

Dindar Bireylerin İslami Finans Prensipleri, İslami Finans Ürünlerine İlişkin Bilgi Düzeyi ve İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*

A Study on the Religious Individuals' Level of Knowledge about Islamic Finance Principles and Islamic Finance Instruments

Ayşe ÖZPOLAT**
Sezin AÇIK TAŞAR***

Öz

İslami finans, temelleri inanç ve ahlaki değerlere dayanan İslami kavramların oluşturduğu finansal uygulamaları ve ürünleri içerir. Allah korkusu İslami inancın merkezi olarak finansal işlemler de dahil olmak üzere hayatın her alanında farkındalık yaratan bir olgudur. Bu çalışmanın amacı dindar insanların korku kalıpları ile İslami finans ilkeleri ve ürünleri hakkındaki bilgileri arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Çalışmada dindar bireylerin oluşturduğu örnekleme yer alan katılımcıların İslami finansal prensiplere, İslami finansal ürünlere ilişkin farkındalığını ve korku biçimlerini değerlendirmek için anket yoluyla veri toplanmıştır. Çalışmada değişkenleri ölçebilmek için korku biçimlerine ait sorular, dindarlık değişkenini ölçen sorular, "İslami Finans Ürünleri Ölçeği", "İslami Finans Prensipleri Ölçeği" kullanılmıştır. Levene testinin sonuçlarına göre bağımsız değişkenlere analiz yapılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, İslami finans ürünleri bilgi düzeyiyle katılımcıların dindarlıkları, ölüm korkusu, cinsiyet, yaş, meslek ve gelir durumu değişkenleri arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yapılan Cohen's ve Eta kare analizlerine göre ise cinsiyet ile İslami finans ürünleri bilgi düzeyiyle orta derecede yaş, meslek ve gelir durumu ile oldukça düşük düzeyde etki değerinin olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: İslami Finans, Korku Biçimleri, Dindarlık, İslami Finans Ürünleri

Abstract

Islamic finance includes financial practices and instruments created by Islamic concepts based on faith and moral values. Fear of Allah, as the center of the Islamic faith, is a phenomenon that raises awareness in all areas of life, including financial transactions. The aim of this study is to evaluate the relationship between religious people's fear patterns and their knowledge about Islamic finance principles and instruments. In the study, data was collected through a survey to evaluate the awareness and fear styles of the participants in the sample of religious individuals regarding Islamic financial principles and Islamic financial instruments. In order to measure the variables in the study, the Fear Types Scale, Religiosity Scale, Islamic Financial Instruments Scale, and Islamic Finance Principles Scale were used. According to the findings of the study, a positive, low-level significant relationship was found between the participants' religiosity and the level of knowledge of Islamic financial instruments, and a positive significant relationship was found between the fear of death and the level of knowledge of Islamic financial instruments. Other results show that there were significant positive relationships between the participants' knowledge of Islamic financial instruments and the variables of gender, age, occupation, and income status.

Keywords: Islamic Finance, Fear Types, Religiousness, Islamic Finance Instruments

* Çalışmanın içeriği, yöntemi ve ölçeklerine ilişkin etik kurul değerlendirme için Fırat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu 2022/26 oturum ve 14 karar sayılı toplantıda çalışmanın etik kurallara uygunluğu kararı verilmiştir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, asayi@firat.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3586-9745

*** Doç. Dr., Beykoz Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri, sezinaciktasar@beykoz.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0406-7734:

1. Giriş

İslami finans sektörü son yıllarda hızlı bir büyüme trendi göstermektedir. Hesse ve arkadaşları, İslami finans sektörünün ortalama yıllık yaklaşık yüzde 15 büyüme oranı kaydettiğini ve bu büyümenin yalnızca Orta Doğu ve diğer Müslüman ülkelerdeki finansörlerin dini kurallarla uyumlu ürünlere olan talebinin artmasıyla olmadığını belirtmiştir. Bu oranın artışını dünya çapındaki yatırımcıların da etkisiyle İslami finansın genişlemesi, küresel bir olgu haline gelmesi etkilemiştir (Hesse vd., 2008: 175). S&P Global Ratings'e göre küresel İslami finans sektörü, artan tahvil ihracına ve finansal piyasalarda devam eden ekonomik toparlanmaya bağlı olarak 2021 ve 2022 yıllarında da büyümeye devam etmiştir. Pandemiye rağmen İslami varlıklar da 2020'de %10'un üzerinde büyümeyi başarmıştır (S&P Global Ratings, 2022).

Arap ülkelerinde ve Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkelerde görülen kalkınma ve refah düzeyinin yükselmesi ve Müslümanların faizden kaçınma isteği, faizli finansman sistemine alternatif arayışlarını hızlandırıp İslam hukuku çerçevesinde faaliyet gösteren modern bankacılığa entegre olan finansal kurumların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Taşar, 2023: 372; Yılmaz, 2020).

İslami finans, ticari işlemlerle ilgili olduğu için İslam inancının ilkelerine dayanmaktadır. İslami bankacılığın ilkeleri, İslam dinin kutsal kitabı Kur'an'dan türetilmiştir (Tarver, 2023). Kuran'da yer alan İslam kanunlarına göre hareket etmek isteyen dindar bireyler, ticari işlemlerinde de yine aynı kanunları temel alarak finansal işlemlerini yapmaktadırlar. Çünkü dindarlık dinsel öğretilere inanma ve kuralları takip etmektir (Marshall, 1999: 156). Din inzivaya çekilip sadece inanç yönüyle yaşanılacak bir şey değildir. Aksine belli gaye ve prensipleriyle toplumun içinde, hayatı inkâr etmeden (Mevdudi, 1992: 56) ve belli bir zamanla sınırlı olmadan tüm yaşamı içermektedir (Kardavi, 1985: 22-23). Toplumsal yapıyı oluşturan parçalar etkileşim halinde (Ritzer, 2011: 223) ve toplumsal olgular birbirlerinin neden ve sonuçları olduğundan (Freyer, 1957: 25-65) dinin ekonomik davranışlar üzerindeki belirleyiciliği (Aron, 2000: 509) bulunmaktadır. Sadece İslam diniyle sınırlı olmayıp üç semavi dinden Hristiyanlık ve Yahudilik dinleri ile de topluma ait olan her şey iç içedir (Weber, 1997: 37). Dinin ekonomik sistemin temelini oluşturması İslam dini açısından Bakara suresi ayet 278-279'a bakıldığında oldukça açık ve nettir.

“Ey iman edenler, Allah'tan korkun ve şayet iman etmiş iseniz faizden arta kalanı terk edin. Şayet yapmazsanız, bilin ki bu Allah'a ve O'nun elçisine karşı açılmış bir harptir. Şayet tövbe ederseniz ana malınız sizindir. Ne zulmedilir ne de zulme uğrarsınız.”

Bakara suresi 278-279. Ayetlere bakıldığında korku duygusuyla ekonomik bir etkinliğin yan yana olması korku duygusunun bireysel bir duygu deneyiminin ötesinde toplumsal niteliğini (Başaran, 2016: 170) ve insanı toplumsallaştırmada ki rolünü (Güler, 2004: 2) göstermektedir. Âyet-i Kerime de ekonomik sistemin temellerine bulaşmış olan faizi, kalpleri korkuyla titreten Allah ve Resulüne açılmış korkunç bir savaşla (Seyyid Kutub, 1991) ayırmaktadır. Zulüm ve dolandırıcılığa karşı korku ve ızdırıp savaşı olarak da (Seyyid Kutub, 1991: 45) algılanması gereken bu savaş Yahudilik (Ahd-i Atik, Levililer: 25. Bab, 35-37) ve Hristiyanlık (İncil, Luka 6. Fesil, 34-35) dinlerinde de yasaklanmıştır. Bu yasakla ve savaşla İslam dininde faizin toplumsal hayatın tüm yönlerini yani ferdi hayatı, ahlakı, ekonomiyi, siyaset kurumunu da dâhil ederek tüm hayatı bozucu etkisinden (Seyyid Kutub, 1991: 53) korumak amaçlanmaktadır.

Kur'an'ı Kerim'de korku duygusu; inananlar için Rabbe karşı duyulan, olabildiğince ciddiyet ve derin saygıdan (Kavşut, 2011: 240), Allah'a karşı gelme, saygısızlık etme, ahiret ve günaha düşmekten oluşmaktadır (Türk, 2019: 142; Sezgin, 2003: 45). Yaratıcıya karşı hissedilen bu korku biçimleri kişiyi sadece Allah'a

kulluk etmeye yönlendirirken dünyevi olan korku biçimlerine ise güven ve cesaretin oluşmasını sağlamaktadır. Örneğin Allah Teâlâ Kureyş Suresi 3-4. Ayetlerde korkudan emin olup güven içinde olmayı işaret etmiştir.

“Öyleyse kendilerini aklıktan koruyup doyuran ve korkudan kurtarıp güvenliğe kavuşturan bu Ev'in (Kabe'nin) Rabbine kulluk etsinler”.

“Bir de benden, yalnızca benden korkun!” (Bakara suresi ayet 40).

“Öyleyse yalnız benden korkun!” (Nahl Suresi ayet 51).

Yukarıdaki ayetlere bakıldığında ve ayetlerin öncesi incelendiğinde verilen mesaj tek ve insanı tüm korkulardan kurtaran bir mesajdır. Çünkü O'nun gücü her şeye yeter ve herşeyi kuşatır. Bu inanç insanı her korku, kuşku ve kuruntudan özgürleştirdiği gibi cesur olmasını da sağlamaktadır. Ayrıca bu korku yaratılan her şeyin sahibi olan Allah'tan dolayı tüm yaratılanlara sevgi ve saygı çerçevesinde ahlaklı davranmayı da zorunlu kılmaktadır. Bu zorunluluk sosyal yaşamın ve bireysel yaşamın her alanına yansımaktadır. Enfal suresi 82. Ayette ki korku da bunu görmek mümkündür.

“Gerçek mü'minler ancak o kimselerdir ki, yanlarında Allah anıldığı zaman kalpleri ürperir, kendilerine Allah'ın âyetleri okunduğu zaman bu onların imanını artırır ve bütün işlerinde sadece Rablerine dayanıp güvenirlir.”

