

TC  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANA BİLİM DALI  
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DİN VE EKONOMİ;  
KURAMSAL BİR YAKLAŞIM**

**NAGİHAN GÖNÜL AKDOĞAN  
09710010**

**TEZ DANIŞMANI  
Prof. Dr. ERCAN EREN**

**İSTANBUL  
2012**

TC  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANA BİLİM DALI  
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DİN VE EKONOMİ;  
KURAMSAL BİR YAKLAŞIM**

**NAGİHAN GÖNÜL AKDOĞAN  
09710010**

**TEZ DANIŞMANI  
Prof. Dr. ERCAN EREN**

**İSTANBUL  
2012**

TC  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANA BİLİM DALI  
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DİN VE EKONOMİ;  
KURAMSAL BİR YAKLAŞIM

NAGİHAN GÖNÜL AKDOĞAN  
09710010

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 15.08.2012  
Tezin Savunulduğu Tarih: 14.08.2012

Tez Oy birliği / Oy çokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ercan EREN

Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Murat DONDURAN

Doç. Dr. Metin SARFATI

İmza

*Handwritten signature of Murat Donduran*

İSTANBUL  
AĞUSTOS 2012

## ÖZ

### **DİN VE EKONOMİ, KURAMSAL BİR YAKLAŞIM**

**Nagihan Gönül Akdoğan**

**Ağustos, 2012**

Dinin, bireylerin günlük ekonomik yaşantısı üzerindeki etkileri, din ve ekonomi arasındaki ilişkinin incelenmesinde önemli bir etken olmuştur. Hem din hem de ekonomi, toplumsal yaşamı oluşturan ve toplumda bireyin düşünce ve davranış kalıplarına yön veren dokular veya ortamlardır. Din; rekabetçi piyasada dini kurumlar ve din adamları tarafından üretilen, ona inanan cemaat üyeleri tarafından tüketilen farklılaşmış bir maldır. Din piyasası; dini grup ve cemaatlerin varlıklarını sürdürebilmesi için kaynak ve üye bulma mücadelesi verdikleri piyasalardır. Arz edenler, bunu gerçekleştirirken, dışsallık, bedavacılık gibi sorunlarla da başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Dinin talep yönü; Beşeri Sermaye Teorisi, Rasyonel Seçim Teorisi ve Hane Halkı Üretim Modeli ile açıklanabilmektedir. Dini talep edenler, kulüp mallarını tüketmek ve üyeliklerini devam ettirmek için katı dinler ya da dini kulüpler tarafından uygulanan bazı maliyetleri, fedakarlık yaparak ve kendilerini bu uğurda kurban ederek ödemeye istekli olmak zorundadır. Bu gibi fedakarlık beklentileri, bedelsiz kullanıcıları azaltmada rol oynamaktadır. Çalışmanın amacı; din ve ekonomi arasındaki bu ilişkiyi, kuramsal bir yaklaşımla incelemektir. Çalışmanın ileri safhalarında Max Weber'in öncü olduğu araştırmalar ışığında, Batılı Hristiyan ülkelerin ekonomik açıdan ileri seviyelerde olması, çoğu Müslüman ülkelerin ise ekonomik gelişmelerde geri kalmasında ki dinin rolü incelenmiş, dini farklılığın bu sonuca ulaştıran tek etmen olmadığı kanısına varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler** : Din, Ekonomi, Din Piyasası, Dini Ürün, Ekonomik Gelişme.

## ABSTRACT

### RELIGION AND ECONOMICS, A THEORETICAL APPROACH

Nagihan Gönül Akdoğan

August, 2012

Influence of the religion on daily economical life of men plays an important role while researching the relation between religion and economy. Both religion and economy is a place of where people shift their ideas and their manners that creates life. Religion is such a kind of artificial differentiated good which was manufactured by reverends and religious institution in a competitive market and consumed by the members of a group who believe in this. Religion market is a kind of market where these societies search for resources and members to survive in this sector, we the suppliers find this easy to perform they are also forced to deal with externality, free-riders. Demand way of religion can expalined by The theory of human capital, Rational choice theory and Household production model. Religion demanders have to be willing to pay the costs that are carried out by the strict religion or religious clubs by making sacrifice and stigma themselves in order to consume the club properties and continue their memberships. This type of sacrifice expectations have role on decreasing the free-riders. Aim of the research is to examine the relationship between religion and economy in a theoretical approach. Max Weber's pioneering research in the advanced stages of the study in the light, the Western Christian countries are economically advanced levels, in most Muslim countries back while maintaining the economic developments that examined the role of religion, religious diversity is concluded that this result is not the only factor conveys.

**Keywords** : Religion, Economics, Religious Market, Religious Product, Economic Development.

## ÖNSÖZ

Dinsel dogmalar ve bunların yorumlanması, bireylerin ve grupların ekonomik tercihlerini ve davranışlarını açıklamada önem arz etmektedir. Dinsel anlayışlar, ekonomik gelişmelerin açıklayıcı değişkenlerindedir. Din piyasası; diğer seküler piyasalarda olduğu gibi, arz ve talebin etkileşiminde, firmaların, tüketicilerin beklentisine uygun yeni mal ve hizmetleri sunma telaşında olduğu bir piyasadır. Din ve ekonomi, karşılıklı etkileşim halinde olan iki bağımlı değişkendir. Weber, din ve ekonomi arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara öncü olan çalışmasında, ekonomik gelişmeyi Protestan ahlakına, genel anlamda ise din olgusuna bağlıdır, kanaatine ulaşmıştır.

Din sosyolojisi, din felsefesi ve ilahiyatla ilişkileri kaçınılmaz olan bu çalışmada, hem bu bilim dallarının çalışmalarından ve bakış açılarından faydalanılmış, hem de mümkün olduğunca iktisadi bakış açısından çıkılmamaya çalışılmıştır.

Çalışmamız boyunca gerek konunun belirlenmesinde gerekse çalışmanın her aşamasında, günün her saatinde yardım ve desteklerini esirgemeyen, bilimsel bir zihniyet ve bakış açısı kazanmam için bana yol gösteren, isimlerini her zaman saygıyla anacağım, tez danışmanım saygıdeğer hocam Prof. Dr. Ercan EREN'e sonsuz teşekkürlerimi borç bilirim.

Yüksek lisans öğrenimim ve tez çalışmam boyunca her zaman paylaşımda ve yardımda bulunduğumuz, birbirimizi desteklediğimiz arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Ayrıca; tüm hayatım boyunca benden hiçbir zaman maddi-manevi destek ve sevgisini esirgemeyen, her zaman yanımda olan ve bundan sonrada olacaklarını bildiğim, annem Bakiye Akdoğan, babam Mehmet Akdoğan, abim Gürkan Akdoğan ve nişanlım Gündüz Kargın'a çok teşekkür ederim.

Bu çalışmanın İktisat bilimine küçük de olsa katkıda bulunması, daha sonra yapılacak çalışmalara kaynak oluşturması, onur verecektir.

İstanbul, Ağustos, 2012

Nagihan Gönül Akdoğan

## İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

<b>ÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vi</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>GRAFİKLER LİSTESİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>x</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. DİN EKONOMİSİ</b> .....	<b>6</b>
2.1. Din ve Ekonomi, Tanımı, Özellikleri .....	6
2.2. Din Piyasası .....	7
2.2.1. Piyasa Ekonomisi ve Ahlak .....	8
2.2.2. Dini Mallar ve Rekabetçi Piyasa .....	10
2.3. Din Ekonomisinde Talep .....	14
2.3.1. Dini Talep Modeli .....	21
2.3.2. Dini Beşeri Sermaye .....	24
2.3.3. Din ve Rasyonel Seçim .....	27
2.4. Din Ekonomisinde Arz .....	31
2.4.1. Kulüp Teorisi, Dışsallıklar ve Bedavacılık Sorunu .....	33
2.4.2. Fedakarlık (Sacrifice) ve Kurban Olma (Stigma) .....	36
2.4.3. Optimal Firma Büyüklüğü .....	39
2.4.4. Dini Risk ve Seçkinlik Stratejileri .....	40
<b>3. DİN VE EKONOMİK GELİŞME</b> .....	<b>42</b>
3.1. Hristiyanlık ve Ekonomik Gelişme .....	42
3.2. İslamiyet ve Ekonomik Gelişme .....	46
<b>4.SONUÇ</b> .....	<b>52</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>56</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	<b>62</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
<b>Tablo 2.1:</b> Kişi Başına Düşen Gelir - Dindarlık Karşılaştırması .....	19



## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
<b>Şekil 2.1:</b> Teolojik Ürün Alanı, Monopol Kilise .....	12
<b>Şekil 2.2:</b> Teolojik Ürün Alanı, Rekabetçi Giriş .....	13
<b>Şekil 2.3:</b> Kendilerini Bir Dinin Parçası Olarak Gören Katılımcılar .....	15
<b>Şekil 2.4:</b> Hayatlarında Tanrı'nın Çok Önemli Bir Yere Sahip Olduğunu Söyleyen Katılımcılar .....	16
<b>Şekil 2.5:</b> Tanrı'ya En Çok İnanan 10 Ülke.....	17
<b>Şekil 2.6:</b> Evrim Teorisi'ne Olan İnanç .....	18
<b>Şekil 2.7:</b> Yayılımın Faydaları ve Verimlilik .....	36
<b>Şekil 3.1:</b> Örgütsel Sapma: Orta Doğu ve Batı Avrupa .....	44

## KISALTMALAR

<b>Age</b>	: Adı geçen eser
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>Bs</b>	: Baskı
<b>C</b>	: Cilt
<b>ev</b>	: Çeviren
<b>Diğ</b>	: Diğerleri
<b>Hz</b>	: Hazreti
<b>S</b>	: Sayı
<b>Vb</b>	: Ve benzeri

## 1.GİRİŞ

Sosyal hayatın en önemli bölümünü ekonomik ilişkiler oluşturmaktadır. Bu ilişkiler her insanın zorunlu olarak ilgili olduğu alanda gerçekleşmektedir. Din, ekonomik faaliyetleri etkilemede ve yönlendirmede önemli bir unsurdur. Dinin, insanın günlük ekonomik yaşantısı üzerindeki etkileri, din ve ekonomi ilişkileri araştırma konusu olmuştur. Toplumların ilerlemeleri üzerinde duran araştırmacılar, bir takım teoriler ortaya koymuşlardır. Bu teorilerde din, kendi gelişmişlikleri için etken, kendileri dışındaki toplumları tanımada ise önemli bir kurum olarak görülmüştür. Bu nedenle kapitalizmi batıda ortaya çıkartan ve başarılı olmasına neden olan sebepleri ortaya koymak ve bu durumdan hareketle kendi gelişme ilkelerini tüm dünyaya genellemek istemişlerdir.

18. yüzyıl boyunca seküler görüşlü yazarlar pek çok sosyal kötülüğün sorumlusu olarak dini ve batıl inançları görmüştür. Anti-klerikalizm (ruhban sınıfı karşıtlığı) neredeyse bütün sosyal eleştirilerin rutin bir özelliği haline gelmiştir. Dinin Avrupalıların yaşamındaki sorunları çözmeyi başaramadığına inananlar, sosyal düzenin yeni kaynaklarını ortaya çıkarmak için bir araştırma başlatmıştır. Bu araştırmalar sonucunda, toplumun önceden belirlenmiş ilahi takdire ve tabii hukuka göre yapılandırılması gerektiğini savunan geleneksel görüş, yerini, toplumun insanın kendi “yetenekleri” ya da “planları” tarafından yapılandırıldığını ya da yapılandırılması gerektiğini savunan görüşe bırakmıştır.<sup>1</sup> Böylece modern dünyanın felsefi ve sosyolojik teorilerinden çoğuna kaynaklık edecek olan seküler, sosyal hümanizm ortaya çıkmaya başlamıştır. Birçok düşünür, daha zengin ve daha güvenli bir toplum yaratmak amacıyla, önceleri geleneksel sosyal düşünce tarafından bastırılan ya da kontrol altında tutulan kişisel çıkar ve bencillik gibi duyguları işlevselleştirmenin yollarını aramıştır. Bunun sonucunda bugün sosyal sistemler olarak adlandırılan yapı keşfedilmiştir. Bu dönemde düşünürleri büyüleyen şey; din,

---

<sup>1</sup> Winston Davis, “Din Sosyolojisi”, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, s. 11 (2004): 291.

ahlak ya da devletin müdahalesi olmaksızın düzen ve gelişmeyi “kendiliğinden” meydana getirecek olan tüzel etkileşim ağlarının kurulabilmesiydi.<sup>2</sup> Bu görüş, 18. yüzyılın başlarında, “kişisel zaafların” doğru bir şekilde işlenmesinden kaynaklanan “kamusal çıkarlar” üzerine hararetli yorumlarıyla tanınan Bernard Mandeville tarafından savunulmuştur. Bu yüzyılın sonlarında Adam Ferguson geliştirdiği tanımla bu kavramı daha da genişletmiştir. Ona göre kurumlar, “herhangi bir beşeri planın idarecisi değil, aksine beşeri faaliyetin sonucudurlar”.<sup>3</sup>

Adam Smith bu görüşü kısa süre içerisinde Batı sosyal düşüncesine egemen olacak terimlerle açıklamıştır: “Sistemler pek çok açıdan makinelere benzer”.<sup>4</sup> Daha şüpheli meslektaşlarının aksine Smith, ekonomik ve ahlaki sistemlerle ilgili görüşlerini (ünlü ve etkili “görünmeyen el” görüşü gibi) ısrarla tabii hukuk ve ilahi takdire dayandırmıştır. Locke’un siyaset felsefesi ile birlikte Smith’in ekonomisi, 20. yüzyıl boyunca Anglo-Sakson Dünya’da filizlenip gelişecek olan dinsel hoşgörü, siyasi liberalizm ve kapitalizmin eşsiz sentezine temel oluşturmuştur.<sup>5</sup>

1890’lı yıllarda yaşamış, rahip geleneğinden gelen bir iktisatçı olan John Bates Clark; “Ekonomiyi okumak, yani toplumsal olguları algılayabilmek, oluşumları görebilmek, onları mihenk taşına vurabilmek için, mutlaka dinsel öğretilere, ekollere ihtiyacımız vardır. Bu sadece bilim değil, belirli bir algılama kapasitesini de ifade ediyor.” görüşünü ifade etmektedir.<sup>6</sup> Clark, oluşan sisteme karşı çıkmamakta, onun ilahi bir sistem olduğunu kabul etmekte, düzende yaşanan bozuklukları düzene değil, kötü insan davranışlarına bağlamaktadır. Clark daha sonraki yıllardaki çalışmalarında “iyi Hristiyan - kötü Hristiyan mantığından vazgeçip, toplumda gelişen ekonomi kurallarını da kabul ederek, sistemin teorileri geliştirilip düzeltilmesi gerekliliği” görüşünü savunmaktadır.<sup>7</sup>

Weber’in “Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu” adlı eserindeki “Protestanizm” tezi, kapitalizmin yükselişini derinden etkilemiştir. Weber, kendisinden önce Marx’ın ortaya attığı tarihsel materyalizm fikrine karşılık, ekonomik davranışları dinsel tercihlerle açıklama anlayışına yönelmiştir. Weber bu eserinde, Protestan ahlakını kapitalizmin gelişimi için gerekli bir koşul olarak göstermektedir.

---

<sup>2</sup> Age, 291.

<sup>3</sup> Age.

<sup>4</sup> Age.

<sup>5</sup> Age, 294.

<sup>6</sup> John Bates Clark, **The Distribution of Wealth**, (Augustus M Kelley Pubs, 1988).

<sup>7</sup> John Bates Clark, **Social Justice Without Socialism**, (CreateSpace, 2009).

“Mezhepler bakımından karışık bir bileşimi olan bir ülkenin mesleki istatistiklerine göz atıldığında, çarpıcı bir sıklıkla, birçok kereler Katolik basınında ve edebiyatında ayrıca Almanya'nın Katolik kongrelerinde canlı tartışmalara yol açan şöyle bir görünüş ortaya çıkar: Sermaye sahipleri ve işverenler, hatta işçi sınıfının eğitim görmüş yüksek tabakası, özellikle çağdaş işkollarında yüksek düzeyde teknik ya da ticari eğitim görmüş personel, Protestan özellikleri taşır. Bu yalnızca, Almanya'nın doğusunda Almanlar ve Polonyalılar arasında olduğu gibi mezhep farkları ile milliyet farklarının ve buna bağlı olarak kültürel gelişmelerin çakıştığı durumlar için geçerli olmayıp, gelişme dönemindeki kapitalizmin, nüfusun gereksinimlerine göre toplumsal ve mesleki tabakalaşmayı düzenlemek için serbest gelişme döneminde elini uzattığı her yerde söz konusudur; serbestlik ne denli güçlüyse, dini istatistiklerdeki bu sayısal görünüş de kendini o denli belli eder. Protestanların, bütün nüfus içinde sermayeden büyük ölçüde pay almaları, büyük çağdaş endüstriyel ve ticari iş alanlarındaki işletmelerin üst basamaklarında ve yöneticiliğinde bulunmaları, kısmen tarihi temellere bağlanabilir. Bu temeller çok gerilere, geçmişe uzanır ve bu bağlam içinde belirli bir mezhebin üyesi olmak, ekonomik görüşlerin nedeni olarak değil, bunlardan çıkan sonuç olarak görülür”.<sup>8</sup>

Weber, ekonomik gelişmeyle bazı değerleri ilişkilendirmiştir. Aynı eserinde, ekonomik kalkınmanın arkasında birtakım kültürel ve dini değerlerin olduğunu belirtmiştir. Weber; dinin ekonomik sisteme ilişkisine değinirken, ekonominin yalnızca dinden etkilenmediğini, dinin, gelişmeyi etkileyen belirleyicilerden biri olduğunun da altını çizmiştir.

“Hiçbir iktisadi ahlak sistemini yalnız din belirlememiştir. Yaşam biçiminin dinsel etkeni ise iktisadi ahlakın belirleyicilerinden sadece bir tanesidir. Tabii ki, dinin belirlediği yaşam biçimi de, belli coğrafi, siyasal, sosyal ve ulusal sınırlar içinde geçerli olan ekonomik ve siyasal unsurlardan fazlasıyla etkilenir”.<sup>9</sup>

Protestan mezhebi, çalışkan olmayı, kazanmayı öğütlemektedir. Protestan mezhebinin çalışma ahlakı; daha çok kazanıp daha çok tasarruf etmektir. Tanrı, daha çok çalışanı daha çok sever ve bireyler daha çok sevmek için daha çok çalışmaktadırlar. Bireylerin çalışması adeta tanrıya karşı bir vazife olmaktadır. Protestanlık ayrıca insanları zengin olmaya teşvik etmektedir. Bu zenginliklerini, kazançlarını ve tasarruflarını, ürettikleri lüks mallara değil, yeni yatırımlara harcamalarını öğütlemektedir. Yatırımlar ve çalışkanlık tanrıya bir ibadet niteliğindedir. Bu yeni yatırımlar sayesinde üretim için yeni tesisler oluşturulmakta ve tesislerde çalışma imkanı doğacağı için tanrı tarafından daha çok sevilme fırsatı doğmaktadır. Oluşturulan bu tesislerden tekrar kazanç ve sonrasında tasarruf elde edilmektedir. Bu sürecin işlenmesi, kapitalizmin gelişmesini göstermektedir. Kapitalizmi oluşturan alt yapı, Protestanlığın kültürel temelleri, çalışma ahlakıdır.

<sup>8</sup> Max Weber, **Protestan Ahlakı Ve Kapitalizmin Ruhunu**, çev: Zeynep Gürata, 6. Basım (Ankara, Ayraç Yayınevi, 2010), 29-30.

<sup>9</sup> Max Weber, **Sosyoloji Yazıları**, çev: Taha Parla, (İstanbul, 1986): 228.

Weber'in çalışmaları ışığında kültürel değerlerle ekonomik gelişme arasında benzer bir ilişki biçimi kuran Werner Sombart, Yahudi dininin değerlerinin de kapitalizme zemin teşkil ettiği görüşünü savunmuştur.<sup>10</sup>

Weber'in kişiliğini ve düşüncelerini sosyolojist Winston Davis şu şekilde yorumlamıştır:

“Weber öncelikle; kendini “dini açıdan tarafsız”, “sıradan bir adam gibi” gerçeklerle cesaretle yüzleşmeye çalışan bir birey olarak nitelendirmişti. Onun metodolojik açıdan gerçekleri ve değerleri birbirinden ayırması (“değer yargısından uzak sosyal bilim” gibi), antik İsrail araştırmalarında tanımladığı yaratan ve yaratılan arasındaki ilişkinin seküler değişimi gibi görünüyordu. Aynı şekilde, onun “ahlaki kişilik” vurgusu, kendi ailesinin büyümesi bozulmuş Kalvinizminden derinden etkilenmiş gibiydi. Weber'in gerek siyasi bağlılıklarından kaynaklanan varoluşçuluğu; gerekse sosyal hermönetiği, kalvinist geleneğin gönüllülüğünü hatırlatıyordu. Özetle o, pek çok açıdan, kendine rağmen dindar bir düşünürdü. Ondan öncekiler modern kapitalizmin özellikle Kuzey Avrupa'nın Protestan ülkelerinde geliştirildiğine dikkat çektiği halde, Weber bu ilişkiye sosyo-psikolojik bir açıklama getirdi. Weber'e göre Kalvinist kader öğretisi, Protestanlar –özellikle İngiliz Püritenler- arasında kendi kurtuluşları konusunda derin bir endişeye yol açıyordu. Püritenler, refahın kendi tercihlerinin bir sonucu olduğuna inandıkları halde, kaderleri sanki buna bağılıymışçasına “kendi mesleklerinde” çalışmaya yöneliyorlardı. Başka bir ifadeyle, Püritenlerin dini kaygısı, dünyanın rasyonalizasyonunun ve büyü bozumunun ardında yatan irrasyonel dürtüyü. Tezinin karşılaştırmalı araştırmalar tarafından kanıtlanabileceğine ya da doğrulanabileceğine inanan Weber, antik İsrail, Hindistan ve Çin ile ilgili bir dizi eser kaleme aldı. Temel iddiaları tarihçiler tarafından birer birer eleştirilmesine rağmen, Weber'in tezi, yaygın bir şekilde tartışılmaya devam etmektedir. O, bugün bile sosyolojik ve tarihsel araştırmalara ilham vermeyi sürdürmektedir”.<sup>11</sup>

Aynı dönemde araştırmalar yapan Durkheim ve Weber, din konusunda yaptıkları çalışmalar ile katkılarda bulunmuştur. Durkheim, dinin toplumu bütünleştirici rolünü vurgularken, Weber öncelikle onun sosyal değişimdeki rolü üzerinde durmuştur. Durkheim'e göre kolektif “coşku”, dini kavramların ve gücün fons et origo'suydu (alfa, beta, gamasıydı veya absiydi). Weber'e göre ise, dini kavramların ve sistemlerin gücü kurucu bireylerin ve peygamberlerin karizmasından kaynaklanmaktadır. Weber'in din hakkındaki yazılarında savunduğu “olan” ve “olması gereken” ayrımı, değerlerin felsefi açıdan hiçbir şekilde haklı gösterilemeyeceğine olan inancından kaynaklanmıştır.<sup>12</sup>

Her dinin ekonomik yaşamla ilgili bir görüşü ve ona karşı takındığı bir tutum vardır. Bu tutum o dinin ekonomik ahlakını göstermektedir. Ekonomik yaşamda bu iş ahlakı ile şekillenmektedir. Weber'in çalışmalarında, kapitalizmin doğuşundaki en önemli

<sup>10</sup> Werner Sombart, **Kapitalizm ve Yahudiler**, çev. Sabri Gürses (İstanbul: İleri Yayınları, 2005).

<sup>11</sup> Davis, 2004, 300.

