KESİT AKADEMİ DERGİSİ

ISSN: 2149-9225

The Journal of Kesit Academy

İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinde Özgüven ve
Değer Algısı

Self-Confidence and Perception of Value in
Faculty of Theology Students

Mustafa ÇOBAN*
Abdurrahman ÜNALAN**

Makale Türü/ Article Information/ Информация о Статье:

Araştırma Makalesi/ Research Article/ Научная Статья

Atıf / Citation / Цитата

Çoban, M. ve Ünalın, A. (2021). İlahiyat fakültesi öğrencilerinde özgüven ve değer algısı. *Kesit Akademi Dergisi*, 7 (29), 130-152.

Çoban, M. & Ünalın, A. (2021). Self-confidence and perception of value in faculty of theology students. *The Journal of Kesit Academy*, 7 (29), 130-152.

doi 10.29228/kesit.52905

Geliş/ Submitted/ Отправлено: 12.10.2021
Kabul/ Accepted/ Принимать: 09.12.2021
Yayın/ Published/ Опубликованный: 25.12.2021

Bu makale İntihal.net tarafından taranmıştır. This article was checked by İntihal.net. Эта статья была проверена
Интихал.нет Bu makale Creative Commons lisansı altındadır. This article is under the Creative Commons license. Это
произведение доступно по лицензии Creative Commons.

*Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, mcoban6@hotmail.com

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, unalanabdurrahman@gmail.com

KESİT AKADEMİ DERGİSİ

ISSN: 2149-9225

The Journal of Kesit Academy

İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinde Özgüven ve Değer Algısı¹

Self-Confidence and Perception of Value in Faculty of Theology Students

Doç. Dr. Mustafa ÇOBAN

Abdurrahman ÜNALAN

Öz: İnsanoğlu yaşamı boyunca anlam arayışı içerisinde olmuş; hem biyolojik hem de ruhsal yapısı ile bir bütün olan insanın bu anlam arayışı da hem maddi hem de manevi alana yönelik çabalar içermiştir. Zaman zaman farklılaşsa da özgüven ve değer algısı ve ilişkisi bu noktada önemli bir yer tutmuş, insan davranışlarında belirleyici rol oynamıştır. Modern dönemde insan hayatında değişen birçok husus gibi özgüven ve değer algısı da değişime uğramış, bu değişim sonucunda ortaya çıkan ilişki toplum katmanlarını oluşturan bireyler arasında zaman zaman çatışmaya neden olmuştur. Toplumun genç, dinamik ve göreceli olarak eğitilmiş kısmını oluşturan gençliğin bu noktadaki algı ve düşüncelerinin bilinmesinin önemli olacağı düşünülmektedir. Bu amaçla makalede sosyo-demografik değişkenler ile İnsanî Değerler Ölçeği ve Özgüven arasındaki ilişki ve farklılaşma araştırılmış, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinden oluşan örneklem üzerinde konu incelenmiştir. Yapılan araştırma ile tesadüfi yöntemle belirlenen 123'ü erkek (%47,9) ve 134'ü kız (%52,1) toplam 257 katılımcıdan oluşan örneklem grubunun özgüven algıları ve insani değer tutumları hakkında düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada Frekans ve ANOVA testinden yararlanılmış olup, verilerin değerlendirilmesinde ve değerlerin bulunmasında SPSS 16.0 istatistik paket

¹ "COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri" beyanları: Bu çalışma için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 26.04.2021 tarih ve 2021/22 sayılı onayı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Katkı Oranı Beyanı: %60-%40. Sorumlu Yazar: Mustafa ÇOBAN

Statements of "COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors": No conflicts of interest were reported for this article. This study was prepared with the approval of Kahramanmaraş Sütçü İmam University Social and Human Sciences Ethics Committee. Author Contributions: %60-%40. Corresponding Author: Mustafa ÇOBAN

programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, sosyo-ekonomik durum, anne-baba birliktelik durumu, aile dindarlığı ve öznel dindarlık algılarının özgüven ve insani değerler arasındaki tutumlarında etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din eğitimi, Kahramanmaraş Sütçü İmam üniversitesi ilahiyat fakültesi, algı, özgüven, değer, öğrenci.

Abstract: Mankind has been in search of meaning throughout his life; This search for meaning of man, who is a whole with his biological and spiritual structure, also included efforts for both material and spiritual areas. Although it differs from time to time, self-confidence and the perception and relationship of value have an important place at this point and played a decisive role in human behavior. Self-confidence and the perception of value have also changed, like many aspects that have changed in human life in the modern era, and the relationship that emerged as a result of the change has caused conflict from time to time between the individuals who make up the layers of society. It is thought that it will be important to know the perceptions and thoughts of the youth, who constitute the young, dynamic and relatively educated part of the society. For this purpose, the relationship and differentiation between socio-demographic variables, Human Values Scale and Self-Confidence were investigated in this article, and the subject was examined on a sample consisting of Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Theology students. With the study, it was tried to determine the thoughts about self-confidence perceptions and human value attitudes of the sample group consisting of 257 participants, 123 male (47.9%) and 134 female (52.1%) randomly determined at Kahramanmaraş Sütçü İmam Faculty of Theology. Frequency and ANOVA tests were used in the research, and SPSS 16.0 statistical package program was used to evaluate the data and find the calculated values. As a result of the research, it was determined that socio-economic status, parental relationship status, family religiosity and subjective religiosity perceptions were effective in their attitudes between self-confidence and human values.

Keywords: Religious education, Kahramanmaraş Sütçü İmam University faculty of theology, perception, self-confidence, value, student.

Giriş

İnsanoğlunun yaratıldığı günden itibaren maddî ve manevî ihtiyaçlar içerisinde olduğunu, bunları gidermek için de çaba sarf ettiğini ifade etmek mümkündür. 1958’de yapılan araştırmalara göre insanoğlunun ilk yerleşik hayata geçtiği yer olarak ifade

edilen Konya Çatalhöyük'te MÖ. 7000'li yıllarda insanlığın maddî ihtiyaçlarının giderilmesini önceleyerek tarıma yöneldiğini gösterirken; 1995'de Urfa Göbeklitepe'de yapılan kazılar ise MÖ. 12000'li yıllarda manevî ihtiyaçlarını öncelediği, her iki merkezde de önce veya sonra insanın temel ihtiyaçlarını gidermek için gayret ettiği yapılan kazılar sonucunda elde edilen eserlerde görülebilmektedir (Kurt ve Göler, 2017: 1111-1113). Günümüzde de toplumsal yaşam ve sosyal koşullara göre maddi ve manevi ihtiyaçların karşılanmasında değişkenlik olduğu gözlemlenebilir. Neticede bu, insanın hayat devam ettiği sürece manevi yönelim içerisinde olduğunu ifade etmek mümkündür.

Batı aydınlanmasından sonra dinin sosyal hayattan uzaklaştırılması gayretleri ile buna bağlı olarak dinî referanslı, insanı/toplumu ayakta tutan değerler de hem örselemeye hem değersizleştirilmeye hem de anlamını kaybettirmeye çalışılmış (Usta, 2018: 78), bu yapılırken de çoğu zaman masum bir şekilde insanın önemli zaafı ve kaygıları gündeme taşınmıştır. Bugün de bu ötekileştirme ve çatışma sürecinin devam ettiğinden bahsedilebilir.

