

Künye:

Sayı: 54
Yıl: 2025
Sayfa: 285-313

 Hakkı KARAŞAHİN^{a*}
 Yusuf Ziya AKGÜN^b

^a Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi
Üniversitesi,
hakkikarasahin@gmail.com
^b Arş. Gör., İzmir Kâtip Çelebi
Üniversitesi,
yusufziya.akgun@ikc.edu.tr

* Sorumlu Yazar

Geliş Tarihi: 03.05.2025
Kabul Tarihi: 29.08.2025
Yayın Tarihi: 31.10.2025

Atıf:

Hakkı KARAŞAHİN & Yusuf Ziya
AKGÜN, (2025). Katılım
Bankacılığının Boyutları Üzerine Bir
Din Sosyolojisi Araştırması.
bilimname, 54, 285-313.
<https://doi.org/10.28949/bilimname.1690475>

Screened by



Except where otherwise noted, content
in this article is licensed under a
Creative Commons 4.0 International
license. Icons by Font Awesome.

Katılım Bankacılığının Boyutları Üzerine Bir Din Sosyolojisi Araştırması

Öz

Bu araştırmanın amacı, katılım bankacılığının imaj, din, tercih ve ekonomi boyutlarına yönelik tutumların din sosyolojisi perspektifinden analiz edilmesidir. Din sosyolojisi geleneğinin din ve ekonomi ilişkisine yönelik teori ve uygulamaya dayalı mirası, bu araştırmaya duyulan ilginin ve gereksinimin temel belirleyicisidir. Zira, din sosyolojisi bir disiplin olarak tesis edildiğinden itibaren, din ve ekonomi kurumlarının karşılıklı ilişkisini hem kurumsal hem de bireysel ölçekte temel araştırma problemi edinmiştir. Bu araştırmada, söz konusu geleneğe bağlı olarak katılım bankacılığına ilişkin tutumlar temel problem alanı olarak belirlenmiştir. Araştırmada veriler, anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini İzmir’de katılım bankacılığı müşterisi olan 321 kişi oluşturmaktadır. Örneklem üzerine imaj, din, ekonomi ve tercih boyutlarından oluşan katılım bankacılığı ölçeği uygulanmıştır. Katılımcıların, katılım bankacılığının boyutlarına ilişkin tutumları, frekans dağılımı ve aritmetik puan ortalama testleriyle analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, katılım bankacılığına yönelik tutumların kendi içerisinde bir dizi zıtlığı barındırdığını ortaya koymuştur. Katılımcıların hemen hemen yarısından fazlası katılım bankacılığına yönelik olumlu tutum düzeyinde olsa da azımsanamayacak düzeyde olumsuz tutumlar da kendisini göstermektedir. Konvansiyonel bankacılık ve faize karşı bazı kesimlerin gösterdiği direnç, bu kurumlara yönelik tutumları olumlu yönde etkilemiştir. Araştırmada nihai olarak katılım bankacılığı ile din ilişkileri arasında üçlü bir yapının var olduğu tespit edilmiştir. Bu yapılar, katılım bankacılığı ile dini inançları “uzlaştırma”, “meşruiyet” ve katılım bankacılığının dini inançlar ile uygunluğu konusunda “kararsızlık” yaşama şeklinde tasnif edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Din sosyolojisi, Katılım Bankacılığı, İmaj Boyutu, Din Boyutu, Ekonomi Boyutu, Tercih Boyutu.



Sociology of Religion Research on the Dimensions of Participation Banking

Abstract

The aim of this research is to analyze attitudes towards the image, religion, preference and economy dimensions of participation banking from the perspective of sociology of religion. The theoretical and practical legacy of the sociology of religion regarding the relationship between religion and economy drives the interest and need for this research. Since the establishment of the discipline of sociology of religion, the interrelationship between religion and economic institutions has been a fundamental research problem at both the institutional and individual levels. In this research, attitudes towards participation banking have been determined as the main problem area depending on the aforementioned tradition. In the research, data were collected using the questionnaire technique. The sample of the study consists of 321 people who are participation banking customers in Izmir. Participation banking scale consisting of image, religion, economy and preference dimensions was applied to the sample. Participants' attitudes towards the dimensions of participation banking were analyzed using frequency distribution and arithmetic score mean tests. The findings of the study revealed that attitudes towards participation banking contain a series of contradictions.

Although almost more than half of the participants have positive attitudes towards participation banking, there is also a significant level of negative attitudes. The resistance shown by some segments against conventional banking and interest has positively affected attitudes towards these institutions. In the study, it was finally determined that there is a triple structure between participation banking and religion. These structures are classified as “reconciliation” between participation banking and religious beliefs, ‘legitimacy’ and “uncertainty” about the compatibility of participation banking with religious beliefs.

[The English Extended Abstract is available at the end of the article.]

Keywords: Sociology of Religion, Participation Banking, Image Dimension, Religion Dimension, Economy Dimension, Preference Dimension.



Giriş

Bu araştırmanın merkezi ilgisini katılım bankacılığına yönelik tutumların din sosyolojisi perspektifinden incelenmesi oluşturmaktadır. Genelde sosyoloji özelde ise din sosyolojisi bir disiplin olarak tesis edildiğinden itibaren din, ekonomi ve toplum arasındaki ilişkisellik temel problem alanlarından biri olagelmıştır. Zira din sosyolojisinin araştırma pratiğini din fenomeni ile bu fenomenin toplumsal gerçeklikteki çeşitli kurumlarla etkileşimi, etki-tepkileri ve yansımaları oluşturmaktadır(Johnstone, 2016, s. 20). Din fenomeni ile toplumsal kurumlar arasındaki ilişkinin bu disiplinin temel konusu olması nedeniyle bu etkileşimi analiz etmek, anlamak ve açıklamak için bir dizi teorik inşa ve kavram setleri geliştirilmiştir. Özellikle din ve ekonomi kurumları arasındaki ilişki, klasik din sosyolojisi geleneğinden günümüze kadar din sosyolojisi araştırma pratiğinin temel konu ve problem sahalarından biri olmayı sürdürmüştür. Bu iki kurum arasındaki ilişkinin hem makro düzeyini hem de mikro düzeyini analiz etmek için çeşitli teorik araçlar ve kavramsal çerçeveler üretilmiştir.

Max Weber’in Protestanlık ile kapitalizmin doğuşu arasında kurduğu ilişki, din sosyolojisi geleneğinde din ve ekonomi kurumlarının analizi için kavramsal bir çerçeve oluşturmıştır(Weber, 2013). Nitekim Weber’in kapitalizmin Batı Avrupa’da ortaya çıkışını Protestanlığın Calvinizm mezhebinin getirdiği dünyevi asketizm ve meslek ahlakı ile açıklaması(Weber, 2013), dinin ve dini inançların ekonomik örgütlenme biçimlerini ve bireylerin ekonomik pratiklerini etkileme ve belirleme gücüne sahip olduğunu ortaya koymuştur(Turner vd., 2012, s. 200). Weber sonrasında din ve ekonomi ilişkisine odaklanan çalışmalar, Weber’in yaklaşımını farklı toplum ve kültür bağlamlarında uygulamaya yönelmiş; ya bu yaklaşımı ampirik yöntemlerle sınamayı amaçlamış ya da ilgili tezi eleştirerek yanlışlamaya yönelik çabalarla devam etmiştir(Bellah, 1985; Guiso vd., 2003; Qayyum vd., 2020; Samuelsson, 2018).

Weber’in din ile ekonomi arasındaki ilişkiye dair ortaya koyduğu kuram bir dizi eleştiriye konu olmuş olsa da din sosyolojisi disiplini içerisinde söz konusu yaklaşım, bu ilişkiyi anlamlandırmada çoğu zaman bir ön kabul olarak önemini korumaktadır. Weber’in tezini eleştirenlerden biri de Parsons’tır. Parsons, Protestan ahlakı ve kapitalizm yaklaşımını genel hatlarıyla kabul etse de Weber’in Katolikliğin kapitalizme engel olduğu ve dünyanın büyüünün bozulması tezlerini eleştirmiştir. Parsons, Amerikan ve Avrupa kapitalizminin gelişiminde Protestanlık ile birlikte Katolikliğin de rolü olduğunu ileri sürmüştür. Diğer taraftan Parsons, Weber’in dünyanın büyüünün bozulması yani Protestanlık ile kapitalizm arasındaki bağın koparak kapitalizmin tamamen dünyevileştiği tezini reddetmiştir. Tam tersine Batı kapitalizmi ve modernleşmesi arasındaki ilişkinin süreklilik arz ettiğini kabul etmiştir (Karaşahin, 2024a, s. 1). Ona göre din Batı modernleşmesini sürekli güdülemekte ve motive etmektedir(Karaşahin, 2024b, s. 187). Din, Batı modernleşmesini ve ilerlemesini etkileme ve yönlendirme işlevini hiçbir zaman kaybetmemiştir (Parsons, 2005, s. 257). Nitekim Talcott Parsons’a göre modern dönemde din, tıpkı ekonomi gibi toplumsal yaşamın temel kurumlarını etkilemeye

devam etmektedir (Parsons, 1984). Toplumu alt sistemlere ayıran Parsons, kültürü toplumsal sistemin diğer parçalarının temel kaynağı olarak görmüştür (Smith, 2007, s. 47). Toplumu bir dizi alt sistemden oluşan dengeli bir yapı olarak değerlendiren Parsons, kültürel sistemin merkezi unsuru olarak dini konumlandırmıştır (Parsons, 2005, s. 30). Bu nedenle kültürel sistemin temel parçası olan dinin ekonomik yapıyı güdülemesinde ve işlevlerinde birtakım değişimler olsa da din, ekonomik alandaki değişimlere uyum sağlama ve tutunma gücüne sahiptir.

Yapısal işlevselci yaklaşımın temel ön kabulü, toplumun bir denge halinde işlediği ve toplumsal sistemde yer edinen çeşitli alt sistem ve kurumların toplumsal bir işlevi yerine getirdiği ölçüde varlığını sürdürdüğüdür. Bu noktada din, kültürel sistemin temel bileşenlerinden biri olarak toplumsal düzenin sağlanmasına katkıda bulunur; ürettiği değerler ve düzenlediği toplumsal ilişkiler aracılığıyla toplumsal sistemde süreklilik kazanır. Yapısal işlevselci sosyal teorinin toplumsal düzeni sağlayan her unsurun aynı zamanda işlevsel olduğu yönündeki varsayımı, zamanla eleştiriye konu olmuş ve bu çerçevede kurama en dikkat çekici katkılardan biri Robert Merton tarafından yapılmıştır. Merton, Parsons'ın tüm toplumsal yapı ve sistemdeki parçaları toplum için faydalı olarak görmesine bir eleştiri olarak işlevsiz olma, bozuk işlev ve gizil işlev gibi kavramsallaştırmalar inşa etmiştir (Merton, 1968, ss. 100-110). Merton'a göre toplumsal sistemi oluşturan her unsur, zorunlu olarak olumlu bir işleve sahip değildir; bazı yapılar işlevsiz kalabilirken, bazıları da sistemin bütünlüğünü sekteye uğratan bozuk işlevler gösterebilir. Bozuk işlevsellik, Merton'un tanımıyla, toplumsal sistemin yapısal uyumunu yavaşlatan ya da bütünüyle engelleyen alt-sistemler veya eylem örüntüleriyle karakterize edilmektedir (Merton, 1968, ss. 105-106). Bu açıdan, toplumsal sistemde bulunan her parça ya da kurum, toplumsal sistem ile uyumlu değildir. Çeşitli toplumsal ögeler, toplumsal sistemde bulunan diğer öge ve unsurlar ile çelişen yönler arz edebilir. Bu bağlamda ekonomik sistem, toplumsal sistemin bir alt alanı olarak hem kültürel hem de dini referanslarla karşılıklı etkileşim içerisinde. Bu etkileşim kimi durumlarda uyum ve denge sağlarken, kimi durumlarda ise yapısal gerilimlerin, bozuk işlevlerin ve işlevsizliğin kaynağı hâline gelebilmektedir. Toplumsal yapı ile uyumlu olmayan ekonomik sistemler bozuk işlevsellik göstermek suretiyle toplumsal sistemi dengede tutacak yeni ekonomik yapıların doğmasına zemin hazırlamaktadır.

Bu araştırmada Weber' ve Weber'in takipçisi olan Parsons'ın din ve ekonomi ile ilgili kuramsal yaklaşımlarının ve Mertoncu yapısal işlevselciliğin Türkiye'deki katılım bankacılığı olgusunu açıklamada elverişli olduğu kabul edilmiştir. Çünkü Weber ve Parsons'ın din ve kapitalizm arasındaki kurdukları bağlantının katılım bankacılığının ortaya çıkmasında ve kurumsallaşmasında geçerli olduğu düşünülmektedir. Nitekim İslam dini, katılım bankacılığının tesis edilmesinde uygun ortamı hazırlamış ve ortaya çıkmasına neden olmuştur. Faizli bankacılık sistemi faiz eksenli yapısından dolayı tüm toplumsal tabakaların birikimlerini ekonomik sisteme kazandıramayarak bozuk işlev göstermiştir. Bununla birlikte faizsizlik sisteminin işlevsiz kalması nedeniyle toplumsal yapı ile uyumsuzluk yaşayan faizli bankacılık sistemine alternatif olarak katılım bankacılığı üretilmiştir. Bu nedenle çalışmada kuramsal olarak Weber ve yapısal işlevselci teori benimsenmiştir.

