



Toplum Bilimleri Dergisi

Altı Aylık Hakemli Bilimsel Dergi

Cilt: 5 Sayı: 10

Temmuz - Aralık 2011

Ramazan UÇAR

Abdullah Cevdet'in Batı Medeniyeti ve Babılılaşma Anlayışı

Ali ÇETİN

Aristoteles'te ve İslam Mantıkçılarında Diyalektiğin Kullanımları

Recep ARDOĞAN

Kelamî Açıdan Gayr-i Müslimlerle Dostluk
-Kur'an'da Nehye Konu Olan Dostluğun Psiko-Sosyal Sakıncaları-

Sinan YILMAZ

Türk Toplumunda Tuvalet Kültürü: Karabük Örneği

Aydın SELMAN & Ramazan UÇAR

Dini Tercihleri Anlama ve Açıklanmaya Farklı Bir Yaklaşım:
Rasyonel Seçim Teorisi

Necmeddin ŞEKER

Sözlü İletimde Nebvî Metot Hz. Muhammed'in (as)
Konuşma Üslubu ve Adabı

Abdülkadir KIYAK

Eski Türk Kültüründe Taş-Kaya Kültürünün Elazığ'daki Yansımaları

Ali ÇETİN

Beş Sanat ve Öncüleri

Kamil SARITAŞ

Tabakat Eserlerinde İskender Afrodisi (Alexander of Aphrodisias)

Halil AYDINALP

Bir İrsan Nasıl İntihar Bombacısı Olur: İntihar Eylemlerinin Dinamikleri
Üzerine Bir Model Denemesi



Adnan SELMAN (*) & Ramazan UÇAR (**)

DİNİ TERCİHLERİ ANLAMA VE AÇIKLANMAYA FARKLI BİR YAKLAŞIM: RASYONEL SEÇİM TEORİSİ

abstract

A Different Approach on Understanding and Explaining of Religious Choices: Rational Choice Theory. The subject of this study is rational choice theory and the concepts related with the theory, which has been used in religious studies for the last thirty-fourty years. The theory depends on that human beings are homo-economicus and that religious behaviour of humans are taken shape in this manner. Based on the postulate that every act of individuals emerge from cost and profit analysis, the theory is establishen on three basic elements. These are maximizing behavior, stable preferences and market equilibrium.

keywords: Rational Choice Theory of Religion, Maximizing Behaviour, Religious Market, Religious Product, Religious Monopoly-Çoğulculuk.

Giriş

İnsan sosyal bir varlık olmanın yanında, ekonomik bir varlık olarak da karşımıza çıkmaktadır ki, tutum ve davranışlarında büyük ölçüde kar-maliyet analizi yaparak hareket etmektedir. Yaklaşım, ekonomide kullanılan teori ve modellerin diğer sosyal bilim alanlarında da kullanılabileceği düşüncesine dayanmaktadır. Bu anlayıştan hareketle ekonomi biliminde kullanılan teori ve kavramlar diğer disiplinlerde de kullanılmaya başlanmıştır ki, bu disiplinlerden birisi de Sosyolojidir.¹ Son dönemlerde bazı sosyologlar da teorilerini, insan davranışlarının kar-maliyet analizi çerçevesinde ortaya çıktığı fikri üzerine kurulan rasyonel seçim teorisiyle açıklamaya çalışmışlardır.

Toplumsal anlamak ve açıklamak için sosyolojide kullanılmaya başlanan rasyonel seçim teorisi, insan ilişkilerinin birbirine eşit değerlerin karşılıklı değişimi ile anlaşılabilmesi kabulüne dayanır. Bu değişim, mahremlik, statü birleşmesi gibi elle tutulamayan şeylerle ilgili olarak gerçekleşir. Toplumsal yapı içinde bireyin rolünün yeniden göz önüne alınmasına yönelik bir çabayı temsil eden ve daha ziyade insan davranışlarının anlaşılmasına önem veren alışveriş kuramı aktivite, etkileşim, duygu, ödül, ceza, statü, iktidar, güç gibi kavramları sıkça kullanmaktadır. Bu kuramın varsayımları arasında insan davranışının akılcı oluşu; ekonomistlerden ödünç alınan azalan marjinal yarar yasası ve toplumsal değişim durumunda insanlar verdikleri ile aldıkları arasında bir denge beklentisi içinde oluşu sayılabilir.²

Sosyolojiye paralel olarak Din Sosyolojisi çalışmalarında da kullanılmaya başlanan rasyonel seçim teorisi, bireylerin ve grupların dini tutum ve davranışlarına ekonomik perspektifle yaklaşan, oldukça kolay anlaşılabilir ön kabullerden oluşan bir teoridir. Ekonomide kullanılan çeşitli modellerden de faydalanarak bireylerin, kurum ve grupların dini tutum ve davranışlarını kar-maliyet perspektifinden inceleyerek izaha çalışmıştır. Teori dini çevreyi, dinlerin ve dini grupların rekabet ettiği bir pazar olarak değerlendirir. Bu pazarda her birey, her grup veya her cemaat dinden elde edecekleri maddi ve manevi menfaati maksimum düzeye çıkarmak için gayret ederler.³

Anlam olarak akılcı, mantıklı, makul manasına gelen rasyonel terimini, rasyonel seçim teorisyenleri her davranış ve hareketinde akılcı ve makul davranmak anlamında değil, 'karını maksimize etmek' anlamında kullanmışlardır.⁴ Rasyonel seçim teorisi dindarları maddi ve manevi hizmet talep eden müşteri-tüketici, din adamlarını ve dini kurumları bu talepleri tedarik eden üreticiler olarak görür.⁵ Bu ikisi arasındaki ilişkiden (arz-talep) ortaya çıkan olguyu ise dini pazar olarak değerlendirir.

1. Teorinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Din sosyolojisi çalışmaları açısından kar maksimizasyonu, tekelleşme-çoğulculuk ve dini pazar fikri, ilk olarak 1776 yılında ekonomi teorisyeni Adam Smith

“Ulusların Zenginliği” isimli çalışmasında ortaya koymuştur.⁶ Smith, dini kurumların ekonomik teorisinin temelini hazırlamış, devlet destekli dini tekellerle, doğal özgürlük sistemi⁷ 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.⁸ Smith, pazar güçlerinin, seküler şirketleri olduğu gibi, kiliseleri de üretim ve pazarlama 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 belirtmiştir⁹.

Smith’e göre, büyümenin ve gelişmenin önündeki en büyük engel devlet tekeldir. Devlet tekeli insanları tembelleğe yöneltir, çünkü devlet tekelinin olduğu yerlerde, bireyler yapmaya istekli olmadıkları işleri yapmaktadırlar. Büyüme ve gelişmeyi tetikleyen en önemli etmen ise kişisel çıkar güdüsüdür. Bireylerin kendi çıkarları gereği ellerindeki sermayeyi en karlı bir şekilde kullanma istekleri, diğer bireylerin satın almayı arzu ettikleri şeylerin üretilmesine yol açacaktır. Böylece hem üretici hem de tüketici kazançlı çıkacaktır.¹⁰ Bu itibarla, Smith’in günümüz rasyonel seçim teorisinde kullanılan benzer model ve fikirleri iki yüz yıl önce tartışmaya açtığını görebilmekteyiz.