<sup>12</sup> Age, 301.

etmenlerden biri olarak Protestan iş ahlakını göstermesi, bu duruma bir örnek oluşturmaktadır. Adam Smith, “Ahlaki Duygular Teorisi” ve “Ulusların Zenginliği” adlı eserlerinde din, ekonomi ve ahlak ile ilgili görüşlerini belirtmiştir. Smith tarafından ön plana çıkartılan verimliliğin temeli olarak dayandırdığı iş bölümü kavramı da bu eserinde yer almaktadır. Smith’in işlediği ana düşünce, insanın müthiş benliği olarak tanımladığı iyi yaşamın beslenmesidir. Diğer erken dönem ekonomistlerde olduğu gibi Smith de, sadece ahlaki değerlerden değil, aynı zamanda dini değerlerden de faydalanmıştır. Smith’in 1776 yılında yayımlanan “Ulusların Zenginliği” adlı kitabında, şahsi çıkar gözetmenin topluma faydası olduğuna dikkat çekilmektedir. Bireylerin kendi çıkarlarını gözetmesi insanın doğasında var olan bir özelliğidir. Bireyler kendi çıkarlarını düzgün şartlar altında gözetirseler, toplumun yararına olacaktır, bu da ancak rekabet ile sağlanabilecektir.<sup>13</sup>

Adam Smith ve Max Weber’in eser ve görüşleri, çalışmamızın kalkış noktası olmuştur. Bu görüşlerden yola çıkarak yaptığımız araştırmada ulaştığımız sonuçlar motivasyon konumuzu oluşturmuştur. Bu çalışmanın amacı; din ve ekonomi arasındaki ilişkiyi, kuramsal bir yaklaşım ile incelemektir. Dinin ekonomi ile etkileşimi incelenirken, din piyasası bağlamında, arz ve talep yönüne vurgu yapılmaktadır.

Bu bağlamda çalışma, iki ana bölüm kapsamında incelenecektir. İlk bölümde; din ekonomisi kavramı tartışılacak, din piyasasının oluşumu, aktörleri, işleyişi, din ekonomisinde arz ve talep modeli anlatılacaktır. Bu modeller aktarılırken, Rasyonel Seçim Teorisi, Kulüp Teorisi gibi teorilerden faydalanılacaktır. İkinci bölümde; din ve ekonomik gelişme incelenecek, Hristiyanlık ve İslamiyet’teki durum tartışılacaktır.

Sonuç bölümünde ise; çalışma özetlenecek, çalışmada ulaşılan sonuçlar değerlendirilecektir.

---

<sup>13</sup> Adam Smith, **Ulusların Zenginliği**, çev: Ayşe Yunus, Mehmet Bakırcı, 4. bs.(İstanbul:Yeni Alan Yayıncılık, 2004).

## 2. DİN EKONOMİSİ

### 2.1 Din ve Ekonomi, Tanımı, Özellikleri

Din, insanla beraber ortaya çıkmış bir kurumdur, insanın kutsalla olan ilişkisidir. Genel olarak tarih boyunca insanlar, bir dini inanca sahip olmuşlardır. Toplumun var olduğu günden beri iktisadi hayat ve faaliyetler de var olmuştur. Çünkü insan hayatı, üretim ve tüketim faaliyetleri ile devam edebilmektedir. İnsanların yaşaması için ihtiyaç duyduğu mal ve araçlar kullanılıp tüketilmek için hazır durumda bulunmamaktadır. Bu nedenle insan, çalışıp bu gereksinimlerini karşılayarak, hayatını idame ettirme mecburiyetindedir. Ekonomi de, yaşamak için yapılan bu faaliyetleri düzenlemektedir.

Dinler sadece inanç sistemleri olmanın yanında, bu sistemlerin belirlediği sosyal, siyasi, iktisadi ve hukuki sistemlerdir. Hem din hem de ekonomi, toplumsal yaşamı oluşturan ve toplumda bireyin düşünce ve davranış kalıplarına yön veren dokular veya ortamlardır.

Dinde, balık ya da dondurma satılamaz ya da satın alınamaz ama dinin ekonomi ile paralellikleri bulunmaktadır. Din; rekabetçi piyasada üretilen ve tüketilen farklılaşmış bir maldır. Tüketiciler, hangi dini markaları ne kadar tüketeceğine dair seçimler yapmaktadırlar. Burada yapılan seçim; inanmak ya da inanmamaktır. Bu nedenle kimi insan Budist, kimisi Katolik, kimisi Müslüman vb. olmayı tercih etmiştir.

Din ekonomisi; ekonomik prensiplerin, formüllerin uygulanması, dünyadaki dini inanışların, tarihin ve davranışların anlaşılmasıdır.<sup>14</sup> Din ekonomisi; bir toplumdaki bütün dini aktiviteleri içermektedir. Herhangi bir piyasada olduğu gibi, din ekonomisi

---

<sup>14</sup> Larry Witham, **Marketplace Of The Gods, How Economics Explains Religion**, (Oxford University Press, 2010), 204.



de, belirli dini kültürlerini sunarak, şu anki taraftarlarını devam ettirmeyi ve potansiyel taraftarlarını kendine çekmeyi benimsemektedir. Teorik olarak, din ekonomisi, tüketicinin nispeten istikrarlı nişlerine<sup>15</sup> sahiptir. Din ekonomisi, dini tedarikçilerin piyasaya kolay girişi ve tüketicilerin zevklerinin artan varyasyon potansiyeline göre, çok çeşitli dinleri ya da dini çoğulculuğu üretmektedir. Din ekonomisinin birincil tarihsel dinamiği, baskın dinlerin kademeli yükselişi ve baskın olmaya başlayan yeni mezheplerin rekabetidir.<sup>16</sup>

## 2.2. Din Piyasası

Piyasalar; satıcıların sattığı mal ya da hizmetlerin müşteriler tarafından satın alındığı gerçek veya sanal mekanlardır. Ekonomik faaliyetlerin tam rekabet şartları içerisinde serbestçe yapılabildiği serbest piyasa ekonomilerinin bazı avantajları vardır. Serbest piyasada, merkezi planlama yapılan ekonomiden farklı olarak, arz edenler kararlarını büyük ölçüde serbest ve bağımsız olarak vermektedir. Arz edenler piyasaya sunacakları mal veya hizmetleri kendi çıkarları için üretmekte, arz edenler de, talep edenler de, kendi çıkarları için en uygun “fiyatı” aramaktadır. Bir kurumun baskısının uygulanması gerekmemektedir. Katılımcı kişilerin ahlaki açıdan iyi insanlar olmaları gibi bir ön koşul da gerekmemektedir. Arz ve talebin en iyi şekilde uyum sağlanmasıyla, ne talep ediliyorsa o üretilmektedir. Kararlar merkezi olmayan bir şekilde birçok yerde verilmektedir. Bir bütün olarak bu durumlar, piyasa ekonomilerinin daha yenilikçi ve daha yaratıcı olmasına yol açmaktadır. Yeni fikirler daha çabuk uygulanmakta, ürün çeşitliliği ve kalitesi artabilmektedir.

Tüm bunların yanında, piyasalar kendi kendilerini ayakta tutamamaktadırlar. Aksine uygun şekilde korunup düzenlenmezse, kendi kendilerini yok edebilmektedirler. Engellenmeyen bir piyasa, talep edenler ya da arz edenler tarafından oligopolist ya da tekelci yapıların oluşmasına yol açabilmektedir. Ancak talep edenlerin karşısında az

---

<sup>15</sup> Nişler; genel pazar bölümlerine göre daha dar anlamda belirlenmiş gereksinimleri veya çok özel bir dizi gereksinimleri olan, daha küçük müşteri gruplarını ifade etmektedir. Bazı istek ve gereksinimler yeni olduklarından dolayı tatmin edilemezler. Bazen de büyük işletmelerin girmeye değer bulamadıkları kimi pazar boşlukları oluşmuştur. Gereksinimleri yeterince karşılanamamış küçük pazar bölümleri “niş pazar” olarak adlandırılır. (Mehmet Tıǧlı, “Niş Pazarlama ve Niş Pazarlama İmleriyle Kodlanmış “Kindy Boots- Müstehcen Çizmeler” Sinema Filminin Çözümlemesi”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, c.26, s.1 (2009):212. )

<sup>16</sup> Witham, 2010, 213.

sayıda veya tek bir arz eden bulunursa ( ya da tersi olursa), talep edenlerin artık seçim hakkı kalmayacak, rekabet yok olacak, fiyat mekanizması işlemeyecektir.<sup>17</sup> Ayrıca, piyasa ekonomisinin işleyebilmesi için güvene ihtiyaç vardır. Güvenin olmadığı durumlarda, müşteriye kaybetmek olasıdır. Ahlak, piyasa faaliyetlerinin çerçeveselendirilmesinde belirli kurumlardandır. Piyasa ile ahlak arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur.

Din piyasası; bu özelliklerin içerisinde var olmaya çalışan bir piyasadır. Bir toplumdaki dini seçeneklerin çeşitliliği, monopol veya serbest piyasa arasında bir dağılımın ele alınması sonucu ortaya çıkmıştır.

### 2.2.1. Piyasa Ekonomisi ve Ahlak

Arz eden ve talep eden en az iki kişinin taraf olduğu, karşılıklı ilişkilerinin yaşandığı piyasada ahlak, insan davranışlarına bir çerçeve çizerek serbest piyasanın işlemesi için uygun ortam oluşturmaktadır. Piyasa sistemi, ahlakı ön şart olarak görmemektedir. Öyle ki; uyuşturucunun, insan organlarının da bir piyasası vardır. Dolayısıyla piyasanın işlemlerinin tümünün ahlaki değerler ve ideallere uygun olma zorunluluğu yoktur. Bir ekonomik ilişkinin sonuçları, sadece ilişkinin taraf olanlarını etkiliyorsa, dışsallık yoksa ahlakın devreye girmesine gerek yoktur. Ancak üçüncü kişiler etkileniyorsa ahlak devreye girecektir. Piyasanın ahlaka ihtiyaç duyduğu başlıca beş nokta vardır: Ahlak; işlem maliyetini düşürür, karar birimlerinin amaç belirlemesine yardımcı olur, ekonomik faaliyetlerde bir motivasyon unsurudur, piyasa yoluyla oluşan anonim ilişkileri düzene sokar ve insan davranışlarının önceden tahmin edilebilir olmasına ve nesiller arası ilişkilerde istikrarın sağlanmasına katkıda bulunur.<sup>18</sup>

Piyasa sistemi, bireylerin aralarındaki karşılıklı rızasına dayalı bir sistem olduğundan, bu ilişkilerin sağlıklı yürümesini sağlamak için karşılıklı güvene, doğruluğa ihtiyaç duymaktadır. Böyle bir ortamın oluşmadığı piyasada, asimetrik bilgi ve uzmanlaşma nedeniyle ortaya çıkabilecek ters seçim (adverse selection) ve ahlaki tehlike (moral hazard) problemleriyle karşılaşılabilir. İşlem ve bilgi

<sup>17</sup> Gerhard Kruij, "Sosyal Piyasa Ekonomisinin Ana Hatları ve Bunların Hristiyan Sosyal Ahlakıyla Bağlantısı", **Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslam'daki Algılanışı**, 23-24 Eylül 2010, (Ankara: 2010):13.

<sup>18</sup> Ömer Demir, **İktisat ve Ahlak**, (Liberte Yayınları, 2003).

maliyetinin sıfır olduğunu varsaydığımız bir piyasada, satıcıda, müşteride tam, mükemmel bilgiye sahip olacağından, etkin bir piyasa için bugün duyulan birçok ahlaki kurala gerek kalmayacaktı. Fakat gerçek hayatta işlem ve bilgi maliyetinin sıfır olması mümkün değildir. Ahlakın olmadığı bir piyasada, ilişkiler karşılıklı aldatılma riski ve korkusu altında oluşabileceği için, yapılan her işlem, şahitli, kayıtlı hale getirilecek, en basit alış-verişte dahi hukuki düzenlemeler kullanılması gerekecektir. Bu durumda güçlü ahlaki normların düşük işlem maliyeti ile mümkün kıldığı birçok ekonomik faaliyet, ortaya çıkan yeni hukuki işlem maliyeti nedeniyle yapılamaz hale gelecektir.<sup>19</sup> Daha az mal ve hizmet, daha yüksek toplam maliyetle üretilmiş olacaktır. Ahlaki kurumların olmaması, yüksek işlem maliyetiyle ekonomik faaliyette bulunulmasına ve dolayısıyla toplumun ekonomik kaynaklarının daha az etkin kullanılması sonucunu doğuracaktır. Dolayısıyla ahlak işlem maliyetini düşürücü etki yapmaktadır.

Ahlak, piyasası olabilecek bir ekonomik faaliyetin meşruiyetine karar vermede bireylerin piyasada oluşan iradeleri üzerinde oluşabilecek bir ekonomik faaliyetin meşruluğuna karar vermede, bireylerin piyasada oluşan iradeleri üzerinde oluşabilecek baskıların giderilmesinde temel kriterlerden biridir. Örneğin, yoksul bir ailenin geçimini sağlayabilmek için organlarını satması, çalınan bir malın başka birisine düşük fiyattan satılması, her ne kadar tarafların rızası dahilinde oluşan bir piyasa olsa da, ahlak dışı bir işlemdir.

Kıskançlık, çekememezlik gibi duygular, başkasının sahip olduklarına, kişinin kendisinin de sahip olabilmesini sağlayabilmek için, daha fazla çalışmaya ve çaba sarf etmeye yöneltebilmektedir. Başkasının sahip olduğu bir arabayı satın alabilmek için, birey daha fazla çalışma isteğinde olacaktır. Bu da üretim ve paylaşım süreçlerini olumlu yönde etkileyerek, üretimin ve motivasyonun artmasını sağlayabilmektedir.

Özellikle gelişen uluslararası piyasalar sayesinde, hiç görmediğimiz kişiler tarafından, bilinmeyen mekanlarda üretilen malların alım satımı sayesinde ilişki kurulmaktadır. Anonimleşen bu piyasalar, yüz yüze ve birebir ilişkinin sağladığı denetimin yok olmasına ve sadakat duygusunun zayıflamasına yol açabilmektedir. Alım satımı yapılan mal ve hizmetler yordamıyla, birbirleriyle ilişkisi olan insanların davranışlarının denetimi için ortak bir ahlak normu daha yoğun ve ileri ilişkiler için

---

<sup>19</sup> Age.

gereklilik oluşturmaktadır. İş ahlakı, etik gibi kavramlar, ahlakın uygulama alanlarının genişlemesi gereği ortaya çıkmıştır. Bireylerin birbirlerine hangi duruda nasıl davranacaklarını tahmin etmelerine yarayan ahlaki normların benimsenme düzeyi, nesiller arası ilişkilerde istikrarın sağlanmasına katkıda bulunacaktır.

Bir kurum olarak ahlakın piyasayı etkilemesi gibi, piyasa da ahlakı etkilemektedir. Ahlak kuralları piyasaların gelişmediği, bireylerin yüz yüze ilişkilerle işlemlerini yürüttüğü toplumlar ile karmaşık üretim ilişkileriyle birbirlerine bağlı piyasaların egemen olduğu toplumlarda, birbirlerinden farklılaşmaktadır. Piyasa sisteminin ahlak normları üzerindeki etkisi iki şekildedir. Birincisi; gruplar arası, ırklar arası, dinler arası, ülkeler arası nitelik taşıyan piyasa ilişkileri, bu tür genellik taşıyan din, dik, etnik grup veya ulus üstü sayılabilecek ahlak normlarının gelişmesine katkıda bulunur. Buna piyasanın ahlakı evrenselleştirmesi denilebilmektedir. İkincisi, serbest piyasa ortamı farklı ahlaki amaç ve ilkeler arasında seçim imkanı sunar, dolayısıyla daha işlevsel ve daha kalıcı ilkelerin oluşmasına da zemin hazırlamaktadır. Buna da piyasanın ahlakı etkinleştirmesi denilebilmektedir.<sup>20</sup>

### **2.2.2. Dini Mallar ve Rekabetçi Piyasa**

Rasyonel seçim teorisi, din piyasasını gerekli kılmaktadır. Din piyasası; dini grupların ve cemaatlerin varlıklarını sürdürebilmesi için kaynak ve üye bulma mücadelesi verdikleri piyasalardır. Dini gruplar; ticari firmalar, dini üyelere; müşterilerdir. Dini piyasada firmalar, tüketicilerin beklentisine uygun yeni mal ve hizmetleri sunma telaşındadır. Dini firmalar arasındaki bu rekabet, dini canlılığı doğurmakta, müşteriler için de geniş bir dini ürün çeşitliliği sunmaktadır. Firmalar potansiyel üyelerini cezbetmek için benimsetme stratejilerini ve rekabet araçlarını araştırmaktadır. Tekelci bir yapı söz konusu ise; tekelci firma dini farklılık yaratma ve hizmet geliştirmeye uzak yaklaşımda bulunduğundan, diğer firmalarla rekabet edemeyecek duruma gelebilmektedir.

Din piyasası kavramı; ilk olarak Adam Smith tarafından “The Wealth of Nations” adlı eserde bahsedilmiştir. Bu açıklamaya göre din piyasası, bir toplumdaki dini seçeneklerin çeşitliliğinin, monopol veya serbest piyasa arasında bir dağılım şeklinde

---

<sup>20</sup> Age.

ele alınması sonucu ortaya çıkan kavramdır. Toplumda dini seçenekler arttıkça, bireylerin ortalama ahlaki daha yüksek olur. Monopol bir piyasa ise, zamanla resmi zorlamaya dönüşerek içten çürümeye başlayacaktır.<sup>21</sup> Smith, görüşleriyle dini kurumların ekonomik teorisinin temelini hazırlamış, devlet destekli dini tekeller ile doğal özgürlük sistemi içindeki rekabetçi dini pazarlar arasındaki farkı detaylı bir şekilde tanımlayarak pazar yapısının önemini vurgulamıştır. Tekel ve devlet tanziminin seküler pazarlara olduğu gibi dini pazara da engel olduğunu iddia etmiştir. Smith, Pazar güçlerinin seküler şirketleri olduğu gibi, kiliseleri de üretim açısından sınırladığını, rekabetin faydalarını, tekelciliğin ağır yükünü, din üzerindeki devlet düzenlemesinin tehlikesini göstermeye çalışmıştır. Ayrıca kişisel çıkarların, tıpkı diğer üreticilerde olduğu gibi, din adamlarını da motive ettiğini belirtmiştir.<sup>22</sup>

Böyle bir durumda, pozitif beklenen net faydalara olanak sağlayan doktrinlerden gelişme beklenmektedir. Tüketiciler, negatif ödemeleri olan dinleri reddetmektedir. Başarılı doktrinler, onlar için en sadık olan, en büyük net faydaları rezerve ederler. Eğer herkese aynı ödüller sunulursa, marjinal fayda sıfır olacaktır. Tüketiciler, eğer ek bir kazanç sağlamıyorsa, dini faaliyetlere zaman ya da para harcamaktan kaçınmaktadır. Bu nedendir ki; bazı mezhepler, üyelerine, üye olmayanlara sunduklarından daha fazla olanak sunmadığından, muhafazakar cemaat üyelerini kaybetmektedir. Benzer şekilde ateistlerin din piyasasında az ilerleme yapmış olması da şaşırtıcı değildir.<sup>23</sup>

Hiçbir firmanın, kimsenin satın almayı istemeyeceği malı satmak istememesi gibi, başarılı doktrinlerde alıcılarını çekmek için çaba sarf etmektedirler. Tüm doktrinler eşit yaratıldığında, olağan üstü bir çeşitlilik kendini göstermektedir. Birçok ülkedeki din piyasalarının karakteristik özellikleri, çok sayıda firmanın, farklılaştırılmış ürünlerin olması ve kolay girişin sağlanmasıdır. Restaurant ve giyim sektöründe olduğu gibi; dini gruplar da tekeli rekabet sergilerler.<sup>24</sup> Restaurantların, tüketicilerin farklı damak tatlarına uygun yemekler sunmak için ürün çeşitliliğine sahip olmasına benzer şekilde, dini gruplarda da çeşitlilik sunulmaktadır: Kısa ya da uzun ibadet hizmetleri, ayinlerdeki çeşitlilik, muhafazakar ya da liberal teolojiler... Ürün farklılaştırması, dini

---

<sup>21</sup> Smith, *age*, 2004.

<sup>22</sup>Adnan, Selman, Ramazan Uçar. "Dini Tercihleri Anlama ve Açıklanmaya Farklı Bir Yaklaşım: Rasyonel Seçim Teorisi". **Toplum Bilimleri Dergisi**, s. Temmuz-Aralık (2011): 93.

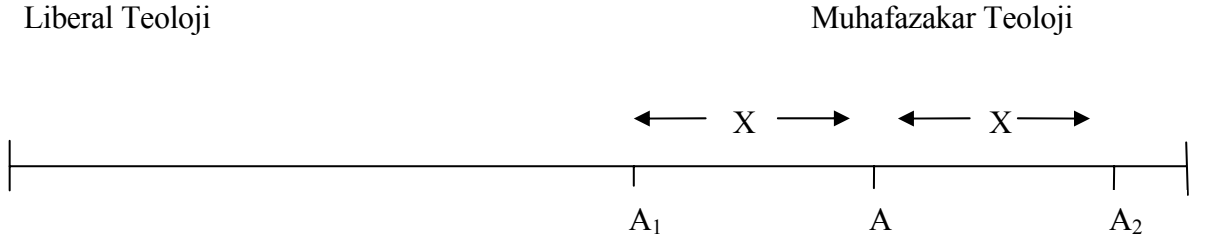
<sup>23</sup>Laurence Iannaccone, "From Scarcity to Spirituality: The Consequences of Religious Entrepreneurship," c.October2002b  
[http://icg.harvard.edu/~ec2390d/Papers/Papers\\_Fall\\_2002/October\\_8\\_2002\\_Laurence\\_Iannaccone\\_Religious\\_Entrepreneurship.pdf](http://icg.harvard.edu/~ec2390d/Papers/Papers_Fall_2002/October_8_2002_Laurence_Iannaccone_Religious_Entrepreneurship.pdf).

<sup>24</sup>Robert Stonebraker, "Economics of Religion", **Draft**, s. October 2 (2003): 17.

gruplara pazar gücü sağlamaktadır. Eğer yerel piyasada hizmet alamayan olursa, mağaza tedarikçiler hızla ortaya çıkacaktır.<sup>25</sup>

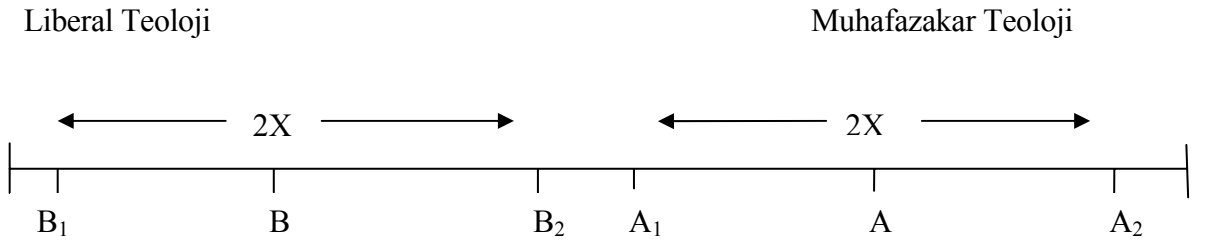
Çoğulcu bir ekonomide, tüketicilerine daha fazla çeşit sunan bir firma, tek üründe uzmanlaşıp satan firmaya göre, daha fazla müşteri kazanacaktır. Bu bağlamda bakıldığında; din piyasasında çoğulculuğun dindarlığı arttıracığı düşünülebilir.

**Şekil 2.1: Teolojik Ürün Alanı, Monopol Kilise**



Robert Stonebraker, "Economics of Religion", **Draft**, s. October 2 (2003): 19.

**Şekil 2.2: Teolojik Ürün Alanı, Rekabetçi Giriş**



Robert Stonebraker, "Economics of Religion", **Draft**, s. October 2 (2003): 19.