Dolayısıyla, İslami finans ile Allah inancı (takva) arasındaki ilişki, İslam ekonomisinin temel yönünü oluşturmaktadır. İslami finansın kökleri İslami ahlak ve değerlere dayanmaktadır. İslam ekonomik sistemi Allah'ın emir ve yasaklarına uygun şekilde, adalet, dayanışma, ve sosyal dengeyi hedef almaktadır. Bu sistem, Homo Economicus'un iktisadi kararları rasyonel almasının aksine Homo Islamicus olarak İslama uygun insanı iktisadi yaşama yansır. Diğerkâm davranışları prensip edinen Homo Islamicus İslam ekonomisinin sosyal ve etik boyutunu barındıran insan modelidir. Allah'a ve topluma karşı sorumluluk bilincindedir (Kuzulu, 2023:237). Bu sorumluluk bilinciyle gündelik yaşamı şekillendirirken günaha girmekten nefsi korumak gerekmektedir. Takva olarak ulaşılmak istenen bu yaşam şeklinde Allah korkusu önemli bir rol oynamaktadır. Dindar kişinin takvalı yaşamında bir motor güç olan Allah korkusuyla birlikte insanın imanla ters orantılı hissettiği bir çok dünyevi korku biçimi bulunmaktadır (Düzenli, 2019:948).

Bu çalışmanın amacı, dindar bireylerin sahip oldukları korku biçimleri ile İslami finans prensipleri ve İslami finans ürünlerine dair bilgi düzeyinin arasındaki ilişkiyi ölçmektir. Dinin tüm yaşamı şekillendirici gücü olmasına rağmen toplumun dini ekonomik boyutun ne kadar içine dâhil ettiği tartışılmaktadır. Elde edilen veriler ışığında dinin hâkimiyet alanı ve ekonomik sistemlerle şekillenebilen korku duygusunun (Duhm, 2002; Fromm, 1996) ve korku biçimlerinin bir çalışmada harmanlanarak literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Özünde İslam'ın öğretileri doğrultusunda daha eşitlikçi ve adil bir toplum yaratmayı amaçlayan İslami finans sistemi ve Allah korkusu, kişilere ekonomik faaliyetlerin dürüstlkle yürütüldüğü bir ortam sunmaktadır. Bu çalışmanın dindar bireylerin İslami finans ürünleri ve prensipleri düzeyi ile korku biçimleri arasındaki ilişkiyi ölçümlemesi açısından literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

İslami finans prensipleri ve ürünlerine dair bilginin yatırım araçları tercihinde etkisi bu çalışmada sorgulanan diğer bir değişkendir. Bu araştırmanın sonucunda elde edilen verilerle, İslami finans prensipleri ve ürünleri bilgi düzeyi arasındaki ilişki analiz edilerek farklı ekonomik sistemlerin ve ürünlerin farkındalığını oluşturmak ve mevcut sistemin aksak yönlerine hem ekonomik hem de sosyal düzeyde yeni çözümler sunabilmektir. Bu bağlamda sosyo-ekonomik alanda yapılacak olan çalışmalara yeni politikalar üretilmesine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Araştırmanın dört hipoteziyle literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler aşağıda bulunmaktadır:

H_{1a}: Korku Biçimleri ile İslami finans ürünleri bilgisine vakıf olma arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1b}: Dindarlık ile İslami finans ürünleri bilgisine vakıf olma arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1c}: İslami finans prensipleri ve ürünleri bilgisine vakıf olma ile demografik değişkenler arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1d}: İslami finans prensipleri ve ürünleri bilgisine vakıf olma ile yatırım aracı seçme arasında anlamlı ilişki vardır.

2. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

Dinin inancın somut olarak dışarıya yansımaları tutum ve davranışlarında ortaya çıkar (Arslan, 2010: 140). Bir değerlendirme, yargı olan (Fishbein ve Ajzen, 1975) tutumların bilişsel temeli bilgi ya da inançlardan oluşması ve bu durumun dini nitelikte de olabilmesi (Kayaoğlu, 2019: 74) bu çalışmanın İslami finans araçlarına karşı kişilerin tutumlarının araştırılmasını zorunlu kılmaktadır. Kişinin dini tutumları sahip olduğu diğer tutumları etkisi altına alarak merkezileşebilir (Arslan, 2010: 140) ve dünya görüşü olarak da çoğu eylemlerine yön verebilir. Dolayısıyla, tüketici davranışlarını anlamlandırmada tutumun hangi bileşene göre değiştirileceği ve hangi stratejinin uygulanacağı tutumun olduğu bileşenle ilgilidir. Örneğin, tutumları oluşturan temel bileşenlerden bilişsel bileşen kişinin bir nesneye yönelik düşünce bilgi ve inançların bileşkesidir. Bilişsel bileşenle oluşan tutumların değişikliği ise bilgilerin değişmesi durumunda gerçekleşebilir (Odabaşı ve Barış, 2013: 159)

Tutum nesne, durum ve olayları belirli şekilde değerlendirme eğilimi olarak tanımlandığında (Koç, 2007: 272) tutumların, kültüre bağlı yaşam deneyimleri (Özcan ve Arıkan, 2024: 472; Johnson vd., 2022; Kavas, 2013: 5) ve dolayısıyla yaşanan dönemin baskın paradigmaların da tesiri altında olduğunu söylemek mümkündür. Tutumların kişinin geçmiş deneyim ve bulunulan çevreden öğrenilmesi (Koç, 2007: 272) tutumları toplumun etkisi altında olduğunu göstermektedir. Örneğin modernleşmeyle birlikte davranış kalıpları olarak kişilerin bireysel tercih ve akılları ile özgürlük temelinde eylemlerine yön vermesi (Cirhinlioğlu ve Cirhinlioğlu, 2010: 30) ve dinin kamusal yaşamdan çıkarılarak gündelik yaşamdaki etkisinin azaltılması, akabinde post modern dönemle birlikte dinin sekülerleştirilmesi ve ahiretin silikleşmesi politikaları (Tekin, 2023: 242) dini değerlerin, kuralların yaşamı şekillendirirken farklılaşmasına neden olmuştur. Sekülerleşme politikalarına rağmen dinin tarihsel bir olgu olması (Berger, 1996: 4) ve insanlığın hep var olmuş bir özelliği (Haynes, 1998: 214) olması sebebiyle dini değerleri, normları, kuralları ve kurumları yaşatan grupların; ekonomik eylemlerini küresel finans sektörüne eklemeden gerçekleştirme arzuları bulunmaktadır. Dünyada hâkim olan finans araçlarını ret eden dinlerin kendi finans araçlarını oluşturmalarına rağmen dindar grupların bu araçların tam bilgisine sahip olmaması ve bu araçlar riskli veya şüpheli görmesi, güven duymaması (Aktürk, 2021: 169; BDDK, 2014) sonucunda dindar bireylerin bir kısmının geleneksel tasarruf ve yatırım yollarını tercih etmelerine neden olmaktadır. Finansal davranışlarına yön veren tutumlarının gayrimenkul, iş kurma ve altın yatırım aracı olarak güven vermesi, bilgi eksikliğinin olmaması ve risksiz olarak görülmesi sonucunda bu yatırım araçlarını tercih etmeleriyle sonuçlanmaktadır. Türkiye de yapılan araştırmada kişilerin İslami finans olarak katılım bankacılığına yönelmemelerinin temel nedeninin bilgi eksikliği olduğu görülmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi). Kişilerin tutumlarının değişmesi öğrenme sürecinin sonucu olmasından

dolayı (Kağıtçıbaşı, 1988: 102, 129) ve yapılan çalışmanın sonuçlarına bağlı olarak, İslami finans araçlarıyla ilgili tutum değişikliği bilgi temelli eğitimi zorunlu kılmaktadır. İslami finans araçları, günümüz katılım bankalarının sunduğu ürünler ve dünyada hakim olan finans araçları arasındaki benzerlikler, farklılıklar ve bankaların tüketicilere ne sunduğu açık bir şekilde anlatılarak, sistemle ilgili eksik bilinen yerler tamamlandığında kendini dindar olarak tanımlayan kişiler finans sistemine entegre olabilir.

2.1. İslami Finans Kavramı ve Çeşitleri

İslami finans, İslami kavramları esas alan, birbirinden farklı finansal pratikleri içine alan ve küresel ölçekteki finansal kurumsal araçları içeren oluşumlardır (Karaoğlu, 2020: 1089). Daha geniş tanımıyla, İslam ekonomi paradigması, İslami bir düzende emredildiği gibi kendi belirgin değerleri, normları, kuralları ve kurumlarıyla ve siyasal amaçlı sistem anlayışıyla birlikte, ekonominin bir İslami sistemini yaratmayı amaçlamaktadır. Başka bir deyişle, İslam ekonomisi, onun ontolojik ve epistemolojik kaynaklarının dayandığı Kur'an ve Sünnet'le birlikte bir dünya düzeni kurmayı amaçlar. Bu kaynaklar onun ekonomik değer sistemini, ekonominin operasyonel ayağını ve ekonomiyi, bunun yanında Müslüman bireyin finansal davranış normlarını tanımlar. (Durmuş ve Yardımcıoğlu, 2018: 169; Asutay, 2014: 146). İslami finans, sosyalist ve kapitalist ekonomik sistemlere karşı İslam ekonomisinin parçası olarak ortaya çıkmış ve küresel finansal sektördeki faiz sisteminin karşısında duran, Kur'an-Sünnet-içtihadın kaynaklık ettiği İslam'ın emir ve yasaklarını temel alarak ürünlerini geliştiren finansal sistemin adıdır. Temel olarak faiz, garar (belirsizlik içeren ve spekülatif eylemlerin, kumar ve şans faaliyetlerinin, haram kazanç araçlarının yasaklanmasıdır (Ersin, 2018: 559-562). İslami finans çeşitleri aşağıda sıralanmıştır.