Smith’den sonra, iki yüz yıl boyunca dinin kar-maliyet ve çıkar açısından değerlendirildiğine pek şahit olamamaktayız. Gary Becker’in 1970’te yazdığı İnsan Davranışına Ekonomik Yaklaşım isimli çalışmayla birlikte dini davranışların ekonomik yönü ve dini pazar din sosyologlarının ilgisini çekmeye başlamıştır.¹¹ Rasyonel seçim teorisinin dini davranışları izahta kullanılması Ev Üretimi Modeli (Household Production Model) çerçevesinde Azzi ve Ehrenberg’in kiliseye katılım ve katkısı ahiret çerçevesinde inceledikleri makale ile olmuştur. Makalede zaman ve para girdileri, seküler ve dini çıktılar ve bu dünya ile öbür dünya kazançları, bireysel ve ailevi düzeyde ele alınmıştır.¹² Ev üretimi modeline ek olarak din değiştirme, dinin evlilikteki rolü, akraba evliliği, boşanma, aynı/farklı dinlere mensup bireyler arası evlilikler, dini katılımı bireylerin yaşlarının etkisi, çocukluk döneminde sosyal adaptasyon ve aile ilişkileri gibi konular bulunmaktadır. Bunları da Iannaccone, Neuman, Lehrer ve Chiswick gibi din sosyologları Beşeri Sermaye Modeli (Human Capital Model) çerçevesinde incelemişlerdir.¹³

Gelişmelere paralel olarak, Stark, Bainbridge ve Finke gibi din sosyologları dini pazar ve rekabet konularında çalışmalar yapmışlar ve 90’lı yılların başında rasyonel seçim teorisinin faaliyet alanı genişlemiştir. Bu genişleme ile birlikte teori tarikat, mezhep, kilise ve devlet, tekelcilik ve çoğulculuk, mezhepsel hareketlilik, radikalizm, dinde yenilikçilik, dini risk, dini pazar yapısı vs. gibi konuları içermeye başlamıştır.¹⁴ Rasyonel seçim teorisini din sosyolojisi çalışmalarına en sistematik bir şekilde uygulayan tartışmasız Laurance Iannaccone’dur. Iannac-

cone bireylerin davranışları ile alakalı sınırlı varsayımlardan oldukça tutarlı bir pazar davranışı ortaya koyan bir teori sunmuş ve bireylerin, dini ihtiyaçlarını değerlendirerek yaptıkları seçimi ve talepleri dini pazar modeli ile ortaya koymaya çalışmıştır.¹⁵

Bugün din sosyologları tarafından birçok ülkede araştırmalar yapılmaktadır. Bireylerin ve toplumların din algıları, dine katılımları, katkıları, dini pazar ve bu pazarın yapısı ekonomik perspektiften incelenmektedir. Ancak bugüne kadar Türkiye'deki bireysel ve toplumsal dini yaşamın bu teori çerçevesinde ele alındığını söylemek pek mümkün görünmemektedir. Çeşitli tenkidlere rağmen, teori merkezli empirik çalışmaların birçok ülkede olumlu ve tatmin edici sonuçlar verdiği bilinmektedir.

2. Teorinin Temel Unsurları

Rasyonel seçim teorisini ekonomiye kazandıran Gary Becker 'İnsan Davranışlarına Ekonomik Yaklaşım' isimli çalışmasında, rasyonel seçim teorisinin temel unsurlarını "kar (fayda) maksimizasyonu, pazar dengesi ve sabit tercihlerin bileşimi" olarak tanımlamıştır.¹⁶ Kar maksimizasyonu varsayımına göre, birey her hangi bir davranışındaki maliyet ve karı tartar ve karını maksimize edecek davranışı seçerek rasyonel hareket eder. 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.¹⁷ 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.¹⁸ Bütün bunları yaparken kendileri için en faydalı ve çıkarlarına en uygun olan tercihi yaparlar. Çünkü rasyonalite 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.¹⁹

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 varsayılr. Tercihlerinde tutarlı, bütüncül ve bağımsız oldukları kabul edilir. Tercihler başlangıç noktasıdır, çünkü bireyin her hangi bir davranışı, tercih yaparak eyleme başladığı ön kabulü ile izah edilebilir.²⁰ 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. Bu bağlamda, Iannaccone davranışsal değişikliklerin, koşulların (kısıtlamalar) değişmesi açısından ele alın-

ması gerektiğini²¹ ifade etmektedir. Dolayısıyla, 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 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.²²

Pazar dengesi varsayımında din müşteriye sunulacak bir 'ürün' olarak görülmektedir. Bu nedenle, dini gruba katılım tarzı ürün seçimi ve üretimin sonucu olarak tanımlanır. Dini ürünler araba, bilgisayar vs. gibi maddi ve müşahhas veya bankacılık, saç kesimi gibi ticari hizmet olmamakla birlikte,²³ Becker dini ürünleri Ev Ürünleri²⁴ 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.²⁵ 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.

3. Rasyonel Seçim Teorisinde Kullanılan Dini Ekonomi Modelleri

Rasyonel seçim teorisinde birey ve grupların dini davranışlarının anlaşılabilmesi için, teorinin kendisi gibi, ekonomi disiplininin alınan bazı modeller kullanılmaktadır. Bu modellerden ilk grupta inceleyeceğimiz modeller dini davranışları mikro düzeyde, ikinci grupta inceleyeceklerimiz ise makro düzeyde ele almaktadır. Teoride kullanılan mikro düzey terimi, tek bir bireyin ve ailenin dini davranışı için kullanılırken, makro düzey terimi herhangi bir grubun - toplumun, mezhebin, cemaatin, tarikatın, derneğin, vs.- dini davranışları için kullanılmaktadır. Rasyonel seçim teorisi bireyci - yani başlangıç noktası bireyin kişisel ve çıkarıcı davranışları- olduğu için, makro düzeydeki (toplumsal) olguları mikro düzeydeki (birey) davranışların toplamı olarak izah eder.²⁶

3.1. Bireysel ve Ailevi Düzeyde Modeller

Birey ve ailelerin dini davranışları din sosyolojisi çalışmaları için oldukça önem arz etmektedir. Çünkü din olgusu öncelikle bireyin iç dünyasında başlar ve aile içinde devam ederek bireyin dini şahsiyeti oluşur. Çocuğun dini şahsiyetinin oluşma sürecinde ona etkide bulunan en önemli faktör şüphesiz ailedir. Anne-babanın ve aile içindeki diğer bireylerin çocukla olan etkileşimi çocuğun aile içindeki yerini belirler. Bir anlamda aile, çocuk açısından ilk sosyal dene-

yimlerin kazanıldığı yerdir.²⁷ Bu nedenle, aile dinin sosyal olarak yaşandığı en küçük birimdir diyebiliriz. Rasyonel seçim teorisi de birey ve ailelerin dini davranışlarını iki modelle inceleyerek çözümlenmeye çalışır. Bunlardan ilki ev üretimi modeli, diğeri beşeri sermaye modelidir.

3.1.1. Ev Üretimi Modeli

Ev Üretimi modeli dini davranışları bireysel ve ailevi düzeyde açıklayan en popüler modellerden birisidir.²⁸ Azzi ve Ehrenberg ev üretimi modelini, ilk olarak kiliseye katılım ve dini davranışlara zaman ayırma açısından incelemişler, ‘kurtuluş dürtüsü’ (öbür dünya hayatı) çerçevesinde değerlendirmişlerdir.²⁹ Daha sonra modelin içine –zaman ayırma ile birlikte - para tahsisi, bireylerin emek ve becerileri de girmiştir.