Ekonomist Pedro Pita Barros ve Nuno Garoupa (2002), dini rekabetin etkisini analiz etmek için, mekansal konum modelini kullanmışlardır.<sup>26</sup> Bu yaklaşım kullanılarak;

<sup>25</sup>Age.

muhafazakardan liberal görüşe, tüketicilerin tercihlerinin dağıtıldığı bir çizelgede, “teolojik ürün alanı” hayal edilmektedir. “Tüketiciler, eğer kilisenin teolojisi kendi tercihlerine uygun ise kiliseye katılacaktır” varsayımı altında; teolojik ürün alanında, eğer kilise, tüketicilerin X biriminde bulunuyorsa, katılım gerçekleşecektir. Şekil 2.1’de eğer muhafazakar monopol kilise A noktasında bulunuyorsa, A1 ve A2 ( $A \pm X$ ) arasında yer alan üyeleri çekecektir. Kilise daha liberal üyeleri çekmek isterse, teolojisini sola hareket ettirerek gerçekleştirebilir. Ama bu, onun daha muhafazakar üyelerini dışarıda bırakmasına neden olacaktır. Eğer yeni bir kilise piyasaya giriş yaparsa (Şekil 2.2); B1 ve B2 ( $B \pm X$ ) arasında bulunan müşteriler katılacaktır. Yeni inançlar ortaya çıktıkça, şimdiye kadar dini inancı olmayan müşterileri yakalayacak, böylelikle çoğulculuk katılımı arttıracaktır.<sup>27</sup>

Rekabet dini kurumları daha verimli üretmeye zorlamaktadır. Monopol bir dinde, din adamı; üye toplamaya daha az ihtiyaç duyacak, vaaz vermek için daha az istekli olacaktır. Din piyasasında monopol, diğer piyasalarda olduğu gibi daha az çalışmaya yöneltir. Ancak; hükümetlerin din üzerinde giriş engelleri yaratması, rekabeti ve çıkışı kısıtlamaktadır. Ülkeler tarafından uygulanan dini kural ve düzenlemeler kaldırıldığında ve serbestleşmeye gidildiğinde, yaşanan göçlerinde etkisiyle, dini canlanmalar meydana gelmektedir.

Dini bir grubun başarısı, üyelerinin talep tipinden ve özel sadakat komuta kabiliyetinden etkilenebilmektedir. Dini gruplar sosyal bir ürün çeşitliliği sağlarken, bu ana ürünleri doktrinleri olmaktadır. Bu doktrinler, dini gelenekler arasında önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır.

Tarihin bütün dönemlerinde din veya dini kuruluşlar bireylerin özel yaşamlarında ve toplumsal yapı üzerinde hakimiyet kurmaya çalışmışlar, bu bağlamda dini tekeller oluşturmuşlardır. Böylece dini kurumlar, bireylerin düşüncelerini ve eylemlerini düzenleyen mekanizmalar olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Bir toplumda eğer din veya dini organizasyon dini tekeli elinde bulunduruyorsa, diğer dini kulüplerin gücünü bastırmak için yeterli kudreti kendisinde bulmaktadır. Ancak dinde aşınma meydana gelirse, diğer dini kulüpler için rekabet gücü zayıflayacak ve rekabet edemez hale gelecektir.

---

<sup>26</sup> Age, 18.

<sup>27</sup> Age, 19.

Bir toplumun çoğulcu bir karaktere sahip olabilmesi için farklı din ve inanışların bir arada bulunması yeterli değildir, bu dinler arasında bir rekabet ilişkisinin de var olması gerekmektedir. Bu dinler arasında ilişkiler sınırlıysa ya da hiç yoksa, bu gruplar ayrı birer toplum olarak tanımlanır ve çoğulcu toplumun bir parçası sayılmazlar. Buna “sahte çoğulculuk” denmektedir. Gerçek çoğulculuk için rekabet şarttır.<sup>28</sup>

Çoğulcu toplum yapısının diğer bir özelliği, eski dini tekellerin üyelerinin bağlılığını sağlamak için, dini inanç ve uygulamaları “olduğu gibi kabul edilebilir” olmaktan çıkarmaktır. Dini bağlılık zor da olsa değişebilir. Sonuç olarak, daha önceleri dayatılabilen dini inançlar, şimdilerde pazarlanabilir bir olgu olarak görülmektedir. Çoğulcu yapıdaki dini mallar, reklamı yapılabilen, alınıp-satılabilen, gerektiğinde yenisi ile değiştirilebilen tüketim malları haline dönüşmektedir. Bu durumda dini faaliyet, pazar ekonomisinin mantığına göre belirlenmeye başlamaktadır. Bu anlamda dini çoğulculuk, dini grupların tekeli olmaktan çıkıp, rekabetçi pazarlanma merkezleri haline dönüşmeleri durumu oluşmaktadır.<sup>29</sup>

Din piyasasında çeşitliliğin olması, farklı tepkilerde üretmektedir. Çoğulculuk; dini inanç sistemlerinin inandırıcılığı tehdit etmektedir.<sup>30</sup> Ekonomik anlamda dini çoğulculuk; belirsizliği yükselterek ve vaat edilenlerin beklenen faydasını düşürerek, tüketici fiyatlarını arttırmaktadır. Bu görüşe göre; monolitik bir inanç; dini inançları ve katılımı maksimize edecektir.<sup>31</sup>

### 2.3 Din Ekonomisinde Talep

Bilimin ön plana çıkışı ve modernleşen dünyaya rağmen, insan hayatında din halen önemli bir yer tutmaktadır. Dini muhafazakarlıkların ve inançların düşüşü beklentisi

---

<sup>28</sup> Stark, Rodney, Bainbridge, **A Theory of Religion**, (Rutgers University Press: 1996), 255.

<sup>29</sup> Peter Berger, **Dinin Sosyolojik Teorisinin Ana Unsurları**, çev: A. Coşkun (Rağbet Yayınları: İstanbul, 2000), 208.

<sup>30</sup> Steve Bruce, **Religion and Modernization**, (USA: Oxford University Press, 1992), 170 ‘ten aktaran (1992:170) ten Robert Stonebraker, “Economics of Religion”, **Draft**, s. October 2, (2003):17.

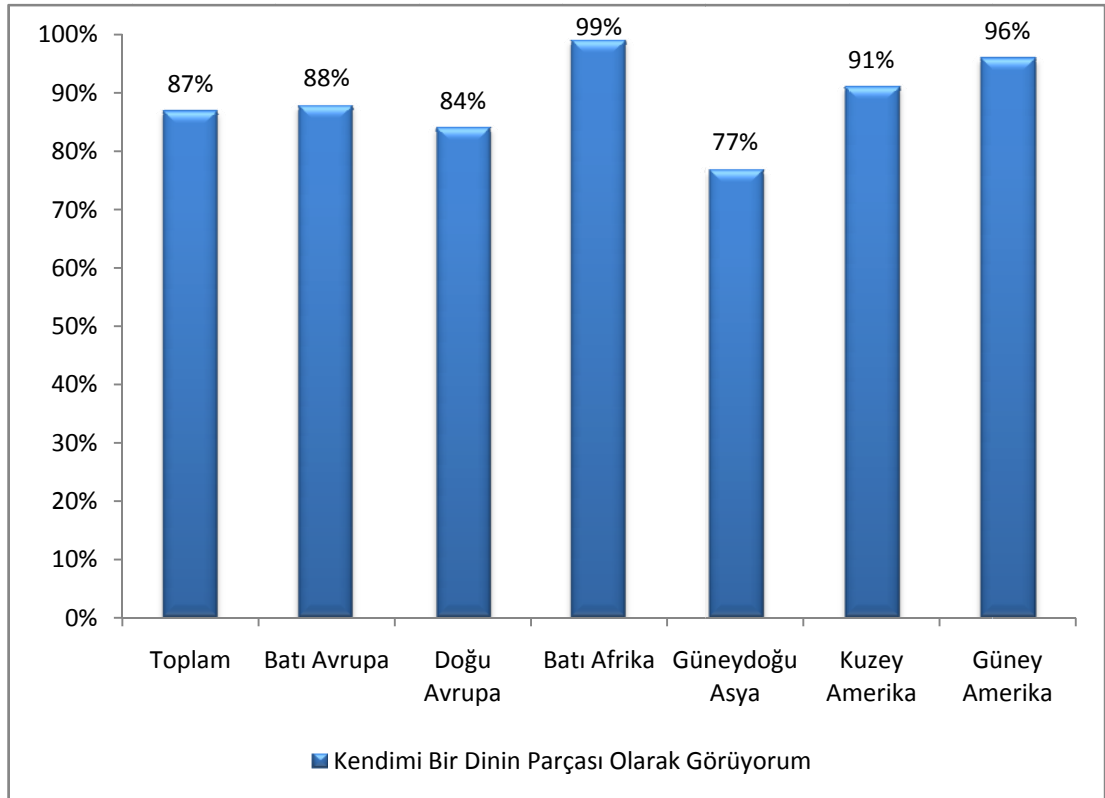
<sup>31</sup> Stonebraker, **age**, 17.



olduğu halde, yapılan araştırmalarda da dinin, insanların hayatlarında önem arz etmeye devam ettiği görölmektedir.<sup>32</sup>

Gallup Uluslararası Milenyum Araştırma Őirketi, 1999 yılında, tanrıya olan inancı ve dinin insanların hayatlarındaki önemini anlamak amacıyla bir araştırma yapmıştır.

**Şekil 2.3: Kendilerini Bir Dinin Parçası Olarak Gören Katılımcılar**



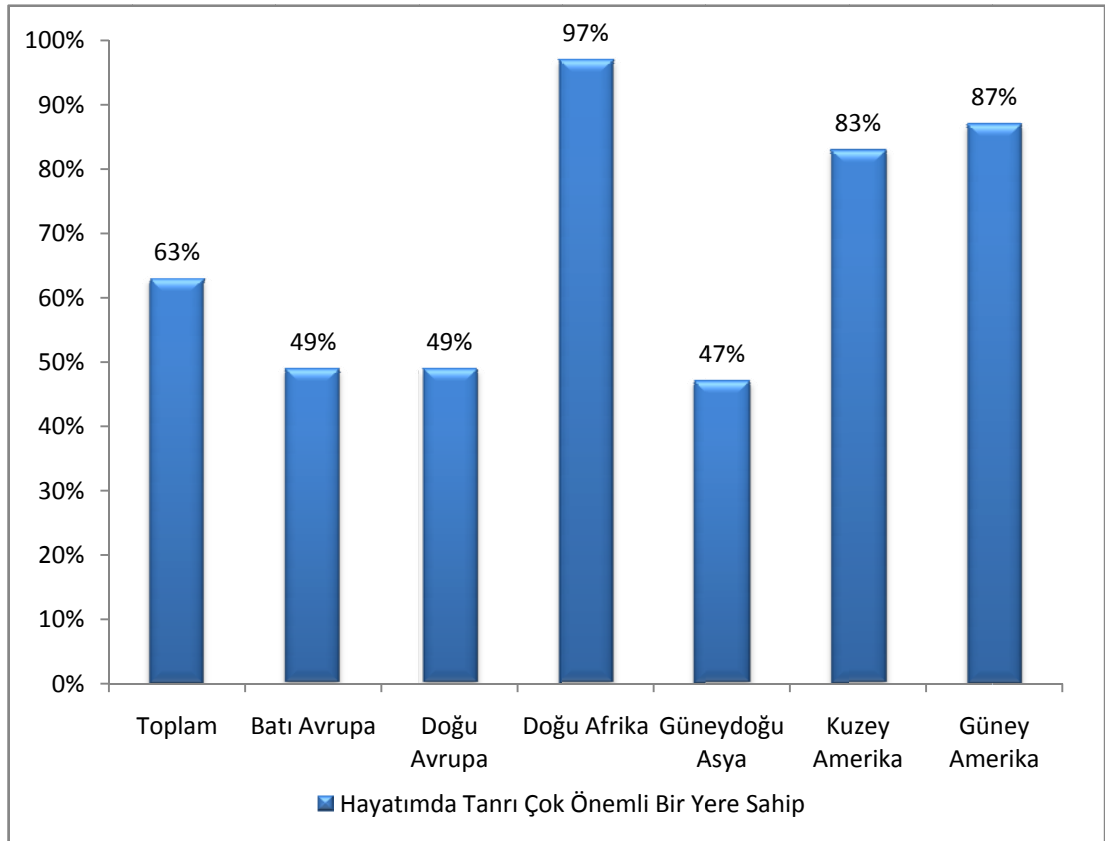
Gallup Uluslararası Milenyum Anketi, 1999'dan aktaran Robert Stonebraker, "Economics of Religion", **Draft**, October 2, (2003): 3.

Gallup Uluslararası Milenyum Araştırma Őirketi'nin yaptığı ankete göre, katılımcıların %88'i kendilerini bir dinin parçası olarak görmekteirler. Bu oran Batı Afrika'da %99'a ulaşmıştır (Şekil 2.3). Hayatlarında tanrının çok önemli bir yere sahip olduğunu

<sup>32</sup> Age, 2.

söyleyen katılımcıların oranı ise %67'dir. Bu oran yine Batı Afrika'da %97 ile en yüksek düzeydedir (Şekil 2.4).

**Şekil 2.4: Hayatlarında Tanrı'nın Çok Önemli Bir Yere Sahip Olduğunu Söyleyen Katılımcılar**



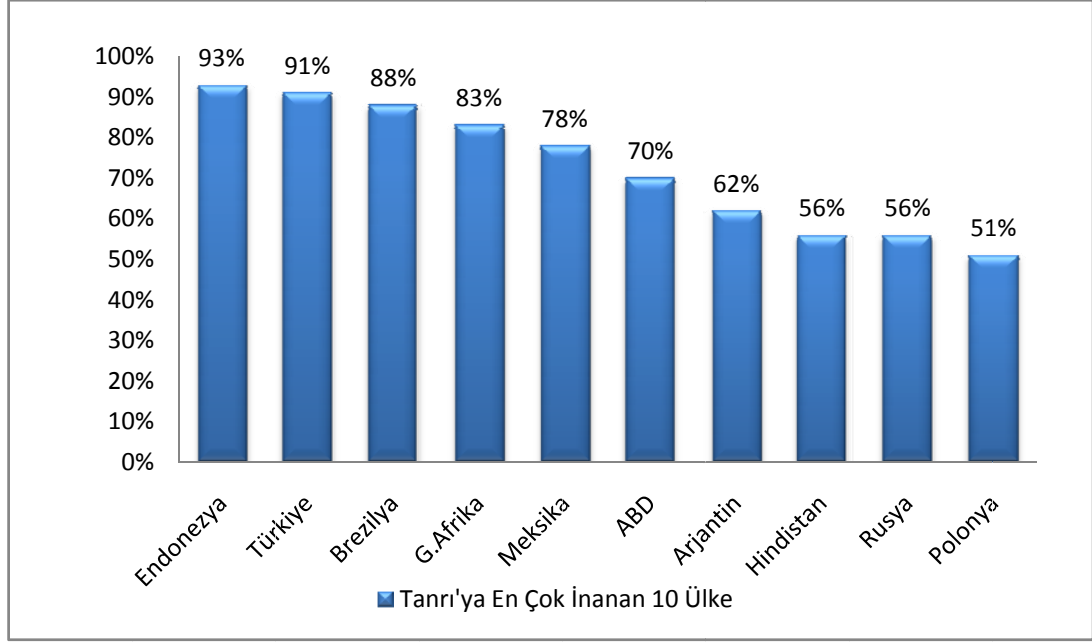
Gallup Uluslararası Milenyum Anketi, 1999'dan aktaran Robert Stonebraker, "Economics of Religion", **Draft**, October 2, (2003): 4.

Dine olan talep, insanlığın var oluşundan bu yana devam etmektedir. Bu talebin devamı da sürpriz olmayacaktır. Ekonomistler bu durumu kıtlık sürdürücü davranış olarak varsaymaktadır.<sup>33</sup> Dinin önemli bir cazibesi, kolektif üretim sınırları içerisinde potansiyel bir artışın olmasıdır. Bu anlamda din, rasyonel insan kıtlığı ile mücadele için kullanılabilir ek bir teknoloji haline gelmektedir. Sosyolojist Rodney Stark ve William Bainbridge'nin terminolojisini kullanarak, din; insanların şu anki fiziksel

<sup>33</sup> Age, 5.

dünyada alamadıkları ödülleri, beklentileri vaat ederek; kompensatörlük<sup>34</sup> görevi üstlenir.<sup>35</sup>

**Şekil 2.5: Tanrı'ya En Çok İnanan 10 Ülke**



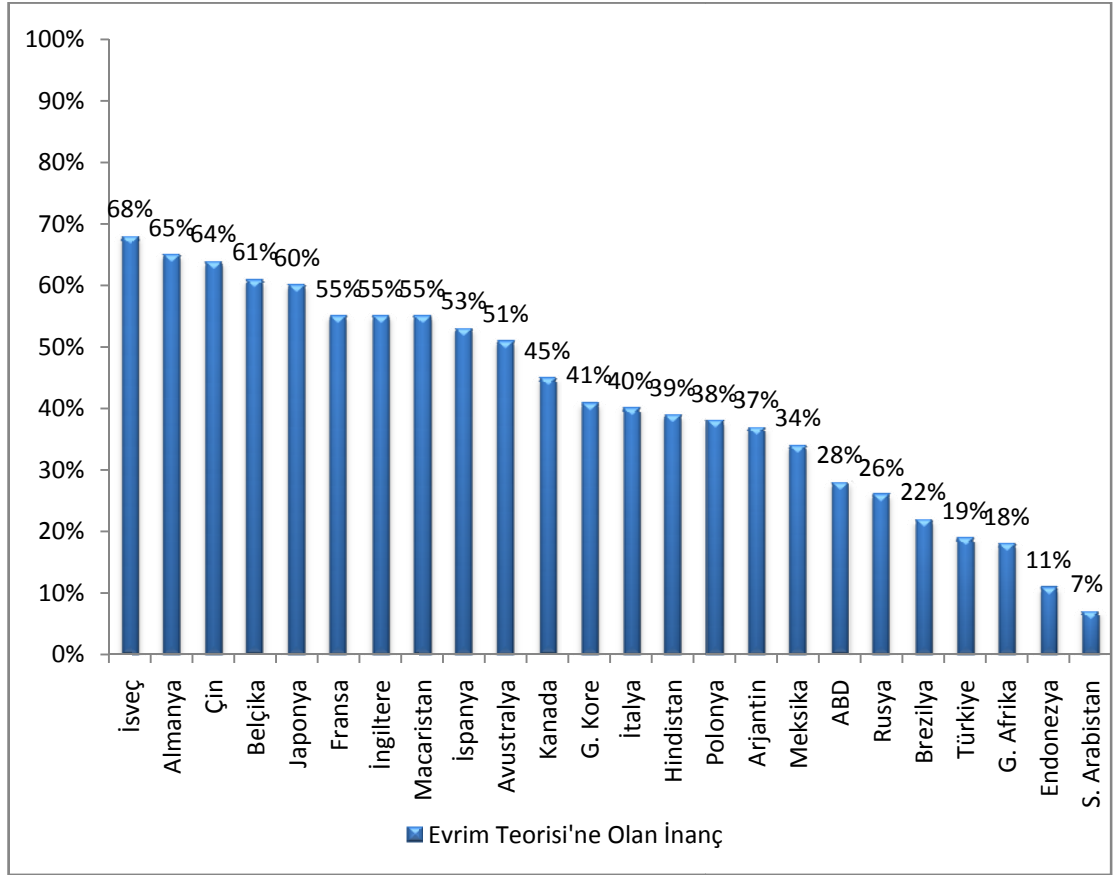
Dünya çapında aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 24 ülkede, 2011 yılında gerçekleştirilen araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Şekil 2.5).<sup>36</sup> Bu araştırmaya göre dünya genelinde insanların %51'i ilahi bir varlığa ya da yaratıcıya inanmaktadır. Bu inancı taşımayanların oranı %18, şüphecilerin oranı ise %17 bulunmuştur. Araştırmada Tanrı'ya inananların en çok olduğu birinci ülke %93 ile Endonezya, ikinci ülke ise Türkiye olmuştur. Tanrı'ya inanmayanların en yüksek olduğu ülke ise %39 ile Fransa olmuştur.

<sup>34</sup> Dengeleme tertibatı.

<sup>35</sup> Stonebraker, *age*, 5.

<sup>36</sup>“Küresel Anket:En İnançlı İkinci Ülke Türkiye”, <http://www.turkishjournal.com/i.php?newsid=9558> [08.07.2012].

**Şekil 2.6: Evrim Teorisi'ne Olan İnanç**



Araştırmada katılımcılara ölümden sonraki hayatla ilgili görüşleri de sorulmuştur. Buna göre dünya genelinde insanların %51'i ölümden sonra hayata inanmaktadır. %23'lük kesim ise, ölüm sonrası hayata inanmakta ancak cennet ve cehenneme inanmamaktadır. Cennet ve cehennem inancına sahip en yüksek ülke yine %62 ile Endonezya olurken, ikinci ülke %52 ile Türkiye olmuştur.

Araştırmaya Evrim Teorisi'ne olan inanç da dahil edilmiştir. Dünya genelinde evrimin doğru olduğunu düşünenlerin oranı %41 bulunmuştur. Bu oran İsveç'te %68'e çıkarken, Türkiye'de %19'a inmektedir (Şekil 2.6).

Gallup'un 114 ülkede 2009 yılı boyunca yaptığı kamuoyu yoklamaları, dünyanın en dindar ülkelerinin aynı zamanda dünyanın en fakir ülkeleri olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu anketin sonuçlarıyla ortaya atılan "dindar ülkeler fakirdir" tezini ise ABD bozmaktadır. Araştırmaya göre dünyada yaşayan insanların %84'ü dinin günlük hayatında önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir. Dindarlık sıralamasında

Türkiye 114 ülke arasında 65'inci sırada yer almaktadır. Türkiye'de halkın %82'si dinin günlük hayatlarında önemli bir yer tuttuğunu belirtirken, %15 bu soruya hayır cevabı vermiştir. ABD'de ise, "din günlük hayatınızda önemli bir yere sahip mi?" sorusuna %65 evet demiştir. İngiltere, Fransa, Almanya, Japonya gibi zengin ülkelerle karşılaştırıldığında Amerika'daki dindarlık oranı oldukça yüksek bulunmaktadır.<sup>37</sup>

**Tablo 2.1: Kişi Başına Düşen Gelir - Dindarlık Karşılaştırması**

Kişi Başı Gelir	Evet	Hayır
0 \$ - 2000\$	%95	%5
2001\$ - 5000\$	%92	%7
5001\$ - 12500\$	%82	%17
12501\$ - 25000\$	%70	%28
25001\$ +	%47	%52

Iannaccone'a göre; "Doğaüstücülüğe olan talep gibi, tatmin edilmek istenen temel istekler önlenemez." Ayrıca dindeki ve rasyonel düşüncedeki ilerleme, dine zarar vermeyecektir.<sup>38</sup> Doğaüstücülüğün dünyasında büyü, dindeki olağanüstü oluşumlara olan inançtan farklılık göstermektedir. Büyü objektif olarak ele alınabilir. Örneğin; tarot kartları ile geleceğe dair beklentiler, bilimsel analizler ile tutturulabilir. Kontrollü deneyler, bu gibi iddiaları doğrulamak ya da reddetmek için kullanılabilir. Ancak doğaüstü varlıklar bu testlerden sıyrılmaktadır. Bu durumda bu varlıkların varlığı kanıtlanamadığı gibi, yokluğu da

<sup>37</sup>"GALLUP: Dünyanın En Dindar Ülkeleri En Fakir Ülkeler, ABD Hariç". <http://www.turkishjournal.com/i.php?newsid=8107> [07.07.2012].

<sup>38</sup> Iannaccone, 2002.

kanıtlanamamaktadır. Böyle bir belirsizliğin içinde, rasyonel insanlar, risklerini hesap ederek dini çoğunluktaki inançlara geçiş yapmayı seçebilmektedir.