Murabaha: Ribh kelimesinden türemiş tabiatı ticaret (Polat, 2009: 93) olup kelime manası “ticaretten elde edilen kâr ve kazanç”, “bir malın alış fiyatı veya maliyeti üzerine belirli bir kâr konarak satılmasıdır”. Üretilen ve kullanıma hazır hale getirilmiş ürünler, satın alınarak ve üzerine kâr konulmak suretiyle vadeli olarak müşterisine satılmasıdır. Literatürde murabahanın “varlık finansmanı, hammadde finansmanı, konut finansmanı, girişim finansmanı, ekipman finansmanı, ithalat finansmanı, ihracat finansmanı (sevkiyat öncesi), tüketim malları finansmanı, arazi finansmanı, araç finansmanı, tur paketi finansmanı, eğitim paketi finansmanı ve paket şeklinde satılabilecek diğer tüm hizmetlerin finansmanı için” (Kazancı, 2021: 178) kullanılabileceği görülmüştür. Murabaha'nın caiz olabilmesi için evvelki satış sözleşmesinin sahih olması, alış fiyatının taraflarca bilinmesi, evvelki sözleşmedeki bedel aynı cins malla değiştirilerek faiz benzeri bir eyleme girmemesi kârın taraflarca bilinmesi ve evvelki satış sözleşmesinde bedel, mislinden olması gerekmektedir (Kazancı, 2021: 177-182).

Selem: Kelime olarak “müeccele muaccele satmak” (Mecelle, m. 123'ten aktaran Yazman, 1964: 281) olan selem, tabiatı ticaret olup (Polat, 2009: 93) teslimat sözleşmesinin ertelenmesidir. Selem daha çok tarıma özgü olarak kullanılan bir yöntem olarak alıcı ürünün pazarlık fiyatını peşin öder. Satıcı ise ürününü ilerde belirlenmiş bir tarihte teslim edeceğini taahhüt eder. Bu satış işlemine kalitesi ve niceliği belirlenebilen ürünler dahil edilebilir (Arzova, Şahin, 2019:34). Bankacılıkta ise bu işlemlerin birinci aşamasında finans müşteriye nakit olarak ödenir, ikinci aşamada mal, müşteri tarafından bankaya teslim edilir ve üçüncü aşama ise mal, banka tarafından nakite dönüştürülür. Kısaca ödeme peşin olarak sözleşmenin yapıldığı an yapılır ve satın alınan mal teslimi ise taraflar tarafından önceden belirlenmiş bir tarihe ertelenir (Şeyranlıoğlu ve Karavardar; 528, 529).

Sukuk: Gelir ortaklığı senedi olarak da adlandırılan sukuk, “bir ayn (mal), menfaat, hizmet, belirli bir proje ve/veya yatırımın varlığı üzerinde eşit değerdeki hisseleri temsil eden mali vesikalar” şeklinde tanımlanır (Durmuş, 2010:143). Yatırımcısına helal olarak kazanç sunan menkul kıymetlerdir. İlgili varlıkta sukuk alıcısı tam olarak tasarruf hakkı bulunmakta ve sukuk varlığının satılmasıyla elde edilen hasılat ve elde edilen gelirden sukuk alıcısına pay verilir. Ayrıca ilgili varlıkta pay oranında malikliği olur (Yılmaz, 2014: 83).

Mudarebe: Tabiatı yatırım olan mudarebe (Polat, 2009: 93) yatırım amaçlı olarak bir araya gelen tarafların birinin emeği diğerinin sermayesi ile kurulan ortaklıktır. Bu ortaklıkta yatırımı fiili emeği ile yöneten tarafa işletmeci yani mudarib sermaye sahibi ise sermayedardır. İşletmecinin herhangi bir sermayesi bulunmamaktadır. Bilgi birikimi, tecrübesi, zamanı ve emeği karşılığında kâra ortak olmaktadır. Bu taraflar arasında alınan sermayenin ticari faaliyetlerde kullanılması sonucunda elde edilen kâr sermayedara önceden anlaşılan oranda ve ana paranın geri ödeneceği taahhüdü ile ortaklık kurulur (Canbaz ve Erden, 2020: 647)

Tekafül Sigortacılığı: Katılım sigortacılığında temel hedef konvansiyonel sigortacılıkla aynıdır. Bireylerin tek başına üstesinden gelemeyecekleri riskleri ve doğan zararı paylaşmaktır. Farkı ise takafül sigortacılığında meşru olmayan varlık ya da değerler sigortalanmazken fonda toplanan paylar ise faizli alanlarda değerlendirilemez. yardımlaşma esasına dayanan bu sigortalamada havuzda birleştirilen fonların mülkiyeti şirketin olmayıp poliçe sahiplerine aittir. Fonlar ise faizle ilgisi olmayan piyasa araçlarında değerlendirilir. Aşırı risk, belirsizlik, garar ve şüphe tekafülde bulunmamaktadır (Samar, 2021: 105)

Müşareke: Tabiatı yatırım olan (Polat, 2009: 93) müşareke, iştirak etmek anlamındadır. İşletmenin ortağı olma yada sermayesine katılmadır. Tarafların az yada çok sermaye koyarak ve olası kârın ise oranının sözleşme yapılarak belirtildiği, sermaye ve emeğin aktif olarak ortaya konan tam bir ortaklıktır. Burada taraflar yönetime katılabilir yapılan zararda yatırılan sermaye oranında karşılır (Terzi, 2013: 10).

İstisna: Tabiatı ticaret olan istisnada bankalar iki farklı istisna sözleşmesiyle tarafları birleştirir. Bu yönüyle selem yöntemine benzemektedir. Birinci sözleşmede banka ürünü satın alan tarafa ödeme koşullarını içeren bir anlaşma yapar. İkinci sözleşmede ise banka ürünün tedarikçisiyle sözleşme yapar ve ürünleri peşin ödeyip üzerine kârını ekleyerek ürünü alan tarafa taksitle satar. İstisna akitlerinde birbirinden bağımsızlık ve malın müşteriye tesliminden önce sigorta ve bakım hizmetlerinin üstlenilmesi gerekmektedir. Masraflar ikinci akitteki müşterinin sorumluluğunda değildir. Büyük bir oranda inşaat sektöründe yapılan taraflar arasındaki sözleşmedir. İstisna da taraflardan biri proje için gerekli olan ürünleri alırken diğer taraf üretimi gerçekleştirir. Büyük altyapı projelerinin finanse edilmesinde kullanılmaktadır (Terzi, 2013: 9).

3. Literatür Özeti

Çalışma dizayn edilirken, konuyla ilgili literatür incelenmiş ve aşağıdaki literatür özeti derlenmiştir.

Galor ve Zeire (1993), finansal derinleşmenin alt gelir seviyesi grupların lehine olduğu ve yoksul-zengin arasındaki eşitsizliği daraltıcı bir fonksiyonu olduğunu savunmuşlardır (Bükey ve Akgül, 2021: 305; Galor ve Zeira, 1993). Yazarlar çalışmalarında elde ettikleri verilere göre, alt gelir grubuna mensup kişilerin bankacılık bilgisine daha fazla sahip olduğunu ve finansal derinleşme ile gelir seviyelerini yükseltme eğilimi içinde olduklarını tespit etmişlerdir.

Abdul Rahim vd. (2016), İslami finansal okuryazarlığın ve umutsuzluk, dindarlık ve finansal tatmin gibi belirleyicilerinin geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmeyi amaçladıkları çalışmalarının sonucunda, dindarlığın umutsuzluk ve finansal tatmini izleyen en yüksek varyansı gösterdiği gözlenmiştir.

Nugroho ve Chowdhury (2016) çalışmalarında, İslami banka mevduatlarını mevduat sahiplerinin dini, yaşı ve cinsiyeti açılarından incelemiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, İslami bankaların mevduat müşterilerinin yalnızca Müslüman olmadığı, diğer dinlere mensup kişilerin de banka müşterisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca, tasarruf müşterileri yaş değişkenine göre incelendiğinde, genç neslin, İslami bankalardaki mevduat sayısındaki büyümeye katkıda bulunduğu, ancak, yetişkin neslin daha fazla tasarrufa sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın bir diğer sonucu ise, cinsiyet değişkeni açısından elde edilmiştir. Buna göre, İslami bankalardaki mevduat sahiplerinin çoğunluğunun erkeklerden oluşmaktadır.

Irman ve Fadrul (2018) çalışmalarında, STIE Pelita Endonezya Pekanbaru'daki lisans öğrencilerinin cinsiyet, genel not ortalaması ve iş deneyimlerinin finansal okuryazarlık düzeyleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışma sonucunda yazarlar, cinsiyet ve genel not ortalamasının öğrencilerde finansal okuryazarlık düzeyini etkilemediğini, iş deneyimi faktörlerinin ise öğrencilerde finansal okuryazarlık düzeyini etkilediğini tespit etmiştir.

Setyowati vd. (2018) yapmış olduğu çalışmada, İslami finans okuryazarlık olarak iyi bir düzeye sahip olan kişilerin, kişisel finansal yönetimlerini daha iyi yönetme becerisine sahip olduklarını ve İslami varlıklara yatırım yapma eğilimlerinin olduğunu bulmuştur. Bu finansal plan, zekat için ödeme yapma isteğini ve gelirin bir kısmını sadaka/hayır işi için harcamayı da içerir. Yazarların çalışmalarında kişisel finansal planlamayı etkilediği bulunan demografik değişken, 0,046'lık bir önem düzeyiyle medeni durumdur. Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelirin kişisel finansal planlamayı etkilemediği bulunmuştur.

Biplob ve Abdullah (2019) çalışmalarında, İslami finansal rehberliğin farkındalığını teşvik etmenin bir yolu olarak Müslümanlar için İslami finansal eğitim ve okuryazarlığın önemini, bu rehberliğin bireysel ve toplumsal refahı nasıl sağladığını tartışmıştır.