Uygulamalı sosyoloji ve din sosyolojisi alanında ise iktisat ve din ilişkisine yönelik araştırmalar, bu iki kurumun bağımsız ve bağımlı değişkenler olarak birbirleriyle etkileşimde bulunma durumlarına göre iki hat üzerinden gerçekleşmektedir (McCleary & Barro, 2006, ss. 49-50). Bu iki ana hattın dışında, ekonomi ile din arasında ilişki olmadığını savunan araştırmalara da rastlanmaktadır. Bu araştırmalar, ekonomik yapının dini inanç ve uygulamalardan etkilenmediği tezinden hareket etmektedir. Diğer taraftan dini bağımsız değişken kabul eden çalışmaların büyük çoğunluğunun, dini inanç ve eylemlerin ekonomi üzerindeki etkilerini ve dini pazara ilgi gösterdikleri görülmektedir. Bu tür araştırmalar, dindarlığın iş ahlakı, dürüstlük ve tutumluluk gibi bireysel özellikleri nasıl etkilediği ve bunun ekonomik pratikleri ve davranışları nasıl şekillendirdiği sorununa odaklanmıştır. Dini bağımlı

değişken olarak kullanan çalışmalar ise ekonomi kuramı bağlamında dini tutum ve davranışları açıklamaya çalışmışlardır(Sincer, 2017, s. 933). Dini bağımlı değişken olarak kabul eden çalışmalarda, kalkınma ve siyasi kurumların dini katılım ve inançları nasıl etkilediği sorusu merkeze alınmıştır(McCleary & Barro, 2006, s. 49).

Din ve ekonomi ilişkilerinde iki ana hat üzerinde şekillenen araştırma pratikleri göz önüne alındığında, İslami bankacılık olgusu ve bu olgu etrafında şekillenen davranış örüntüleri, dinin bağımsız değişken olarak ekonomik kurum ve davranışlara olan etkisi bağlamında önemli bir araştırma sahası olarak karşımıza çıkmaktadır. İslam'ın faiz normu, bireylerin finansal pratiklerine etki ederek faiz temelli konvansiyonel bankacılık sistemine alternatif faizsiz finans kurumlarının ortaya çıkmasına bir alt yapı oluşturmuş ve bu kurumlar, dini normların iktisadi yapılara etkisini belirgin bir şekilde ortaya koymuştur(Witham, 2010, ss. 5-6). Bu açıdan, katılım bankacılığı olgusu ve bu olgu etrafında şekillenen davranış örüntüleri, sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bankalar ve bankacılık, birçok toplumsal olgu gibi birden fazla ağı ve bağlamın içerisine gömülüdür(Carruthers, 2024, s. 423). Katılım bankacılığı olgusu da hem kuruluş zemini hem de bireylerin bu bankacılık çerçevesinde bir aktör olarak yaptıkları ekonomik pratikleri itibarıyla saf ekonomik nedene bağlı olmaksızın toplumsal, dini ve siyasi ilişkiler ağını içermektedir. Bu olgu, ekonomik faaliyet ve dini inanç ve normların bir örtüşüm alanının günümüzde somut bir örneğini sunmasıyla din sosyolojisi disiplininde araştırılması önem arz eden bir konumdadır. Nitekim katılım bankacılığı ve din ilişkilerine yönelik araştırmaların Batı ve Doğu'da hız kazandığı görülmektedir. Bu araştırmaların ağırlıklı olarak katılım bankacılığının tercih edilme nedeni üzerine odaklandıkları anlaşılmaktadır.

Ekonomi, finans, işletme, hukuk ve ekonomi-politik gibi disiplinlerde İslami bankacılık, faizsiz bankacılık ve katılım bankacılığı uzun süredir ele alınan konulardandır. Bu bilimler, İslami bankacılığın tarihsel gelişimini, ekonomik kalkınmaya etkisini, İslami bankacılığın hukuki ve siyasi yapısı gibi meseleleri analiz etmişlerdir(Aliyu vd., 2017; Hassan & Aliyu, 2018). İslami bankacılığa yönelik gerçekleştirilen ampirik çalışmaların ise toplumların İslami bankacılığı tercih etme nedenlerine odaklandığı ve çoğunlukla dini hassasiyetlerin tercih üzerindeki etkisini vurguladıkları anlaşılmaktadır(Abdul Hadi & Muwazir, 2020). Bazı çalışmalarda ise dindarlık bağımsız değişken olarak ele alınarak dindarlığın İslami bankacılık tercihlerindeki etkisi incelenmiştir(Abou-Youssef vd., 2015; Souiden & Rani, 2015; Usman, 2016). Bu tür araştırmalar, dindarlık faktörünü özel bir şekilde ele almaları nedeniyle diğer tercih odaklı çalışmalardan ayrılmaktadır. Mevzu bahis çalışmaların varlığı, İslami bankacılığa yönelik tutumların araştırılmasına yönelik eğilimin artış gösterdiğine işaret etmektedir.

Günümüz toplumsal yapısında din ve ekonomi ilişkilerinin karşılıklı yönünün somutlaştığı İslami bankacılığa ilişkin sosyoloji ve din sosyolojisi sahasında çalışmalar üretilmeye başlamıştır. Örneğin, Sarah'ın çalışmasında, çoklu moderniteler bağlamında İslami bankacılık ve finans Pakistan'da hangi saiklerle oluştuğu, çeşitli dini grupların bu süreçte nasıl bir rolü olduğu araştırma problemi edinilmiştir(Shafiq, 2012). Calder ise İslami finans endüstrisinin ortaya çıkışında ve gelişimindeki sosyo-kültürel bağlamı ve diğer dinlerde İslami finans gibi kurumların niçin ortaya çıkmadığını araştırmıştır(Calder, 2014). Shadid, İslam bankacılığının tarihsel gelişimini kapitalizm, küreselleşme ve sekülerleşme çerçevesinde incelemiştir(Shadid, 2022). Muscat da Karl Polanyi'nin 'gömülülük'(embedness) kuramı bağlamında İslam bankacılığı tercih etme ve kullanma üzerinde etkin olan dini ve toplumsal faktörleri sorun edinmiştir(Muscat, 2015). Calder, Shadid ve Muscat'ın doktora tezlerinin yanı sıra sosyologlar ve din sosyologları arasında İslami bankacılık sorunu ilgi görmeye başladığı dikkat çekmektedir(Ghafur, 2015; Kholili, 2023). Söz konusu çalışmalar genellikle çeşitli ülkelerde İslami bankacılığın ortaya çıkışındaki toplumsal, kültürel ve dini bağlam üzerine

yoğunlaşmakta, bireylerin İslami bankacılık pratiklerinin arkasındaki toplumsallığı araştırmaktadır. Sonuçta sosyolojik araştırmalar, İslami bankacılık ile toplumsal ve kültürel yapı arasındaki etkileşim sorununa daha fazla yönelmiştir.

Türkiye’de faiz ve İslami bankacılık konusu, işletme, iktisat, maliye, ekonomi, İslam hukuku, İslam ekonomisi ve finansı gibi disiplinlerde daha fazla ilgi çekmiştir. Bu alanlardaki çalışmalar, teorik düzeyde İslami bankacılığın ekonomik büyümeye etkisi, konvansiyonel bankacılıkla performans karşılaştırması ve gelişimi gibi konulara odaklanırken(Asutay, 2013b; Erdoğan vd., 2017; Yüksel, 2016), ampirik düzeyde ise katılım bankacılığı, din ve toplum ilişkilerinden ziyade tercih sorununa yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda, söz konusu araştırmalarda çeşitli değişkenler açısından İslami bankacılığı tercih faktörleri arasındaki farklılıklar incelenmiştir(Özsoy vd., 2013). İslami bankacılığı tercih faktörüne odaklanan ekonomi ve finans alanındaki bu çalışmalar dışında Erdoğan, Çevik ve Gedikli, covid-19 sürecinin Türkiye’deki İslami bankacılık sistemine etkisini araştırmıştır(Erdoğan vd., 2020). Gedikli ve Erdoğan ise katılım bankacılığını dünya ve Türkiye uygulamaları bağlamında tarihsel gelişimini ve dini dayanaklarını ele almışlardır(Gedikli & Erdoğan, 2016). İslam hukuku alanında ise Kızılkaya, “Modern Dönemde Faizsiz Bankacılık ve Fıkḥî İşleyişi” isimli çalışmasında faizsiz bankacılık sisteminin tarihsel gelişimi ve İslam hukuku açısından durumunu değerlendirmiştir(Kızılkaya, 2012). Ekonomi ve İslam hukuku alanındaki bu çalışmalar dışında Asutay’ın katılım bankacılığı ile ilgili oldukça önemli birçok eseri bulunmaktadır(Asutay, 2007, 2010, 2012, 2013a, 2013b).

Ampirik düzeyde yapılan tercih faktörüne odaklanan çalışmalar dışında, İslami bankacılığı yalnızca faiz sorunu ekseninde bir faktör ya da alt faktör olarak ele alan araştırmalara da rastlanmaktadır. Faizle ilgili tutum ve davranışlar, çoğunlukla dindarlık araştırmaları çerçevesinde ekonomik yapının bir parçası olarak ele alınmaktadır. Örneğin, Türkiye’de yapılan bir dindarlık araştırmasında(Akşit vd., 2012), faiz ve İslami bankacılık ile ilgili bireysel ve toplumsal tutumlar, ekonomi ve din arasındaki gerilim üzerinden kısmen değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, kamuoyu araştırmalarında da toplumun faiz ve İslami bankacılığa karşı bakışı, dini yaşam başlığı altında birkaç soru ile kavranmaya çalışılmıştır. Örneğin, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yürütülen 2014 tarihli dindarlık eğilimlerinin analiz edildiği çalışmada, faiz ve İslami bankacılık dini hayatın bir parçası olarak ele alınmıştır, Faiz ve İslami bankacılık sorunu, dindarlık algısının incelendiği başka çalışmalarda da tek boyutlu bir şekilde işlenmiştir(Ete & Yargı, 2023).

Din sosyolojisi bağlamında faiz ve faizsiz bankacılık konuları, Anadolu sermayesi, yeşil sermaye, MÜSİAD ve İslami holdingler gibi yapılar ekseninde de değerlendirilmektedir. Örneğin, Küçükşen, İslami holdingler üzerine yaptığı ampirik çalışmasında, İslami bankacılık konusuna da değinmiştir(Küçükşen, 2011). Din ve ekonomi ilişkileri kapsamında faizsiz çok ortaklı şirketleri inceleyen Öz(2013), araştırmasının bir bölümünde faizsiz bankacılığa da yer vermiştir. Kurtuluş(1999) ise faiz ve din ilişkisini hem teorik hem de ampirik düzeyde analiz ederek, iktisat ve ilahiyat öğrencileri örnekleminde çözümlemelerde bulunmuştur. Katılım bankacılığına ilişkin sosyoloji ve din sosyolojisi sahasında da çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Sarp, Weberyan ve Ülgenerci teorik araçları kullanarak iktisadi hayattaki iş tercihlerinde zihniyetin rolünü katılım bankacılığı özelinde irdelemiştir(Sarp, 2009). Ancak bu araştırma, katılım bankacılığı çalışanlarını merkeze aldığından dolayı, müşterilerin bu olguya yönelik ekonomik pratiklerine değinilmemiştir. Din sosyolojisi alanında, Van ili özelinde katılım bankacılığını tercih etme faktörlerini merkezine alan bir araştırma gerçekleştirilmiştir(Katıncı, 2016). Söz konusu araştırma, farklı disiplinlerde yapılagelen tercih çalışmaları ile benzer bir çizgide ilerlemiştir. Dolayısıyla bu araştırmada din ve katılım bankacılığı ilişkileri yeterince kavranamamıştır. Belirtilen nicel araştırmalarda katılım bankacılığı müşterilerinin bu kurumlara yönelik tutumları çok boyutlu olarak araştırma konusu edinilmemiştir.

Nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmalarda ise katılım bankacılığına yönelik genel tutum ve eğilimler, yöntemin doğası gereği araştırma kapsamına dahil edilememiştir (Aktürk, 2021; Koroğlu, 2022).

Sonuçta din sosyolojisi disipliniinde katılım bankacılığı ile din, toplum ve birey ilişkilerini çok boyutlu olarak problem edinen araştırma desenlerine rastlanılmamaktadır. Diğer disiplinlerde yapılmış bir dizi çalışmanın ise genellikle tercih ilişkin tutumlara odaklandığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle araştırmada, katılım bankacılığının çeşitli boyutlarına yönelik tutumlar ne düzeydedir? şeklindeki problem çözümlenmektedir. Araştırmada örneklem grubunun katılım bankacılığının imaj, din, tercih ve ekonomi boyutlarına yönelik tutumlarının aritmetik ortalama ve frekans analizi çerçevesinde kavranması hedeflenmiştir. Çalışmanın bir diğer amacı ise katılım bankacılığının ortaya çıkışına zemin hazırlayan toplumsal, ekonomik, siyasal ve dinî dinamiklerin tespit edilerek bu olgunun tarihsel ve yapısal bağlamda anlaşılmasına katkı sunmaktır.

Araştırma tüm bu problem ve amaçlarıyla alan yazınındaki çalışmalardan üç temel noktada ayrılmaktadır. İlk olarak, bu çalışma, katılım bankacılığına ilişkin tutumları yalnızca tercih düzeyinde ele alan önceki araştırmalardan farklı olarak; söz konusu tutumları din, ekonomi, tercih ve imaj olmak üzere dört boyutta analiz etmektedir. İkinci olarak, araştırma din sosyolojisi disiplini içerisinde konumlanmakta ve katılım bankacılığı olgusunu din, toplum ve ekonomi ekseninde incelemektedir. Üçüncü olarak, bu çalışma, katılım bankacılığı ve din ilişkilerine yönelik genel eğilim ve tutumları analiz etmeyi hedeflemesiyle din sosyolojisi disipliniinde yapılmış sınırlı sayıdaki araştırmalardan farklılaşmaktadır.

