaşandığını belirtmek gerekir. Benzer bir durum, yani Z kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru oran bakımından gözle görülür bir düşüş, ‘eğitilmiş olmasına’ özelliğini belirtenlerde meydana gelmiştir. Nitekim Z kuşağında olup da ‘eğitilmiş olmasına’ seçeneğini belirtenlerin oranı %9,8 iken, Bebek patlaması kuşağında bu seçeneği belirten bir kişi bile bulunmamaktadır. Öte yandan ‘dindar/inançlı olmasına’ seçeneğini belirtenlerde ise tam tersi bir durum oluşmuştur. Yani Z kuşağından (%17,1) Bebek patlaması kuşağına (%31,3) doğru gidildikçe, söz konusu özelliği belirtenlerin oranında belirgin bir yükseliş meydana gelmiştir.

Burada belirtmek gerekir ki; her kuşağın kendi sosyalleşme döneminde deneyimlediği gündelik yaşam, aynı zamanda kendi geleceğini belirlemede kullanacağı referans kaynaklarının mahiyetini de belirler. Geleneksellik kastedilen yaşam şekli genellikle durağan, yeknesak, sözel ve görgü yoluyla aktarılan bir kültürel ortamı akla getirir. Aynı zamanda böyle bir yaşam biçimi, genellikle dinin içinde oluşan ya da dinle kurulan bağları güçlü olan bu kültürün taşınması ve temsil edilmesiyle de anlaşılmaktadır. Geçmişten günümüze formel eğitim yolu ile referans bilgi kaynaklarının çeşitlenmesi, bu bilginin fonksiyonu olarak gelir düzeyinin artması, yeni öğrenme teknolojilerinin bireysel çabayla ulaşılabilecek bilgi kaynaklarının elde edilmesinde artan rolü, daha demokratik

<sup>4</sup> ( $p=0,146$ ) değeri, ki-kare anlamlılık değerini göstermektedir. Bu değer 0,05’den küçük olduğunda değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Ancak 0,05’den büyük olduğunda değişkenler arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

toplumsal ortamlar, toplumsal mobilitenin her yeni kuşağı daha üst tabakalara taşınması ve farklı yaşam tarzlarının oluşması vb. toplumsal değişimler, anılan toplumsallaşma koşullarının da kuşaklar açısından farklılaştığını gösterir. Buna göre geleneksel değerlerin etkin olduğu zaman veya dönemlerde sosyalleşen Bebek patlaması kuşağı üyelerinin, evlenilecek kişinin belirlenmesi hususunda dini değerleri daha fazla dikkate aldıkları, öte yandan eğitim düzeyini ise önemsemedikleri söylenebilir. Sosyolojik düşüncede kuşak kavramı, aynı yıllarda doğan ya da aynı yaş aralığında bulunan, benzer sosyalleşme deneyimleri yaşayan, benzer duygu ve düşüncelere sahip olan, benzer davranış ve eylemler sergileyen bireyler topluluğu anlamında kullanılmaktadır (Marshall, 2009, s. 439; Güdücü ve Balcı, 2021, s. 107). Dolayısıyla farklı zaman dilimlerinde ve farklı toplumsal koşullarda sosyalleşen ve bu nedenle sosyo-kültürel özellikler bakımından farklılaşan kuşakların, eş seçiminde, düşük bir düzeyde olsa da, farklı özelliklere dikkat ettikleri söylenebilir.

Evlenilecek kişi belirlenirken dikkat edilen özellikler dışında aile kurumuna ilişkin alan çalışmasında sorgulanan diğer bir durum ise aile içi ilişkileri etkileyen en önemli faktörün ne olduğudur. Araştırmanın bulgularına göre aile içi ilişkileri etkileyen en önemli faktör olarak örneklemin %26,5'i 'dini değerlerimiz', %43,2'si 'ahlaki değerlerimiz', %21,3'ü 'geçmişten gelen aile değerlerimiz', %6,7'si 'aile üyelerinin özgürce yaşaması' ve son olarak %2,3'ü ise 'saygı/sevgi' cevabını vermiştir. Aile içi ilişkileri etkileyen faktörler kuşaklar yönüyle incelendiğinde, anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (p=0,000). Söz konusu anlamlı ilişki, aile içi ilişkileri etkileyen faktörler bakımından kuşakların belirgin bir düzeyde birbirlerinden farklılaştıklarını göstermektedir. Öncelikle aile içi ilişkileri etkileyen en önemli faktörün 'dini değerler' olduğunu ifaden bireylerin kuşaklarına bakıldığında, Z kuşağından (%22) Bebek patlaması kuşağına (%43,8) doğru gidildikçe, oran bakımından önemli bir yükselişin yaşandığı görülmüştür. 'Geçmişten gelen aile değerlerimiz' seçeneğinde de benzer bir durumun, yani Z kuşağından (%7,3) Bebek patlaması kuşağına (%32,8) doğru oran bakımından ciddi bir yükselişin yaşandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla genç kuşaklara oranla geleneksel değerlerin baskın olduğu toplumsal koşullarda yetişen yaşlı kuşakların aile içi ilişkilerinde, başta dini değerler olmak üzere, geçmişten gelen sosyal ve kültürel değerlerin belirgin bir rolünün olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan 'ahlaki değerlerimiz' ve 'aile üyelerinin özgürce yaşaması' seçeneklerinde ise tam tersi bir durumun olduğu görülmüştür. Örneğin; 'ahlaki değerlerimiz' faktörüne ilişkin verilere kuşaklar açısından göz atıldığında, oranların şöyle olduğu tespit edilmiştir: Z kuşağının %48,8'i, Y kuşağının %47,2'si, X kuşağının %41'i ve son olarak Bebek patlaması kuşağının %20,3'ü söz konusu seçeneği belirtmiştir. Buna göre; Bebek patlaması kuşağı üyeleri açısından aile içi ilişkileri etkileyen en önemli faktörün 'dini değerler', diğer kuşakların üyeleri açısından ise 'ahlaki değerler' olduğu söylenebilir.

Gündelik hayatı etkileyen bir diğer ilişki alanı arkadaşlık ilişkileridir. Bu bağlamda "Sosyal çevrenizle arkadaşlık ilişkileri kurarken insanların en çok hangi özelliğine dikkat edersiniz?" sorusu örneklem grubunu oluşturan bireylere yöneltilmiştir. Elde edilen bulgulara göre deneklerin %50,4'ü arkadaş olmak için bireylerin en fazla 'dürüst ve ahlaklı olmasına', %31'i 'benzer bir hayat tarzına sahip olmasına', %15,9'u ise 'dindar/inançlı olmasına' dikkat etmektedir. Kuşaklar açısından veriler analiz edildiğinde, anlamlı bir ilişkinin olmadığı (p=0,447), yani çeşitli kuşak kategorilerince arkadaşlık ilişkileri için dikkat edilen özelliklerin özgün bir şekilde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte aile içi ilişkilerde olduğu gibi arkadaşlık ilişkilerinde de diğer kuşaklara oranla Bebek patlaması kuşağı üyeleri arasında 'dindar/inançlı olmasına' seçeneğini belirtenlere (%26,6) daha fazla rastlanmaktadır. Buna göre genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların arkadaşlık ilişkilerinde, nesiller boyunca aktarılan bir değer olarak dinin daha fazla önemsendiği söylenebilir. Alan çalışmasında "Sosyal çevrenizle arkadaşlık ilişkileri kurarken insanların en çok hangi özelliğine dikkat edersiniz?" sorusuna ek olarak "Sosyal çevrenizle ilişki kurarken insanların dindar olması sizin için önemli midir?" sorusuna da yer verilmiştir. Elde edilen veriler göstermektedir ki; örneklemin %57,3'ü arkadaş olacağı kişinin/kişilerin dindar olmasını önemsememekte, %42,7'si ise önemsemektedir. Bu veriler kuşaklar açısından incelendiğinde, yine belirgin bir farklılaşmanın olmadığı saptanmıştır. Ancak burada şunu tekrar ifade etmeliyiz ki; arkadaşlık ilişkileri açısından bireylerin dindar olmasını önemseyenlere en az dijital araç ve uygulamaların yaygın bir şekilde kullanıldığı modern toplumsal ortamlarda sosyalleşen Z kuşağı üyeleri arasında rastlanmaktadır.

Toplumsal ilişkiler bağlamında ele alınan bir başka gündelik ilişki alanı, komşuluk ilişkileridir. Soru formu vasıtasıyla toplanan verilere göre görüşülen bireylerin %62,6'sı komşularının benzer bir dini inanca sahip olmasını önemsememekte, %37,4'ü ise önemsemektedir. Buna göre örneklemin yaklaşık olarak üçte ikisinin, komşuluk ilişkileri hususunda bireylerin dini inançlarına genel olarak dikkat etmediği söylenebilir. Söz konusu durumun ortaya çıkmasında, bireylerin ya da ailelerin özellikle kentleşme sürecinin bir sonucu olan çok katlı apartman veya sitelerde meskûn olması, aile üyelerinin eğitim süreçlerine, çalışma hayatına katılması ve çalışma hayatına ayrılan zamanın geleneksel komşuluk ilişkilerinin sürdürülmesini zorlaştırıcı etkisi gibi nedenler rol oynamıştır. Ayrıca

bu tür apartman ya da sitelerde oturan bireylerin sayıca çok olması ve sakinlerinin sürekli olarak değişmesi gibi nedenler, apartman veya site sakinleri açısından komşu oldukları/olacakları bireylerin dini inançlarına dikkat etmeyi de güçleştirmektedir. Dini inanç bakımından benzer bireylerle komşuluk ilişkileri kurma konusuna dikkat edip etmeme durumuna ilişkin veriler kuşaklar açısından analiz edildiğinde görülmüştür ki; Z kuşağının %29,3'ü, Y kuşağının %35,4'ü ve X kuşağının %43,7'si ve Bebek patlaması kuşağının da %37,5'i komşuluk ilişkilerinde dini inancın benzer olmasına dikkat etmektedir. Görüldüğü üzere X kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru bir düşüş meydana gelmiş olmakla birlikte, genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların, komşuluk ilişkileri konusunda dini inancın benzer olmasını daha fazla önemsedikleri söylenebilir. Bununla birlikte ki-kare anlamlılık değeri dikkate alınarak, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını, dolayısıyla kuşaklara göre komşuluk ilişkileri için önemsenen özelliklerin belirgin bir şekilde farklılaşmadığını belirtmek gerekir ( $p=0,174$ ).

