

Araştırma Makalesi

Dini İnançların Sigorta Talebi Üzerindeki Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma

The Effects of Religious Beliefs on Insurance Demand: A Phenomenological Research

Abdullah Buğra SOYLU Arş. Gör., Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi absoylu@baskent.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-8119-369X	Erdem KIRKBEŞOĞLU Doç. Dr., Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi erdemk@baskent.edu.tr , https://orcid.org/0000-0002-6781-9753	
Makale Gönderme Tarihi 12.05.2019	Revizyon Tarihi 05.06.2020	Kabul Tarihi 30.06.2020

Öz

Bu çalışma, dini inançlar ile sigorta talebi arasındaki ilişkiyi araştırmaya, anlamaya odaklanmıştır. Yapılan çalışmada, dini inançlar ile sigorta talebi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu bağlamda Türkiye’de yaşayan muhafazakar kesimin sigorta ile ilgili tutum ve davranışları derinlemesine incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda Ankara’nın farklı semtlerinde görev yapan 7 cami imamı ile yapılan görüşmeler sonucunda önemli bulgular elde edilmiştir. Bunlardan ilki, Diyanet İşleri Bakanlığı’nın yayınladığı fetvada sigortanın haram olmadığı, caiz olduğu vurgulansa da, katılımcıların büyük çoğunluğunun kişisel görüş olarak diyanetle ters düştüğü olmaktadır. Sigortayı bir kumar, faiz besiciliği ve belirsizlikten doğan kar ihtimali olarak tanımlamaktadırlar. Diğer katılımcılara göre ise sigorta, İslamiyet’in de özünde olan yardımlaşma kavramının modern dünyada kendine yer bulduğu uygulama biçimlerinden bir tanesi olarak ifade edilmiştir. Ancak sigortanın faizden arınmış ve katılım usulü ile olması gerektiğini de vurgulamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Sigorta Talebi, Kültür, Din

Abstract

This study focused on researching and understanding the relationship between religious beliefs and insurance claim. In the study, the relationship between religious beliefs and insurance claim was investigated. In this context, insurance-related attitudes and behaviors of conservative groups living in Turkey were examined in depth. In line with this purpose, important findings were obtained as a result of interviews with 7 imams working in different districts of Ankara. The first of these is that, in the fatwa published by the Ministry of Religious Affairs, it is emphasized that insurance is not haram and that it is permissible, but the majority of the participants contradict with religion as a personal opinion. They define insurance as a gambling, interestism and the probability of profit arising from uncertainty. According to other participants, insurance was expressed as one of the forms of implementation in which the concept of solidarity, which is at the core of Islam, has found a place in the modern world. However, they also emphasized that the insurance should be purified from interest and should be in the form of participation.

Keywords: Insurance Demand, Culture, Religious

1. Giriş

Sigorta; gelecekte karşılaşılabilecek değeri ölçülebilir maddi risklere karşı önceden önlem alma ve risklerin gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkan zararın önceden ödenen bir ücret karşılığında oluşan ortak bir havuzdan karşılanmasıdır (Özüdoğru, 2018). Sigorta sektörünün temelleri,

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Soylu, A.B., Kırkbeşoğlu, E. 2020. Dini İnançların Sigorta Talebi Üzerindeki Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(3), 1524-1539

risklerin dağıtımı (transfer edilmesi) ve kayıpların etkilerinden korunma düşüncesi üzerine kurulmuştur. Günlük yaşamda riskleri ortadan kaldırmak fiziksel olarak mümkün olmamakla birlikte bu durum, toplumda risklerin yarattığı finansal sonuçları azaltma veya devretme amaçlı stratejilerin de gelişmesini sağlamıştır. Bu kapsamda sigorta, taraflar arasında risk transferini mümkün kılan bir ürün olmasının yanı sıra toplumda bireyler ve işletmeler arasında sigorta kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Gelişmiş bir sigorta piyasasının ülke ekonomisi açısından en büyük katkılarından birisi ülke ekonomisine sağladığı büyük fonlardır. Bununla birlikte, yatırım sermayesi sağlama, poliçe sahiplerinin finansal çöküntüye uğrama ihtimallerini ortadan kaldırma, aile gelirini koruma, piyasadaki risklerin branşlar bazında yönetilmesi, çoklu taraflar arasında paylaştırılması ve devredilmesi fonksiyonları ile ekonominin etkinliğini ve istihdam oranını arttırmakta; bu sayede de ekonomik büyüme ve gelişmeye katkıda bulunmaktadır (Kırkbeşoğlu vd, 2015). Sigorta, geçmişte yalnızca varlıkları koruma amacıyla kullanılmakta iken, günümüzde gelişen piyasalar ve teknoloji ile birlikte sigortanın kapsamı da gelişme göstermektedir. Modern toplumda sigorta, yalnızca varlıkları değil aynı zamanda gelir ve karlılığı da koruma altına almakta ve daha dirençli bir toplum yaratmada oldukça önemli rol oynamaktadır. Buradan hareketle, rekabetçi ve yenilikçi bir sigorta piyasası olmadan, pek çok açıdan günümüzdeki modern toplumun devamlılığını sağlamak mümkün olmamaktadır.

Sigorta ürünleri her ne kadar poliçe sahiplerinin hayatlarını ve/veya varlıklarını korumaya yönelik bir hizmet sunsa da, müşteriler için bu ürünler her zaman birincil öneme sahip olmamaktadır. Ayrıca sigortanın soyut, karmaşık ve gelecekteki belirsizliklere ilişkin fayda sağlayan bir ürün olması nedeniyle, müşteri tarafından satın alındıktan sonra bile değerlendirilmesi zor bir hizmettir (Crosby ve Stephens, 1987).

Sigorta sektörünün giderek gelişmesi ve globalleşmesi ile birlikte sigorta hizmeti de yaygınlaşmaya başlamış ve sigortanın önemi anlaşılmaya başlanmıştır. Bu gelişmelerin ışığında, literatürde de sigorta talebini etkileyen unsurların ortaya konulması açısından pek çok çalışmanın yapıldığı görülmektedir (Beck ve Webb, 2003; Beenstock vd., 1988; Browne vd., 2000; Dragos, 2014; Esho vd., 2004; Feyen vd., 2011). Sigorta talebini etkileyen unsurlar bakımından yazında geniş çaplı tartışmalar ve bulgular yer almaktadır. Bu unsurlardan biri de kültürdür.

Özcan (2018b)'a göre, sigorta pazarlaması ile toplumun kültür yapısı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Türk toplumunda en yaygın öğrenme biçimi “yaşayarak öğrenme”dir. Doğu toplumu insanının özelliklerinden bir tanesi de umursamazlıktır. Olayların ardında kaderci bir düşünce zihniyeti vardır. Son yıllarda trafikteki araç sayısına paralel olarak trafik kazalarının artmasından dolayı kasko sigortalarında büyük bir artış meydana gelmiştir. Bu durum da, Türk toplumundaki “yaşayarak öğrenme” alışkanlığı kanıtlar niteliktedir (Özcan, 2018b: 50-51).