Zira "etkinin ve tepkinin bulunduğu bir yerde cedelleşme ve direnme kaçınılmaz olarak görüleceği için, modern dönemde dahi, dünyevî, çoğulcu ve öznelleştirici etkilere karşı, dinî kurum, simge ve kimliklerin karşıt tepkisini gözlemlemek bir uğraş olsa gerekir" (Coşkun, 2003: 23).

Bugün toplumumuz birçok bakımdan göreceli iyi bir yerde olmasına rağmen iç huzur, mutlu olmak ve tatmin olma noktasında gelgitler yaşadığı ifade edilebilir. Kişinin mutluluğunu etkileyen unsurlar sıralandığı zaman değerler ve özgüvenin de etkili olduğu görülmektedir. Kendine saygı duymama problemi, özgüvendeki eksiklik, elde ettiği başarılarla tatmin olmaması, kendini öne çıkararak çevresindeki insanlara yeterince değer vermemesi, oldukça fazla konuda kendisini yetersiz görmesi, aile içi ve toplumsal ilişkilerinde istenilen başarıyı sağlayamaması, herhangi bir konuda karamsar, içe kapanık, kararsız veya tutarsız davranış sergilemesi, çevresindekiler tarafından takdir edilmemesi, nefret, kin, kırgınlık, suçluluk, utanç gibi duyguları oldukça üst seviyelere taşınması ve bu duyguları yaşaması, kişinin kendini tatmin edememesi onun mutsuz olmasına neden olmaktadır (Kırık ve Sönmez, 2017: 17). Buna ilave olarak iletişim vasıtalarının hızla gelişmesi insanın gündemine "ilk ortaya atıldığında yaygın olarak ekonomik boyutu dikkate alınarak kullanılan, ancak ekonomik boyut yanında siyasal ve sosyo-kültürel boyutun da ele alınması gerektiği düşünülen" (Aktan ve Şen, 2015 : 111) "globalleşme"yi taşıması; sonuçta artık, yalnız ve sosyal hayattan bağımsız yaşamının neredeyse imkânsız hale geldiği bir mekân ve zaman kavramı ortaya çıkmıştır. Globalleşme sürecini etkileyen tek unsur iletişim vasıtaları olmasa da diğerlerinin yanında etkin rolünü ve önemini korumaktadır. Günümüzde dünya küçük bir köy ve insan bu küçük köyde istediği yere çok kısa sürede ulaşabilmektedir. Artık ne za-

man, dün olduğu gibi çok uzun, ne de mekân çok büyüktür. Toplumların aynı mekânı paylaşırlarmış düşünce ve algısıyla yaşadıkları zamanımızda küresel güçler, bölgesel etkilerini yadsınamaz noktaya taşımışlardır. Sonuçta yerel ve millî değerler dönüştürülüp evrensel değerler öne çıkarılarak, bir millete bir toprağa bağlı olmaktan ziyade dünya vatandaşlığı düşüncesi ile birlikte “aktif vatandaşlık, dijital vatandaşlık” kavramları gündeme gelmiştir.

İnsanın hayat algısını modernizmin, ihtiyaçlarını da kapitalizmin önemli ölçüde sınırlandırdığı bu noktada toplumu bir arada tutan skaladaki değerler yer değiştirmiş, genel bir değerlendirme ile ekonomik/parayla ifade edilen değerler üst sıralara yükselirken manevî dünyanın etkilendiği değerler geride kalmıştır (Aydın, 2003: 135). Bunlara bağlı olarak özellikle gençlerin özgüven ve değer algılarında ciddi değişme ve dönüşümler yaşandığını bunun sonucunda bireysel ve toplumsal iletişim konusunda problemlerin ortaya çıktığını hem sosyal hayatta hem de üniversite gençliği arasında gözlemlemek mümkündür.

Çınar (2019) bu konuya şöyle yaklaşmaktadır:

“Çünkü içinde yaşadığı gelgitlerle birlikte çağın ilgi ve algılarına karşı edilgen bir tutum sergileyen genç, bu dönemde hayatın tüm alanlarına nüfuz etmiş popüler kültürün, tüketim çılgınlığının, moda akımlarının, marjinal yaklaşımların, sapkın ideolojilerin etkisi altına girmekte ve bu akımlar tarafından tüketilmektedir. Popüler kültür, özgürlük, farklılık ve bireysellik teması üzerinden bireyleri ortak bir anlayış etrafında birleştirmekte ve bireyleri farkında olmadan bu akımın pasif tüketicisi konumuna taşımaktadır. Bu süreçte milli ve manevi değerler, değersizleştirilmekte ya da bireyi kısıtlayan olumsuz bir alternatif olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla kendine ve içinde yaşadığı topluma yabancı veya duyarsız bir gençliğin zeminini oluşturmaktadır.” (s.182).

Yapılan açıklamalardan sonra burada, gençlerin değerleri hiç önemsemediği ifade edilmekten çok, aksine bazı değerler örselenmesine rağmen, bazılarını da güncelleyip dönüştürerek korudukları söylenmek istenmektedir. Burada yapılması gereken gençlerin benimsedikleri değerler ister modern/güncel, ister klasik/yerel değerler olsun, bu değerleri çatıştırmadan yaşamlarında yer almasını sağlamaktır. İleri boyutta değerlendirildiği zaman aileler içinde bu çatışma/çatıştırma ortamından uzak bir değer anlayışının oluşturulması tavsiye edilir.

Gençlerin büyüklerle iletişimde sıkıntı yaşadıklarını, kendilerinin büyükler tarafından anlaşılmadıklarını vurguladıkları konuşmalara tanık olunmuştur. İletişimde ortak alan oluşturmak ve sağlıklı iletişim kurabilmek kaynak tarafından gönderilen mesajın alıcıda ne kadar anlamlı olduğuna bağlıdır. Bu ise gençleri tanımak onlardaki algı ve düşünce farklılıklarını bilmekle olur. Buradan hareketle gençleri tanımının önemli noktalarından birisinin onlardaki özgüven ve değer algı ve ilişkisinin bilinmesi

ile olacağı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın sahada yapılan bir araştırma olması münasebetiyle ilahiyat fakültelerinde okuyan gençliği tanıma, onların öncelikleri ve hassasiyetleri konusunda bilgi sahibi olma bağlamında literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Evren ve örneklem bağlamında Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde bu başlık altında herhangi bir çalışma yapılmamış olduğu görülmektedir.

Çalışmamızın ikinci kısmı ilahiyat fakültesi öğrencilerinin özgüven tutumlarının ve insani değerler tutumlarının sosyodemografik ve dindarlık özellikleri ile arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Çalışmamızın ikinci ana başlığında yöntemimiz, kullandığımız ölçekler ve çalışma grubumuz hakkında detaylı bilgi verilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Özgüven

Özgüven fert için bir ihtiyaçtır; kişinin gerçekleştirmek istediği eylemlerde kendine duyduğu güven ve inançtır. (Koyuncu Şahin, 2015: 25).

Özgüven kişinin bir bütün olarak kendisi ve kendi değeri konusunda pozitif ve gerçekçi bir düşünceye sahip olması, bunu içselleştirip davranışlarında gözlemlenebilir şekilde karşılık bulması olarak tanımlayabiliriz (Aydınlı, 2007: 435). Özgüven sahibi kişi olaylar karşısında kendisini güçlü tutar ve süreçleri doğru okuyarak ön alma, inisiyatif kullanma kabiliyeti ile kendi özgüvenini davranışlarına yansıtabilir.