A. İslami Bankacılığın Ortaya Çıkışı

Din ve ekonomi, sosyo-kültürel alanın temel bileşenleri olarak tarih boyunca sürekli bir etkileşim halinde olmuşlardır. Söz konusu ilişki, toplumların üretim ve tüketim ilişkilerinde ve bilhassa borç ilişkilerinin ve kurallarının tayin edilmesinde etkisini hissettirmiştir. Ekonomik örgütlenme biçimlerinde ve faaliyetlerinde dini normların ve teolojik kaynakların etkisi, borç ilişkilerinin kurallarının tayin edilmesi ve faiz meselesinde belirgin bir şekilde kendisini göstermektedir (Poyraz, 2020, s. 273). Faiz yasağı İbrahimi dinlerin her birinde dini bir norm olarak bulunsa da bu yasak çeşitli formlarda aşılımaya çalışılmıştır (Ustaoglu & Bayındır, 2020, s. 3). Bu açıdan, İslam'ın diğer İbrahimi dinlere nazaran faiz yasağının bağlayıcılığını devam ettirdiği tek din olduğu ifade edilebilir. Zira, günümüzde Yahudi ve Hristiyanlıkta, faize yönelik din referanslı bir tartışma zemini bulunmamaktadır (Ustaoglu, 2021, s. 15). Yahudi ve Hristiyan toplumlar, mezhepsel ve teolojik yorumların etkisiyle başlangıçta faizi tartışılır bir zemine sürüklemiş, bunun ardından faiz, resmi ve meşru bir ekonomik pratik olarak kabul edilmiştir (Karaoğlu, 2021, s. 30). Buna karşın, Müslüman toplumlarda faiz yasağı ve ona dair tartışmalar, farklı biçimlerde günümüze kadar taşınmıştır. Faiz ve riba ayrımı, bu yasağın farklı boyutlarda ele alınışı, faizin kapsamına dair tanımlamalar ve yasağın hangi mallara uygulanması gerektiği gibi meseleler, tarih boyunca Müslüman alimlerin tartışma konusu olmuştur. Bununla birlikte, bu tartışmaların çeşitliliğine rağmen, faiz yasağının teorik düzeydeki geçerliliği daima korunmuştur (Şimşek & Bayındır, 2020, s. 256). Faiz yasağının teorik düzlemde geçerliliğini sürdürmesi, ne makro ölçekte ekonomik yapılar ne de mikro ölçekte bireylerin ekonomik pratikleri açısından faizin yer edinmediği sonucunu doğurmamaktadır. Burada vurgulanmak istenen, günümüz ekonomik yapısında faizin merkezi rolüne karşın, dini ve toplumsal bağlamda faiz yasağının dindar bireylerde normatif süreklilik taşıdığıdır. Bu bağlamda, Müslüman toplumların ekonomik sistemlerinden faizin tamamen çıkarıldığı ya da faiz yasağının toplumsal düzeyde mutlak bir şekilde uygulandığı gibi iddialar dile getirilmemektedir.

İslam'ın faiz yasağını getirmesinden önce, İslam'ın ortaya çıktığı Arap toplumunda faizli borç ilişkileri oldukça yaygındı. Faiz yasağının getirilmesi, ticari faaliyetlerin devamlılığını sağlamak için

yeni finansman yöntemlerinin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır(Sadr, 2020, s. 175). Bu durum, Müslüman toplumlarda faize alternatif ekonomik yapılanma girişimlerini de beraberinde getirmiştir. Tarihsel ve toplumsal düzlemlerde, sarraflık, cehzeplik ve para vakıfları gibi iktisadi kuruluşlar, faizsiz bir sistem oluşturma çabasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

İslami bankacılık tecrübesinin ardında da faize alternatif bir sistem arayışının tarihsel süreçteki devamlılığı yatmaktadır. İslami bankacılık, faiz yasağına alternatif finansal yapı arayışlarıyla ortaya çıkmış ve tarihsel olarak kuruluş (1940-1970), kurumsallaşma (1970-1990) ve olgunlaşma (1990 ve sonrası) şeklinde üç dönemde gelişmiştir. İslami bankacılığın ilk örnekleri, Pakistan(Wilson, 1983, s. 74) ve Mısır(Rehman, 2010) gibi ülkelerde yerel girişimlerle başlamıştır. Bilhassa Mısır'da kurulan Nasser Sosyal Bankası ve Mit Ghamr gibi girişimler, İslami bankacılığın ilk prototiplerini oluşturmuştur. İslami bankacılığa dair yerel ve mikro ölçekli ilk girişimlerde belirli toplumsal sınıfların tasarruflarını toplama ve dağıtma hedefi güdülmüştür. Ancak 1970'lerde petrol sermayesinin Körfez ülkelerine akışı, İslami bankacılığın kurumsallaşmasını ve gelişimini hızlandırmış, mezkûr ülkeler modern İslami bankacılığın gelişiminde önemli bir rol üstlenmiştir. Modern İslami finans ve bankacılık ile ilgili ilk girişimler Mısır, Pakistan gibi farklı bölgelerde başlamış olsa da İslami bankacılığın gelişiminde kritik rolü Körfez ülkeleri oynamıştır. Her ne kadar İslami bankacılık yalnızca bir körfez hikayesiyle sınırlandırılmayacak olsa da Körfez bölgesi, bu bankacılık sisteminin gelişiminde bir manivela işlevi görmüştür(Rehman, 2010, s. 104). 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan İslami bankacılık, 1990'lı yıllardan itibaren küresel ölçekte kurumsallaşmaya başlamış ve uluslararası İslami bankacılık grupları, küresel boyutta varlık göstermeye başlamıştır(Wilson, 2000).

1.Türkiye’de Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkışı

Türkiye’de katılım bankacılığı, 1980’li yıllarda bir dizi dini, ekonomik, siyasal ve toplumsal faktörlerin etkisiyle kurulmaya başlamıştır. Faiz yasağının belirli grup ve tabakalardaki sürekliliği ve buna bağlı olarak bazı dindar kesimlerin konvansiyonel bankacılıktan uzak durma eğilimi, katılım bankacılığının Türkiye’de kuruluşundaki dini bağlama karşılık gelmektedir. Bu durum, bütün toplumsal sınıfları ekonomik sisteme dahil etme amacıyla olan bankacılık sisteminin bozuk işlev göstermesine sebep olmuştur. Toplumsal yapıdaki bazı kesimlerin dini inançları çerçevesinde faiz temelli bankacılık sistemine yönelik ortaya koyduğu toplumsal direnç, katılım bankacılığının tesis edilmesine ilişkin uygun iklimi oluşturmuştur.

1980’li yıllardaki liberal ekonomi politikalarının beraberinde getirdiği iktisadi değişim, katılım bankacılığının ortaya çıkışındaki toplumsal ve ekonomik bağlama tekabül etmektedir. 1970’li yıllardan itibaren küresel ölçekte politik-ekonomik fikri ve pratik açıdan liberalizme doğru yoğun bir yönelim başlamıştır(Harvey, 2015, s. 10). Türkiye’de de 1980’li yılların ekonomik teorik temelini, liberal yaklaşım oluşturmuştur(Uluç, 2014, s. 124). Liberal ekonomi politikaları doğrultusunda sermayenin artırılması iki ana amaç üzerinden şekillenmiştir. Bunlardan ilki makro düzeyde ülkeye yabancı sermaye çekilmesiyken ikincisi mikro düzeyde toplumun tüm sınıfsal katmanlarının ekonomik sisteme dahil edilmesidir. Faizsiz finans kuruluşları, bu amaçların kesişim noktasında konumlanarak Arap sermayesini Ülkemize çekmenin ve toplumun yastık altındaki birikimlerini ekonomik dolaşıma kazandırmanın bir aracı olarak liberal ekonomi politikaları çerçevesinde kendine yer bulmuştur.

Katılım bankacılığının ortaya çıkışını şekillendiren siyasi zemin, Türkiye’de dinin kamusal alan içerisindeki pozisyonuyla doğrudan ilgilidir. Osmanlı Devleti’nde para vakıfları(Mandaville, 1979, s. 290), memleket sandıkları gibi katılım bankacılığı benzeri ilk kurumsal yapılara rastlanılmasına rağmen Cumhuriyet döneminde bu tip kurumların sürekliliği ve gelişimi din ve devlet ilişkilerinde süregelen gerilimlerin bir yansıması olarak başlangıçta engellenmiştir. Laiklik ve irtica karşıtlığı kapsamında güdülenen laik sivil ve askeri bürokratik yapının belirleyici gücü, katılım bankacılığı gibi

dini referanslı ekonomik kurumların ortaya çıkışına set çeken temel etken olmuştur.

1950'li yıllardan itibaren, dini ve geleneksel örüntülerin kamusal alanda belirgin bir şekilde tezahür etmeye başlaması(Yavuz, 2005, ss. 75-80), 1980'li yıllarla birlikte Özal iktidarının liberal ekonomik politikaları, dinin kamusal alanda kazandığı konum ve toplumsal yapının genelinde yaşanan dini canlanma(Lord, 2023, ss. 260-262) gibi etkenler, katılım bankacılığının teşekkülünde ve gelişiminde belirgin bir rol oynamıştır(Asutay, 2013b, s. 213). Fakat Özal iktidarının güç kaybetmeye başlamasıyla birlikte katılım bankacılığı ile ilgili girişimler yine laiklik ve irtica çatışmasının sonucunda hâkim laik yapının tepkisiyle karşılaşmıştır. Laik ideolojiye sahip aydın, gazeteci, sanatçı, politikacı ve askeri sınıflar, bu kurumsal yapıları, siyasal İslam'ın devleti ele geçirmek için kullandığı bir aparat olarak görmüştür. Bu sınıflar tarafından katılım bankacılığı ekonomik bir kurum olarak değil, irticai bir kurum olarak damgalanmıştır. Söz konusu kurumlar, laik ideolojiyi benimsemiş sınıflar tarafından laik cumhuriyet rejimi için bir tehdit olarak görülmüştür. Bu nedenle laik ideolojinin motive ettiği aydınların, medya mensuplarının, sivil toplum kuruluşlarının, politikacıların, sivil ve askeri bürokrasinin iş birliği ve paydaşlığında katılım bankacılığının Türkiye'de gelişimi kesintiye uğramış ve süreklilik kazanamamıştır.

Türkiye'de katılım bankacılığının serüveni, “*Özel Finans Kurumları*” ile başlamıştır. ÖFK'ları düzenleyen kararnamenin yayınlanmasından sonra 1984 yılında “Albaraka Türk” ismiyle ilk İslami finans kurumu kurulmuştur(Atar, 2017, s. 1052). Ardından 1985'te Faysal Finans ve 1989'da Kuveyt Türk açılmıştır. Türkiye'de bu üç İslami finans kurumu da yabancı (Körfez) sermaye ile faaliyetlerine başlamıştır(Tunç, 2022). Bu durum, ÖFK'ların kurulmasındaki Arap sermayesini Türk finansal sistemine kazandırma amacı ile ilişkilidir. Başlangıçta yabancı sermayeli ÖFK'ların kuruluşu ile başlayan İslami finans kurumlarına 1991'de yerli sermaye ile kurulan Anadolu Finans, ardından 1995'te İhlas Finans eklenmiştir. Bu süreçte İslami Finans kurumları faiz normu ile hareket eden toplumsal tabakaların birikimlerini ekonomik sistem içerisine dahil etme ve yabancı körfez sermayesini ülke ekonomisine çekme işlevi görmüştür. Böylece Türkiye'nin sosyal ve ekonomik kalkınmada ihtiyaç duyduğu kaynak ihtiyacının karşılanması amaçlanmıştır.

İslami finans kurumlarının 1980'li yıllardan 1995'li yıllara kadar kaydettiği ilerleme, 28 Şubat askeri darbesi ile yeniden askerlerin liderliğinde laik ideoloji çevresinde bütünleşen bazı toplumsal kesimlerin bu kurumları irticanın devleti ele geçirmek için kullandığı bir aparat olarak görmeleri nedeniyle tekrar eleştiri konusu olmuştur(Özdemir & Aslan, 2017, s. 28). Bu durum, Türkiye'de İslami bankacılığın Orta Doğu ve Asya'da olduğu gibi kurumsallaşmasını engellemiştir. Bu nedenle 1980'li yıllarda liberal politikalar ekseninde bir dizi dini ve ekonomik işlevsellik amacıyla kurulan ÖFK'lar hedeflenen sonucu verememiştir. Ancak, bunun ötesinde, laiklik ve şeriat eksenindeki ideolojik ve bürokratik çatışma, ÖFK'ların gelişim seyrini yavaşlatmış ve zaman zaman engellemiştir. ÖFK'lar, Cumhuriyet'in laiklik ilkesiyle bağdaşmayan tehdit unsuru olduğu düşünülmüştür(Kuran, 2002, s. 105). Ordu ve bürokrasi, İslam ile ilişkilendirilen tüm unsurları "irtica" söylemiyle hedef almış(Özipek, 2005, s. 640), ÖFK'ların kamusal ve ekonomik alanlardaki varlığına yönelik ciddi sınırlamalar getirmiştir.