Sigorta talebi üzerine gerçekleştirilen çalışmaların pek çoğunda gelişmiş ülkelerin sigorta talebini etkileyen niceliksel unsurlar incelenmektedir. Bu anlamda çalışmaların büyük bir çoğunluğu gelişmiş ekonomileri anlatan temel değişkenleri baz alarak sigorta talebini açıklamayı denemektedir. Şüphesiz ki bu çalışmaların katkıları önemlidir. Ancak bu çalışmalara ilişkin bulgular, Türkiye gibi gelişmekte olan toplumları açıklamakta yeterli olmamaktadır. Türk iş sistemi kültürel değerlerden önemli ölçüde etkilenen bir iş sistemidir. Osmanlı'nın son döneminde, İslam alimlerinin fetvaları üzerine inşa edilmiş sigortacılık sistemi, ancak Cumhuriyet Dönemindeki Avrupa hukuku düzenlemeleri ve modernizasyon çabalarıyla hayat bulabilmiştir. Bu anlamda sistemin tam anlamıyla modernizasyonu için Cumhuriyet'in ilk yıllarında büyük çaba sarf edilmiştir. 2000'li yıllarda tam anlamıyla Avrupa Birliği sigorta mevzuatına birebir uyum sağlanmış ve sigortacılık sisteminin yapısal entegrasyonunda büyük gelişim kaydedilmiştir. Ancak her ne kadar yapısal ve hukuki anlamda modern bir sigortacılık sistemi yaratılmışsa da ürünlerin satışı ve pazarlamasında kültürel faktörlerin baskın etkileri, sigorta talebini önemli düzeyde etkilemektedir. Bu nedenle çalışmada kültürün alt boyutlarından din ve inançların sigorta talebi üzerindeki etkisi araştırılmış ve Türkiye'de yaşayan muhafazakar kesimin sigorta ile ilgili tutum ve davranışları derinlemesine incelenmiştir.

2. Sigorta Talebini Belirleyici Unsurlar

Yazında yer alan pek çok çalışmada, yüksek gelir düzeyinin sigorta talebi üzerinde olumlu etkisinin olduğu görülmektedir (Beenstock vd., 1988; Browne ve Kim, 1993; Browne vd., 2000; Beck ve Webb, 2002; Hwang vd., 2003; Esho vd., 2004; Khalid vd., 2010). Feyen vd. (2011)'ne göre bu durumun en büyük nedenlerinden birisi, ailenin potansiyel gelirini korumak ve/veya beklenmedik ebeveyn ölümlerine karşı ailedeki çocuklarını geleceklerini güvence altına almaktır.

Beck ve Webb (2003), 68 ülke üzerinde ve 1961-1980 yılları arasında yaptıkları panel veri analizinde, daha yüksek gelirin hayat sigortası talebini arttırdığı sonucuna varmışlardır. Browne ve Kim (1993), hayat sigortası talebini etkileyen faktörleri keşfetmek amacıyla 1980-87 yılları arasında ülkeler arası bir regresyon analizi çalışması yapmışlardır. Gelir düzeyi ve sosyal sigorta harcamalarının sigorta talebi üzerinde olumlu etkisi görülürken, enflasyonun sigorta talebine negatif etki ettiği gözlenmiştir. Aynı zamanda, hayat sigortası talebi ile Müslüman ülkeler arasında da negatif bir korelasyona ulaşılmıştır. Benzer şekilde Outreville (1996) gelişmekte olan 45 ülke üzerine yaptığı çalışmada, aile geliri, enflasyon ve ülkenin finansal gelişmişlik düzeyinin sigorta talebi üzerinde oldukça önemli olduğunu vurgularken, hayat sigortası talebi ile İslam dini arasında negatif bir korelasyon olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte yazar, daha yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin risk ve risk yönetiminin önemi konularında daha yüksek farkındalığa sahip olduklarını belirtse de, eğitim düzeyi ile sigorta talebi arasındaki ilişkiyi çalışmasında kanıtlayamamıştır.

Chui ve Kwok (2008), kültürün sigorta talebi üzerinde etkisini test etmek amacıyla Hofstede (1995) tarafından geliştirilmiş kültürel boyutlardan ve 41 ülke için 1976-2001 yıllarına ilişkin verilerden yararlanarak yaptıkları çalışmada, kültürün alt boyutlarından olan bireyseli kültürün sigorta talebi üzerinde oldukça yüksek bir etkisi olduğunu gözlemlemişlerdir. Ancak güç mesafesi ve maskülen/feminen kültürün negatif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Chui ve Kwok (2008) bir başka çalışmasında, ulusal gelir, enflasyon oranı ve bankacılık sektörünün gelişmişlik düzeyinin hayat sigortası talebi üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ancak İslamiyet inancının hayat sigortası talebi üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Katolik ve Protestanlık inançlarında ise böyle bir etkiye rastlanmamıştır.

İslam ülkeleri incelendiğinde, müslümanların ihtiyaçlarını karşılamak ve onlara sigorta hizmeti sağlamak amacıyla kurulan “İslami Sigorta Şirketleri” ön plana çıkmaktadır. Karich (2004)'e göre İslami sigortayı (Tekafül) beklenmeyen ve öngörülemez risklerin gerçekleşmesi sonucu doğacak maddi kayıplara karşı kendilerini korumak amacıyla, pek çok katılımcı tarafından oluşturulan finansal havuz olarak tanımlanmaktadır. Farooq vd. (2010)'ne göre İslami Sigorta, katılımcılardan herhangi birinin karşı karşıya kalabileceği beklenmedik kayıp ve hasarlara karşı katılımcılar arasında oluşturulan bir teminat olarak ifade edilmektedir. Rahman ve Redzuan (2009) ve Yazid vd. (2012), İslami hayat sigortası talebini etkileyen faktörler arasında önceki çalışmalarla paralel sonuçlara ulaşmışlardır. Yazarlara göre, İslami sigorta talebi Müslüman ülkelerde önem arz etmektedir. Bu durumun nedeni, İslami sigortanın Müslüman kültürüne uygun ve topluma hitap eder tarzda olmasıdır.

Din faktörünün sigorta talebi üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalarda din ve dindarlığın tek bir değişken olarak incelenmektedir. Daha güncel çalışmalara bakıldığında, dindarlık kavramının dini inançlar ve dini uygulamalar olmak üzere alt unsurlar kapsamında incelendiği görülmektedir (Souiden ve Marzouki, 2015). Soiden ve Jabeur (2015)'a göre araştırmacı, din/dindarlık unsurlarını incelediğinde, dini inançlar ve dini uygulamaları da alt unsurlar olarak dikkate almalıdır. Bu çalışmada da, dindarlık göstergesi olarak dini inançlar ve dini uygulamalar araştırma kapsamında incelenecektir.

3. Din Ve Sigorta Talebi İlişkisi

Geçmiş çalışmalar incelendiğinde, sigorta talebi ile din arasındaki ilişkide genellikle din unsuru, diğer makroekonomik göstergeler ile birlikte (ulusal gelir, enflasyon gibi) bir ülkenin sosyo-demografik göstergesi olarak kullanılmıştır (Browne ve Kim, 1993; Beck ve Webb, 2002).

Çalışmalarda elde edilen sonuçlar, Müslüman ülkelerde yaşayan vatandaşların sigorta ürünlerini daha az satın aldıkları gibi makro düzeyde sonuçları yansıtmaktadır.