Bu bölümde, son olarak gündelik hayatın önemli bir parçası olan çalışma hayatında kurulan ilişkilerle ilgili verileri ele almak gerekir. Bu bağlamda örneklem grubunda yer alan işverenlere “ticari ilişkilerinizde en fazla dikkat ettiğiniz konu nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Öncelikle şunu ifade etmeliyiz ki; örnek grupta yer alan çalışanların %14,7'si işveren, %69,7'si çalışandır. Yukarıda ifade edilen soru karşısında işverenlerin %60,2'si ‘dürüst olmak’, %26,2'si ‘kar etmek/zarar etmemek’ ve %13,6'sı ‘inandığım dine uygun davranmak’ şeklinde cevap vermiştir. Bu seçeneklere kuşaklar açısından bakıldığında, anlamlı ya da ayırt edici bir farklılaşmanın ve dolayısıyla bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ( $p=0,537$ ) tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle ticari ilişkiler kurulurken, dikkate alınan bazı kriterler açısından kuşaklar arasında kayda değer bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür. Bütün seçeneklerde kuşakların oransal olarak farklılaşmakla birlikte benzer eğilimler gösterdikleri saptanmıştır.

## 5.2. Toplumsal Ortamlar

Toplumsal hayat, insanı insan yapan ilişkilerin toplamıdır. Bir başka ifadeyle gündelik hayat, toplumsal olan her şeyi harekete geçiren ilişkiler bütünü olarak ifade edilmektedir (Esgin, 2018, s. 19). Öte yandan söz konusu ilişkileri ve dolayısıyla bireylerin gündelik hayatını şekillendiren potansiyel bir güç olarak dine veya dini değerlere ilişkin birçok ifade veya yaklaşım bulunmaktadır (Arslan, 2016, s. 311). Gerçekten de din veya dini değerler, günlük hayatta girip çıkılan sosyal ortamların ve ilişkilerin belirlenmesinden gündelik işlerin planlanmasına kadar birçok konuda etkileyici veya belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda derinlemesine görüşme yapılan katılımcılara; “günlük hayatınızda girip çıktığınız sosyal ortamların dini değerlerinize uygun olup olmaması önemli midir?, “bu ortamların dini değerlerinize uygun olup olmadığını anlamak için nelere dikkat edersiniz?” soruları yöneltilmiştir. Katılımcıların bu konuyla ilgili ifadelerinden hareketle denilebilir ki; günlük hayatta girip çıkılan sosyal ortamların belirlenmesinde dini inancın belirgin bir rolü bulunmaktadır. Özellikle ailesiyle birlikte vakit geçiren bireylerin bu konuya daha fazla dikkat ettikleri gözlenmiştir. Girip çıkılan ortamların dinen uygun olup olmadığını anlamak için genel olarak alkol tüketilip tüketilmediğine veya alkol satılıp satılmadığına ve kumar oynatılıp oynatılmadığına dikkat edilmektedir. Dolayısıyla dinen haram sayılan veya yasaklanan herhangi ürün veya faaliyetin olduğu ortamlardan uzak durulmaktadır. Ancak bu hassasiyetin iş yaşamında gözetilmediği gözlenmiştir. Zira işi gereği söz konusu ortamlara girdiğini ifade eden çalışanlar bulunmaktadır. Öte yandan duruma farklı bir şekilde yaklaşan bireylere de rastlanılmıştır. Örneğin; tarikat, cemaat gibi örgütlü dini gruplara bağlılığı olan bireyler, kendi aidiyet duygularına benzer olan sosyal ortamların dışına çıkmamaya özen gösterirken, bu tür örgütlü dini teşekküllere bağlılığı olanların dini istismar ettiklerini düşünen bireyler de bu kişilerin toplumsal alanlarına girmemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Günlük hayatta girip çıkılan sosyal ortamların belirlenmesi konusunu kuşaklar açısından değerlendirmek gerekirse; söz konusu durumla ilgili kuşaklar arasında belirgin bir farklılaşmadan söz edilemez. Zira araştırma kapsamında yer alan her bir kuşak içinde, girip çıkılan toplumsal ortamların belirlenmesinde dini değerleri önemseydiğini ifade eden bireyler bulunmakla birlikte, dini ya da dini değerleri önemsemediğini belirten bireyler de bulunmaktadır. Ayrıca girip çıkılan sosyal ortamların dini değerlere uygun olup olmadığını anlamak için dikkat edilen faktörler bakımından da kuşaklar arasında bir farklılaşmanın olmadığı gözlenmiştir.

Gündelik hayatın önemli bir parçası olan sosyal ortamlarla ilgili ele alınan bir diğer husus, bireylerin girip çıktıkları ortamların özelliklerine göre herhangi bir dini davranış sergileyip sergilemedikleridir. Bireyler, çeşitli sosyal ilişkilerin kurulmasını ve bu ilişkilerden sağlanan karşılıklı hoşnutluğun ya da rıza duygusunun belli edilmesini amaçlayacak şekilde sembolik dini deyişler kullanmakta veya davranışlar sergilemektedirler. Bu bağlamda alan çalışmasında görüşülen bireylere; “Günlük hayatınızda genellikle dini inancınızı belli edecek davranışlar oluşturmaya özen gösterir misiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya örnek grubun %38,4'ü “evet”, %61,6'sı ise

“hayır” cevabını vermiştir. Buna göre görüşülen bireylerin üçte birinden fazlası, günlük hayatında dini inancını belli edecek davranışlar oluşturmaya özen göstermektedir. Dini inancı belli edecek davranışların oluşturulma durumu, kuşaklar yönüyle analiz edildiğinde anlamlı farklılaşmaların ( $p=0,016$ ) olduğu saptanmıştır. Diğer bir deyişle, gündelik hayatta dini inancı belli edecek davranışların oluşturulması hususunda, kuşakların farklı yaklaşımları benimsedikleri ve dolayısıyla bu hususta farklı bir tutum sergiledikleri tespit edilmiştir. Söz konusu duruma ilişkin verilere göre Z kuşağının %36,6’sı, Y kuşağının %42,2’si, X kuşağının %38,8’i ve son olarak Bebek patlaması kuşağının da %20,3’ü gündelik hayatında dini inancını belli edecek davranışlar sergilemeye özen göstermektedir. Dolayısıyla diğer kuşaklara oranla Bebek patlaması kuşağı üyelerinin gündelik hayatlarında dini inancı belli edecek davranışları gerçekleştirme konusuna daha az özen gösterdikleri söylenebilir. Öte yandan dini inancı belli edecek davranışların, daha çok hangi ortam veya durumlarda gerçekleştirildiği de alan çalışmasında ele alınmıştır. Elde edilen verilere göre günlük hayatlarında dini davranış sergileyen bireylerin %33,7’si ‘alışveriş yaparken’, %31,1’i ‘karşımdaki insanın inançlı birisi olduğunu anlarsam’, %17’si ‘tanıdığım birisinden yardım isterken’ ve %8,5’i ise ‘tanımadığım birisinden yardım isterken’ seçeneğini belirtmiştir. Bu verilere göre dini inancını belli edecek davranışlar oluşturmaya özen gösteren bireylerin, söz konusu davranışları oluşturduğu durumlar değişiklik göstermektedir. Örnek grubun yaklaşık olarak üçte birinin, alışveriş yaparken dini inancı belli edecek davranışlar oluşturmaya özen göstermesi özellikle dikkat çekmektedir. Bir başka dikkat çeken durum, yine yaklaşık olarak üçte birinin, muhatap oldukları kişilerin inançlı olduklarını anlamaları durumunda söz konusu davranışları sergiliyor olmalarıdır. Bütün bunlara ek olarak, derinlemesine görüşme yapılan katılımcılar ise dini inancı belli edecek davranışları daha çok aile/akraba ve arkadaş ortamlarında sergilediklerini ifade etmişlerdir. Öte yandan işyerlerinde veya çalışma ortamlarında bu tür davranışlardan kaçınıldığı, yine yüz yüze görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden anlaşılmıştır. Dolayısıyla içinde bulunan ortam veya muhatap olunan kişinin/kişilerin farklılaşması, dini davranışların oluşturulup oluşturulmayacağı hususunu etkilediği söylenebilir. Dini inancı belli edecek davranışların gerçekleştirildiği ortam veya durumlara ilişkin veriler ile kuşaklar birlikte incelendiğinde, anlamlı bir ilişkinin olmadığı ( $p=0,140$ ), yani bu konuda kuşakların benzer düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte kuşaklara göre ‘alışveriş yaparken’ ve ‘karşımdaki insanın inançlı birisi olduğunu anlarsam’ seçeneklerine bakıldığında, söz konusu seçeneği belirtenler arasında Z ve Bebek patlaması kuşaklarına oranla Y ve X kuşağı üyelerinin daha yoğunlukta olduğu görülmüştür. Dolayısıyla orta yaş grubunda yer alan kuşakların, genç ve yaşlı kuşaklara göre girip çıkılan ortam ve muhatap olunan kişileri dikkate alarak dini inancı belli edecek davranışları sergileme eğilimlerinin daha fazla olduğu söylenebilir.