2000'li yılların başında Türkiye'de AKP'nin iktidar olmasıyla yaşanan siyasal ve bürokratik dönüşüm, şeriat-laiklik tartışmasını yumuşatmış, toplumsal hayatta dini kural ve normlara bağlı kurum ve kuruluşların işlevselliği ve çeşitliliği artmıştır. 2005'te ÖFK'lar, “katılım bankacılığı” adıyla yeniden Türkiye'de kurulmaya başlamıştır. 2000'li yıllardan itibaren başlayan AKP iktidarı Türk toplumunda süre giden laiklik-irtica ikilemini aşma ve bu gerilimin dozunu düşürme noktasında önemli bir rol oynamıştır. Böylelikle katılım bankacılığının gelişmesine yönelik uygun toplumsal iklim oluşmuştur. Kamusal alanda gerçekleşen bu yapısal değişim özellikle dinin ve dini kurumların Türkiye'deki toplumsal konum, rol ve işlevlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Bu etkilerin en

önemlilerinden birisi de laik ideolojiyi benimsemiş kesimlerin katılım bankacılığı ile ilgili algı ve imajlarında köklü bir değişim kendini göstermiştir. Artık bu toplumsal kesimlerin irtica ve laiklik ideolojilerinde esneklik ve bazı anlam kaymaları kendini açıkça göstermeye başlamıştır. Bu nedenle bu çevrelerde artık katılım bankacılığı irticai bir kurum etiketlemesinden kurtulmuştur. Böylelikle sadece muhafazakâr dindar kesimler de değil aynı zamanda sol kanat laik çevrelerde de katılım bankacılığının anlam ve işlevi konusunda bir konsensüs oluşmaya başlamıştır. İşte katılım bankacılığı, AKP ile başlayan din ve dini kurumların kamusal alandaki görünürlüklerine ve yer almalarına yönelik inanç ve ideolojik yaklaşımlardaki esneme ve gelişen özgürlük ve hoşgörü ortamından yararlanarak tekrar Türkiye toplumsal yapısında yerini almıştır. Nitekim günümüzde, Türkiye’de “Albaraka Türk”, “Kuveyt Türk”, “Türkiye Finans”, “Ziraat Katılım”, “Vakıf Katılım” ve “Emlak Katılım” olmak üzere toplamda 6 katılım bankacılığı, 1461 şube ile varlık göstermektedir. Katılım bankacılığı, 2005 yılından itibaren, müşteri sayısı, çalışan sayısı, toplanan fon ve net kâr hususlarında sürekli bir gelişim ivmesindedir(Ersezer & Günok, 2024, s. 33).

B. Yöntem

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nicel yöntem çerçevesinde çevrimiçi anket tekniği kullanılarak katılım bankacılığı müşterilerine yönelik bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Belirtilen nicel araştırma teknikleri vasıtasıyla toplanan veriler, SPSS paket 24 programı kullanılarak parametrik olmayan testlerden aritmetik ortalama ve frekans dağılımı ile analiz edilmiştir. Frekans dağılımı testi, örneklem grubunun özelliklerinin ve katılım bankacılığına yönelik tutumlarının oransal dağılımlarını anlamak için kullanılmıştır. Aritmetik ortalama testinde ise katılımcıların katılım bankacılığı ölçeğinde yer alan maddelere yönelik aldıkları aritmetik ortalama puanları hesaplamak amaçlanmıştır. Böylelikle katılımcıların her bir madde ile ilgili tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle çalışmada değişkenler arası ilişkiler kapsam dışı bırakılmıştır. Katılım bankacılığı müşterilerinin katılım bankacılığının imaj, din, ekonomi ve tercih boyutlarına ilişkin tutumları aritmetik ortalama puanlarına göre sıralanmıştır. Katılım bankacılığının bu boyutlarına ilişkin “en yüksek ortalama puanı” alan tutumdan “en düşük puanı” alan tutuma doğru bir kategorileştirme yapılmıştır.

Müşterilerin katılım bankacılığına ilişkin tutumlarını analiz etmek maksadıyla Akgün ve Karaşahin’in geliştirdiği 5’li likert tipi 20 maddeli “Katılım Bankacılığı Ölçeği” (Akgün & Karaşahin, 2024)kullanılmıştır. Ölçekte bulunan “her bir maddeden alınabilecek en yüksek puan 5, en düşük puan ise 1” olarak belirlenmiştir. Ölçekteki bir maddeden alınan ortalama puanlar “1.00-1.80 arasında çok düşük”, “1.81-2.60 aralığında bulunanlar ise düşük”, “2.61-3.40 arasında orta”, “3.41-4.20 yüksek”, “4.21-5.00 çok yüksek” olarak düzenlenmiştir(Tekin, 2019).

Tablo 1. Katılım bankacılığı ölçeğinin 5 kategorili puanlaması

Derece	Puan	Puan Sınırları
“Çok Düşük”	1	1.00-1.80
“Düşük”	2	1.81-2.60
“Orta”	3	2.61-3.40
“Yüksek”	4	3.41-4.20
“Çok Yüksek”	5	4.21-5.00

1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni olarak İzmir’deki katılım bankacılığı müşterileri belirlenmiştir. İzmir’de toplamda “Albaraka Türk”, “Kuveyt Türk”, “Türkiye Finans”, “Ziraat Katılım”, “Vakıf Katılım” ve “Emlak

Katılım” olmak üzere 6 katılım bankacılığı ve bu bankaların toplamda 46 şubesi bulunmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan katılım bankacılığı müşterilerinin net sayısına müşteri portföyü gizliliği sebebiyle ulaşamamıştır. Bu durumdan dolayı örneklem seçiminde katılım bankacılığı şubelerinin baz alınmasına karar verilmiş ve araştırmanın tüm evrenine ulaşmada zaman ve maliyet sorunu nedeniyle(Karasar, 2019, s. 147) amaçsal örneklem türlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği(Binici, 2019, s. 70) ile örneklem seçilmiştir. Bu örneklem seçim tekniği ile maksimum çeşitliliğe sahip evreni temsil edici gücü yüksek bir örneklem belirlemek hedeflenmiştir. Amaçsal örnekleme dahil olma kriterleri, İzmir merkez katılım bankacılığı müşterisi olmak hem katılım bankacılığı hem de konvansiyonel bankacılık kullanmak, 18 yaşından büyük olmak şeklinde belirlenmiştir. Böylelikle maksimum çeşitlilik tekniği, iki katmanlı örnekleme zıt ve karşıt görüşlerin yer edinmesine olanak sağlamıştır.

Katılım bankalarının İzmir merkez şubelerindeki müşterilerin örnekleme dahil edilmesinde maksimum çeşitlilik hedeflenmiştir. Araştırmanın evreni olarak İzmir merkez şubelerinin tercih edilmesinde; araştırmacının söz konusu alana yönelik hazır bulunuşluk düzeyi, araştırma evreninin özellikleri hakkında bilgi sahibi olma, örneklem birimlerine ulaşmadaki görece kolaylık ve saha içerisinde ortaya çıkabilecek sorunlara daha hızlı müdahale imkânı gibi gerekçeler etkili olmuştur. Bu kapsamda Kuveyt Türk’ün 10, Albaraka Türk’ün 4, Türkiye Finans’ın 6, Ziraat Katılım’ın 4 ve Vakıf Katılım’ın 5 şubesi örneklem olarak seçilmiştir. Fakat, İzmir merkez ilçeleri dışında bulunan katılım bankacılığı şubeleri örneklem dışında bırakılmıştır. Emlak Katılım ise araştırmanın yapıldığı zaman diliminde yeni bir katılım bankacılığı olması sebebiyle araştırma kapsamı içerisinde yer verilmemiştir.

Evreni temsil edebilecek örneklem sayısının belirlenmesinde çeşitli yöntemlerden biri güç analizidir(Şevgin & Çetin, 2017, s. 1464). İstatiksel güç analizi, araştırmanın yürütülmesinde gerekli örneklemin belirlenmesinde önem arz etmektedir(Özçomak & Çebi, 2017, s. 414). Bu araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde G Power 3(Faul vd., 2007) programı kullanılmıştır. Katılım bankacılığı müşteri bilgilerinin ve sayılarının gizliliği ve daha önce İzmir katılım bankacılığı müşterilerini konu edinen araştırma ve örneklem büyüklük verileri bulunmamasından dolayı evren ve örneklem büyüklüğü bilinmeyen araştırmalar için örneklem seçiminde en çok tercih edilen Cohen’in güç analizinin güç, etki büyüklüğü ve anlamlılık seviyesi değerleri kıstas alınmıştır. Nitekim bu tür araştırmalar için Cohen’in güç analizine ilişkin belirlediği değer parametrelerinin örneklem belirleme noktasında bir standart teşkil ettiği kabul edilmektedir(Correll vd., 2020, s. 200). Buna göre araştırmada örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Cohen’in “etki büyüklüğü 0,25”, “orta düzeyde anlamlılık düzeyi (α) 0,06”, “güç seviyesi 0,95” değerleri kullanılmıştır(Correll vd., 2020, s. 202). G Power 3 programında bu değerler kullanılarak örneklem büyüklüğü 295 kişi olarak hesaplanmıştır. Fakat araştırmada tercih edilen maksimum çeşitlilik örneklem tekniği ile farklı görüş ve özelliklere sahip bireyleri örnekleme dahil etme olasılığını artırmak amacıyla 295 kişilik örnekleme yetinilmemiştir. Araştırmanın örneklemini tüm bunlardan hareketle İzmir merkez ilçelerinde katılım bankacılığı ve hem katılım hem de konvansiyonel banka müşterisi olan 321 birey oluşturmaktadır. 321 kişilik örneklem grubundan elde edilen data, örneklem grubunun özelliklerini içeren 6 madde (cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, din eğitimi durumu ve banka kullanım türü) ve katılım bankacılığına yönelik tutumları ölçen 20 maddeden oluşmaktadır. Katılım bankacılığına yönelik tutumları ölçen 20 maddede ise 4 maddeli imaj boyutu, 7 maddeli din boyutu, 6 maddeli ekonomi boyutu ve 3 maddeli tercih boyutları yer almıştır. Örneklem grubunun özellikleri tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Örneklem Grubunun Özellikleri

Örneklem Grubunun Özellikleri	Durum	N	%
	Kadın	106	33,0

Cinsiyet	Erkek	215	67,0
Yaş	18*30	61	19,0
	31*40	87	27,1
	41*50	114	35,5
	51*60	43	13,4
	61 ve üstü	16	5,0
Mesleki Tabakalaşma	İşçi	36	11,2
	Memur	105	32,7
	Esnaf	52	16,2
	Serbest Meslek	81	25,2
	Ev Hanımı	31	9,7
	Emekli	16	5,0
Eğitim Durumu	İlkokul	17	5,3
	Orta Okul	22	6,9
	Lise	62	19,3
	Lisans	140	43,6
	Lisansüstü	80	24,9
Din Eğitimi Durumu	Aile	110	34,3
	Okul	27	8,4
	Cami	39	12,1
	Kuran Kursu	29	9,0
	İmam-Hatip Lisesi	39	12,1
	İlahiyat	50	15,6
	Almadım	27	8,4
Banka Kullanım Türü	Katılım Bankaları	137	42,7
	Hem katılım bankaları hem diğer bankalar	184	57,3
Toplam		321	100

Örneklem grubunun özelliklerine ilişkin tablo incelendiğinde cinsiyet dağılımının %33'ünü(106) kadınlar oluştururken %67'sini(215) erkekler oluşturmaktadır. Yaş dağılımları ise 18*30 yaş arası %19(61), 31*40 yaş arası %27,1(87), 41*50 yaş arası %33,5, 51*60 yaş arası %13,4(43), 61 yaş ve üstü ise %13,4(43) şeklindedir. Örneklem grubundaki mesleki tabakalaşma ise işçi %11,2(36), memur %32,7(105), esnaf %16,2(52), serbest meslek %25,2(81), ev hanımı %9,7(31), emekli %5(16) şeklinde dağılım göstermektedir. Eğitim durumundaki gruplar arası dağılımın ilkokul %5,3(17), orta okul %6,9(22), lise %19,3(62), lisans %43,6(140), lisansüstü %24,9(80) olduğu anlaşılmaktadır. Örneklem grubunun din eğitimi durumuna bakıldığında, din eğitimi aileden alanlar %34,3(110), ilahiyattan alanlar %15,6 (50), camiden alanlar ve İmam-Hatip Lisesi'nden

alanlar %12,1 (39), Kuran kursundan alanlar %9,0 (29), okuldan alanlar %8,4 (27) ve hiç din eğitimi almayanlar %8,4 (27) oranlarıyla temsil edilmektedir. Banka kullanım türünde yalnızca katılım bankacılığını kullananların oranı %42,7(137) iken hem katılım bankacılığını hem de diğer bankacılıkları kullananlar %57,3(184) oranındadır.

C. Bulgular

1. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının İmaj Boyutuna Yönelik Tutumları

Tablo 3. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının İmaj Boyutuna Yönelik Aritmetik Puan Ortalamaları ve Derecelendirilmeleri

İmaj boyutu	N	X	S	Derecelendirme
Katılım bankacılığı güvenilirdir.	321	3,89	,95391	Yüksek
Katılım bankacılığı itibarlıdır.	321	3,81	,99280	Yüksek
Katılım bankacılığı başarılıdır.	321	3,75	1,02707	Yüksek
Katılım bankacılığı ile çalışmak prestijlidir.	321	3,49	1,12950	Yüksek

Tablo verileri, katılımcıların, katılım bankacılığı imaj boyutu ile ilgili tutumların aritmetik ortalamalarının 3,49 ile 3,89 arasında sıralandığını göstermektedir. Katılım bankacılığı imaj boyutu maddelerinden alınan ortalama puanlar, “Katılım bankacılığı güvenilirdir” (3,89), “katılım bankacılığı itibarlıdır” (3,81), “katılım bankacılığı başarılıdır” (3,75), “katılım bankacılığı ile çalışmak prestijlidir” (3,49) aralığında değişmektedir. Puan aralıkları, müşteriler arasında katılım bankacılığı imajının yüksek düzeyde olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 4. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının İmaj Boyutu ile İlgili Tutumları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Katılım bankacılığı güvenilirdir.	89 (%27,7)	142 (%44,2)	63 (%19,6)	20 (%6,2)	7 (%2,2)	321
Katılım bankacılığı itibarlıdır.	80 (%24,9)	143 (%44,5)	65 (%20,2)	23 (%7,2)	10 (%3,1)	321
Katılım bankacılığı başarılıdır.	83 (%25,9)	124 (%38,6)	74 (%23,1)	32 (%10,0)	8 (%2,5)	321
Katılım bankacılığı ile çalışmak prestijlidir.	71 (%21,8)	94 (%29,3)	100 (%31,2)	42 (%13,1)	14 (%4,4)	321

Tablo 4’teki veriler, müşteriler arasında katılım bankacılığının güvenilirliğine %27,7’sinin kesinlikle katıldığını, %44,2’sinin katıldığını, %19,6’sının kararsız olduğunu, %6,2’sinin katılmadığını, %2,2’sinin ise kesinlikle katılmadığını göstermektedir. Tablo verilerinden katılımcıların büyük çoğunluğunun katılım bankacılığını güvenilir bulduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte katılım bankacılığı müşterilerinden %8,4’ünün(katılmıyorum-kesinlikle katılmıyorum) bu kurumları

güvensiz buldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu ile kararsızlar birlikte değerlendirildiğinde atılım bankacılığı müşterileri arasında bir güven sorununun varlığına işaret etmektedir.