Bu çalışmada, din unsuru sosyo-demografik bir gösterge olarak değil, bireysel düzeyde (tüketici düzeyinde) incelenmektedir. Soiden ve Jabeur (2015)'e göre, Müslüman ülkelerde yaşayan bireyler dindarlık açısından tek bir homojen grup olarak düşünülmemelidir. Aksine, Müslümanların dindarlık anlayışları, tutumları ve davranışları inançlarına ve mezheplerine göre değişkenlik göstermekle birlikte, bu inanç farklılıkları davranışlarına doğrudan etki etmektedir.

Literatürdeki güncel çalışmaların, dini inançların bireylerin dindarlık anlayışları üzerinde oldukça önemli bir unsur olduğu ve dini inançların özellikle Müslüman toplumlarda bireylerin tutum ve davranışlarını etkilediği yönünde aynı görüşte oldukları görülmektedir (Metawa ve Almossavi, 1998; Naser vd., 1999; Dusuki ve Abdullah, 2007; Al-Ajmi.,2008; Souiden ve Marzouki, 2015; Souiden ve Jabeur; 2015).

Noland (2007) çalışmasında, bireyin dini ne olursa olsun, dini inançlarının davranışlarını etkilediğini tartışmaktadır. Assadi (2003), din unsurunun, özellikle tek tanrılı dinlerin (Hristiyanlık, Yahudilik ve İslamiyet), tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini incelemiştir. Bu üç dinin, kendi kuralları ve gereklilikleri çerçevesinde bireylerin satın alma davranışları üzerinde farklı açılardan etkileri olduğu gibi, bireylerin hayatlarında pek çok noktada (giysi seçimi, iş ilişkileri, tüketim tarzı gibi) etkili olduğu görülmüştür.

Dini inançların bireyin tüketim davranışları üzerinde etkisi olsa da, bazı araştırmacılar bu etkinin kişiden kişiye farklılık gösterebildiğini savunmaktadır (Delener, 1994; Choi vd., 2010). Ayrıca Delener (1994), aynı dine mensup bireyleri çok dindar ve az dindar olarak kategorize etmektedir. Çok dindar bireyler, satın alma kararlarında daha muhafazakâr, daha gelenekçi, daha az esnek ve daha katı olarak tanımlanmıştır.

4. Araştırma Yöntemi

4.1. Araştırmanın Türü ve Deseni

Araştırmada din ve sigorta talebi ilişkisinin altında yatan nedenleri daha iyi kavrayabilmek adına derinlemesine mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Çalışma, nitel araştırma yöntemleri arasında fenomenoloji (olgubilim) araştırması olarak tasarlanmıştır.

Fenomenolojik araştırmalar, yaşanmış deneyimleri değerlendirmeye odaklanmaktadır (Jasper, 1994; Miller, 2003). Olgubilim, öncelikle olgunun altında yatan ortak anlamları keşfetmeyi ve bireylerin deneyimlerinin özünü açıklamayı amaçlamaktadır (Baker vd., 1992; Rose vd., 1995). Bu nitel araştırma yöntemi, bireylerin deneyimlerini ödünc olarak söz konusu deneyimleri tanımlamayı ve yorumlamayı amaçlamaktadır (Jasper, 1994; Miller, 2003). Bu sayede bireyler tarafından deneyimlenen olguların tümü, araştırılabilen ve açıklanabilmektedir (Baker vd., 1992).

Fenomenoloji, bir olgunun aracısız ve direkt anlaşılma çabasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Fenomenoloji (olgubilim) araştırma deseni, farkında olduğumuz ama derinlemesine veya ayrıntılı olarak bilgi sahibi olmadığımız konulara ilişkin keşfedici açıklamalar yapmayı amaçlamaktadır. Bu araştırma kapsamında ele alınan olgu, dini açıdan sigortanın nasıl algılandığı olgusudur ve bu algının bireysel sigorta talebini nasıl etkilediği de araştırma sorularından bir tanesidir.

Olgubilim (fenomenoloji) deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız ancak tümüyle bize yabancı olmayan olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için fenomenoloji (olgubilim) uygun bir araştırma zemini oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Tanımlayıcı bir araştırma deseni olan olgubilim, genelleme yapmak değil tanımlama yapmayı amaçlar (Akturan ve Esen, 2008). Görüşme sorularına katılımcıların verdikleri yanıtlardan hareketle, dini görüşlerin sigorta anlayışına ve sigorta talebine olan etkilerini tespit etmek ve

buradaki önemli hususları ayrıntılı bir biçimde ortaya koymak; yine buradan hareketle her iki kavramın anlam yelpazesine dikkatleri çekmek amacıyla olgubilim(fenomenoloji) deseni tercih edilmiştir.

Olgubilim araştırma deseni iki önemli amaca hizmet etmektedir. Birincisi, olguya ilişkin katılımcıların deneyimlerini belirlemek ve mümkünse algılarını anlamaya dönük araştırma yapmak, ikincisi ise bu deneyim ve algının oluştuğu çevreyi iyi analiz etmektir (Creswell, 2014).

Fenomenoloji araştırma deseninin önemli özelliklerinden bir tanesi yargısızlık / yargıyı askıya alma (epoche), yani “araştırılan konu ile ilgili araştırmacının sahip olduğu tüm önyargıları kaldırması” gerekmektedir (Heppner vd., 2013: 299). Bununla birlikte “basamaklama” yani fenomenin farklı varyasyonlarını görebilme, “fenomenolojik indirgeme” yani fenomenin özüne inebilme adına basite indirgeme özellikleri de araştırma kapsamında kullanılmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Fenomenolojik bir nitel araştırmada katılımcıların araştırılan fenomenle ilgili “yaşanmış deneyimlere sahip olmaları ve yaşanmış deneyimlerini açık bir şekilde ifade edebilmeleri” (Creswell ve Poth, 2016: 150) önerilmektedir. Bu amaçla katılımcılar, muhafazakar kesimi ve bu kesimin dini inançlarını temsil gücü açısından Cami imamlarından seçilmiş sigortalıdır. Özellikle yorumlayıcı nitelikte fenomenolojik çalışmalarda “katılımcı sayısının küçük olmasının yanı sıra farklılıkların ve benzerliklerin homojen olması da gerekmektedir”(Sart, 2015:75). Bu nedenle 7 katılımcı, Ankara’nın farklı semt ve mahallelerinde görev yapan ve üniversite mezunu Cami imamları arasından kartopu örnekleme tekniği ile belirlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Yaş Grubu, Eğitim Durumları

Katılımcılar	Yaş	Eğitim	Semt/Mahalle
Katılımcı 1	32	Üniversite	Dikmen
Katılımcı 2	46	Üniversite	Balgat
Katılımcı 3	53	Üniversite	Keçiören
Katılımcı 4	38	Üniversite	Batıkent
Katılımcı 5	41	Üniversite	Eryaman
Katılımcı 6	50	Üniversite	Ümitköy
Katılımcı 7	38	Üniversite	Çukurambar

