

Tanrı İmajlarında Cinsiyet* Farklılıkları**

Hart M. NELSEN/ Neil H. CHEEK, JR/ Paul AU***

Çev.: Fatma GÜNDÜZ****

General Social Survey'den (1983) gelen Tanrı imajı verileri faktör analizine tabi tutulmuştur. Üç Tanrı İmajı faktörü tanımlanmıştır: Kral Tanrı, Şifa Veren Tanrı ve İlişkisel Tanrı. Kadın sayısı sadece Şifa veren Tanrı imajında daha yüksektir. Bu üç imaj olumlu bir şekilde birbirleriyle ve kiliseye devam etmeyle pozitif, güçlü ilişkilere sahiptir. Şifa veren ya da destekleyici bir faktör olan Tanrı imajında kadın sayısının daha yüksek olduğunun bulunması kadınların destekle ilişkili olarak kilise katılımında geleneksel bir yapıya sahip olduklarını göstermektedir; kiliseye devam etme kontrol edildiğinde, bu Tanrı imajına inanılmasında cinsiyetle (gender) ilgili farklılıklar azalmıştır. Bulgular Vergote vd.'nin araştırmasında ve Roof-Roof tarafından yapılan araştırmada varılan sonuçlarla karşılaştırılmıştır. Amerikalıların destekleyici Tanrı (şifa veren Tanrı) imajından ziyade Araçsal Tanrı (Kral Tanrı) imajına vurgu yaptığının çok daha muhtemel olduğu iddiasına karşı çıkmıştır.

Tanrı'yı tasvir etmede kadın ve erkek tercihlerini karşılaştıran, şaşırtıcı bir şekilde az sayıda çalışmayı içeren bir

* Cinsiyet (gender). Makale içerisinde cinsiyet kelimesine karşılık olarak İngilizcedeki gender ve sex kelimeleri kullanılmıştır. Biz her iki kelimeyi de cinsiyet olarak çevirmeyi uygun gördük. Yine de bunları ayrı ayrı belirttik. Fakat son yıllarda gender kelimesini dilimize çevirirken toplumsal cinsiyet kavramı tercih edilmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramı için bkz. M.Ali Kirman, Din Sosyolojisi Sözlüğü, Rağbet Yay., İstanbul, 2004., s.231. (çev.)

** Bu makale Journal for the Scientific Study of Religion, 1985, 24 (4), 396-402 den alınmıştır.

*** Hart M Nelsen Pennsylvania State Üniversitesinde sosyoloji profesörüdür, Park Üniversitesi Neil H Cheek Jr Louisiana State Üniversitesinde sosyoloji profesörüdür, Baton Rouge, ve Paul Au Louisiana State üniversitesinde asistan.

**** Arş.Gör.,KSÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Psikolojisi

Tanrı kavramı literatürü vardır. İlk çalışmalardan biri Tanrı'yı tanımlayıcı faktörleri ortaya koymak için faktör analizini kullanan Spilka, Armatas ve Nussbaum tarafından yapıldı. Onlar “farklı grupların çeşitli Tanrı tasavvurlarına sahip olabileceklerini”(35) dikkate aldılar fakat ne onlar ne de Gorsuch (1968), Nelsen, Madron ve Stewart (1973) Tanrı kavramını çeşitlendirmek için cinsiyeti bir temel olarak tanımladılar. Bununla birlikte 1975'te Spilka, Addison ve Rosensohn cevap verenlerin cinsiyetini belirterek sevmeye, idare etme ve Tanrı kavramı gibi konularda anne ve babaların tutumları arasındaki ilişkileri bildirdiler. Onlar kendine saygıyı da değişken olarak kullandılar (bkz. Benson&Spilka, 1973).² Araştırmacıların “Tanrı imajı onların popüler zihninde klişeleşmiş bir özelliğe sahiptir ve kültürel kökenlidir” şeklinde vardıkları sonuç psikolojik olmaktan çok sosyolojiktir.

