

DİNİN EKONOMİK MODELİ KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE DİNE YENİ BİR YAKLAŞIM

M. Ali KIRMAN *

Abstract

This paper is concerned about the economic approach to religion recently emerged as an alternative paradigm in the sociology of religion. We hear much talk these days of “globalization”, “religious markets”, “religious economies” and “religious mobilization”. In globalization process, religion has been surrounded by the logic of economics and even its language. Today, religion is advertised and marketed, produced and consumed, demanded and supplied. Regarding this development, the sociologists of religion have sought to develop a new approach to religion. One of them is the economic approach to religion. But, as all theories, this model has come in for criticism on several fronts.

Keywords: Globalization, religious markets, economic approach to religion, cost-benefit analysis, rational choice theory, supply-side theory

1. Giriş

Yirminci yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren sosyal, ekonomik ve teknolojik alanda hızlı ve yoğun bir değişim rüzgarı estiği bilinmektedir. Son yirmi yıl içinde büyük bir ivme kazanarak dünyamızı küçülten bu süreçten söz ederken çoğu zaman “küreselleşme” tabiri kullanılmaktadır. Başlangıçtan itibaren ekonomik bir süreç olma özelliği baskın olan bu süreçte ekonomik faktörlerin, ekonomik kavramların sürekli ön planda olduğu, hemen her olgunun bu kavramlarla açıklanmaya çalışıldığı gözlenmektedir. Tarihin en eski dönemlerinden itibaren insanların dine ve ekonomiye ilgilerinin hiçbir zaman azalmadığı bilinmekle birlikte bu ilginin, içinde bulunulan küreselleşme sürecinde zirveye çıktığı söylenebilir. Artık insanların, attıkları her adımda, söyledikleri her sözde, “homo economicus” tanımına uygun olarak ekonomik düşündükleri ve rasyonel tercihlerde buldukları anlaşılmaktadır. Ekonomik olduğu kadar son derece çoğulcu bir yapıyı temsil eden küreselleşme sürecinde “dinî pazarlar”ın kurulması ve dinî grupların “ticarî firma” gibi çalışarak “müşteri” ve “kaynak” temini için birbirleriyle

* Yard.Doç.Dr., K.S.Ü. İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi

kıyasıya mücadele etmelerine (Bruce 2000:32) bakılırsa, küresel planda yaşanan gelişmelerden dinin de etkilendiği sonucuna varılır. Anlaşılan dinî alanda, özellikle dinî gruplar düzeyinde büyük bir değişim ve pazara uyum süreci yaşanmaktadır. Bu gelişmeleri göz önüne alan din sosyologları yapmış oldukları araştırmalarda yeni teorik yaklaşımlar geliştirme çabası içerisine girmişlerdir. Bu çabalardan biri de, dinin ekonomik bir modelini oluşturma çalışmalarıdır.

2. Dine Ekonomik Yaklaşımın Ortaya Çıkışı ve Tarihi Arka Planı

1950 tarihi, tüm dünyada önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilir. Zira önemli sonuçları olan büyük bir savaşın ardından sanayileşme ve şehirleşme süreçleri büyük bir ivme kazanmıştır. Bu dönemde dinî alanda da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bunlardan biri de, 1950’li yıllarda “yeni dinî hareketler”in ortaya çıkmasıdır (Barker 1992). Bu hareketlerin 1970’lerden itibaren tüm dünyada “küresel bir olgu” (Turner 1987) olarak yaygınlık kazanmasıyla birlikte dinî alanda bir canlanma görülmüştür. Bu çerçevede dinler ve dinî gruplar arasında yaşanan yoğun rekabetle birlikte din değiştirme olaylarında da büyük bir artış gözlenmiştir (Kirman 2003b:269-270; 2004a:75). Bu gelişmeler karşısında yeni teoriler ve yaklaşım tarzlarına ihtiyaç duyulmuştur. Anlaşılan çok boyutlu ve çok fonksiyonlu bir görünüm sergileyen yeni dinî hareketlerin hızla gelişerek sayılarının binlerle ifade edilmeye başlamasıyla birlikte modern dünyada dinle ilgili en etkili teorik bakış açısı olarak kabul edilen klasik sekülerleşme tezi gibi mevcut teorik yaklaşımların yeterlilikleri de sorgulanmaya başlamış (Berger 2002; Stark 1999; Köse 2001, 2002) ve bu çerçevede yeni yaklaşımlar geliştirme çalışmaları hız kazanmıştır.

İnsanların mevcut inançlarını niçin değiştirdikleri ve yeni bir dinî inanca veya harekete niçin katıldıkları ile ilgili olarak başlangıçta fizikî iknaya dayalı klasik beyin yıkama teorilerine başvurulmuş; ancak bu teoriler, öncülüğünü sosyologların yaptığı bir grup akademisyen ve araştırmacı tarafından dinî gruplara katılımı açıklamada yeterli görülmediği için eleştiriye uğramıştır (Kirman 2004c). Onlara göre insanlar, kandırılarak ya da beyinleri yıkanarak bir gruba katılmazlar; aksine uzun bir araştırma döneminden sonra kâr-zarar analizi yaparak bilinçli ve rasyonel bir tercihle bu hareketlere yönelirler. Nitekim yeni dinî hareketlerin toplumsal tabanının sosyo-kültürel düzeyinin yüksek olduğu (Kirman