Araştırmaya katılan imamların yaşları 32-53 arasında değişkenlik göstermektedir. Aynı zamanda görev yaptıkları Cami’lerin bulundukları bölgeler de değişiklik göstermektedir. Bulundukları bölgelerdeki cemaati temsil etme gücü yüksek olmasından dolayı imamlar, özellikle farklı semt ve bölgelerden seçilmiştir. Araştırmaya dahil edilen katılımcıların, sigorta hakkında bilgi sahibi olmalarına, sigorta poliçelerine sahip olmalarına ve sigorta ile ilgili Diyanet tarafından yapılan fetvalar ile ilgili bilgi sahibi olmalarına özen gösterilmiştir.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalarda katılımcı grubunun genellikle küçük tutulması, daha zengin ve kapsamlı bilgi toplamayı elverişli kılmaktadır (Çelik ve Arıkan, 2012). Yıldırım ve Şimşek’e göre, fenomenolojik araştırmalarında en sık kullanılan veri toplama aracı görüşmelerdir. Görüşmeler 01.06.2018 – 08.06.2018 tarihlerinde katılımcıların belirledikleri mekanlarda, çoğunlukla namaz sonrası Camiilerde, yaklaşık 30 dakikalık bir süre ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler kayıt cihazı yardımıyla kayıt altına alınmıştır. Aşağıdaki dört temel soru, açık uçlu görüşme yöntemi ile katılımcılara yöneltilmiştir.

4.4. Verilerin Analizi

Olgubilim araştırmalarında anlamları ortaya çıkarma amacıyla yapılan içerik analizlerinde, verilerin kavramsallaştırılması ve olguyu ifade eden temaların ortaya çıkarılması çabaları vardır. Bu süreçte elde edilen bulgular betimsel bir dille sunulmaktadır. Bunun yanında ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular açıklanır ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Nitel verilerin çözümlenmesinde, kodlama işleminden yararlanılır (Punch, 2005). İçerik analizinde birbirine benzeyen verileri belli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları anlaşılabilir bir düzene sokarak yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Verilerin analizi için kaydedilen görüşmeler deşifre edilerek Nvivo for Mac 11.2.2. programına aktarılmış, kodlamalar ve tema grupları program içinde gerçekleştirilmiştir. Veriler içerik analizi ile ortak / benzer temalara göre düzenlenmiştir. Berelson'un tanımına göre içerik analizi, "bir iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlendiği bir araştırma tekniğidir" (Berelson, 2000: 200-209). Bu araştırma kapsamında da nitel verilerin içerik analizi nesnel bir yaklaşımla gerçekleştirilmiştir.

Geçerlik güvenilirlik açısından verilerin transkripsiyonları ses kayıtları ile karşılaştırılarak kontrol edilmiştir (Creswell ve Poth, 2016; 259).

5. Bulgular

Araştırmanın bulguları, katılımcıların hangi sigorta poliçelerinin olduğu, sigorta hakkındaki genel bilgi ve görüşleri, sigortanın dinen sakıncalı olup olmadığı hakkındaki fikirleri ve İslami sigorta (Takaful) kavramının söz konusu sakıncaları ne derecede giderdiği hakkındaki görüşler olmak üzere dört ana başlıkta toplanmıştır.

Sigorta Hakkındaki Bilgi ve Kişisel Görüşleriniz Nelerdir? Sahip Olduğunuz Sigorta Poliçeleri Hangileri?

Katılımcıların 6'sı yalnızca zorunlu sigortalardan olan Trafik Sigortası ve Zorunlu Deprem Sigortası (DASK) poliçelerine sahip olduklarını açıklamışlardır. Bu katılımcılardan 2'si otomobili olmaması nedeniyle ve zorunlu olmasından dolayı yalnızca DASK poliçesine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılardan 1'i zorunlu sigortaların yanında kasko sigortası, diğeri ise zorunlu sigortalarla birlikte konut sigortası, kasko sigortası ve bireysel emeklilik (bir katılım bankası üzerinden) sisteminden yararlanmaktadır.

Katılımcıların sigorta hakkındaki bilgi ve kişisel görüşleri bölümü, katılımcıların cevaplarına göre "İslami ticarete aykırı" ve "yardımlaşma" olarak ikiye ayrılmıştır. Bu iki grubun kendi içerisinde de alt başlıkları oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2'de yer alan "içerik belirten katılımcı sayısı" ifadesi ile, ilk sütunda listelenen sigorta hakkındaki bilgi ve kişisel görüşlerin alt başlıklarına değinen kaç katılımcı olduğu ve bu katılımcıların kaç kez bu özelliklerinden söz etmiş oldukları kastedilmektedir.

Tablo 2. Sigorta Nedir?

	İçerik Belirten Katılımcı Sayısı	Toplam İçerik
İslam hukukuna aykırı sözleşmedir	6	23
- Kumar	5	13
- Belirsizlik	4	3
- Faiz	6	7
Yardımlaşmadır	1	4
Toplam	7	27

Katılımcıların 6'sı, sigortanın İslam hukukuna aykırı olan bir akit olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar burada, bir insanın öbür insana para vermesinin bir ticaret ve bilinen bir alışveriş üzerinden olmasının şartını vurgulamışlardır. Bu kapsamda sigortayı meçhul bir ödeme olarak tanımlamışlardır. Söz konusu katılımcıların bir kısmı sigortanın aynı zamanda belirsiz (gharar) bir akit olduğu görüşündedir. Katılımcılar çoğunlukla faiz (riba) unsuru barındırması nedeniyle sigorta şirketlerinden gelecek ödemelerin sakıncalı olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir.

Katılımcıların 6'sı sigortanın caiz olmadığını ifade etmişlerdir. Sigorta şirketlerinin biriktirdikleri fonları faiz içerikli yatırım enstrümanlarında değerlendirmeleri ve sigortalının sigorta şirketinin kar veya zararına ortak olmaması durumunda meydana gelen belirsizlik nedeniyle sigortanın bir kumar halini aldığı ve bu nedenle caiz olmadığı görüşündedirler. Katılımcılardan 1'i belli şartların sağlanması sonucunda sigortanın caiz olabileceğini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte genel bir kanı olarak, devlet tarafından zorunlu kılınan sigortaların caiz olduğu konusunda katılımcılar hemfikirler. Ancak ihtiyari sigortalar konusunda katılımcıların görüşleri çelişmektedir. Katılımcılar tarafından verilen orijinal cevaplar aşağıdadır:

“Sigorta tesadüfe bağlı bir olaydan zenginleşme olayı değildir. Risk gerçekleşince, öngörülen riskin gerçekleşmesi halinde sigortalının uğradığı zarar giderilir. Bu anlamda caizdir.” (Katılımcı 2)

5 katılımcı, sigortanın bir kumar (meysir) aracı olduğunu belirtmişlerdir. Önceden belli bir miktar prim ödenmesi ve gelecekte bu primden çok daha yüksek bir meblağın kişilere ödenmesi ihtimalinden dolayı sigortayı kumara benzetmekte ve haksız kazanca yol açabilecek bir araç olarak görmektedirler.