Günlük hayatlarında dini inançlarını belli edecek davranışlar oluşturmaya özen gösteren bireylere sorulan bir diğer soru; ‘bu tür davranışları göstermenizin en önemli sebebi nedir?’ sorusudur. Böyle bir soru karşısında %39,6’sı ‘terbiyem böyle davranmamı gerektirdiği için’, %33’ü ‘dindar bir insan olduğum için’ ve %23,3’ü ‘yaşadığım sosyal çevre böyle davranmamı gerektirdiği için’ şeklinde cevap vermiştir. Dini davranış oluşturmaya özen gösteren bireylerin kuşakları ile söz konusu davranışların oluşturulma nedenleri birlikte analiz edildiğinde, anlamlı bir ilişkinin olmadığı ( $p=0,209$ ) görülmüştür. Bununla birlikte her bir kuşak kendi içinde değerlendirildiğinde, Z kuşağı üyelerinin yaklaşık olarak üçte birinin (%33,3), yaşadığı sosyal çevreye uyum sağlamak için dini inancını belli edecek davranışlar sergilemeye özen gösterdiğini belirtmiş olması dikkat çekmiştir. Bir başka dikkat çeken durum ise diğer kuşaklara oranla Bebek patlaması kuşağı üyelerinin yaklaşık olarak yarısının (%46,2), aile terbiyesi dolayısıyla dini inancını belli edecek davranışlar sergilemeye özen gösteriyor olmasıdır. Dindar bir kişi olduğu için bu tür davranışları sergilediğini ifade eden bireyler arasında ise oran bakımından en fazla X kuşağı üyelerine rastlanmaktadır. Dolayısıyla ki-kare anlamlılık değeri dikkate alındığında, kuşaklar açısından ciddi bir farklılaşmanın meydana gelmediğini ifade etmek mümkündür. Öte yandan bütün seçenekler için aynı ifadeyi kullanmak mümkün olmasa da, kuşaklar arasında dini inancı belli edecek davranışların oluşturulma nedenleri bakımından bir farklılıktan söz edilebilir.

### 5.3. Serbest Zaman Etkinlikleri ve Alışveriş Alışkanlıkları

Serbest zaman etkinlikleri, çalışma hayatıyla ilgili görevler veya mesleki sorumluluklar yerine getirildikten sonra gerçekleştirilen faaliyetlerin birçoğunu kapsamaktadır. Serbest zaman etkinliklerinin belirlenmesinde gelir durumu, eğitim düzeyi vb. niteliklerin yanında, bireylerin dini değerleri dikkate alıp almamasının da etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın alan çalışmasında “Serbest zamanlarınızda yaptığınız faaliyetlerin dini inançlarınıza uygun olmasına dikkat eder misiniz?” sorusuna yer verilmiştir. Elde edilen verilere göre görüşülen bireylerin %56,6’sı gerçekleştirdikleri etkinliklerin dini inançlarına uygun olmasına dikkat etmektedir. Bir başka ifadeyle örnek grubun yarısından fazlası, serbest zaman etkinlikleri için dini değerlerini bir referans olarak dikkate almaktadır. Kuşaklar ile serbest zaman etkinlikleri için dini inancı dikkate alma durumu



karşılaştırıldığında, anlamlı bir ilişkinin olduğu ( $p=0,001$ ) tespit edilmiştir. Bu bağlamda kuşakların, serbest zaman etkinliklerini belirleme ve gerçekleştirme sürecinde dini değerleri dikkate alıp almama konusunda ayırt edici bir düzeyde farklılaştıkları söylenebilir. Elde edilen bulgulara göre Z kuşağının %43,9'u, Y kuşağının %55,2'si, X kuşağının %67,2'si ve son olarak Bebek patlaması kuşağının ise %43,8'i serbest zaman etkinliklerinde dini değerleri dikkate almaktadır. Bu oranlardan anlaşılacağı üzere orta yaş grubunda yer alan Y ve X kuşak üyeleri, genç ve yaşlı kuşaklara göre serbest zaman etkinliklerini belirlerken dini değerleri daha fazla önemsemektedirler.

Serbest zaman etkinlikleri bağlamında ele alınan bir diğer konu, gündelik işlerin planlanmasında namaz vakitlerinin dikkate alınıp alınmamasıdır. Elde edilen bulgulara göre örnek grubun %46,2'si gündelik işlerini planlarken namaz vakitlerini dikkate almakta, %53,8'i ise dikkate almamaktadır. Buna göre görüşülen bireylerin yaklaşık olarak yarısının, gündelik işlerin planlaması hususunda İslam dini açısından oldukça önemli olan namaz ibadetinin vakitlerini bir referans olarak kabul ettiği veya bu konuda hassasiyet gösterdiği söylenebilir. Gündelik işlerin planlanmasında namaz vakitlerinin dikkate alınıp alınmaması ile kuşaklar birlikte incelendiğinde, Z kuşağından (%36,6) Bebek patlaması kuşağına (%65,6) doğru gündelik işlerini planlarken namaz vakitlerini dikkat alanların oranında ciddi bir artışın yaşandığı saptanmıştır. Bu durum, genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların, gündelik işleri planlarken veya gündelik hayatı organize ederken namaz vakitlerini daha fazla önemsedikleri veya ön planda tuttukları şeklinde yorumlanabilir ( $p=0,001$ ).

Serbest zamanlarda gerçekleştirilen davranış ya da eylemler kapsamında değerlendirilecek bir diğer husus, alışveriş alışkanlıkları ve bu süreçte kurulan ilişkilerdir. Öncelikle şunu ifade etmeliyiz ki; elde edilen verilere göre örneklemin %18,5'i alışveriş merkezlerinden, %22'si çarşıdan, %33,6'sı semt pazarından, %8,8'i bakkal/manavdan ve %17,1'i ise internet üzerinden alışveriş yapmaktadır. Alışveriş alışkanlıkları ya da süreciyle ilgili sorgulanan bir diğer durum, alışveriş yapılan yerlerin tercih edilme nedenleriyle ilgilidir. Bu neden/nedenlere ilişkin bulgulara göre örneklemin %46,9'u 'her türlü ürünün olması', %39,8'i 'bütçeme uygun olması', %6,5'i 'sahibinin/çalışanlarının tanıdık olması', %2,6'sı 'dini değerlerime uygun ürünlerin olması' ve %1,4'ü ise 'sahibinin/çalışanlarının dini bütün insanlar olması' seçeneğini belirtmiştir. Bu seçenekler kuşaklara göre analiz edildiğinde ki-kare anlamlılık değeri  $p=0,050$  çıkmıştır. Dolayısıyla alışveriş yapılan yerin tercih edilme nedenlerinin, çeşitli kuşaklar açısından dikkat çeker bir oranda farklılaşmadığı söylenebilir. Öte yandan alışveriş yapılacak kişinin ya da yerin belirlenmesinde dini inancın rolünü daha iyi analiz edebilmek ve anlayabilmek için "Alışveriş yapacağınız kişinin dindar olup olmamasına dikkat eder misiniz?" sorusuna da alan çalışmasında yer verilmiştir. Alan çalışmasının bulgularına göre örnek grubun %27,2'si alışveriş yapacağı kişinin/kişilerin dindar olmasına dikkat etmekte, %72,8'i ise dikkat etmemektedir. Bu veriler kuşaklar açısından incelendiğinde, Z kuşağının %31,7'sinin, Y kuşağının %23,9'unun, X kuşağının 1'inin ve Bebek patlaması kuşağının %28,1'inin alışveriş yaptığı/yapacağı kişinin dindar olmasına dikkat ettiği saptanmıştır. Görüldüğü gibi dalgalı bir dağılım meydana gelmiştir. Dolayısıyla kuşaklar arasında belirgin bir farklılaşmadan söz edilemez. Nitekim ki-kare anlamlılık değeri de göstermektedir ki; bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (0,099).

Dindar kişilerle alışveriş yapma konusuna dikkat eden bireylerin nedenleri ele alındığında, örneklemin yaklaşık olarak yarısının (%48,2) 'paramın dindar birisine gitmesini istiyorum', %26,7'sinin 'dindar kişilere daha fazla güvenirim' ve %18,3'ünün de 'dindar olmayan kişilerle alışveriş yapmak uygun değildir' şeklinde cevap verdiği tespit edilmiştir. Kuşaklar yönüyle bu veriler değerlendirildiğinde; kuşakların, dindar bireylerle alışveriş yapmaya özen gösterme konusunda farklı bir yaklaşım içinde olmadıkları ya da kendilerine has bir tutum benimsemedikleri ( $p=0,074$ ) görülmüştür. Bununla birlikte Y, X ve Bebek patlaması kuşağı üyeleri arasında 'dindar kişilere daha fazla güvenirim' seçeneğini ifade edenlerin oranının %20'nin üzerinde, öte yandan Z kuşağında ise bu oranın %7,7 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Z kuşağına oranla diğer kuşakların üyeleri açısından her hangi bir bireyin inancı ya da dindar olması, o bireye olan güven düzeyini etkilediği söylenebilir. Bu durum, Z kuşağına oranla diğer kuşaklar açısından dinin ya da dini değerlerin, sosyal sermaye olma potansiyelinin daha yüksek olduğu şeklinde de yorumlanabilir.