Büyü, sihir gibi doğaüstü görülen şeyler, bilimsel çalışmalar ile çürütülebilir, ancak din çürütülemez. Nitekim, en bilimsel alanların (matematik, kimya, fizik, biyoloji gibi) üniversite profesörleri bile, dini inançları kuvvetli kişiler olabilmektedir.<sup>39</sup> Bununla birlikte 2008 yılında SEED Dergisi'nin dört ülkede yaptığı araştırmada; bilim adamlarının dine bakışları sorulmuştur. Katılımcıların; Fransa'da %50'si, İngiltere'de %44'ü, Almanya'da %40'ı ateist olduklarını söylerken, ABD'de bu oran %17 bulunmuştur. Araştırmaya katılan bilim adamlarının mesleki dağılımı ise şöyledir: Sosyal Bilimler %24, Tıp %23, Biyoloji-Kimya %15, Mühendislik %12, Fizik %9, Bilgisayar %9, Matematik %8.<sup>40</sup>

Birçok tüketici, dine talep söz konusu olduğunda, dinin gelecekte sağlayacağı potansiyel faydaları vurgulamaktadır. Ekonomik çalışmalarda da, dine olan talebin, ahiret inancı gereği olduğu, bu nedenle tüketildiği sonucuna varılmaktadır.<sup>41</sup>

Dini aktiviteler, insanlarda mutluluk ve huzur duygularını açığa çıkararak, fayda sağlayabilmektedir. Dini faaliyetler, çeşitli kanallar aracılığıyla, fiziksel ve duygusal iyileştirmelerin oluşmasını da sağlayabilmektedir. Örneğin; ibadethanelere gitmek, güçlü sosyal ağların inşasını sağlayabilir, resmi ve gayri resmi destek sistemlerini oluşturabilir, stresle başa çıkma becerilerini geliştirebilir. Buna ek olarak; din, insanların sigara, alkol gibi kötü alışkanlıklardan uzak durmasını sağlayarak, sağlıklı yaşam tarzını teşvik edebilmektedir.<sup>42</sup> Dini inanca sahip olmak, dua etmeyi de gerekli kılmaktadır. Dini bir aktivite olan dua etme ve yakarış, yalnızca ölümden sonraki yaşamı güzel kılmak için değil, dünyadaki farklı istekler içinde yapılmaktadır. Yapılan araştırmalarda, insanlar; ailelerinin ve sevdiklerinin felaketler karşısında korunması için, para, gelir yada maddi bir şey talep etmek için, iyi bir eş

---

<sup>39</sup> Laurence R. Iannaccone, "Introduction to the Economics of Religion," **Journal of Economic Literature**, c.36, s.3, (1998): 1490-91.

<sup>40</sup>"Bilim Adamlarının Dine Bakışı". <http://www.agnostik.org/1032-bilim-adamlarinin-dine-bakisi.html> [08.07.2012].

<sup>41</sup> Corry Azzi, Ronald Ehrenberg, "Household Allocation of Time and Church Attendance," **Journal of Political Economy**, c.83, s.1, (1975): 27-56.

<sup>42</sup> Christopher Ellson, "Religion, Health and Well-Being," **Journal for the Scientific Study of Religion**, c.37, s.4, (1998): 692-694.

bulup evlenmek için ya da taraftarı olduğu futbol takımının maçı kazanması için dua edebilmektedirler.<sup>43</sup>

Dinlerde alturizm<sup>44</sup> hem normatif olarak hem de naturel alturizm olarak görülmektedir. Üç büyük tek tanrılı dinde de (Musevilik, Hristiyanlık, İslamiyet), emir ve yasaklar normatif prensiplere dayalıdır.<sup>45</sup>

Ücret dışı gelirlerin, alturistik hareketler üzerinde olumsuz etki yaratacağı beklentisine rağmen, aslında aralarında pozitif güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Ücret dışı gelirler arttığında, bireylerin alturistik hareket performansı sayısında da artış olmaktadır.<sup>46</sup> Fakat zekat, aşar vergisi fiyatla ilgili bir alturistik hareket olarak görülmemeli, dua talebi olarak yorumlanmalıdır.<sup>47</sup>

Yaş; alturistik dini hareketlerle ilişkilidir. Emeklilik yaşına gelmiş bireyler, alturistik hareketlerde daha az fiziksel performans göstermektedirler. Eğitim; yüksek pozitif etkiye sahiptir, yüksek okul eğitimi almış bireylerde alturistik hareket performansı sıklığı yüksektir. Yine kadınlar, erkeklerden; evliler, bekar ve boşanmışlardan daha yüksek dini alturistik hareket performans sıklığına sahiptir.<sup>48</sup>

### 2.3.1. Dini Talep Modeli

Din; kişisel kaynak ve bütçeler üzerinde diğer bütün mal ve hizmetler ile rekabet eden ekonomik bir maldır. Elle tutulur, somut bir mal olmasa da, bireylerin tercihlerini, harcamak istedikleri zaman ve parayı gösterebilen soyut, manevi bir değerdir. Din her bir bağımsız tüketici tarafından şahsen üretilmesi gereken bir maldır. Diğer fiziksel mallar gibi tüketime hazır olarak elde edilememektedir. Dini faaliyetler için talep modeli çalışmaları, Becker'in 1965'teki "hane halkı üretim

<sup>43</sup> "Türkiye'de Dindarlık Yüksek Hoşgörü Az". <http://www.agnostik.org/11220-turkiyede-dindarlik-yuksekk-hosgoru-az.html> [07.07.2012].

<sup>44</sup> Alturizm; bir kişinin yaşamını diğerlerine adanması eğilimi, fedakarlık olarak tanımlanır. Alturizm; normatif yada naturel (hedonik) alturizm olarak kategorize edilmektedir. Normatif alturizm, değerler ve normlar üzerine kurulmuştur. Naturel alturizm ise; efektif alturizmi içerir, empati, duygusallığın bulaşımı, şefkat, merhamet içermektedir. (Timothy Brown, The Economics of Religious Altruism: The Role of Religious Experience, **University of California Berkeley**, (2009): 2.

<sup>45</sup> Timothy Brown, The Economics of Religious Altruism: The Role of Religious Experience, **University of California Berkeley**, (2009): 2.

<sup>46</sup> **Age**, 16.

<sup>47</sup> Timothy Brown, Rational Praying: The Economics of Prayer, **Journal of Socio-Economics**, C:38 (2009): 37-44.'den aktaran Timothy Brown, The Economics of Religious Altruism: The Role of Religious Experience, **University of California Berkeley**, (2009): 15.

<sup>48</sup> Brown, **age**, 15.

modeli (household production model)” ile başlamıştır.<sup>49</sup> Becker’in yaptığı analizdeki temel düşünce, bir haneyi kendisinin yiyecek, barınma, eğlenme gibi temel mallar olarak isimlendirdiği malları üreten küçük bir fabrika olarak düşünmektir. Bu küçük işletme, zamanı ve hanelerin piyasada satın aldığı “yarı mamul” olarak ifade edilen sıradan malları girdiler olarak kullanmaktadır.

Hane halkı üretim modeli; bireylerin dini üretim sürecine katılma sebebi olarak üç etken olduğunu varsaymaktadır. Birincisi; dünyadan sonraki yaşamdaki beklentileridir. Ahiret, cennet, cehennem inancı, bireyleri dini aktivitelere katılmayı teşvik etmektedir. Bu fikir ise; bireylerin üye oldukları dini grup ya da mezheplerin ayinlerinden, kitaplarından ya da dini liderlerinin sözlerinden ortaya çıkmaktadır. İkinci etken ise; tüketim dürtüsüdür. Bireyler dini inanç, ibadet ve faaliyetlerinden aldıkları manevi haz sebebiyle tüketim sürecine katılmaktadırlar. Üçüncüsü ise; toplumsal baskıdır. Genelde küçük yerleşim yerlerinde, üye sayısının az olduğu dini grup ve cemaatlerde daha sık rastlanmaktadır. Herkesin birbirini tanıdığı, dini grup ve cemaatlerin sayısının az olduğu yerlerde eğer dindarlık oranı ve üretim sürecine katılım yüksek ise, bu sürece katılmayan bireylerin diğerleri tarafından kolaylıkla fark edilmeleri ve katılmaları yönünde baskı görmeleri mümkündür.

Bu tip bir analizin içinde temel malların fiyatları, iki önemli unsurdan oluşmaktadır. Birincisi, piyasada satın alınan ara mallarının doğrudan maliyetleridir. İkincisi, spesifik bir malın üretimi ve tüketimi için harcanan zaman, hanede üretilen her bir mala harcanan zamanla ücretin çarpılmasına eşittir. Bu şunu ima eder; hanedeki her bir hane halkının ücretinde bir artış yalnızca piyasadaki çalışma isteğini değiştirmeyecek aynı zamanda haneler tarafından üretilen ve temel mallar olarak ifade edilen malların üretimi ve tüketimi için ayrılan zamanın artması ve azalmasını değiştirecektir. Çalışma ve boşta kalma arasındaki geleneksel dikatomi analizi yerine, Becker’in modeli hanelerin zaman tahsisleri için genel bir teori sunmaktadır.<sup>50</sup> Bu modelin, bireylerin ve hane halkının seküler ve dini mallar arasında faydayı maksimize ederek, zaman tahsisine olanak tanıdığı varsayıdır. İlk çalışmalarda dünyadan sonraki yaşam, dini aktivitelerin değeri olarak vurgulanmasına rağmen, daha sonraki çalışmalarda (Sullivan 1985, Sawhill 1997,

---

<sup>49</sup> Stonebraker, *age*, 6.

<sup>50</sup> Mahmut Bilen, İbrahim Yumuşak, “Gary S. Becker’in İktisat Bilimine Ve Beşeri Sermaye Teorisine Katkıları”, *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, c.3 (2008): 8.



Heineck 2001) şu anki katılımlardan sağlanacak faydalara dikkat çekilmiştir. Varsayımına göre, bireylerin fayda fonksiyonunu maksimize etmek, her zaman periyodunda seküler ve dini mal ve servislerin tüketimine bağlıdır.<sup>51</sup>

$$U = U(S_1, S_2, \dots, S_t, \dots, S_n, R_1, R_2, \dots, R_t, \dots, R_n) \quad (1)$$

Formülde,  $S_t$  t zaman periyodunda seküler mal ve hizmetler paketini,  $R_t$  t zaman periyodunda dini mal ve hizmetler paketini ifade etmektedir.  $S_t$  değeri, seküler mal ve hizmetlerin t zamanında satın alım miktarına ( $Q_{St}$ ) ve t zamanındaki boş zaman miktarına ( $T_{St}$ ) bağlıdır.  $R_t$  sırasıyla, dini mal ve servislerin satın alım miktarına ( $Q_{Rt}$ ) dini faaliyetlerde harcanan zaman miktarına ( $T_{Rt}$ ) bağlıdır.

$$S_t = S(Q_{St}, T_{St}) \quad (2)$$

$$R_t = R(Q_{Rt}, T_{Rt}). \quad (3)$$

Dini aktiviteler bu modellerde geleneksel mikro ekonomik değişkenlere cevap vermektedir. Örneğin; fiyat seküler malların satın alım isteğini olumsuz etkilediği gibi, dini malların tüketimini de negatif etkiler. Olumsuz hava koşullarında, spor organizasyonları ya da kısa süreli tatiller zamanın fırsat maliyetini yükseltir, dini servislere katılım düşer.

Ücret oranlarının da dini aktivitelere katılım üzerinde etkileri bulunmaktadır. Yüksek ücret oranları, dini aktivitelere harcanan zamanın fırsat maliyetini arttırırken, dini aktivitelerden uzaklaşma, işe devam etmede artış olur. Bu durum  $T_{Rt}$  'yi düşürür. Daha yüksek ücret geliri ile bireyler daha fazla saat çalışma isteğinde olmaktadır. Gelirin arttığı ve daha az zaman çalışıldığı durumda, tüketiciler dini katılıma ayrılan zaman ve para için daha fazla efor sarf etmektedir. Bu senaryoda,  $Q_{Rt}$  ve  $T_{Rt}$  yükselir. Bu bize, din talebinin miktarındaki belirsiz ve istatistiksel çalışmaların teorik etkilerini, sonuçlarıyla göstermektedir.<sup>52</sup>

Bu model de beklenti, ücretlerin, dini katılım talebinin çeşidini etkilemesidir. Ücret ve gelir arttığında, tüketiciler dinin zaman yoğun formundan, para yoğun formuna geçiş yaparlar. Yukarıdaki terminolojiyi kullanarak;  $Q_{Rt}$ ,  $T_{Rt}$ 'ye oranla daha fazla artacaktır.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Stonebraker, **age**, 6.

<sup>52</sup> **Age**.

<sup>53</sup> **Age**.

Azzi ve Ehrenberg, dinin birbirleri ile alakalı ancak belirgin üç farklı üründen oluşan bir deste olarak düşünülmesi gerektiğini önermişlerdir. İlki maneviyattır, en eski zamanlardan günümüze kadar bir şekilde kendini ifade etme yolu bulmuş olan en temel insani dürtüdür. Bu ürün, “manevi ürün” olarak adlandırılmaktadır. Manevi ürün; maneviyat, harcanan zaman- maliyet ilişkisi, ücret/aktivite, düşük-yüksek gelir farklılıkları, zaman- para harcamak, yoğun hayata adapte olan dini hizmetler ve dini sermaye konularını içermektedir. İkinci olarak, dinde her zaman bir topluluk boyutu olmuştur, bir birey belirli bir dine “aittir” ya da “katılır” ve bu grubun bir “üyesi” olarak diğer katılımcılar ile birlikte çeşitli ayinlere dahil olur. Dinin bu özelliği “sosyal ürün” olarak adlandırılmaktadır. Sosyal ürün; grup kültürü, kulüp teorisi, kulüp üyeliği, kamu malı, bedavacılık, kulüp değişikliği, fedakarlık konularını içermektedir. Din aynı zamanda insan hayatının faniliğini, ölümden kaçış olmamasını, cennet-cehennemi ve bunun hayatın anlamı üzerindeki etkileri ile ilgili ikilemlere de çözüm olur. Buna da genel olarak “ebedi ürün” olarak atıfta bulunulsa da, her din ölümden sonraki hayat ile ilgili olarak benzer yaklaşımlar sergilememektedir. Birçok dinde bu üç “ürün” bir araya getirilerek “din” isimli tek bir ürün olarak sunulmaktadır, fakat her birinin ekonomik özellikleri farklı olduğu için ayrı ayrı değerlendirmekte fayda vardır.<sup>54</sup>

### 2.3.2. Dini Beşeri Sermaye

Oluşturulan model üzerine beşeri sermaye kavramını eklemek, dini davranışlar üzerine ışık tutmaktadır.<sup>55</sup> Nasıl ki, günlük yaşantımızda bireyler beşeri sermayeyi oluşturmak için, eğitime, pratiğe, kurslara yatırım yapıyorsa ve bu çaba bireyin becerilerini arttırarak beşeri sermayesine katkıda bulunuyorsa, dini aktivitelere katılım, çalışma, eğitim alma da, dini becerileri arttıracığından, dini beşeri sermayeyi oluşturmaktadır.

Dini beşeri sermaye, eklenen her bir dini aktivite talebinin faydası ile yükseltilebilmektedir. Dini ibadetlere ya da ayinlere sıklıkla gidenler, bu faaliyetlerden daha fazla zevk almaktadır. Alınan her zevk, faaliyetin devamı için teşvik edici olmaktadır. Melodilere aşina olanlar, ilahileri daha anlamlı bulmaktadır. Bu da ayinlere

---

<sup>54</sup> Azzi, Ehrenberg, 1975: 27-56.

<sup>55</sup> Laurence Iannaccone, “Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and Other Collectives”, *Journal of Political Economy*, c.100, no.2 (1992): 271-97.

katılımını arttırmaktadır. Ayrıca bu katılımlar, cemaat ağlarından daha fazla sosyal destek almayı sağlamaktadır.

Dini sermaye; bir geri besleme döngüsü (a feedback loop) oluşturur.<sup>56</sup> Dini aktivitelere katılım, talebi ve faydayı yükseltir, dini sermayeyi oluşturur. Bir dönemde tüketimdeki artış, bir sonraki dönemdeki tüketim talebini artırır.

$$R_t = R(Q_{Rt}, T_{Rt}, RC_t) \quad (4)$$

$RC_t$ , tüketicinin sahip olduğu dini sermaye miktarıdır.  $RC_t$  tüketicilerin dini tüketimi ile büyür.

$$\Delta RC_t = RC(Q_{Rt-1}, T_{Rt-1}, RC_{t-1}) \quad (5)$$

Dini sermaye, mezhepler hatta cemaatler arasında kolay transfer edilemez, geçişler zordur. Dini sermaye güçlü-spesifik olduğundan, marka sadakati de baskın olmalıdır. Beşeri sermaye bir çocuğun anne babasının dini aktivitelerini görmesi ile başlamaktadır. Çocuk zamanla ailesinin yaptıklarını taklit eder ve ailesinin birikimleri zaman içerisinde çocuğa aktarılmaya başlanır. Çocukların çoğunluğu dini inançlarını ailelerinden aldığından ve bu inançlar doğrultusunda büyüdüğünden, eğilimleri değiştirmek zordur.<sup>57</sup> Din değiştirme zaman faktörü ile ilişkilidir. Bireylerin erken yaşta din değiştirmeleri daha kolaydır. Çünkü din değiştirmeden kaynaklanabilecek maddi ya da manevi kazanım ileri yaşlarda azalmaktadır. Zamanla dini sermayeye eklenen en küçük şey dahi, bireyin dini beşeri sermayesini arttırmaktadır. Beşeri sermayenin zamanla artması da, bireyin dini aktivitelere katılımdan aldığı tatmin hissini arttıracığından, bir sonraki katılım olasılığı yükselecektir.

Ekonomik perspektif; insan sermayesi yatırımları, yaşam, evlilik, boşanma, ailedeki kişi sayısı, istihdam gibi konulardaki tercihler de dahil olmak üzere; insan yaşamı boyunca yapılan sayısız kararların algılanan fayda ve maliyetlerini, çeşitli inançların norm ve öğretilerinin etkilerini, bireylerin dini birleşimlerinin ekonomik ve demografik davranışlarını inceler.<sup>58</sup> Bu kararlarla yakından bağlantılı olduğundan, dini öğretiler bunlardan herhangi birini doğrudan etkilerken, diğerlerinin tümü dolaylı olarak etkilenmektedir.

---

<sup>56</sup> Stonebraker, *age*, 8.

<sup>57</sup> Iannaccone, 1992, 271-97.

<sup>58</sup> Evelyn Lehrer, "Religion, Human Capital Investments and The Family in The United States", **IZA Discussion Paper**, s.4279 (2009): 1.

Beşeri sermayenin günlük tecrübelerde saptanması oldukça kolaydır. Dini bir çevrede yetişmiş bir bireyin dini aktivitelerine devam etmesi veya bunu gösteren söz ve davranışlarda bulunma olasılığı yüksektir. Bunun nedeni, dindar bir aileden veya çevreden gelen bireydeki dini yatırım, bireyin dini sermayesinde toplanmış olmasındandır. Bu sermaye seküler bir ortamda bile kullanılır, bireyin çevresindeki kişiler tarafından fark edilebilir. Beşeri sermaye modeli, mezhepsel hareketlilik, din değiştirme oranı, aynı dinde evlilik, dinler arası evlilik, dindarlık yaş profili gibi birçok konuda verimli tahminlere ulaşmaya olanak tanımaktadır. Amerika örneğinde çeşitli dini gruplar, fayda ve maliyetlerinin mevcut yapıları ile, ekonomik ve demografik davranış örnekleri sergilemektedir. Farklı dini sermayeye sahip dini gruplar, farklı eğilimler göstermektedir. Muhafazakar Protestanlar; birlikte yaşamaktan kaçınma eğilimi, erken yaşlarda evlenme ve doğum yapma eğilimi ile göze çarpmaktadır. Ayrıca düşük eğitim seviyeleri, ev içi iş bölümündeki büyük asimetri, aile içindeki çocukların küçük yaşta istihdamı, yüksek doğum oranı, kadın işçi ücretlerindeki düşüklük ve aile sağlığına verilen önemin azlığı eğilimleri dikkat çekmektedir.<sup>59</sup> Ortodoks Olmayan Yahudilerde, zıt örneklerin eğilimi görülmektedir: İleri yaşlarda evlilik, düşük doğum oranı, yüksek eğitim seviyesi, kadınların istihdam ve ücret seviyesinin yüksekliği, aile sağlığına verilen yüksek önem.<sup>60</sup>

Mormonlar<sup>61</sup> üzerindeki sonuçlarda ise, olağandışı yüksek doğum oranı, yüksek evlilik sürdürme oranı, düşük kadın işçi istihdamı ve ücretleri eğilimi bulunmaktadır.<sup>62</sup>

“Hiçbir dine sahip olmayan grup”; düşük eğitim seviyesine ve yüksek oranda evlilikte istikrarsızlığa eğilimli bulunmaktadır. Ancak bu kategori ateistleri, agnostikleri ve diğerleriyle hiçbir bağının olmadığını söyleyenleri de içerdiğinden, heterojendir.<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> Age, 1.

<sup>60</sup> Age, 1.

<sup>61</sup> Mormonluk veya Mormonizm, Joseph Smith, Jr. tarafından 1830'da başlatılan erken Latter Day Saint hareketi (LDS) ve Brigham Young'dan başlamış modern mezheplerin dinsel, geleneksel ve kültürel unsurları içermektedir. Özellikle, Mormonluk, İsa Mesih'in Son Zaman Azizler Kilisesi (The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints) ve Mormon tutuculuğu ile ilgilidir. Tevrat'ın ve İncil'in kutsal kitap olduğuna ve hristiyanlığın meşhur BABA-OĞUL-RUHUL KUDÜS üçlemesine inanırlar. Gözle görünen bir tanrının zaman-zaman insanları uyarmaya ve onlara doğru yolu göstermeye geleceğine; ve işte Joseph Smith'in böyle bir uyarıcı olduğuna ve Mormon kitabının vahiyle gelen bir kitap olduğuna inanırlar. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Mormonluk>, <http://www.sevde.de/Misyoner/Mormonlar.htm> [15.05.2012].

<sup>62</sup> Lehrer, age, 1.

<sup>63</sup> Lehrer, age, 2.

Aynı inancı paylaşan eşlerin bulunduğu bir aile için değerlendirme yapıldığında, bu ailede dini aktivitelere olan talep yüksektir. Ayrıca farklı dini inançlara sahip olan eşler arasında uyumsuzluk ve boşanma oranları daha fazla görülmektedir.<sup>64</sup>

### 2.3.3. Din ve Rasyonel Seçim

Klasik iktisadın bakış açısına göre, rasyoneliteyi tanımlayan temel unsurlar; bireysel fayda, maksimizasyon ve tutarlı seçimdir.<sup>65</sup> Adam Smith; büyümenin önündeki temel engeli devlet tekeli olarak görmüştür. Devlet tekeli insanları tembelliğe yöneltir, çünkü devlet tekelinin bulunduğu yerlerde, bireyler yapmaya istekli olmadıkları etkinlikleri de yapmak zorunda kalmaktadır. Büyümeyi ve gelişmeyi tetikleyen en önemli etmen ise, kişisel çıkar güdüsüdür. Bireylerin kendi çıkarları için sermayelerinin karını maksimize edecek şekilde kullanma istekleri, diğer bireylerin satın almayı istedikleri mal veya hizmetlerin üretilmesine yol açacaktır. Böylece hem üretici hem de tüketici kazançlı çıkacaktır. Böylece, Smith'in günümüz Rasyonel seçim teorisinde kullanılan benzer düşünce ve modelleri, o dönemde tartışmaya açtığı görülmektedir.

Smith'ten sonra iki yüz yıl boyunca dinin kar-maliyet ve çıkar açısından değerlendirilmesine pek şahit olunmamaktadır. Gary Becker'in 1970'te yazdığı "İnsan Davranışına Ekonomik Yaklaşım" isimli çalışmayla birlikte, dini davranışların ekonomik yönü ve dini pazar din ekonomistlerinin de ilgisini çekmeye başlamıştır. Rasyonel seçim teorisinin dini davranışları açıklamada kullanılması, "Hane Halkı Üretim Modeli" (Household Production Model) çerçevesinde Azzi ve Ehrenberg'in kiliseye katılım ve katkısı, ahiret çerçevesinde inceledikleri çalışma ile olmuştur. Bu çalışmada; zaman ve para girdileri, seküler ve dini çıktılar ve bu dünya ile öbür dünya kazançları, bireysel ve ailevi düzeyde ele alınmıştır.<sup>66</sup>

Araçsal rasyonelite kavramı, amaçlara ulaşmak için araç seçimini ifade etmektedir. Rasyonel seçim teorisinin varsayımlarına göre; seçim bireysel bir süreçtir, optimal sonuçlar hedeflenir, aktör tutarlıdır ve aktör yalnızca kendi çıkarlarına odaklanır.