Vergote ve Tamayo (1981) ve Vergote vd.(1969) tarafından yapılan kültürlerarası araştırmalar baba figürünü “destek, karar verme ve yönetme” ile, anne figürünü ise “şefkat, sabır, kabul etme ve sempatik ilgi” gibi karakteristik özelliklerle birleştirir (Vannesse&de Neuter, 1981). Vannesse ve de Neuter, “baba figürünün ebeveyn özellikleri bağlamında anne figüründen daha az farklılaştığını” belirttiler (56). Bu veri Belçikalı-Alman ve Amerikan verileriyle karşılaştırıldığında onlar Amerikalıların “baba Tanrı” imajına daha büyük bir önem verdiklerini belirttiler. Belçikalılar kendi cinsiyetleriyle (sex) ilgili ebeveyn özelliklerini vurguladılar (58; bkz. Vergote vd., 1969). Örnekler, ülkeleri temsil etmekten uzak ve sayıca sınırlıdır. Yine de bulgular, Sosyal Bilimlerde Tanrı İmajı çalışmalarına cinsiyeti dâhil etmenin önemini ortaya koymaktadır.

Pagels (1976:293) Tanrı imajında “kral, efendi, sahip,hâkim ve baba” gibi erkeksi bir eğilim olduğunu gözlemledi. Amerikan toplumunda kadınların kilise aktivitelerine ka-

² Bir ilişki analizi 1977 de cinsiyet, yaş ve özsaygıyı inceleyen Potvin tarafından yapılmıştır.

tilma ve çeşitli dindarlık boyutlarındaki oranlarının muhtemelen daha yüksek olmasına rağmen (Gallup araştırma verisi tutarlı olarak bu gibi farklılıkları destekler) onlar zorunlu olarak “Baba Tanrı” imajını onaylamaya istekli olmayacaklardır. Onlar bu imaja inanabilirler fakat daha büyük olasılıkla destekleyici Tanrı görüşüne katılacaklar. Cinsiyetle (gender) ilgili kültürel beklentilerde erkekler daha araçsal iken kadınlar daha çok destekleyici, besleyici bir rol oynarlar. Vergote’un belirttiği gibi (1969), Belçikalılar Tanrı imajı ile kendi cinsiyetlerinin (gender) karakteristik özelliklerini özdeşleştirirken Amerikalılar “Baba” imajına vurgu yaptılar. (Amerikalı erkekler her nedense bunu kadınlardan daha fazla yaptılar.) Baba figürünün daha az farklılaştığı bulgusu göz önüne alındığında biz erkeklerden Tanrı imajını şekillendirmede araçsal ve destekleyici karakterler arasında çok az farklılaşma beklemeliyiz.

Tanrı imajında bu erkeksi eğilim varken (Pagels, 1976; bkz. Chalfant vd., 1981) inananlar Tanrı’yı kendi kendilerine ya daha çok erkeksi ya da kadınsı terimlerle betimleyebilirler. Bu anlayış zamanla değişmiştir. Welter (1976, Roberts’dan alıntı, 1984) 19.yy’da daha baskın hale gelen bu örnekle “Amerikan dininin kadınsılığına” gönderme yapıyor. Bu değişime destekleyici ve bağımlı karakteristiklere vurgu yaptı ve bu popüler hale gelen ilahilerde görülebilir. Edilgen ve kabullenici roller “just as I am one plea-ben tıpkı bir yalvarmayım” gibi ilahilerde yansıtılmıştır. Tanrı’nın daha besleyici özellikleri, muhtemelen kiliseye daha çok devam eden kadınlar tarafından ayırt edilmiş ve vurgulanmış olabilir.

Veri

1983’te General Social Survey ³ de kullanılan Tanrı imajları arasında anne, eş ve sevgili gibi Tanrı kavramlarının

³ Genel Sosyal Anket verilerinin kullanılmasını kabul ediyoruz (1983), James A Davis, Baş Araştırmacı, Tom W. Smith, Son sınıf öğrencisi Çalışma Yöneticisi. Veri bir NORC ulusal örneğinde uygulanan mülakatlarla toplandı. GSS, 1973’te yönetilmiş, sosyal araştırmacılarca tanınmıştır ve biz bunu uzun uzadıya tanımlamadık.