1999:231-3) göz önüne alındığında, böyle bir izah tarzının oldukça tatminkâr olduğu anlaşılmaktadır. Şu halde kapsamlı bir sosyolojik analize tâbi tutmadan dini veya dinî hareketleri irrasyonellikle eşdeğer saymak ve bir dinî oluşum içinde yer alanları da beyinleri yıkanmış ya da aldatılmış kişiler olarak nitelenmek yamıltıcı olacaktır. Nitekim yapılan çok sayıda sosyolojik araştırmada yeni dinî hareketlere katılanlarda pek az patolojik vaka tespit edilmiştir (Rambo 1993:158). Bir başka araştırmada (Spickard 1998), barınma ve yeme içme vb. ihtiyaçların temininde onların da herkes gibi aynı rasyonel süreçleri kullandıklarını ortaya koymuştur. Dolayısıyla dinî hareketlere katılan insanlar, bu hareketlerde bir şeyler bulmakta; hareketler de üyelerine bir şeyler sunmaktadır. Anlaşılan, dinî gruplarla üyeler arasında bir “arz-talep ilişkisi” söz konusudur (Kirman 2003a). Bu ilişki üzerinde yoğunlaşılmasıyla birlikte, özellikle 1980’lerin ortalarından itibaren (Sherkat and Ellison 2004:250-1) dine ve dinî olgulara karşı ekonomik bir bakış açısıyla yaklaşma eğilimi güçlenmeye başlamıştır. Anlaşılan dinî grupların, üyelerine çeşitli ürün ve hizmetler sunmaları ve ekonomik faaliyetler sergilemeleri din bilimlerinin teori oluşturmasında önemli bir girdi imkanı sağlamıştır.

Dinin ekonomik açıdan ele alınması, ilk bakışta yeni ve garip görünebilirse de, aslında, din ve ekonomi arasındaki ilişki, tarihin en eski devirlerinden beri hep var olagelmıştır. Bilindiği gibi toplumlarda mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi bir bütün olarak toplumu meydana getiren alt sistemlerden biri olan ekonomik sistem tarafından yerine getirilir. Aslında bütün toplumsal ilişkilerde etkisi görülen ekonomi kurumunun diğer toplumsal alt sistemlerle etkileşimi, sosyologların ana araştırma konularından birini oluşturmaktadır. Nitekim Weber’in dinî doktrinlerin ekonomik düşünce ve aksiyon üzerinde etkili olacağı yönündeki meşhur tezini (Weber 1985) ileri sürmesi ve Marx’ın da Protestan doktrinlerinin kapitalizmin doğuşunun bir sonucu olarak geliştiğini iddia etmesi karşısında, sosyal bilimcilerin çoğu, din ve ekonomi arasında karşılıklı bir etkileşim ilişkisinden söz eder olmuşlardır. Bu bağlamda son yıllarda din sosyolojisi alanında yeni ve önemli bir gelişme olarak dikkat çeken ekonomik yaklaşımın, her ne kadar yaklaşık yirmi yıllık bir geçmişi söz konusu ise de, bu yaklaşımı savunanların, kendilerini, ekonomi biliminin babası sayılan Adam Smith’e (1723-1790) dayandırmaya çalıştıkları görülür. Söz gelimi, bu yaklaşımın en önemli teorisyenlerinden biri olan Laurence R. Iannaccone’a göre Adam Smith, ilk kez 1776 yılında yayınlanan *An Inquiry into the Nature and*

Causes of the Wealth of Nations adlı eserinde dinî kurumların ekonomik bir teorisini oluşturmaya çalışmıştır. Ancak Smith'in bu çabaları zamanında çok fazla dikkat çekmemiştir (Iannaccone 1991:156-7).

Hiç kuşku yok ki, böyle bir yaklaşımın gelişmesinde içinde bulunan küreselleşme süreci de etkili olmuştur. En önemli özelliği “şerhayanin uluslar arasılaşması” olan küreselleşmenin, dünya ticaretinde bireysel girişimciliğin ulusal sınır tanımaması ve dünyanın hemen her yerinde özgürce faaliyette bulunması şeklinde ifade edilmesi mümkündür. Aslında bunun Batı dünyasında kökeni çok eskiye uzanan liberalleşme ve bireyselleşme tecrübelerinin bir sonucu olduğu söylenebilir. Bir diğer ifadeyle, küreselleşme süreci, insanların dine ve ekonomiye ilgilerini harekete geçirmiş, hatta zirveye çıkarmıştır. Anlaşılan başlangıçtan itibaren ekonomik bir süreç olma özelliği baskın olan bu süreçte ekonomik faktörlerin ve kavramların sürekli ön planda olması, hemen her olgunun bu kavramlarla açıklanmaya çalışılması dinî alana yansımış, bir anlamda, ekonominin dili ve mantığı dinî alanı da kuşatmıştır. Bu durum, her ne kadar materyalist bir çağın dine önem vermeyen bir tutumu olarak değerlendirilebilirse de, ekonominin mantığı ve dili, dinin sosyal bilimsel incelenmesinde çok güçlü araçlar olmaktadır. Ekonomik teori, daha doğrusu rasyonel seçim kuramı, din sosyolojisinde yeni bir paradigma sunmaktadır (Iannaccone 1992:123). Anlaşılan tarihin en eski dönemlerinden itibaren insanların dine ve ekonomiye olan ilgilerinin hiçbir zaman azalmamış olması gerçeği ile son zamanlarda özellikle küreselleşen dünyada ekonominin her geçen gün etki ve yaygınlık alanını genişletmesi din ve ekonomi arasındaki ilişkinin yeniden gözden geçirilmesi ve dinin ekonomik bir yaklaşımla ele alınmasını adeta kaçınılmaz kılmıştır.