---

<sup>64</sup> Laurence Iannaccone, Rodney Stark and Roger Finke, "Rationality and the 'Religious Mind'", **Economic Inquiry**, c.36 (1998): 373-89.

<sup>65</sup> Anne de Bruin, Susan Flint-Hartle, "A Bounded Rationality Framework for Property Investment Behavior", **Journal of Property Investment and Finance**, c.21, s.3 (2003): 271-84.

<sup>66</sup> Selman, Uçar, 2011, 93.

Buna göre, aktörün içsel zihinsel durumları bir şeyin rasyonel olup olmadığını karar vermede rol oynamaktadır. Söz konusu örgütler, cemaatler ise, amaçlara ulaştıracak araçlar örgütün karar mekanizması içinde belirlenip, optimum fayda sağlayıcı izlenecektir.<sup>67</sup> Teorinin temel unsurları; kar maksimizasyonu, Pazar dengesi ve sabit tercihlerin birleşimidir. Kar maksimizasyonu varsayımına göre, birey her hangi bir davranışındaki maliyet ve karı tartar ve karını maksimize edecek davranışı seçerek rasyonel hareket sergiler. Pazar dengesi varsayımına göre, sosyal sonuçlar bireysel davranışların birbiriyle etkileşiminden ve toplamından ortaya çıkan dengeyi oluşturmaktadır. Sabit tercih varsayımına göre ise, bireylerin maliyet-kar değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan nihai tercihleri kişiden kişiye ve zamandan zamana çokça değişiklik göstermez. Bu varsayımlardan en önemli olanı kar maksimizasyonudur. İnsanlar hangi dini, mezhebi veya dini grubu seçeceklerini, ne kadar sıklıkla ve ne şekilde dini aktivitelere ve gruplara katılacaklarını kendileri belirlerler. Zamanla dini tercihlerinde önemli ölçüde değişiklik yapabilirler veya dinlerini değiştirebilirler. Bütün bunları yaparken kendileri için en faydalı ve çıkarlarına en uygun olan tercihi yaparlar. Çünkü rasyonelite ve maksimizasyon bireyin kaynak, fiyat ve diğer pazar koşullarını çok iyi bilmesini gerektirir; yani, rasyonel seçim teorisi bireyin bu sayılan kriterleri bildiğini ve ona uygun şekilde hareket ettiğini varsaymaktadır.<sup>68</sup>

Bireyin ilgi, zevk, değer ve merak gibi tercihleri ve seçim esnasındaki kısıtlamalar rasyonel seçimin temel değişkenleridir. Bireylerin çıkarlarını optimize ettikleri ve zamanla değişmez temel tercihlerini oluşturdukları varsayılır. Tercihlerinde tutarlı, bütüncül ve bağımsız oldukları kabul edilir. Tercihler başlangıç noktasıdır, çünkü bireyin her hangi bir davranışı, tercih yaparak eyleme başladığı ön kabulü ile açıklanabilmektedir. Rasyonel seçim teorisyenleri tercihlerde görülen bu değişiklikleri tercihin değişmesi değil, sınırlamalar (zaman, maliyet, bilgi, beceri vs.) neticesinde, bireyin farklı bir seçim yapmak zorunda kalmasından kaynaklandığı şeklinde izah etme yoluna gitmişlerdir. Rasyonel seçim teorisi tercihleri sabit kabul eder. Mesela, daha önce düzenli olarak dini bir gruba katılan bir bireyin, işlerin yoğunluğu nedeniyle katılımının azalması, koşulların değişmesi açısından ele alınır. Eğer işlerin yoğunluğu azalır, bireyin tekrar eski davranışlarını sergileyeceği

---

<sup>67</sup> K. Özcan, “Kurumsal Söylemin Rasyonel Temelleri”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, s.13 (2011): 1.

<sup>68</sup> Selman, Uçar, 2011, 94.

öngörülür. Bireyin veya ailenin geliri, ürünün fiyatı ve zaman en belirgin kısıtlamalar olmakla birlikte, teknoloji, bireyin bilgisi, yeteneği, tecrübesi ve sosyal pozisyonu da kısıtlama olarak sayılabilir.<sup>69</sup>

Pazar dengesi varsayımında din müşteriye sunulacak bir ‘ürün’ olarak görülmektedir. Bu nedenle, dini gruba katılım tarzı ürün seçimi ve üretimin sonucu olarak tanımlanmaktadır. Dini ürünler araba, bilgisayar vs. gibi maddi ya da bankacılık, saç kesimi gibi ticari hizmet olmamakla birlikte, Becker dini ürünleri Ev Ürünleri modeliyle izah eder. Yani, dini ürünler birey ve ailelerin kendi tüketimleri için evlerinde ürettikleri hizmet ve eşyalardır. Dindar insanları ‘tüketici’, din adamlarını ve dini grupları ‘üretici’ olarak gören pazar dengesi varsayımına göre, dindar insanların ve din adamlarının müşterek davranışları dini pazarı ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir ifadeyle, insanlar bazı taleplerde bulunurlar, din adamları ve dini gruplar bu talepleri yerine getirmeye çalışırlar. Yani, dini ürün üretirler. Ürünleri tüketen bireyler için bu alışverişin muhakkak bir maliyeti olacaktır. Alışveriş esnasında ortaya çıkan olgu ise dini pazardır.<sup>70</sup>

Rasyonel seçim teorisinin dine uyarlanması; sosyolog Rodney Stark ve William Sims Bainbridge tarafından yapılmıştır.<sup>71</sup> İnsanlar yaşadıkları hayatlarda ulaşamadıkları bazı içsel problemlerine çözüm için dini cevaplara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ihtiyaçlar dini olsa da olmasa da, dini arz edenler tarafından dayatılan mobilize edilmiş dindarlıkla karşı karşıya kalınacaktır.

Birey, dini piyasada çok sayıda dini firma arasından kendi tercihlerine en uygun seçimi yaparken, yaptığı bu seçimin, bir öncekinin sunduğu hizmetten daha fazlasını vereceğini düşünmektedir.

Rasyonel seçim teorisine göre; bireyler dini piyasada istedikleri ürünü seçmektedirler. Tekelci bir piyasada, seçimden bahsetmek zordur. Bu yüzden dini piyasanın kurulabilmesi için serbest bir ortam gerekmektedir. Böylece bireyler, kendi beğeni, beklenti ve ihtiyaçlarına uygun dini malı serbestçe seçip, beğenebilmekte ya da beğenmez ise alternatif dini mallarla değiştirebilmektedir.

---

<sup>69</sup> Selman, Uçar, 2011, 95.

<sup>70</sup> **Age.**

<sup>71</sup>“Theories of Religion”. [http://en.wikipedia.org/wiki/Theories\\_of\\_religion#Rational\\_choice\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Theories_of_religion#Rational_choice_theory) [17.05.2012].

Dini ekonomik modeldeki rasyonel seçim yaklaşımının iki temel yönü bulunmaktadır. Birincisi; talep yönüdür ve “talep yönlü rasyonel seçim kuramı” olarak da adlandırılmaktadır. Değişen önceliklerin ve toplumsal baskıların bireylerin tercihleri üzerindeki etkisini açıklamaya çalışan bu kurama göre bireyler, kendilerine sunulan seçenekler arasından en uygun olanı seçeceklerdir. İkincisi; arz yönüdür ve “arz yönlü rasyonel seçim kuramı olarak da adlandırılmaktadır. Dini kurumlar, dini mal ve hizmet üretiminde uzmanlaşmış ve en yüksek karı elde etmeye çalışan ticari firmalardır. Bu firmalar; müşterilerinin ihtiyaçlarını karşıladığı sürece var olacak, aksi takdirde talep görmeyecektir.<sup>72</sup>

Radikal dini grup üyelerinin intihar komandosu olmaları rasyonel seçim teorisi ile açıklanabilmektedir. Bu terör olayları, din olgusunun bazı toplumsal yapılarda şiddet eylemlerinin ve cinayetler işlemenin önemli bir meşrulaştırıcı kaynağı olarak rol oynadığını açıkça ortaya koymaktadır. Radikal dini gruplar, üyelerini kin ve dini erdeme ulaşma ile motive edebilmektedir. Dinsel tabanlı “terör örgütü” militanları, adli suçlar işleyen suçlulardan farklı olarak, zayıf dinsel yapıya görünümüne sahip olmalarının aksine, güçlü bir dindarlık algılamasına sahiptirler.<sup>73</sup> Yoksulluk ve eğitim eksikliği, kişileri dinde militanlığa daha çok itmektir. Yoksulluk, insanların dinlerinde aşırı tutucu olmasına neden olmaktadır. Ancak kurulan bu grup ve örgütler yalnızca gelir düzeyi düşük insanlara yönelik değildir. Radikal dini inanışa sahip bu gruplar, aynı zamanda çeşitli yerel kamu mallarının sağlanmasında ve servislerin sunulmasında da rol oynamaktadırlar. Hamas, Hizbullah ve Muqtada El-Sadr’ın askerleri, aynı zamanda kendi toplumlarının sosyal servislerin sağlayıcılığını da yapmaktadır.<sup>74</sup> Yapılan mali yardımlar, sağlık harcamaları ve üyelerinin eğitimlerini arttırmaya yönelik çabalar, bu grupların daha fazla ilgi görmesine katkı sağlamaktadır.

---

<sup>72</sup> Pippa Norris, Ronald Inglehart, **Sacred and Secular Religion and Politics Worldwide**, (Cambridge University Press, 2005), 3.

<sup>73</sup> Zahir Kızmaz, “Din ve Suçluluk: Suç Teorileri Açısından Kuramsal Bir Yaklaşım”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, c. 15, s. 1 (2005): 213.

<sup>74</sup> Eli Berman, David Laitin, “Religion, Terrorism and Public Goods: Testing The Club Model”, **NBER Working Paper Series**, s.13725 (2008): 1.



## 2.4. Din Ekonomisinde Arz

Dinin arzı; sinagog, cami ya da kilise adı verilen “firmalar” tarafından sağlanmakta ve pazarlanmaktadır. Bu firmaların her biri üretim teknolojilerini seçmek, bedavacılık problemiyle başa çıkmak ve fiyatlarını ayarlamak zorundadır. Bunları yaparken, aynı zamanda kendi potansiyel üyelerinin dikkatini ve finansal desteğini sağlamak, diğer firmalarla da rekabet etmek zorundadır.

Dini piyasada, enformasyon eksiklikleri ile karşılaşılabilir. Piyasada bilgiye kolay ve ucuz ulaşıldığında, tüketiciler verimli ve bilinçli seçimler yapabilmektedir. Ara malları için, süreç önemsizdir. Bu mallarda şekil ve renk seçimi daha az stres gerektirir. Nihai mallarda ise tüketildikten sonra karar alınamaz. Dini mallar; deneyim malıdır ve tüketimi gerçekleşmeden önce faydasından emin olmak güçtür. Dini mallar ayrıca bağımlılık yapan mallardır. Din ile deneyim, gelecekte alacağınız kişisel faydayı arttırabilmektedir.

Güvenilir mallarda, kullanımdan sonra objektif olarak ölçülemediğinden, enformasyon problemlerine rastlanmaktadır. Örneğin; doktorun yazdığı reçetede ilacın kullanılmasından sonra, hastalık iyileşmiş olabilir. İyileşme, ilaç tarafından mı sağlandı, yoksa başka bir şeyden mi bilinemez. İyileşmeye olan inanç, iyileşmeyi sağlamaya da yöneltebilir. Din; tam anlamıyla güvenilir malıdır. Bir dine inanmakla kazanan olup olmadığını, en azından bu hayatta, bilemeyiz. Güvenilir mallar, tüketicilerini risk ve güvenlik açığı ile karşı karşıya bırakmaktadır.<sup>75</sup>

Kar amacı güden firmalar la karşılaştırıldığında, kar amacı gütmeyen firmalar daha güvenilir bulunabilmektedir. Kar amaçlı firmalar, kendilerinin enformasyon avantajını kullanarak, ürün kalitesinde sahte iddialarda bulunabilmektedir. Kar amaçlı olmayan firmaların mali kaygısı daha az olduğundan, aldatmaya yönelik eğilimleri daha az olabilmektedir. O nedenle kar amaçsız firmalar daha güvenilir ve inanılır bulunmaktadır. Kar amacı gütmeyen firmalar sık sık halka muhasebe defterlerini

---

<sup>75</sup> Stonebraker, 2003, 9.

açtığından, yönetim organizasyonlarını açıkladığından, eğitim, sağlık ve din organizasyonları firmaları, güvenilir mal piyasasına hakimdir.<sup>76</sup>

Kar amacı gütmeyen bu dini örgütler ve liderler, yalnızca mali kaygılarla ilişkili değillerdir. Dini örgütlerin daha fazla tüketiciyi (müridi) bünyesine katma çabası ya da liderlerin kendi servetlerini arttırma çabası nedeniyle yaptıkları girişimler dini örgütler arasında da rekabetin varlığını göstermektedir.

Dini kurumları arz eden şirketler olarak düşündüğümüz modelde, din adamları ile dindar insanlar arasında farklı roller ve ilişkiler vardır. Bu model dini grupları, karlarını en yüksek düzeye çıkarmaya çalışan şirketler olarak göstermekte, dini grupları dini pazar içinde faaliyet gösteren kurumlar olarak değerlendirmektedir. Dini kurumlar, varlıklarını devam ettirebilmek için tüketici odaklı hareket ederek üye sayılarını ve üyelerin katkılarını arttırmaya, onları memnun etmeye yönelik ürünler üretmeye gayret göstermektedir. Diğer kar maksimize eden seküler şirketlerde de olduğu gibi, tüketici talebi, memnuniyeti ve güveni dini üreten grubun üretim sürecini, tarzını ve çeşidini kısıtlar, etkiler veya değiştirir.

Dini kurumlarda görev yapan personelin veya din adamlarının amaçları, diğer seküler şirketlerde olduğu gibi, mümkün olduğunca düşük maliyetle kaliteli ürün üretmek, farklı tüketicilerin beğenisine sunmak için ürünleri çeşitlendirmek ve pazarlamasını en iyi şekilde yapmaktır. Bu anlamda, memnun olunmayan ürün değiştirilir ve tüketicinin memnun olduğu ürünler üzerine odaklanılır. Ancak bunu yaparken, bir taraftan tüketicilerin talepleri göz önünde bulundurulur, diğer taraftan da dinin emir ve yasaklarına riayet edilir. Çünkü, bu kutsallar cemaatin varlık sebebidir. Mesela bir pazar günü kilisede vaaz eden papaz, cuma namazı öncesi kürsüden vaaz eden vaiz veya herhangi bir tarikatın ya da cemaatin sohbetlerinde sohbet eden kişi, dini ürün üreten ve bu ürünü pazarlayan kişi olmaktadır. Bu kişiler vaaz ederken söyleyecekleri sözleri özenle seçerler ve cemaatin camiye, kiliseye ya da cemaate gelmesini engelleyecek veya onları soğutacak sözlerden özellikle kaçınırlar. Eğer dinin emir ve yasaklarına ters düşen bir durum söz konusu değilse,

---

<sup>76</sup> Susan Rose-Ackerman, "Altruism, Nonprofits, and Economic Theory", **Journal of Economic Literature**, c.34, s.2 (1996): 701-728.

cemaatin hoşuna gitmeyen herhangi bir söylevi bir sonraki vaazda kullanmamaya dikkat ederler.<sup>77</sup>

#### 2.4.1. Kulüp Teorisi, Dışsallıklar ve Bedavacılık Sorunu

Faydası birden çok birey tarafından paylaşılabilen (bölünebilen) ve belli bir maliyet karşılığında faydası bir gruba tahsis edilebilen mallar, kulüp malı olarak tanımlanmaktadır.<sup>78</sup> Kamusal malın faydasının belli bireylere tahsis edilmesi ve malın bedelini ödemeyenlerin faydadan dışlanmasının nedeni, kamu malının aşırı kullanımından kaynaklanacak kalabalıklaşma maliyetinin önlenmesidir. Aşırı kullanım sonucu ortaya kamu malından beklenen etkinliğin sağlanamayacağı düşüncesiyle belirlenen giriş bedelini ödemeyenler, kullanımdan mahrum bırakılabilmektedir.

Bir başka deyişle, kulüp malları pozitif dışsallıkları olan ancak bu faydadan sadece kulüp üyelerinin yararlanabildikleri hizmetleri ifade etmektedir. Kulüp mallarında, pozitif dışsallıklardan kimlerin yararlanabileceğini belirlemek ve başkalarını bu faydadan dışlamak mümkün iken, yarı kamusal mallar için bunları söylemek mümkün değildir.

Kulüp malları teorisinde, bazı ihtiyaçların ortak olarak sağlanması maliyetleri düşürmekte ve etkinlik yaratmakta ise, kullanıcılar bu malların arzını kulüp şeklinde organize edebilmektedir.<sup>79</sup>

Belirli bir dini benimseyen kişilerin, benzer şekilde eğilimli bir gruba katılmaları, son derece kişisel bir faaliyettir. Din için talebin yönü, kulüp malı olarak analiz edilir ve Kulüp Teorisi literatüründe önemli bir yer kaplamaktadır. Böylelikle dinin kulüp malı olma özelliği ortaya çıkmaktadır.

Kulüp malları, diğer kişisel üretim malları gibi doğrudan satın alınamamaktadır. Satın alınması için tüketicinin zaman ve çabasını gerektirmektedir. Bir bireyin bu amaç için ayırdığı kaynakların verimliliği, diğer üyeler tarafından yapılan kaynak

---

<sup>77</sup> Asim Jusic, "Economic Analysis Of The Legal Regulation Of Religion In The US and Germany", **Central European University**, Budapest, (2007).

<sup>78</sup> Kemal Çelebi, Zafer Yalçın, "Kamusal Mallar Teorisinin Değişimi: Bölgesel Kamusal Mallar", **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, c.15, s.2 (2008): 9.

<sup>79</sup> Beyhan Ataç, **Kamu Ekonomisi**, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları, 2010), 56.

tahsislerine bağlıdır. Örneğin, bireyin kilise korosuna katılarak dini deneyimini arttırması, diğer koroya katılmak isteyenlerin varlığı ile olacaktır.<sup>80</sup>

Birçok dini mal; kolektif kulüp malıdır. Kulüp malının rekabetçi olmaması ve devre dışı bırakılabiliyor olması; dindeki birçok insanın birlikte şevkle dua etmesi, bireylerin dini aktivitelerin finansmanına katkıda bulunması ile örneklendirilebilmektedir. Bu anlamda dini gruplar, dini ürünlerin üretimini sağlayan tedarikçilerdir.

Bütün dinler bu karakteristik özellikleri içermesine rağmen, farklı şekilde görüntülenmektedir. Zıt bir uçta üyelik için “satın alma” mümkün iken, diğer uçta dolaylı ya da direk yollarla bağış yapma görülebilir. Bu durum, “bu gerçek din mi?” sorusunu gündeme getirmektedir.<sup>81</sup>

Dinlerde bulunan çoğu aktivite; düğün, bayram, cenaze, ibadet için hayır işleri vb. yalnızca bireyin kendi kaynaklarını kullanması ile değil, aynı zamanda diğer katılımcıların kaynaklarını kullanmasıyla tamamlanmaktadır. Bu etkileşimin sonucunda, kulüpler, yarı- kamusal mal özelliğindedir. Kamu malının özelliği gibi, tüketiciler bir başka tüketicinin yararını kısıtlamadan bir dine ait olabilir. Kamu malının özelliğinin aksine ise, bir kulübe üyelik potansiyel tüketiciler haricinde, kulüp üyesi olmayan kişilere sınırlandırma getirmektedir. Bu üyelik, üyelik ücreti ile yada yaş, cinsiyet, ırk, meslek, ulusal köken, yaşanılan bölge gibi bazı spesifik kriterlerle gerçekleşebilmektedir. Dini organizasyonlar, kulüpler gibi, kendi üyelerine yarı kamusal mal üretiminde bulunmaktadırlar. Bu dini organizasyonların ürettikleri mal ve hizmetler; ibadet hizmetleri, dini eğitim olanakları, danışmanlık ya da çok çeşitli sosyal aktiviteler olabilmektedir. Kulüp modellerinde din adamları, tıpkı şirkette hisseye sahip yöneticiler gibi kabul edilmektedir.<sup>82</sup>

Bugüne kadar kiliseleri firmalara benzetir nitelikte yapılan çalışmaların en etkileyicisi, Ekelund’ un 1996’da yaptığı çalışmadır. Ekelund bu kitabında, Ortaçağ Katolikliği’nin sayısız özelliklerini tekelleşme açısından anlatmıştır. Kilise, merkezi ofisi olan, tekel bir firma olarak ifade edilmektedir. Bu merkez genel tahsisleri yönetir, uzun dönemli planlar yapar, stratejiler çizer ve çizdiği stratejileri yönetmektedir. Genellikle lokal bölünelere izin verilmektedir. Bu tekel firmanın,

---

<sup>80</sup> Carmel Chiswick, “Economics and Religion”, *IZA Discussion Paper Series*, s.4868 (2010): 6.

<sup>81</sup> **Age.**

<sup>82</sup> Stonebraker, 2003, 9.

işlem ve kiralama maliyetleri, faiz oranı kısıtlamaları için ekonomik açıklamalar sunma, evlilik yasaları, haçlı seferleri, manastırların organizasyonu, günahlar ve cennete girebilmenin ilkeleri gibi standart teorileri bulunmaktadır. Kilisenin, düşük oranlarda kredi verip daha sonra yüksek oranlarda aldığı, tefecilikle ilgili işleyişi bulunduğu değinilmiştir.<sup>83</sup>

Dini aktivitelere katılan bir bireyin elde edeceği maddi ve manevi fayda, sadece kendi bireysel katkısına değil, ayrıca başka katılımcı bireylerin, yani grubun diğer üyelerinin katkısına, üyelerin toplam sayısına, üyelerin arasındaki sosyal bağlara da bağlıdır. Çünkü grubun birçok üyesi dini ürünlerin üretim, tüketim sürecine birlikte katkıda bulunmaktadır. Kişiler arası önemli bir tamamlayıcılığın olduğu bir kulüpte, giriş engelinin olmaması durumu, “bedavacılık” problemini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda tüketicinin kaynaklarının verimliliği düşecektir.<sup>84</sup>

Birçok insan dini hizmetleri tüketmekte ancak herhangi bir fedakarlıkta ya da katkıda bulunmamaktadır. Cami ya da kilise üyelerinin birçok ürünü üretimi, tüketimi ve onlardan sağladığı fayda birbirine bağlıdır. Organizasyonlara katılım gönüllü çalışanlar ve katılımcılar açısından pozitif bir dış etki yaratmaktadır. Bir üye tarafından alınan fayda, diğer katılımcı üyelerin miktarına bağlı olacaktır. t periyodunda tüketicinin faydasına  $t(Tt)$  dersek,

$$U_t = U(S_t, R_t, Q_t) \quad (6)$$

$Q_t$ , t zamanındaki grubun diğer üyeleri tarafından, dini üretim miktarını ve kalitesini temsil etmektedir. Eğer bireysel üyelerin diğerlerinin üzerindeki etkisi göz ardı edilirse, verimsizlik sonucu ile karşılaşılacaktır. Diğer kulüp mallarına benzer şekilde, en dini mallar devre dışı bırakılmamaktadır. Bir kez üretilen, ek maliyet olmadan, tüm üyelerin kullanımına uygundur. Bir üye tarafından üretilen dini mallar, tamamı için kullanımı uygun olduğundan, grubun dini çıktısının marjinal faydası, bireysel üretici üyenin marjinal faydasını aşar.<sup>85</sup>

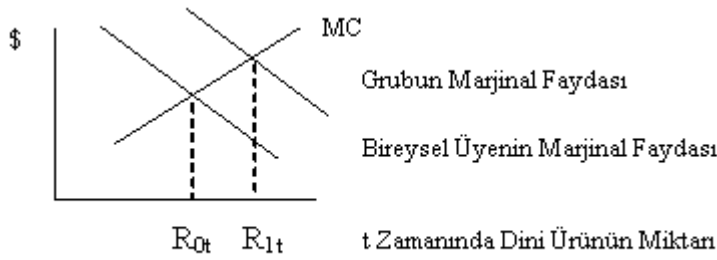
---

<sup>83</sup> Robert Ekelund ve diğ., **Sacred Trust: The Medieval Church as an Economic Firm**, 1.bs. (USA: Oxford University Press, 1996).