Alışveriş sürecine ilişkin değerlendirilmesi gereken bir diğer konu, alışveriş yaptığı/yapacağı kişinin dindar olup olmadığına dikkat eden bireylere "alışveriş yapacağınız kişinin dindar olup olmadığını nasıl anlarsınız?" sorusuyla ilgilidir. Bu soru karşısında söz konusu bireylerin %67'si 'selamına/davranışlarına verdiği karşılıktan anlarım', %14,7'si 'karşılama biçimine bakarım' ve %13,1'i ise 'kılık/kıyafetine bakarım' şeklinde cevap vermiştir. Özellikle selam vermeyle ilgili söz ve davranışlar karşısında verilen tepkinin önemli olduğu elde edilen verilerden anlaşılmaktadır. Buna göre gerek selam verme ifadesinin gerekse selamı alma şeklinin dini bir sembol niteliği taşıdığını ifade etmek mümkündür. Aynı şekilde kılık kıyafetin ve karşılama biçiminin de böyle bir niteliğe sahip

olduğunu dile getirmek gerekir. Alışveriş yapılacak kişinin/kişilerin dindar olup olmadığını anlama şekline ilişkin veriler bireylerin temsil ettiği kuşaklar açısından değerlendirildiğinde; dikkat edilen sembol ya da göstergelerin, kuşaklara göre belirgin ya da anlamlı düzeyde farklılaştığı ( $p=0,017$ ) tespit edilmiştir. Öncelikle ‘kılık/kıyafetine bakırım’ seçeneğini belirtenler ele alındığında, en fazla yoğunluğun Y kuşağında (%18,2), en az yoğunluğun ise X kuşağında (%3,3) olduğu görülmüştür. Dolayısıyla X kuşağı üyelerinin oldukça önemli bir kısmına göre her hangi bir kişinin dindar olup olmadığı kılık/kılık kıyafetinden anlaşılamaz. ‘Selamıma/davranışlarıma verdiği karşılıktan anlarım’ seçeneğini belirtenler incelendiğinde; Bebek patlaması kuşağından Z kuşağına doğru söz konusu seçeneği belirtenlerin oranının düştüğü saptanmıştır. Örneğin; Bebek patlaması kuşağında olup da ‘selamıma/davranışlarıma verdiği karşılıktan anlarım’ seçeneğini belirtenlerin oranı %77,8’iken, Z kuşağında bu oran %46,2’dir. Buna göre yaş ortalaması büyüdükçe, alışveriş yapacağı kişinin/kişilerin dindar olup olmadığını selamlaşma sürecindeki tavrından anlayanların oranının yükseldiğini söylemek mümkündür. Son olarak karşılama biçimine bakarak alışveriş yapacağı kişinin dindar olup olmadığını anladığını ifade edenler içinde, en fazla yoğunluğun %38,5’lik oranıyla Z kuşağında olduğu elde edilen verilerden anlaşılmıştır.

Alan verileri toplanırken alışveriş süreciyle ilgili sorulan bir diğer soru; “İlk defa alışveriş yaptığınız birisine inancılı biri olup olmadığını belli eder misiniz?” sorusudur. Böyle bir soru karşısında örneklemin %20,8’i ‘evet’, %79,2’si ise ‘hayır’ cevabını vermiştir. Bu verilere göre görüşülen bireylerin beşte biri, ilk defa alışveriş yaptığı kişiye/kişilere çeşitli ifade veya davranış biçimlerini kullanmak suretiyle inancılı birisi olduğunu belli etmektedir. Söz konusu durum, kuşaklara göre değerlendirildiğinde, kuşakların bu hususta farklı görüşlere sahip oldukları ve dolayısıyla değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin ( $p=0,013$ ) olduğu görülmüştür. İnançlı birisi olduğunu belli edenlere bakıldığında, en fazla yoğunluğun Z kuşağında (%29,3), en az yoğunluğun da Bebek patlaması kuşağında (%6,3) olduğu görülmüştür. Dolayısıyla Z kuşağı üyelerinin, alışveriş yaparken dini inancı belli edecek davranışları gerçekleştirmeye veya ifadeleri kullanmaya daha eğilimli oldukları söylenebilir. Öte yandan ilk defa alışveriş yapacağı kişiye/kişilere inancılı birisi olduğunu belli edeceğini belirten bireylere “bunu daha çok nasıl yaparsınız?” sorusu da yöneltilmiştir. Elde edilen verilere göre inancılı birisi olduğunu belli edenlerin %58,2’si ‘davranışlarımla’, %18,5’i ‘dini konular açarak’ ve %16,4’ü ise ‘giyim şeklimle’ şeklinde cevap vermiştir. Diğer seçeneğini belirtenlerin oranı ise %6,8’dir. Bu seçeneği belirtenler içinde “selamünaleyküm” ifadesiyle selam vererek ‘inancılı birisi olduğumu belli ederim’ şeklinde açıklama yapanlar bulunmaktadır. İlk defa alışveriş yapılan birisine inancılı olup olmadığını belli edilme biçimi ile kuşaklar karşılaştırılmış ve kuşaklara göre ayırt edici ya da özgün bir biçimin olmadığı ( $p=0,596$ ) tespit edilmiştir.

#### 5.4. Selam Vermek İçin Kullanılan İfadeler

Buraya kadar gündelik hayatta kullanılan veya bir şekilde sergilenen ve dini bir sembol olma niteliği taşıyan çeşitli söz ve davranışlara ilişkin veriler ele alınmış olmakla birlikte, aşağıda, genellikle ilişkinin başlangıcında ya da başlatılmasında önemli bir rolü olduğunu düşünülen selamlaşma ifadelerinin tercih edilme biçimleriyle ilgili bulgular değerlendirilecektir. Zira araştırmanın alan verileri toplanırken görüşme yapılan bireylerin ‘selamünaleyküm’ gibi dini ifade veya sembollere ayrı bir önem attıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın bu bölümünde bireylerin işyerlerine/çalışma ortamlarına, alışveriş yaptıkları mekânlara, devlet dairelerine ve tanıdık kişilerin bulunduğu ortamlara girerken kullandıkları ifadelerle ilişkin veriler analiz edilecektir.

Gündelik konuşma dilinde selamlaşma için kullanılan bazı kalıp ifadeler bulunmaktadır. Ancak bu ifadeler, toplumların veya toplumsal grupların değer yargılarına, gelenek ve göreneklerine göre değişmektedir. Bireyler, çalışma hayatında veya serbest zamanlarında, selamlaşmak için kullanılan ifadelerden kendilerince uygun gördükleri ve karşısındaki kişi ya da kişilerin de uygun göreceğini varsaydıkları birini veya birkaçını, iletişim zamanını, mekânını ve ortamını da dikkate alarak kullanmaktadırlar. Burada ifade edilen etkenler dışında selam verenin ve muhatabın yaşı ve mesleki durumu ya da konumu gibi birtakım özellikler de selamlaşma için kullanılan ifadelerin hangisinin tercih edileceğini etkileyebilmektedir (Öztürk Kalkan, 2012, s. 5-6).

Bu bağlamda öncelikle “tanıdığımız kişilerin bulunduğu ortama girerken hangi ifadeleri kullanırsınız?” sorusuna ilişkin veriler ele alınacaktır. Bu soru karşısında görüşülen bireylerin %47,9’u ‘selamünaleyküm’, %36,5’i ‘merhaba/iyi günler’ ve %15,4’ü ‘hayırlı günler/sabahlar’ şeklinde cevap vermiştir. Selamlaşma biçimiyle ilgili sorulan bir diğer soru, “devlet dairelerine girerken daha çok hangi ifadeleri kullanırsınız?” sorusudur. Elde edilen verilere göre örneklem grubunun %62,3’ü devlet dairelerine girerken ‘merhaba/iyi günler’, %21,1’i ‘selamünaleyküm’ ve %16,6’sı ise ‘hayırlı günler/sabahlar’ ifadesini kullanmaktadır. Görüldüğü üzere bu oranlar, tanıdık kişilerin bulunduğu ortamlara girerken kullanılan ifadelerin oranlarından oldukça farklıdır. Örneğin; devlet

dairelerine girerken ‘merhaba/iyi günler’ ifadesini kullananların oranı %62,3 iken, tanıdık insanların bulunduğu ortamlarda bu oran %36,5’tir. Dolayısıyla devlet dairelerine girerken ‘merhaba/iyi günler’ ifadesini kullananların oranı daha yüksektir. Ancak ‘selamünaleyküm’ ifadesinde ise tam tersi bir durum ortaya çıkmıştır. Zira devlet dairelerinde söz konusu ifadeyi kullananların oranı %21,1 iken, tanıdık insanların bulunduğu ortamlarda bu oran %47,9’dur. Gündelik hayatta kullanılan ifadelerin değerlendirildiği çalışmalarda selam vermek için kullanılan ‘selamünaleyküm’ ifadesinin dini bir sembol olduğu belirtilmektedir (Bilgin, 2013, s. 121). Bu ifade veya sembolün, tanıdık insanların olduğu ortamlarda daha fazla tercih edilmesi dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bireylerin, içinde buldukları ortam veya mekânı ya da o ortamda bulunan kişileri dikkate alarak, selamlaşmak için kullanılan ifadeler arasından tercih yaptıkları söylenebilir. Bir başka ifadeyle bu durum, bireylerin içinde buldukları ortama ya da muhatap oldukları kişilere göre selamlaşmak için tercih ettikleri ifadelerin farklılaştığı şeklinde yorumlanabilir.