yer alması, Tanrı imajıyla ilgili verilerin faktör analizine tabi tutulması ve kiliseye devam etme ile cinsiyet (gender) konusunda farklı faktörleri gösteren ölçüler arasında ilişki kurma şansı vermiştir. “Anne”nin dâhil edilmesi Tanrı imajı araştırmalarında geleneksel olarak kullanılan “Baba” ile bir karşılaştırmayı mümkün kılmıştır.⁴

Bu verilerin analizi daha önce Roof-Roof (1984) tarafından bildirilmişti. Onlar, Tanrı hakkında düşünüldüğünde “son derece muhtemel” olarak akıllara gelen imajların cevap verenlerin yüzdesi esasına göre en çok popülerden en aza doğru, şu şekilde sıralandığını bildirdiler: Yaratıcı, Şifa veren, Arkadaş, Mesih İsa, Baba, Efendi, Kral, Hâkim, Sevgili, Kurtarıcı, Anne ve Eş. Örneğin %61’i baba imajı için “son derece muhtemel” cevabını verirken, buna karşılık anne imajını vurgulayanların oranı %25’ti. Roof-Roof “son yıllarda kadınsı Tanrı imajının artabileceği, fakat bunların baba imajına göre tamamen 2. planda kalacağı” sonucuna ulaştılar (202). Cinsiyete (gender) göre farklılıklar birkaç puandan fazla değişmedi ve kadınlar hem erkeksi hem de kadınsı terimleri erkeklerden daha fazla onayladı. Daha yaşlı ve daha düşük eğitim seviyesine sahip güneyliler bu kavramları onaylamaya daha eğilimliydi. Bu, Roof-Roof’u geleneksel bir dindarlık boyutuna sahip alt grupların Tanrı imajının, bunları onaylamaya diğerlerinden - hem geleneksel hem de daha çağdaş anlamda-, daha fazla eğilimli oldukları sonucuna götürdü (203).

12 adet Tanrı imajını faktör analizine tabi tuttuk (Varimax Rotasyon) ve özdeğer olarak 1.00’i geleneksel alt limit kriteri olarak kullanan iki faktör tespit ettik. Erkek ve kadın verileri ilk önce birlikte dikkate alındı. İki faktöre de Scree Testi yapıldı. Tablo I, iki ve üç faktör sonucuyla 12 madde için

⁴ Gelecekte GSS anketlerine ekstradan Tanrı imajları eklenebileceğini umut ediyoruz, özellikle kadın ve erkek olarak Tanrı. Erkeksi bir terim olan “baba” ya da bunun yerine destekleyici ilişkilere atıfta bulunmak daha sonra da göreceğimiz gibi incelemeye değerdir.

yüklenen faktörleri gösteriyor. Daha sonra kadın ve erkek verilerine ayrı ayrı faktör analizi yapılarak cinsiyet (gender) belirlendi (Scree Testi). Kadın ve erkek verileri birlikte incelendiğinde ya da sadece erkekler incelendiğinde, iki faktörden biri geleneksel Tanrı (Kral olarak ya da Şifa verici olarak) ve diğeri İlişkisel Tanrıdır. Üç faktör belirlendiğinde, kadınlar için olduğu gibi erkekler için de Kral, Şifa verici ve İlişkisel Tanrı elde ettik.⁵Araştırma için tavsiye edilebilir dini boyut sayısı konusunda Roof (1979:37) “özel ve genel olan arasında seçim yapmak doğru ya da yanlış arasında seçim yapmak değildir. O araştırmanın yöneldiği daha kapsamlı sorularla çözülebilen analiz seviyesi ve amaç sorunudur.” diye yazar. Benzer bir sonuçta burada ulaşıldı. Kiliseye devam etme ve Tanrı imajı arasındaki ilişkilerde cinsiyet (gender) farklılıkları incelenirken, üç faktör kullanılmalıdır.⁶ Genel olarak kadın ve erkek arasında bir dizi daha genel imaj egemen olsa bile, Tanrı imajında cinsiyet farklılıklarını saklamamalıyız.