<sup>84</sup> Chiswick, 2010, 7.

<sup>85</sup> Stonebraker, 2003, 10.

**Şekil 2.7: Yayılımın Faydaları ve Verimlilik**



Grubun marjinal faydası,  $R_{1t}$  çıktı miktarında marjinal maliyet ile çakışmaktadır.  $R_{0t}$  düzeyinde, gruba göre verimsiz ve küçük miktarda, bireysel üyenin çıktısı görülmektedir. Birçok üyenin gönüllü olarak gruba zaman ve para katkısında bulunması muhtemeldir. Ama birçoğu da katkıda bulunmaktan kaçınacaktır. Dini çıktının faydalarının kullanmakta ödeme yapma ya da yapmama seçenekleri ile karşı karşıya kalan bireylerden bir kısmı ödeme yapmayı seçerken, diğerleri yapmamayı tercih edecektir. Böylelikle katkıda bulunmayı seçmeyen birey, diğerlerinin katkılarının üzerinden bedelsiz kullanım yapacak, bedavacılık problemini ortaya çıkaracaktır.

Bedavacılık, dini gruplar açısından en azından iki önemli problem doğurmaktadır. Birincisi; bedelsiz kullanıcılar, diğer üyelerin maliyetlerini arttırmaktadırlar. Bedelsiz kullanıcılar, bedavacılık yaparak, dini çıktılarının arzına yardım etmekten kaçınmaktadır ama ürün ve servislerde yaşanan yavaşlık ve aksaklıklardan da nadir olarak şikayet etmektedir.<sup>86</sup> İkincisi; bedelsiz kullanıcılar, cemaatin diğer üyelerini demoralize edebilmektedir. Aynı ibadeti yapan, aynı ilahiyi söyleyebilen, aynı duayı edebilen cemaat üyeleri, kendileri gibi dua etmeye alışık olmayan ya da kendileri gibi coşkulu ilahi söyleyemeyen ziyaretçiler aralarına katıldığında rahatsız olmaktadır. Cemaatler için taahhülle aralarına katılıp ibadet edenler heyecan katar iken; bedelsiz kullanıcılar heyecanı azaltmaktadır.<sup>87</sup>

#### **2.4.2. Fedakarlık (Sacrifice) ve Kurban Olma (Stigma)**

Fedakarlık ve kurban olma, üyelerinin kulüp mallarını tüketmek ve üyeliklerini devam ettirmek için ödemeye istekli bulunduğu, katı dinler ya da dini kulüpler tarafından

<sup>86</sup> Stonebraker, 2003, 10.

<sup>87</sup> Age, 11.

uygulanan maliyet çeşitleridir. Her ikisi de, üyelere fedakarlık yaptırılarak ya da çeşitli dini pratikler, elbiseler ve kodlar uygulatarak, bedelsiz kullanıcıları uzaklaştırmaya yönelik maliyetlerdir.<sup>88</sup>

Kaytarma ve bedavacılığı önlemek veya minimize etmek için fedakarlık ve özveri gereklidir. Seküler kulüpler bedavacılık sorununu, üyelerini eleme ve fiyatlandırma yoluyla azaltmaya çalışmaktadır. Komiteler başvuru esnasındaki incelemelerle, grubun yararına hareket etme ihtimali olan kişileri üyeliğine kabul etmektedir. Elemeyi geçen üye adaylarından, üye ücreti ödemesi istenmektedir. Üyelik ücretini ödemek istemeyen potansiyel bedelsiz kullanıcılar, kulüpten dışlanmaktadır. Seküler kulüpler, kendi ürünlerine ulaşım oranını, üyelik fiyatlandırma yöntemiyle sınırlandırmaktadır.

Dini grupların çoğunluğu, açıkça üyeliği fiyatlandırma yerine, örtülü fiyatlandırma yapmaktadır. Bu örtülü fiyatlarda genellikle fedakarlık ve kurban olma (stigma) cinsinden tahsil edilmektedir.<sup>89</sup>

Dini üyelikte parasal anlamda fedakarlık beklenmeyebilir ancak önemli parasal olmayan fedakarlıkların beklentisi fazladır. Hare Krishna'lılardan<sup>90</sup> saçlarını tamamen tıraş etmeleri ve safran rengi elbise giymeleri beklenmektedir. Amiş'lerden otomobil, telefon, elektrik gibi modern yaşamın kolaylıklarını kullanmaktan sakınmaları istenmektedir.<sup>91</sup> Bu gibi fedakarlık beklentileri, bedelsiz kullanıcıları azaltmada rol oynamaktadır. Bir dini örgütün üyesi, o örgüte bağlı olmanın getirdiği davranışlarıyla, giyimi, toplumdaki davranışları, bulunduğu ortamları gibi ayırıcı hareketleriyle, üye olmayanlar tarafından dışlanmaya maruz kalabilmektedir. Bu nedenle grup üyeleri, çoğunlukla aynı inançlara sahip üyelerle birlikte olmayı tercih etmektedirler. Böylelikle üyelerine ağır talepler yükleyip, kendi üyelerinin diğer insanlarla olan etkileşimlerinde fiyat yükselterek, dini aktiviteler için talebin yükselmesini ve bedelsiz kullanıcıların azalmasını sağlamaktadırlar. Farklı diyet, elbise, sosyal kısıtlamalara uyması gereken ve sık sık damgalanan üyelerin alternatif aktivitelere katılımları daha maliyetli hale

---

<sup>88</sup> Witham, 2010, 214.

<sup>89</sup> Iannaccone, 1992, 271-97.

<sup>90</sup> Yaygın olarak Hindistan'da bilinen, Vaishnava dininin mezheplerinin alt kollarından biridir. Bu teolojiye göre, kişinin gerçek bilinci ve yaşam amacı saf tanrı (Krishna) sevgisidir. [http://tr.wikipedia.org/wiki/Hare\\_Krishna#cite\\_note-0](http://tr.wikipedia.org/wiki/Hare_Krishna#cite_note-0) [17.04.2012].

<sup>91</sup> ABD'nin Pensilvanya ve Orta batı eyaletlerinde yaygın olan tutucu bir Hristiyan mezhebidir. Bu insanlar kendilerini toplumdansinsel inanışları yüzünden ayırırlar. Basit bir yaşama inanırlar, orduya katılmazlar, mezhep dışında evliliğe karşıdırlar. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Ami%C5%9F> [17.04.2012].

gelmektedir. Bu durumda potansiyel üyelere, ya tamamen katılımında bulunmak ya da hiç katılım yapmamak seçenekleri arasında seçim yapmak düşmektedir.<sup>92</sup>

Üye sayısı fazla olan, ekonomik açıdan güçlü büyük cemaatler, bedavacılık problemi ile daha fazla karşı karşıya kalmaktadır. Çünkü çok fazla üyesi bulunan bir grubun denetimi oldukça zordur ve üye sayısında artışların çok olması, üyelerin kalitesini ve bilinçliliğini azaltabilmektedir. Ayrıca maddi beklentileri olan bireyler, fedakarlığı çok olan katı gruplar yerine bu grupları tercih edeceklerdir. Örneğin üniversite mezunu ancak iş bulamamış bir bireyin, ekonomik açıdan güçlü olan dini grup ve cemaatlere katılma olasılığı, herhangi bir ekonomik faaliyeti bulunmayan cemaatlere katılma olasılığından çok daha yüksek olacaktır. Nitekim okulları, dershaneleri, yurtları ve benzeri kurumları olan cemaatler vardır. Bireyin buralarda iş bulma umudu, o cemaatlere katılma olasılığını arttıracaktır. Bu durum sadece iş bulma niyeti olan bireyler için değil, iş sahibi olan bireyler için de geçerlidir. Büyük bir cemaate katılan iş adamı veya bir esnaf da, cemaat üyelerinin kendisinden alışveriş yapmasını ve böylece daha fazla kazanç sağlamayı umut etmektedir. Zira insanlarda kendi gruplarından alışveriş yapma eğilimi yüksektir. Esnaf da kendisinden alışveriş yapmayan cemaat üyelerine tepki gösterebilmektedir. Elbette ki her cemaate girenin bireyin bu ve benzer beklentiler ile cemaate katıldığını söylemek mümkün değildir. Ancak belirleyici unsurlardan biri de bu olabilmektedir. Yani dindar birey hem yalnız dini bir hissiyat, hem de eğer mümkünse maddi beklentiler içinde olabilmektedir. Bununla birlikte, hiçbir maddi beklenti içinde olmadan, sadece dinin emir ve yasakları için çalışan bireylerde var olmaktadır. Zaten bu grup ve cemaatlerin büyümesi ve faaliyet alanlarının genişlemesi, bu bireylerin gayretleri sonucunda olmaktadır.<sup>93</sup>

Yüksek maliyetli veya yüksek gerilimli dini tarikatlar ve mezhepler, üyelerinin beynini yıkamakla suçlanmaktadır. Ancak yapılan araştırmalarda, bu gruplara katılma maliyetinin ve faydalarının farkında olan üyelerin, zorlama olmadan üye olduklarına dair ciddi sonuçlara ulaşılmaktadır.<sup>94</sup>

Bazı dini gruplar, diğerlerine nazaran daha fazla katılım ve fedakarlık yapmaktan zevk almaktadır. İsyancıların etkinliği ve intihar saldırılarının oluşturduğu yapboza kulüp

---

<sup>92</sup> Iannaccone, 1992, 276.

<sup>93</sup> Adnan Selman, "Rasyonel Seçim Teorisi Bağlamında Din Olgusu", (Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2011), 4.

<sup>94</sup> Stonebraker, 2003, 12.



yaklaşımı ile de bakılabilmektedir.<sup>95</sup> Dini kulüpler koordineli şiddete uygun yapıdadır. İsyancılık ve terörizm ihanete oldukça hassastır, bu yüzden kulüp bağlılık sinyalleri gibi fedakarlıkların avantajına sahiptir. Ayaklanmalar ve isyanlar genellikle fakir, dağlık ülkeleri hedef alırken, intihar saldırıları zengin, düz topraklara sahip ülkeleri hedef almaktadır. İntihar saldırganları da, rasyonel seçimin temel prensibi, bireyin tercihlerini ve dışsal faktörleri hesaba katarak, faydasını ya da avantajını maksimum kılacak olanı seçerler. Burada bireyin faydasını maksimum edecek olan şey; cemaatte saygın kişi olmak ya da inancı gereği en yüksek mertebeye erişerek ‘şehit’ olmak olabilir. Çoğu kez iyi eğitim almış bu kişiler, en iyi davranış tarzı olduğuna inandıkları için bu eylemi gerçekleştirirler. Eğer burada bahsedilen ‘fayda’ yada ‘avantaj’ kavramları, yalnızca acıdan uzak durup, zevk aramak olarak algılanırsa; bir kavram karmaşasına neden olabilmektedir. Adam Smith’in deyişi ile fayda; insanı eyleme yöneltten bir motivasyondur, rasyonel ve tutarlı insan kendi çıkarını korumaktadır.<sup>96</sup>

### 2.4.3. Optimal Firma Büyüklüğü

Büyük cemaatlere sahip olan gruplar maliyet avantajlarına sahiptir. 1000 kişiden oluşan bir cemaat, pazar ibadeti için 300 üye bulmada daha şanslıdır. Bu gruplar, yapılan ayinlerde, gençlik gruplarında, dini kitap çalışmalarında vb. fiziksel kapasiteye daha yaklaşmaktadırlar. Ek olarak katılan her katılımcı, kişi başına maliyeti düşürmektedir. Kapasiteler sıkışık olsa dahi, büyük tesislerin yapımında ölçek ekonomileri meydana gelmektedir. 1000 kişi kapasiteli bir binanın inşa maliyeti, 500 kişi kapasiteli bir binanın inşa maliyetinden 2 kat daha pahalı olması beklenemez.

Bazı ana Protestan kiliseleri için de boyut avantajı hakimdir. Cemaatin büyüklüğü arttıkça; ortalama işletme maliyetleri, ortalama gelirlerden daha hızlı düşmektedir. Bu durumda, büyük cemaatler, yardımseverlik ve misyon projeleri için daha fazla fon tahsis edebilmektedir.<sup>97</sup> Ancak daha katı mezheplerde davranış daha farklı olabilmektedir. Fedakarlık ve damgalamaya dayalı yüksek maliyetli dini gruplar ve

---

<sup>95</sup> Berman, Laitin, 2008, 1.

<sup>96</sup> Smith, 2004, 18.

<sup>97</sup> Robert Stonebraker “Optimal Church Size: The Bigger the Better?”, **Journal of the Scientific Study of Religion**, c.32,s.3,(1993):231-41.’den aktaran Robert Stonebraker, “Economics of Religion”, **Draft**, October 2, (2003):14.

mezhepler, küçük ölçekleri daha verimli bulmaktadır. Büyük gruplarda davranış standartlarını izlemek ve uygulamak daha zor ve maliyetli olmaktadır. Yüksek maliyetli dini gruplar, düşük maliyetli gruplardan daha küçük olma eğilimindedir.<sup>98</sup>

#### 2.4.4. Dini Risk ve Seçkinlik Stratejileri

Din arzcuları, riskin varlığı ile de yüzleşmek zorundadırlar. Pascal'a<sup>99</sup> göre, Tanrı'ya imanı seçmek, başlangıç mantığı olmaktadır. Eğer inanmama seçilirse, ebedi olarak lanetlenme riskine sahip olunur. Eğer inanmak seçilirse, hiçbir risk olmayacaktır. Tanrı var ise; inananlar ödüllendirilecektir. Eğer Tanrı yoksa inananlar ve inanmayanlar sonuçta aynı gemide olacaktır. İnanmak riskin olmamasını yaratır, kaybetme olasılığına olanak vermez. Pascal dini faaliyet yatırımlarını; sonsuz riskli, mükemmel rasyonel reaksiyonlar olarak tanımlamıştır.<sup>100</sup>

Ancak bunca dinin ve inanın varlığında; inananlar için güvenli inancı seçmek de kolay değildir. Farklı inançlar, farklı ve birbirini dışlayan inançları ve eylemleri talep etmektedir. Dini arz edenler; kendi dinlerinin ya da inanışların tek gerçek iman olduğunu potansiyel taraftarlarına inandırmaya çalışmaktadırlar. Tüketiciler şüphecidir ancak, en azından bu hayatta iddialar kolayca çürütülemeyecektir. Fayda sağlayan inanışın hangisi olduğu, ölümden sonraki yaşamda anlaşılabilir. Dikkatli müşteriler; güvendiği insanlar dışındaki referansı olmayan kişilerin iddialarına itibar etmeyecektir. Ancak geçmişten günümüze gelen dindeki var olan çeşitlilik, riski devam ettirmektedir. Dini firmalar, müşterilerinin çeşitlendirme yapmasını istememektedir. Aslında müşterilerinde isteği; belirli bir markayı seçmek ve onu en verimli şekilde tüketmektir.

Hinduizm, Budizm, Taoizm, Sihizm ve Konfüsyüsçülük; doğu dinleridir. Bu inançlar genellikle etik, manevi doğası olan ama tek tanrılı olmayan dinler olarak görülmektedir. Bununla birlikte, tanrı ya da tanrılar ve doğaüstü güçler, Hinduizm, Budizm ve Sihizm'de de rol oynamaktadır.<sup>101</sup> Eski Roma Tanrıları da tek tanrılı olmayan

<sup>98</sup> Stonebraker, 2003, 14.

<sup>99</sup> Blaise Pascal; Fransız matematikçi, fizikçi ve teologtur. En bilinen temel eseri "Düşünceler"dir. Pascal, çok genç yaşlarda çok önemli çalışmaları tamamlamış ve matematiğin gelişimine çok önemli katkılar yapmıştır. 25 yaşına geldiğinde kendini felsefe ve dine adanmıştır. [http://tr.wikipedia.org/wiki/Blaise\\_Pascal](http://tr.wikipedia.org/wiki/Blaise_Pascal) [16.06.2012]

<sup>100</sup> Blaise Pascal, **Düşünceler**, çev. Metin Karabaşoğlu (Kaknüs Yayınları, 1996).

<sup>101</sup> Witham, 2010, 203.

inanişlardır. Hristiyanlık, Musevilik ve Müslümanlıkta ise tanrı, her şeyi kapsayan tanrıdır. Yalnızca tek Tanrı olduğuna inanılması şart koşulmuştur. Bu inanç kapsamında, dini firmaların doğumdan ölüme kadar, üyelerinin sosyal, duygusal ihtiyaçlarını karşılaması ve geniş bir hizmet ağına sahip olması beklenmektedir. Kapsamlı hizmetler gereklidir ancak yeterli görülmemektedir. Azınlık mezhepleri, daha az pazar payına sahiptir. Bu nedenledir ki; küçük mezhep üyelerinde daha az dindara rastlanmaktadır. Zayıf bağları olan üyeler, daha çok tanınan mezheplere geçmeyi tercih edeceklerdir. Az üyesi olan mezheplerde sadece, gerçekten sadık üyeler kalmaktadır. Firmaların vaatlerini tutacağına dair verdiği güven, tüketicilerin sadakatini kazanacaktır. Firmalar daha seçkin olduğunu kanıtlamak için bazı stratejilere yönelmektedirler. Havaalanlarındaki belli kilometre uçuşa, bir seyahat bileti kazanma şansı olduğu gibi, Amerika’da her kasım ayında süpermarketler en az 250 dolarlık harcamaya, ücretsiz şükran hindisi sunmaktadır. Yani tüketicilerin, tek bir seyahat hakkı kazanabilmesi için, yeterli harcama yaptırılmaktadır.<sup>102</sup> Bu ve benzeri seçkinlik stratejileri, tüketici bağlılığını arttırabilmektedir.

---

<sup>102</sup> Stonebraker, 2003, 16.

### 3. DİN VE EKONOMİK GELİŞME

Batılı Hristiyan ülkelerin ekonomik açıdan ileri seviyelerde olması, çoğu Müslüman ülkelerin ise ekonomik gelişmede geri safhalarda kalması, akla din ile ekonomik gelişme arasında bir bağ olup olmadığı sorusunu getirmektedir. Aslında; sanayi devrimi iktisat tarihinde belirleyici bir kırılma dönemi olmuştur. Burjuvazinin ortaya çıkışı, Rönesans ve Reform hareketleri de zihniyet değişikliğinde önemli bir safha sayılabilmektedir. Rönesans'ta Müslümanlar aracılığıyla tanınan Yunan kültürüne dönüşün önemli olduğu bilinmektedir. Reform hareketleri ise, Hristiyanlığa rasyonalite kazandırma hareketleridir. Bir başka açıdan Hristiyanlığın kapitalizme engel teşkil eden özelliklerinin değiştirilmesidir.<sup>103</sup>

Amerika' da Protestanlığın tekrar canlanması, Orta Doğu'da aşırı tutucu İslam'ın yeniden yükselişe geçmesi, Doğu Avrupa'da olan dini karışıklık, dinlerin tüm dünyaya nasıl yayılarak etki ettiğini, politik ve etnik çekişmeye yol açtığını ve süreklilik arz eden önem teşkil ettiğini kanıtlamaktadır.<sup>104</sup>

#### 3.1. Hristiyanlık ve Ekonomik Gelişme

Din ve ekonomi arasındaki ilişkiyi incelerken en önemli referansların başında Weber'in "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" adlı eseri gelmektedir. Weber bu eserinde, Protestan ahlakını kapitalizmin gelişimi için gerekli bir koşul olarak göstermektedir. Doğu'daki gelenekselliğin Batı'daki akılcılık karşısında bir tezat oluşturduğunu ve buradan hareketle Doğu toplumlarının ekonomik ve sosyal durağanlığı içerdiğini vurgulamaktadır.<sup>105</sup> Weber alışverişin, ticaretin, borç alıp

<sup>103</sup> Ahmet Tabakoğlu, "İslam İktisadı ve Modern Kapitalizm", **Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslam'daki Algılanışı**, 23-24 Eylül 2010, (Ankara: 2010): 92.

<sup>104</sup> Iannaccone, 1998, 1465-96.

<sup>105</sup> Weber, 2010, 13-16.

vermenin dünyanın her yerinde çok eski çağlardan beri var olduğunu belirtmekte ancak bunların hiçbirinin kapitalist gelişme için yeterli olmadığını, kapitalizmin gelişmesi için rasyonel şartların gerektiği ve bunların da sadece Batı'da bulunduğunu vurgulamaktadır. Kapitalizmin ön gereklerinden biri olarak kabul edilen sınıf çatışması da sadece Batı'ya özgüdür.<sup>106</sup>

Dinlerin toplumsal yaşantıyı neredeyse tümüyle belirlediği ortaçağ öncesinde, kazanç arzusu yalnızca gündelik, yaşamsal ihtiyaçların giderilmesiyle doğal bir biçimde sınırlandırılmıştır. İnsanlar temel ihtiyaçlarını giderdikten sonra, daha fazlası için hareket etme, çaba sarf etme isteğinde olmamaktaydı. Ortaçağa gelindiğinde ise daha işbirlikçi ve iş odaklı bir meslek örgütlenmesi olan lonca düzeni oluşmuştur. Bu düzenin iktisadi yaşama dönük sınırlı düzenlemeleri mevcuttu. Protestanlığın ortaya çıktığı dönemde dini yaşantı iktisadi etkinliklerle iç içe geçmemişti. Hristiyanlığın kapitalizme engel teşkil eden özelliklerinin ayıklanması ile din geleneğinden uzaklaşmıştır. Ortaçağ sonrasında ise, Protestan etiğinin oluşmasıyla, çok çalışkan ve her türlü tüketim ve hazzı etkinliklerden kendisini uzak tutan insan gelişmiştir.

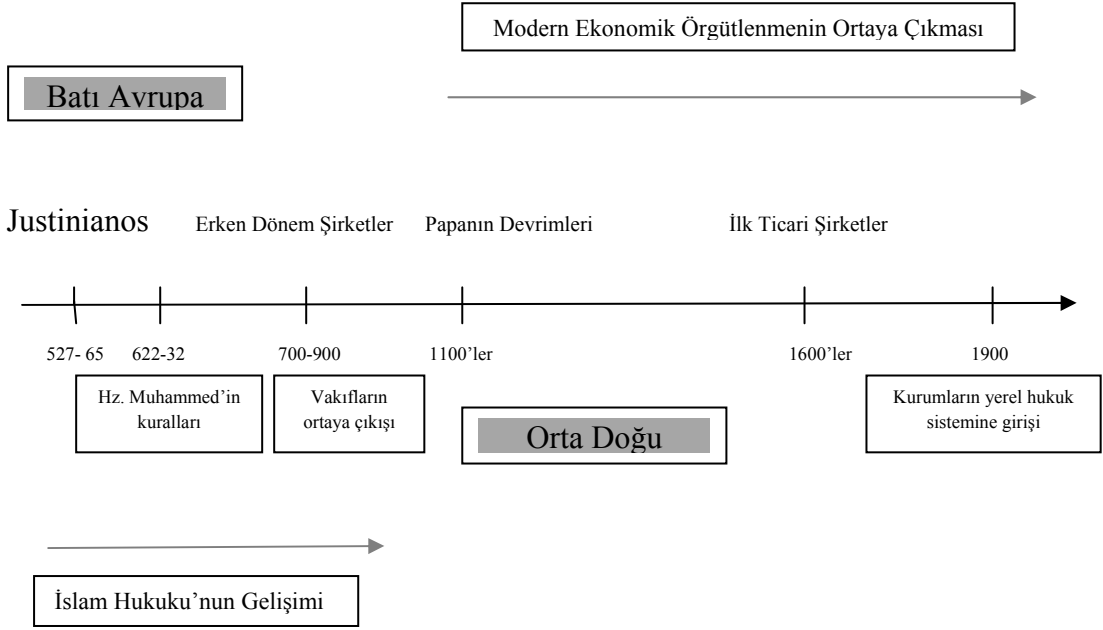
Protestan girişimci, durup dinlenmeksizin çalışmaktadır ve bu dünyadaki işe adanmışlığı genel olarak dini adanmışlığın güvencesi saymaktadır. Bu düşünce, yanındaki işçileri de çok çalıştırarak sömürmesini meşrulaştırmıştır. Protestanlık öncesinde Hristiyan birey, dünyevi iktisadi olaylarda böyle bir adanmışlık zemini bulamazken, Protestanlık sonrasında hem kendisi, hem ailesi, hem de yanında çalıştırdıkları için her şeyin dünyevi etkinliğinin başarısından ibaret olan yaşam biçimini benimsemiştir. Weber'e göre de kapitalist sistem gibi bireyci bir ideolojiye ve rekabete dayalı bir sistemin ilk olarak Hristiyan batı dünyasında ortaya çıkmış olması ve batılı toplumların karakteristik özelliklerini bünyesinde barındırıyor olması tesadüfi kabul edilemez.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> Age, 18-26.