3. Dinin Ekonomik Modeli

3.1. Modelin Muhtevası ve Temel Kabulleri

Dine ekonomik bir gözle bakma ve dinî olguları açıklarken ekonominin kavramlarını kullanma şeklinde kendini gösteren bu yeni yaklaşım tarzı, din sosyolojisi literatüründe, “dinî ekonomi” veya “dinî pazarlar modeli” olarak adlandırıldığı gibi, daha genel bir ifadeyle “dine ekonomik yaklaşım” veya “dinin ekonomik modeli” ya da kısaca “ekonomik model” olarak da anılmaktadır. Bu yeni yaklaşım, aslında bir tek teori olmayıp, “rasyonel seçim kuramı” ve bu kuramın temel bileşenlerinden olan arz ve talep yönlü yaklaşımlar ile rekabet, alt-kültürel farklı-

lıklar, sosyal izolasyon gibi alt parametrelerden oluşmaktadır (Perl and Olson 2000:13-6). Ayrıca dinî aksiyonun anlaşılması açısından oldukça yararlı katkılar sağlayan bu yaklaşımlar arasında “insan sermayesi kuru-ramı” da (bkz. Iannaccone 1990) sıkça kullanılmaktadır.

Bu yaklaşımı savunanlar arasında, başta Laurence R. Iannaccone olmak üzere Rodney Stark, William S. Bainbridge, Roger Finke ve Stephen Warner gibi isimler sayılabilir (Bruce 2000:32). Homojen bir grup oluşturmayan bu teorisyenler arasında bazı konularda görüş farklılığı olduğu bilinmektedir (Spickard 1998:99). Bu isimler arasında Amerikalı sosyolog ve ekonomistlerin ağırlıklı olarak yer alması, serbest dinî pazarların ideal tipi olarak sık sık ABD'nin çoğulcu dinî yapısına atıfta bulunulması, bu çerçevede özellikle 19. ve 20. yüzyılda ABD'deki din üzerine yoğunlaşılması, bir analize tabi tutulduğunda, ABD'de oldukça geniş bir dinî pazarın olması, dolayısıyla bu pazarda son derece yoğun bir rekabetin yaşanması ve dinî mobilitenin çok yaygın olmasıyla açıklanabilir (Iannaccone 1991:158-9). Dolayısıyla bu teori, Kuzey Avrupa'daki yerleşik dine karşı olan yaygın ilgisizliğin tersine Amerika'nın son derece dindar olmasını açıklar. Gerçekten de bu teori Amerikan dininin sosyolojik yönden araştırılmasında “yeni bir paradigma” önermektedir (Iannaccone 1995:78; Warner 1993).

Dine ekonomik açıdan yaklaşan sosyologlar ve ekonomistlerin, insanın “homo-economicus” bir varlık olmasından güç aldıkları söylenebilir. Nitekim modeli geliştirirken, görüşlerine sıkça başvurdukları Adam Smith de *The Wealth of Nations* adlı eserinde (Smith 1776), seküler üreticiler gibi papazları da kişisel çıkarların harekete geçirdiğini, motive ettiğini; seküler firmalar gibi kiliselerin de piyasa güçleri tarafından kuşatıldığını ifade etmiştir. Ayrıca devletin güdümündeki dinî tekeller ile rekabetçi dinî pazarlar arasındaki farklılıkları ayrıntılı bir şekilde tanımlamak suretiyle tekelleşmenin sıkıntıları ile rekabetin yararları üzerinde de durmuş ve bu çerçevede devletin düzenleme yapmasının sakıncalarının, ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi, din için de geçerli olduğunu ileri sürmüştür. Dine ekonomik yaklaşımın en önemli teorisyenlerinden biri olan Iannaccone, bir çalışmasında (Iannaccone 1991), Smith'in bu görüşlerini teorik ve ampirik olarak sorgulamaya çalışmıştır. Buna göre on yedi gelişmiş Batı ülkesinin dinî özellikleri ile ilgili veriler, Smith'in iddialarını doğrulamaktadır. Söz gelimi Protestan ülkelerin aksine, dinî inanç ve kiliseye devam oranları, esas itibarıyla,

yerleşik kiliselerin olduğu tekelci pazarlara göre son derece rekabetçi pazarlarda çok daha yüksektir. Smith'in ileri sürmüş olduğu dinî pazarlar kuramı, din araştırmalarına önemli katkılar yapmıştır. Bu katkılar arasında en başta geleni, yerleşik kiliselerin zayıflığını ortaya çıkarmış olmasıdır. Ayrıca aynı kültüre ve ekonomiye sahip olan ulusların niçin farklı dindarlık seviyeleri gösterdiğini anlama noktasında da kuramın yararları söz konusudur.

Bu bağlamda dinin ekonomik modeli ile sekülerleşme arasında kurulan ilişkinin açıklığa kavuşturulması yararlı olacaktır. Söz konusu modelin, çoğu zaman, modern dünyada dinle ilgili en etkili kuramsal bakış açısı olarak bilinen sekülerleşme tezine karşı bir alternatif olarak geliştirildiği ifade edilir. Oysa dinin ekonomik modeli ile sekülerleşme arasındaki ilişkiyi ele alan bir yazıda (Hadden 2001) da ifade edildiği gibi, bu yeni paradigma, sekülerleşmenin modern dünyada etkin bir güç olduğu fikrini reddetmeyip, daha ziyade sekülerleşme tezinin modern dönemlerde meydana gelen olayları açıklamada yetersiz kaldığı iddiasındadır.

Dinî davranışı açıklamak üzere geliştirilen ekonomik modelin en önemli bileşenlerinden biri, rasyonel seçim kuramıdır. Sosyolojik ve sosyal bilimsel kuramlar oluşturulmasında görece formal bir yaklaşım olan bu kuram, toplumsal hayatı açıklarken bireylerin rasyonel seçim ve tercihlerine dayanmaktadır (Kirman 2004b:186). Rasyonel seçim kuramını özetleyen en iyi ifadenin, "insanlar bir tercih yapmak durumunda kaldıklarında genellikle en iyi davranış tarzı olduğuna inandıkları şeyi seçerler" cümlesi olduğu söylenebilir (Jary and Jary 1991:407).