Katılım bankacılığının itibar durumuna yönelik tutumlar incelendiğinde %24,9'unun kesinlikle katıldığı, %44,5'inin katıldığı, %20,2'sinin kararsız olduğu, %7,2'sinin katılmadığı, %3,1'inin ise kesinlikle katılmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, örneklem grubunun %64,5'lik (kesinlikle katılıyorum-katılıyorum) kısmının katılım bankacılığını itibarlı bulduğunu göstermektedir. Buna karşılık %10,4'ünün(kesinlikle katılmıyorum-katılmıyorum) ise katılım bankacılığını itibarlı bir kurum olarak görmedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Katılım bankacılığını itibarsız olarak değerlendiren katılımcılar ile kararsız olanların azımsanmayacak seviyede oluşu, bu kurumların müşteriler arasında yeterince toplumsal itibar kuramadığına işaret etmektedir.

Katılım bankacılığının başarılı oluşuna ilişkin tutumlarda katılımcıların %25,9'u kesinlikle katılırken %38,6'sı katılmakta, %23,1'i kararsız olduğunu, %10,0'ı katılmadığını ve %2,5'i kesinlikle katılmadığını belirtmiştir.

Katılım bankacılığının prestijli oluşuna yönelik tutumlar değerlendirildiğinde, müşterilerin %21,8'i kesinlikle katıldığını, %29,3'ü katıldığını, %31,2'si kararsız olduğunu %13,1'i katılmadığını ve %4,4'ü kesinlikle katılmadığını ifade etmiştir.

Katılım bankacılığı imaj boyutu ile ilgili veriler topluca ele alındığında, müşteriler arasında katılım bankacılığı imajının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Katılım bankacılığı müşterilerinin çoğunluğu bu bankacılık sistemini, güvenilir, itibarlı, başarılı ve prestijli bulmaktadır. Türkiye'de bazı toplumsal tabakaların faiz normuna yönelik gösterdiği direncin sebep olduğu süreklilik ve bağlayıcılık, katılım bankacılığının imajına yönelik pozitif tutumların ana belirleyicisi olabilir. Katılım bankacılığı müşterilerinin, faizli bankacılık sisteminden uzak durmaları veya faizli bankacılık sistemini kullanırken tecrübe ettikleri dini gerilim, katılım bankacılığına ilişkin tutumlarına pozitif yönde etkiye bulunmuştur. Buna karşılık müşteriler arasında katılım bankacılığını güvensiz, itibarsız, başarısız ve prestijsiz olarak gören katılımcıların oranlarının azımsanmayacak düzeyde olması, bu kurumların genel olarak bir imaj problemi yaşadıklarını göstermektedir. Söz konusu imaj probleminin genel olarak katılım bankacılığının faizli finansal araçlar ile ilişkisinin tartışmalı olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bu durum, katılım bankacılığının finansal işlemlerinin faiz içerip içermediği noktasında yaşadığı meşruiyet sorununun imaj bozucu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

2. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Din Boyutuna Yönelik Tutumları

Tablo 5. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Din Boyutu ile İlgili Aldıkları Aritmetik Puan Ortalamaları ve Dereceleri

Din Boyutu	N	X	S	Derecelendirme
Katılım bankacılığı İslami kurallara uygundur.	321	3,48	1,13772	Yüksek
Katılım bankacılığı dini inançlarıma uygundur.	321	3,54	1,11734	Yüksek
Katılım bankacılığı kültürümüze uygundur.	321	3,65	1,04122	Yüksek
Katılım bankacılığının verdiği kâr payı helaldir.	321	3,44	1,14755	Yüksek
Katılım bankacılığının verdiği kâr payı faiz değildir.	321	3,47	1,16193	Yüksek
Katılım bankacılığı işlemleri faizsizdir.	321	3,51	1,20958	Yüksek
Katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının faizsiz olması etkili olmuştur.	321	3,70	1,24056	Yüksek

Tablo verilerinden din boyutuna yönelik tutumların puan ortalamalarının 3,44 ile 3,70 arasında değiştiği anlaşılmaktadır. Katılım bankacılığı din boyutundan alınan ortalama puanlar, “katılım bankacılığı İslami kurallara uygundur” maddesinde 3,48, “katılım bankacılığı dini inançlarıma uygundur” maddesinde 3,54, katılım bankacılığı kültürümüze uygundur maddesinde 3,65, “katılım bankacılığının verdiği kâr payı helaldir” maddesinde 3,44, “katılım bankacılığının verdiği kâr payı faiz değildir” maddesinde 3,47, “katılım bankacılığı işlemleri faizsizdir” maddesinde 3,51, “katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının faizsiz olması etkili olmuştur” maddesinde ise 3,70’tir. Puan ortalamaları, din boyutuna ilişkin tutumların yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Din Boyutu ile İlgili Tutumları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Katılım bankacılığı İslami kurallara uygundur.	67 (%20,9)	103 (%32,1)	91 (%28,3)	40 (%12,5)	20 (%6,2)	321
Katılım bankacılığı dini inançlarıma uygundur.	69 (%21,5)	110 (%34,3)	89 (%27,7)	34 (%10,6)	19 (%5,9)	321
Katılım bankacılığı kültürümüze uygundur.	68 (%21,2)	127 (%39,6)	87 (%27,1)	24 (%7,5)	15 (%4,7)	321
Katılım bankacılığının verdiği kâr payı helaldir.	64 (%19,9)	98 (%30,5)	102 (%31,8)	32 (%10,0)	25 (%7,8)	321
Katılım bankacılığının verdiği kâr payı faiz değildir.	67 (%20,9)	103 (%32,1)	90 (%28,0)	37 (%11,5)	24 (%7,5)	321
Katılım bankacılığı işlemleri faizsizdir.	77 (%24,0)	100 (%31,2)	83 (%25,9)	33 (%10,3)	28 (%8,7)	321
Katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının faizsiz olması etkili olmuştur.	105 (%32,7)	103 (%32,1)	49 (%15,3)	42 (%13,1)	22 (%6,9)	321

Tablo 6'daki veriler, katılım bankacılığının İslami kurallara uygun olduğuna dair müşteri tutumlarında, örneklem grubunun %20,9'unun "kesinlikle katılıyorum", %32,1'inin "katılıyorum", %28,3'ünün "kararsızım", %12,5'inin "katılmıyorum" ve %6,2'sinin ise "kesinlikle katılmıyorum" dediğini göstermektedir.

Katılım bankacılığının dini inançlara uygunluğuna ilişkin tutumlara bakıldığında, örneklem grubunun %21,5'i "kesinlikle katılıyorum", %34,3'ü "katılıyorum", %27,7'si "kararsızım", %10,6'sı "katılmıyorum" ve %5,9'u "kesinlikle katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Katılım bankacılığının kültürel uygunluğu bağlamında, %21,2 "kesinlikle katılıyorum", %39,6 "katılıyorum", %27,1 "kararsızım", %7,5 "katılmıyorum" ve %4,7 "kesinlikle katılmıyorum" ifadeleri kullanılmıştır.

Katılım bankacılığının verdiği kâr payının helal olduğu tutumuna yönelik ise, %19,9 "kesinlikle katılıyorum", %30,5 "katılıyorum", %31,8 "kararsızım", %10,0 "katılmıyorum" ve %7,8 "kesinlikle katılmıyorum" ifadeleri belirtilmiştir.

Katılım bankacılığının verdiği kâr payının faiz olmadığı yönündeki tutumlar incelendiğinde, %20,9 "kesinlikle katılıyorum", %32,1 "katılıyorum", %28,0 "kararsızım", %11,5 "katılmıyorum" ve %7,5 "kesinlikle katılmıyorum" cevapları verilmiştir.

Katılım bankacılığı işlemlerinin faizsiz olduğu yönündeki tutumlar ise %24,0 "kesinlikle katılıyorum", %31,2 "katılıyorum", %25,9 "kararsızım", %10,3 "katılmıyorum" ve %8,7 "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde ifade edilmiştir.

Son olarak, katılım bankacılığının faizsiz olmasının tercih edilme sebepleri arasında etkili olup olmadığına yönelik tutumlarda %32,7 "kesinlikle katılıyorum", %32,1 "katılıyorum", %15,3 "kararsızım", %13,1 "katılmıyorum" ve %6,9 "kesinlikle katılmıyorum" ifadeleri görülmektedir.

Din boyutu ile ilgili bulgular, müşterilerin yaklaşık yarısının katılım bankacılığını dini açıdan meşru kabul ettikleri sonucunu doğurmaktadır. Bu bulgu, bazı muhafazakâr ve dindar kesimlerin bankacılık ihtiyaçlarını dini normlar ile uyumlu bir sistem ile karşılamak istemesi ile açıklanabilir. Türkiye'de faiz yasağı normunun toplumsallığını sürdürmesi, katılım bankacılığının ortaya çıkışı için dini bir alt yapı hazırlamıştır. 1980'li yıllarla birlikte Türkiye'de dinin toplumsal ve siyasal alanda güçlenmesi ile bu alt yapı, katılım bankacılığının teşekkülü ve ilerleyişi için elverişli altyapıyı oluşturmuştur. Dinin kamusal alandaki görünürlüğünün artması, faizsiz finans modellerine duyulan talebin karşılık bulmasına olanak sağlamıştır. Köroğlu'nun katılım bankacılığını kamusal alan teorisi çerçevesinde ele aldığı çalışmasında, saha verileri ve teorik analizler, katılım bankacılığının teorik düzlemde çeşitli meşruiyet tartışmalarına konu olduğunu; ancak toplumsal düzeyde, dini açıdan uygun ve özerk bir bankacılık sektörü olarak algılandığını ortaya koymuştur (Köroğlu, 2022).

Bununla birlikte "katılmıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" şeklindeki seçeneklere düşük oranda dağılımın olması, İslami bankacılığın dini boyutuna yönelik bir meşruiyet sorunu yaşadığını ortaya koymaktadır. Katılım bankacılığının din boyutuna ilişkin kararsız kategorisinde toplanan bir grubun varlığı da bu kurumların dini açıdan toplumsal kabul noktasındaki başka bir soruna işaret etmektedir. Nitekim, katılımcıların katılım bankalarının İslami kurallara, dini inançlara, kültüre, kâr payı ve finansal işlemlerin İslam'a uygun olup olmama noktasında çatışma ve gerilim yaşadıkları ifade edilebilir. Katılım bankacılığına yönelik yapılan sınırlı sayıdaki çalışmada da bu durum gözlenmiştir. Akgün, katılım bankacılığının İlahiyatçılar arasında dini meşruiyet sorunu yaşadığı bulgusuna ulaşmıştır (Akgün, 2024, s. 121). Akademisyenlerin İslami bankacılık algılarını araştıran bir çalışmada İlahiyat fakültesi akademisyenlerinin diğer gruplara kıyasla İslami finans ve bankacılık uygulamalarının dinî kurallara uygunluğu ve faizsizlik ilkesi konusunda tereddüt yaşadıkları belirtilmiştir (Yanık & Sumer, 2019, s. 1189). Diyanet personelinin faiz hassasiyetini inceleyen bir

araştırmada da katılım bankacılığının İslami kurallara göre işleyip işlemediğine dair şüphelerin var olduğu ortaya konmuştur(Kızıltepe & Yardımcıoğlu, 2017, s. 215). Benzer şekilde Aktürk, katılım bankacılığının İlahiyatçılar arasında bir meşruiyet krizi yaşadığını tespit etmiştir(AKTÜRK, 2021, s. 167). Sözü edilen araştırmalar, katılım bankacılığının içerisinde dini meşruiyet problemi yaşadığına yönelik bulguyu destekler niteliktedir. Her bir çalışma bütün halinde değerlendirildiğinde, meşruiyet probleminin din eğitimi yüksek bireylerde tebarüz ettiği ifade edilebilir. Din eğitimi yüksek bireylerde görülen din referanslı tartışma zemininin tüm tabakalara yayılmadığını, katılım bankacılığının Köroğlu'nun da belirttiği gibi dini kuralları merkeze alan konvansiyonel bankacılığa alternatif dini-ekonomik bir kurum olduğunu dile getirmek mümkün gözükmemektedir. Nihai olarak katılım bankacılığının din boyutu ile ilgili tutumlarda bir kararsızlık, çelişki ve çatışma durumu kendisini göstermektedir.

3. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Ekonomi Boyutuna Yönelik Tutumları

Tablo 7. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Ekonomi Boyutuna Yönelik Aritmetik Puan Ortalamaları ve Derecelendirilmeleri

Ekonomi Boyutu	N	X	S	Derecelendirme
Konut kredisini katılım bankacılığından alırım.	321	3,51	1,36039	Yüksek
Taşıt kredisini/finansmanını katılım bankacılığından alırım.	321	3,52	1,36716	Yüksek
Tüketici kredisini/finansmanını katılım bankacılığından alırım.	321	3,40	1,37994	Orta
Ticari krediyi/finansmanını katılım bankacılığından alırım.	321	3,39	1,37040	Orta
Kâr payı almak için paramı katılım bankacılığına yatırırım.	321	3,42	1,43018	Yüksek
Döviz alım-satım işlemlerinde katılım bankacılığını kullanırım.	321	3,43	1,34521	Yüksek

Tablo verileri, örneklem grubunun katılım bankacılığı ekonomi boyutu ile ilgili tutumlarının aritmetik ortalamalarının 3,39 ile 3,52 puan aralığında olduğunu göstermektedir. Ekonomi boyutu maddelerinden alınan ortalama puanların, “taşıt kredisini/finansmanını katılım bankacılığından alırım” (3,52), “konut kredisini katılım bankacılığından alırım” (3,51), “döviz alım-satım işlemlerinde katılım bankacılığını kullanırım” (3,43), “kâr payı almak için paramı katılım bankacılığına yatırırım” (3,42) şeklinde yüksek düzeyde olduğu; “tüketici kredisini/finansmanını katılım bankacılığından alırım” (3,40) ve “ticari krediyi/finansmanını katılım bankacılığından alırım” (3,39) ifadelerinin ise orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, ekonomi boyutuyla ilgili tutumların, konut, taşıt, kâr payı ve döviz alım maddelerinde yüksek; tüketici ve ticari finansmanına ilişkin maddelerde orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Ekonomi Boyutuna Yönelik Tutumları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Konut kredisini katılım bankacılığından alırım.	92 (%28,7)	103 (%32,1)	44 (%13,7)	41 (%12,8)	41 (%12,8)	321

Taşıt kredisini katılım bankacılığından alırım.	94 (%29,3)	102 (%31,8)	44 (%13,7)	39 (%12,1)	42 (%13,1)	321
Tüketici kredisini katılım bankacılığından alırım.	83 (%25,9)	99 (%30,8)	52 (%16,2)	39 (%12,1)	48 (%15,0)	321
Ticari krediyi katılım bankacılığından alırım.	84 (%26,2)	92 (%28,7)	59 (%18,4)	40 (%12,5)	46 (%14,3)	321
Kâr payı almak için paramı katılım bankacılığına yatırıyorum.	94 (%29,3)	93 (%29,0)	40 (%12,5)	44 (%13,7)	50 (%15,6)	321
Döviz alım-satım işlemlerinde katılım bankacılığını kullanırım.	88 (%27,4)	87 (%27,1)	64 (%19,9)	42 (%13,1)	40 (%12,5)	321

Katılım bankacılığından konut kredisi alma tutumlarına yönelik veriler incelendiğinde, örneklem grubunun %28,7'si "kesinlikle katılıyorum", %32,1'i "katılıyorum", %13,7'si "kararsızım", %12,8'i "katılmıyorum" ve %12,8'i "kesinlikle katılmıyorum" yanıtını vermiştir.

Taşıt kredisi alma tutumlarına bakıldığında, %29,3'ü "kesinlikle katılıyorum", %31,8'i "katılıyorum", %13,7'si "kararsızım", %12,1'i "katılmıyorum" ve %13,1'i "kesinlikle katılmıyorum" ifadelerini kullanmıştır.

Tüketici kredisi konusunda %25,9 "kesinlikle katılıyorum", %30,8 "katılıyorum", %16,2 "kararsızım", %12,1 "katılmıyorum" ve %15,0 "kesinlikle katılmıyorum" sonuçları elde edilmiştir.

Ticari kredi kullanımı ile ilgili olarak, %26,2 "kesinlikle katılıyorum", %28,7 "katılıyorum", %18,4 "kararsızım", %12,5 "katılmıyorum" ve %14,3 "kesinlikle katılmıyorum" yanıtları verilmiştir.

Kâr payı almak için katılım bankacılığını tercih etme tutumlarına yönelik frekans dağılımları, %29,3 "kesinlikle katılıyorum", %29,0 "katılıyorum", %12,5 "kararsızım", %13,7 "katılmıyorum" ve %15,6 "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde dağılım göstermektedir.

Döviz alım-satım işlemleri için katılım bankacılığını kullanma tutumlarına bakıldığında, %27,4 "kesinlikle katılıyorum", %27,1 "katılıyorum", %19,9 "kararsızım", %13,1 "katılmıyorum" ve %12,5 "kesinlikle katılmıyorum" ifadeleri kullanılmıştır.

Ekonomi boyutuna ilişkin verilere göre müşterilerin katılım bankacılığının finansal faaliyetlerine yönelik tutumlarının üç veçhesi bulunmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası, katılım bankacılığının finansal hizmetlerini kullandığını belirtirken hemen hemen yarısına yakını bu hususta kararsız veya olumsuz bir tavırda olduğunu ifade etmiştir. Katılım bankacılığının ekonomi boyutuna ilişkin "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" şeklindeki dağılım oranının %50'nin üzerinde olmasında, katılım bankacılığının dini açıdan meşru gören ve faizli bankacılık sisteminden uzak duran bireylerin pratiklerinin etkin olduğunu ifade etmek mümkündür. Katılımcıların ekonomik pratiklere

ilişkin “kararsızım”, “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerindeki dağılımının kayda değer bir düzeyde olması, kendi bünyesinde dini ve pratik sebepleri barındırmaktadır. Katılım bankacılığının sunduğu finansal hizmetlerin faizli olup olmadığı veya faize benzer bir mahiyet taşıyıp taşımadığına ilişkin soru ve sorunlar, ekonomi boyutuna yönelik kararsız ve olumsuz tutumların belirleyicisi olmuştur. İşaret edilen dini sebebin ötesinde, ekonomik boyutun bir de pratik sebebi bulunmaktadır. Katılım bankacılığının finansal hizmetlerinin konvansiyonel bankacılığa karşılık ekonomik kârlılık açısından bireylere cazip gelmemesi, söz konusu frekans dağılımlarının bir diğer belirleyicisi konumundadır.

4. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Tercih Boyutuna Yönelik Tutumları

Tablo 9. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Tercih Boyutuna Yönelik Aritmetik Puan Ortalamaları ve Derecelendirilmeleri

Tercih	N	X	S	Derecelendirme
Katılım bankacılığını tercih etmemde bankacılık işlemlerinin hızlı olması etkili olmuştur.	321	3,43	1,07084	Yüksek
Katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının bankacılık işlemlerinin başarılı olması etkili olmuştur.	321	3,47	1,11540	Yüksek
Katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının bankacılık hizmetlerinin çeşitli olması etkili olmuştur.	321	3,32	1,13558	Orta

Tablo verilerinden, tercih boyutuna ilişkin tutumların 3,32 ile 3,47 aralığında derecelendiği anlaşılmaktadır. Her bir maddenin aritmetik ortalamasına bakıldığında, “katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının bankacılık işlemlerinin başarılı olması etkili olmuştur” (3,47) ve “katılım bankacılığını tercih etmemde bankacılık işlemlerinin hızlı olması etkili olmuştur” maddesi (3,43) tutumlarının yüksek düzeyde olduğu, “katılım bankacılığını tercih etmemde katılım bankacılığının çeşitli olması etkili olmuştur” (3,32) puan ile orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Katılım Bankacılığı Müşterilerinin Katılım Bankacılığının Tercih Nedenlerine Yönelik Tutumları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Katılım bankacılığını tercih etmemde bankacılık işlemlerinin hızlı olması etkili olmuştur.	54 (%16,8)	111 (%34,6)	88 (%27,4)	57 (%17,8)	11 (%3,4)	321
Katılım bankacılığını tercih etmemde bankacılık işlemlerinin başarılı olması etkili	61 (%19,0)	116 (%36,1)	74 (%23,1)	56 (%17,4)	14 (%4,4)	321

olmuştur.						
Katılım bankacılığını tercih etmemde bankacılık hizmetlerinin çeşitli olması etkili olmuştur.	55 (%17,1)	94 (%29,3)	90 (%28,0)	65 (%20,2)	17 (%5,3)	321

Katılım bankacılığını tercih etme nedenlerine ilişkin veriler incelendiğinde, müşterilerin bankacılık işlemlerinin hızlı olması konusundaki tutumları dikkat çekmektedir. Örneklem grubunun %16,8'i "kesinlikle katılıyorum", %34,6'sı "katılıyorum", %27,4'ü "kararsızım", %17,8'i "katılmıyorum" ve %3,4'ü "kesinlikle katılmıyorum" cevaplarını vermiştir.

Tercih faktörlerinde katılım bankacılığı işlemlerinin başarılı bulunmasına dair, katılımcıların %19,0'ı "kesinlikle katılıyorum", %36,1'i "katılıyorum", %23,1'i "kararsızım", %17,4'ü "katılmıyorum" ve %4,4'ü "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir.

Hizmet çeşitliliğine ilişkin maddede ise katılımcıların %17,1'i "kesinlikle katılıyorum", %29,3'ü "katılıyorum", %28,0'i "kararsızım", %20,2'si "katılmıyorum" ve %5,3'ü "kesinlikle katılmıyorum" ifadelerini kullanmıştır.

Katılım bankacılığına yönelik tercih tutumlarının diğer boyutlara nazaran daha düşük olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, katılım bankacılığının hizmet kalitesinin ve finansal enstrümanlarının müşteri memnuniyeti üzerindeki tesirinin olumsuz mahiyette olduğuna işaret etmektedir. Müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesinde faizsizlik normu ana faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Tüm bunlar, katılım bankacılığı müşterilerinin tercih ölçütlerinde faizsizlik ve hizmet kalitesi çerçevesinde hareket ettiklerine işaret etmektedir. Elde edilen bu bulguyu, katılım bankacılığının tercih nedenleri üzerine yapılan araştırmalar destekler niteliktedir. Nitekim söz konusu araştırmalarda, katılım bankacılığını tercihte en etkili faktörün dini hassasiyetler ve hizmet kalitesi olduğu anlaşılmaktadır (Amin, 2008; Amin vd., 2011; Anaç & Kaya, 2017; Bhatti vd., 2010; Karakaya & Karamustafa, 2004; Khatkhat, 2010; Lee & Ullah, 2011; Okumus, 2005; Özsoy vd., 2013; Ramadan, 2013).

Sonuç

Tarihsel düzlemde 1980'li yıllarda Türkiye'nin liberal politikaları benimsemesiyle makro ölçekte yabancı sermayeyi ülkeye kazandırmak ve mikro ölçekte toplumun her kesimini ekonomik sisteme dahil ederek yastık altı olarak nitelendirilen birikimlerin devlet sermayesine kazandırılması, ekonomik açıdan temel amaçlardan biri olarak benimsenmiştir. Katılım bankacılığı, bu iki hedefin bağlantı noktasını oluşturarak körfez sermayesinin ve yastık altı birikimlerin ekonomik sisteme kazandırılması bağlamında stratejik bir kurum haline gelmiştir. Söz konusu faizsiz finans kurumları, Türkiye'deki din ve siyaset ilişkilerinin belirleyici etkisiyle her ne kadar iki ekonomik hedef ile örtüşen bir kurum olsa da dini referansa sahip olmasından dolayı çeşitli aşamalardan geçmiştir. 1980'li yıllarda kurulan Özel Finans Kurumları, hâkim laik bürokratik yapı, aydın ve sol kanat tarafından siyasal İslam'ın bir formu olarak anlaşılmıştır. Bu bağlamda, Özel Finans Kurumları 2005'li yıllara kadar beklenen gelişim seyrini gösterememiştir. 2000'li yıllarda Türkiye'de din ve siyaset ilişkisinin değişimi ile birlikte Özel Finans Kurumlarının kaderi de büyük ölçüde değişmiştir. 2005'li yıllarda katılım bankacılığı ismini alan bu kurumlar, hukuki ve siyasi açıdan güçlenerek, ekonomik hedeflerin

gerçekleştirilmesinde stratejik bir konumda görülmüştür. Araştırma verileri, bu sosyo-ekonomik arka planı destekler niteliktedir.

Bu çalışmanın merkezi problemi, katılım bankacılığı müşterilerinin katılım bankacılık sistemine yönelik tutumlarıdır. Çalışma, bu merkezi problem doğrultusunda, katılım bankacılığı müşterilerinin imaj, din, ekonomi ve tercih boyutlarına ilişkin tutumlarının analizini amaçlamıştır. Bu çerçevede, katılım bankacılığına yönelik tutumlar dört ana boyutta ele alınarak analiz gerçekleştirilmiştir.