Kişinin kendisini değerli hissetmesi ve özgüven onun bireysel ihtiyaçlarından olup, bireyin kendisinin sevildiğini, sayıldığını hissetmesi, varoluşunu değerli ve anlamlı bulması önemlidir. Doğru zaman ve zeminde genel anlamda ihtiyaç duyulan değerleri öğrenip, davranış olarak gerçekleştiren bireylerin kendilerini ifade etmekte, hayatı anlamlandırmakta ve sosyal ilişkilerde problem yaşamadıkları ve iletişim kurmakta zorlanmadıkları görülebilir.

Fiziksel ve ruhsal etkenlerin bireyin öz güven düzeyini etkileyen faktörlerden birisi olduğu (Burton ve Platts; 2006: 143) vurgulanırken özgüvenin oluşması ve güçlenmesinde bir dine veya inanca mensup olmanın önemli olduğu belirtilmektedir (Acar; 2019: 67). Birey olarak dinimizin değerler atfettiği insanın özgüven içinde yaşaması önemlidir. Kur'an'da özgüven "sekine" kavramıyla açıklanır (El-Bakara 2/248; et-Tevbe 9/26; el-Fetih, 48/4). Aydınlı'ya göre sekine, Allah'tan Hz. Peygamber'e ve inanan üzerine, zor ve sıkıntılı dönemlerde inen gönül rahatlığı, güven ve huzur duygusudur (Aydınlı; 2007: 435).

Bireyde ve toplumda özgüven oluşması, özelde bireyin genelde toplumun ruh sağlığı ve toplumsal birliktelik bağlamında oldukça önemlidir. Özgüven, bireysel arzuların öne çıkarılarak özgüven patlaması olarak nitelendirilen ve arzu edilmeyen bir

tavır sergilemek olarak algılanmamalıdır. Özellikle çocukluk ve ergenlik dönemlerinde “özgüven sahibi olsun, kendini gerçekleştirsin.” düşüncesiyle yanlış davranışların ikaz edilmemesi ileri dönemde sorumsuz her istediğini yapan ve toplumda problem oluşturan tiplerin ortaya çıkmasına sebep olabilir. Yapılan bir araştırmada özgüveni yüksek olan lise öğrencilerinin disiplin cezası alma oranı diğer öğrencilere göre daha fazla olduğu görülmüştür (Bilgin, 2001: 81). Buna ilave olarak gençlerin giderek daha fazla oranda şiddet, sosyal problemler ile birbirlerine ve çevrelerindeki dünyaya saygı yoksunluğundan etkilendikleri, onların öğretmenlerin ve ebeveynlerin yeni meydan okumalarla karşı karşıya kalmakta oldukları (Kaymakcan ve Meydan, 2014: 34) ifade edilmektedir.

Değer

Değerin soyut ya da somut bir kavram olduğu konusunda tartışmalar sürerken (Aydın, 2001: 42) tanımı konusunda da birliktelik sağlanamamıştır. Değer kavramının ne olduğuyla ilgili asırlarca konuşulmuş, üzerine tartışmalar yapılmış; değer kavramı yaşamla, inançlarla, kişilerin yargılarıyla ve ahlâkî ilkelerle ilişkilendirilmiş, değişik şekillerde tanımlanmaya çalışılmış ancak bu alanda çalışma yapan bilim insanlarınca ortak bir tanım yapılamamıştır (Akbaba Altun; 2003: 7).

Değer değmek kökünden türeyen, bir şeyin önemini, kıymetini belirleyen, soyut özelliğe sahip, bir değişkenin veya bilinmeyen rakam ile anlatımı (Türk Dil Kurumu I, A-J, 1998: “değer” md.); bir şeyin tam karşılığı, kıymet, baha, lâıyk, sezâ, bir şeyin elde ettiği yüksek nitelik, kıymet, ehliyet, kabiliyet, kadir, itibar (Doğan, 1996: 258) anlamlarına gelir. Bununla birlikte “değer insanın akli, ruhsal ve duygusal merak veya ihtiyacını gidermek amacıyla varlıkla kurduğu ilişkiler neticesinde ortaya çıkan aşkın ve içkin kökenli nitelik, keyfiyet ve vasıf toplamıdır” (Çetintaş, 2014, 258).

“Değer sadece eğitimin konusu olmayıp farklı disiplinlerde kendi bağlamında anlam kazanabilmektedir. Wert, value, valeur, kıymet, değer felsefe, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, estetik ve yönetim gibi birçok farklı sahalarda kullanılan, hayatla birlikte, her zaman bilgi, duygu ve düşüncelerde diri tutulan; hayata anlam katan bir kavramdır ve insanın bilinçli bir şekilde ölçü olarak kabul ettiği, özümlediği, zıttı davranış durumlarında suçluluk ve utanma duygusu ortaya çıkaracak bir algı biçimidir (Çoban, 2016: 5).

Tek bir anlamı olmayan değer kavramının çeşitli disiplinler tarafından farklı tanımları yapılmıştır.

“Bu bağlamda felsefenin üç ana konusundan biri olan ve aksiyoloji olarak, isimlendirilen değer bilimi insan davranışlarını ele alır. İnsan ontolojik olarak var olan, epistemolojik anlamda bilgi sahibi ve aksiyolojik mahiyette ise eylemleri olan bir varlıktır. İnsanı ve onun davranışlarını inceleyen felsefî bir disiplin olarak değer; belirli duyguları, istekleri, amaçları, ihtiyaç ve eylemleri olan öznenin belli olay veya olgulara yüklediği nitelik” (Cevizci, 1999: 201);

veya “kişinin, isteyen, ihtiyaç duyan, erek koyan bir varlık olarak nesne ile arasındaki ilişkide beliren şey” (Akarsu, 1998: 49) olarak tanımlanır.

Farklı bilim alanlarında tanım verilecek olursa: Psikoloji de “değer; bir şeyin istenebilir arzu veya istenemez olduğu hakkındaki inançtır. Bir inanç olarak ifade edilen değer bir kimsenin insanları, onlara ait özellikleri, arzu ve niyetlerini, davranışlarını değerlendirirken başvurduğu bir kriter olarak isimlendirilir” (Güngör, 1998: 18). Sosyolojik olarak “değer; her toplumun sahip olduğu kültürü meydana getiren inançlar, normlar ve fikirlerin her birine denir” (Ülken, 1996: 73). Siyasi anlamda “değer; siyasi tutum ve davranışların belirlenmesinde kullanılabilecek kriterler olarak tanımlanır” (Köse; 2016: 5). Ekonomik anlamda “değer; bir malın kıymeti, piyasadaki değeri, emek-değer kuramı olarak ifade edilir” (Marshall, 2014: 133).

Değerlerin kadim oluşu, yerelliği ve evrenselliği söz konusudur. Her değer her zaman ya da mekânda aynı anlamı ifade ettiği, toplumda aynı şekilde karşılık bulduğunu söylemek imkânı olmamakla birlikte zamanla ve mekânla evrilen, tamamen değişen ya da yok olan değerlerden bahsetmek de mümkündür. 30-40 yıl önce bayramlarda kart yazarak dostların bayramlarını kutlamak bir sevgi veya saygıyı gösteren değer iken bugün iletişim vasıtaları ve sosyal medya aracılığıyla bunu yerine getirmek evrilen değerlere örnek gösterilebilir.

Değerler, toplumsal değerler; bireysel değerler; aile değerleri; bir örgütteki değerleri ise öz, özel, seçimlik, geçici, modern, güncel, klasik, yerel değerler olarak sınıflandırılabilir.