İnsanların toplumsal davranışını, yani sosyal aksiyonu anlamak ve açıklamak üzere geliştirilen teorilerden biri olan rasyonel seçim kuramı, daha sonra dinî davranışın açıklanması amacıyla dine uygulanmıştır. Rasyonel seçim paradigmasını din sosyolojisinde son derece sistematik bir şekilde uygulayan bir sosyolog olan Laurence R. Iannaccone, bu kuramının temel varsayımlarını üç ana başlık altında belirler:

1. Bireyler rasyonel olarak hareket ederler, yani yapacakları davranışların maliyetini ve getireceği kârı hesap eder ve kârı en yüksek olanı tercih ederler.

2. Bireylerin, maliyet ve kâr hesabı yaparken göz önünde bulundurduğu öncelikler, kişilere ve zamana göre değişkenlik göstermez.

3. Toplumsal çıktılar, bireysel davranışların toplamı ve etkileşiminden meydana gelen bir denge oluşturur (Iannaccone 1995:77; 1997:26).

Bu kabullerden hareket eden Iannaccone, tutarlı bir dinî pazar modeli inşa etmeye çalışır. “Dinî pazarlar” kavramı, dinî cemaatların varlıklarını sürdürebilmek için kaynak ve üye bulma mücadelesi verdikleri toplumsal alanları nitелеmek üzere kullanılmaktadır (Kirman 2004b:64). Yeni dinî hareketlerin artmasıyla birlikte üye bulmak için aralarında rekabet etmeleri ve üyelerinin bir takım ihtiyaçlarını karşılamak için yoğun çaba sarfetmeleri nedeniyle dinî gruplar “ticarî firma”lara, üyeler de “müşteri”lere benzetilmiştir. Buna göre dinî pazara gelen “müşteriler”, tıpkı seküler bir mal alışverişi yaptıkları gibi, alacakları dinî malın veya hizmetin maliyetini ve kârını, getirisini ve götürüsünü hesap ederler ve en cazip manevî yatırım seçeneğini tercih ederek en yüksek manevî kazancı elde etmeye çalışırlar. Dinî üreticiler de rakipleri kadar cezbedici olabilmek için “mal” ve “hizmet” sunma çabası ve gayreti içerisinde olurlar. Günümüzde artık din, reklamı yapılır ve pazarlanır, üretilir ve tüketilir, talep edilir ve arz edilir olmuştur (Iannaccone 1992:123). Şu halde bu modele göre bir din piyasasının varlığından ve bu piyasanın tabiatüstü karşılıklar açısından “borsa” işlevi gördüğünden söz etmek mümkündür. Bir diğer ifadeyle rasyonel seçim kuramına göre her cemaat, dinî pazarda bir stant oluşturarak kendi ürününü pazarlamaya, yeni ve daha çok müşteriler bulmaya, bunun için reklam ve propaganda yapmaya, böylece pazar payını arttırmaya çalışmaktadır. Eğitim düzeyleri, sosyal ve ekonomik statüleri yükselen insanlar da bu pazara gelerek kendilerine sunulan ürün ve hizmetleri “maliyet-kâr analizi” yapmak suretiyle rasyonel tercihlerde bulunacaklardır. Anlaşıldığı üzere, dinin ekonomik teorisi, her şeyden önce dini, bir mal, meta ya da tercih edilebilecek bir nesne olarak görür.

Belirtilmesi gereken bir husus, insanların özgür tercih yapabilme-leri her şeyden önce çoğulcu bir toplumsal yapının varlığına bağlıdır. Zira serbest dinî pazarlarda sürdürülen dinî faaliyetler ile dinî çoğulculuk arasında son derece yakın, fakat karmaşık bir ilişki söz konusudur. Dinî ve cemaatçi normların yaygınlaşma derecesine bağlı olarak pazar payı geniş olan dinî grupların daha fazla faaliyet içerisinde olması ve insanlara çok çeşitli ürün ve hizmetler sunması doğaldır. Böyle bir çoğulcu yapıda insanlar, inandıkları dini tıpkı pazardaki bir müşteri gibi

araştırır, inceler ve eğer beğenirlerse seçerler ve o dinin esaslarına bağlanırlar. Yapmış oldukları tercihler değişmez değildir. İnsanlar dinî kimliklerini ve dinî inançlarını her zaman değiştirme hakkına ve imkanına sahiptirler ve zaman zaman bu haklarını kullanırlar ve bir başka inançta meyledebilirler. Nitekim yeni dinî hareketlerin 1970'lerden itibaren tüm dünyada küresel bir olgu olarak yaygınlık kazanmasıyla birlikte din değiştirme olaylarında büyük bir artışın yaşandığı bilinmektedir (Kirman 2003b:269-270; 2004a:75).

Diğer pazarlarda müşterilerin tercih özgürlüğü malın kalitesini, miktarını ve özelliklerini belirlediği gibi, dinî pazarda da dindar müşterilerin seçme özgürlüğü vardır ve bu özgürlük dinin ürünlerini belirlemektedir. Gerçekten de insanların tercihleri, kendilerine sunulan dinî malların içeriğini ve kurumların yapısını belirlemektedir. Bu etkiler dinin en az düzenlendiği yerlerde daha güçlü hissedilir (Iannaccone 1992:124). Dolayısıyla dinî firmalar, rekabetçi bir özellik arz eden dinî pazarlara uyum sağlamak durumunda kalmışlardır. Bilindiği gibi mal ve hizmetlerin herhangi bir zorlama veya engellemeye maruz kalmadan özgürce değişime ve mübadeleye konu olduğu bir ekonomiye "serbest piyasa ekonomisi" denilir (Bannock, Baxter and Davis 1992:170). Bir başka tanımla serbest piyasa ekonomisi, üretim ve tüketime ilişkin kararların, toplumsal bir merkez tarafından değil de, fiyatların yol göstericiliğinde bağımsız bireyler tarafından verildiği bir ekonomik sistemdir (Toprak ve Demir 2001:12). Piyasa ekonomisinde üretim ve tüketimle ilgili kararlar ayrı bireyler tarafından alınır; mal ve hizmetler özel ihtiyaçları karşılamak üzere üretilir. Dinî firmalar daha fazla müşteri bulabilmek için genellikle pazara çok sayıda ürün sunma gayreti içindedirler. Diğer mallar gibi dinî ürünleri de müşterinin seçme özgürlüğü belirlemektedir. Bir dinî firma sadece bir tek malı müşterilerin beğenisine sunmak suretiyle de gelişebilir ve en azından rakipleri kadar cazip bir konuma gelebilir. Ancak bunu başarabilmeleri piyasa şartlarına uyum gösterebilme yeteneklerine bağlıdır. Dolayısıyla dinî pazarlar ne kadar rekabetçi olursa müşteri için cazip bir malı temin etmenin maliyeti de o kadar düşük olacaktır (Iannaccone 1991:158-9).