Katılım bankacılığı imaj boyutuna yönelik tutumların yarısından fazlasının olumlu olmasında, Türkiye’de faiz normunun toplumsal düzeyde süregiden varlığının bu yüksek tutum düzeyinin temel nedeni olduğunu ifade etmek mümkündür. Toplumsal tabakada bazı muhafazakâr ve dindar kesimlerin faiz temelli işleyen bankacılık sistemine karşı gösterdiği dini direnç, bu kesimlerin katılım bankacılığına refleksif bir şekilde olumlu yaklaşmasına neden olmuştur. Müşterilerin yarısından fazlasının katılım bankacılığına güvenilir, başarılı, itibarlı ve prestijli olarak yaklaşması sözü edilen durumu destekler niteliktedir. Bununla birlikte, imaj boyutuna yönelik olumsuz frekans dağılımlarının hatırı sayılır bir düzeyde olması, katılım bankacılığının dini meşruiyet sorununa bağlı olarak bir imaj problemi yaşadığını göstermektedir. Katılımcılar arasında imaj boyutu konusunda kararsız kalanların da önemli bir grup oluşturduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada, katılım bankacılığına ilişkin din boyutuna yönelik tutumların yüksek olduğu görülmüştür. Fakat imaj boyutunda olduğu gibi din boyutuna yönelik tutumlar da kendi içerisinde zıtlıkları bir arada bulundurmaktadır. Her ne kadar katılım bankacılığı din boyutuna yönelik tutumların aritmetik ortalaması yüksek düzeyde olsa da frekans dağılımları mercek altına alındığında katılmamama durumunun ağırlığının azımsanmayacak düzeyde olduğu fark edilmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası, katılım bankacılığının faizsizlik ilkesini benimsemekte fakat bir kısmı da bu konuda dini meşruiyet problemi yaşamaktadır. Bilhassa, "katılım bankacılığını faizsiz olduğu için tercih ederim" ifadesi, en yüksek düzeyde olumlu yanıt alan maddelerden biri olmuştur. Faiz temelli konvansiyonel bankacılık sisteminin toplumun bazı kesimlerinin dini hassasiyetlerinden dolayı tüm toplumsal tabakalara yönelik ekonomik işlevsellik gösterememesi, katılım bankacılığının ortaya çıkışındaki dini ve toplumsal alt yapıyı hazırlamış olmasına rağmen katılım bankacılığı da faizli olup olmama ve İslami kurallara uygunluk bağlamında bireylerde dini bir kabul sorunu yaşamaktadır. Bu bağlamda bazı katılımcıların katılım bankacılığı ile dini inançları uzlaştıramadıkları bulgusu elde edilmiştir. Bununla birlikte katılım bankacılığının dini boyutu ile ilgili kararsız bir grubun var olduğu ortaya çıkmaktadır.

Ekonomi boyutu ile ilgili araştırma sonuçları, bireylerin katılım bankacılığına ilişkin finansal pratiklerinin de üçlü bir yapı ekseninde şekillenmektedir. Bir yandan konvansiyonel bankacılığa karşılık gelen dini referanslı refleksif bir tavır katılım bankacılığının finansal enstrümanlarının kullanımına ilişkin olumlu bir tutuma sebep olmuştur. Öte yandan ise katılım bankacılığının finansal hizmetlerine yönelik frekans dağılımlarında katılmama tutumları, kendi içerisinde iki sebebe dayanmaktadır. Bunlardan ilki, bu bankaların sunduğu finansman ürünlerinin faizli olup olmadığına ilişkin dini bir soruya bağlıyken ikincisi söz konusu finansman ürünlerinin konvansiyonel bankacılık karşısında ekonomik kârlılık bağlamında cazip olmama sorununa bağlıdır. Bunlara ek olarak katılım bankacılığı ekonomik boyutuna ilişkin kararsız tutum takınanlar bulunmaktadır.

Katılım bankacılığına yönelik tercih tutumlarında ise tutum düzeyleri diğer boyutlara nazaran kısmen düşük düzeydedir. Bu durumun nedeni, katılım bankacılığını tercihe sebep olan faktörlerin "hizmet çeşitliliği, başarılı işlemler ve hızlı bankacılık" gibi faktörlerden ziyade faizsizlik unsurunun hâkim rol oynamasıdır. Bireyler, katılım bankacılığını daha çok faizsiz olma iddiasından kaynaklı tercih etmektedir.

Katılım bankacılığına ilişkin bireysel tutumların yüksekliği, her ne kadar bünyesinde bir dizi

meşruiyet sorununu barındırsa da bu bankacılık modelinin ekonomik yapıda alternatif bir sistem olarak yer edindiğini göstermektedir. Sonuç olarak katılım bankacılığı ile din ilişkileri arasında her bir boyutta üçlü bir yapının ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Bu yapılar, “uzlaştırma”, “meşruiyet” ve katılım bankacılığının dini inançlar ile uygunluğu konusunda “kararsızlık” şeklinde sıralanabilir. Bu bulgular, katılım bankacılığı ile ilgili olumlu veya olumsuz tutumlarda dinin en temel rol ve işlevi oynadığını göstermektedir. Zira katılım bankacılığına yönelik tutumları belirleyen etkin faktörün din olduğu ortaya çıkmaktadır.

Öneriler

Ekonomik hayatı düzenleyen dini inanç ve değerler, siyasal ve ideolojik olarak değerlendirilmemelidir. Din, toplumsal hayatın her alanını kuşattığı gibi ekonomik hayatı da önemli ölçüde belirlemektedir. Bu nedenle ekonomik yapıda dini inanç ve değerlere göre ekonomik kurumsal sistemlerin üretilmesi toplumsal bir ihtiyacın ürünüdür. Bu bağlamda faizsizlik normu toplumsal hayatta işlev görmeye devam ettiği sürece bu sisteme uygun ekonomik kurumların varlığına toplum her zaman ihtiyaç duyacaktır. Dolayısıyla katılım bankacılığı gibi din ile ilişkili kurumların yasaklanması ya da siyasal ve ideolojik bir biçimde etiketlenmesi halinde, ülkemizde birikimlerin ekonomik sisteme dâhil edilmesi mümkün değildir. Zira bu kurumlar, dini temellere olduğu kadar toplumsal ihtiyaçlara da karşılık verdiğinden, ilgili inanç ve değerler çerçevesinde geliştirilmesi gerekmektedir. Bu kurumlar dini ve toplumsal bir ihtiyaç olmasından dolayı dini ve toplumsal inançlara göre mutlaka geliştirilmelidir.

Faizli ekonomik sistemlere karşı olan müşterilerin bu kurumlara yönelik olumlu imaj ve algıya sahip oldukları görülmektedir. Buna karşılık katılım bankacılığının faizsizlik normu ile ilgili meşruiyet sorunun henüz aşılamadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle katılım bankacılığının imaj probleminin çözülebilmesi için faizsizlik ilkesine uygun bir yapı olduğu ortaya konulmalıdır. Katılım bankacılığının diğer bankalar ile farkının olmadığı yönündeki imaj sorunun aşılması gerekmektedir. Bu da katılım bankacılığının halihazırdaki ürün ve araçlarının tam olarak diğer bankacılık sistemlerinden İslami forma dönüştürme sorunu yaşadığını göstermektedir. Örneğin diğer bankalarda verilen faiz oranları ile katılım bankacılığı kâr payı veya kredi kâr oranlarının eşdeğer veya onlardan daha yüksek olması ve aynı yöntemler ile tahsilatlarının gerçekleştirilmesi katılım bankacılığının faizsiz olması ile ilgili iddia üzerinde meşruiyet sorunu yaratmaktadır. Bu nedenle müşteriler arasındaki katılım bankacılığına yönelik dini meşruiyet sorunlarının giderilmesi önerilmektedir. Çünkü katılım bankacılığı sistemi toplumsal bir ihtiyaç ve zorunluluktur.



Hakem: Dış, Bağımsız.

Teşekkür:

-

Beyanname:

1. Özgünlük Beyanı:

Bu çalışma özgündür.

2. Yazar Katkıları:

Fikir: HK&YZA; **Kavramsallaştırma:** HK&YZA; **Literatür Taraması:** HK&YZA; **Veri Toplama:** HK&YZA; **Veri İşleme:** HK&YZA; **Analiz:** HK&YZA; **Yazma - orijinal taslak:** HK&YZA; **Yazma - inceleme ve düzenleme:** HK&YZA.

3. Etik Kurul İzni:

Bu çalışma için etik kurul izni, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 06.09.2023 tarihli ve 2023/15-03 numaralı kararı ile alınmıştır.

4. Finansman/Destek:

Bu çalışma, herhangi bir finansman ya da destek almamıştır.

5. Çıkar Çatışması:

Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

6. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları:



KAYNAKÇA

- Abdul Hadi, N., & Muwazir, M. R. (2020). Islamic banking selection criteria: A multi-ethnic perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1063-1078.
- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 786-817.
- Akgün, Y. Z. (2024). *Katılım Bankacılığı üzerine bir din sosyolojisi alan araştırması: İzmir Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Akgün, Y. Z., & Karaşahin, H. (2024). Katılım bankacılığı üzerine bir ölçek geliştirme çalışması. *Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 18.
- Akşit, B., Şentürk, R., Küçükkural, Ö., & Cengiz, K. (2012). *Türkiye’de dindarlık: Sosyal Gerilimler ekseninde inanç ve yaşam biçimleri* (2. bs). İletişim Yayınları.
- Aktürk, H. (2021). İslami finans ile finansın İslamleştirilmesi arasında Türkiye’de faizsiz finans kurumlarına güven problemi. *EKEV Akademi Dergisi*, 88, 159-178.
- Aliyu, S., Hassan, M. K., Mohd Yusof, R., & Naiimi, N. (2017). Islamic banking sustainability: a review of literature and directions for future research. *Emerging Markets Finance and Trade*, 53(2), 440-470.
- Amin, H. (2008). Choice criteria for Islamic home financing: Empirical investigation among Malaysian bank customers. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 1(3), 256-274.
- Amin, H., Rahman, A. R. A., Sondoh, S. L., & Hwa, A. M. C. (2011). Determinants of customers’ intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22-42.
- Anaç, T., & Kaya, F. (2017). Katılım bankacılığı sektöründe bireysel müşterilerin banka tercih nedenleri üzerine bir araştırma: İstanbul Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2).
- Asutay, M. (2007). A political economy approach to Islamic economics: Systemic understanding for an alternative economic system. *Kyoto bulletin of Islamic area studies*, 1(2), 3-18.
- Asutay, M. (2010). Islamic banking and finance and its role in the GCC and the EU relationship: Principles, developments and the bridge role of Islamic finance. İçinde Christian Koch & Leif Stenberg (Ed.), *The EU and the CGG: Challenges and Prospects*, Gulf Research Center.

- Asutay, M. (2012). Conceptualising and locating the social failure of Islamic finance: Aspirations of Islamic moral economy vs the realities of Islamic finance. *Asian and African area studies*, 11(2), 93-113.
- Asutay, M. (2013a). Islamic moral economy as the foundation of Islamic finance. *Islamic finance in Europe: Towards a plural financial system*, 5, 55-63
- Asutay, M. (2013b). The development of Islamic banking in Turkey: Regulation, performance and political economy. İçinde V. Cattelan (Ed.), *Islamic Finance in Europe: Towards a Plural Financial System*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Atar, A. (2017). Başlangıcından günümüze Dünyada ve Türkiye’de İslami bankacılığın genel durumu. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4).
- Bellah, R. (1985). *Tokugawa religion: The Cultural roots of modern Japan*. Free Press.
- Bhatti, G. A., Hussain, H., & Akbar, Z. A. (2010). Determinants of customer satisfaction and bank selection in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(6), 536-554.
- Calder, R. M. (2014). *Sacred profit: A Sociology of Islamic finance* [PhD Thesis]. University of California.
- Canbazoğlu Binici, S. (2019). Örneklem yöntemleri. İçinde H. Özmen & O. Karamustafaoğlu (Ed.), *Eğitimde Araştırma Yöntemleri* (ss. 56-83). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Carruthers, B. G. (2024). Bankalar ve bankacılık hakkında sosyolojik olan nedir? (M. Ökmen, Çev.). İçinde R. Swedberg & M. Granovetter (Ed.), *İktisadi Hayatın Sosyolojisi* (ss. 407-441). Alfa Yayıncılık.
- Correll, J., Mellinger, C., McClelland, G. H., & Judd, C. M. (2020). Avoid Cohen’s ‘Small’, ‘Medium’, and ‘Large’ for Power Analysis. *Trends in Cognitive Sciences*, 24(3), 200-207.
- Erdoğan, S., Gedikli, A., & Çevik, E. İ. (2020). The effects of the covid-19 pandemic on conventional and islamic stock markets in Turkey. *Bilimname*, 2020(42), 89-110.
- Erdoğan, S., Gedikli, A., & Özdemir, S. (2017). *Handbook of Research on Sociopolitical Factors Impacting Economic Growth in Islamic Nations*. IGI Global.
- Ersezer, Ö., & Günok, M. Z. (2024). İslam ekonomisinin gelişimi ve Türkiye’de katılım bankalarının güncel durumu. *Turkish Business Journal*, 5(9), 28-36.
- Ete, H., & Yargı, A. (2023). *Türkiye’de dindarlık algısı* (Toplumsal Eğilimler-3). Ankara Enstitüsü & İstanbul Politikalar Merkezi.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Gedikli, A., & Erdoğan, S. (2016). Katılım bankacılığı: Türkiye ve Dünya uygulaması. İçinde S. Erdoğan, A. Gedikli, & D. Ç. Yıldırım (Ed.), *İslam Ekonomisi ve Finansı* (ss. 195-247). Umuttepe Yayınları.
- Ghafur, A. (2015). Sociological foundation of Islamic Banking Law legislation as the legal umbrella of economic and Islamic finance development in Indonesia. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 9(1), 1-18.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2003). People’s opium? Religion and economic attitudes. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 225-282.
- Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin Kısa Tarihi* (2. bs). Sel Yayıncılık.
- Hassan, M. K., & Aliyu, S. (2018). A contemporary survey of islamic banking literature. *Journal of Financial Stability*, 34, 12-43.