<sup>107</sup> Age.

### Şekil 3.1: Örgütsel Sapma: Orta Doğu ve Batı Avrupa



Orta Doğu'da kamu hizmetleri Avrupa'da olduğu gibi yerel yönetimler tarafından değil, bireyler tarafından kurulan ve yönetilen vakıflar yoluyla sağlanmaktaydı. Orta Doğu'nun özel sektörleri kurumsal açıdan ikinci bin yıl boyunca neredeyse hiç değişmemiştir.<sup>108</sup> Bu kurumsal durgunluk, batılı rakiplerin daha ileri kurumlardan yararlanmaya başlamasıyla Orta Doğu'nun küresel pazarlardaki gücünü giderek azaltmıştır. Bu durum ayrıca bölgedeki devletleri, Avrupa devletleri karşısında zayıflatmıştır. Orta Doğu'nun özel sektörleri yerel yönetimleri finanse edemediğinden, devletler kaynak için yabancılardan borç almak zorunda kalmıştır.

Orta Doğu Ve Batı Avrupa arasındaki kurumsal farklılık, bu iki bölgenin ekonomik büyüme çizgilerini de etkilemiştir.

Fabrika düzenine ve sanayi toplumuna geçiş; kurumsal işleyişte her düzeyde artan rasyonellik; bireysel kurtuluş dini olarak Hristiyanlığın reforme edilmiş hali Protestan Etik ile bağlantılıdır. Aşırı bir üretkenliğe karşın kendini her tür tüketim etkinliğinden ve haz veren etkinlikten uzak tutma, zamanını kılı kırk yaran bir biçimde üretken etkinlikle geçirme, Protestan insanın temel özellikleridir. Öyle ki; bu dünyada sağlanan dünyevi başarıların dini kurtuluşu sağlayacağına inanılmaktadır. Dinsel alan ile toplumsal ve iktisadi alanların birbirinden tamamen bağımsız olduğu, Hristiyanlık dininin iktisadi alanla yoğun etkileşime girişi ve iktisadi kazancın din

<sup>108</sup> Timur Kuran, "The Absence of The Corporation in Islamic Law: Origins and Persistence". **University of Southern California**. s. February (2006): 18.

içerisindeki meşruluğunu sağlayabilmesi Protestanlıkla mümkün olabilmiştir. Protestan Reformu'nun ortaya çıkışından önce halk, diğer dünya için çalışmak adı altında maddi ve manevi olarak sömürülmekteydi. Kilisenin, ölümden sonraki yaşamda huzuru için bireylere cennetten arsa satması gibi uygulamaları, mantıklı olmasa da, kilisenin sahip olduğu otoritesinin tartışılmaz gücü ve bu sebeple insanların açık bir şekilde görüşlerini bildirememesi, çekinme durumlarının olması, bireyleri bu gibi sömürüleri benimsemek zorunda bırakmıştır. Protestanlık, kilisenin sahip olduğu ve halkın üzerinde kurduğu keyfi otoriteye karşı bir başkaldırıyla ortaya çıkmıştır. Protestanlık mezhebi Batı Avrupa'daki kapitalist birikimi hızlandırmıştır. Kapitalizmde kazanma hırsı ve rant arayışının olması, bireyin kendi karını maksimize etmeye çalışması ile devam etmektedir. Bu uğurda diğer insanların gelirleri, pasta diliminden en büyük payı alanların hiç ilgisini çekmemekte ve uğraş alanına girmemektedir. Sonuç olarak, gerek çıkarı peşinde koşan rasyonel birey gerekse batılı sömürünün temelleri bu Protestan temel üzerinde yükselmiştir.

Dinlerin kabul gördüğü ya da daha sonradan benimsenen miras sistemleri, ekonomik gelişmeyi hızlandıran veya yavaşlatan sonuçlar doğurmuştur. Hristiyanlığın kutsal kitabı İncil'de bir miras hukuku olmadığı için Avrupa'da birçok değişik miras hukuku gelişmiştir. Bir kısmı İslamiyet'teki gibi ailenin bütün fertlerine pay verirken, bir kısmı ise sermayenin ya da mirasın bölünmemesine yönelik kurallar içermektedir. Kuzey Avrupa'da özellikle de sanayi devriminin asırlar sonra gerçekleşeceği, sanayi devrimine öncelik edecek olan Hollanda, İngiltere, Kuzey Fransa'da yaygın olarak benimsenen miras hukuku, mirasın bütünüyle büyük erkek çocuğa aktarılmasını sağlayan bir sistemdir.<sup>109</sup> Bu "adil olmayan" sistemde kızlar ve ilk erkek dışındaki erkek çocuklar mirastan pay alamamaktadırlar. Bu miras sisteminin farkında olan çoğu aileler çocuklarını buna uygun yetiştirmekte ve yönlendirmektedir. İkinci erkek çocuk genellikle papaz okuluna gönderilmekte, üçüncü erkek çocuk ise asker olması için eğitilmekte böylece mirastan uzak tutulmaktadır. Mirasın ona geçeceği büyük erkek çocuğa babasının mesleği öğretilerek, ticari eğitim verilmekte ve çocuk bu bilinçle büyütülmektedir.

---

<sup>109</sup> Timur Kuran, "İslam Dünyasında Ve Ortadoğu'da Geri Kalmışlığın Nedenleri", **Açık Radyo Röportajı**, 29 Haziran 2009.

Bu miras sistemi adil olmasa da, şirketlerin kalıcılığı açısından avantaj sağlamıştır. Şirket sermayesi, eğitilmiş tek kişiye kaldığından, çok mirasçı olması nedeniyle ortaya çıkan sorunlar bu miras sisteminde yaşanmamıştır. Mirasın tek ve eğitilmiş kişiye kalacağı bilindiği için şirketlerin büyütülmesinden de çekinilmemiştir.

Şirketlerin büyümesi ve uzun dönemli olması basit hesap sistemini yetersiz kılmış, gelişmiş bir muhasebe sistemine ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaç ile modern muhasebe sistemi Avrupa'da gelişme göstermiştir. Uzun ömürlü kurulan bu şirketlerde, yıllar içerisinde herhangi bir nedenle hissesini satmak isteyen ortaklar olabileceğinden, sermaye piyasası oluşmuş, hisse hareketlerinin artmasıyla da sermaye piyasası gelişmiştir. Batı'da sermaye birikimi gerçekleşmeseydi, belki de bunun sonucu olan Sanayi Devrimi de görülmeyecekti.

İngiltere'de, Hollanda'da gelişen borsalar, muhasebe sistemleri, sermaye piyasası, ticaret hukuku, sigorta sistemleri vb. hep bu miras sistemi düzenlemeleri sonucu gelişebilmiştir. Şirketler büyüdükçe, yeni teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır, böylece bu şirketler uluslararası platformda rol oynayabilmiştir.

### **3.2. İslamiyet ve Ekonomik Gelişme**

Batı ülkeleri, gelişmişliklerini kapitalizm ile gerçekleştirdikleri üzerinde dururken, yoksul ülkelerin geri kalmışlıklarını da bu sistemin dışında olmakla açıklamaktadır. Kapitalizm ve yoksul ülkeler arasındaki ilişkiler incelenirken, İslam önemli bir noktada bulunmaktadır. Dünyanın en yoksul toplumlarından bazılarının İslam inancını kabul etmiş olması, İslam ve kalkınma arasındaki ilişkiyi sorunlu kılmaktadır. Küreselleşen ekonomi ile birlikte, tüm dünyada kabul edilen bir sistem olma yolunda ilerleyen kapitalizm ile kalkınma önünde bir engel olarak düşünülen İslam'ın bu anlamda bir çatışmada olduğu bazı kesimlerce kabul edilmektedir. Buradan hareketle, İslami öğretilerin ve değerlerin kapitalist sistemle ne kadar uzlaşabilir olduğu ya da birbirlerini ne kadar etkiledikleri önem kazanmaktadır.

İslam, yüzyıllardır Batı'nın Doğu'ya üstünlüğü vurgulanırken değinilen bir konudur. Doğu'nun gelişmemesinde İslami davranışların ve düşüncelerin etkileri tartışma konusu olmaktadır. İslam'ın, akılcı düşünceye karşı olduğu, bu yüzden Müslüman



Ülkelerin ilerlemesinin çok gc olacağı, İslam'ın, Hristiyanlığa benzer bir reform geçirmesinin olanaksız olacağı, dolayısıyla ekonomik alanda değişime izin verilmediği ve bu yüzden Müslüman ülkelerin ekonomik olarak ilerleyemeyeceği düşüncesi ön plana çıkmaktadır. İslm dünyası kendi ilkeleri çerçevesinde hakim sistem olmuş, sonra enerjisini kaybederek duraklamış ve bu özelliğini kaybetmiştir. Batı ise İslm ile etkileşim içerisinde, fakat kendi ilkeleri doğrultusunda geleneksel düşünceden ayrılarak kapitalizmi oluşturmuştur.

İslam devletlerinin uyguladığı ekonomik sistem; diğer sistemlerden temelde üç noktada ayrılmaktadır. Birincisi faizin yasak olmasıdır. İkin­cisi, zekat aracılığıyla adil gelir dağılımının sağlanmaya çalışılmasıdır. Üçüncüsü ise, *Homo-İslamicus*'u<sup>110</sup> oluşturan normlardır. Bu normlardan başlıcaları; israf, savurganlık ve gösterişten kaçınmak, cömertliğe teşvik etmek, bireyleri çok çalışmaya ve adil davranmaya itmektir. Homo-İslamicus kumara, istifiliğe ve yıkıcı rekabete yol amadığı sürece servet edinmekte sakınca yoktur.<sup>111</sup>

İslam ekonomistleri, ekonomide çok önemli yeri olan faizin, İslam dininde yasaklanmasına meşru kılacak nedenleri şu şekilde açıklamaya çalışmışlardır: "Faiz insanlarda para düşkünlüğü ve zengin olma arzusu yaratır. Dahası insanları bencilleştirir, cimrileştirir, dar görüşlü ve taş kalpli yapar", "faiz, yoksullardan zenginlere kaynak aktarımı yapmaktadır", faiz insanların enerjilerini üretken girişimlere harcamalarından alıkoymaktadır."<sup>112</sup> Faizin yasaklanması sonucu paranın değerinin korunması sorunu söz konusu olunca da, faizin tümünün kaldırılmasındansa, faizin enflasyona endekslenmesi savunulmaktadır. Faizin olmadığı bir dünya için katılım bankacılığı modeli kurulmuş, faiz yerine "katılım payı" işletilmeye başlanmıştır.

Faiz yasağı İslam toplumlarının ve ekonomilerinin köşe taşı olsa da, uygulamada bu yasağı geçersiz kılacak pek çok hileye başvurulmuştur. Faiz yasağına karşı başvurulan bu hileler zamanla o kadar yaygınlaşmıştır ki, en sonunda yasağı içeren kanunlar düzeltilmek zorunda kalınmıştır. Yapılan hilelerin yanında, bazı İslam lkeleri faizle kredi alıp vermeyi kolaylaştırmış, en azından faizle alışverişe ceza

---

<sup>110</sup> Homo İslamicus, İslam'ın insana bakışıdır. Bu kişi, ahlak sahibi, helal yollardan kar elde eden, maneviyata önem veren, adil, kanaatkar ve toplumsal faydayı amaç edinen bir insan tipidir. Homo İslamicus, dünyada yaşarken asıl yurdundan çok uzaktaki bir yolcu gibi olduğunun farkındadır. Dolayısıyla çalışmayı ibadet olarak görerek, öbür dünya için yatırım yapar.

<sup>111</sup> Timur Kuran, **İslam'ın Ekonomik Yüzleri**, (İstanbul: İlet­işim Yayınları, 2002), 80.

<sup>112</sup> Kuran, 2002, 24.

vermemişlerdir. 11. yy.da Ortadoğu'daki toplumlar, Müslümanlar da dahil olmak üzere, faizle kredi alıp vermeyi gerçekleştirmişlerdir.<sup>113</sup>

Yani faiz yasağı İslam ekonomisini farklı kılan en temel özelliklerden biri olsa da, bu yasağın kapsamı, yasağın aslında hangi konuları içerdiği ve uygulamada bu yasağın ne kadar geçerli olduğu kuşkuludur.

Weber, Batı ve Doğu arasındaki dinsel ve ekonomik farklar incelendiğinde, kapitalizmin Batı'da ortaya çıkma nedenini, dinsel ritüellerin Batı'da kapitalizmin gelişmesine izin vermesi olduğunu ileri sürmüştür. Weber, kapitalist sistemin Batı dışı toplumlarda gelişmemesinin en büyük engellerinden birinin İslam olduğunu vurgulamıştır. İslam'ın değişime kapalı katı kurallarının olması, hukuktan ekonomiye, insanların ilişkilerine kadar bütün kuralları belirlemesi, böylelikle rasyonelleşememesi, Batı'nın üstün konuma gelmesine neden olmuştur görüşünü savunmuştur.

“Weber'in sosyolojisine yayılmış olan İslam hakkındaki yorumu kabaca iki kısma ayrılır. Birincisi, Weber'in iki yönünü vurguladığı İslamî etiğin içeriğinin bir değerlendirilmesi vardır. İslam tek tanrıcı bir din olarak Hz. Peygamber'in peygamberlik gözetimi altında ortaya çıkmışsa da, başlıca toplumsal taşıyıcısı savaşçı bir grup olduğundan çileci dünyevî bir din olarak gelişmedi. Dinsel mesajın içeriği, savaşçı bir tabakanın gündelik ihtiyaçlarıyla uyumlu olan bir değerler dizisine dönüştürüldü. İslam'ın kurtuluşsal ögesi, seküler toprak fethine dönüştü; sonuç İslam'ın, bir dönüştürüm dini olmaktan çok bir uyum sağlama dinine dönüşmesiydi. İkincisi, Mekke tektanrıcı mesajının asli hüviyeti, kitlelerin duygusal ve sefahatle ilgili ihtiyaçlarını karşılamayı üstlenen tasavvuf tarafından bozuldu. Sonuç, savaşçı tabakanın İslam'ı askeri bir ahlaka doğru sürüklerken Süffilerin İslam'ı, özellikle halk İslam'ını mistik bir kaçış dinine yönlendirmeleri oldu. Weber'in argümanının bu kısmının amacı İslam'ın rasyonel kapitalizmin doğuşuyla uyumlu bir ahlaki içermediğini öne sürmektir.”<sup>114</sup>

Lewis, bazı dini davranış biçimlerinin, ekonomik büyümeye diğerlerinden daha fazla uyum gösterdiğini iddia etmektedir. Dinde; maddi değerler, çalışma, tutumluluk, verimli yatırım, ticari ilişkilerde dürüstlük, deneysellik ve risk almak ya da fırsat eşitliği vurgulanıyorsa, büyümeyi sağlayan bir ortam yaratılır.<sup>115</sup> Lewis, Hindistan'daki Müslümanları incelediği çalışmasında, yeniliğe karşı çıkma ve kaderciliği cesaretlendirme eğilimi nedeniyle, İslamiyet'i ekonomik gelişmeyi engelleyen bir din olarak görmektedir.

<sup>113</sup> Timur Kuran, "The Logic of Financial Westernization in the Middle East", **Journal of Economic Behavior and Organization**, s.56, (2005):599.

<sup>114</sup> Bryan S. Turner, **Max Weber ve İslam Eleştirel Bir Yaklaşım**, çev: Yasin Aktay, 2 bs.(Ankara: Vadi Yayınları, 1991), 293.

<sup>115</sup> Arthur Lewis, **The Theory Of Economic Growth**, (London: Unwin University Books, 1963), 105.

İslam toplumlarının siyasal ve ekonomik istikrarsızlık gibi bazı içsel özellikleri kapitalist düzenle çatışmaya neden olmaktadır.<sup>116</sup> Ayrıca, Müslüman kültür her ne kadar ekonomik ilerlemeyi teşvik etse de, alkollü içkilerin yapımı, kadınların işçi olarak çalıştırılması gibi konularda yasakların konması, işletmelerde sınırlama getirilmesine ve üretim faktörlerinin verimli kullanılamamasına neden olacağından, kapitalist dünyanın bir parçası olmayı engellemekte, dolayısıyla ekonomik gelişmeye mani olmaktadır.<sup>117</sup>

Sombart kapitalizmin Batı'ya sağladığı imkanları, “Zengin olduk, çünkü ırklar ve milletler bizim için tamamen öldüler, bizim için kıtalar ıssızlaştı” ifadesiyle sömürgeciliğe bağlamıştır. İslam ise bu zihniyete yabancıydı. Onun sömürüye, sömürgeciliğe imkan tanımayan; adaletsizliğe, ferdiyetçiliğe, riba, kumar ve spekülatif işlemlere karşı olan sistemi kapitalizme geçiş imkanı vermemiştir. Bununla birlikte, iç dinamizmini kaybederek kurumlarını yenileyememiş ve durağanlaşmıştır.<sup>118</sup>

Geleneksel kaynaklara bağlı, dini öğretilere harfiyle inanan, kimi kanunları tartışmasız bırakan bir toplumun üyeleri küresel bir ekonomiye entegre olmakta zorluk çekmektedir. Böyle bir toplum riskten kaçmayı, taklit etmeyi, yeni tüketim malları üretmek yerine bilinenleri, karlı olduğu belli olanları üretmeyi yeğlemektedir.<sup>119</sup> 13.yüzyıldan sonra içtihad kapısının kapanması ve bilimsel araştırmaların azalması İslam toplumlarında özgür ve dürüst tartışmaya kapalı bir düzenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Düşüncelerini söylemekten kaçınan bireyler, toplumsal statülerini kaybetmemek adına kamusal söylemi yoksullaştırmış, verimsiz toplumsal yapıların sürekliliğine neden olmuşlardır. Diğer alanlarda olduğu gibi, geleneksel yapılar, ekonomide de değişimi engellemişlerdir. İslam dini adına desteklenen durağan görüşler, dinamik seçeneklerin tehlikeli sayılmasına yol açmıştır. Söz konusu denge, İslam dünyasının Avrupa'daki ekonomik yükselişin beraberinde getirdiği yeniliklere uyumu zorlaştırmıştır.<sup>120</sup>

Kuran, İslam toplumlarının dünyanın en yoksul bölgelerini oluşturmalarının nedenlerinin, İslam ve onun öğretilerinde aranmaması gerektiğini savunmuştur:

---

<sup>116</sup> Maxime Rodinson, **İslam ve Kapitalizm**, çev. Fevzi Topaçoğlu, (İstanbul: Akyüz Yayıncılık, 2002), 200.

<sup>117</sup> **Age**, 175.

<sup>118</sup> Tabakoğlu, 2010, 95.

<sup>119</sup> Kuran, 2002, 126.

<sup>120</sup> Kuran, 2002, 247-251.

“Müslümanlar kimi dönemlerde kendilerini yoksulluğa teslim etmiş gibi görünseler de bunun nedeni İslam’ın tembelliği öğütlemesi değildir. Bu teslimiyet olsa olsa ekonomik gelişmenin önündeki siyasal engellere karşı koymanın anlamsızlığını gösteren bir tepkidir. Bu aşılması zor engelleri yaratan Avrupa emperyalizmidir.”<sup>121</sup>

Özcan; bir toplumun geleneksel davranışlarına bağlı kalarak da ekonomik başarı gösterebileceğini, bunun bir örneği olarak “Kelantan Projesi”ni vurgulamaktadır.<sup>122</sup> Özcan’a göre İslam’a bağlı geleneksel bir toplumda yaşayan insanlar kadercilerdir, ahireti esas alarak bu dünyayla ilişkilerini kesmezler, son derece kararlı bir biçimde dünyaya bağlıdırlar. Bu proje, az gelişmiş ülkelerde bile insanların ne kadar başarılı, hırslı ve kararlı olabileceklerini göstermektedir. Dolayısıyla, Müslüman ülkelerin gelişmemiş olduğu gözlemi, her zaman böyle kalacaklarını gösteren bir delil teşkil etmez. İslam’ın, Müslüman ülkelerin geriliğinin sorumlusu olduğuna dair iddia edilen nedensellik de gerçeği ifade etmemektedir.

İslami değerleri benimseyen toplumlar, çeşitli dönemlerde küreselleşmeye ve beraberinde getirdiği modern anlayışa tepki göstermiş olsa da siyasal ve askeri alanlarda Batı’nın karşısına bir alternatif olarak çıkarken demokrasi, eşitlik, ileri teknoloji gibi modern kavramları kullanmaktan çekinmemişlerdir.

Ticari hayatın hareketliliği, serbest piyasa ekonomisinin gelişimi ve kâr güdüsü gibi etmenler, İslami toplumların kapitalist gelişime uygun bir ortam yaratabileceğine ve Weber’in yorumlarının aksine, İslam doktrininin ekonomik gelişime engel kurallardan oluşmadığına işaret etmektedir. İslam ülkelerinin kalkınmasının önündeki engel, sosyal kurumlar, yapılar ve organizasyonlar üzerinde yabancı ülkelerin (sömürgeci ülkelerin) uzun bir dönem boyunca neden olduğu kesintilerdir. Siyasi, ekonomik ve sosyal kurumların gelişmesini engelleyen bu kesintiler, İslam ülkelerinin halklarına gerekli ve yeterli hizmeti verememeleriyle sonuçlanmıştır.<sup>123</sup> Kısacası, ifade edildiği gibi söz konusu ekonomik az gelişmişlik, İslam’ın öğretilerinden ziyade emperyalizm sonucunda derinleşmiştir.

Müslüman ülkelerin tarihi, İslami kuralların yakından izlendiği zamanlarda, Müslümanların hayatın birçok alanlarında dünyayı yönettikleri gerçeğine şahitlik eder. Tarih, ayrıca, Müslümanların İslami kurallara olan zayıf bağlılıklarından dolayı geriledikleri zamanları da göstermektedir. Bu yüzden suçlama, İslam’ın kendisinden

---

<sup>121</sup> Kuran, 2002, 218.

<sup>122</sup> Yusuf Ziya Özcan, “İslam Ekonomik Gelişmeye Engel midir? Karşıt Delil ve Bazı Metodolojik Düşünceler”, **İslami Araştırmalar Dergisi**, c.8, s.1 (1995):7.

<sup>123</sup> Ragab, “Islam and development”, **World Development**, c. 8(7/8), (1980): 519.

çok, Müslümanlara ve onların İslami yorumlayışlarına yöneltilmelidir. Eğer aynı mantık pek çok günah ve sapkın davranış biçimlerinin kaynağı olan Batı dünyasına uygulanırsa, Hıristiyanlığın suçlanması gerekir ki, böyle bir sonuç doğru değildir.<sup>124</sup>

İslam'ın ekonomik gelişmeye engel olduğunu iddia eden Weber'in de taraflı bir yaklaşım sergilediği söylenmekte, İslam dinini, Çin ve Hint dinleri kadar incelemeyi ileri sürülerek eleştirilmektedir. Belki de bu eleştiriye, "Religions Soziologie" isimli eserinde İslam hakkında tam bir inceleme yapmadan ölmüş olması yol açmaktadır.<sup>125</sup>

Son olarak; Timur Kuran'ın İslam ve Hıristiyan toplumları gelişmişlik farkı örneği olarak, Orta Doğu'nun Batı Avrupa'ya nazaran ekonomik az gelişmişliğini açıklayan bulguları şöyle özetlenebilmektedir:

"1. İslami miras ve aile hukuku, ortaklıkların küçük tutulmasına yol açtı ve bu da ticari örgütlerde yapısal değişim yolunda baskılar oluşmasını engelledi.