Dinin ekonomik modeli, dinî aktiviteleri ekonominin biliminin kanunlarından hareketle açıklamaya çalışır. Bu modele göre, dinî alanda da tıpkı ekonominin arz-talep kanunu geçerlidir. Dinin ekonomik modeli içerisinde önemli bir yer tutan rasyonel seçim yaklaşımının iki temel

ayağı vardır: İlki, dinî faaliyetlerin “arz yönü”ne vurgu yapar, yani dinî değerlerin kolektif üretiminde etkili olan faktörlerin önemi üzerinde durur. Bu yaklaşıma göre dinî gruplar, dinî mal ve hizmet üretiminde uzmanlaşmış ve en yüksek kârı elde etmeye çalışan birer ticarî firma olup, insanların ihtiyaçlarını karşıladığı sürece var olacağı, aksi takdirde talep ve kabul görmeyeceği ifade edilir. Dinî faaliyetlerin “talep yönü”ne vurgu yapan ikinci yaklaşım ise, değişen önceliklerin ve toplumsal baskıların bireylerin tercihleri üzerindeki etkisinden bahsetmektedirler. Bu yaklaşıma göre bireyler kendilerini sunulan seçenekler içinden en uygun olanını tercih edeceklerdir (Iannaccone 1997:39-40).

Her iki yaklaşımın merkezinde de dine uyarlanan bir “pazar benzetmesi” vardır ve bu pazarda bireylerin “rasyonel tercihleri” söz konusudur. Bir diğer ifadeyle, bütün rasyonel seçim yaklaşımlarında ekonominin dili ve mantığı baskın bir şekilde kendisini hissettirir. Bu yaklaşımlar, dine olan talebin zaman ve zeminden bağımsız olarak devamlılık göstereceğini, değişmeyeceğini ve dinî faaliyetlerin azalma veya artma yönünde göstereceği değişkenliğin dinin insanların ihtiyaçlarını karşılama yollarındaki değişmelerle paralellik arz edeceğini öngörür (Finke 1997). Ayrıca, dinî pazarlar çoğulcu oldukları zaman kiliselerin üyesi olan diğer kiliselerle rekabet etmek zorunda olduğunu savunur. Bu tür rekabet dinî faaliyetleri teşvik eder. Çünkü her kilise üyelerinin taleplerini karşılamak suretiyle kendi pazarını oluşturmak ve bu pazarda payını arttırmak zorundadır (Stark and Iannaccone 1994). Pazarlar daha çok çoğulcu oldukça kiliseler arasındaki rekabet sertleşir ve dinî faaliyetin oranları artma eğilimi gösterir. Tam tersine dinî pazarları bir dinî grubun veya bir mezhebin belirlediği yerlerde teori, dinî aktivitenin düşük düzeyde gerçekleşeceğini öngörür. Zira tekeli bir kilise daha az rekabet ile karşılaşır ve üyelerinin taleplerini karşılamak için daha az dürtüye sahiptir (Stark and Iannaccone 1994).

Anlaşıldığı kadarıyla dinin ekonomik modeli, sekülerleşme tezinin mantığını tersine çevirmektedir. Çünkü sekülerleşme tezi, dinî çoğulcuğun dinî faaliyetlerde bir azalma meydana getirdiğini ileri sürerken, bu model dinî çoğulcuğun din piyasasındaki hareketliliği arttırdığını, bir diğer ifadeyle dinî faaliyetlerde bir artışa yol açtığını iddia etmektedir (Stark and Iannaccone 1994).

Dinin ekonomik modeli içerisinde önemli yer tutan bir yaklaşım da, “insan sermayesi kuramı”dır. Ekonomik modelin en önemli isimle-

rinden biri olan Iannaccone'un Gary Becker'dan etkilenererek geliştirdiği bu kuram, dinî değer veya meta üretiminde bireylerin ya da toplulukların elinde bulunan güce atıf yapar. Bu kuram içerisinde yer alan "dinî sermaye" kavramı, bir dini veya inancı kabul etmiş olan insanların o dinin inanç esasları, ibadet biçimleri, gelenekleri ve taraftarlarıyla ünsiyetini, uyum ve benzeşmesini ifade eder. Dinî sermaye, doktrinler, ritüeller, kutsal şeyler gibi benzer ve bilinen bir formda gelecekteki dinî kolektif eylemler için dinî değer üretmek amacıyla kullanılır. Dolayısıyla, dinî bir faaliyetin gerçekleşebilmesi için hem ön şart hem de sonuç durumundadır (Iannaccone 1990:299-300).