Toplumlarda var olan ahlâkî davranışları da kapsadığı düşünüldüğünde, değerlerin varlığının toplumun varlığıyla devam edebileceği ya da herhangi bir toplum yok olduğunda sahip olunan değerlerinde yok olup-olmayacağı tartışma konusudur. Değerler toplumda ortak yaşamı ve birlikteliği destekleyen, sınırlandıran, davranışın kabul görülmesiyle ödüllendirme ya da dışlayarak cezalandırma gibi kendi içerisinde kuralları olan toplumsal üst normlar olarak ele alınabilir.

Algı

Algı, araştırmacıların farklı teoriler ve değişik yaklaşımlarla açıklama yapmaya çaba gösterdikleri fert üzerindeki oluşumunu irdeleyip sorguladıkları, uyarıların yorumlanması ile ilgili oldukça geniş çerçeveli bir süreçtir (Beyoğlu, 2015: 331).

Algı bireyin çevresinde herhangi bir varlığa yönelmesi, onu anlaması ve onun farkına varması; insanın içinden ve çevresinden gelen uyarıların duyu vasıtasıyla anlamlı hâle getirilmesine, bu duyuların beyne ulaşması ve şemalarda yeni bir boyut kazanması sonucunda ortaya çıkan farklı bir organizasyon olarak tanımlanabilir. Farklı alanlara yönelik algılama biçimleri görme, dokunma, duyma, tat ve koku alma, yer ve

zaman algıları gibi çeşitleri vardır.

Algı üzerinde akran çevre ve sosyal çevrenin, ailenin ve okulun etkisinin olması muhakkaktır. Hayata dair değerlendirmelerde kazanımların ve hazırbulunuşluğun önemi büyüktür. Bu nedenle herhangi bir olaya ya da varlığa yönelen ve değerlendirmede bulunan insanın hep aynı şeyleri düşünmediği, aynı sonuca varmadığı ve anlam dünyalarında aynı tepkiyi vermediğini gözlemlemek mümkündür. Bir kişi için değerli olan bir düşünce başkası için o kadar önemli olmayabilir; bu kişisel değerlendirmelerin subjektifliğini/öznelliğini gündeme taşısa da hayatta her şeyin her düşüncenin nesnel olması gibi bir zorunluluk da yoktur.

Makale bağlamında ele alındığı zaman üniversite öğrencileri için de aynı algı farklılığından bahsetmek mümkün görünmektedir. Daha yaşlılar için kullanılmayan kelime ve kavramlar gençlerin hayatında önemli olabilir; ya da tersi düşünülecek olursa yaşlılar için çok anlamlı kavram ya da davranış tarzları gençlerin dünyasında yer almamış karşılık bulamamış olabilir. “Olsun ne olacak” demek de çok sağlıklı bir düşünce tarzı değildir.

Saha Çalışmasının Uygulanması ve İstatistik İşlemler

Çalışmanın verilerini toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Anketi, İnsani Değerler Ölçeği ve Özgüven Ölçeği kullanılmıştır. Uygulama Kasım 2020’de gerçekleştirilmiştir. Bir anket formunun doldurulma süresi ortalama olarak 20-25 dakika arasında gerçekleşmiştir. Anket formları internet ortamında Google form kullanılarak Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerine anketör yardımı alınmadan 270 öğrenciye ulaştırılmış ve uygulanmıştır. Fakat özensiz ve eksik doldurma nedeniyle anketlerden 13’ü çıkarılmış ve 257 anket araştırmamıza dâhil edilmiştir. Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 26.04.2021 tarih ve 2021/22 sayılı onayı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Denenceler

Örneklemin İnsani Değerler ve Özgüven Düzeyi Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşmakta mıdır?

- a1. Çalışma grubunun özgüven düzeyi anne-baba birliktelik durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.
- a2. Çalışma grubunun insani değerler tutumu örneklemin sosyo ekonomik düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.
- a3. Çalışma grubunun özgüven düzeyi sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.
- a4. Çalışma grubunun özgüven düzeyi alınan kararlarda aile baskısı görme dü-

zeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Örneklemin Dindarlık Tutumlarına Göre İnsani Değerler ve Özgüven Düzeyi Farklılaşmakta mıdır?

b1. Öznel dindarlık algısı ile insani değer düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir.

b2. Öznel dindarlık algısı ile özgüven düzeyi pozitif yönde ilişkilidir.

b3. Mutlu bir yaşam için sağlam dinî inanç gerekliliği algısına göre insani değer düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir.

b4. Hz. Muhammed'in davranışlarını uygulama durumlarına göre özgüven düzeyi pozitif yönde ilişkilidir.

b5. Hz. Muhammed'in davranışlarını uygulama durumlarına göre insani değer düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Kahramanmaraş şehir merkezindeki Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi olarak belirlenmiştir. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinin 2018-2022 stratejik planlaması verilerine göre öğrenci sayısı 39.209, İlahiyat Fakültesinin öğrenci sayısı 1489'dur. (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, 2018). Çalışma 2020-2021 eğitim-öğretim döneminde Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesine bağlı İlahiyat Fakültesinde lisans düzeyinde eğitim gören ve basit tesadüfî yöntemle seçilen İlahiyat Fakültesi'nin hazırlık sınıfı, 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında okuyan 134'ü kız (%52,1) ve 123'ü erkek (%47,9) olmak üzere toplam 257 öğrenci üzerinde Kasım-2020'de gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmadan elde edilen bulgular üç temel sınırlılığa sahiptir:

- Seçilen örneklemde kaynaklanan bazı sınırlılıklar mevcuttur. Elde edilen veriler belli bir grup üzerinde gerçekleştirilen bir ankete dayandığı için bu araştırma da kendi örneklemiyle sınırlıdır. Dolayısıyla başka gruplar üzerinde gerçekleştirilecek bir çalışmada daha farklı sonuçlara ulaşabilmek mümkündür.
- Çalışma kesitseldir. Boylamsal bir çalışma olmadığı için ulaşılan bulguları çalışmanın yapıldığı zamana ve duruma göre yorumlamak gerekir.
- Araştırmada katılımcıların insani değerler tutumu ve özgüven düzeyini etkileyebileceği düşünülen bazı faktörler incelenmiştir. Araştırma sonuçları incelenen faktörlerle sınırlıdır.

Veri toplama araçları ve analizleri

Çalışmanın verilerini toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Anketi, İnsani Değerler Ölçeği ve Özgüven Ölçeği kullanılmıştır. Anket formu, değişkenler ve ölçek soruları

olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Sosyo-demografik değişkenler; yaş, cinsiyet, sınıf, sosyo-ekonomik düzey, anne baba birliktelik durumu, yaşamlarının geçtiği yerleşim birimi ve dindarlık değişkenleri ile incelenmektedir. Uygulama Kasım 2020’de gerçekleştirilmiştir. Bir anket formunun doldurulma süresi ortalama olarak 20-25 dakika arasında gerçekleşmiştir. Anket formları internet ortamında Google form kullanılarak Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerine anketör yardımı alınmadan 270 adet öğrenciye ulaştırılmış ve uygulanmıştır. Ancak özensiz ve eksik doldurma vb. nedenlerle anketlerden 13’ü çıkarılmış ve 257 anket istatistiksel analize dahil edilmiştir. Anketin ikinci kısmında yer alan ölçekler aşağıda verilmiştir.