“Sigortaya bir miktar para veriyorum, bir hâl (*katılımcı riskin gerçekleşmesinden bahsediyor*) olduğunda misli misli fazlasını sigorta şirketinden alıyorum. E bu durumda yatırdığım 1 lira, oluyor 100 lira.” (Katılımcı 1)

“Şimdi bir kaza olsa, ben yüklü para alacağım. Kaza olmazsa, verdiğim para boşa gidecek. Demek ki bu işte bir bakıma rastgelelik var. Kumar oynarsam da belki misli para alacağım, belki de yatırdığım para boşa gidecek.” (Katılımcı 3)

“Şimdi ben tabii bu konunun uzmanı değilim. Dünya İslam Birliği'nin açıklamasını gördüm. Ben de ona katılıyorum. (*Katılımcı telefonundan okuyor*): Sigorta şirketine ödeme yapılması hâlinde fahiş aldanma vardır. Çünkü bir kazaya uğramazsa ödenen paralar gider. Piyangoda olduğu gibi. Piyangoda da çıkmazsa ödenen para gider, hak istenemez. Sigorta nasıl olsa İslâmî ölçülere aykırı düşmez? Birincisi sigortaya para yatıran kimse, sigortanın kârına, zararına ortak olmalıdır. İkincisi, Kazaya uğrayanların zararını ödemeye, ortaklar kendi rızalarıyla karar vermelidir. Sigorta faiz işleriyle iştigal etmemelidir.” (Katılımcı 4)

Katılımcıların 2'si sigortayı bir yardımlaşma aracı olarak görmek, günümüz modern dünyasında bu yardımlaşma sisteminin İslamiyet'teki zekat sistemine benzediğini belirtmektedirler.

“İslamiyet'te beyt-ül-mal hadisesi vardır. Şeriatte bu konu devletin emrindedir. Devlet korur. Şeriat ile yönetilmeyince, bizde de öyle diğer başka yerlerde de öyle, işte bu sigorta mevhumu çıkmış. Malımıza canımıza zarar gelebilir, biz de başkasının malına istemeden zarar verebiliriz. Zekat gibi düşün. Bir miktar para veriyorsun, zarar gelirse havuzdan karşılanıyor. Yok zarar gelmezse, başkalarının zararına yardım etmiş olursun...” (Katılımcı 6)

“Tabii İslam'da farklı görüşler var. Ama Diyanet de açıkladı, sigorta yardımlaşma gibi bir sistem. Modern yardımlaşma diyelim. Nasıl Hz. Yakup zamanında iki oğlunu şehre iki farklı kapıdan girin diye tembihlediyse, bizim de tedbirimizi almamız gerek. Hem sigortaya girmekle kader değişmez. Olacak olan yine olur, ama sen tedbirini alacaksın.” (Katılımcı 2)

Sorulan bu sorunun ardından katılımcılara bir de sondaj sorusu eklemek gerekmiş, buna “İslam hukuku açısından hayat sigortaları sakıncalı mıdır ve sakıncalı tarafları nelerdir?” sorusu eklenmiştir.

İslam Hukuku Açısından Hayat Sigortaları Sakıncalı Mıdır?

Hayat sigortalarının İslami açıdan sakıncalı olup olmadığı hakkında katılımcıların belirttikleri görüşler Tablo 3'te yer almaktadır. Katılımcılardan elde edilen içeriklere göre bu başlık Haramdır, Caiz Olabilir olmak üzere iki alt başlık ve onların da kendi içlerinde alt başlıkları şeklinde incelenmektedir.

Tablo 3. Hayat Sigortaları İslam Hukuku'na Uygun Mudur?

	İçerik Belirten Katılımcı Sayısı	İçerik Sayısı
Haramdır	6	16
- Faiz	6	11
- Kar/Zarar Belirsizliği	4	5
Caiz Olabilir	1	2
Toplam	7	18

Katılımcıların 6'sı hayat sigortalarının caiz olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, özellikle hayat sigortalarında haram unsuru olan “riba” (faiz) söz konusudur. Katılımcılara göre hayat sigortalarında bir diğer sakıncalı unsur ise “gharar” (belirsizlik) olarak bir aldatma unsurudur.

“Hayat sigortası sakıncalıdır. Ölürsen aileme yüklü miktarda para verilsin diye bahse girmek gibi bir şey bu... Hem bu hayat sigortasını bankalar da yapıyor. İşin içinde faiz de var. Ben ölürsen aileme gidecek para da sakıncalı bu nedenle.” (Katılımcı 5)

“Hayat sigortası direk caiz değildir demek zor tabi ama, sigortanın yapılmasından çok nasıl yapıldığı da önemli. Sigorta şirketi bizden alınan parayı faizle işletip sonra faizi ile birlikte bana geri verecekse bu haramdır.” (Katılımcı 7)

“Hayat sigortasının yardımlaşma, zararı giderme ya da ortaklaşa telafi ile bir ilgisi yoktur; hayat sigortası para verip karşılığında para alma durumu söz konusudur. Bu nedenle faizciliğe girer ve haramdır.” (Katılımcı 3)

Diğer katılımcılar ile çelişen bir görüş olarak, hayat sigortasının da bir yardımlaşma unsuru ve geride kalanlara destek olmak amacıyla İslamiyet'teki yardım kültürüne de uygun bir mekanizma olduğu ileri sürülmüştür:

“Hayat sigortalarında amaç geride kalanları mağdur etmemektir. Şimdi benim ömrüm dolsa, ruhumu teslim etsem, geride bıraktıklarım bu şartlarda nasıl dürüstçe yaşayabilir? Elbette kazaya kadere kimse bir şey diyemez, ancak şimdiki zaman da eski zamana benzemiyor. Şartlar çok zor, hele de geride kalan için... Hem Peygamber Efendimiz (s.a.v.) zamanında da yardım sandığı gibi varmış böyle bir sistem. Adam ölünce ailesine toplanan paradan gönderilirmiş. Yardımlaşma en nihayetinde. Ama faiz konusu var tabii ki... Faize bulaşmaması lazım paranın.” (Katılımcı 2)

Osmanlı Dönemi'nde Şeyhülislam'ın Sigorta ile İlgili “Haramdır” Fetvasının Ardından Bir Süre Sonra Yine Şeyhülislam Tarafından “Haram Değildir, Caizdir” Fetvası Verilmiştir. Bu Değişikliği Neye Bağlıyorsunuz?

Bu soruya katılımcıların 3'ü cevap vermek istememiş veya konu hakkında bilgilerinin olmadıklarını belirterek cevaplayamamışlardır. Diğer 4 katılımcı, sigorta sisteminin bir alışveriş kaidesi olduğunu ve bu nedenle sigortanın değil, sigortanın unsurları arasında yer alan faiz ve kar/zarara katılımın olmayışı sigortayı sakıncalı yapmaktadır görüşündelerdir.

“İslam fikhını bu kadar genişletmenin ve dünyevi menfaatler için kullanmanın doğru olmadığını düşünüyorum.” (Katılımcı 7)

“Zamana göre fetvalar değişebilir elbette. Bir önceki fetva yada eski dönemlerde yayınlanan bir fetva, bugünün fetvasını bağlamaz. İbadetler, zamanın örf ve âdetlerine göre değişmez. Fakat alışveriş kaideleri, ticari meseleler zamanın örf ve âdetlere göre, idare şekline göre değişenler olabilir.” (Katılımcı 2)

Faizin Olmadığı Tamamen Yardımlaşmaya Dayalı Bir Sigorta Modeli Olan İslami Sigorta (Tekafül) Sizce Çözüm Olabilir mi?