2. Orta Doğu'nun vakıfları, Batı Avrupa'da korporasyonların üstlendiği kurumsal rolü yerine getirdi. Binyıl boyunca pek çok yarar sağladılar. Ancak ticaret sektöründen sermaye çekerek ticarete kurumsal reformların gecikmesine de katkıda bulundular.

3. Büyük ölçekli ve uzun ömürlü işletmelerin önemi anlaşıldığında modern şirket modelleri hemen ithal edilemedi. Çünkü bölgenin geleneksel hukuk sisteminin doğurduğu kurumsal durağanlık nedeniyle önkoşullar mevcut değildi."<sup>126</sup>

---

<sup>124</sup> Özcan, 1995, 11.

<sup>125</sup> Bryan Turner, **Max Weber ve İslam. Eleştirel Bir Yaklaşım**, çev. Yasin Aktay, (Ankara:Vadi Yayınları, 1991), 28.

<sup>126</sup> Timur Kuran, "Orta Doğu'daki Ekonomik Azgelişmişliğin Kurumsal Kökenleri". **MEEA Konuşması, 24 Haziran 2010**. (İstanbul: 2010): 15.

#### 4. SONUÇ

Ekonomi; insanların rasyonel eylemlerinin beklenen fayda ve maliyetlerini dikkate alan bir bilimdir. Önceleri, sosyal bilimciler dini seçimleri rasyonelliğe antitez olarak görmüşlerdir. Din mantık dışı kabul edilmiş, dini analizler sosyal ve psikolojik açıdan incelenmiştir. Son yıllarda ise ekonomik anlamda yapılan araştırmalar, geleneksel ekonomik maksimizasyon davranışları ile oldukça tutarlı görülen talep ve arza, dini faaliyetlerin ne kadar ve hangi tip olduğu hakkındaki kararları içeren sonuçlara ulaştırmaktadır. Dine talep, beklentilerin aksine yıllar geçtikçe azalmamıştır, yapılan araştırma ve anketlerde de görülmüştür ki, dine olan talep ve tanrıya olan inanç halen devam etmektedir. Din piyasası da seküler piyasalar gibi gelişmektedir. Seküler piyasalarda ekonomi teorisi nasıl çalışıyorsa, din piyasasında da teori çalışmaktadır. Fiyatlar, çıktılar, ürün çeşitlilikleri, tüketici tercihlerine, teknolojilere ve rekabetçi baskılara yanıt niteliğindedir. Teori din adına üretilen ve yapılan her şeyi dini ürün, din adamlarını üretici, dindar bireyleri, cemaat üyelerini ise tüketici olarak görmektedir. Üretici ve tüketici arasında oluşan etkileşimi ise dini pazar olarak nitelendirmektedir. Bu anlamda her kasaba, ilçe ya da şehir büyük bir dini pazar olarak görülebilmektedir. Dini arz edenler, tıpkı seküler pazarlarda olduğu gibi, dini pazar içerisinde üye ve maddi-manevi kaynak için birbirleriyle rekabet ederek en büyük payı alabilmek adına çaba sarf etmekte, müşteri sadakatini sağlamak için stratejiler araştırmakta, devlet düzenlemeleri ile başa çıkmaktadır. Arz edenler, bunu gerçekleştirirken, dışsallık, bedavacılık gibi sorunlarla da başa çıkmak zorunda kalmaktadır.

Dinin talep yönü; Beşeri Sermaye Teorisi, Rasyonel Seçim Teorisi ve Hane Halkı Üretim Modeli ile açıklanabilmektedir. Dini talep edenler, kulüp mallarını tüketmek ve üyeliklerini devam ettirmek için katı dinler ya da dini kulüpler tarafından uygulanan bazı maliyetleri, fedakarlık yaparak ve kendilerini bu uğurda kurban ederek ödemeye istekli olmak zorundadır. Aksi takdirde bedavacılar çoğalmaktadır. Bedavacıların çoğalması, üyelerin maliyetlerini arttırmaktadır. Bu gibi fedakarlık beklentileri, bedelsiz kullanıcıları azaltmada rol oynamaktadır.

Dine uyarlanmış Rasyonel seçim teorisine göre; bireyler dini piyasada istedikleri ürünü seçmektedirler. Tekelci bir piyasada, seçimden bahsetmek zordur. Bu yüzden dini piyasanın kurulabilmesi için serbest bir ortam gerekmektedir. Böylece bireyler, kendi beğeni, beklenti ve ihtiyaçlarına uygun dini malı serbestçe seçip, beğenebilmekte ya da beğenmez ise alternatif dini mallarla değiştirebilmektedir.

Rasyonel seçim teorisi, dinin bir ürün olarak görülmesi ve kar-maliyet perspektifinden incelenmesi, çok uzun yıllar ihmal edilmiş olması ve Adam Smith'den sonra ilk defa dini davranışları bu açılarından inceleyen bir teorinin ortaya atılmış olmasından dolayı önem arz etmektedir.

Spickard makalesinde Rasyonel seçim teorisini olumsuz yönde eleştirdikten sonra şöyle devam etmektedir: “Rasyonel seçim teorisi bireyleri düşünmeyen, otomatik davranan bireylerden ziyade, düşünen, karar veren, dini hayata aktif katılımcılar olarak sunar. İnsanların kurumlar tarafından yönlendirildiği değil, aksine kurumları etkileyenlerin bireyler olduğuna vurgu yapar. Kişisel olarak, teorik anlamda oldukça eksik bulmama rağmen, yaptığım ve yapılan eleştirilerden hiçbirisi dini pazar modelinin yanlış olduğunu göstermiyor. Rasyonel seçim teorisi dinin sosyal hayattaki rolü ile ilgili yeni sorular, veriler ve bakış açısı getirmektedir. Bütün bunlar takdire şayandır. Eski yaklaşımlar gibi, eninde sonunda rasyonel seçim teorisinin noksanlıkları da açıkça ortaya çıkacak ve yeni bir teori ortaya çıkınca, bu teori de eskiyip gidecektir. Ancak o zamana kadar takip etmekte, fayda vardır.”<sup>127</sup>

Rasyonel seçim teorisi geleneksel din algısının çok ötesinde bir din teorisi olduğu için oldukça fazla eleştiriye maruz kalmıştır. Rasyonel seçim teorisyenlerinin çoğunluğunun Amerikalı olması ve teorinin Amerikan dini çoğulculuk yapısına uygun olması eleştirilerin en başında gelmektedir. Bu eleştiriye göre dünyadaki birçok ülkede, dini pazarın uygun bir şekilde oluşmasını sağlayacak dini çoğulculuk bulunmamaktadır. Dini çoğulculuğun ve dini pazarın olmadığı bir yerde dindar insanların rasyonel seçim yapma durumu da gerçekleşmemektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde, dini çoğulculuk içinde kıyasıya rekabet eden kiliseler, adeta kapitalist şirketlere dönüşmüştür. Bu nedenle de, dindar insanlar kiliseler ve din adamları tarafından tüketici-müşteri gibi görülmektedir. Müşteri memnuniyeti ve üye

---

<sup>127</sup> James Spickard “Rethinking Religious Social Action”, **Sociology of Religion**, c. 59, s. 2 (1998): 99-115.

kaybetmemek adına ABD'deki din adamları, gerçeklerden ziyade insanların hoşlarına giden şeyleri yapıp söyleyebilmektedirler.

Diğer bir eleştiri noktası, bireylerin rasyonel hareket ettikleri ve her dini davranışlarında kar-maliyet analizi yaparak, karlarını maksimize ve kayıplarını minimize ettikleri düşüncesidir. Bireyin rasyonel davranması, kar-maliyet analizi yapabilmesi için karşısına çıkan her durum hakkında yeterli bilgi ve beceriye sahip olması gerekmektedir. Ancak birçok birey dini konularda yeterli bilgi ve beceriye sahip olmadan tercihlerini gerçekleştirmektedir.

Din teorisyenleri, din piyasası ve dinde rasyonel seçim konularını, dinin fitratına ters bir durum olarak görmektedirler. Çıkarları maksimize etme durumu bireysel bencillik neticesinde ortaya çıkar ve dini grup ve cemaat oluşumunu ve doğal olarak dini pazar oluşumunu engelleyici bir durumdur. Hemen hemen bütün dinlerde olan feragat, yani din kardeşini kendi nefesine tercih etme olgusu rasyonel seçim teorisinin varsayımlarını çürütmekte olduğunu iddia etmektedirler. Ancak din teorisyenleri ne kadar eleştirse de, iktisadi açıdan bakıldığında, teori işlemektedir.

Dindar bireylerin fırsatçılık probleminden dolayı katı ve maliyetli gruplara girdiği düşüncesi, maliyet-kar analizi yaptığına inanılan birey için aslında mantıksız bir durumu teşkil etmektedir. Çünkü katı kuralları olan ve maliyeti yüksek olan gruplarda herhangi bir şeyi elde etmek ya da maddi bir beklenti içinde olmak bireyler için oldukça zor bir durumdur. Çünkü katı gruplar üye sayısı açısından diğer gruplardan daha azdır ve ekonomik açıdan gelişmemişlerdir. Bu nedenle bireylerin bu gruplara girmeleri cazip görünmemektedir.

Weber'in de değindiği üzere, batı medeniyeti ve kapitalizmin arkasında burjuva zihniyeti bulunmaktadır. Protestanlığın Hristiyanlığın yeni bir yorumu olarak ortaya çıkması ile Hristiyanlık yeni bir ruh kazanmıştır. Kapitalizmin şartlarının oluşmasını kolaylaştıran ve çok çalışmayı, çok tasarruf etmeyi ve bunları yatırıma dönüştürmeyi ilke edinen Protestanlık anlayışı, üretimdeki artışı sağlamış, sermaye birikimini oluşturmuştur. Protestan ahlakı ve sermayenin birlikteliği ile, batıda hızlı bir ekonomik kalkınma sağlanmıştır. Ancak İslam ülkeleri ile olan ekonomik farklılığın bu kadar açılması, yalnızca din farklılığından kaynaklanmamış, sosyal kurumların, yapıların ve organizasyonların üzerinde yabancı ülkelerin (sömürgeci ülkelerin) uzun bir dönem boyunca neden olduğu kesintiler, ticarete kurumların reformlarının



gecikmesi gibi nedenler, Sanayi Devrimi'nin ardından farkın giderek açılması ile sonuçlanmıştır.

## KAYNAKÇA

Ackerman, Susan Rose. "Altruism, Nonprofits, and Economic Theory", **Journal of Economic Literature**, c. 34. s. 2 (1996): 701-728.

Adivar, Abdülhak Adnan. **Tarih Boyunca İlim ve Din**. 2. bs. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1969.

Ashker, Ahmet El, Rodney Wilson. **Islamic Economics A Short History**. Boston: Brill, 2006.

Atabek Demirhan, Aslıhan. "Ramazan Ayı Üretim İçin De On Bir Ayın Sultanı Mı?". **İktisat İşletme Ve Finans Dergisi**. (2011): 11-118.

Ataç, Beyhan. **Kamu Ekonomisi**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları, 2010.

Azzi, Corry, Ronald Ehrenberg. "Household Allocation of Time and Church Attendance," **Journal of Political Economy**, c.83 s.1 (1975): 27-56.

Barro Robert J., Rachel McCleary. "Religion and Economic Growth". **NBER Working Paper Series**, s.9682 (2003).

Basten, Christoph, Frank Betz. "Marx vs. Weber, Does Religion Affect Politics and The Economy?". **European Central Bank Working Paper Series**, s.1393 (2011).

Berger, Peter. **Dinin Sosyolojik Teorisinin Ana Unsurları**, çev: A.Coşkun. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2000.

Berman, Eli, David Laitin, "Religion, Terrorism and Public Goods: Testing The Club Model", **NBER Working Paper Series**, s.13725 (2008).

Bilen, Mahmut, İbrahim Yumuşak. "Gary S. Becker'in İktisat Bilimine Ve Beşeri Sermaye Teorisine Katkıları", **The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management**, c.3 (2008).

Brewer, Stephanie, James Jozefowicz, Robert Stonebraker. "Religious Free Riders: The Impact of Market Share". **Journal for The Scientific Study of Religion**, s.september (2006).

Brown, Timothy. **The Economics of Religious Altruism: The Role of Religious Experience**. University of California Berkeley, 2009.

Bruin, Anne de, Susan Flint-Hartle, "A Bounded Rationality Framework for Propert Investment Behavior", **Journal of Propert Investment and Finance**, c.21, s.3 (2003): 271-84.

Carvalho, Jean-Paul. "A Theory Of The Islamic Revival". **University of Oxford**, (2009).

Chiswick, Carmel. "Economics and Religion". **IZA Discussion Paper Series**. s.4868 (2010).

Clark John Bates. **The Distribution of Wealth**, Augustus M Kelley Pubs, 1988.

\_\_\_\_\_. **Social Justice Without Socialism**, CreateSpace, 2009.

Çarkoğlu Ali, Binnaz Toprak. **Değişen Türkiye’de Din, Toplum ve Siyaset**. İstanbul: TESEV Yayınları, 2006.

Çelebi, Kemal, Zafer Yalçın, "Kamusal Mallar Teorisinin Değişimi: Bölgesel Kamusal Mallar", **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, c. 15. s. 2 (2008).

Davis, Winston. "Din Sosyolojisi". **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**. s.11 (2004): 291-308.

Demir, Ömer. **İktisat ve Ahlak**. Liberte Yayınları, 2003.

Deutschmann, Christoph. "Capitalism, Religion, and The Idea of The Demonic". **MPIfG Discussion Paper**. c.12 s.2 (2012).

Doğan, Mustafa. "Siyasal Açından 1980 Sonrası İslami Sermaye Birikim Modelinin Analizi: Türkiye’de İslam Bankacılığı". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

Doherty, Joseph. "Islamic Economics: The Islamic Bourgeoisie and the Imagined Community". Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , 2007.

Durlauf, Steven N., Andros Kourtellos, Chih Ming Tan. "Is God in the Details? A Reexamination of the Role of Religion in Economic Growth". **National Science Foundation**. June (2008).

Ekelund, Robert ve diğ. **Sacred Trust: The Medieval Church as an Economic Firm**. 1.bs. USA: Oxford University Press, 1996.

Ellson, Christopher. "Religion, Health and Well-Being." **Journal for The Scientific Study of Religion**, c.37 s.4 (1998).

Eswaran, Mukesh. "Competition and Performance in The Marketplace for Religion: A Theoretical Perspective". **University of British Columbia**, (2010).

Gamal, Mahmoud El. **Islamic Finance, Law, Economics and Practice**. New York: Cambridge University Press: 2006.

Güven, Ali Galip. "Faizsiz Ekonomi Önerisinin İktisadi Kalkınma Perspektifinden İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995.

Habergetiren, Ömer Faruk. “İslam Hukuku'nda Sermaye ve Sermaye Hareketleri (Sermayenin Oluşumu, Birleşmesi ve Bütünleşmesi)”. Doktora Tezi. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005.

Hale, Christopher W. “Religious Institutions and The Provision of Public Goods”. **Arizona State University School of Politics and Global Studies**.

Iannaccone, Laurence. “The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and The Economics of Religion”. **Rationality and Society**. s.3 (1991): 156.

\_\_\_\_\_. “Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and Other Collectives”, **Journal of Political Economy**, c.100. s.2 (1992): 271-97.

\_\_\_\_\_. “Introduction to the Economics of Religion,” **Journal of Economic Literature**, c.36, s.3, (1998).

\_\_\_\_\_. “From Scarcity to Spirituality: The Consequences of Religious Entrepreneurship,” c.October2002b  
[http://icg.harvard.edu/~ec2390d/Papers/Papers\\_Fall\\_2002/October\\_8\\_2002\\_Laurence\\_Iannaccone\\_Religious\\_Entrepreneurship.pdf](http://icg.harvard.edu/~ec2390d/Papers/Papers_Fall_2002/October_8_2002_Laurence_Iannaccone_Religious_Entrepreneurship.pdf). [20.05.2012].

Iannaccone, Laurence, Rodney Stark and Roger Finke. “Rationality and the Religious Mind”, **Economic Inquiry**, c.36 (1998): 373-89.

Jusic, Asim. “Economic Analysis Of The Legal Regulation Of Religion In The US and Germany”. **Central European University**. Budapeşte, (2007).

Keleş, Hamza. “Osmanlılarda 19. Yüzyıldaki Para Vakıflarının İşleyiş Tarzı ve İktisadi Sonuçları Üzerine Bir Çalışma”. **Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**. c.21 s.1 (2001): 189-207.

Kızmaz, Zahir. “Din ve Suçluluk: Suç Teorileri Açısından Kuramsal Bir Yaklaşım”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 15, s. 1 (2005): 189-215.

Kruip, Gerhard. “Sosyal Piyasa Ekonomisinin Ana Hatları ve Bunların Hristiyan Sosyal Ahlakıyla Bağlantısı”, **Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslam'daki Algılanışı, 23-24 Eylül 2010**. Ankara: 2010.

Kuran, Timur. **İslam'ın Ekonomik Yüzleri**. İstanbul: İletişim Yayınları, 2002.

\_\_\_\_\_. “The Logic of Financial Westernization in The Middle East”. **Journal of Economic Behavior & Organization**. c.56 s.4 (2005): 593-615.

\_\_\_\_\_. “The Absence of The Corporation in Islamic Law: Origins and Persistence”. **University of Southern California**. s. February (2006).

\_\_\_\_\_. “İslam Dünyasında Ve Ortadoğu'da Geri Kalmışlığın Nedenleri”. **Açık Radyo Röportajı**, 29 Haziran 2009.

\_\_\_\_\_. “Orta Doğu'daki Ekonomik Azgelişmişliğin Kurumsal Kökenleri”. **MEEA Konuşması, 24 Haziran 2010**. İstanbul: 2010.

Lehrer, Evelyn. “Religion, Human Capital Investments and The Family in The United States”, **IZA Discussion Paper**, s.4279 (2009).

Lewis, Arthur. **The Theory Of Economic Growth**. London: Unwin University Books, 1963.

Makowsky, Michael. “Religion, Clubs, and Emergent Social Divides”. **Towson University Department of Economics**, (2009).

Mehmet Tıǧlı, “Niş Pazarlama ve Niş Pazarlama İmleriyle Kodlanmış “Kindy Boots-Müstehcen Çizmeler” Sinema Filminin Çözömlenmesi”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**. c.26, s.1 (2009): 212-223.

Michaelis, Alfred. **Orta Doǧu’nun Kalkınma Meseleleri**. çev. İbrahim Demir. Ankara: Doǧuş Matbaası, 1962.

Nath, Sushmit. “Religion and Economic Growth and Development”. **Draft** (2006).

Noland, M. “Religion and Economic Performance”. **World Development**. c.33 s.8 (2005): 1215-1232.

Norris, Pippa, Ronald Inglehart, **Sacred and Secular Religion and Politics Worldwide**. Cambridge University Press, 2005.

Özbudun, Sibel. “Etnisite İle Sınıf, Kültür İle Ekonomi- Politik Üzerine Gözlemler”. **Kıtasal Bolivarcı Hareket Kuruluş Kongresi, 7-8-9 Aralık 2010**. Caracas-Venezüella: 2000.

Özcan, K. “Kurumsal Söylemin Rasyonel Temelleri”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, s.13 (2011).

Özcan, Yusuf Ziya. “İslam Ekonomik Gelişmeye Engel Midir? Karşıt Delil ve Bazı Metodolojik Düşünceler”. **İslami Araştırmalar Dergisi**. c.8 s.1 (1995): 1-12.

Özdemir, Şennur. “Din –Ekonomi İlişkisi ve Güncel Arayışlar”. **On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**. s.23 (2007): 153-164.

Özelge, Gözde. “İslam ve Kapitalizm İlişkisi: Türkiye’de 1980 Sonrası Tüketim Kültürü ve Tesettür Modası”. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

Pascal, Blaise. **Düşünceler**. çev. Metin Karabaşoǧlu. Kaknüs Yayınları, 1996.

Pipes, Daniel. “Islamic Economics: What Does It Mean?”. [www.danielpipes.org](http://www.danielpipes.org) [12.12.2011].

Ragab, “Islam and Development”, **World Development**. c. 8 s.7/8 (1980): 513-521.

Renneboog, Luc, Christophe Spaenjers. “Religion, Economic Attitudes, and Household Finance”. **Oxford Economic Papers**, s.1093 (2011): 1-25.

Rodinson, Maxime. **İslam ve Kapitalizm**. çev. Fevzi Topaçoğlu. İstanbul: Akyüz Yayıncılık, 2002.

Selman, Adnan. “Rasyonel Seçim Teorisi Bağlamında Din Olgusu”. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, 2011.

Selman Adnan, Ramazan Uçar. “Dini Tercihleri Anlama ve Açıklanmaya Farklı Bir Yaklaşım: Rasyonel Seçim Teorisi”. **Toplum Bilimleri Dergisi**, s. Temmuz-Aralık (2011): 91-110.

Smith, Adam. **Ulusların Zenginliği**. çev: Ayşe Yunus, Mehmet Bakırcı, 4. bs. İstanbul: Yeni Alan Yayıncılık, 2004.

Sombart, Werner. **Kapitalizm ve Yahudiler**. çev. Sabri Gürses. İstanbul: İleri Yayınları, 2005.

Spickard, James “Rethinking Religious Social Action”, **Sociology of Religion**, c. 59, s. 2 (1998): 99-115.

Stark, Rodney, Bainbridge, **A Theory of Religion**. Rutgers University Press, 1996.

Stonebraker, Robert. “Economics of Religion”, **Draft**, s. October 2 (2003): 17.

Tabakoğlu, Ahmet. “İslam İktisadı ve Modern Kapitalizm”. **Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslam’daki Algılanışı, 23-24 Eylül 2010**. Ankara: 2010: 91-133.

Tripp, Charles. **İslam and The Moral Economy, The Challenge of Capitalism**. New York: Cambridge University Press, 2006.

Turner, Bryan S. **Max Weber ve İslam Eleştirel Bir Yaklaşım**. çev: Yasin Aktay. 2 bs. Ankara: Vadi Yayınları, 1991.

Weber, Max. **Sosyoloji Yazıları**, çev: Taha Parla, İstanbul: 1986.

\_\_\_\_\_. **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**. 6. bs. çev: Zeynep Gürata. Ankara: Ayraç Yayınevi, 2010.

Witham, Larry. **Marketplace Of The Gods, How Economics Explains Religion**. Oxford University Press, 2010.

Yılmaz, Kubilay. “İslami Düşünce de İktisat -İktisadi Doktrinler Çerçevesinde Bir Deneme”. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.

“Bilim Adamlarının Dine Bakışı”. <http://www.agnostik.org/1032-bilim-adamlarinin-dine-bakisi.html> [08.07.2012].

“GALLUP: Dünyanın En Dindar Ülkeleri En Fakir Ülkeler, ABD Hariç”. <http://www.turkishjournal.com/i.php?newsid=8107> [07.07.2012].

“Küresel Anket:En İnançlı İkinci Ülke Türkiye”, <http://www.turkishjournal.com/i.php?newsid=9558> [08.07.2012].

“Theories of Religion”.  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Theories\\_of\\_religion#Rational\\_choice\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Theories_of_religion#Rational_choice_theory)  
[17.05.2012].

“Türkiye’de Dindarlık Yüksek Hoşgörü Az”. <http://www.agnostik.org/11220-turkiyede-dindarlik-yuksekkhosgoru-az.html> [07.07.2012].

## ÖZGEÇMİŞ

20 Ağustos 1986'da İstanbul'da doğdu. İlk ve orta öğretimini Fatih İbrahim Aleattin Gövsa İlköğretim Okulu'nda tamamladıktan sonra, Fatih Yedikule Anadolu Lisesi'nden 2004 yılında mezun oldu. Aynı yıl Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünde öğrenimine başladı. 2009 yılında "Türk Bankacılık Sisteminin Tarihsel Gelişimi ve Küreselleşmenin Etkileri" isimli bitirme çalışmasını sunarak mezun oldu. 2009 yılı eylül ayında Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde İktisat Yüksek Lisansı'na başladı. Halen yüksek lisans öğrenimini sürdürmektedir.