Öte yandan resmi ilişkilerin olduğu devlet dairelerine ve tanıdık kişilerin buldukları ortamlara girerken kullanılan ifadeler ile kuşaklar ayrı ayrı karşılaştırılmıştır. Öncelikle tanıdık kişilerin olduğu ortamlara girerken kullanılan ifadeler kuşaklar yönüyle incelendiğinde, selam verme biçiminin kuşaklara göre değiştiği ya da farklılaştığı ( $p=0,000$ ) tespit edilmiştir. Özellikle ‘merhaba/iyi günler’ ve ‘selamünaleyküm’ ifadeleri bakımından kuşaklar arasında belirgin bir farklılaşmanın olduğu görülmüştür. Zira Z kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru gidildikçe, tanıdık kişilerin bulunduğu ortamlara girerken ‘merhaba/iyi günler’ ifadesini kullananların oranında sistematik bir düşüşün yaşandığı gözlenmiştir. Örneğin; Z kuşağında olup da söz konusu ifadeyi kullananların oranı %58,5 iken, Bebek patlaması kuşağında bu oran %12,5’tir. ‘Selamünaleyküm’ ifadesini kullananlarda ise tam tersi bir durum, yani Z kuşağından (%26,8) Bebek patlaması kuşağına (%75) doğru tanıdık kişilerin bulunduğu ortamlara girerken ‘selamünaleyküm’ ifadesini kullananların oranında, sistematik bir artışın yaşandığı saptanmıştır. Devlet dairelerine girerken kullanılan ifadeler ile görüşülen bireylerin kuşakları karşılaştırıldığında da, selamlaşma ifadeleri bakımından kuşaklar arasında yine anlamlı farklılıkların ( $p=0,000$ ) olduğu tespit edilmiştir. Tanıdık insanların bulunduğu ortamlara girerken kullanılan ‘merhaba/iyi günler’ ve ‘selamünaleyküm’ ifadeleriyle ilgili dile getirilen yorumlar, burada da tekrar ifade edilebilir. Zira devlet dairelerine girerken kullanılan ifadeler kuşaklar açısından bakıldığında, Z kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru merhaba/iyi günler ifadesini kullananlarda oran bakımından bir düşüş, öte yandan ‘selamünaleyküm’ ifadesini kullananlarda da oran bakımından bir artış tespit edilmiştir.

Selamlaşma ifadelerine ilişkin ele alınması gereken diğer bir konu, çalışma hayatında kullanılan ifadelerle ilgilidir. Elde edilen bulgulara göre çalışan bireylerin %45,4’ü işyerine/çalışma ortamına girerken ‘selamünaleyküm’, %41’i ‘merhaba/iyi Günler’, %8,4’ü ‘hayırlı işler/kolay gelsin’ ve %5,2’si ise ‘hayırlı günler’ ifadesiyle çalışma arkadaşlarına selam vermektedir. Öte yandan alan çalışmasında, çalışan bireylerin işyerlerine girerken amirlerine/işverenlerine nasıl selam verdikleri de sorgulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre çalışanların %58,8’i ‘merhaba/iyi günler’, %26,7’si ‘selamünaleyküm’, %7,3’ü ‘hayırlı işler/kolay gelsin’ ve %7,1’i ise ‘hayırlı günler’ ifadesini kullanarak amirine/işverenine selam vermektedir. Görüldüğü gibi selamlaşma biçimlerinden ‘selamünaleyküm’ ile ‘merhaba/iyi günler’ ifadeleri, beklenildiği gibi en fazla kullanılan ifadelerdir. Ancak çalışma arkadaşlarına selam vermek için daha çok ‘selamünaleyküm’ ifadesi kullanılırken, işverene/amire selam vermek için daha çok ‘merhaba/iyi günler’ kalıbı tercih edilmektedir. Dolayısıyla muhatap olunan kişinin işyerindeki/çalışma ortamındaki konumuna göre selam vermek için kullanılan ifadeler farklılaşmaktadır. Bu duruma ek olarak, çalışma arkadaşlarına selam vermek için kullanılan ifadeler ile görüşülen bireylerin kuşakları arasında anlamlı bir ilişkinin ( $p=0,000$ ) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre kuşakların, çalışma arkadaşlarına selam vermek için kullanılan ifadeler açısından oldukça yüksek bir oranda birbirlerinden farklılaştıklarını belirtmek gerekir. Tanıdık kişilerin bulunduğu ortamlara girerken kullanılan ifadelerde olduğu gibi çalışma ortamında bulunan arkadaşlara selam vermek için tercih edilen selamlaşma biçimlerinde de Z kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru merhaba/iyi günler ifadesini kullananlarda oran bakımından bir düşüş, öte yandan ‘selamünaleyküm’ ifadesini kullananlarda da oran bakımından bir artışın olduğu görülmüştür. Dolayısıyla çalışma ortamına/işyerine girerken arkadaşlara selam vermek için kullanılan ifadeler, kuşaklara göre belli oranlarda farklılaşmaktadır. Öte yandan işverene/amire selam vermek için kullanılan ifadeler, çalışanların kuşakları açısından ele alındığında, belirgin bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür ki; ki-kare anlamlılık değeri de ( $p=0,081$ ) bu ifadeyi doğrulamaktadır.

Çalışan bireylerin işyerlerine/çalışma ortamlarına girerken kullandıkları ifadeleri tercih etme nedenleri de araştırmanın alan çalışmasında tespit edilmeye çalışılmıştır. Zira selamlaşmak için kullanılan ifadeler, daha öncede ifade edildiği gibi, toplumun kültürel değerlerine, bireylerin içinde buldukları ortam ya da mekâna ve dini

inançlarına göre değişmektedir. Bu bağlamda işyerine girerken kullanılan ifade biçimlerine ilişkin sorulan soruların ardından çalışanlara; “Bu şekilde selam vermenizdeki etkili olan en önemli sebep nedir? sorusu yöneltilmiştir. Bu soru karşısında çalışanların %27’si ‘dini inancım’, %12,5’i ‘çalıştığım işyeri ortamı’, %19,4’ü ‘aile terbiyem’ ve %41,1’i ise ‘alışkanlık’ şeklinde cevap vermiştir. Görüldüğü üzere çalışanların üçte birinden fazlası, selamlaşmak için kullandığı ifadeleri alışkanlığa bağlamıştır. ‘Alışkanlık’, bir şeye veya duruma yıllar içinde alışmış olmayı anlatan bir kavramdır (Türk Dil Kurumu, 2022). Ayrıca bu cevap ‘ilişki kurma stratejilerinden biri olarak’ bireylerin sosyalleştiğini de düşündürmektedir. Bu anlamıyla ‘alışkanlık’ cevabının, dini sembollerin ‘sosyal sermaye’ potansiyeli olduğunu da gösteren en önemli seçenek olarak öne çıktığı söylenebilir. Bu bakımdan selamlaşmak için tercih edilen ifade biçimleri üzerinde bireylerin yıllardır içinde yaşadıkları toplumun gelenek ve göreneklerinin, kültürel ve dini değerlerinin, içine doğdukları sosyal çevrenin, yaşamak ve çalışmakta oldukları toplumsal ortamların belirgin bir rolünün olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla selamlaşmak için kullanılan ifadelerin tercih nedenini ‘alışkanlık’ olarak açıklayanların, yukarıda ifade edilen faktörlerin etkisiyle söz konusu ifadelere aşina oldukları, geçmişten günümüze sürekli bir şekilde tekrar ettikleri ve böylece alışkanlık kazandıkları söylenebilir. Ancak selamlaşmak için tercih edilen ifadeleri, yukarıda ifade edilen etkenler dışında, sadece o an içinde buldukları ortamın etkisiyle kullanan bireylerin olduğunu/olabileceğini de unutmamak gerekir. Öte yandan işyerine/çalışma ortamına girerken kullanılan ifadelerin tercih edilme nedenlerine çalışanların kuşaklarına göre bakıldığında, belirgin farklılaşmaların olduğu görülmüştür. Nitekim ki-kare anlamlılık değeri de göstermektedir ki; bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki ( $p=0,010$ ) bulunmaktadır. Söz konusu iki değişkenin karşılaştırılması sonucu elde edilen veriler dikkatle incelendiğinde görülmüştür ki; tercih nedeni olarak belirtilen ‘dini inancım’ seçeneği dışında diğer seçeneklerde, yani ‘çalıştığım işyeri ortamı’, ‘aile terbiyem’ %41,1’i ‘alışkanlık’ seçeneklerinde Z kuşağından Bebek patlaması kuşağına doğru, dalgalı bir dağılım olmakla birlikte, oran bakımından genel bir düşüş yaşanmıştır. Dini inancım seçeneğinde ise Z kuşağından (%5,9) Bebek patlaması kuşağına (%34,6) doğru, yine dalgalı bir dağılım olmakla birlikte, oran bakımından genel bir yükselişin olduğu saptanmıştır. Bu verilere göre; diğer kuşaklara oranla Z kuşağı üyelerinin, selam vermek için kullanılan ifadeler bakımından dini inancı daha az ön planda tuttıkları söylenebilir. Dolayısıyla selamlaşma ifadelerinin tercih edilme nedenlerinde de genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların, dini değerleri daha fazla önemsedikleri söylenebilir.