Ev üretimi modeli kendi tüketimleri için bir şeyler üreten aileyi bir şirket gibi değerlendirir.³⁰ Aileler, tıpkı şirketler gibi, satın aldıkları eşyaları (hammaddeleri), hane halkının bilgi, emek ve becerilerini kullanarak, hane halkının tüketimi için eşya üretir. Ancak, ticari şirket ürünlerinden farklı olarak, aile içinde üretilen ev ürünleri hane halkı tarafından tüketilir, satılmaz.³¹ Mesela, yemek yaparken, satın alınan sebze ve malzemeler (girdi) fırın, buzdolabı vs. (girdi), aile bireylerinin zamanı, emekleri ve becerileri (girdi) ile birleştirilir ve neticede üyelerin tüketeceği ürün (çıktı) ortaya çıkar.³²

Yukarıda ortaya koymaya çalıştığımız ev üretimi modeli, rasyonel seçim teorisyenleri tarafından bireylerin ve ailelerin dini turum ve davranışlarını ve ev içinde dini ürünlerin nasıl üretilip tüketildiğini anlamak için kullanılmaktadır. Bu manada, yemek hazırlamak için bir annenin mutfakta yaptığı çalışma ve sebzeler için harcadığı para ve emek bir ürünün ortaya çıkmasını sağlar. Aynı şekilde, aile içinde bireylerin bir araya gelerek yaptıkları dini ritüeller de bir ürün telakki edilir ve bu ürün bütün aile bireyleri tarafından tüketilir. Bu durum rasyonel seçim teorisyenlerince ‘dini ürün üretim süreci’ olarak görülür.³³

Ev üretimi modeli, bireylerin dini ürün üretim sürecine katılma sebebi olarak üç dürtü olduğunu farz eder. Bu sebeplerden birincisi ahiret noktayı nazarıdan kurtuluş dürtüsüdür ki, bireyler ahiretteki kurtuluşlarını – diğeri bir ifade ile cenneti kazanmalarını – bu sürece katılmalarına bağlarlar.³⁴ Sürece katılan dindar insanlarda ahiretlerini kurtarma fikri ilk sırada yer alır. Bu fikir ise, elbette bireylerin bağlı oldukları kutsal kitaplardan, peygamber veya dini liderlerin sözlerinden kaynaklanmaktadır. Mesela Kuran’da ve hadislerde müminleri bu sürece katılma noktasında teşvik için birçok ifade vardır ve bunun neticesinde ise, bu müminler cennetle müjdelenmektedirler. Mesela:

“And olsun zamana ki, insan gerçekten ziyan içindedir. Ancak, iman edip salih amel işleyenler, birbirlerine hakkı ve sabrı tavsiye edenler müstesna... (Onlar ziyanda değıllerdir)”³⁵

“(Ey Muhammed) iman edip salih amellerde bulunanları müjdele. Gerçekten onlar için altlarından ırmaklar akan cennetler vardır. Kendilerine rızık olarak bu ürünlerden her yedirildiğinde: “Bu daha önce de rızıklandığımızdır” derler. Bu, onlara, (dünyadakine) benzer olarak sunulmuştur. Orada, onlar için tertemiz eşler vardır ve onlar orada süresiz kalacaklardır.”³⁶

Ebu Hureyre radiyallahu anh dedi ki; bedevinin biri Nebi sallallahu aleyhi ve sellem’e geldi ve:

– Ey Allah’ın Resulü! İşlediğim takdirde cennete gireceğim bir amel söyle bana, dedi. Resul-i Ekrem:

– “Allah’a, hiçbir şeyi ortak koşmaksızın kulluk edersin. Farz olan namazları kılarırsın. Yine farz olan zekatı verirsin ve ramazan orucunu tutarsın” buyurdu. Bedevi:

– Canım kudret elinde olan Allah’a yemin ederim ki, bu söylediklerine hiçbir şey ilâve etmem, dedi.

Adam dönüp gidince Peygamber aleyhisselam:

– “Cennetlik birini görmek kimi mutlu ediyorsa, şu kişiye baksın!” buyurdu.³⁷

İkinci sebep ise tüketim dürtüsüdür. Bireyler dini inanç ve ibadetlerden aldıkları manevi haz sebebiyle bu tüketim sürecine katılırlar³⁸. Aslında bu varsayım birinci varsayımın neticesi olarak görülebilir. Zira bu sürece katılan her birey ahirette kurtulacağı ve cenneti kazanacağı umudu ve fikriyle yaptığı işlerden bu dünyada da haz alır.³⁹

Üçüncüsü de toplumsal baskıdır. Bu sürece katılımın toplumsal baskılardan kaynaklanması genellikle küçük yerlerde, dini grup ve cemaatlerin sayısının az olduğu yerlerde ortaya çıkar.⁴⁰ Herkesin birbirini tanıdığı, dini grup ve cemaatlerin sayısının az olduğu yerlerde eğer dindarlık oranı ve üretim sürecine katılım yüksek ise, bu sürece katılmayan insanların diğerleri tarafından kolaylıkla fark edilmeleri ve katılmaları yönünde baskı yapılması muhtemeldir. Katılmayan insanların bu baskı neticesinde gönülsüz olarak katılmaları da muhtemeldir. Nitekim son zamanlarda ülkemizde bu tür (mahalle baskısı) tartışmaların ortaya çıktığına şahit olunmaktadır.⁴¹

Rasyonel seçim teorisyenlerine göre, ailedeki dindarlık birçok faktörün sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bazı faktörler harici olmakla birlikte, büyük çoğunluğu -ev üretimi, zaman ve para katkısı sağlama gibi- dahilidir. Dahili faktörlerden bazıları satın alınan dini kitap, dini simge ve bazı dini eşyalar gibi somuttur. Bazıları ise soyut oldukları için değerlendirmesi ve ölçümü zordur. Ancak, dini ürün üretmek için harcanan çaba, zaman ve para ile ölçülebilirler. Hane halkı dini hizmetlere, kardeşlik olgusuna, ibadetlere, tefekküre, hayırseverlik işlerine, okumaya, kilise ve cemaat işlerine vs. zaman ve paralarını harcarlar⁴² ve neticesinde dini ürün ortaya çıkar.

Ev üretimi kriterleri açısından, ülkemizde insanlar evlerinde çok çeşitli dini ürün üretmekte ve ailece tüketmektedirler. Mesela, bazı evlerde dindarlığın göstergesi olarak günde beş vakit namaz kılınır ve çoğunlukla aile fertleri buna katılır/müşahede eder. Bireylere küçük yaştan itibaren kısa sureler ezberletilir, din adına güzel şeyler öğretilmeye çalışılır. Ramazan ayında küçükten büyüğe herkes oruç tutar ve beraberce teravih namazlarına gidilir. İftar ve sahur için hazırlıklar yapılır ve bu esnada özellikle televizyon kanallarından yapılan din içerikli yayınlar birlikte izlenir. Kurban ibadeti ve bayramı tam anlamıyla aileler ve akrabalar içinde vuku bulur ve herkes yapılanların dini içerikli olduğunu az çok bilir. Bütün bu sayılanlar Türkiye’de aile içinde dini hayatın ve ev üretiminin oldukça yoğun bir şekilde yaşandığını göstermektedir.⁴³

Dini ürünler maddi ve manevi olabilmektedir. Yaptıkları iyi ameller neticesinde öbür dünyada ödüllendirileceği inancı; kötü durumlar, hastalıklar ve musibetler karşısında sabırlı olma; inancını sürdürme neticesinde kazanılan kendine saygı hissi manevi ürünlere örnek olarak verilebilir. Aynı inancı paylaşan bireylerin grubuna kolaylıkla girip bireysel ve ticari ilişkiler kurma; başka insanların daha zor ve masraflı faydalandıkları sosyal hizmet, düşük maliyetli eğitim vs. gibi durumlar ise maddi ürünlere örnek olabilir.⁴⁴ Mesela, Türkiye’de ekonomik bakımdan oldukça güçlü durumda olan, bünyesinde birçok özel okul, dersane, yurt ve hatta banka bulunduran bazı tarikat veya cemaatlerin üyelerinin, bahsettiğimiz bu hizmetlerden üye olmayan diğer insanlara nispeten çok daha kolay ve ucuz faydalandıkları bilinmektedir.⁴⁵

Dindar insanlar emeklerini, zamanlarını ve paralarını hem dünyevi hem de uhrevi kazançlarını maksimize etmek için kullanırlar. Yapılan araştırmalarda, zengin dindarların dini ürün üretimi sürecine daha fazla para, daha az zaman ayırdıkları görülürken, alt gelir grubuna dahil olan dindarların daha fazla zaman, daha az para ayırdıkları görülmüştür. Ayrıca, bir dini gruba üye olan çalışan bireylerin maaşları arttıkça, gruba katılım sürelerinin azaldığı gözlenmiştir.⁴⁶ Yani, bireyler maliyet-kar analizi yaparak, kendileri için en uygun olduğunu düşündükleri durumu seçmektedirler.