Tekafül, Arapça’da dayanışma anlamına gelmektedir. Dini hassasiyetler gereği, geleneksel sigortalara yaklaşmayan ancak sigortalanmaya da ihtiyaç duyan insanların, yardımlaşma ve iş birliği temelinde bir araya gelerek birbirlerini sigorta etmesi şeklinde ortaya çıkan geleneksel sigortaya alternatif bir sistemdir. Tekafül sisteminde en önemli iki özellik, katılımcıların kar ve zarara da ortak olması ve biriken fonların katılım bankalarında değerlendirilmesi nedeniyle faizsiz bir sistem olmasıdır. Katılımcıların 3’ü Tekafül sigortası hakkında bilgileri olmadığı için, görüşme esnasında katılımcılara bu sistem detaylı olarak anlatılmıştır. Katılımcıların 5’i Tekafül sigortasını dinen sakıncasız bulurlarken, katılımcılardan 2’si, farklı yönde görüş belirtmişlerdir.

“İslam âlimlerinin haram dediği sigortacılık tek kişiye veya ortaklara ait şirketlerdir. Diğer sigortalarda ise şirketin sahibi yine sigorta yaptıranların kendileridir. Dolayısıyla karşılaşılan zararlar da yine kendi aralarındaki bu ortaklık veya yardımlaşmayla giderilmektedir. Üyelerin şirket sahibi olmadığı mevcut sigortacılıklarda ise ne tür aldatmaların olduğu aşîkârdır. Bu sistem İslamca caiz kabul edilebilir” (Katılımcı 3)

“İslama göre, zarar-zıyan meydana getiren felâketler için Müslümanlar bir araya gelmeli ve bir fon oluşturmali, bağış yapar gibi bu fona belli bir miktar ödenmelidir. Bir zarar zuhur etmediğinde de fazla gelen kârı para verenler taksim etmelidir. İslam’ın özünde de böylesi bir yardımlaşma makbul olacaktır.” (Katılımcı 2)

“İslami referans alarak dünyayı İslam’a göre mi yorumlayacağız, yoksa modern dünyayı reddedilemez gerçek kabul edip İslamiyet’te ameliyat mı yapacağız? Akıl yolu ile sistemleri değiştirip, geçmişte fetva vermiş alimlerin haram kabul ettiğini bugün helal kabul edemeyiz.” (Katılımcı 1)

6. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, dini inançlar ile sigorta talebi arasındaki ilişkiyi araştırmaya, anlamaya odaklanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Ankara’nın farklı semtlerinde görev yapan 7 cami imamı ile yapılan görüşmeler sonucunda önemli bulgular elde edilmiştir. Bunlardan ilki, Diyanet İşleri Bakanlığı’nın yayınladığı fetvada sigortanın haram olmadığı, caiz olduğu vurgulansa da, katılımcıların büyük çoğunluğunun kişisel görüş olarak diyanetle ters düştüğü olmaktadır. Sigortayı bir kumar, faiz besiciliği ve belirsizlikten doğan kar ihtimali olarak tanımlamaktadırlar. Diğer katılımcılara göre ise sigorta, İslamiyet’in de özünde olan yardımlaşma kavramının modern dünyada kendine yer bulduğu uygulama biçimlerinden bir tanesi olarak ifade edilmiştir. Ancak sigortanın faiz ve katılım usulü ile olması gerektiğini de vurgulamışlardır.

Geçmişten günümüze süregelen sigortanın dini açıdan uygun olup olmadığı tartışmalarına yönelik olarak, Osmanlı döneminde de bu tartışmalardan örnekler verilmiş ve Şeyhülislam’ın karar değişikliği hakkında görüşleri sorulmuştur. Katılımcıların bir kısmı konu hakkında bilgileri olmadığı için cevap vermemekle birlikte, diğer katılımcılar İslamiyet’te gelenek ve göreneklerin değişemeyeceği ancak ticari kaidelerde zamana göre ve idare şekillerine göre değişikliklerin olmasının normal ve hatta gerekli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu da göstermektedir ki, İslam camiasında hala tartışma konusu olan sigorta hakkında kesin ve net bir yasaklanma söz konusu değildir.

Hayat sigortacılığı gibi anlaşılması daha zor ve daha kompleks kavramların katılımcıların gözünde dini inançlara ters olduğu görülmüştür. Bunun bir nedeni de bankaların bu tür sigorta ürünlerini kredi kullanan bireylere zorunlu kılmasından dolayı oluşan “faiz” algısı olduğu söylenebilir.

Sigorta talebinin ülkemizde düşük olmasının pek çok nedeni bulunmaktadır. Bunların başında ekonomik bazı problemler gelmektedir. Bununla birlikte, ülkemizde sigorta talebini etkileyen bazı baskın kültürel faktörler bulunmaktadır. Söz konusu kültürel faktörler kapsamında Türk toplumunda sigorta algısını etkileyen en önemli unsurlar arasında geleneksel kadercilik, yüksek güven duygusu ve ihmalcilik olarak ön plana çıkmaktadır (Özcan, 2018a: 5). Bu çalışmada sigorta talebinin, kültürün alt boyutlarından olan dini inançlar ve dindarlık ile ilişkisi incelenmiştir. Sonuç olarak görülmektedir ki, günümüzde hala sigorta ürünlerine ve sigorta şirketlerine karşı muhafazakar kesimin dini inançlarına ters olması sebebiyle, zorunlu sigortalar dışındaki ihtiyari sigortaların yaptırılması kesin bir dille reddedilmektedir. Bu nedenle, ülkemizde büyük bir kesim sigortadan uzak, gelecekte karşılaşılabilecekleri olayların doğurabileceği finansal kayıpları göze alarak yaşamlarına devam etmektedirler.

Bu durumun bireyler açısından olumsuz yönleri olduğu gibi sigorta sektörü ve ülke ekonomisi açısından da negatif tarafları mevcuttur. Sigorta penetrasyonunun kültür alt boyutlarından olan dini inançlara takılması, sigortalılık oranında beklenen artışın uzun zamandır yakalanamamasını açıklamaktadır. Büyüyemeyen ve gelişemeyen sigorta sektörü, ülke ekonomisine de fon sağlama anlamında ve ülke ekonomisini canlandırma anlamında yetersiz kalmaktadır.

Türk iş sistemi kültürel değerlerden önemli ölçüde etkilenen bir iş sistemidir. Cumhuriyet Dönemindeki Avrupa hukuku düzenlemeleri ve modernizasyon çabalarıyla başlayan ve 2000’li yıllarda tam anlamıyla Avrupa Birliği sigorta mevzuatına birebir uyum sağlayan sigortacılık sisteminin yapısal entegrasyonunda büyük gelişim kaydedilmiş olmasına rağmen, ürünlerin satışı ve pazarlamasında kültürel faktörlerin baskın etkileri, sigorta talebini önemli düzeyde etkilemektedir. Bu bakımdan, sigorta ürün ve hizmetleri konusunda toplumun bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Toplumun sigorta farkındalığı konusunda bilinçlendirilmesi süreci, toplumu etkileyen baskın kültürel faktörlerin belirlenmesi ve bu kültürel faktörlerin sigorta talebi üzerindeki etkilerinin azaltılmasına yönelik olmalıdır.