Çalışmanın alan verileri toplanırken, alışveriş yapılan mekâna girerken kullanılan ifadeler de sorgulanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın örneklem grubuna öncelikle “alışveriş yapacağınız yere göre selam verme biçiminiz değişir mi?” sorusu sorulmuştur. Böyle bir soru karşısında örneklemin %44,1’i ‘evet’, %55,9’u ise ‘hayır’ cevabını vermiştir. Dolayısıyla görüşülen bireylerin önemli bir kısmı, girip çıkılan ortamın özelliklerine veya beklentilerine göre selam vermek için kullandıkları ifadeleri farklılaştırmaktadır. Bu durum, kuşaklara göre analiz edildiğinde ki-kare anlamlılık değeri  $p=0,277$  çıkmıştır. Dolayısıyla söz konusu durum açısından kuşakların, büyük oranda benzerlik gösterdikleri ya da bu hususta farklı görüşlere sahip olmadıkları söylenebilir. Bununla birlikte Bebek patlaması, X ve Y kuşağı üyelerinin yarısından fazlası (ortalama %57,9), alışveriş yapılan yere göre selam vermek için kullandıkları ifadelerin farklılaşmadığını ifade etmişken, Z kuşağının yarısından fazlası (%56,1) farklılaştığını dile getirmiştir. Buna göre; diğer kuşaklara oranla Z kuşağı üyelerinin, alışveriş yaptıkları mekânları veya bu mekânların beklentilerini dikkate alarak selamlaşma biçimlerini belirleme eğilimlerinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Alışveriş yapılan yere göre selam verme biçiminin değiştiğini ifade eden bireylere bu değişimin en önemli sebebi de sorulmuştur. Elde edilen verilere göre selam verme biçiminin değiştiğini ifade eden bireylerin %47,7’si ‘her işyerine aynı selamı vermek yakışık almıyor’, %25,8’i ‘işyeri çalışanları daha samimi karşılıyor’ ve %14,5’i ise ‘böyle selam vermek benim için daha faydalı oluyor’ ifadeleriyle cevap vermiştir. ‘Her işyerine aynı selamı vermek yakışık almıyor’ ifadesini kullananların, alışveriş yapılan ortamı veya kişinin özelliklerini dikkate alarak tercih yaptıkları/yapacakları söylenebilir. Öte yandan selam verme biçiminin değişme nedenini, ‘işyeri çalışanları daha samimi karşılıyor’ ve ‘böyle selam vermek benim için daha faydalı oluyor’ ifadelerini kullanarak açıklayanların farklı amaçlarının olduğunu/olabileceğini belirtmek gerekir. Örneğin yüz yüze görüşme yapılan 57 yaşındaki bir esnafın bu konuyla ilgili ifadeleri şöyledir; “selam vereceğim kişiye bakarım. Eğer selam vereceğim kişinin sakalı varsa, kıyafeti falan dindar biri gibiyse ona ‘selamünaleyküm’ derim. Selam vereceğim kişi daha modern kıyafetli biriyse ona da ‘merhaba’ derim. Böyle yapmak daha samimi oluyor, daha kârlı oluyor. Benim işyerime biri girdiğinde de yine kişiye bakarım. Hacı hoca tipli biriyse hacı abi hoş geldin derim. Modern görümlü biriyse ona da hoş geldiniz hanımefendi/beyefendi derim. Böyle yapmak aradaki samimiyeti artırıyor. Tabi satışı da kolaylaştırıyor. Yapacak bir şey yok ekmeğimizin peşindeyiz.” Görüldüğü üzere katılımcı hem



samimiyet hem de kârlı veya faydalı olma konusuna vurgu yapmaktadır. Görüşme esnasında böyle bir samimiyetin kendisi için faydalı veya kârlı olduğunu özellikle belirtmiş olması dikkat çekmektedir. Buna göre belli bir amaç veya çıkar için selam verme biçiminin değiştirildiğini ifade etmek gerekir. Bir başka ifadeyle, selamlaşmak için kullanılan ifadelerin, belli bir amaç doğrultusunda, adeta sosyal ve kültürel bir sermayeye dönüştürüldüğünü dile getirmek mümkündür. Son olarak diğer seçeneğini belirtenlerin oranı %11,9'dur. Bu seçeneği belirtenler içinde; 'nabza göre şerbet vermek gerekiyor', 'selam vereceğim kişiye bakarım' ifadelerini kullanan bireyler bulunmaktadır. Alışveriş yerine göre selam verme biçiminin değişme nedenleri kuşaklar açısından analiz edildiğinde, belirgin farklılaşmaların olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla anlamlı bir ilişki ( $p=0,675$ ) tespit edilememiştir.

Alışveriş yapılan yere girerken kullanılan ifadeleri değerlendirmek gerekirse; alan çalışmasında örneklem grubuna "alışveriş yapmak için işyerlerine girerken daha çok hangi ifadeleri kullanırsınız?" sorusu sorulmuştur. Bu soru, bakkal/esnaf türü işyerleri ile alışveriş merkezlerindeki mağazalar için ayrı ayrı sorulmuştur. Öncelikle bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken kullanılan ifadelerle ilişkin bulgulara göre görüşülen bireylerin %36,7'si bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken 'selamünaleyküm', %27'si 'hayırlı işler/kolay gelsin', %26,9'u 'merhaba/iyi günler' ve %9,4'ü ise 'hayırlı günler/hayırlı sabahlar' ifadesini kullanmaktadır. Görüldüğü gibi bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken daha çok 'selamünaleyküm' ifadesi tercih edilmektedir. Öte yandan görüşülen bireylerin %44,8'i alışveriş merkezlerindeki mağazalara girerken daha çok 'merhaba/iyi günler', %25,9'u 'hayırlı işler/kolay gelsin', %17,8'i 'selamünaleyküm' ve %7,4'ü ise 'hayırlı günler/hayırlı sabahlar' ifadesini kullanmaktadır. Buna göre mağazalara girerken en fazla 'merhaba/iyi günler' ifadesi tercih edilmektedir. Bu oranlar, bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken kullanılan ifadelerin oranlarıyla karşılaştırıldığında, ciddi bir farklılaşmanın olduğu görülmektedir. En belirgin farklılık 'selamünaleyküm' ve 'merhaba/iyi günler' ifadelerine ilişkin oranlarda ortaya çıkmıştır. Zira bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken 'selamünaleyküm' ifadesini kullananların oranı %36,7'iken, mağazalarda bu oran %17,8'dir. Yani oran bakımından ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Öte yandan 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullananlarda ise oran bakımından artış meydana gelmiştir. Nitekim bakkal/esnaf türü işyerlerinde 'merhaba/iyi günler' ifadesinin oranı %26,9'iken, mağazalarda bu oran %44,8'dir.

Bakkal/esnaf türü işyerleri ile alışveriş merkezlerindeki mağazalara girerken selam vermek için kullanılan ifadeler kuşaklar yönüyle ele alınmıştır. Öncelikle bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken kullanılan ifadeler ile örnek grubun kuşakları karşılaştırılmış ve anlamlı bir ilişkinin ( $p=0,000$ ) olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamlı ilişki, kuşakların, bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken selam vermek için tercih ettikleri ifadeler bakımından farklılaştıklarını açıkça göstermektedir. Alan verilerine göre Z kuşağından (%46,3) Bebek patlaması kuşağına (%14,1) doğru gidildikçe, 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullananların oranı azalmaktadır. Dolayısıyla yaş ortalaması büyüdükçe 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullananların oranı düşmektedir. 'Selamünaleyküm' ifadesini kullananlarda ise tam tersi bir durum ortaya çıkmıştır. Zira Z kuşağından (%19,5) Bebek patlaması kuşağına (%59,4) doğru 'selamünaleyküm' ifadesini kullananların oranı artmaktadır. Yani yaş ortalaması büyüdükçe söz konusu ifadeyi kullananların oranı yükselmektedir. Elde edilen veriler dikkatle incelendiğinde; 'hayırlı günler/hayırlı sabahlar' ve 'hayırlı işler/kolay gelsin' ifadelerini kullananlarda böyle bir durumdan bahsetmenin mümkün olmadığı görülmüştür. Alışveriş merkezlerindeki mağazalara girerken kullanılan ifadeler kuşaklar açısından ele alındığında; Z kuşağından (%65,9) Bebek patlaması kuşağına (%19,6) doğru mağazalara girerken 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullananların oranının azaldığı gözlenmiştir. Benzer bir durum bakkal/esnaf türü işyerlerine ilişkin verilerde de ifade edilmişti. Ancak burada söz konusu ifadeyi kullanan bireylerin oranında genel bir artışın olduğu tespit edilmiştir. Örneğin; Z kuşağından olan ve bakkal/esnaf türü işyerlerine girerken 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullanan bireylerin oranı %46,3'iken, mağazalarda bu oran %65,9'dur. 'Selamünaleyküm' ifadesini kullananlar ele alındığında da, Z kuşağından (%9,8) Bebek patlamasının kuşağına (%25,5) doğru oran bakımından bir yükselişin olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla kuşaklara göre alışveriş merkezlerindeki mağazalara girerken kullanılan ifadeler farklılaşmaktadır. Gündelik hayatta herhangi bir ortama girerken selam vermek için kullanılan ifadelerle ilgili genel bir değerlendirme yapmak gerekirse; yukarıda belirtilen oranlardan da anlaşılacağı üzere gündelik hayatta selam vermek için daha çok 'selamünaleyküm' ve 'merhaba/iyi günler' ifadeleri tercih edilmektedir. Bu tercih, bireylerin kuşaklarına göre belli oranlarda farklılaşmaktadır. Nitekim sosyalleşme geçmişleri daha uzun olan ve dini değerlerin daha fazla önemsendiği zaman/mekân koşullarında sosyalleşen yaşlı kuşaklar daha çok 'selamünaleyküm' ifadesini tercih ederken, genç kuşaklar daha çok 'merhaba/iyi günler' ifadesini kullanmaktadır. Ancak bu konuda, toplumun yaşlı kuşaklarının yaş ilerledikçe dini hassasiyetlerinin artma eğilimine girmesini de dini terminolojinin kullanılmasında etkili bir neden olarak dikkate almak gerekir.

