

Yayına Hazırlayanlar: Yusuf Enes Sezgin, Firdevs Bulut

İSLAM İKTİSADI VE PİYASA

İSLAM İKTİSADI VE
PİYASA

İĞİAD YAYINLARI: 17
İslam İktisadı Kitaplığı: 2
Dizi Editörü: Taha Eğri

© İĞİAD Ş Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği

İslam İktisadı ve Piyasa

Yayına Hazırlayanlar: Yusuf Enes Sezgin, Firdevs Bulut

İstanbul, 2015

ISBN: 978-975-6303-22-1

E- ISBN: 978-975-6303-23-8

Tasarım ve Uygulama: Furkan Selçuk Ertargin

Tashih: Habibe Akay

Baskı ve Cilt: Limit Ofset

Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi ZA13 Topkapı/İstanbul

Tel: 0212 567 45 35 • www.limitofset.com

İĞİAD Ş Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği

Maltepe Mh. General Ali Gürcan Cd. Eski Çırpıcı Yolu Sk. No:1

Merter Meridyen İş Merkezi Kat:4 D:419 34010

Zeytinburnu/İSTANBUL

Tel: +90 (212) 544 96 00 Faks: +90 (212) 544 96 76

E-posta: info@igiad.com

Elektronik Ağ: www.igiad.com

İSLAM İKTİSADI VE PİYASA

Yayına Hazırlayanlar

Yusuf Enes Sezgin

Firdevs Bulut

*5-6 Nisan 2014'te İstanbul'da düzenlenen İslam İktisadı ve Piyasa konulu
II. İslam İktisadı Atölyesi'nin bildirileri.*

İçindekiler

Takdim	7
Sunuş	9
Ekrem ERDEM Müslüman Bireyin İktisadi Davranış Hususiyetleri ve İslam Piyasa Geleneği	11
Valentino CATTELAN Piyasa İktisat Teorisinde Adalet, Kimlik ve Çoğulculuk	39
Aliakbar JAFARI, Özlem SANDIKÇI Sosyal Adalet, Tüketici Refahı ve Sürdürülebilir Piyasa Geliştirimi	57
Mustafa DİŞLİ, Ahmet F. AYSAN, Hüseyin ÖZTÜRK, İbrahim M. TURHAN İslami Bankalar Mevduat Disiplinine Tabi Midir?	75
Bilal Ahmed QAZI Fiyat Müdahalesinin (<i>Tes'ir</i>) Şeri Kuralları ve Günümüzdeki Uygulamaları.....	101
Mansour YEGANEH İslam Beldelerinde Sosyo-Ekonomik Değerler ile Mimari Yapılar Arasındaki İlişkinin Araştırılması	121
Yazarlar Hakkında	147

Takdim

İktisadi uygulamaların ve de sistemlerin günümüzde insanlığın en temel ihtiyaçlarını dahi karşılamada yetersiz kaldığı apaçık bir gerçektir. Yüzyıllardır insanları refaha ve mutluluğa kavuşturmayı vaat eden birçok fikir, toplumların bağrında onulmaz yaralar açmıştır. Ne insanların kendi çıkarlarını önelemelerini vaaz eden ve iktisadi sistemi rekabetçi bir mecraya çeken ideolojiler, ne sosyo-ekonomik eşitliği insanların özgürlüğü pahasına da olsa kutsallaştıranlar, ne de dünyadan el etek çekip insanların problemlerini öteki dünyaya erteleyenler bu yaralara ilaç olabilmışlerdir.

Hâkim iktisadi sistem ve politikaların bilgi üretim yöntem ve mekanizmalarını dahi esir almaya çalıştığı böylesi bir dönemde, insanlığın mevcut sıkıntılara adil ve uygulanabilir çözümler bulma çabası muhakkak çok değerlidir. Böylesi çabaları destekleyen ve zenginleştirme gayretinde olan Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD), yeni bir iktisadi anlayışın kuramsal ve kurumsal temellerini atma hedefiyle birçok önemli faaliyet gerçekleştirmektedir. İlki 2013 yılında *Temel Kavramlar ve Fikirler* başlığı altında düzenlenen İslam İktisadı Atölyesi bu minvalde uzun soluklu ve üretken bir çalışma olarak devam etmektedir.

İslam iktisadı çerçevesinde uzun yıllardır önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmaların odak noktasında genellikle İslami ölçütler çerçevesinde şekillenen *alternatif bir piyasa* arayışı vardır. Fakat son otuz yılda hem dünyada hem de Türkiye’deki çalışmalara bakıldığında, alternatif sistem arayışlarının mevcut iktisadi sistemde yer bulma çabalarıyla yer değiştirdiği görülecektir. Başta faizsiz bankacılık konusu olmak üzere yapılan çalışmalar mevcut *finansal sistemle uyumu* gözetmiş, “İslam İktisadı” kavramı bütüncül bir iktisadi zihniyeti temsil etmede yetersiz kalmıştır.