Cevaplar olmadan ve üçüncü ya da orta kategori bilinmeden, üç Tanrı imajı için indeksler Likert stilinde toplandı. Toplamadan sonra her bir indeks üçe bölündü; yani puanlar üç kategori oluşturmak için her bir Tanrı imajı indeksine dağıtıldı.⁷ Şifa Verici Tanrı, yaratıcı, iyileştirici, arkadaş ve baba imajı cevaplarıyla birleşir. Kral Tanrı, kral, hâkim, efendi ve kurtarıcı imajlarını kullanır. İlişkisel Tanrı, eş, anne ve sevgili-

⁵ Kadınlar ve erkekler için belirlenen üç faktör (Ayrı ayrı), yüklenen faktörler Tablo I’de gösterilenden fark edilebilecek derecede çeşitlilik göstermedi. Erkekler için “hâkim” karakteristiğinin Kral Tanrı da 63 ve Şifa Verici Tanrı da 41 olması bir istisnadır.

⁶ İlk iki faktör için belirlenen Likert tipi ölçüler diğerleriyle son derece ilişkili olması şaşırtıcı değil,, oysa bu ölçülerin cinsiyet (gender) belirlenmeden yapılan 3. ölçümle ilişkileri daha zayıftır.(Pearson r= 72) İlk iki ölçü arasındaki r değeri kadınlar için 69 iken erkekler için 75’ti. Diğer iki r değeri 43 ve 47’ye oldukça yakındır. Bu geleneksel Tanrı imajı öğeleri arasında kadınlar için erkeklerden daha büyük bir farklılaşmayı gösteren bir kanıttır. Geleneksel faktör genellikle, verinin özlü bir şekilde anlaşılmasını sağlar. Kadınların farklılaşması erkeklerden biraz daha muhtemeldi fakat buna rağmen iki kavram grubu birbirleriyle ilişkilidir.

⁷ Üç indeks için alfa katsayısı oldukça kabul edilebilir sayılar olan 83, 81 ve 73 tahmin edildi ve bunlar cinsiyetle hiçbir gerçek boyutta çeşitlenemezdi.

yi kullanır. Kurtarıcı Tanrı imajı, üç faktör analizinde ilk iki faktörde ortaktı ve iki faktör üzerinde .53 ve .59 puanlık etkiye sahip olduğundan bu imajı indeksimizden sildik. Açıkçası, Kral ve Şifa verici olarak kurtarıcı fikri, her iki faktöre yüklenen bu anlama sahiptir.

Tablo I
Tanrı İmajı- Faktör Yüklemeleri

Tanrı imajları	Üç faktör için rotasyon			İki faktör için rotasyon	
	Şifa verici	Kral	İlişkisel	Geleneksel	İlişkisel
Yaratıcı	80	21	03	74	-01
Şifa verici	74	40	09	82	09
Arkadaş	73	23	21	70	18
Baba	61	37	37	69	37
İsa Mesih	59	53	06	79	08
Kral	27	76	16	70	24
Hâkim	20	75	13	64	21
Efendi	35	71	.26	72	32
Kurtarıcı	36	63	19	68	25
Eş	01	13	86	05	87
Anne	.15	10	85	15	84
Sevgili	26	31	57	39	58

N=1599

Cinsiyetle (gender) 12 Tanrı imajı için anlam farkı ve gama katsayısını kullandık. Tablo I de listelenen ilk beş öge ve cinsiyet (gender) arasındaki ilişki için gama .16 ve .21 arasında sıralandı (Şifa Verici Tanrı). Kadınlar anlamlı bir şekilde bu

öğeleri daha fazla onayladılar. Diğer gamalar daha küçüktü ve cinsiyetle (gender) ilişkileri önemsizdi. Şifa Verici Tanrı ve cinsiyet (gender) arasındaki ilişkide kullanılan indeks puanı düşüktü, gama .21, bu Tanrı imajını kadınlar daha fazla benimliyor (P .001'den az). İlişkisel Tanrı ve Kral Tanrı ve cinsiyet (gender) arasındaki ilişki önemsizdi (sırayla .07 ve - .02 [erkek "1" kodlandı, kadın "2"]) ve farklılıklar .05 seviyesinde önemli değildi. Veriler gösterilmemiştir.