Özgüven Ölçeği (ÖÖ)

Bu çalışmada örnekleme uygulanan “Özgüven” ölçeği (Akın, 2007: 499) Akın (2007) tarafından geliştirilmiştir. Araştırmanın geçerlik ve güvenilirlik çalışması İstanbul, Kocaeli ve Sakarya’nın farklı liselerinde öğrenimine devam eden 796 lise öğrencisi üzerinde yürütülmüştür.

Özgüven ölçeğinin maddeleri beş basamaklı Likert tipi bir ölçektir. (1-Hiçbir zaman, 2-Nadiren, 3-Sık sık, 4-Genellikle, 5-Her zaman) bir dereceleme ölçeği şeklinde yazılmıştır.

Araştırmada Özgüven Ölçeğinin geçerlik çalışmaları olarak yapı ve uyum geçerlikleri, güvenilirlik çalışmaları olarak ise iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirlikleri ve madde analizi yapılmıştır. Ölçeğin faktör yükleri .31 ile .75 arasında bulunmuştur. Yapılan faktör analizi sonucunda toplam varyansın % 43,6’sını açıklayan ve iç özgüven ile dış özgüven olarak toplam 33 madde elde edilmiştir.

İnsani Değerler Ölçeği (İDÖ)

Bu çalışmada örnekleme uygulanan İnsani Değerler Ölçeği (Dilmaç, 2007: 69). tarafından geliştirilmiştir. Ölçek maddelerini oluşturmak için ilk Ekim 2007 de, 170 kişilik öğrenciden oluşan bir örneklem grubuna ölçeğin alt boyutuna ilişkin evrensel değerler bazında da kabul görmüş olan (Sorumluluk, Dostluk/Arkadaşlık, Barışçı Olma, Saygı, Hoşgörü ve Dürüstlük) gibi değerlere ilişkin açık uçlu ifadeler verilmiş ve bu ifadelerle ilgili görüşleri alınmıştır. Öğrencilerden elde edilen veriler bir araya getirilmiş ve bu veriler, 176 maddelik bir madde havuzu daha sonra da bu madde havuzundaki ifadelerden benzer ifadeler elendikten sonra 95 maddelik bir form oluşturulmuştur. Bu form 65 kişilik bir örnekleme uygulanarak karmaşık ifadeler belirlenmiştir. Yapılan bu uygulama sonucunda anlaşılamayan maddeler elenerek madde sayısı 85 e düşürülmüştür. Bu ön çalışma sonucunda elde edilen form Psikolojik Danışma ve Rehberlik alanında akademik düzeyde çalışan 15 uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzmanların maddelerin insani değerleri ölçüp ölçmedikleri konusundaki görüşleri doğrultusunda (En az beş uzmanın) ölçekteki maddelerden 11’i daha çıkarılmıştır. Bu

düzenlemelerden sonra, 74 maddeden oluşan İnsani Değerler Ölçeği deneme formu oluşturulmuştur. Bu ölçek 6 boyuttan ve 42 kriterden oluşmaktadır. Bu boyutlar; sorumluluk (7 madde), dostluk (7 madde), barışçı olma (7 madde), saygı (7 madde), hoşgörü (7 madde), dürüstlük (7 madde) kavramlarından oluşmaktadır. Likert tipi olan bu ölçekte maddeler Hiçbir zaman, Nadiren, Ara sıra, Sık sık, Her zaman şeklinde 5 basamaktan oluşmaktadır.

Verilerin Analizi

Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Betimsel Dağılımı

Tablo 1: Örneklemin Demografik Özelliklerine Göre Betimsel Dağılımı

	Değişken		f	%
1.	Cinsiyet	Erkek	123	47,9
		Kız	134	52,1
		Toplam	257	100
2.	Yaş	17-18	34	13,2
		19-20	12	4,7
		21-22	75	29,2
		23-24	70	27,2
		25 ve üzeri	66	25,7
		Toplam	257	100
3.	Sınıf	Hazırlık Sınıfı	35	13,6
		1.Sınıf	38	14,8
		2.Sınıf	33	12,8
		3.Sınıf	45	17,5
		4.Sınıf	75	29,2
		Mezun	31	12,1
		Toplam	257	100
4.	Sosyo-Ekonomik	Düşük	31	12,1
		Orta	221	86,0
		Yüksek	5	1,9
		Toplam	257	100

Tablo 1, katılımcıların demografik özelliklerine göre betimsel dağılımını göstermektedir. Buna göre örneklemin 123'ü erkek (%47,9) ve 134'ü kız (%52,1) olarak görülmektedir. Katılımcıların 34'ü 17-18 yaş aralığında (%13,2), 12'si 19-20 (%4,7), 75'i 21-22 (%29,2), 70'i 23-24 (27,2), 66'sı ise 25 ve üzeri (%25,7) yaş aralığında yer almaktadır. Örneklemin sınıflara göre dağılımı ise Hazırlık Sınıfı (N:35, %13,6), 1. Sınıf (N:38, %14,8), 2. Sınıf (N: 33, %12,8), 3. Sınıf (N: 45, %17,5), 4. Sınıf (N: 75, %29,2) ve Mezun

(N: 31, %12,1) şeklindedir. Daha sonra katılımcıların sosyo-ekonomik düzeyleri 31'i düşük (%12,1), 221'i orta (%86,0) ve 5'i ise yüksek (%1,9) şeklinde dağılım göstermiştir.

Katılımcıların Ebeveyn Özelliklerine Göre Betimsel Dağılımı

Tablo 2: Örneklemin Ebeveyn Özelliklerine Göre Betimsel Dağılımı				
	Değişken		f	%
1.	Alınan Kararlarda Aile Baskısı	Evet	31	12,1
		Hayır	102	39,7
		Bazen	124	48,2
		Toplam	257	100
2.	Anne-Baba Birliktelik Durumu	Birlikte Yaşıyorlar	228	88,7
		Boşandılar	5	1,9
		Annem Hayatta Değil	6	2,3
		Babam Hayatta Değil	15	5,8
		Her İkisi de Hayatta Değil	3	1,2
		Toplam	257	100
.	Anne Tutum	Otoriter (Sert ve Kuralcıdır)	36	14,0
		İlgisiz (Uzak ve İlgisizdir)	15	5,8
		Demokratik (Kurallar vardır ama baskı yapılmaz)	206	80,2
		Toplam	307	100,0
4.	Baba Tutum	Otoriter (Sert ve Kuralcıdır)	53	20,6
		İlgisiz (Uzak ve İlgisizdir)	38	14,8
		Demokratik (Kurallar vardır ama baskı yapılmaz)	166	64,6
		Toplam	257	100

Tablo 2, katılımcıların ebeveyn özelliklerine göre betimsel dağılımını göstermektedir. Buna göre katılımcılara “*Aldığınız kararlarda ailenizden baskı görüyor musunuz?*” sorusunu yönelttiğimizde Evet yanıtı verenler N: 31 (%12,1), Hayır yanıtı verenler N:102 (39,7) ve Bazen yanıtı verenler N: 124 (%48,2) şeklindedir. Katılımcılarımızın 228’inin (%88,7) anne babası birlikte yaşamakta, 5’inin (%1,9) anne babası boşanmaktadır. Bununla birlikte 6’sının (%2,3) annesi, 15’inin (%5,8) babası ve 3’ünün (%1,2) hem anne hem de babası hayatta değildir. Örneklemin anne tutumu, N:36

(%14,0) “Otoriter (Sert ve Kuralcıdır)”, N:15 (%5,8) “İlgisiz (Uzak ve İlgisizdir)” ve N:206 (%80,2) “Demokratik (Kurallar vardır ama baskı yapılmaz)” şeklinde dağılım göstermektedir. Örneklemimizin baba tutum dağılımı ise N:53 (%20,6) “Otoriter (Sert ve Kuralcıdır)”, N:38 (%14,8) “İlgisiz (Uzak ve İlgisizdir)” ve N:166 (%64,6) “Demokratik (Kurallar vardır ama baskı yapılmaz)” şeklindedir.

Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre Özgüven ve İnsani Değer Tutumları

Anne-Baba Birliktelik Durumuna Göre Özgüven Puanları

Tablo 3. Anne-Baba Birliktelik Durumuna Göre Özgüven Puanları						
No		N	%	Xö	Sö	Scheffe
1	Birlikte Yaşıyorlar	228	88,7	12,65	19,47	1/2
2	Boşandılar	5	1,9	12,90	20,38	
3	Annem Hayatta Değil	6	2,3	11,56	17,77	
4	Babam Hayatta Değil	15	5,8	12,19	14,16	
5	Her İkisi de Hayatta Değil	3	1,2	13,30	1,00	
	Toplam	257	100	12,61	19,09	
df=4/252 f=4,213 p=.002 p<.05						

Tablo 3 anne-baba birliktelik durumuna göre özgüven puanlarını yansıtmaktadır. Buna göre anne-babası birlikte yaşayanların özgüven puan ortalaması 12,65, boşananların 12,90, annesi hayatta olmayanların 11,56, babası hayatta olmayanların 12,19 ve her ikisi de hayatta olmayanların 13,30’dur. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun aile birlikteliği olanlar (I. Grup) ile boşananlar (II. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Çalışmamız içerisinde yer alan hipotezlerimizden “Çalışma grubunun Özgüven düzeyi anne-baba birliktelik durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezi doğrulanmaktadır. Anne babası birlikte yaşayanların özgüven puan ortalaması 12,65, boşananların 12,90,

annesini hayatta olmayanların 11,56, babası hayatta olmayanların 12,19 ve her ikisi de hayatta olmayanların 13,30'dur. Bu sonuçlara göre istatistiksel manada bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu farklılaşmanın aile birlikteliği olanlar ile boşananlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre Özgüven Düzeyleri

Tablo 4. Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre Özgüven Düzeyleri						
No		N	%	Xö	Sö	Scheffe
	Düşük	31	12,1	12,40	21,56	1/3
2	Orta	221	86,0	12,60	18,83	
3	Üst	5	1,9	14,00	7,28	
	Toplam	257	100	12,61	19,09	
df=2/254 f=5,900 p=.003 p<.05						

Tablo 4 sosyo-ekonomik düzeye göre özgüven puanlarını göstermektedir. Buna göre sosyo-ekonomik düzeyi düşük olanların özgüven puan ortalaması 12,40, orta olanların 12,60, üst olanların 14,00'dır. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun sosyo-ekonomik düzeyi düşük olanlar (I. Grup) ile üst olanlar (III. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Tabloda karşımıza çıkan bir diğer sonuç da sosyo-ekonomik düzey arttıkça özgüven puanının da artmasıdır. Hipotezlerimizden "Çalışma grubunun insani değerler tutum düzeyi sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır." hipotezi doğrulanmıştır. Sosyo-ekonomik düzeyi düşük olanların özgüven puan ortalaması 15,76, orta olanların 15,88, üst olanların 15,58'dir. Bu sonuçlara istatistiksel manada bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu farklılaşmanın sosyo-ekonomik düzeyi orta olanlar ile üst olanlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir.

Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre İnsani Değerler Tutum Düzeyleri

Tablo 5. Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre İnsani Değerler Tutum Düzeyleri						
No		N	%	Xid	Sid	Scheffe
1	Düşük	31	12,1	15,76	15,79	2/3
2	Orta	221	86,0	15,88	12,62	
3	Üst	5	1,9	15,58	7,56	
	Toplam	257	100	15,86	12,93	
df=2/254 f=3,467 p=.032 p<.05						

Tablo 5 sosyo-ekonomik düzeye göre insani değerler tutum düzeylerini göstermektedir. Buna göre sosyo ekonomik düzeyi düşük olanların özgüven puan ortalaması 15,76, orta olanların 15,88, üst olanların 15,58'dir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü

Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun sosyo-ekonomik düzeyi orta olanlar (II. Grup) ile üst olanlar (III. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Araştırma verileri doğrultusunda “Çalışma grubunun insani değerler tutum düzeyi sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezi doğrulanmaktadır. Sosyo-ekonomik düzeyi düşük olanların özgüven puan ortalaması 15,76, orta olanların 15,88, üst olanların 15,58’dir. Bu verilere de istatistiksel manada bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu durumun sosyo-ekonomik düzeyi orta olanlar ile üst olanlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

Alınan Kararlarda Aile Baskısı Görme Düzeyine Göre İnsani Değerler Tutum Puanları

Tablo 6. Alınan Kararlarda Aile Baskısı Görme Düzeyine Göre İnsani Değerler Tutum Puanları						
No		N	%	Xid	Sid	Scheffe
1	Evet	31	12,1	15,66	16,05	2/3
2	Hayır	102	39,7	15,98	15,98	
3	Bazen	124	48,2	15,81	15,81	
	Toplam	257	100	15,86	15,86	
df=2/254 f=3,414 p=.034 p<.05						

Tablo 6 Alınan Kararlarda Aile Baskısı Görme Düzeyine Göre İnsani Değerler Tutum Puanları göstermektedir. Elde edilen verilere göre alınan kararlarda aileden baskı görenlerin insani değerler puan ortalaması 15,66, baskı görmeyenlerin 15,98, bazen baskı görenlerin 15,81’dir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun alınan kararlarda aileden baskı görmeyenler (II. Grup) ile bazen görenler (III. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Elde ettiğimiz veriler doğrultusunda “Çalışma grubunun insani değerler tutum düzeyi alınan kararlarda aile baskısı görme düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.” hipotezi doğrulanmaktadır. Aileden baskı görenlerin insani değerler puan ortalaması 15,66, baskı görmeyenlerin 15,98, bazen baskı görenlerin 15,81’dir. Bu sonuçlara göre istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu durumun alınan kararlarda aileden baskı görmeyenler ile bazen görenler arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

Dindarlık Algılarına Göre Özgüven ve İnsani Değer Tutumları

Öznel Dindarlık Algısına Göre İnsani Değerler Tutum Düzeyleri

Tablo 7. Öznel Dindarlık Algısına Göre İnsani Değerler Tutum Düzeyleri						
No		N	%	Xid	Sid	Scheffe
1	Katılıyo- rum	182	70,8	15,87	12,77	1/2
2	Katılmıyo- rum	9	3,5	15,27	19,96	
3	Kararsızım	66	25,7	15,91	12,25	
	Toplam	257	100	15,86	12,93	
df=2/254 f=3,354 p=.036 p<.05						