3.1.2. Beşeri Sermaye Modeli

Dini davranışları birey ve aile düzeyinde açıklayan diğer bir teori ise beşeri sermaye modelidir. Becker’in beşeri sermaye modelinden hareketle, dini beşeri sermaye modelini geliştiren Iannaccone, bireylerin dini sermayesini dini aktiviteleri geliştiren ve güzelleştiren dini bilgi, beceri, tecrübe ve hatıralar⁴⁷ şeklinde tarif etmiştir. Ev üretimi modelinin bireylerin yetiştirilme tarzını, dini altyapılarını ve sosyal ve grup bağlarını içermemesi nedeniyle, beşeri sermaye modeli kullanılmaya başlanmıştır.⁴⁸

Dini konular hakkında çalışma yapmak, dini törenlere katılım (evde/ibadethanede), dini bayramları idrak, bireyin ömrü boyunca başına gelen olaylar,

toplumsal hayata dini amaçlı katılım, diğer dindarlarla kardeşlik duygusu,⁴⁹ dini öğretilere aşinalık, dini ritüeller ve gelenek⁵⁰ beşeri sermaye içine girmektedir. Dini beşeri sermaye kısaca, bireyin dini bilgi, beceri ve hassasiyetlerinin toplamından oluşmaktadır.⁵¹ Beşeri sermaye bir çocuğun anne ve babasının dini aktivitelerini görmesi ile başlar. Çocuk zamanla ebeveynlerinin yaptıklarını taklit eder ve anne-babanın birikimleri süreç içinde çocuğa aktarılmaya başlanır. Ebeveynler ne kadar dindar ise, çocuğun da ileriki zamanlarda o kadar, hatta daha fazla dindar olması muhtemeldir.⁵² Din değiştiren bireyler hariç, hemen hemen bütün dindar bireyler din eğitimlerini ve sermayelerini ebeveynlerinden ve çevrelerinden almışlardır. Mesela ülkemizde, çocuklarının dindar olmasını ve küçüklükten itibaren dini çevreyle irtibatlı olmalarını isteyen anne ve babalar dini gruplara katılırken veya ibadet için camiye birlikte giderler. Çocukların ibadet esnasında cami içindeki cemaati rahatsız edebilecek hareketlerini, çocuğun camiden ve ibadetten soğumaması için, baba/cami cemaati ufak tefek sorunlar yaşansa da hoş karşılar. Okullar tatil olunca, çocuklarını camilerde açılan kurslara göndererek, en azından namazlarda okunan kısa sureleri ezberlemelerini ve Kur'an okumayı öğrenmelerini arzu ederler. Belirli bir yaşa gelince, ibadetlerini düzenli yapmaları hususunda dikkatli ve ısrarcı davranmaya başlarlar. İlköğretimi bitirince ise İmam Hatip Liselerine göndererek daha iyi dini eğitim almalarını sağlarlar. Kısacası bütün bu yapılanlar bireyin dini sermayesini oluşturur ve şekillendirir.⁵³

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, yukarıda belirttiğimiz gibi, dindar bir aileden veya çevreden gelen bireydeki dini yatırım, bireyin dini sermayesinde toplanmış olmasındandır. Bu sermaye seküler bir ortamda bile kullanılır. 1974 yılında Amerika'da yaşayan Katoliklerle ilgili yapılan araştırmada, çocukların dini eğitim ve ailelerin kiliselere katılımları ile deneklerin mevcut dini davranışları ve kiliseye katılımları arasında pozitif ilişkiler saptanmıştır.⁵⁴ İspanya'nın 47 farklı şehrinde, 2488 kişinin katılımı ile yapılan bir başka araştırmada, araştırmaya katılan bireylerin mezhepleri ve dini davranışları ile ebeveynlerinin mezhepleri ve dini davranışları arasındaki ilişki araştırılmış ve Amerika'daki gibi pozitif bir sonuç ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılanların % 83'ü Katolik, % 16'sı ateist, % 1'i ise farklı dinlerden olduklarını ifade etmişlerdir. Katolik olan bireylerin ebeveynlerinin de hemen hemen aynı oranda Katolik olduğu görülmüştür. Ayrıca, anne ve babanın farklı mezheplerden (biri Katolik) olduğu durumların birçoğunda bireyin çevredeki yoğun Katolik nüfus nedeniyle Katolik mezhebini seçtiği ortaya çıkmıştır.⁵⁵ Bu durum, bireyin dini sermayesinde anne ve baba ile birlikte çevrenin de oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Sonuçları, hemen her toplumda görmek mümkün olabilir. Ancak devrim/ihtilal vb. özel dönemlerde büyük değişiklikler meydana gelebilir. Mesela, Ortodoks olan Rusya'nın 1917 devriminden sonra, kısa süre içinde

dinden uzaklaşarak ateizme yönelmesi; 1990'lı yıllarda ise komünizmin çöküşü sonrası dine olan ilginin artması bu olağan üstü durumlar nedeniyledir. Tıpkı yukarıda bahsettiğimiz İspanya'daki sonuçlara benzer bir şekilde, Türkiye'de de Sünni ve Alevilik oranlarında, hatta Sünniliğin içerisinde yer alan Hanefilik ve Şafilik oranlarında çokça değişiklik olmaz. Bireyler anne ve babalarından edindikleri sermayeyi devam ettirme eğilimindedirler. Mesela Türkiye'nin doğusundan batısına eğitim veya çalışma amacıyla gelen bireylerin, aradan uzun yıllar geçmesine rağmen ibadetlerini ebeveynlerinden ve çevrelerinden öğrendikleri Şafi mezhebine göre ifa etmeye devam ettikleri sıkça görülmektedir.⁵⁶

Beşeri sermaye modeli mezhepsel hareketlilik, aynı dinde evlilik, din değiştirme yaşı, dini çevrede yetiştirilmenin etkisi, dinler arası evlilik ve dindarlık yaş profili gibi konularla ilgili oldukça verimli tahminler verir. Mesela, dini sermaye ile mesleki sermaye arasındaki benzerlik, bizi birçok din değiştirme ve mezhepsel hareketliliğin, kariyer seçimi ve meslek değiştirme gibi, nispeten genç yaşlarda olduğu veya dindar insanların kendi beşeri sermayelerine uygun insanlarla evlenmek istedikleri tahminine götürür.⁵⁷ Bireyler meslek değiştirirken yeni bir meslek yerine, önceki mesleklerine benzer bir meslek seçme eğilimindedirler. Zira yeni bir meslek için gerekli beşeri sermaye çok maliyetlidir ve zaman alır; aynı şekilde, mevcut dininden memnun olmayan çoğu birey, kendi dinine benzemeyen yeni bir din yerine, ya benzer bir din veya aynı dinin içindeki başka bir mezhebe geçme eğilimindedirler. Çünkü yukarıda belirttiğimiz gibi, yeni bir din bireyin beşeri sermayesi için oldukça maliyetli olacaktır ve sermayenin oluşması uzun zaman alacaktır.⁵⁸ Maliyetten kasıt sadece maddi anlamda bir maliyet değildir. Yeni bir din seçen birey, bu dini öğrenmek için para harcayarak çeşitli kitaplar, yeni dinini simgeleyen eşyalar veya ibadet için gerekli şeyler alacaktır. Ancak, bireyin harcaacağı zaman, çaba, çevre ve benzeri şeyler de maliyet içine girmektedir.⁵⁹

Kariyer seçimine benzer bir şekilde, din değiştirme de zaman faktörüyle alakalıdır. Bireylerin erken yaşlarda din değiştirmeleri daha muhtemeldir, çünkü din değiştirmeden kaynaklanan maddi-manevi kazanım ileriki yaşlarda azalır. Bununla birlikte, zamanla dini sermayeye eklenen çok küçük şeyler bile, bireyin dini sermayesini artırır. Bu ise, yaşlıların hem mevcut mesleklerini, hem de mevcut dinlerini nadiren değiştirdikleri gerçeğini göstermektedir.⁶⁰ Beşeri sermayenin zamanla artması, bireyin dini aktivitelerle katılımdan aldığı tatmin hissini artırır ve böylece sonraki katılım olasılığını da yükseltir. Dini aktiviteler her katılım bireyin mevcut dini beşeri sermayesini artırarak uzmanlaşmasını sağlar. Bu anlamda, herhangi bir ev üretimi gibi, din de yaparak öğrenmeyi gerektirir.⁶¹