Nugroho vd. (2020) yapmış oldukları çalışmada, Irman ve Fadrul (2018) ve Nugroho ve Chowdhury (2016) çalışmalarıyla paralel kadınların finansal okuryazarlığı erkeklere kıyasla daha düşüktür. Müslüman kadınların tasarrufları, Müslüman erkeklerin tasarruflarından daha yüksek bulunmuştur. Bu çalışmada ev hanımlarının ev finansmanına erişebilmesi, kocalarının verdiği parayı yönetme işlevine sahip olması olarak raporlanırken, İslami finans ürün ve mevduat özelliklerinin geliştirilmesi için hedef kitle olarak kadınlar, özellikle ev hanımları ve kadın girişimciler dâhil edilmelidir. Aynı araştırmada gelişmekte olan ülkelerin genç nüfus oranlarından kaynaklı olarak hedef pazar olarak gençlere yoğunlaştırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Aktürk (2021) gerçekleştirdiği çalışmada, İslami finans kurumlarının işleyiş bilgisinin halkta eksik olduğunu ve bu durumun İslamiliği ve faizsizliğe olan güven kaybının nedenlerinden biri olduğunu raporlamıştır.

Abror vd. (2021) İslami banka müşterileri üzerine yaptığı çalışmada, dindarlığın algılanan değer ve güven arasındaki bağlantıda önemli düzenleyici etkisi bulunmuştur.

Kevser ve Doğan (2021) çalışmalarında, Türkiye'de İslami finansal okuryazarlık düzeyini ve bu düzeyi etkileyen faktörleri araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda, katılımcıların İslami finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu ve yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek gibi demografik değişkenlerin katılımcıların finansal okuryazarlıkları üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Patricia vd. (2023) Z kuşağının finansal davranışları ve İslami finansal okuryazarlığın rolü üzerine yaptıkları çalışmalarında, finansal davranışın risk toleransından önemli ölçüde etkilendiğini bulmuştur. Patricia vd., yüksek risk toleransının insanların finansal davranışlarını etkilediğini ve iyi düzeyde finansal okuryazarlığa sahip insanların potansiyel riskleri hesaplayabilme ve karar verme konusunda daha fazla güvene sahip

olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca finansal okuryazarlığa sahip kişilerin finansal risk ile finansal davranış arasındaki ilişkiyi güçlendirdiği, doğru tüketim kalıplarını oluşturmak ve doğru yatırım seçimlerini yapabilmek gibi daha iyi bir finansal davranışa sahip olacağı vurgulanmıştır. Finansal okuryazarlığın finansal davranış üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve finansal davranışın risk toleransından önemli ölçüde etkilendiği bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, bir kişinin risk toleransı seviyesi ne kadar yüksekse, finansal/yatırım kararları alma konusunda o kadar cesurdur sonucu elde edilmiştir.

4. Metodoloji

4.1. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırmanın birinci bölümünde demografik verilere ilişkin sorular sorulmuştur. İkinci bölümde, veri toplamak ve değişkenleri ölçebilmek için dört bölümden oluşan soru kümeleri kullanılmıştır. Bu ölçekler araştırmacılar tarafından literatür taranarak oluşturulmuştur.

Çalışmada korku ifadelerini içeren sorular bulunmaktadır. Bu sorular, dindarlık ölçeğiyle ilişkili yaşam sürecinde oluşabilecek durumlar üzerinden kurgulanmıştır. Korkuyla ilgili ifadeleri içeren sorular dokuz adettir. Bu sorular sosyalizasyon sürecinde toplum tarafından toplumsallaştırma aracı olarak kullanılan (Cüceloğlu, 2020:57) ve Kur'an-ı Kerim'de sıklıkla geçen (Düzenli, 2019:948) korkular olup, “eleştirilmekten korkarım, benimle alay edilmesinden korkarım, yalnız olmaktan korkarım, cezalandırılmaktan korkarım, yeni bir şey yapmaktan korkarım, gelecekte iş bulamamaktan korkarım, aç kalmaktan korkarım, hasta olmaktan korkarım, ölmekten korkarım” şeklindedir. Bu bölümdeki sorular, 3'lü likert tipi seçeneklerle hiçbir zaman, bazen ve her zaman şeklinde seçenekler halinde oluşturulmuştur.

Çalışmada ayrıca, dindarlığı ölçen ifadeler bulunmakta bu ifadeler literatür taranarak (Altunsu Sönmez, 2016; Yapıcı 2006; Karabağ, 2022; Kula, 2014) ve iki uzmanın görüşüne başvurulmuş oluşturulmuştur. Dindarlığın kutsalla kurulan içsel bir ilişki olması ve özneliği barındırması sebebiyle dindarlığın ölçülmesi zor olmasına rağmen, bu çalışmada daha çok dinin ritüeller yani formel ibadetleri, İslamın şartları ve Kur'an-ı Kerim'de mümin tiplerinin öne çıkan birkaç özelliklerinden yola çıkılarak ifadeler oluşturulmuştur. Oluşturulan ifadelerde seçenekler 5'li likert tipidir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde “İslami Finans Ürünleri Ölçeği” olup, OECD INFE (Finansal Eğitime Yönelik Uluslararası İşbirliği) tarafından geliştirilen ve farklı yaş gruplarından insanlara uygulanan dokuz tane soruyu içermektedir (OECD/INFE, 2011). Sorular, İslami finans ürünleri ile ilgili olup, 3'lü likert tipi (1= Yanlış, 2= Fikrim yok ve 3= Doğru) şeklindedir.

Çalışmanın son bölümde, “İslami Finans Prensipleri” ile ilgili çoktan seçmeli dört soru bulunmaktadır. Sırasıyla soruların cevapları, “katılım bankası kârı”, “başta anlaşılan orana göre”, “peşin alıp müşteriye satma” ve “300” olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada nicel çalışmada var olan durum ya da gerçekliğin olduğu gibi araştırılıp açıklandığı betimleyici araştırma olarak da anılan genel tarama modellerinden ilişki tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın desenine bağlı olarak sıralı-aralıklı ve karşılaştırmaz ölçek olan likert ölçeği kullanılmıştır. Veriler SPSS 22.0 programına girilerek ve tüm analizler bu programda yapılarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan analizler Levene testi sonucunda verilerin homojen dağılıp dağılmadığına göre karar verilerek yapılmıştır. “*” işaretli değişkenler Levene testi sonucunda non-parametrik analizler uygulanarak

Kruskal Wallis-H /Mann-Whitney U analizleri yapılmış, homojen dağılım sağlayan değişkenlere ise Anova ve t testi yapılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişki çıkan sonuçlara bağlı olarak etki değerini ölçmek için Cohen's d testi ve Eta karelerine bakılarak post hoc analiz sonuçlarına göre >,< işaretiyle kodlanarak gösterilmiştir. Çalışmada yapılan parametrik analizlerde post hoc analiz olarak Tukey non-parametrik testlerin ise Tamhane's uygulanmıştır. Çalışmada, İslami finans ürünlerine ilişkin bilgi düzeyi ile İslami finans prensipleri bölümlerinin yapısından kaynaklı açıklayıcı analizler yapılmıştır. Araştırmada, güvenilirliği ölçmek için Cronbach's Alpha analizleri yapılmıştır. Araştırmada kullanılan soru kümelerinin Cronbach's Alpha değerleri şöyledir: İslami Finans Prensipleri bölümü Cronbach's Alpha değeri 0,68 olması sebebiyle güvenilir düzeyde olduğu söylenebilir. Korku bölümü Cronbach's Alpha değeri 0,79, Dindarlık bölümü Cronbach's Alpha değeri 0,88, İslami Finans Ürünleri bölümü Cronbach's Alpha değeri 0,87 bulunmuştur. Anket formunda kullanılan Dindarlık, İslami Finans Ürünleri bölümlerinin ($0,80 < R^2 < 1,00$) yüksek güvenilirlikte olduğu görülmektedir.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evreni, Elazığ ilinde yaşayan ve İslam dinine mensup kişilerden oluşturulmuştur. Bu araştırmada örneklem, teorik örnekleme göre oluşturulmuştur. Amaçsal örneklemin bir türü olarak teorik örnekleme, araştırmacının uygun bulduğu birimler, kümeler ya da gruplar amaca göre belirlenmektedir. Örneklem büyüklüğü ise değişkenler arasındaki kategoriler ve ilişkiler belirlenene kadar devam ettirilmektedir (Lin, 1976: 158-159). Bu araştırmanın örnekleme ise, İslam dinine mensup olup dinin biçimsel ibadetlerini yüksek oranda yapan, kişilerden oluşturulmuştur. Bu kişilere ulaşmak amacıyla ilahiyat fakültesi öğrencilerine ve sivil olarak dini eğitimler alınan ve bu eğitimlere katılan katılımcılara ulaşılmıştır. Araştırmada hem yüz yüze basılı form hem de yüz yüze fakat dijital araçlar kullanılarak veriler toplanılmıştır. Araştırmada örneklem grubuna ait bilgiler Tablo 1'de n=202 sütununda bulunmaktadır.

4.3. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1'de katılımcıların demografik değişkenlere göre İslami finans ürünlerine ilişkin bilgi düzeyi ölçülmüştür.