İnsan sermayesi kuramına göre, dinî katılım, bireylerin dinî sermaye stoklarını oluşturur. Anlaşılan dinî sermaye ile dinî katılım arasında yakın bir ilişki vardır. Dinî sermaye, bir dine veya dinî gruba katılmadan elde edilecek tatmini arttırırken buna karşılıklı dinî katılım da bir kimsenin dinî sermaye stoğunu zenginleştiren yegane araçtır. Anlaşılan bu yaklaşıma göre din, yapılarak öğrenilen bir faaliyetler bütünü olmaktadır ve dinî aktivitelerin sık sık tekrarlanması bir yandan dinî sermaye stoğunun artmasına yol açarken bir yandan da inanılan dinin inanç ve ibadetlerine daha sıkı bağlanılmasına yol açmaktadır. Bu durumda dinî sermaye stoklarının, bireylerin dinî kabullerinden vazgeçme isteğini ve yeteneğini sınırlandırdığı kabul edilir. Nitekim bir dini inancı benimseme veya mevcut inancı değiştirme çoğu zaman hayatın ilk dönemlerinde gerçekleşmekte olup, yaşlı insanlar arasında din değiştirme durumları oldukça nadirdir (Iannaccone 1990:300-1). Bilindiği gibi, din değiştirmek, bir inancı terk edip diğerine geçmek kolay ve bir anda olup biten bir hadise olmayıp, aylar, yıllar alan uzun bir süreç işidir (Kirman 2004a:81). Dolayısıyla olası bir din değiştirme durumunda eldeki sermayenin kullanılabilceği benzer ve yakın bir din veya dinî grup tercih edilecek ve böylece bütünüyle yeni dinî sermaye stokları geliştirmek zorunda kalınmayacaktır.

3.2. Modelin Eleştirisi

Her ne kadar önemli ölçüde açıklayıcı ve öğretici olsa da, her teorik yaklaşım gibi, dinin ekonomik modeli de bir takım eleştirilere uğramıştır. Dine ekonomik açıdan yaklaşanların geliştirmeye çalıştıkları modelin bir takım problemleri, açmazları olduğunu belirten Scott'a göre, kendi çıkarını düşünen bireylerin dinî pazarlarda rasyonel tercihlerde bulunması esası üzerine kurulu olan bu model, bireylerin dinî gruplarda

yapmış oldukları kolektif davranışlarına nasıl yöneldikleri; insanların diğerkam olmaya yönelten toplumsal normları niçin benimsedikleri; bireylerin davranışları çıkar eksenli ise, bu durumda toplumsal hayatın nasıl mümkün olduğu; toplumsal yapının bireysel davranışlara indirgenmesinin mümkün olup olmadığı gibi sorulara yeteri kadar açıklayıcı cevaplar sunamamaktadır (Scottt 1999).

Öte yandan bu modelle ilgilenenlerin bir yandan modelin evrenselliği üzerinde dururken, bir yandan da serbest dinî pazarların ideal tipi olarak sık sık ABD'nin çoğulcu dinî yapısına atıfta bulunmak suretiyle sadece bu ülkeye dayalı açıklamalarda bulunmaları, Amerikan dininin sosyolojik yönden araştırılmasında “yeni bir paradigma” öneren modelin sıkça kullandığı “serbest pazar” benzetmesinin ABD dışında uygulama imkanı ve dolayısıyla geçerliliği ile ilgili kuşkuların doğmasına yol açmaktadır (bkz. Warner 1997; 1993:1080; Phillips 1998).

Modele yönelik en ciddi eleştirilerden biri de rasyonel seçim kuramıyla ilgilidir. Dinin ekonomik modeli içerisinde ayrıcalıklı bir yer tutan rasyonel seçim kuramının, toplumsal gerçekliğin bazı alanlarını aydınlatmada tartışılmaz bir değeri olmasına rağmen iki önemli sorunu olduğu belirtilir. İlki, bazı teknik zorlukları aşmada ciddi sıkıntılar taşınması; ikincisi, pozitif ve pragmatist epistemolojilerle işbirliği halinde olması, yani bireylerin değişkenlik gösteren toplumsal davranışlarını analiz etmeye fazla ilgi göstermemesi şeklinde özetlenebilir (Jary and Jary 1991:407).

Dinin ekonomik modeline karşı çıkanlar, bu modelin çatısı altında toplanan rasyonel seçim kuramı ile bu kuramın bileşenleri konumundaki yaklaşımların temel kabullerini ve bu kabulleri desteklemede kullanılan verileri sorgularlar ve bu yaklaşımlara birkaç yönden eleştiri getirirler. Ayrıca, bu modeli savunan teorisyenlerin ileri sürdükleri kuramsal kabulleri desteklemede kullandıkları verilerin aynı zamanda başka açıklamaları da desteklediğini belirtirler. Dine ekonominin dili ve mantığı ile yaklaşmanın, kendi içinde bir takım problemleri olduğunu belirten muhalifler, her şeyden önce, dini analiz ederken “pazar”, “mal”, “firma”, “müşteri”, “mübadele-değer”, “sermaye” gibi benzetmeler kullanılmasını uygunsuzluğuna işaret ederler (Sharot 2002).

Yapılan eleştirilerden biri de, rasyonel seçim kuramının arz yönüne vurgu yapan yaklaşımın temel kabullerinden olan, dinin telafi edici olduğu için talep göreceği, aksi takdirde ilgi görmeyeceği düşüncesinin

geçerli olamayacağı yönündedir. Öte yandan rasyonel seçim kuramının talep yönüne vurgu yapan yaklaşımın temel kabullerine de itiraz eden muhalifler, bu kabullerden biri olan maliyet-kâr analizini de sorgularlar (Sharot 2002) ve dinin rasyonel bir seçime konu olabileceği fikrini çok fazla ciddiye almazlar. Bu çerçevede insanların, her zaman maliyet-kâr hesabıyla hareket edemediklerini; maliyeti en alt düzeye indirme ve kârı en yüksek düzeye çıkarmada her zaman başarılı olamadıklarını belirtirler (Spickard 1998:101-2). Dine bağlılıkta bazen rasyonel bir seçim sözü konusu iken, bazen de daha başka faktörler, irrasyonellikler devreye girebilmektedir. Bir diğer ifadeyle, ekonomik model içerisinde ayrıcalıklı bir konuma sahip olan rasyonel seçim kuramı, kabul edebilir bir yeterlilik düzeyine sahip ise de, ortaya koyduğu rasyonelliğin her zaman geçerli olduğunu düşünmeye gerek yoktur. Burada en temel soru şudur: Dine olan talep ölçülebilir mi veya nasıl ölçülebilir? Wolfgang Jagodzinski ile Andrew Greeley'e göre, böyle bir ölçüm, sadece dinin cevap verebileceği temel insanî problemleri belirlemek suretiyle dolaylı olarak yapılabilir (Jagodzinski and Greeley 1999).