3.2. Dini Grup ve Kurum Düzeyinde Modeller

Ev üretimi ve dini beşeri sermaye modellerinin dini davranışları birey ve aile düzeyinde (mikro) açıklamaya yönelik olduğu ifade edilmişti. Bu model-

ler bireysel davranışlara odaklandıkları için gruplar arası etkileşimleri ve pazar dengesini ihmal etmektedirler. Bu bölümde dini davranışları grup, cemaat ve toplum düzeyinde (makro) açıklayan modellerden bahsedeceğiz. Bu modeller sırasıyla şirket (firm) olarak dini kurum(church) modeli, sivil toplum örgütü (club) olarak dini kurum modeli ve dini pazar (religious market) modelidir.

3.2.1. Şirket Olarak Dini Kurum Modeli

Şirket olarak dini kurum modelinin merkezinde din adamları ile dindar insanlar arasındaki farklı roller ve ilişkiler vardır.⁶² Bu model dini grupları, karlarını en yüksek düzeye çıkarmaya çalışan şirketler olarak telakki ederek, dini grupları dini pazar içinde faaliyet gösteren kurumlar olarak değerlendirir. Dini kurumların, varlıklarını devam ettirebilmek amacıyla tüketici odaklı hareket ederek üye sayılarını ve üyelerin katkılarını artırmaya, onları memnun etmeye yönelik ürünler üretmeye gayret ettiklerini varsaymaktadır.⁶³ Diğer pazar (seküler) şekillerinde olduğu gibi, dini ürünleri üretenler ve tüketenler, yani arz ve talep edenler olmak üzere iki taraf vardır. Dini ürünleri tüketenler maddi-manevi menfaatlerini maksimize etmeye gayret ederken, üreten gruplar ve kurumlar karlarını maksimize ederler. Bu ikisi arasındaki etkileşimden ise dini pazar ortaya çıkar. Diğer kar maksimize eden şirketlerde de olduğu gibi, tüketici talebi, memnuniyeti ve güveni dini üreten grubun üretim sürecini, tarzını ve çeşidini kısıtlar, etkiler veya değiştirir.⁶⁴

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. Zira, bu kutsallar o kurumun veya cemaatin varlık sebebidir.⁶⁵ 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 olarak telakki edilir. 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, cemaatin hoşuna gitmeyen herhangi bir söylevi bir sonraki vaazda kullanılmaya dikkat ederler. Ülkemizde yaygın bir şekilde kullanılan “her söylediğin doğru olsun, ama her doğruyu her yerde söyleme” ifadesi buna örnek olarak verilebilir.⁶⁶

Pazar olgusu nedeniyle dini gruplar arasında rekabet ortamı oluşur. Bu rekabet ürün çeşitliliğine ve kaynakların verimli ve etkili bir şekilde kullanılmasına sebep olur. Kısacası, bu model dini grup ve kurumların işleyişinin seküler bir şirketin işleyişiyle benzer olduğu temel düşüncesi üzerine kurulmaktadır.⁶⁷

3.2.2. Sivil Toplum Örgütü Olarak Dini Kurum Modeli

Dini davranışları grup ve cemaat düzeyinde formüle eden bir diğer model ise sivil toplum örgütü modelidir. Bu model dini aktivitelere katılan üyelerin birbirleriyle olan karşılıklı menfaatlerine odaklanmaktadır.⁶⁸

Dini aktivitelere katılan bir bireyin elde edeceği maddi veya manevi menfaatler, sadece kendi bireysel katkısına değil, ayrıca başka katılımcı bireylerin, yani grubun diğer üyelerinin katkısına, üyelerin toplam sayısına, üyelerin aralarındaki sevgi ve muhabbete de bağlıdır.⁶⁹ Çünkü grubun birçok üyesi dini ürünlerin üretim/tüketim sürecine beraber katkıda bulunurlar.⁷⁰ Dolayısıyla, sivil toplum örgütü modeli her bireyin grubun diğer üyelerinin davranışlarını çok yakından izleme içgüdüğü olduğunu varsayar. Zira aktif üyeler diğer üyelerin dini aktivitelerden elde edecekleri maddi ve manevi menfaatleri artırırken, pasif ve fırsatçı üyeler (free-rider), çaba göstermeden menfaat elde ederek diğer bireylerin menfaatlerini azaltırlar. Bu nedenle menfaatlerini maksimize etmek isteyen bireyler, birbirlerini bir şekilde kontrol ederek pasiflik, kaytarma ve fırsatçılığı önlemeye çalışırlar.⁷¹

Kaytarma ve fırsatçılığı önlemek veya en azından minimize etmek için fedakârlık ve özveri gereklidir. Bu durum bir bakıma dindar insanların daha katı ve maliyeti yüksek dini grup ve cemaatlere katılma meylindeki rasyonaliteyi ortaya koymaktadır. Çünkü özveri, fedakârlık ve maliyetin yüksek olduğu katı gruplarda kaytarma ve fırsatçılık, bireylerin ve işleyişin daha serbest ve maliyetin daha düşük olduğu gruplardaki kadar fazla değildir. Iannaccone'a göre katı gruplardaki içki veya sigara yasağı, bazı cinsel kısıtlamalar, toplumdaki soyutlanma, acı çekme şeklindeki ibadet şekilleri, eğlence kısıtlamaları vs. gibi uygulamalar kaytarma ve fırsatçılığı azaltmaktadır.⁷² Ancak, bize göre bu varsayım pek mantıklı görünmemektedir. Zira katı gruplardaki üyelerin sayısı oldukça düşüktür. Bu varsayım ise katı gruplardaki üye sayısının yüksek olmasını gerektirmektedir.⁷³ Diğer yandan kaytarma ve fırsatçılık nedeniyle, katı gruplar dış dünyaya daha kapalıdırlar ve bu gruplara üyelik oldukça zordur. Katı gruplardaki sayıca az olan üyeler birbirlerini daha iyi denetleyebilirler ve ekonomik olarak zayıf olmaları çok muhtemel olduğu için, hem zaman hem de para açısından daha fazla özveride bulunurlar. Bu nedenle fırsatçıların bu gruplara girmesi, çok fazla çıkar elde edemeyecekleri için pek mümkün görünmemektedir.⁷⁴

Üye sayısının çok olduğu, ekonomik olarak güçlü dini gruplar kaytarma ve fırsatçılığa karşı oldukça savunmasızdır. Çünkü çok fazla üyesi bulunan bir kurumun denetimi oldukça zordur ve üye sayısında artışların çok olması üyelerin kalitesini ve bilinçliliğini azaltmaktadır. Ayrıca maddi beklentileri çok olan bireyler katı gruplar yerine bahsettiğimiz grupları tercih edeceklerdir. Mesela üniversite mezunu, iş bulamamış bir insanın ekonomik bakımdan güçlü olan dini grup ve cemaatlere katılma olasılığı, herhangi bir ekonomik faaliyeti bulunmayan cemaatlere katılma olasılığından çok daha yüksek olacaktır. Zira daha