## 6. SONUÇ

Bireylerin karşılıklı ilişki ve etkileşimleri vasıtasıyla inşa edilen gündelik hayat, toplumsal gerçekliğin önemli bir parçası veya alanıdır. Bu alanı düzenleyen ya da etkileyen pek çok toplumsal değer veya kurum bulunmaktadır. Söz konusu değer ya da kurumlar, özellikle bireylerin kendilerine, topluma ve yaşadıkları ortam ya da dünyaya nasıl bakacakları konusunda bakış açıları sunmakta ve davranışlarını düzenlemeleri hususunda önemli bilgiler vermektedir. Birey ya da toplum için bu tür bilgiler sağlayan, gündelik hayatı şekillendiren ve anlamlı kılan temel toplumsal değerlerden biri de dindir. Birçok açıdan güven sağlayıcı roller üstlenen, ortak inanç veya tasavvurun oluşmasını sağlayan, bireysel ve toplumsal yaşamın ahlaki kodlarını belirleyen din kurumu, bireyler arası ilişki ve etkileşimlerin kurulmasına veya varolan ilişkilerin sıkılaşmasına katkı yapmaktadır. Bütün bunlara ek olarak din, toplumsal statü ya da itibar kalıplarının meşru kabul edilmesini sağlayarak, bireylerin hem saygın bir sosyal statüye hem de sosyal bir sermayeye sahip olmalarına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla toplumsal bir olgu olarak din, bireylerin düşünme biçimlerinden toplumların ahlak kurallarına, toplumsal ilişkilerden kültürel değerlere kadar sosyal gerçekliğin bütün alanlarına tesir edebilme gücü ya da potansiyeline sahiptir. Bu gücü nedeniyle din ya da dini değerler, insanlık tarihi boyunca toplumsal bir sermaye unsuru olarak kullanılmış ve kuşaktan kuşağa aktarılmıştır. Bununla birlikte dinin kullanımı, bireylerin yaşadığı zamana ve toplumsal ortama göre önemli oranda farklılaşmaktadır. Bu kapsamda gündelik hayatta toplumsal ilişkiler kurulurken ve serbest zaman etkinlikleri belirlenirken dini değerlerin dikkate alınıp alınmadığına ilişkin tutumun, dini inancı belli edecek davranış ya da eylemlerin kullanıldığı sosyal ortamların, bireyler arası ilişki ya da etkileşimlerin kurulmasındaki ilk aşama olan selamlaşmak için kullanılan ifadelerin ve bunların tercih edildiği ortam ya da mekânların kuşaklara göre farklılaşp farklılaşmadığı, elde edilen veriler üzerinden analiz edilmiştir.

Bu araştırmanın uygulama aşamasında elde edilen bulguları dikkate alarak öncelikle şunu ifade etmeliyiz ki; kuşaklara göre evlenilecek kişi belirlenirken dikkate edilen özellikler farklılaşmamaktadır. Bununla birlikte genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların, eş seçiminde dini inanca ilişkin durumu daha fazla önemsedikleri tespit edilmiştir. Aile içi ilişkileri etkileyen özelliklerde ise kuşaklar açısından dikkate değer bir farklılaşmadan söz edilebilir. Aile içi ilişkileri etkileyen faktörler arasında belirtilen dini değerlerin, diğer kuşaklara oranla Bebek patlaması kuşağı üyeleri tarafından daha fazla dikkate alındığı gözlenmiştir. Benzer bir durum, yani Z, Y ve X kuşaklarına oranla Bebek patlaması kuşağı üyeleri tarafından dini değerlerin daha fazla önemsenmesi, arkadaşlık ve komşuluk ilişkilerinde de tespit edilmiştir. Buna göre genç kuşaklara oranla dini değerlerin daha baskın olduğu dönem ve ortamlarda sosyalleşen yaşlı kuşakların, arkadaşlık ve komşuluk ilişkilerinde de dini değerleri daha fazla ön planda tuttuklarını dile getirmek mümkündür. Öte yandan çalışma hayatında kurulan ilişkilerle ilgili böyle bir durumdan bahsedilemez. Zira ticari ilişkilerde dikkate alınan özellikler bakımından kuşaklar arasında belirgin bir farklılaşmanın olmadığı tespit edilmiştir.

Kuşaklara göre farklılaşmayan bir diğer durum, gündelik hayatta girip çıkılan sosyal ortamların belirlenmesi hususunda dini değerlerin dikkate alınıp alınmamasıyla ilgilidir. Ayrıca söz konusu ortamların dini değerlere uygun olup olmadığını anlamak için dikkate edilen faktörler bakımından da kuşaklar açısından belirgin bir farklılaşmadan söz edilemez. Öte yandan gündelik hayatta dini inancı belli edecek davranışların sergilenmesi konusunda kuşakların farklı düşünce ya da yaklaşımlara sahip oldukları tespit edilmiştir. Nitekim Bebek patlaması kuşağından farklı olarak Z, Y ve X kuşağı üyelerinin dini inancı belli edecek davranışlar sergilemeye daha eğilimli oldukları gözlenmiştir. Dini inancı belli edecek davranışların sergilendiği ortamlara ilişkin bir değerlendirme yapmak gerekirse; alışveriş yapılan ortam veya mekânlarda ve muhatap olunan kişinin inançlı birisi olduğu anlaşıldığında söz konusu davranışların daha çok sergilendiği ya da kullanıldığı, ancak kullanım alanlarının kuşaklara göre değişmediği tespit edilmiştir. Öte yandan serbest zamanlarda gerçekleştirilen etkinliklerin belirlenmesi hususunda dini değerlerin bir referans olarak dikkate alınma durumu, kuşaklara göre farklılaşmaktadır. Özellikle orta yaş grubunda yer alan Y ve X kuşağı üyelerinin serbest zaman etkinlikleri bakımından dini değerleri daha fazla dikkate aldıklarını belirtmek gerekir. Kuşaklara göre farklılık gösteren bir diğer durum, gündelik işlerin planlanmasında namaz vakitlerinin önemsenmesiyle ilgilidir. Nitekim yaşlı kuşaklar, genç kuşaklara göre gündelik işleri planlarken namaz vakitlerini daha fazla dikkate almaktadırlar.

Alışveriş yapılacak kişi veya yerin belirlenmesinde dini inancın belirgin bir rolünün olmadığı ve bu durumun kuşaklara göre de farklılaşmadığı gözlenmiştir. Alışveriş yapılan kişinin dindar olması nedeniyle söz konusu kişilere güvendiğini ifade eden bireyler arasında en az Z kuşağı üyelerine rastlanmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin en önemli unsuru olan veya bu sermayenin oluşmasına ya da birikmesine katkı yapan güven duygusu konusunda dini inancı referans olarak kabul edenlere, genç kuşaklara oranla orta ve yaşlı kuşaklar arasında daha

fazla rastlanmaktadır. Alışveriş yapılacak kişinin/kişilerin dindar olup olmadığını anlama şekli de kuşaklara göre değişmektedir. Selamlaşmayla ilgili sembollere veya davranışlara verilen tepkilerin, yaşlı kuşaklar tarafından bir referans olarak kabul edildiği ve dolayısıyla daha fazla dikkate alındığı gözlenmiştir. Alışveriş yapan kişilerin, alışveriş esnasında dindar ya da inançlı bir kişi olup olmadıklarını belli etmeleri meselesinde de kuşaklar açısından bir farklılaşmadan söz edilebilir. Nitekim yaşlı kuşaklara oranla genç kuşakların, dini inancın belli edilmesi düşüncesine daha yakın veya eğilimli oldukları tespit edilmiştir. Öte yandan dini inancın belli edilme biçimi açısından kuşaklar arasında belirgin bir farklılaşmadan söz edilemez.

Gündelik hayatta girip çıkılan ortamların özelliklerine göre selamlaşmak için kullanılan ifadeler önemli oranda farklılaşmaktadır. Devlet dairelerine, tanıdık insanların olduğu ortamlara, alışveriş yapılan mekâna veya ortama göre selam vermek için kullanılan ifadeler farklılaşmaktadır. Dolayısıyla içinde bulunulan ortam veya mekân ve o ortamda bulunan kişiler dikkate alınarak, selamlaşmak için kullanılan ifadeler arasından tercih yapıldığı söylenebilir. Selam vermek için kullanılan ifadelerin kuşaklara göre farklılaştığı gözlenmiştir. Nitekim yaşlı kuşaklara oranla genç kuşakların, ‘merhaba/iyi günler’ ifadesini tercih ettiği, öte yandan yaşlı kuşakların ise ‘selamünaleyküm’ ifadesini daha fazla ön planda tuttukları tespit edilmiştir. Selam vermek için kullanılan ifadelerin tercih edilme nedenleri bakımından da kuşakların farklılaştığı görülmüştür. Söz konusu ifadelerinin tercih edilme nedenleri bağlamında genç kuşaklara oranla yaşlı kuşakların dini değerleri daha fazla önemsedikleri söylenebilir.