Tablo II kiliseye devam etme ve üç indeksin her biri arasındaki ilişkiyi belirtiyor. Kiliseye devam etme ile özellikle ilk iki Tanrı imajı arasındaki ilişki önemlidir. Çünkü kiliseye devam edenler bu imajlara devam etmeyenlerden daha çok taraftar oluyor. Kiliseye devam etme ve İlişkisel Tanrı arasındaki ilişki daha zayıf olmasına rağmen hala önemlidir ve aynı yöndedir. Burada gerçek farklılık olmadığından kadınlar ve erkekler için verileri ayrı ayrı belirtmedik.⁸ Bulgularımız Roof-Roof tarafından ulaşılan "Tanrı imajına geleneksel olarak gösterilen dini eğilim diğerlerinden fazladır" genel sonucuna uygundur. Fakat geleneksel Tanrı imajı (Şifa verici ve Kral), daha çağdaş görüşe göre (İlişkisel Tanrı) daha gerçektir.

Kadınların kiliseye devam etme oranı erkeklerden daha yüksekti (gama .24). Kadınların Şifa Verici Tanrı imajına daha fazla taraftar olmasına cinsiyetten (gender) kaynaklanan katılım farklılığının sebep olup olmadığı sorusu sorulabilir. Kiliseye devam oranlarındaki farklılık, cinsiyet (gender) ve bu Tanrı imajına inanma arasındaki olumlu ilişkiyi açıklar mı? Aslında, daha önce belirtildiği gibi gama .21 iken, kiliseye devam etmenin bazı etkilerini gösteren ve kiliseye devam etme seviyesini kontrol eden kısmi gama .14'tü. Cinsiyet (gender) ve dini katılım geleneksel olarak dini olmakla ilişkili olabilir ya da geleneksel olarak dindar olmayı gösterebilir. Kiliseye devam etme

⁸ Şifa Verici Tanrı ve kiliseye devam etme için gama erkekler ve kadınlar için 37 ve 45 ti, sırasıyla Kral Tanrıda 48 ve 43 tü ve İlişkisel Tanrıda katsayılar 31 ve 24 tü.

ya da geleneksel olarak dindar olmak kontrol edildiğinde, bir dereceye kadar ikincisi daha doğrudan bir ölçüm olmak üzere, cinsiyet (gender) farklılıkları korunmaktadır. Bu kontrol değişkeninin etkisini gösteren farklılıklar azalmıştır.

Kadınlar Tanrıyı daha fazla destekleyici olarak (Şifa verici faktörü) düşündüğünden erkeklerin Tanrıyı muhtemelen araçsal olarak (Kral faktörü) düşünebileceği şeklinde bir spekülasyon yapılabilir. Kiliseye devam etmenin Kral Tanrı fikriyle ilişkili olması, bu faktöre etki eden cinsiyet (gender) farklılığının bastırıldığı anlamına gelebilir. Kral Tanrı ve cinsiyet (gender) arasındaki gama değeri .07 idi. (.05 seviyesinde önemli değil). Kiliseye devam etmeyi kontrol eden kısmi gama, -.01 idi. Buradan herhangi bir cinsiyet (gender) farkının olduğu sonucunu çıkaramayız. Benzer sonuç İlişkisel Tanrı imajı için de görülebilir, gama değeri -.02 ve kısmi gama -.07 idi.

Tablo II

Kiliseye Devam Etme -Tanrı İmajı

Kiliseye Devam Etme	İndekslerde en yüksek ^a puan yüzdesi		
	Şifa Verici Tanrı	Kral Tanrı	İlişkisel Tanrı
Seyrek ^b (N=562)	28.5	18.7	24.9
Orta ^c (N=450)	40.2	31.1	39.6
Sık ^d (N=587)	61.0	52.6	45.3
Gama =	43 ^e	45 ^e	26 ^e

^a İndeksler üçe bölündü, yüzdeler üç kategoride bu puanları yansıttı.