önce bahsettiğimiz gibi, ülkemizde okulları, dershaneleri, yurtları ve benzeri kurumları olan cemaatler vardır. Bireyin buralarda iş bulma umudu o cemaatlere katılma olasılığını artıracaktır. Bu durum sadece iş bulma niyeti olan bireyler için değil, iş sahibi olan bireyler için de geçerlidir. Büyük bir cemaate katılan bir iş adamı veya bir esnaf da, cemaat üyelerinin kendisinden alışveriş yapmasını ve böylece daha fazla kazanmayı umut edebilir. Zira insanlarda kendi gruplarından olan kişilerden alışveriş yapma eğilimi yüksektir. Ülkemizde kendisinden alışveriş yapmayan cemaat üyelerine tepki gösteren veya tavır alan esnaflar olabilmektedir. Elbette her cemaate giren işsiz bireyin veya esnafın sadece bu beklentilerle cemaate katıldığını söylemek mümkün değildir. Ancak belirleyici unsurlardan biri de bu olabilmektedir. Yani dindar bir birey hem yalnız dini bir hissiyat, hem de eğer mümkün olursa, bazı maddi beklentiler içinde olur veya olabilir. Bununla birlikte, hiçbir maddi beklenti içinde olmadan, sadece dinin emir ve yasakları için çalışan, gayret eden bireyler de az değildir. Zaten bu grup ve cemaatlerin büyümesi ve faaliyet alanlarının genişlemesi bu bireylerin gayretleri neticesinde olmaktadır.⁷⁵

4. Teoriye Yöneltilen Eleştiriler

Rasyonel seçim teorisi geleneksel din algısının çok ötesinde bir din teorisi olduğu için oldukça fazla eleştiriye maruz kalmıştır. Teorinin öncelikle eleştirildiği noktaların başında, rasyonel seçim teorisyenlerinin çoğunluğunun Amerikalı olması ve teorinin Amerikan dini çoğulculuk yapısına uygun olması 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 oluşmamaktadır.⁷⁶ Davie bu konuda '*Rasyonel seçim teorisi Amerika için neyse, sekülerizasyon da Avrupa için odur*'⁷⁷ demektedir.

Diğer bir eleştiri noktası, bireylerin rasyonel hareket ettikleri ve her dini davranışlarında kar-maliyet analizi yaparak, kararlarını maksimize ve kayıplarını minimize ettikleri fikridir. Bireyin rasyonel davranması, kar-maliyet analizi yapabilmesi için karşısına çıkan her durum hakkında yeterli bilgi ve beceriye sahip olması gerekmektedir. Ancak birçok birey yeterli bilgi ve beceriye sahip olmadan tercih yapmaktadır.⁷⁸

Bazı din teorisyenlerine göre, rasyonel seçim teorisinin başlangıç noktası ve en önemli varsayımı olan '*çıkarları maksimize etme*', dinin fitratına ters bir durum teşkil eder. Zira 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 çürütmektedir.⁷⁹

Eleştirilen diğer bir nokta ise, yine rasyonel seçim teorisinin varsayımlarından biri olan sabit tercihler varsayımdır. Daha önce bahsettiğimiz gibi bu varsayımın göre, bireylerin tercihleri kişiden kişiye, zamandan zamana ve mekandan mekana değişmez. Ancak, bireylerin, dini kurum ve cemaatlerin tercihlerinde zamanla değişiklikler olduğu hepimizin malumudur.⁸⁰ Zira ihtiyaçlar kişiden kişiye, zamandan zamana ve mekandan mekana değişiklik gösterir. İhtiyaçlar değiştikçe tercihlerde de değişiklikler görülmektedir. Türkiye’de son otuz yıl içinde dini tercihlerde meydana gelen değişiklikler ortadadır.⁸¹

Iannaccone bu eleştiriye cevabında sınırlamalardan bahsetmektedir. Bu cevaba göre aslında, tercihlerde bir değişiklik olmamaktadır, ancak bu durum zaman ve para kısıtlamalarından kaynaklanmaktadır. Para ve zaman kısıtlamalarından dolayı insanlar farklı şeyleri, istemeden de olsa seçebilmektedirler, ama bu onların tercihlerinde değişiklik olduğu anlamına gelmez. Kısıtlamalar kalktıktan sonra birey gerçek tercihi yönelcektir.⁸²

Dindar bireylerin fırsatçılık probleminde dolayı katı ve maliyetli gruplara girdiği düşüncesi, maliyet-kar analizi yaptığına inanılan birey için aslında mantıksız bir durumu teşkil eder. Çünkü katı kuralları olan ve maliyeti yüksek olan gruplarda herhangi bir şeyi – en azından maddi menfaatleri - elde etmek bireyler için oldukça zor bir durumdur.⁸³ Çünkü katı gruplar üye sayısı açısından diğer gruplardan daha azdır ve ekonomik açıdan gelişmemişlerdir. Bu nedenle bireylerin bu gruplara girmeleri cazip görünmemektedir.

Diğer bir eleştiri ise, özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde, dini çoğulculuk içinde kıyasıya rekabet eden kiliselerin kapitalist şirketlere dönüştüğü şeklindedir. Bu nedenle de, dindar insanlar kiliseler ve din adamları tarafından tüketici/müşteri gibi görülmektedir. Müşteri memnuniyeti ve üye kaybetmemek adına ABD’deki din adamları, gerçeklerden ziyade insanların hoşlarına giden şeyleri yapıp söyleyebilmektedirler.⁸⁴

Rasyonel seçim teorisine yönelik olumsuz eleştirilerin yanında, bazı olumlu eleştiriler de yok değildir. Zira din sosyolojisi tarihinde dinin bir ürün olarak telakki edilmesi ve kar-maliyet perspektifinden incelenmesi çok uzun yıllar ihmal edilmiş ve Adam Smith’den sonra ilk defa dini davranışları bu açıardan inceleyen bir teori ortaya atılmıştır. Birçok ülkede yapılan empirik çalışmalarla da teori ve teoride kullanılan modeller desteklenmeye çalışılmıştır.⁸⁵

Spickard makalesinde rasyonel seçim teorisini olumsuz yönde eleştirdikten sonra şöyle demektedir: “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 getir-

mektedir. 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.”⁸⁶

Sonuç

Din sosyolojisi çalışmalarında son zamanlarda öne çıkan bir teori olan rasyonel seçim teorisi, insanı ekonomik bir varlık olarak telakki eden ve dini davranışlara kar-maliyet perspektifinden yaklaşan ekonomi orijinli bir teoridir. Teoriye göre, bireyler her davranışlarında olduğu gibi, dini davranışlarında da çıkarlarına en uygun şekilde hareket ederek seçimlerini bu doğrultuda yapmaktadırlar. Bu anlamda, hangi dini, mezhebi veya grubu seçeceklerine kar-maliyet analizi neticesinde karar verirler.

Rasyonel seçim teorisi hem bireysel hem de kurumsal davranışları anlamak adına, yine ekonomi disiplininin alını ve iki gruba ayrılan çeşitli modeller kullanmaktadır. İlk grup modellerler dini davranışları mikro düzeyde ele alan bireysel ve ailevi düzeydeki modeller iken, ikinci gruptakiler makro düzeyde ele alan kurumsal düzeydeki modellerdir.

Teori din adına yapılan her şeyi dini ürün, din adamlarını üretici, dindar bireyleri ise tüketici olarak görür. Üretici ve tüketici arasında oluşan etkileşimi ise dini pazar olarak nitelendirir. Bu anlamda her kasaba, ilçe ya da şehir büyük bir dini pazar olarak görülebilir. Dini gruplar, tıpkı seküler pazarlarda olduğu gibi, dini pazar içerisinde üye ve maddi-manevi kaynak için birbirleriyle rekabet ederek en büyük payı alabilmek adına çaba sarf ederler.

Bugün birçok toplum ve o toplumlardaki dini pazar rasyonel seçim teorisi çerçevesinde incelenmiş ve tutarlı sonuçlar alınmıştır. Türkiye’deki dini hayatın ve dini pazarın da bu çerçevede incelenmesi, kanımızca din sosyolojisi çalışmalarına zenginlik katacaktır.