Kaynakça

- Akturan, U., & Esen, A. (2008). Fenomenoloji (ss. 83-98), Nitel Araştırma Yöntemleri, (Editörler: Baş, T. ve Akturan, U.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Al-Ajmi, J. Y. (2008). Risk tolerance of individual investors in an emerging market. *International Research Journal of Finance and Economics*, 17(1), 15-26.
- Assadi, D. (2003). *Do religions influence customer behavior? Confronting religious rules and marketing concepts*. Databases, 22(10).
- Beck, T., & Webb, I. (2003). Economic, demographic, and institutional determinants of life insurance consumption across countries. *The World Bank Economic Review*, 17(1), 51-88.
- Beck, T., & Webb, I. M. (2002). *Determinants of life insurance consumption across countries* (No. 2792). World Bank Publications.
- Beenstock, M., Dickinson, G., & Khajuria, S. (1988). The relationship between property-liability insurance premiums and income: An international analysis. *Journal of risk and Insurance*, 259-272.
- Berelson, B. (2000). Content analysis in communication research. *Media studies: A reader*, 200-209.
- Browne, M. J., & Kim, K. (1993). An international analysis of life insurance demand. *Journal of Risk and Insurance*, 616-634.
- Browne, M. J., Chung, J., & Frees, E. W. (2000). International property-liability insurance consumption. *Journal of Risk and Insurance*, 73-90.
- Çelik, S. & Arıkan, A. (2012). Öğretmen Yetiştirme Programlarının İngilizce Öğretmen Adaylarını İlköğretimde İngilizce Öğretimine Ne Kadar Hazırladığına Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 77-87.

- Chui, A. C., & Kwok, C. C. (2008). National culture and life insurance consumption. *Journal of International Business Studies*, 39(1), 88-101.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Crosby, L. A., & Stephens, N. (1987). Effects of relationship marketing on satisfaction, retention, and prices in the life insurance industry. *Journal of marketing research*, 404-411.
- Delener, N. (1994). Religious contrasts in consumer decision behaviour patterns: their dimensions and marketing implications. *European Journal of Marketing*, 28(5), 36-53.
- Dragos, S. L. (2014). Life and non-life insurance demand: the different effects of influence factors in emerging countries from Europe and Asia. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 27(1), 169-180.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, Maslahah, and corporate social responsibility. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25.
- Esho, N., Kirievsky, A., Ward, D., & Zurbruegg, R. (2004). Law and the Determinants of Property-Casualty Insurance. *Journal of risk and Insurance*, 71(2), 265-283.
- Farooq, S. U., Chaudhry, T. S., Alam, F. E., & Ahmad, G. (2010). An analytical study of the potential of Takaful companies. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 20, 54-75.
- Feyen, E., Lester, R., & Rocha, R. (2011). What drives the development of the insurance sector? An empirical analysis based on a panel of developed and developing countries.
- Heppner, P. P., Wampold, B. E., & Kivlighan JR, D. M. (2013). Psikolojik danışmada araştırma yöntemleri [Research design in counseling].
- Hofstede, G. (1995). Insurance as a product of national values. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 20(4), 423-429..
- Hwang, T., & Gao, S. (2003). The determinants of the demand for life insurance in an emerging economy—the case of China. *Managerial Finance*, 29(5/6), 82-96.
- Karich, I. (2004), *Finances & Islam*, Edition Le Savoir, Bruxelles.
- Khalid, M. S., Gill, D. S., & Hussain, M. N. (2010). Determinants of Individual Life Insurance Companies in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(6), 88-105.
- Kirkbesoglu, E., Mcneill, J., & Ozder, E. H. (2015). An Evaluation of the effectiveness of insurance organizations at providing information to policyholders: a cross-cultural comparison between United Kingdom & Turkey. *International Business Research*, 8(9), 35.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Naser, K., Jamal, A., & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International journal of bank marketing*, 17(3), 135-151.
- Noland, M. (2007). Religions, islam et croissance économique. *Revue française de gestion*, (2), 97-118.
- Outreville, J. F. (1996). Life insurance markets in developing countries. *Journal of Risk and Insurance*, 263-278.
- Özcan, H. (2018a). *Sigorta Sahtecilik ve Suistimalleri*, Kriter Yayınevi, İstanbul.
- Özcan, H. (2018b), *Sigorta Sektöründe Acente- Şirket İlişkileri*, Kriter Yayınevi, İstanbul.

- Özüdoğru, H. (2018). Katılım Sigortacılığı Ve Türkiye'deki Durumu. *Third Sector Social Economic Review*, 53(1), 1-16.
- Punch, K. F. (2005). Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rahman, Z. A., & Redzuan, H. (2009). *Takaful: The 21st Century Insurance Innovation*. McGraw-Hill (M).
- Souiden, N., & Jabeur, Y. (2015). The impact of Islamic beliefs on consumers' attitudes and purchase intentions of life insurance. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 423-441.
- Souiden, N., & Marzouki R. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143-161.
- Yazid, A. S., Arifin, J., Hussin, M. R., & Daud, W. N. W. (2012). Determinants of family takaful (Islamic life insurance) demand: a conceptual framework for a Malaysian study. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 115.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (Qualitative research methods in social sciences) Ankara: Seçkin Yayınları.

Araştırma Makalesi

Dini İnançların Sigorta Talebi Üzerindeki Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma

The Effects of Religious Beliefs on Insurance Demand: A Phenomenological Research

Abdullah Buğra SOYLU Arş. Gör., Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi absoylu@baskent.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-8119-369X	Erdem KIRKBEŞOĞLU Doç. Dr., Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi erdemk@baskent.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-6781-9753
--	---

Extensive Summary

Introduction

Insurance; The value that can be encountered in the future is to cover the losses that arise as a result of taking precautions against measurable material risks and the realization of the risks from a common pool consisting of a prepaid fee (Özüdoğru, 2018). The foundations of the insurance sector are built on the idea of distribution (transfer) of risks and protection from the effects of losses. Although it is not physically possible to eliminate risks in daily life, this has also led to the development of strategies aimed at reducing or transferring the financial results created by the risks in the society. In this context, in addition to being a product that enables risk transfer between the parties, insurance is becoming more and more common among individuals and businesses in the society. One of the biggest contributions of a developed insurance market in terms of the country's economy is the large funds it provides to the country's economy. In addition, it increases the efficiency and employment rate of the economy with the functions of providing investment capital, eliminating the possibilities of policyholders to suffer financial collapse, protecting family income, managing the risks in the market on the basis of branches, sharing and transferring them among multiple parties; Thus, it contributes to economic growth and development (Kırkbeşoğlu et al., 2015). While insurance has been used only for the purpose of protecting assets in the past, the scope of insurance has been developing with the developing markets and technology today. In modern society, insurance protects not only assets, but also income and profitability, and plays an important role in creating a more resilient society. From this point of view, it is not possible to maintain the continuity of the modern society in many respects without a competitive and innovative insurance market.