Tablo 1. Örneklem Grubunun Demografik Değişkenlere Göre İslami Finans Ürünlerine İlişkin Bilgi Düzeyi Puanlarının Dağılımı ve Kruskal Wallis-H /Mann-Whitney U Analiz Sonuçları

	Değişkenler (n=202)	n	X ² ,±ss	Sig.	Z/t/F	P	Cohen's d/ η ² /fark
Cinsiyet	1.Kadın	129	18,36 ±2,04	0,011*	Z=-2,323	0,020	0,421
	2.Erkek	73	19,32 ± 2,49				
Medeni Durum	1.Evli	93	18,92±2,07	0,622	t=1,231	0,220	-
	2.Bekâr	109	18,53±2,40				
Eğitim	1.Ortaöğretim ve ↓	26	18,53 1,70	0,206	t=-,420	0,675	-
	2.Üniversite ↑	176	18,73 2,33				
Yaşamın sürdürüldüğü yer	1.Kırsal	42	18,52 2,52	0,477	t=-,607	0,544	-
	2.Kentsel	160	18,76 2,19				
Yaş Grubu	1.18-29	94	18,39±2,41	0,210	F=3,429	0,034	η ² = 0,033 fark=3>1
	2.30-49	85	18,78±1,89				
	3.50 ve üstü	23	19,73±2,52				
Gelir Biçimine Göre Meslek Dağılımı	1.Aylık geliri olan meslek	84	19,27±2,40	0,046*	χ ² =6,304	0,043	η ² =0,055 fark=1>3
	2.Gündelik geliri olan meslek	27	18,88±1,96				
	3.Hiç geliri olmayan	91	18,14±2,08				

Dindar Bireylerin Korku Biçimleri ile İslami Finans Prensipleri ve İslami Finans Ürünlerine İlişkin Bilgi Düzeyi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Aile Gelir Durumu	1.Asgari ücret ve altı	108	18,21±1,98	0,000*	$\chi^2=6,660$	0,036	$\eta^2=0,069$ fark=2>1
	2.5000-10000 arası	33	19,78±2,95				
	3.11000-20000 üstü	61	19,01±2,07				

* Levene test sonuçlarına göre Non-parametrik testler uygulanan değişkenler

Tablo 1’de katılımcıların İslami finans ürünleri ile demografik değişkenler incelendiğinde, cinsiyet ($p=0,02, p<0,05$), yaş ($p=0,03, p<0,05$), meslek ($p=0,04, p<0,05$) ve gelir durumu ($p=0,03, p<0,05$), değişkenleri arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Post hoc testlerinden Tukey/Tamhane’s sonuçları ve ortalamalara bakıldığında erkek ($\bar{x}=19,32$), aylık geliri olan mesleklerde çalışanların ($\bar{x}=19,27$), 50 ve yaş üzeri üstü olanlar ($\bar{x}=19,73$) ve maaşı 5000-10000 arası olan ($\bar{x}=19,78$) grupların daha yüksek İslami finans ürünleri bilgisine sahip olduğu görülmektedir. Cohen’s d değerine bakıldığında cinsiyetin etki değerinin orta büyüklükte olduğu; yaş, meslek ve ailenin gelir durumunun etki büyüklüğü oldukça düşük olduğu görülmüştür (≥ 0.5 :güçlü, ≥ 0.3 :orta düzey ve ≥ 0.1 zayıf) (Gliner, Morgan ve Leech, 2015:308; Yıldırım ve Yıldırım, 2011; Cohen, 1988).

Tablo 2. İslami Finans Ürünlerine İlişkin Bilgi Düzeyi ile Finansal İşlemlere Başlamadan Önce Fetva Alıp Almama, Fetva Alınan Kurum ve Yatırım Araçları Puanlarının Dağılımı ve Analiz Sonuçları

Değişkenler (n=202)	Kategoriler	n	(Ort.±SS)	Sig.	Analize	P
Fetva Alıp Almama Davranışı	Evet. Alırım.	134	18,61±2,39	0,492	t=-0,88	0,375
	Hayır. Almam.	68	18,91±1,99			
Fetva Alınan Kurum	Diyanet	119	18,50±2,20	0,013*	$\chi^2=2,493$	0,477
	Medrese	19	20,00±3,33			
	Cami İmamı	10	18,70±2,05			
	Fetva Almam	53	18,73±1,86			
Yatırım Araçları	Altın, Döviz	67	19,11±2,47	0,351	F=1,317	0,267
	Gayrimenkul	18	19,16±2,40			
	Yatırım Hesapları	25	18,58±1,41			
	Birikim yapmam	92	18,35 2,23			

* Levene test sonuçlarına göre Non-parametrik testler uygulanan değişkenler

Tablo 2’de, katılımcıların İslami finans ürünleri ile fetva alıp almama ($p=0,37, p>0,05$), fetva alınan kurum ($p=0,47, p>0,05$) ve yatırım araçları ($p=0,26, p>0,05$), arasında ilişki bulunmadığı görülmektedir. Araştırmada Tablo 2’deki ortalamaların birbirine oldukça yakın sonuçların çıkması ile katılımcıların yatırım aracı olarak bankacılık hizmetlerinden çok geleneksel yöntemleri tercih etmeleri anlamına gelebilir.

Tablo 3. İslami Finans Ürünlerine İlişkin Bilgi Düzeyi Tanımlayıcı İstatistikleri

İslami Finans Ürünleri	(Ort.±SS)	Doğru		Yanlış		Fikrim Yok	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Murabaha, malın maliyetinin müşteriye bildirilmeden üzerine kâr eklenerek satılması demektir.	1,99±0,47	22	10,9	24	11,9	156	77,2
Para peşin mal veresiye satım akdine selem denmektedir.	2,10±0,46	39	19,3	9	4,5	154	76,2
Sukuk, ticari bir varlığın menkul kıymetleştirilerek sertifikalar aracılığıyla satılmalıdır.	2,04±0,44	25	12,4	15	7,4	162	80,2
Mudarebe, bir taraftan sermaye, diğer taraftan işletme şeklindeki ortaklıklardır.	2,15±0,51	45	22,3	13	6,4	144	71,3
İslami sigortacılığın diğer adı tekâful sigortacılığıdır.	2,00±0,45	32	15,8	12	5,9	158	78,2
İslami sigortacılıkta primler gönüllülük esasına göre toplanmaktadır.	2,04±0,50	30	14,9	21	10,4	151	74,8

Müşareke sadece bir tarafın sermayeye katıldığı ortaklık türüdür.	1,99±0,45	20	9,9	21	10,4	161	79,7
Finansal kiralama, bir malın leasing şirketi tarafından alınıp, yatırımcıya bir dönem	2,16±0,46	41	20,3	8	4,0	153	75,7
İstisna', üretilmesi talep edilen ancak nitelikleri belli olmayan eserlerin satışı üzerine kurulan bir akitir.	2,06±0,44	27	13,4	14	6,9	161	79,7

Tablo 3 incelendiğinde, İslami finans ürünlerine ait ortalamalar $\bar{x}=2,16$ ile $\bar{x}=1,99$ arasında olduğu görülmektedir. “Doğru” seçeneğinin değerinin 3 olduğu “yanlış” seçeneğinin değerinin 1 olduğu düşünüldüğünde örneklem grubunun fikrim yok seçeneğinde yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Bu durum, örneklem grubunun İslami Finans ürünlerine ait bilginin yeterli olmadığını ve dindarlığın temel göstergesi olan hayatın her alanına nüfuz etme şartının sınırlılığını göstermektedir. Ekonomik etkinliklerin yaşamın önemli bir bölümünde etkili olmasına rağmen, sınırlı bilgi bunun için önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 4. İslami Finans Prensipleri İlişkin Soruların Cevap Dağılımı

Varsayalım ki 50.000 TL'ye katılım bankasından finansman sağlayarak bir araç satın alacaksınız. Bu işlem neticesinde taksitler halinde katılım bankasına 53.000 TL geri ödeyeceksiniz. (dosya masrafı vb. giderler hariç) Anapara üzeri ödeyeceğiniz bu miktarın mahiyeti sizce nedir?		
	Sayı	%
Faiz	96	47,5
Enflasyon Farkı	14	6,9
Komisyon	19	9,4
Katılım Bankası Kârı	23	11,4
Fikrim Yok	50	24,8
Düşünün ki 100.000 TL'niz var ve bu parayı yatırımcılık yönü çok kuvvetli olan ancak hiç sermayesi olmayan bir arkadaşınıza mudarebe akdi (bir kişinin sermaye diğer kişinin emek şeklinde ortak olduğu akit) çerçevesinde veriyorsunuz ve bu iş neticesinde kâr elde ediyorsunuz. Sizce bu kâr taraflar arasında ne şekilde dağıtılır?		
O günlük faiz oranına göre	15	7,4
Başta anlaşılan orana göre	88	43,6
Kârın tamamı işi yapanın olur	4	2,0
Kârın tamamı sermayedarın olur	5	2,5
Fikrim Yok	90	44,6
Katılım bankaları herhangi bir mala ihtiyaç duyan ancak malı almaya yeterli parası olmayan müşterisinin ihtiyacını gidermek için sizce aşağıdaki yöntemlerden hangisini uygulamaktadırlar?		
Hibe olarak vermektedir	5	2,5
Faizli kredi verme	25	12,4
Peşin alıp müşteriye vadeli satma	44	21,8
İhtiyaç kredisi verme	49	24,3
Fikrim yok	79	39,1
Varsayalım ki girişimci bir arkadaşınızla 10'ar bin lira ortaya koyarak ortak oluyorsunuz. Ancak işi arkadaşınız yürüttüğü için elde edilen kârın %30'u sizin, %70'i arkadaşınızın olması konusunda anlaşılıyorsunuz. Bir yıl sonunda 1.000 lira kâr elde ederseniz size düşen kâr miktarı kaç lira olur?		
100	8	4,0
70	15	7,4
700	10	5,0
300	127	62,9
Fikrim yok	42	20,8

Tablo 4'e göre, birinci sorunun cevabı “katılım bankası kârı” olup bu soruyu doğru cevaplayan kişi sayısı (n=23) kişidir. Bu soruya cevap verenlerin en yüksek olduğu cevap faizdir (n=96). Bu cevap, katılım

bankalarının İslami finans prensiplerine göre işlemediği inancının ve bilgisinin yüksekliğini göstermektedir. İkinci sorunun cevabı “başta anlaşılan orana göre” cevabı olup, doğru cevabı veren kişi sayısı 88’dir. Üçüncü sorunun doğru cevabı peşin alıp müşteriye satmak olup, bu soruya 44 kişi doğru cevap vermiştir. Katılımcıların ihtiyaç kredisi verme ve faizli kredi seçeneklerini seçmeleri, katılım bankalarının İslami finans prensiplerine göre işlemediği bilgisinin yaygınlığını göstermektedir. Dördüncü sorunun cevabı “300” olup, doğru cevap verenlerin sayısı (n=127) oldukça fazladır. Katılım bankalarının İslami finans prensiplerine göre işlemediği inancının bilgi eksikliği ile birlikte başka hangi faktörlerin etkisi altında olduğu başka bir çalışma konusu olarak incelenmesi gerektiği görülmektedir. Ayrıca, katılım bankacılığının yer aldığı pazarda İslami finans ürünlerinin yeterince tanıtılmadığı ve yer aldığı pazarla arasında güven sorunu olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 5. İslami Finans Ürünleri Bilgisi ile Korku Biçimleri Analiz Sonuçları