Tablo 7 öznel dindarlık algısına göre insani değerler tutum puanlarını göstermektedir. Katılımcılardan kendisini dindar görenlerin (% 70,8) insani değerler tutum puan ortalaması 15,87, dindar görmeyenlerin (% 3,5) 15,27 ve bu konuda kararsız olanların (% 25,7) puan ortalaması 15,91'dir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun dindar olduğunu düşünenler (I. Grup) ile dindar olmadığını düşünenler (II. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Çalışma içerisinde yer alan "Öznel dindarlık algısı ile insani değerler düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir." hipotezi doğrulanamamıştır. Öznel dindarlık algısına göre insani değerler tutum puanlarını göstermektedir. Katılımcılardan kendisini dindar olarak düşünenlerin insani değerler tutum puan ortalaması 15,87, dindar olarak düşünmeyenlerin 15,27 ve bu konuda kararsız olanların puan ortalaması 15,91'dir. Veriler incelendiğinde dindarlık yönünden kararsız olanların insani değerler puanları daha yüksektir. Bu sonuçlara göre istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Farklılaşmanın kendisini dindar olarak düşünenler (1. Grup) ile dindar olarak düşünmeyenler (2. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

Öznel Dindarlık Algısına Göre Özgüven Puanları

Tablo 8. Öznel Dindarlık Algısına Göre Özgüven Puanları						
No		N	%	Xö	Sö	Scheffe
1	Katılıyo- rum	182	70,8	12,81	18,23	1/3
2	Katılmıyo- rum	9	3,5	11,54	21,21	
3	Kararsızım	66	25,7	12,18	20,19	
	Toplam	257	100	12,61	19,09	
df=2/254 f=4,206 p=.016 p<.05						

Tablo 8 öznel dindarlık algısına göre özgüven tutum puanlarını göstermektedir. Katılımcılardan kendisini dindar görenlerin (% 70,8) insani değerler tutum puan ortalaması 12,81, dindar görmeyenlerin (% 3,5) 11,54 ve bu konuda kararsız olanların (% 25,7) puan ortalaması 12,18'dir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun dindar olduğunu düşünenler (I. Grup) ile dindar olup olmadığı konusunda kararsız olanlar (III. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda "Öznel dindarlık algısı ile özgüven düzeyi pozitif yönde ilişkilidir." hipotezi doğrulanmıştır. Katılımcılardan kendisinin dindar olduğunu düşünenlerin insani değerler tutum puan ortalaması 12,81, dindar olmadığını düşünenlerin 11,54 ve bu konuda kararsız olanların puan ortalaması 12,18'dir. Bu verilere göre dindar olduğunu düşünenlerin özgüven düzeyleri daha yüksektir. Bu sonuçlara göre istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun dindar olduğunu düşünenler ile dindar olup olmadığı konusunda kararsız olanlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

Sağlam Dinî İnanç Olmadan Mutlu Olma Algısına Göre İnsani Değerler Tutum Puanları

Tablo 9. Sağlam Dinî İnanç Olmadan Mutlu Olma Algısına Göre İnsani Değerler Tutum Puanları						
No		N	%	Xid	Sid	Scheffe
1	Katılıyorum	23	8,9	15,47	13,13	2/3
2	Katılmıyorum	193	75,1	16,05	12,32	
3	Kararsızım	41	16	15,18	13,10	
	Toplam	257	100	15,86	12,93	
df=2/254 f=9,587 p=.000 p<.05						

Tablo 9 sağlam dinî inanç olmadan mutlu olma algısına göre insani değerler tutum puanları göstermektedir. Katılımcılara 'Sağlam dinî inançları olmadan da insan mutlu bir hayat yaşayabilir' önermesine katılıp katılmadıkları sorulmuş ve örneklemin çoğunun (%75,1) soruya katılmıyorum yanıtını verdiği görülmüştür. Buna göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun Sağlam dinî inançları olmadan da insan mutlu bir hayat yaşayabilir' önermesine katılmayanlar (II. Grup) ile bu konuda kararsız olanlar (III. Grup) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir. Sonuç olarak "Mutlu bir yaşam için sağlam dinî inanç gerekliliği algısına göre insani değerler düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir." hipotezi doğrulanamamıştır. Katılımcılara

‘Sağlam dinî inançları olmadan da insan mutlu bir hayat yaşayabilir’ önermesine katılıp katılmadıkları sorulmuş ve katılıyorum seçeneğini tercih edenlerin insani değerler düzey puanı 15,47, katılmıyorum seçeneğini tercih edenlerin 16,05 ve kararsızım seçeneğini tercih edenlerin 15,18 şeklinde dağılım göstermiştir. Bu sonuçlara göre de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu durumun Sağlam dinî inançları olmadan da insan mutlu bir hayat yaşayabilir’ önermesine katılmayanlar ile bu konuda kararsız olanlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Hiz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre Özgüven Puanları

Tablo 10. Hz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre Özgüven Puanları						
No		N	%	Xö	Sö	Scheffe
1	Kesinlikle Bana Uygun	124	48,2	13,03	18,47	1/2 1/3
2	Bana Uygun	122	47,5	12,29	18,86	
3	Kararsızım	9	3,5	11,00	11,83	
4	Bana Uygun Değil	0	0	0	0	
5	Kesinlikle Bana Uygun Değil	2	0,8	14,05	34,64	
	Toplam	257	100	12,61	19,09	
df=3/253 f=5,517 p=.001 p<.05						

Tablo 10 Hiz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre Özgüven Puanlarını yansıtmaktadır. Buna Hiz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların özgüven puan ortalaması 13,03, uygun bulanların 12,29, kararsız olanların 11,00 ve kendisine kesinlikle uygun bulmayanların 14,05’tir. “Bana uygun değil” seçeneği tercih edilmediği için değerlendirilmemiştir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) da istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun Hiz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların (I. Grup) ile uygun bulanların (II. Grup) ve uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların (I. Grup) ile kararsızlar (III. Grup) arasındaki farklılıklardan kaynaklandığını göstermektedir. Çalışmamız içerisinde yer alan “Hiz. Muhammed’in davranışlarını uygulama durumlarına göre özgüven

düzeyi pozitif yönde ilişkilidir.” Hipotezi doğrulanamamıştır. Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların özgüven puan ortalaması 13,03, uygun bulanların 12,29, kararsız olanların 11,00 ve kendisine kesinlikle uygun bulmayanların 14,05’tir. “Bana uygun değil” seçeneği tercih edilmediği için değerlendirilmemiştir. Bu sonuçlara göre istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu farklılaşmanın Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların ile uygun bulanların ve uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların ile kararsızlar arasındaki farklılıklardan kaynaklandığını göstermektedir.

Hz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre İnsani Değerler Tutum Puanları

Tablo 11. Hz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre İnsani Değerler Tutum Puanları						
No		N	%	Xid	Sid	Scheffe
	Kesinlikle Bana Uygun	124	48,2	16,14	11,90	1/2 1/3
2	Bana Uygun	122	47,5	15,65	12,74	
3	Kararsızım	9	3,5	14,72	13,48	
4	Bana Uygun Değil	0	0	0	0	
5	Kesinlikle Bana Uygun Değil	2	0,8	17,00	36,76	
	Toplam	257	100	15,86	12,93	
df=3/253 f=6,234 p=.000 p<.05						

Tablo 11 Hz. Muhammed’in Davranışlarını Uygulamaya Göre İnsani Değerler Tutum Puanlarını yansıtmaktadır. Buna Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların insani değerler tutum puan ortalaması 16,14, uygun bulanların 15,65, kararsız olanların 14,73 ve kendisine kesinlikle uygun bulmayanların 17,00’dır. “Bana uygun değil” seçeneği tercih edilmediği için değerlendirilmemiştir. Bu sonuçlara göre Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA) de istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Post-Hoc (Scheffe) ise bu durumun Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların (I. Grup) ile uygun bulanların (II. Grup) ve uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların (I.