- Johnstone, R. L. (2016). *Religion in society: A Sociology of religion* (8. bs). Routledge.
- Karakaya, A., & Karamustafa, O. (2004). Bankalarda teknoloji yoğun finansal ürünlerin kullanılmasında müşteri özelliklerinin rolü. *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, 38, 1-6.
- Karaoğlu, Ö. (2021). Müslümanların iktisadi-finansal tarih tecrübesi. İçinde M. E. Kocakay (Ed.), *Türkiye'nin Kalkınma Reformu: Faizsiz Finans Sisteminin Güçlendirilmesine Yönelik Öneriler*. İktisat Yayınları.
- Karasar, N. (2019). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*. Nobel Yayıncılık.
- Karavaşin, H. (2024a). Talcott Parsons sosyolojisinde din ve sekülerleşme. *İmgelem*, 15, 183-204.
- Karavaşin, H. (2024b). Parsons perspektifinden modern toplumların inşasında dini sistemin rolü ve işlevleri (H. Karavaşin, Ed.). Yaz Yayınları.
- Katıncı, F. (2016). *Türkiye'de katılım bankalarının tercih edilmesinde dinin rolü: Van örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Khattak, N. A. (2010). Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan. *African journal of business management*, 4(5), 662.
- Kholili, M. (2023). Sociological study of the development of Islamic banking within the legal system in Indonesia. *Journal of Sharia Economics*, 4(2).
- Kızılkaya, N. (2012). Modern dönemde faizsiz bankacılık ve fıkhi işleyişi. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 20, 133-150.
- Kızıltepe, K., & Yardımcıoğlu, F. (2017). Diyanet personelinin faiz hassasiyeti üzerine bir araştırma. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2).
- Köroğlu, M. A. (2022). *Özerk kamusal alanlar ve din*. Eğitim Yayınevi.
- Kuran, T. (2002). *İslam'ın ekonomik yüzleri*. İletişim Yayınları.
- Kurtuluş, Y. (1999). *Sosyolojik açıdan faiz ve din ile ilişkisi: İktisat ve ilahiyat fakültesi öğrencileri örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Küçükşen, K. (2011). *Din motivasyonlu ekonomik organizasyonlarda olumsuz tecrübelerin din algısı üzerindeki etkileri: İslami holding yatırımcıları üzerine bir araştırma* [Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Lee, K., & Ullah, S. (2011). Customers' attitude toward Islamic banking in Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(2), 131-145.
- Lord, C. (2023). *Cumhuriyet'in doğuşundan AKP'ye din siyaseti* (S. Oğuz, Çev.). İletişim Yayınları.
- Mandaville, J. E. (1979). Usurious piety: The Cash waqf controversy in the Ottoman Empire. *International Journal of Middle East Studies*, 10(3), 289-308.
- McCleary, R. M., & Barro, R. J. (2006). Religion and Economy. *Journal of Economic perspectives*, 20(2), 49-72.
- Merton, R. (1968). *Social theory and social structure*. The Free Press.
- Muscat, M. (2015). *Banking on the Divine: Everyday Islamic banking practices in Malaysia* [PhD Thesis]. The London School of Economics and Political Science.
- Okumus, H. (2005). Interest-free banking in Turkey: A study of customer satisfaction and bank selection criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86.
- Öz, S. (2013). *Çok ortaklı şirketlerin dini ve toplumsal temelleri (Yimpaş Örneği)* [Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Özçomak, M. S., & Çebi, K. (2017). İstatistiksel güç analizi: Atatürk Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler

- dergisi üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(2), 413-431.
- Özdemir, M., & Aslan, H. (2017). *Türkiye’de İslami finansın dönüşümünün ekonomi politiği*. SETA.
- Özipek, B. B. (2005). 28 Şubat ve İslamcılar. İçinde T. Bora & M. Gültekingil (Ed.), *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, İslamcılık* (2. bs, C. 6, ss. 640-651). İletişim Yayınları.
- Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1).
- Parsons, T. (2005). *The Social System*. Taylor & Francis.
- Parsons, T. (1984). Religion in postindustrial America: The problem of secularization. *Social Research*, 51(1/2), 493-525.
- Poyraz, G. (2020). Modern bankacılığın kökleri ve İslam medeniyetlerinde finansal enstrümanlar. İçinde M. Ustaoglu & A. İncekara (Ed.), *Faiz Meselesi: Tarihte Örnek Uygulamalar* (3. bs, ss. 273-294). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Qayyum, U., Anjum, S., & Sabir, S. (2020). Religion and economic development: New insights. *Empirica*, 47(4), 793-834.
- Ramadan, Z. S. (2013). Jordanian criteria for Islamic banks selection. Evidence from the Jordanian banking sector. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), 139-145.
- Rehman, A. A. (2010). *Gulf capital Islamic finance: The rise of the new global players*. The McGraw-Hill Companies.
- Sadr, S. K. (2020). *İslam’ın erken döneminde iktisadi sistem: Kurumlar ve politikalar* (H. Şahin, Çev.). Albaraka Yayınları.
- Samuelsson, K. (2018). *Din ve iktisadi Faaliyet: Protestan ahlak, kapitalizmin yükselişi ve bilginin suistimali*. Liberte Yayıncılık.
- Sarp, Ç. (2009). *İktisadi yönelimler ve iş tercihleri üzerinde sosyo-kültürel değerlerin etkileri: Türkiye Finans Katılım Bankası örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Kırıkkale Üniversitesi.
- Shadid, A. I. (2022). *Emergence of Islamic finance* [PhD Thesis]. Cornell University.
- Shafiq, S. (2012). *De-Secularizing finance: Islamic banking in Pakistan* [PhD Thesis]. University of Notre Dame.
- Sincer, E. (2017). İktisat ve din ilişkisi: zihinsel arka plan ve kurgu. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 927-944.
- Smith, P. (2007). *Kültürel kuram* (S. Güzelsan & İ. Gündoğdu, Çev.; 2. bs). Babil Yayınları.
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *The International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143-161.
- Şevgin, H., & Çetin, B. (2017). Eğitim araştırmalarında güç analizi ve bir uygulama. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1).
- Şimşek, H., & Bayındır, S. (2020). Geç dönem İslam Fakihlerinin faiz yasağının kökeni ve sürekliliğine ilişkin görüşlerine analitik bir bakış. İçinde M. Ustaoglu & A. İncekara (Ed.), *Faiz Meselesi: Tarihte Örnek Uygulamalar* (3. bs, ss. 255-271). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tekin, H. (2019). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Yargı Yayınevi.
- Tunç, H. (2022). *Katılım bankacılığı: Felsefesi, teorisi ve Türkiye uygulaması* (12. bs). Nesil Yayıncılık.
- Turner, H. T., Beeghley, L., & Powers, C. H. (2012). *The Emergence of Sociological Theory*. SAGE.

- Uluç, A. V. (2014). Liberal—Muhafazakâr siyaset ve Turgut Özal'ın siyasi düşüncesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23).
- Usman, H. (2016). Islamic Religiosity Scale, and Its Applied on the Relationship between Religiosity and Selection of Islamic Bank. *Journal of Distribution Science*, 14(2), 23-32.
- Ustaoğlu, M. (2021). *Semavi dinlerde faiz*. Grius Yayınları.
- Ustaoğlu, M., & Bayındır, S. (2020). Faiz meselesine giriş. İçinde M. Ustaoğlu & A. İncekara (Ed.), *Faiz Meselesi: Tarihte Örnek Uygulamalar* (3. bs, ss. 1-16). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Weber, M. (2013). *Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu* (E. Aktan, Çev.). Alter Yayınları.
- Wilson, R. (1983). *Banking and finance in the Arab Middle East*. Palgrave Macmillan.
- Wilson, R. (2000). Challenges and opportunities for Islamic banking and finance in the west: The United Kingdom experience. *Islamic Economic Studies*, 7(1), 35-59.
- Witham, L. (2010). *MarketPlace of The Gods: How Economics Explains Religion*. Oxford University Press.
- Yanık, R., & Sumer, S. (2019). Akademisyenlerin İslami bankacılık algısı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(3).
- Yavuz, H. (2005). *Modernleşen müslümanlar*. Kitap Yayınevi.
- Yüksel, S. (2016). *İslami bankacılığı ortaya çıkaran nedenler ve İslami bankacılığın finansal istikrara katkıları* (S. Erdoğan, A. Gedikli, & D. Çağrı Yıldırım, Ed.). Umuttepe Yayınları.



Badge:

Issue: 54

Year: 2025

Page: 311-313

 Hakkı KARAŞAHİN^{a*}
 Yusuf Ziya AKGÜN^b

^a Assoc. Prof., İzmir Kâtip Çelebi
University,

hakkikarasahin@gmail.com

^b Res. Asst., İzmir Kâtip Çelebi
University,

yusufziya.akgun@ikc.edu.tr

* Corresponding Author

Received: 5.03.2025

Accepted: 8.29.2025

Published: 10.31.2025

Citation:

Hakkı KARAŞAHİN, (2025). Katılım
Bankacılığının Boyutları Üzerine Bir
Din Sosyolojisi Araştırması.
bilimname, 54, 311-313.

<https://doi.org/10.28949/bilimname.1690475>

Sociology of Religion Research on the Dimensions of Participation Banking

Extended Abstract

The main purpose of this study is to analyse attitudes towards participation banking from the perspective of sociology of religion. The theoretical and practical heritage of the sociological tradition of sociology of religion on the relationship between religion and economy is the main determinant of the interest and need for this research. Since the inception of sociology of religion as a field, it has identified the mutual connection of religion and economic institutions as a central research issue and focus on both institutional and individual levels. In this research, attitudes regarding participation banking are determined as the main problem area in line with this tradition. Participation banking is shaped by religious beliefs and norms as well as being an economic organization. In this respect, participation banking can be considered an intersection of religion and economic institutions. The economic actions taken by individuals regarding this banking are also in this intersection network. The phenomenon of participation banking is not positioned in a purely economic context, both in terms of its establishment and the economic practices of individuals who currently use this banking. Addressing social, political and religious context that constitutes establishment of participation banking in Turkey constitutes the other aim of the research.

Although participation banking is an important research area due to the structure of sociology of religion, it is noteworthy that studies on this field are limited. Attitudes and tendencies towards participation banking have not been sufficiently addressed in the sociology of religion. It is understood that other studies on the attitudes of participation banking customers outside sociology of religion are generally based on the problem of preference. In both national and international literature, the central interest of attitudes towards participation in banking has been shaped by the problem of choice. The literature on the subject shows the need for research that includes all layers of attitudes towards participation banking. This research is original in that it deals with attitudes towards participation banking with its various dimensions and is one of the limited number of studies on this subject in the sociology of religion.

Screened by

 **iThenticate®**
for Authors & Researchers



Except where otherwise noted, content
in this article is licensed under a
Creative Commons 4.0 International
license. Icons by Font Awesome.

This study employs the quantitative research method. Data were collected through structured interviews and questionnaires. The sample includes 321 participation banking customers from İzmir. The participation banking scale consisting of image, religion, economy and preference dimensions was implemented for the sample. Attitudes of participation banking customers towards the image, religion, economy and preference dimensions of participation banking were graded according to the arithmetic point averages of the survey items. The rating was categorized from the highest mean arithmetic score to the lowest mean score. In addition, the level of customers' attitudes towards the dimensions and the relative ranking of the arithmetic mean scores of each item describing these dimensions were determined.

As a result of the research, it was understood that establishment of participation banking in Turkey in a historical perspective took place in the context of a series of economic, political and social causes and consequences. Attitudes towards participation banking, which is the key issue addressed in the research, were found to be at medium and high levels. The research findings revealed that attitudes towards participation banking contain a series of contradictions in themselves. Although almost more than half of the participants have positive attitudes to participation banking, there is also a considerable level of negative attitudes. A reflexive attitude developed against the interest-based banking system with reference to religion has led to both a positive attitude and a negative attitude towards this banking system. While the resistance shown by some segments of the social strata towards conventional banking has led to positive attitudes towards these institutions, this situation has also been the determinant of the religious legitimacy problem of participation banking. The persistence of the norm of interest in certain segments of society has given birth to the phenomenon of participation banking with various political and social conditions, and this situation has been effective in the attitudes of individuals towards this banking. In the study, it was finally determined that there is a triple structure between participation banking and religious relations. These structures are classified as reconciliation and legitimization of participation banking with religious beliefs, the problem of reconciliation and legitimization of participation banking with religious beliefs, and ambivalence about the compatibility of participation banking with religious beliefs. This finding may lay the groundwork for broader research aimed at understanding the social perception of religion-based economic institutions in Turkey. This research raises new questions that will allow participation banking to be examined from a broader perspective in the social and religious context.

Keywords: Sociology of Religion, Participation Banking, Image Dimension, Religion Dimension, Economy Dimension, Preference Dimension.



Peer-review: External, Independent.

Acknowledgements:

-

Declarations:

1. Statement of Originality:

This work is original.

2. Author Contributions:

Concept: HK&YZA; **Conceptualization:** HK&YZA; **Literature Search:** HK&YZA; **Data Collection:** HK&YZA; **Data Processing:** HK&YZA; **Analysis:** HK&YZA; **Writing – original draft:** HK&YZA; **Writing – review & editing:** HK&YZA.

3. Ethics approval:

Ethics Committee Approval for this study was obtained with the decision of İzmir Kâtip Çelebi University Social and Human Sciences Ethics Committee dated 09.06.2023 and numbered 2023/15-03.

4. Funding/Support:

This work has not received any funding or support.

5. Competing Interests:

The author declares no competing interests.

6. Sustainable Development Goals:

☐

1

NO POVERTY

☐

☐

2

ZERO HUNGER

☐

☐

3

GOOD HEALTH AND WELL-BEING

☐

☐

4

QUALITY EDUCATION

☐

☐

5

GENDER EQUALITY

☐

☐

6

CLEAN WATER AND SANITATION

☐

☐

7

AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

☐

☒

8

DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

☐

☐

9

INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

☐

☐

10

REDUCED INEQUALITIES

☐

☐

11

SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

☐

☐

12

RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

☐

☐

13

CLIMATE ACTION

☐

☐

14

LIFE BELOW WATER

☐

☐

15

LIFE ON LAND

☐

☐

16

PEACE AND JUSTICE
STRONG INSTITUTIONS

☐

☐

17

PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

☐