Notlar

- (*) S.D.U., Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri (Din Sosyolojisi) Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi.
- (**) Doç. Dr., S.D.U., Felsefe ve Din Bilimleri (Din Sosyolojisi) Anabilim Dalı Öğretim Üyesi.
1. Gary Browning, Abigail Halci, Frank Webster, *Understanding Contemporary Society: Theories Of The Present*, Sage Publications Ltd., London, 2000, s. 126.
 2. Mehmet Ali Kirman, *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, İstanbul, Rağbet Yayınları, 2004, 159-160.
 3. Adnan Selman, *Rasyonel Seçim Teorisi Bağlamında Din Olgusu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2011, s. 4.
 4. Regan Reitsma, “God, Our Community In Heaven: Rational Choice Theory And Religion”, *Christian Scholar’s Review*, Winter, 2004, s. 213-236.

5. Taner Edis, *Science And Nonbelief*, Greenwood Press, Westport, 2006, s. 163.
6. Kevin Christiano, William Swatos, Peter Kivisto, *Sociology Of Religion: Contemporary Developments*, Altamira Press, Oxford, s. 42, 2002.
7. Doğal özgürlük sistemi bir bireyin kendi çıkarı peşinde koşmasına ve çıkarını arttırmak için çaba sarf etmesine olanak sağlayan serbest ekonomi sistemidir. Ekonomik ayrıcalıkların ve imtiyazların ortadan kaldırıldığı ve bireylerin kendi üretim çabalarını diledikleri gibi yönlendirebildikleri bir politikaya işaret etmektedir. Birey ve toplum ancak böyle bir sistemde en büyük serveti elde edebilir. Bireyin kişisel çıkarları uğruna harcayacağı her çaba, neticede bir bütün olarak topluma ve diğer bireylere en yüksek fayda olarak geri dönecektir. Bireyci bir toplumda sosyal düzenin kurulmasına bu ilke olanak verir.
8. Iannaccone "The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith And The Economics Of Market Structure", *Rationality and Society*, April, 1991, s. 156-177.
9. Iannaccone, "Handbook of Religion and Social Institutions" içinde *Economy And Monopoly*, Ed. Ebough, H. R., Springer Science Business Media Inc., New York, 2006, s. 21-40.
10. Fusfeld, *Çağdaş İktisadi Düşüncenin Gelişimi*, Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı, İstanbul, 1988, s. 36.
11. Peter Berger, Grace Davie, Effie Fokas, *Religious America Secular Europe? A Theme And Variations*, Ashgate Publishing Limited, Hampshire, 2008, s. 34.
12. Iannaccone, *Economy And Monopoly*, s. 21-40.
13. Iannaccone, *Economy And Monopoly*, s. 21-40.
14. Iannaccone, "The Expansion Of Economics" içinde *A Marriage Made In Heaven? Economic Theory And Religious Studies*, Ed. Grossbard-Shechtman, S., Clague, C., M.E. Sharpe Inc., New York, 2002, s 203-224.
15. James Spickard "Rethinking Religious Social Action", *Sociology of Religion*, Vol. 59, Issue 2, 1998, s. 99-110.
16. Gery Becker, *The Economic Approach To Human Behavior*, The University of Chicago Press, Chicago, s. 5, 1990.
17. Iannaccone, "Rational Choice Theories of Religion" içinde, *Framework For The Scientific Study Of Religion*, Ed. L. Young, Routledge, New York, s. 25-45, 1997.
18. Iannaccone, "Voodoo Economics", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Issue: 34, s. 76-88.
19. Jeffrey Alexander, Gary Marx, Christine Williams, *Self, Social Structure and Beliefs, Explanations in Sociology*, University of California Press, California, s. 86, 2004.
20. Alexander-Marx-Williams, age., s. 87.
21. Iannaccone, *Framework For The Scientific Study Of Religion*, s. 25-45.
22. Iannaccone, a.g.m., s. 25-45.
23. Helen R. Ebaugh, *Handbook Of Religion And Social Institution*, Springer Science Business Media Inc., New York, s. 24, 2006.
24. Gery Becker, *A Treatise On The Family*, Harvard University Press, Harvard, s. 122, 1993.
25. Iannaccone, "Voodoo Economics", s. 76-88.
26. Reitsma, a.g.m., s. 213-236.
27. Ali Rıza Aydın, "Çocuğun Dini Şahsiyet Kazanmasında Ailenin Önemi", *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Yıl: 1996, sayı: 8, s. 211-220.
28. Robert B. Ekelund, Robert F. Hebert, Robert D. Tollison, *The Marketplace Of Christianity*, MIT Press, Cambridge, 2006, s. 24.

29. Corry Azzi, Ronald Ehrenberg, "Household Allocation of Time And Church", *Journal Of Political Economy*, February, 1975, s. 27-56.
30. Asim Jusic, *Economic Analysis Of The Legal Regulation Of Religion In The US And Germany*, Central European University, Budapest, 2007. <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1031680>. (20.10.2009)
31. Iannaccone, "Religious Practice: A human Capital Approach", *Journal for the Scientific Study of Religion*, sayı: 29, 1990, s. 297-314.
32. Heller Clain, Charles Zech, A Household Production Analysis Of Religious And Charitable Activity", *American Journal of Economics and Sociology*, October, 1999, s. 923-946.
33. Selman, A., *a.g.e.*, s. 49.
34. Esa Mangeloja, Application of Economic Concepts on Religious Behavior, ><http://129.3.20.41/eps/othr/papers/0310/0310003.pdf><. (13.12.2009)
35. Kur'an, Asr Suresi, Ayetler 1-3, Sure 103.
36. Kur'an, Bakara Suresi, Ayet 25, Sure 2.
37. Muhyiddin-i Nevevi, *Riyazüs-Salihin*, Çev. Kivamüddin Burslan, Hasan Hüsnü Erdem, Sanem Matbaacılık San. Ve Tic. A.Ş., Ankara, 1990, s. 478.
38. Mangeloja, a.g.m.
39. Selman, A., *a.g.e.*, s. 51.
40. Mangeloja, a.g.m.
41. Selman, A., *a.g.e.*, s. 51.
42. Clain-Zech, a.g.m., s. 923-946.
43. Selman, A., *a.g.e.*, s. 52.
44. Jusic, a.g.m., s. 31.
45. Selman, A., *a.g.e.*, s. 52.
46. Iannaccone, "Introduction To The Economics Of Religion", *Journal of Economic Literature*, sayı: 36, 1998, s. 1465-1495.
47. Iannaccone, "Religious Practice: A human Capital Approach", s. 297-314.
48. Guido Heineck, "The Determinants Of Church Attendance And Religious Human Capital In Germany: Evidence From Panel Data", *Discussion Paper*, No. 263, October, 2001.
49. Carmen U. Chiswick, *Economics of American Judaism*, Routhledge, New York, 2008, s. 92.
50. Iannaccone, "Religious Practice: A human Capital Approach", s. 297-314.
51. Iannaccone, *Framework For The Scientific Study Of Religion*, s. 25-45.
52. Amyra Grossbard, Shoshane Neuman, "Economic Behavior, Marriage and Religiosity", *Journal of Behavioral Economics*, Vol: 15, Issue: 2, 1986, s. 71-86.
53. Selman, A., *a.g.e.*, s. 54.
54. Iannaccone, "A Formal Model Of Church And Sect", *American Journal Of Sociology*, Volume 94, Supplement, 1990, s. 241-268.
55. Pablo Garza, Shoshana Neuman, "Intergenerational Transmission of 'Religious Capital': Evidence from Spain", *Social Science Research*, Volume: 38, Issue: 3, September 2009, s. 644-655.
56. Selman, A., *a.g.e.*, s. 55.
57. Iannaccone, "Introduction To The Economics Of Religion", s. 1465-1496.