^b Bir yılda veya daha az zamanda bir ya da iki kez

^c Yılın çeşitli zamanlarında -ayda bir- ayda iki ya da üç kez- bilmiyorum ya da cevapsız (en son kategori için % 3)

^d Neredeyse her hafta- her hafta- haftada birkaç kez

^e p<001

Tartışma

Görüldüğü gibi Vercruysse ve de Neuter baba figürünün anne figüründen çok az farklılaşmış olduğunu buldu. Kadınlar için kral tanrı ve şifa verici tanrı kavramları arasında bir farklılaşma varken biz, kral tanrı ve şifa verici tanrı kavramlarını kapsayan geleneksel tanrı kavramlarında erkeler için de bir farklılaşma olup olmadığını sorduk. Amerikalıların verilerinin faktör analizi, kadınlar için bir yerine iki faktör varken, bu öğeler arasında farklılaşma olmadığını erkeklerin geleneksel Tanrı imajına inandıklarını gösterdi.⁹

Bir dereceye kadar Kral Tanrını babalıkla, Şifa Verici Tanrını annelikle bağdaştırabilir, Belçikalı araştırmacılar ve Roof-Roof tarafından ulaşılandan tamamen farklı bir sonuca ulaşabiliriz. Her ikisi de kendi verilerine dayanarak Amerikalıların annesel imajdan çok babasal imaja inandıkları görüşünü yorumluyor. En popüler olan yaratıcı imajı ve en az popüler olan eş imajı ile Tanrı imajları sıralamasını değerlendirmede Roof-Roof şunu gözlemledi:

Düzenli olarak, genellikle geleneksel olandan “daha yumuşak”, daha ailesel-bireysel imajlara doğru gidiliyor. İlginçtir, Amerikan nüfusunun dörtte birinin Tanrını “anne” gibi hayal ettiklerini gördük. Bu Amerikalıların gerçek sayısı, daha geleneksel “baba” imajına inananların sayısından daha azdır. Kadınsı Tanrı imajı önümüzdeki yıllarda artabilir fakat onlar babasal imaja göre 2. sırada kalırlar. Amerika ve diğer modern toplumları karşılaştırmamakla beraber, açıkça Vergote ve arkadaşlarının Amerikan nüfusunun büyük ölçüde Tanrı hakkında babasal düşündüklerini varsaymaları doğrudur (202).

⁹ Bu çalışmada mezhepsel farklılıklar kontrol edilmedi. Muhtemelen farklılıklar olabilir, Vergote ve arkadaşları tarafından incelenen Amerikan verileri Katolik vatandaşlardan elde edildi.

Bununla beraber eş, anne ve sevgili gibi geleneksel olmayan kavramları listeden kaldırırsak (bunlar bizim 3. “ilişkisel” faktörümüze ve “kurtarıcı” ile beraber yüksek derecede yüklenen ve isimleri oldukça az zikredilenler) Roof-Roof tarafından en çok zikredilenden en aza doğru düzenlenen kavramlardan geriye şunlar kalır: yaratıcı, şifa verici, arkadaş, İsa Mesih, baba, efendi, kral, hâkim ve kurtarıcı. Üç faktör analizinde ilk beş form “şifa verici” faktör ve geriye kalan dördü kapsayan “kral” faktörümüz kalıyor. Böylece en çok zikredilen kavramlar babasal olandan ziyade annesel olanda sıralanıyor.¹⁰ Bunun anlamı, Amerikalıların Belçikalı araştırmacılar ve Roof-Roof tarafından ulaşılan sonuçla tutarsız görünen Destekleyici Tanrı imajını vurguladığıdır. Bu Amerikalıların Tanrı imajında bir değişim olduğunu akla getiriyor. Tanrı daha az hâkim olarak görülüyor, bu, erkeksi terimlerin daha az tasarlandığı anlamına gelir (bkz. Nelsen ve Kroliczak, 1984:269).

Tanrı inancındaki tarihsel değişmeler ve çağdaş Tanrı imajları daha çok araştırmaya ihtiyacı olan alanlardır. Biz faktör analizlerine daha çok Tanrı kavramı dâhil etmeli ve bunlarla kadınlar tarafından farklılaştırılmış ve erkekler için daha genel bir faktör olup olmadığını saptamalıyız. Eklenen imajların kullanılmasıyla “şifa verici” faktörün kadınsı ve “kral” faktörünün erkeksi olarak isimlendirildiği daha güçlü bir örnek yapabiliriz. Fakat biz deneysel olarak şu sonuca vardık: Amerikalılar bir Tanrı sıfatı olarak “anne” den daha çok “baba” yı seçiyorlar, Tanrı için kullanılan bu geleneksel terim, ataları için ifade ettiği anlamdan daha farklı bir şeyler ifade ediyor. Bu, Tanrının destekleyici olduğu görüşüne ulaşırken artık cezalandıran ya da hatta eski güçlü imajlarına değer verilmediğini gösterir.