Dine ekonomik açıdan yaklaşanlar, insanların dinî davranışlarını nitelerken yararlı bir araç olarak ekonominin dilini kullanırlar. Buna karşın Robertson, yapmış olduğu bir çalışmada (Robertson 1992), din dilinin ekonomikleşmesinin geç modernliğin bir oyunu, aldatması olduğunu belirtir. Bu dönemde her şey, hatta din bile bir meta haline gelmiştir. Ancak geç dönem antikitede durum, modern dünyadakinden çok farklı değildi. Hatta bir çoklarının inanmış gözüktüğü Ortaçağ Katolisizmi de, bir dinî sistem olarak rakipleriyle baş edebilecek durumdan uzaktı. Anlaşılan dinî alanda metalaşma yeni sayılmasa da, dinin ekonomik modeli, din kavramını ticarî bir meta gibi ele almakla eleştirilmiştir. Oysa dinî metaların yapısı ve bunların üretildiği şartlar farklıdır. Bu gerçeği, dinin ekonomik modelini oluşturmaya çalışan teorisyenler de kabul etmektedir. Söz gelimi Iannaccone'a göre, dinî metalar, araba, bilgisayar gibi fizikî mallar kategorisinde olmayıp, soyutlardır. Seküler malların tersine dinî metalar doğüstü güçlere dayanır. Bu yüzden dinî metalar esas itibarıyla risklidir. Onların varlığı ve yararı güvene dayanmaktadır (Iannaccone 1992:124-5). Hal böyle iken her şeyin tamamen homo-economicus şeklinde aşırı rasyonel yaklaşımlar çerçevesinde ele alınması eleştirilmektedir. Bu çerçevede rasyonel seçim kuramının, dinî alana uygulanmaya elverişli gözükse de mevcut yapıları, tarihî ve sosyo-kültürel bağlamları dikkate almadığı (Sharot

2002), bir diğ er ifadeyle, tarih ve dinden bağımsız, sahte evrensel bir insan modeli ortaya koyduğ u, oysa gerç ek hayata bakıldı ğ ında tam tersi durumların söz konusu olabildiğ i belirtilmektedir (Bodur 2000).

4. Sonuç

Başlangıçtan itibaren ekonomik bir süreç olma özelliğ i baskın olan küreselleş me sürecinde ekonomik faktörlerin, ekonomik kavramların sürekli ön planda olması, hemen her olgusunun bu kavramlarla açıklanmaya çalışılması, kaçınılmaz olarak dinî alana da yansımıştır. Bir diğ er ifadeyle, ekonominin dili ve mantığ ı dinî alanı da kuşatmıştır. Söz gelimi bu süreçte dinî grupların, kendilerini eğitim, sağ lık, medya gibi hizmet sektörüne yönelmek ve ekonomik faaliyetler iç ine girmek suretiyle varlıklarını ve meşruiyet zeminlerini güçlendirme arzusu taşıdıkları gözlenmektedir (Kirman 2003a). Bu yüzden dinî grupları artık birer ticarî firma gibi düşünme eğilimi artmaktadır. Özellikle küreselleş me sürecinde bir şeyler üretmek ve pazarlamak suretiyle insanların ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmalarıyla adeta dinî pazarlar kurulmuştur. Eğitim düzeyleri ve sosyo-ekonomik statüleri yükselmiş olan insanlar da bu pazara gelerek ürün ve hizmet talebinde bulunmaya, ürünleri karşılaştırarak rasyonel tercihler yapmaya başlamışlardır. Artık dinî gruplarla üyeleri arasında bir “arz-talep ilişkisi”nden söz edilir olmuştur.

Bu gelişmeleri göz önüne alan din sosyologları yapmış oldukları araştırmalarda yeni teorik yaklaşımlar geliştirme çabası içerisine girmişlerdir. Bu çabalardan biri de, dinin ekonomik bir modelini oluşturma çalışmalarıdır. Ancak, önemli ölçüde açıklayıcı ve öğretici olsa da, her teorik yaklaşım gibi, dinin ekonomik modeli de çeşitli yönlerden eleştiriye de uğramıştır. Geliştirilmeye çalışılan yeni yaklaşım, en ağır şekilde materyalist çağın dine önem vermeyen bir tutumu olarak değerlendirilmişse de, dinin sosyal bilimsel incelenmesinde çok güçlü araçlar sunması hasebiyle üzerinde durulması gereken bir model olarak kendisini tanıtmaktadır.