Sonuç olarak; gündelik hayatın önemli bir parçası olan toplumsal ilişkiler bakımından dini değerlerin önemsenme ya da bir referans olarak kabul edilme durumu, kuşaklara göre farklılaşmaktadır. Gündelik hayatta girip çıkılan sosyal ortamlarda dini inancı belli edecek davranış ya da eylemlerin sergilenmesi konusunda da kuşakların farklı eğilimlere sahip oldukları görülmüştür. Dini inancı belli edecek davranışların oluşturulduğu ortam ya da mekânlar ve dini inancın belli edilme nedeni ve biçimi de kuşaklara göre belli oranlarda değişmektedir. Ayrıca dini ifade ya da semboller arasında gösterilen ‘selamünaleyküm’ ifadesinin kullanıldığı ortam veya mekânlar da kuşaklara göre önemli oranda farklılaşmaktadır.

## YAZARLARIN BEYANI

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışma, ÖYP Projesi (Proje No: ÖYP06569-DR-16) tarafından desteklenmektedir.

**Çatışma Beyanı:** Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

## KAYNAKÇA

- Abidoğlu, İ. (2021). Bir sosyal fenomen olarak İslam’da hac olgusu, [Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Abuzar, C. (2011). Dinin toplumsal yaşam üzerindeki etkisi. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 26, 143-153.
- Acar, Z. ve Başar, E. (2015). Cuma hutbelerinin sosyal sermaye oluşturmadaki rolü: Diyanet İşleri Başkanlığının cuma hutbeleri üzerine bir araştırma. A. Diken vd. (Ed.), *1. International Congress on Applied Sciences: "Social Capital"*, 831-835.
- Akkuş, H. İ. (2018). *Türk toplumunun dindarlık algısı (Batı Akdeniz örneği)* [Doktora Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Alacahan, O. ve Duman, B. (2011). Güven ve sivil bağlılık boyutuyla sosyal sermaye ve mezhep: Kahramanmaraş örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36), 108-131.
- Arslan, M. (2016). Gündelik hayatta din. N. Akyüz ve İ. Çapcıoğlu (ed.), *Din sosyolojisi el kitabı* içinde (s. 307-322). Grafiker Yayınları.
- Arslantürk, Z. (1999). *Sosyal bilimler için araştırma metod ve teknikleri*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

- Aydemir, M. A. (2011). *Sosyal sermaye -topluluk duygusu ve sosyal sermaye araştırması-*, Çizgi Kitabevi.
- Aydemir, M. A. ve Tecim, E. (2012). Türk toplumunda aile ve dinin sosyal sermaye potansiyeli. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 43-59.
- Bal, H. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri-nicel araştırma yöntemleri*. Fakülte Kitabevi,
- Baltacı, A. (2018). Habitus: dini inanç habitusunun oluşumu üzerine kavramsal bir inceleme. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-24. <https://doi.org/10.30803/adusobed.411797>
- Berger, P. L. (2015). *Kutsal şemsiye dinin sosyolojik teorisinin ana unsurları* (5. Baskı). (A. Coşkun Çev.), Rağbet Yayınları (Orijinal eserin basım tarihi 1990).
- Bergson, H. (2013). *Ahlakın ve dinin iki kaynağı*. (M. M. Yakupoğlu Çev.), Doğu Batı Yayınları.
- Bilgin, V. (2013). Din ve kültür. M. Bayyigit (Ed.), *Din sosyolojisi* içinde (s. 107-132). Palet Yayınları.
- Bodur, H. E. ve Çapcıoğlu, İ. (2016). Sosyolojik teori ve din. N. Akyüz ve İ. Çapcıoğlu (Ed.), *Din sosyolojisi* içinde (s. 111-147). Grafiker Yayınları.
- Bourdieu, P. (1986). The form of capital, J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* içinde (s. 241-258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (2014). Simgesel sermaye ve toplumsal sınıflar. *Cogito: Pierre Bourdieu* içinde (s. 192-204), Yapı Kredi Yayınları, 76.
- Canatan, K. ve Yıldırım, E. (2011). *Aile sosyolojisi*. Açılım Kitap.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Belknap Press, Cambridge.
- Coleman, J., S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*. 94(1), 95-120.
- Çakmak, F. (2015). Din-toplum ilişkisi bağlamında “dinsel itibar” kavramı üzerine teorik bir değerlendirme. *Eskiyeeni*, 30, 59-69.
- Çetin, E. (2010). *Gündelik hayatın sosyolojisi*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Çetin, E. (2017). *Gündelik hayata sosyolojik bakmak*. Siyasal Kitabevi.
- Duman, B. ve Alacahan, O. (2011). Sosyal sermaye/güven boyutunda etniklik. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 181-208.
- Ertit, V. (2020). Sosyolojinin kurucu figürlerinde din. *Akademik Hassasiyetler Dergisi*, 7(14), 1-35.
- Esgin, A. (2018). Gündelik hayat sosyolojisi: tarihsel süreç ve temel ilkeler. A. Esgin ve G. Çeğin (Ed.), *Gündelik Hayat Sosyolojisi Temalar, Sorunsallar ve Güzergahlar* içinde (s. 13-34). Phoneix Yayınevi.
- Field, J. (2008). *Sosyal sermaye* 2. Baskı. (B. Bilgen ve B. Şen Çev.), Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Goffman, E. (2016). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. (B. Cezar Çev.), Metis Yayınları.
- Goffman, E. (2017). *Kamusal alanda ilişkiler-toplumu yaşamın mikro incelemeleri*. (M. F. Karakaya Çev.), Heretik Yayınları.



- Goffman, E. (2018). *Toplum içinde davranmak-etkileşimlerin sosyal düzenine dair açıklamalar*. (A. Bölükbaşı Çev.), Heretik Yayınları.
- Gökalp Yılmaz, G. (2018). *Michel de Certeau'nun gündelik hayat sosyolojisiyle bir analiz: Almanya'daki Türklerin gündelik hayat pratikleri ve taktikleri*. Detay Yayıncılık.
- Güdücü, B. ve Balcı C. (2021). Kuşaklar ve eğitim üzerine sosyolojik bir analiz. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 7(1), 105-120.
- Günay, Ü. (2012). *Din sosyolojisi*. İnsan Yayınları.
- İstanbul Üniversitesi Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi. (2013). [https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=istanbul-demografi-13.04.2019\\_2.pdf](https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=istanbul-demografi-13.04.2019_2.pdf) adresinden 4 Nisan 2022 tarihinde alınmıştır.
- Kaya, A. (2014). Bourdieu'nün materyalist ve siyasal din okuması üzerine. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 85-96. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.25638>
- Kirman, M. A. (2004). *Din sosyolojisi terimleri sözlüğü*. Rağbet Yayınları.
- Köktaş, M. E. (1997). *Din ve siyaset*. Vadi Yayınları.
- Luckman, T. (2016). *Görünmeyen din modern toplumda din sorunu* (2. Baskı). (A. Coşkun vd. Çev.), Rağbet Yayınları.
- Marshall, G. (2009). *Sosyoloji sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü Çev.), Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mead, G. H. (2017). *Zihin, Benlik ve Toplum*. (Y. Erdem Çev.), Heretik Yayınları.
- Neuman, W. L. (2017). *Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar I*, (S. Özge, Çev.) Yayın Odası.
- Okumuş, E. (2002). *Gösterişçi dindarlık*. Ark Kitapları.
- Okumuş, E. (2014). Değer ve din istismarı. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 24, 13-31.
- Özkul, M. (2017). *Kurumlar sosyolojisi*. Fakülte Kitabevi.
- Öztürk Kalkan, S. (2012). Türk kültüründe selamlaşma kavramı, bu kavramın (ilköğretim ve ortaöğretim) ders kitaplarına ve ders programlarına yansıtılması [Yüksek Lisans Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Portes, A. (1998). Social capital: its origins and applications in modern sociology, *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Putnam, R. D. (1993). The prosperous community social capital and public life. <file:///D:/Doktora%20Makale%202/Putham%3B%20Makale.pdf> adresinden 3 Mart 2021 tarihinde alınmıştır.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of american community*. Simon ve Schuster.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları*. (H. Hümür, Çev.), Deki Yayınları (Orijinal eserin basım tarihi 2013).
- Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal araştırmalarda yöntembilim*, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

- Şimşek, İ. H. (2011). Sosyolojik bağlamda sosyal sermayenin unsurları ve Kur'an'ın ortaya koyduğu değerler. *Journal of Analytic Divinity*, 2(1), 207-234. <https://doi.org/10.46595/jad.390550>
- Tecim, E. (2011). Sosyal güven oluşumunda dinin etkisi [Doktora Tezi]. *Selçuk Üniversitesi*.
- Thompson, K. (2002). Emile Durkheim. Hamilton P. (Ed.), *Key sociologists*, Routledge.
- Traunmüller, R. (2011). Moral communities? religion as source of social trust in a multilevel analysis of 97 german regions, european sociological review. *Oxford University Press*, 27(3), 346-363. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq011>
- Türk Dil Kurumu. (2022). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 15 Kasım 2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2018). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> adresinden 5 Mayıs 2018 tarihinde alınmıştır.
- Wach, J. (1995). *Din sosyolojisi*. (Ü. Günay Çev.), Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları (Orijinal eserin basım tarihi 1944).
- Wallace, R. A. ve Wolf, A. (2015). *Çağdaş sosyoloji kuramları klasik geleneğin genişletilmesi*, (L. Buruz ve M. R. Ayas, Çev.) Doğu Batı Yayınları.
- Yarcı, S. (2011). Pierre Bourdieu'da sosyal sermaye kavramı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 125-135.
- Yavuz, S. (2013). Sosyal sermaye ve din; sosyal sermayenin grup içi işbirliği ve eşgüdümüne etkisi üzerine. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(23), 43-76. <https://doi.org/10.14395/jdiv55>