Değişkenler	Kategoriler (n=202)	n	$\bar{X} \pm SS$	Sig.	F=	P	η^2
Eleştirilme Korkusu	1.Hiçbir Zaman	87	18,66±1,93	0,366	2,961	0,564	-
	2.Nadiren	42	19,23±2,46				
	3.Bazen	60	18,61±2,38				
	4.Sık Sık	5	16,80±4,54				
	5.Her zaman	8	18,37±1,06				
Alay Edilme Korkusu	1.Hiçbir Zaman	89	18,76±2,17	0,884	0,408	0,982	-
	2.Nadiren	41	18,60±2,10				
	3.Bazen	42	18,83±2,43				
	4.Sık Sık	7	18,83±2,43				
	5.Her zaman	23	18,43±2,80				
Yalnızlık Korkusu	1.Hiçbir Zaman	82	18,84±2,33	0,508	2,849	0,583	-
	2.Nadiren	44	18,72±2,79				
	3.Bazen	42	18,45±1,79				
	4.Sık Sık	15	19,00±2,26				
	5.Her zaman	19	18,47±1,50				
Cezalandırılma Korkusu	1.Hiçbir Zaman	73	18,83±2,02	0,724	2,539	0,638	-
	2.Nadiren	49	18,65±3,09				
	3.Bazen	51	18,47±1,56				
	4.Sık Sık	6	18,83±1,16				
	5.Her zaman	23	18,95±2,53				
Yeni Bir Şey Yapma Korkusu	1.Hiçbir Zaman	93	18,94±2,30	0,172	4,186	0,381	-
	2.Nadiren	48	18,52±2,21				
	3.Bazen	43	18,74±2,45				
	4.Sık Sık	9	17,66±1,00				
	5.Her zaman	9	18,22±1,92				
İş Bulma Korkusu	1.Hiçbir Zaman	71	18,92±2,33	0,619	2,945	0,567	-
	2.Nadiren	31	18,74±2,39				
	3.Bazen	33	18,57±1,54				
	4.Sık Sık	18	19,27±2,65				
	5.Her zaman	49	18,26±2,33				
Aç Kalmak Korkusu	1.Hiçbir Zaman	106	18,69±2,12	0,114	2,432	0,657	-
	2.Nadiren	30	18,96±2,53				
	3.Bazen	27	19,22±2,53				
	4.Sık Sık	13	18,69±2,39				
	5.Her zaman	26	17,96±2,08				
Hasta Olmak Korkusu	1.Hiçbir Zaman	36	19,05±1,98	0,899	2,233	0,693	-
	2.Nadiren	41	18,68±2,81				
	3.Bazen	52	18,75±1,90				

	4.Sık Sık	24	18,66±2,25				
	5.Her zaman	49	18,46±2,34				
Ölmek Korkusu	1.Hiçbir Zaman	55	19,14±2,18	0,018 *	X ² =8, 515	0,004	0,050 1>4
	2.Nadiren	31	19,43±2,73				
	3.Bazen	52	18,42±2,49				
	4.Sık Sık	16	17,93±0,77				
	5.Her zaman	48	18,29±1,90				

* Levene test sonuçlarına göre Non-parametrik testler uygulanan değişkenler

Tablo 5'te İslami finans ürünleri ile sadece ölüm korkusu ($p=0,04$, $p<0,05$) arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tamhane post hoc analiz sonuçlarına göre, ölüm korkusunu hiçbir zaman yaşamayan kişilerin ve ölüm korkusu sık sık yaşayan kişilerden daha yüksek İslami Finans ürünleri bilgisine sahip olduğu görülmektedir. Genel olarak tablo ortalamaları incelendiğinde, yalnızlık korkusunu sık sık yaşayanlar ($\bar{x}=19,00$) haricinde genellikle korku düzeyi düşük kişilerin daha yüksek ortalaması bulunmaktadır. Oldukça dikkat çekici olan ölüm korkusu arttıkça, İslami finans ürünlerine ait bilginin azlığıdır. Bu sonuç ölüm korkusunun artmasıyla dünyevi olarak görülen para kazanma ve bunun yollarını öğrenme amaçlı bilgiyi gereksiz olarak görmek ile açıklanabilir. Fakat din ve dindarlığın ölüm korkusunu azaltacak bir faktör olarak çok çelişkili sonuçları olsa dahi, genel kabul dindarlığın ölüm korkusu/kaygısını azaltacak bir işlevi olduğu yönündedir (Alparlan, 536). Sonuçlar bu şekilde değerlendirildiğinde, dindarlık düzeyinin yüksekliğinin ölüm korkusunu azaltıcı ve İslami finans bilgisini artırıcı etkisi olduğuyla yordandır.

Çalışmada ayrıca, İslami finans ürünlerine ilişkin bilgi düzeyi ile dindarlık arasında ise basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 6'da korku biçimleri, dindarlık, İslami finans prensipleri değişkenlerinin regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 6. Dindarlık, İslami Finans Ürünleri Değişkenlerinin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Std. H.	β	T	P
Sabit	15,608	1,108		14,087	,000
Dindarlık	,066	,023	,196	2,830	,005
$r=0,196$		R ² =0,039			
F (1,200)= 8,010		P=,005			

Tablo 6 incelendiğinde, dindarlık ile İslami finans ürünleri arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dindarlığın İslami finans ürünleri bilgisini ne kadar etkilediği basit doğrusal regresyon analizi yapılarak verilmiştir. Pearson korelasyon analizinde iki değişken arasında ($r=196$) anlamlı pozitif düşük bir ilişki olduğunu göstermektedir. Regresyon analizi sonucuna göre model anlamlı bulunmuştur ($F=8,010$; $p=0,00$). Düzeltilmiş R2 modelin genellenebilirliğini göstermektedir. Oluşturulan model toplam varyansın % 03'ünü açıklamaktadır. Başka bir ifadeyle, İslami finans ürünlerine ilişkin bilginin % 03'ü dindarlıkla açıklanabilir.

5. Sonuç

Geleneksel olarak tanımlandığında finans, tüketim, tasarruf (ekonomik sisteme dâhil edilen) ve gelecekte kazanç sağlamak amacıyla fonların mal ve hizmet üretiminin dışında başka alanlara yapılan yatırım olarak tanımlanmaktadır (Ahmetoğulları, 2021: 7). İslami finans ise, finans sistemi olarak bir ekonomik kılavuzun ötesinde ahlaki ve manevi değerleri de kapsayan bir bütündür. Dolayısıyla, İslami finansal sistemde

gerçekleşen tüm finansal işlemler ahlaki ve manevi değerler göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmektedir. Bu ahlaki ve manevi değerler sosyal etkisi bakımından İslam dini dağıtımcı adalete vurgu yaparak dağıtım değerlerinin en üst sıralarına bırakır. Günümüzün finans sektörünün aksine bu değerleri ve ahlakı barındıran finansal sistemin, yapılan araştırmalarda, geleneksel finansal uygulamalar (Kur'an-ı Kerim'de yasaklanan faiz, garar ve meysir gibi) olmadan bir ekonominin ve finans sisteminin verimli, istikrarlı ve büyüme odaklı olabileceğini göstermiştir (Ali, 2017: 13).

Bu çalışmada yer alan örneklem grubunun İslami finans ürünleri ile demografik değişkenler açısından incelenmesi sonucu, cinsiyet ($p=0,02$, $p<0,05$), yaş ($p=0,03$, $p<0,05$), meslek ($p=0,04$, $p<0,05$) ve gelir durumu ($p=0,03$, $p<0,05$) değişkenleri arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fakat, cinsiyetin etki değerinin orta büyüklükte olduğu, yaş, meslek ve ailenin gelir durumunun etki büyüklüğü oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, "H_{1c}: İslami finans prensipleri ve ürünleri bilgisine vakıf olma ile demografik değişkenler arasında anlamlı ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Çalışmada cinsiyet değişkeninin etki değerinin orta büyüklükte olması toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkili yordanabilir. Toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı olarak kadının ekonomik etkinliklere katılımının ikincil konumda olması (Afşar ve Ögrekçi, 2015: 85) İslami finans ürünlerinin bilgi eksikliğinde de görülmektedir. ABD'de yapılan araştırmalarda orta ve düşük gelirli ailelerin banka hesaplarının olmayışının sıklıkla görüldüğü ve yaş, eğitim seviyesi, etnik köken, gelir, işyerindeki statü ile finansal ürünlerin kullanımı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Sarıgül, 2015: 88; Narain, 2009). Bu çalışmada ise, genç yaş grubunun, gelir düzeyi asgari ücretin bir üstü olan grubun ve aylık gelire çalışan grubun İslami finans ürünlerinin bilgisine en yüksek ortalamayla sahip olması sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç, kazancın yetersizliği ve yeni para kazanma yollarının öğrenilmesi motivasyonu ile açıklanabilir. Çalışmanın bu sonucu, Galor ve Zeire'nin (1993) çalışmasında vurgulanan alt gelir grubunun gelir seviyesini yükseltmek için finansal derinleşme ve bankacılık bilgisine sahip olma vurgusu ile tutarlıdır.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulguya göre, İslami finans ürünleri ile özellikle toplumsallaştırmada kullanılan korku biçimleri tercih edilmiştir. Korku duygusu bireyin toplumsallaştırılmasında bir uyum aracı (Eren, 2005:4) olup ölüm korkusu ise insan hayatının merkezinde olan, inananlar için yaratıcı ile arasındaki ilişkinin sonucunda biçimlenen bir duygudur (Çınar, 2016:323). Araştırmanın sonuçları arasında İslami finans ürünleri ile korku biçimlerinden sadece ölüm korkusu ($p=0,03$, $p<0,05$) arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer korku biçimleri ile İslami finans ürünleri arasında ilişki anlamsız bulunduğu için, "H_{1a}: Korku Biçimleri ile İslami finans ürünleri bilgisine vakıf olma arasında anlamlı ilişki vardır" hipotezi reddedilmiştir. Albarracin ve Shavitt (2017), korkunun tutum, davranış ve niyet üzerindeki değişikliği üzerine yaptıkları araştırmalarında, finansal kararlar üzerinden verilmiş mesajların ortalama bir değişim gösterdiği tespit etmiştir. Bu sonuç, çalışmanın sonucuyla eşleşmemektedir.