¹⁰ “Baba”yı destekleyici ya da daha kadınsı faktörün içine yerleştirmemiz bir anormallik gibi görülebilir. Bununla beraber bu terim, yaratıcı, şifa verici ve arkadaşla yüklendi, kral, hâkim ve kurtarıcıyla yüklenmedi. Önceki madde grupları (“baba” istisnasıyla) Vergote ve Tamayo tarafından önce “anneler” daha sonra “babasal” olarak görüldü (1981. 232-33).

Kaynaklar

- Benson**, Peter ve Bernard Spilka, 1973, "God images as a function of self-esteem and locus of control" Journal for the Scientific Study of Religion, 12. 297-310.
- Chalfant**, H.Paul, Robert E. Beckeley, ve C.Eddie Palmer, 1981, "Religion in Contemporary Society Sherman Oaks", CA Alfred.
- Gorsuch**, Richard L., 1968, "The Conceptualization of God as seen in adjective ratings", Journal for the Scientific Study of Religion, 7, 56-64.
- Nelsen**, Hart M. ve Alice Kroliczak, 1984, "Parental use of the threat 'God will punish'. Replication and Extension", Journal for the Scientific Study of Religion, 23, 267-77.
- Nelsen**, Hart M., Thomas W. Madron, ve Karen Steward, 1973, "Image of God and Religious Ideology and Involvement A Partial Test of Hill's Southern Culture-Religion Thesis", Review of Religious research, 15, 37-44.
- Pagels**, Elaine H., 1976, "What became of God and Mother? Conflicting Images of God in Early Christianity", Sings 2:293-303.
- Potvin**, Raymond H., 1977, "Adolecent God Images", Review of Religious Research, 19, 43-53.
- Roberts**, Keith A., 1984, "Religion in Sociological Perspective", Homewood, IL., Dorsey.
- Roof**, Wade Clark, 1979, "Concepts and Indicators of Religious Commitment: A Critical Review", s. 17-45 in Robert Wuthnow (Ed), The Religious dimension New Directions in Quantitative Research, New York Academic Press.
- Roof**, Wade Clark, ve Jennifer L. Roof, 1984, "Review of the Polls: Image of God Among Americans", Journal for the Scientific Study of Religion, 23: 201-05.
- Spilka**, Bernard, James Addison ve Marguerite Rosensohn, 1975, "Parents, Self, and God: A Test of Competing Theories of Individual-Religion Relationships", Review of

Religious Research, 16: 154-65.

- Spilka**, Bernard, Philip Armates ve June Nussbaum, 1964, "The Concept of God: A Factor Analytic Approach", Review of Religious Research, 6,28-36.
- Vannesse**, Alfred ve Patrick de Neuter, 1981, "The Semantic Differential Parental Scale", s. 25-42 in Antoine Vergote ve Alvaro Tamayo (Eds.), *The Parental Figures And The Representation of God The Hargue*: Mouton Publishers.
- Vercruyse**, Godelieve ve Patrick de Neuter, 1981, "Maternal And Paternal Dimensions in the Parental and Divine Figures", s. 43-72 in Antoine Vergote ve Alvaro Tamayo (Eds.), *The Parental Figures and The Representation of God The Hargue*: Mouton Publishers.
- Vergote**, Antoine ve Alvaro Tamayo (Eds.), 1981, *The Parental Figures and The Representation of God The Hargue*: Mouton Publishers.
- Vergote**, Antoine, Alvaro Tamayo, Luiz Pasquali, Michel Bonami, Marie-Rose Pattyn ve Anne Custers, 1969, "Concept of God and Parental Images", Journal for the Scientific Study of Religion, 8:79-87.