Grup) ile kararsızlar (III. Grup) arasındaki farklılıklardan kaynaklandığını göstermektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda “Hz. Muhammed’in davranışlarını uygulama durumlarına göre insani değerler düzeyleri pozitif yönde ilişkilidir.” hipotezi doğrulanmamıştır. Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların insani değerler tutum puan ortalaması 16,14, uygun bulanların 15,65, kararsız olanların 14,73 ve kendisine kesinlikle uygun bulmayanların 17,00’dir. “Bana uygun değil” seçeneği tercih edilmediği için değerlendirilmemiştir. Bu sonuçlara göre istatistiksel anlamda bir farklılaşma bulunmuştur ($p<.5$). Bu durumun Hz. Muhammed’in davranışını uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların ile uygun bulanların ve uygulamayı kesinlikle kendine uygun bulanların ile kararsızlar arasındaki farklılıklardan kaynaklandığını göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi özelinde İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin aile dindarlığı ve öznel dindarlık, anne-baba birliktelik durumu, sosyo-ekonomik düzey, alınan kararlarda aile baskısı görme düzeyi, sağlam bir dinî inanca sahip olmadan mutlu olabilme algısı ve Hz. Muhammed’in davranışlarını uygulama değişkenleri açısından “Özgüven algıları ve İnsanî değer tutumları” hakkındaki düşünceleri belirlemeye odaklanılmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın evreni Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi olup örnekleme ise İlahiyat Fakültesi olarak belirlenmiştir. Çalışmanın odağında birbirine bağlı iki problem bulunmaktadır. Bunlar “Örneklemin özgüven ve insani değerler düzeyi sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?” “Örneklemin dindarlık tutumlarına göre insani değerler ve özgüven düzeyi farklılaşmakta mıdır?” şeklinde ifade edilebilir.

Araştırmada sosyo-demografik değişkenlerden anne-baba birliktelik durumuna göre özgüven puan oranları farklılaşmakla birlikte anne-babası hayatta olmayan katılımcıların özgüven puanları daha yüksek çıkmıştır. Sosyo-ekonomik düzeye göre özgüven düzeyi oranı farklılaşmış; sosyo-ekonomik durumu orta düzeyde olan örneklemimizin özgüven puanları daha fazla çıkmıştır. Aynı şekilde sosyo-ekonomik düzeyi orta seviyede olan katılımcılarımızın insani değerler puanı diğerlerine göre daha yüksektir.

Alınan kararlarda aile baskısı görme düzeyine göre insani değerler tutum puanları incelendiğinde karar alırken ailesinden baskı görmeyen katılımcıların insani değerler puanı baskı görenlere ve bazen baskı görenlere göre daha yüksektir. Örneklemin dindarlık algılarına göre özgüven ve insani değer tutumlarına bakıldığında, öznel dindarlık algısına göre insani değerler tutum puanı kendilerini dindar olarak görme noktasında kararsız olanlarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Sağlam bir dinî inanca sahip olmadan mutlu olma algısına göre insani değerler tutum puanlarını incelendiğin-

de ise bireyin sağlam dinî inancı olmadan da mutlu olabileceği görüşüne katılmayanların insani değerler puanı daha yüksektir.

Son olarak Peygamberimiz Hz. Muhammed'in davranışlarını uygulama oranına göre özgüven ve insani değer tutumları incelenmiş ve Peygamberimizin davranışını kendisine uygun bulmayanlar ile uygun bulanlar arasında önemli bir farklılaşmanın olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak aile dindarlığı ve öznel dindarlık, anne-baba birliktelik durumu, sosyo ekonomik düzey, alınan kararlarda aile baskısı görme düzeyi, sağlam dinî inanç olmadan mutlu olma algısı ve Hz. Muhammed'in davranışlarını uygulama değişkenlerinin özgüven algısı ve insani değerler tutumlarında etkili olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Acar, M. C. (2019), öz güven ile dindarlık arasındaki ilişki üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14, 64-78.
- Akarsu, B. (1998). *Felsefe terimleri sözlüğü*. İnkılap Kitabevi.
- Akbaba Altun, S. (2003) Eğitim yönetimi ve değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1/1, 7-18.
- Akın, A. (2007). Özgüven ölçeğinin geliştirilmesi ve psikometrik özellikleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7/2, 167-176.
- Aktan, C.C. & Şen, H. (2015). Globalleşme ve Türkiye. *Mercek Dergisi*, 6/21, 104-112.
- Aydın, M. (2003). Gençliğin değer algısı. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1/3, 121-144.
- Aydın, M. (2011). Değerler, işlevleri ve ahlâk. *Eğitime Bakış*, 7/19, 39-45.
- Aydınlı, O. (2007). İlk Müslüman toplum inşasında özgüven faktörü ve Rıdvan Biatı". *İslami İlimler Dergisi*, 431-442.
- Beyoğlu, A. (2015). Sanat eğitiminde algı, görsel algı ve yanılsama: Victor Vasarely'nin çalışmaları üzerine bir inceleme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17/1, 331-348.
- Bilgin, O. (2011). *Ergenlerde Özgüven Düzeyinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü*. Paradigma Yay.
- Coşkun, A. (2003). Din ve kimlik. *Marmara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, 24/1, 5-23.
- Çetintaş, İ. (2014). *İslam düşüncesinde değerler metafiziği*. Elis Yay.

- Çınar, F. (2019). Gençlik değerler ve bağımlılık profilleri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2/43, 164-186.
- Çoban, M. (2016). Değerler eğitiminin referansları bağlamında Hacı Bektaş-ı Velî'nin Makâlâtı. *Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13/1, 1-22.
- Dılmaç, B. (2007). Fen lisesi öğrencilerine insani değerler eğitimin verilmesi ve insani değerler ölçeği ile sınanması [Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Doğan, D. M. (1996). *Büyük Türkçe sözlük*. İz Yay.
- Güngör, E. (1998). *Değerler psikolojisi*. Ötüken Neşriyat.
- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. (2018). *2018-2022 Stratejik planı*.
- Kate, B. & Binley, P. (2006). *Building confidence for dummies*. John Wiley & Sons.
- Kaymakcan, R. & Meydan, H. (2014). *Ahlak ve değerler eğitimi*. Dem Yayınları.
- Kırık, A. M. & Sönmez, M. (2017). İletişim ve mutluluk ilişkisinin incelenmesi. *İNİF e-dergi* 2/1, 15-26.
- Koyuncu Ş., M. (2015). *Okul öncesi öğretmenlerinin öz güvenleri ve mesleki tutumlarının incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kocatepe Üniversitesi.
- Köse, A. (2016). Değer ve siyaset ilişkisi: 22 Temmuz 2007 seçimi üzerine bir değer analizi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3/12, 2-19.
- Kurt; A.O. & Göler, M.E. (2017). Anadolu'da ilk tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21/2, 1107-1138.
- Marshall, G. (2014). *Sosyoloji sözlüğü* (Çev.: O. Akınhay ve D. Kömürcü). Bilim ve Sanat Yay.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 20 Ocak 2021. <http://tdk.gov.tr>
- Usta, A. (2018). Aydınlanma düşüncesine kısa bir bakış. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1, 74-90.
- Ülken, H. Z. (1996). *Sosyoloji sözlüğü*. Milli Eğitim Basımevi.