Öte yandan çalışmada, katılımcıların dindarlık düzeyleri ile İslami finans ürünleri bilgisine vakıf olmaları arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre, çalışmanın bir diğer hipotezi olan "H_{1b}: Dindarlık ile İslami finans ürünleri bilgisine vakıf olma arasında anlamlı ilişki vardır", kabul edilmiştir. Din, bireylerin düşünce biçiminden, duygularına, ahlaki kurallara, sanatsal yaklaşımlara, iktisadi yapılara kadar gündelik yaşamı tamamıyla kuşatmaktadır. Sosyal gerçekliğin bütün alanlarını tesiri altına almaktadır (Kars, 2023:89). Dolayısıyla araştırmanın bu sonucuyla bu sav birbirini desteklemektedir.

Çalışmada son olarak, katılımcıların İslami finans ürünleri ile fetva alıp almama ($p=0,37$, $p>0,05$), fetva alınan kurum ($p=0,47$, $p>0,05$) ve yatırım araçları ($p=0,26$, $p>0,05$), arasında ilişki bulunmadığı görülmektedir. Bu

sonuca dayanarak, “H_{1d}: İslami finans prensipleri ve ürünleri bilgisine vakıf olma ile yatırım aracı seçme arasında anlamlı ilişki vardır” hipotezi reddedilmiştir. Dindar bireylerin eylemlerini dinin belirlediği sınırlar içerisinde gerçekleştirebilmesi için danıştıkları yerler oldukça çeşitlidir. Diyanet İşleri Başkanlığının Türkiye’de (2014) yapmış olduğu çalışmada dini nitelikli konuları, örneklem grubunun %65,6’sı dini bilgisi olan yakın çevresine, %58,9’u din görevlisine %12,6’sı televizyonda dini program yapanlara %4,5’i Alo Fetva Hattına danıştığı ve %4,3’ünün ise dini nitelikli konuları danışma ihtiyacı duymadığı görülmüştür. (DİB, 2013:32). Yapılan bu çalışmanın sonuçlarında ise fetva alınan kurum olarak Diyanet daha çok tercih edildiği bulunmuştur. Bu sonuçların neticesinde hem fetva alma oranının yüksekliği hem de fetva alınan kurumun Diyanet olmasına rağmen İslami finans ürünleri bilgisi ile bu değişkenler arasında ilişkini çıkarmaması bu ürünlere duyulan güvensizlikten kaynaklı olarak yatırım aracı olarak İslami finans ürünlerine yaklaşılmaması şeklinde yordanabilir.

Temelinde bilgi, deneyim ve motivasyonun örgütlenerek (Tabak, 2003: 69) duygu, biliş ve davranış boyutlarıyla bireysel, toplumsal ve kültürel düzeyde algıyı, düşünceyi ve davranışı etkileyen (Haugtvedt ve Kasmer, 2008) tutumlar, kişinin dine yaklaşımının olumlu ya da olumsuz oluşu ile duygu, düşünce ve davranışlar bütünü etkileyebilmektedir (Akot, 2020). Kişilerin tutumları arasında tutarlılık beklenir ve bir şeye karşı bildikleri onun eğiliminin olumlu ya da olumsuz olmasını etkilerken duygusal eğilimini ve davranışını da etkilemektedir. Pazarlamada tüketicilerde tutum geliştirme sürecinde önce bilişsel bileşende değişim oluşturularak tutum oluşturulur (Odabaşı ve Barış, 2002: 160-161). Bilişsel tepki modeline göre kişi yeni bir bilgi ile ikna edilmeye çalışıldığında var olan tutumun bilgi, duygu boyutlarıyla ilişkilendirme başlar (Odabaşı ve Barış, 2002; Cialdini vd. 1981; Greenwald, 1968). Var olan tutumun gücüne göre değişiklik için strateji modelleri seçilmelidir. Güçlü ve tutarlı olan tutumlar davranışlara yön vermesi oldukça kuvvetlidir. Dindar kişiler düşünüldüğünde tutumların kuvveti ve mensubu olduğu dinin kişinin hayatına ve davranışlarına yön vermesi ile sonuçlanır (Kavas, 2013: 3). İslam dininde helal sayılan İslami finans sektöründe olan yatırım araçlarının bilgisi dindar kişilere verildiği takdirde tutum değişikliğinin gerçekleşeceği ve İslami finans ürünlerine kişilerin önyargılı olmadan yaklaşılması umulmaktadır. Aktürk’ün (2021) yapmış olduğu çalışmada İslami finans ürünlerine, işleyişiyle ilgili bilginin eksikliği sonucunda bu kurumlara güvenin oluşmadığına vurgu yapmıştır. Aynı şekilde T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, Türkiye Hanehalkı Finansal Algı ve Tutum Araştırması sonuçlarına göre, insanların katılım bankalarıyla çalışmamasının sebepleri arasında söz konusu bankaların İslami kurallara göre çalışmadıklarını düşünmeleri, İslami kurallara uymak kaydıyla diğer bankalar da katılım bankacılığı alanında çalışabilir olmaları, ve faiz ve kâr payını aynı olarak düşünmeleri tespit edilmiştir. Katılım bankaları hakkında bilgi sahibi olan ve bu bankalarda hesabı olan grubun hesap açma nedenleri bankaların güvenilirliği (%50) ve % faizsiz sistem (%30) olarak gösterilmiştir. Öte yandan bu bankalarda hesabı olan katılımcıların %25’i bankasının yenilikçi olmadığını ifade ederken, %21’i getirisinin az olduğunu ve %15’i ise bu bankaların diğer bankalar gibi faiz verdiğini öne sürmüştür. Bu verilere bakıldığında, İslami finans olarak adlandırılan sistemin içinde olanların da bilgi eksikliği olduğu görülmektedir.

Dinin tüm yaşamı boşluk bırakmadan kuşatıcılığı ve yön verici rolü düşünüldüğünde ve modern hayatın yaşamın büyük bir bölümünü ussallaştırdığı (Giddens, 2012: 53) iddia edilmesine rağmen, yapılan araştırmalarda hisse senedi piyasalarına mevsimlerin veya dini ritüel veya kutlamaların etkisi kanıtlanmıştır (Yılmaz, 2022: 244). Bundan dolayı finans sektöründe din ve dine ait olan değerler, ritüeller ihmal edilmeden pazar olarak bu grupların kabul edebileceği değerleriyle örtüşen finans araçları ve bilgisi tüketicilerle buluşturulmalıdır.

Kaynakça

- Abdul Rahim, S. H., Abdul Rashid, R., & Hamed, A. B. (2016). Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7), 32-35.
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Idris, I. & Dastgir, S. (2021). Islamic bank trust: The roles of religiosity, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 10.1108/APJML-10-2020-0715.
- Ahmetoğulları, K. (2021). *İslami davranışsal finans: Teoriden pratiğe yeni bir paradigma*. Ankara, İKSAD Yayınevi.
- Afşar, B., & Öğrekçi, S. (2015). Tarihsel süreçte kadının gelişimi ve ekonomideki rolü: Toplayıcı kadından günümüz kadınına dönüşüm. *Selçuk Üniversitesi SBMYO Dergisi*, 17(1), 65-86.
- Akot, B. (2020). *Kavram atlası din psikolojisi II*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktürk, H. (2021). İslami finans ile finansın islamleştirilmesi arasında Türkiye’de faizsiz finans kurumlarına güven problemi. *EKEV Akademi Dergisi*, 88, 159-178.
- Ali, S. N. (2017). Moving towards community driven Islamic finance. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, 7(1), 11–27. <https://doi.org/10.26501/jibm/2017.0701-002>
- Alparslan, K. (2022). Ölüm kaygısı ve dindarlık arasındaki ilişki üzerine bir değerlendirme. *Dini Araştırmalar* 25(63), 529-552. <http://doi.org.10.15745/da.1171650>
- Altunsu, Ö. S. (2016). Dindarlığın Ölçülebilirliği Üzerine Geliştirilen Dindarlık Ölçekleri.» *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36, 557-578.
- Aron R.(2000). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, K. Alemdar (Çev.). Ankara:Bilgi
- Arslan, Hasan. Dini tutumlar ve kalkınma. *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1).
- Arzova, S. B., Şahin, B. Ş. (2019). Tarımın finansmanında selem yöntemi ve muhasebe kayıtları. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 3(7), 32-47.
- Başaran, H. A. (2016). Spinoza’da korku duygusu üzerine bir inceleme, *Dört Öge*, 4(9).
- Berger, Peter L. (1996/97), Secularism in Retreat, *National Interest*, 3-12.
- Biplob, H., & Abdullah, M. F. (2019). The importance of Islamic financial literacy for Muslims: A general review. *Islam and Civilisational Renewal*, 10(1), 106-117.
- Bükey, A.M. & Akgül, O. (2021), Finansal derinleşmenin gelir dağılımına etkisi: BRICS-T örneği, *Sosyoekonomi*, 29(47), 301-318.
- Canbaz, M. F. & Erden, A. (2020). Katılım bankalarında mudarebe finansmanını engelleyen faktörler. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4) , 646-658. DOI: 10.29106/fesa.795368
- Cirhinlioğlu, Z., & Cirhinlioğlu, F. (2010). Modern toplumda din, *Demokrasi Platformu*, 6(21).
- Cohen J. (1988). *The analysis of variance. In Statistical power analysis for the behavioral sciences* (second ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cüceloğlu, D. (2020). Öğretmenim Bir Bakar Mısın?: Öğretmen’in Gücü Üzerine. İstanbul: Final Kültür Sanat Yayınları.
- Çınar, M. (2016). Tanrı’ya bağlanma tarzı ve ölüm kaygısı ilişkisi üzerine bir araştırma, *İLTED*, 1(45), 313-338