Bu zaviyeden bakıldığında İslam İktisadı Atölyesi çalışması ve benzeri çalışmalar daha da önem kazanmaktadır. Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD), İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği ve İlmi

Etüdler Derneği'nin (İLEM) ortak girişimleriyle yürütülen İslam İktisadı Atölyesi, bahsi geçen paradigma değişimini tahlil etmek ve finansal hegemonyadan azade bir şekilde adaleti gözeten ve insan onuruna yakışır bir iktisadi sisteme zemin hazırlamak amacıyla 5-6 Nisan 2014 tarihlerinde "İslam İktisadı ve Piyasa" başlığıyla ikinci kez İstanbul Şehir Üniversitesi'nin ev sahipliğinde düzenlenmiştir.

Elinizdeki kitap, bu çalışmanın neticesi olarak vücut bulmuştur. İslam iktisadı alanında çalışmalarını sürdüren ve konuya ilgi duyan herkesin istifade edebileceği bu kitap, ilk atölyenin ürünü olarak ortaya çıkan "İslam İktisadını Yeniden Düşünmek" kitabının bir tamamlayıcısı mahiyetindedir. İGİAD olarak böyle bir çalışmanın içinde yer almaktan ve iktisat literatürüne yapılan bu önemli katkılarda pay sahibi olmaktan oldukça mutlu olduğumuzu belirtmeliyiz. Kitabımızın, bundan sonraki çalışmalar için de yol gösterici ve kaynak bir eser olmasını temenni ediyoruz.

İslam iktisadı tartışmalarının hem kapsamlı ve sürekli bir ilmi çalışma ile gündemimizde yer edinmesi hem de bu atölyede sunulmuş olan metinlerin bir kitap olarak basılmasında birçok insanın emeği bulunmaktadır. Öncelikle organizasyonun düzenlenmesi ile ilgili bütün katkılarından dolayı İlmi Etüdler Derneği Başkanı Yrd. Doç. Dr. Lütfi Sunar'a ve İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği Başkanı Davut Şanver'e; ayrıca atölyeye ev sahipliği yapan ve desteklerini esirgemeyen İstanbul Şehir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ahmet Ademoğlu'na teşekkürü borç biliriz.

Bu çalışmaların bereketlenerek devam etmesini ve insanlığın problemlerine çözüm olacak tohumlar ekmesini ümit ediyorum. Ayrıca hâlihazırda icra edilmekte olan "III. İslam İktisadı Atölyesi: İslam İktisadı ve Emek" isimli çalışmanın hayırlara vesile olmasını diliyorum, emek verenlere şimdiden teşekkür ediyorum.

Ayhan Karahan

Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Sunuş

Kapitalist iktisadi sistemin yol açtığı küresel sıkıntılar gittikçe artan bir seyir izlemektedir. Mevcut iktisadi anlayış ve uygulamalar, insanın “insan olma” vasfını göz ardı etmiş, daha fazla kâr elde etme ve maddi anlamda müreffeh bir hayat yaşama uğruna girilen çabalar insanlığın büyük bir kısmını sefalet ve yoksulluğa sürüklemiştir. Sürekli çalışmaya zorlanan, sürekli tüketmeye teşvik edilen ve sürekli borçlu hale getirilen insanlar, sistemsel bir kuşatmaya maruz kalmış ve çıkış yolu bulamayacak derecede güçsüzleştirilmişlerdir.

Her şeye rağmen bu duruma çare olmak için alternatif bir sistem arayışı yıllardır farklı açılardan tartışılmaktadır. Süregiden tartışmalar bazen hâkim iktisadi sistemin eksikliklerinin telafi edilmesi gerektiği şeklinde ortaya çıkmış, bazen de tamamıyla farklı bir düzen teklifini gündeme getirmiştir. İslam İktisadı tartışmalarını da bu bağlamda, Müslüman düşünürlerin bilgi ve tecrübeleri doğrultusunda şekillenecek olan alternatif bir piyasa arayışı olarak ifade etmek mümkündür.