58. Jusic, a.g.m., s. 33.
59. Selman, A., *a.g.e.*, s. 55.
60. Jusic, a.g.m., s. 33.
61. Iannaccone, "The Economics Of Human Behaviour", içinde *Religious Practice: A human Capital Approach*, Ed. Tommasi, M., Lerulli, K., Cambridge University Press, Cambridge, s. 172-187, 1995.
62. Iannaccone, *Economy*, s. 21-40.
63. Selman, A., *a.g.e.*, s. 56.
64. Jusic, a.g.m., s. 34.
65. Jusic, a.g.m., s. 35.
66. Selman, A., *a.g.e.*, s. 57.
67. Selman, A., *a.g.e.*, s. 57.
68. Selman, A., *a.g.e.*, s. 58.
69. Jusic, a.g.m., s. 33.
70. Iannaccone, *Economy And Monopoly*, s. 21-40.
71. Jusic, a.g.m., s. 33.
72. Iannaccone, *Economy And Monopoly*, s. 21-40.
73. Selman, A., *a.g.e.*, s. 58.
74. Jusic, a.g.m., 37.
75. Selman, A., *a.g.e.*, s. 59.
76. Stephen R. Warner, "Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment" içinde *Convergence toward the New Paradigm: A Case of Induction*, Ed. L. A. Young, New York, Routledge, 1997, s. 87-101.
77. Grace Davie, *The Sociology Of Religion*, Sage Publications, London, 2007, s. 67.
78. Stephen Sharot, "Beyond Christianity: A Critique Of The Rational Choice Theory Of Religion From A Weberian And Comparative Religions Perspective", *Sociology of Religion*, December 22, 2002, s. 427-454.
79. Davie, *a.g.e.*, s. 73.
80. Spickard, a.g.m., s. 99-115.
81. Selman, A., *a.g.e.*, s. 69.
82. Iannaccone, *Framework For The Scientific Study Of Religion*, s. 25-45.
83. Davie, *a.g.e.*, s. 75.
84. Ryan Cragun, Deborah Cragun, *Introduction To Sociology*, Seven Treasures Publications, USA, 2006, s. 184.
85. Selman, A., *a.g.e.*, s. 70.
86. Spickard, a.g.m., s. 99-115.

Kaynaklar

Kitaplar

- ALEXANDER J., MARX G., WILLIAMS L., *Self, Social Structure And Beliefs, Explanations In Sociology*, University of California Press, California, 2004.
- BECKER G., *The economic Approach To Human Behavior*, The University of Chicago Press, Chicago, 1990.

- _____, A Treatise On The Family, Harvard University Press, Harvard, s. 122, 1993.
- BERGER, DAVIE, FOKAS, *Religious America, Secular Europe? A Theme And Variations*, Ashgate Publishing Limited, Hampshire, 2008.
- BROWNING, G., HALCLI, A., WEBSTER, F., *Understanding Contemporary Society: Theories of The Present*, Sage Publications Ltd., Londra, 2000.
- CHISWICK, C., U., *Economics of American Judaism*, Routhledge, New York, 2008.
- CHRISTIANO, K. J., SWATOS, W. H., KIVISTO, P., *Sociology of Religion: Contemporary Developments*, Altamira Press, Oxford, 2002.
- CRAGUN, R., CRAGUN, D., *Introduction To Sociology*, Seven Treasures Publications, USA, 2006.
- DAVIE G., *The Sociology Of Religion*, SAGE Publications, London, 2007.
- EBAUGH H., *Handbook Of Religion And Social Institution*, Springer Science Business Media Inc., New York, 2006.
- EDIS, T., *Science And Nonbelief*, Greenwood Press, Westport, 2006.
- EKELUND R. B., HEBERT R. F., TOLLISON R. D., *The Marketplace of Christianity*,
- FUSFELD, D., R., *Çağdaş İktisadi Düşüncenin Gelişimi*, Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı, İstanbul, 1988.
- IANNACCONE, L., "Handbook of Religion and Social Institutions" içinde *Economy*, Ed. Ebaugh, H. R., Springer Science Business Media Inc., New York, 2006.
- _____, "Rational Choice Theories of Religion" içinde, *Framework For The Scientific Study of Religion*, Ed. L. Young, Routledge, New York, 1997.
- _____, "Handbook Of Religion And Social Institutions" içinde *Economy And Monopoly*, Springer Science Business Media Inc., New York, 2006.
- _____, "The Economics Of Human Behaviour", içinde *Religious Practice: A human Capital Approach*, Ed. Tommasi, M., Lerulli, K., Cambridge University Press, Cambridge, 1995.
- _____, "The Expansion Of Economics" içinde *A Marriage Made In Heaven? Economic Theory And Religious Studies*, Ed. Grossbard-Shechtman, S., Clague, C., M.E. Sharpe Inc., New York, 2002.
- KIRMAN M., A., , *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, Rağbet Yayınları, İstanbul, 2004.
- KUR'AN, Asr Suresi, Ayetler 1-3, Sure 103.
- _____, Bakara Suresi, Ayet 25, Sure 2.
- NEVEVİ, M., *Riyazüs-Salihin*, Çev. Kıvamüddin Burslan, Hasan Hüsnü Erdem, Sanem Matbaacılık San. Ve Tic. A.Ş., Ankara, 1990.
- SPICKARD, J., "Rethinking Religious Social Action", *Sociology of Religion*, Vol. 59, Issue 2, 1998.
- WARNER, S., R., "Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment" içinde *Convergence toward the New Paradigm: A Case of Induction*, Ed. L. A. Young, New York, Routledge, 1997.

Makaleler

- AYDIN, A., R., "Çocuğun Dini Şahsiyet Kazanmasında Ailenin Önemi", *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Yıl: 1996, sayı: 8.
- AZZI, C., EHRENBERG, R., "Household Allocation of Time And Church", *Journal of Political Economy*, February, 1975.

- CLAIN S. H., ZECH, C. B., "A Household Production Analysis of Religious and Charitable Activity", *American Journal of Economics and Sociology*, October, 1999.
- GARZA, P.B., NEUMAN, S., "Intergenerational Transmission of 'Religious Capital': Evidence from Spain", *Social Science Research*, Volume 38, Issue 3, September 2009.
- GROSSBARD, S., NEUMAN, S., "Economic Behavior, Marriage and Religiosity," *Journal of Behavioral Economics*, İstanbul, 1995, Vol:15, Issue: 2, 1986.
- HEINECK, G., "The Determinants Of Church Attendance and Religious Human Capital In Germany: Evidence From Panel Data", *Discussion Paper*, No. 263, October, 2001.
- IANNACCONE, L., "The Consequences of Religious Market Structure", *Rationality and Society*, April, 1991.
- _____, "Introduction To The Economics Of Religion", *Journal of Economic Literature*, Issue: 36, 1998.
- _____, "Progress In The Economics Of Religion," *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol: 150, No: 4, 1994.
- _____, "Voodoo Economics", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Issue: 34, 1994.
- _____, "Religious Practice: A human Capital Approach", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Issue: 29, 1990.
- _____, "Religious Markets and the Economy Of Religion", *Social Compass*, Vol. 39, No. 1, 1992.
- _____, "The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion." *Rationality and Society*, April, 1991.
- _____, "A Formal Model Of Church And Sect", *American Journal of Sociology*, Volume 94, Supplement, 1990.
- IANNACCONE, FINKE, STARK, "Deregulating Religion: The Economics of Church And State", *Western Economic Association International*, Vol: 25, April, 1997.
- REITSMA, R. L., "God, Our Community In Heaven: Rational Choice Theory and Religion", *Christian Scholar's Review*, Winter, 2004.
- SELMAN, A., *Rasyonel Seçim Teorisi Bağlamında Din Olgusu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2011.
- SHAROT, S., "Beyond Christianity: A Critique of The Rational Choice Theory of Religion From A Weberian And Comparative Religions Perspective", *Sociology of Religion*, December 22, 2002.

Diğer

- JUSIC, A., *Economic Analysis of The Legal Regulation of Religion in The US and Germany*, Central European University, Budapest, 2007.
<http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1031680>. (20. 10.2009)
- MANGELOJA, E., *Application of Economic Concepts on Religious Behavior*, <<http://129.3.20.41/eps/otr/papers/0310/0310003.pdf>>. (13.12.2009)