- Diyanet İşleri Başkanlığı (2014). *Türkiye’de dini hayat araştırması*. DİB:Ankara
- Duhm, D. (2002). *Kapitalizmde korku*. S. Sölçün (Çev.). Ankara: Ayraç
- Durmuş, A. (2010), Modern bir finansal araç olarak sukuk ve fıkhi açıdan tahlili. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 16, 141-156.
- Durmuş, M. E., & Yardımcıoğlu, F. (2018). İlahiyat öğrencileri ne kadar İslami finans okuryazarı?. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 167-183.
- Düzenli, T.(2019). Kur’ân’da “korku” kavramı ve dini iletişim yoluyla tutum değişimine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 12(64), 946-956.
- Eren, A. (2005). Korku kültürü, değerler kültürü ve şiddet. *Aile ve Toplum*. Yıl. 7, 2(9) Ocak-Mart
- Ersin, İ. (2018). *İslami finans*. (Ed) Hasan Dinçer - Serhat Yüksel Finansal İktisat. Ankara:Orion
- Freyer, H. (1957). *Sosyolojiye giriş*, N. A. Unat (Çev). Ankara:AÜ
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior*. AddisonWesley Publishing Company
- Fromm, E. (1996). *Özgürlükten kaçış*. Ş. Yeğin (Çev.). İstanbul:Payel
- Furedi, F. (2014). *Korku kültürü*. B. Yıldırım (Çev.). İstanbul:Ayrıntı
- Galor, O., Zeira, J. (1993). Income distribution and macroeconomics. *The Review of Economic Studies*, 60, 35-52. <https://doi.org/10.2307/2297811>
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin sonuçları*. E. Kuşdil (Çev.). İstanbul:Ayrıntı
- Gliner, J.A., Morgan, G.A. & Leech, N.L. (2015). *Uygulamada araştırma yöntemleri: Desen ve analizi bütünleştiren yaklaşım* (Çev. : Volkan Bayar, Çev. Ed.: Selahattin Turan). Ankara: Nobel.
- Güler, A. (2004). Türk eğitim sisteminde korku kültürü ve disiplin sorunu, *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, 6-9 Temmuz 2004 İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Haughtvedt, C. P. & Kasmer, J. A. (2008). *Attitude change and persuasion*. In *handbook of consumer psychology*, (Eds.) Haughtvedt, C. P, Herr, P. M. & Kardes, F. R., Newyork: Lawrence Erlbaum Associates.
- Haynes, Jeff (1998), *Religion in global politics*, London: Longman.
- Hesse, H., Jobst, A. A., & Sole, J. (2008). Trends and challenges in Islamic Finance. *World Economics*, 9(2), 175-193.
- Johnson, B., Martinez-Berman, L., & Curley, C. (2022). *Formation of attitudes: How people (wittingly or unwittingly) develop their viewpoints*. Oxford Research Encyclopedia of Psychology. <https://oxfordre.com/psychology/view/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-812>.
- Irman, M., & Fadrul, F. (2018). Analisis pengaruh jesis kelamin, IPK, dan pengalaman kerja terhadap tingkat financial literacy. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 2(1), 41-56.
- Karabağ, R. (2022). Bireysel ve toplumsal hayatta dindarlık ölçeği’nin geliştirilmesi ve psikometrik özellikleri . *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* , 52, 76-106.
- Karaoğlu, S. (2020). İslami finans literatürünün retrospektifi: Geçmiş ve gelecek öngörülerini üzerine bibliyometrik bir analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(39), 1088-1106 DOI: <https://doi.org/10.46928/iticusbe.769048>

- Kars, F. (2023) Türkiye’de din içerikli gündelik hayat çalışmaları. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 58, 84-117
- Kavas, E. (2013). Demografik değişkenlere göre dini tutum. *Akademik Bakış*, 38, 1-20.
- Kavşut, M. S. (2011). *İnsan: Teolojik Antropoloji, Mâturîdî’nin Düşünce Dünyası*, (ed.) Şaban Ali Düzgün, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay.
- Kayaoğlu A. (2019). *Sosyal psikoloji I*. Eskişehir:Anadolu Üniversitesi
- Kazancı, F. (2021). Katılım bankacılığı ihracat finansmanında murabaha yöntemi uygulamaları. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 7(1), 175-199.
- Kevser, M., & Doğan, M. (2021). Islamic financial literacy and its determinants: A field study on Turkey. *Journal Transition Studies Review*, 28(1), 91-120.
- Koç, E. (2007). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım*. Ankara: Seçkin
- Kula, N. (2014). Kur’an-ı Kerim’deki mümin tiplerini çerçevesinde islami dindarlık ölçeği oluşturma üzerine teorik yaklaşım. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 1, no. 1, 219-252.
- Kuzulu, Ö. (2023). Homo İslamicus ve İslam ekonomisinde yansımaları. *TroyAcademy*, 8(2), 235-261. <https://doi.org/10.31454/troyacademy.1241585>
- Lin, N. (1976). *Foundations of Social Research*. McGraw-Hill: USA.
- McKillup, S. (2012). *Statistics explained: An introductory guide for life scientists* (Second edition). United States: Cambridge University Press
- Marshall, Gordon (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat
- Mevdudi (1992). *Gelin bu dünyayı değiştirelim*. İstanbul:İnkılab
- Nugroho, L., Badaw, A., Hdayah, N. & Ahmad, N. A. (2020). Snapshot in customer deposit of Islamic bank (religion, age, and gender) as the reflection of Pancasila (Five Principles of Indonesia), *Journal of Research In Business*, 5(1), 74-95.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2002) Tüketici davranışı. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Özcan, E. & Arıkan, N. (2024). Cultural diversity and sport attitudes: A research on foreign national secondary school students. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 10(4), 471-476. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13118707>
- Patrisia, D., Abror, A., Dastgir, S. & Rahayu, R. (2023). Generation Z’s financial behaviour: The role of Islamic financial literacy. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 15, 20-37. [10.55188/ijif.v15i2.540](https://doi.org/10.55188/ijif.v15i2.540).
- Polat, A. (2009) *Katılım bankacılığı: Dünya uygulamalarına ilişkin sorunlar-fırsatlar; Türkiye için projeksiyonlar*. A. Yabancı, (Ed.), Finansal Yenilik ve Açılımları ile Katılım Bankacılığı içinde (77-117) İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayın No:1, s.93
- Ritzer G. (2011). *Sociology theory*. McGraw-Hill Higher Education:USA
- Samar, M. (2021). Türkiye’de katılım sigortacılığı (tekâful) literatürü. *İlahiyat Akademi*, 97-122. <https://doi.org/10.52886/ilak.930165>
- Setyowati, A., Harmadi, H. & Sunarjanto, S. (2018). Islamic financial literacy and personal financial planning: A socio-demographic study. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22. [10.26905/jkdp.v22i1.1625](https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i1.1625)
- Seyyid, K. (1991). *Faiz*. C. Tayyar (Çev.) İstanbul:İslamoğlu

- Sezgin, A. G. (2003). Eşanlamlılık bağlamında Kur'ân'da korku ifade eden kelimeler üzerine analitik bir değerlendirme, *İslâmi Araştırmalar Dergisi*, 16(1), 38-62.
- S&P Global Ratings. (2023). *Islamic finance 2021-2022: Toward sustainable growth*. <https://www.spglobal.com/ratings/en/research/articles/210503-islamic-finance-2021-2022-toward-sustainable-growth-11933944>; Erişim Tarihi: 06.10.2023
- Şeyranlıoğlu, O., & Karavardar, A. (2019) Katılım bankacılığında selem finansman yöntemine dayalı bir model önerisi. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 14(2).
- Tarver, E. (2023). *Islamic banking and finance definition: History and example*. <https://www.investopedia.com/terms/i/islamicbanking.asp#>; Erişim Tarihi: 08.10.2023
- Taşar, S. A. (2023). TMS1 ve FFMS1 muhasebe standartlarının karşılaştırılması ve katılım bankaları açısından değerlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(1), 371-382.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi (2021). *Türkiye hanehalkı finansal algı ve tutum araştırması* <https://www.cbfo.gov.tr/sites/default/files/docs/2021>
- Tekin, M. (2023). Postmodern dinselilikler. *UMDE Dini Tetkikler Dergisi*, 6(2), 241-260. <https://doi.org/10.54122/umde.1379969>.
- Tabak, R. S. (2003). *Sağlık iletişimi*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Terzi, A. (2013). Katılım bankacılığı: Kitaba uymak mı, kitabına uydurmak mı?. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ksbd/issue/16222/169887>
- Türk, N. (2019). Kur'ân ışığında korku ve etkileri. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19(1).
- Weber, M. (1997). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu*. Z. Gürtaata (Çev.) Ankara: Ayraç
- Wilcox, R. R. (2012). *Modern Statistics For The Social And Behavioral Sciences: A Practical Introduction*. United States: Chapman & Hall/CRC Press.
- Yapıcı, A..(2006). Yeni bir dindarlık ölçeği ve üniversiteli gençlerin dinin etkisini hissetme düzeyi. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 6,1, 65-115.
- Yazman, İ. (1964). Mecelle hukukunda selem akdi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21, 281-307.
- Yıldırım, H., & Yıldırım, S. (2011). *Hipotez testi, güven aralığı, etki büyüklüğü ve merkezi olmayan olasılık dağılımları üzerine*. İlköğretim Online. 10, 1112-23.
- Yılmaz, E. (2014). Yeni bir finansal araç olarak sukuk: Çeşitleri, Türkiye uygulaması ve vergilendirilmesi . *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 61, 81-100. DOI: 10.25095/mufad.396451
- Yılmaz, C. (2022) *Mayıs ayı satış (cadılar bayramı) etkisinin finansal risk isteksizliği bağlamında incelenmesi: Borsa İstanbul'dan kanıtlar*, Y. B. Kavas, k. Ahmetoğulları (ed.) Davranışsal Finans Perspektifinde Finansal Risk-Teoriler ve Uygulamalar, 234-256.
- Yılmaz, M. (2020). *Türkiye 'de İslami finansın gelişimi ve hukuki yapısı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bingöl Üniversitesi, Bingöl.