Many of the studies on insurance demand examine the quantitative factors affecting the insurance demand of developed countries. In this sense, most of the studies try to explain the insurance demand based on the basic variables that describe the developed economies. Undoubtedly, the contributions of these studies are important. However, findings on these studies, it is not sufficient to explain developing societies such as Turkey. The Turkish business system is a business system that is significantly affected by cultural values. The insurance system built on the fatwas of Islamic scholars in the last period of the Ottoman Empire only came to life with European law regulations and modernization efforts in the Republican Period. In this sense, great efforts were made in the early years of the Republic for the full modernization of the system. In 2000s, full compliance with the European Union insurance legislation was achieved and great progress was made in the structural integration of the insurance system. However, although a modern insurance system has been created structurally and legally, the dominant effects of cultural factors on the sale and marketing of the products significantly affect the demand for insurance. Therefore the

size of the sub-culture of religion and belief, studies have investigated the impact on the demand for insurance and insurance-related attitudes and behaviors of conservative groups living in Turkey were examined in depth.

Methodology

In order to better understand the underlying causes of the relationship between religion and insurance demand, in-depth interview technique was used. The data obtained was analyzed by content analysis method. The study was designed as a phenomenology (phenomenology) research among qualitative research methods.

Phenomenological research focuses on evaluating experiences (Jasper, 1994; Miller, 2003). Phenomenology aims to explore the common meanings underlying the phenomenon and explain the essence of the experiences of individuals (Baker et al., 1992; Rose et al., 1995). This qualitative research method aims to define and interpret these experiences by borrowing individuals' experiences (Jasper, 1994; Miller, 2003). In this way, all cases experienced by individuals can be investigated and explained (Baker et al., 1992).

In a phenomenological qualitative research, it is suggested that the participants have “experienced experiences and express their experiences clearly” (Creswell & Poth, 2016: 150) related to the researched phenomenon. For this purpose, the participants are insured from Mosque imams in terms of their conservative section and the power to represent their religious beliefs. Especially in phenomenological studies with its interpretive nature, “the number of participants should be small as well as the differences and similarities should be homogeneous” (Sart, 2015: 75). For this reason, 7 participants were determined by the snowball sampling technique among the mosques of the university graduates who work in different districts and neighborhoods of Ankara.

The ages of the imams participating in the study vary between 32-53. At the same time, the regions where the mosques they work in vary. The imams were chosen especially from different districts and regions due to the high power of representing the community in their region. Care has been taken to ensure that the participants included in the research have information about insurance, have insurance policies, and have information about fatwas made by Diyanet regarding insurance.

Semi-structured interview method was used in the research. In qualitative research, the fact that the participants are generally small makes it more convenient to collect richer and more comprehensive information (Çelik & Arıkan, 2012). According to Yıldırım and Şimşek, the most frequently used data collection tool in phenomenological research is interviews. The interviews were held between 01.06.2018 - 08.06.2018 in the venues determined by the participants, mostly in the mosques after prayer, for a period of approximately 30 minutes. The interviews were recorded with the help of a recording device. The four basic questions below are addressed to the participants through the open-ended interview method.

1. What Are Your Information and Personal Opinions About Insurance? Which Insurance Policies Do You Have?
2. Is Life Insurance Inconvenient Under Islamic Law?
3. During the Ottoman Period, After the "Haram is Fatih" Fetwa Related to Insurance, After a while, the Fatwa was given by Şeyhülislam, "It is not Haram, it is permissible". What Do You Link This Change?
4. Is Islamic Insurance (Tekaful) A Solution That Is Based On Completely Helping Without Interest?

Key Findings

Six of the participants stated that insurance is a contract against Islamic law. Here, the participants stressed the condition that a person should pay money to another person is through a trade and a

known exchange. In this context, they have defined insurance as an unknown payment. Some of the participants are of the opinion that insurance is also an indefinite (gharar) contract. The participants mostly expressed their opinion that the payments from the insurance companies are inconvenient because they contain an interest (rebound) element.

Six of the participants stated that insurance is not permissible. They are of the opinion that insurance takes a form of gambling and is therefore not permissible due to the evaluation of the funds accumulated by the insurance companies in interest-bearing investment instruments and the uncertainty that occurs if the insured does not share the profit or loss of the insurance company. 1 of the participants stated that insurance could be permitted as a result of certain conditions. However, as a general opinion, the participants agree that the insurance required by the state is permissible. However, the opinions of the participants about discretionary insurances contradict.

Six of the participants stated that their life insurance is not permissible. The vast majority of the participants are “riba” (interest), which is a haram element especially in life insurances. According to the participants, another objectionable factor in life insurances is a deception factor as “gharar” (uncertainty).

4 participants are of the opinion that the insurance system is a shopping base and therefore the absence of participation in interest and profit / loss, which is among the elements of the insurance, and not the insurance, makes the insurance inconvenient.

While 5 of the participants found Tekafül insurance without any objection, 2 of the participants stated different opinions.

Discussion

Regarding the discussions about whether the ongoing insurance is religiously appropriate from the past to the present, examples of these discussions were given in the Ottoman period and the opinions of Şeyhülislam about the change of decision were asked. Although some of the participants did not respond because they did not have information about the subject, it was concluded that other participants did not change the traditions and customs in Islam, but it was normal and even necessary to have changes in commercial bases according to time and administration styles. This shows that there is no strict and clear ban on insurance, which is still the subject of controversy in the Islamic community.

It is seen that more difficult and more complex concepts such as life insurance are contrary to religious beliefs in the eyes of the participants. One reason for this can be said to be the “interest” perception created by banks making these types of insurance products compulsory for individuals using loans.

There are many reasons for the low demand for insurance in our country. Some of these problems are economic problems. However, there are some dominant cultural factors that affect insurance demand in our country. Within the scope of these cultural factors, traditional fatalism, high trust and neglect are among the most important factors affecting the perception of insurance in Turkish society (Özcan, 2018a: 5). In this study, the relationship between insurance demand and religious beliefs and piety, which are the sub-dimensions of culture, was examined. As a result, it is seen that voluntary insurances other than compulsory insurances are definitely rejected because of the contradiction of the religious beliefs of the conservative people against insurance products and insurance companies. For this reason, a large part of our country continues their lives away from insurance, taking into account the financial losses that may occur in the future.

This situation has negative aspects in terms of individuals as well as in terms of insurance sector and national economy. Inserting the insurance penetration into religious beliefs, which are the sub-dimensions of culture, explains that the expected increase in the rate of insurance has not been achieved for a long time. The insurance sector, which cannot grow and develop, is insufficient in terms of providing funds to the country's economy and reviving the country's economy.

The Turkish business system is a business system that is significantly affected by cultural values. Although major improvements have been made in the structural integration of the insurance system, which started with the European law regulations and modernization efforts in the Republican Era and fully complied with the European Union insurance legislation in the 2000s, the dominant effects of cultural factors affect the insurance demand. In this regard, it is necessary to raise the awareness of the society on insurance products and services. The process of raising awareness of the society on insurance awareness should be directed towards determining the dominant cultural factors affecting the society and reducing the effects of these cultural factors on insurance demand.