Bibliyografya

- Bannock, Graham, R.E. Baxter and Evan Davis (1992), *Dictionary of Economics*, 5th edition, New York, Penguin Books
- Barker, Eileen (1992), *New Religious Movements*, 3rd edition, London, HMSO Publications
- Berger, Peter L. (2002), “Sekülerizmin Gerilemesi”, der. A.Köse, *Sekülerizm Sorgulamıyor*, İstanbul, Ufuk Yay., s.11-32

- Bodur, Hüsnü E. (2000), "Din Sosyolojisi Alanında Meydana Gelen Gelişmeler", 11 Aralık 2000 tarihinde K.S.Ü. İlahiyat Fakültesi'nde verilen seminer, Kahramanmaraş, 2000
- Bruce, Steve (2000), "The Supply Side Model of Religion: The Nordic and Baltic States", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol.39, No.1, March 2000, s.32-46
- Hadden, Jeffrey K. (2001), "Paradigms in Conflict: Secularization and the Theory of Religious Economy", son güncelleme 29.08.2001, (<http://religiousmovements.lib.virginia.edu/lectures/secular.html>) [5 Ocak 2002]
- Iannaccone, Laurence R. (1990), "Religious Practice: A Human Capital Approach", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol.29, No.3, s.297-314
- Iannaccone, Laurence R. (1991), "The Consequences of Religious Market Regulation: Adam Smith and the Economics of Religion", *Rationality and Society*, Vol.3, No.2, April 1991, s.156-177
- Iannaccone, Laurence R. (1992), "Religious Markets and the Economics of Religion", *Social Compass*, Vol.39, No.1, s.123-131
- Iannaccone, Laurence R. (1995), "Voodoo Economics? Reviewing the Rational Choice Approach to Religion", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol.34, No.1, March 1995, s.76-88
- Iannaccone, Laurence R. (1997), "Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion", in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, Lawrence A. Young (ed.), New York, Routledge, 1997, s.25-44
- Jagodzinski, Wolfgang and Andrew Greeley (1999), "The Demand for Religion: Hard Core Atheism and 'Supply Side' Theory", unpublished report, 1999 (<http://www.agreelev.com>) [20 Mayıs 2002]
- Jary, David and Julia Jary (1991), *The Harper Collins Dictionary of Sociology*, New York, Harper Collins Publishers
- Kirman, M. Ali (1999), "Batıda Ortaya Çıkan Yeni Dinî Hareketlerin Bazı Özellikleri ve Toplumsal Tabanları", *Dinî Araştırmalar*, C.2, Sayı 4, Mayıs Haziran 1999, s.231-3
- Kirman, M. Ali (2003a), "Küreselleşme Sürecinde Dinî Pazarlar", 26-28 Eylül 2003 tarihleri arasında Gazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi tarafından düzenlenen "Küreselleşme ve Din" konulu sempozyuma sunulan tebliğ, Çorum, 2003
- Kirman, M. Ali (2003b), "Küresel Bir Olgu Olarak Din Değişirme ve Aileye Etkisi", *Dinî Araştırmalar*, C.6, Sayı 17, Eylül Aralık 2003, s.269-280
- Kirman, M. Ali (2004a), "Din Değişirme Olgusuna Sosyolojik Yaklaşım", *Dinî Araştırmalar*, C.6, Sayı 18, Ocak-Nisan 2004, s.75-88
- Kirman, M. Ali (2004b), *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, İstanbul, Rağbet Yay.
- Kirman, M. Ali (2004c), "Beyin Yıkama Teorileri", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C.XLV, Sayı 1, 2004, s.107-132
- Köse, Ali (2001), "Modernleşme-Sekülerleşme İlişkisi Üzerine Yeni Paradigmalar", *Günümüz İnanç Problemleri*, Erzurum, 2001, s.203-216
- Köse, Ali (2002), *Sekülerizm Sorgulanıyor*, İstanbul, Ufuk Yay.

- Perl, Paul and Daniel V.A. Olson (2000), "Religious Market Share and Intensity of Church Involvement in Five Denominations", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol.39, No.1, March 2000, s.12-31
- Phillips, Rick (1998), "Religious market share and Mormon church activity", *Sociology of Religion*, Vol.59, No.2, Summer 1998, s.117-130
- Rambo, Lewis (1993), *Understanding Religious Conversion*, New Haven and London, Yale University Press
- Robertson, Roland (1992), "The Economization of Religion? Reflections on the Promise and Limitations of the Economic Approach", *Social Compass*, Vol.39, No.1, 1992, s.147-157
- Scott, John (1999), "Rational Choice Theory", in *Theory and Society: Understanding The Present*, G.Browning, A.Halcli, N.Hewlett and F.Webster (eds.), London: Sage Publications, 1999, (<http://privatewww.essex.ac.uk/~scott/index.htm>) [28 Nisan 2003]
- Sherkat, Darren E. and Christopher G. Ellison (2004), "Din Sosyolojisi'nde Son Gelişmeler ve Gündemdeki Tartışmalar", çev. İ.Çapcıoğlu, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C.XLV, Sayı 1, 2004, s.225-262
- Sharot, Stephen (2002), "Beyond Christianity: A Critique of the Rational Choice Theory of Religion from a Weberian and Comparative Religions Perspective", *Sociology of Religion*, Vol.63, No.4, Winter 2002, s.427-454
- Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, New York, The Modern Library, (<http://www.bibliomania.com/>) [16 Kasım 2003]
- Spickard, James V. (1998), "Rethinking Religious Social Action: What is 'Rational' About Rational-Choice Theory?" *Sociology of Religion*, Vol.59, No.2, Summer 1998, s.99-116
- Stark, Rodney and Laurence R. Iannaccone (1994), "A Supply-Side Reinterpretation of the 'Secularization' of Europe", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol.33, Issue 3, s.230-252
- Stark, Rodney (1999), "Secularization: R.I.P.", Special Issue of *Sociology of Religion*, Vol.60, No.3, Fall 1999, s.249-273 (Türkçe çevirisi için bkz. Ali Köse (der.), *Sekülerizm Sorgulanıyor*, İstanbul, Ufuk Yay., s.33-74)
- Toprak, Metin ve Ömer Demir (2001), *Küreselleşen Dünyada Türkiye Ekonomisi: Serbest Piyasa Devriminin Serüveni*, Ankara, Siyasal Kitabevi
- Turner, Harold (1987), "A Global Phenomenon", A.R. Brockway and J.P. Rajashekar (eds.), *New Religious Movements and The Church*, Geneva, 1987, s.3-15
- Weber, Max (1985), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, çev. Z.Aruoba, İstanbul, Hil Yay.