Ancak 1980’lerden itibaren neoliberal politikalarla beraber finans kapitalizminin küresel ölçekte etkinleşmesiyle tartışmaların seyri de değişmiştir. Bankalar aracılığıyla insanlar borç, kredi, faiz sarmalına mahkûm edilmiş, öbür yandan finans kurumları kârlarını fâhiş oranlarda arttırmıştır. Finans kurumlarının etki alanını bu derece genişlettiği bir dönemde, İslam iktisadı üzerine yapılan çalışmalar da yön değiştirmiştir. Son otuz yıldır yapılan çalışmalar neticesinde geline noktaya baktığımızda, alternatif sistem arayışlarının, mevcut sistem içerisinde var olma çabalarına doğru evirildiğini görmekteyiz. İktisadi bir sistem oluşturma arayışları, özellikle finansal boyutla sınırlandırılmış ve faizsiz bankacılık hizmetlerinin başlatılması ile Müslümanlara sistem içerisinde yer açılmıştır.

Nisan 2014’te, İslam iktisadı çalışmalarını finansal alanın kısıtlamasından kurtararak bütün yönleriyle ele almak ve İslam iktisadının alternatif bir sistem olarak iddiasını sürdürmesini sağlamak maksadıyla

“II. İslam İktisadı Atölyesi: İslam İktisadı ve Piyasa” başlıklı uluslararası bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Elinizdeki kitap, dünyanın farklı coğrafyalarından atölyeye katılan ilim adamlarının sunduğu tebliğlerin bir seçkisinden oluşmaktadır. Atölye çalışması süresince sunulan tebliğler konu hakkında uzman akademisyenlerce müzakere edilmiştir. Ayrıca katılımcılar tarafından dile getirilen eleştiri ve katkılar da dikkate alınarak tebliğ metinleri yazarlar tarafından gözden geçirilmiş ve okuyucuların istifadesine sunulmuştur.

Birbirinden kıymetli altı farklı makaleden oluşan kitapta, İslam ve piyasa arasındaki ilişki odak noktası olarak belirlenmiş, adil, insani ve sürdürülebilir bir piyasa modelinin imkanı tarihsel bilgiler ve mevcut iktisadi koşullar ışığında tartışılmıştır. Ayrıca bu makalelerde, serbest piyasanın niteliklerinden piyasa iktisadında adaletin ve çoğulculuğun sağlanması arayışına, Müslüman bireylerin iktisadi davranış hususiyetlerinden sosyal adalet ve refah devleti söylemlerine, İslami bankaların yapı ve işleyişinden fiyat müdahalesinin fıkhi kaynaklarına ve etik ve iktisadi anlayış arasındaki bağdan Müslüman ülkelerdeki çarşıların sosyo-ekonomik yapısına kadar birçok tartışma ele alınmıştır. Bu değerli çalışmaların, İslam iktisadı alanında yapılan diğer çalışmalara katkı sunmasını ve insanlığın faydasına olacak fikirleri beslemesini temenni ederiz.

Atölye çalışmasına kilometrelerce öteden katılım göstererek kıymetli ilmi çalışmalarını bizlerle paylaşan değerli ilim adamlarına; bilimsel çalışmalardaki tecrübe ve katkılarını esirgemedikleri için Prof. Dr. Nihat Erdoğan, Yrd. Doç. Dr. Necmettin Kızılkaya, Yrd. Doç. Dr. Lütfi Sunar ve Süleyman Güder’e; atölyenin gerçekleşmesinde büyük katkıları olan Taha Eğri, Oğuz Karasu ve Merve Çakar’a; çeviri ve tashih süreçlerinde özveriyle çalışan Gülnihal Kafa, Enes Berat Gürler, Hilal Kına ve Habibe Akay’a ve kitabın yayına hazırlanmasında bizlere yardımcı olan herkese teşekkürlerimizi sunarız.

Yusuf Enes Sezgin - Firdevs Bulut

Mart 2015 / İstanbul

Müslüman Bireyin İktisadi Davranış Hususiyetleri ve İslam Piyasa Geleneği

Giriş

Bugün gerek iktisat teorisinin gerekse uygulanan iktisadi politikaların ulaştığı hâkim görüş, serbest piyasa mekanizmasının devletin güdümündeki bir ekonomik modele göre üretici, tüketici ve devlet olarak tüm ekonomik birimlerin menfaatine uygun daha etkin bir yapı arz ettiği yönündedir. İktisat biliminin esas olarak uğraştığı kıt kaynakların sürekli artan ihtiyaçlara daha etkin cevap verebilmesi için hem mikro hem de makro seviyede tüm karar birimlerinin iş bölümü, fırsat maliyetleri ve karşılaştırmalı üstünlükleri dikkate alan bir piyasa mekanizmasına ihtiyacı vardır. Zira her ekonominin en temel sorunları olan hangi malların ne kadar, nasıl ve kim için üretileceğine dair en uygun karar piyasa fiyatına bakılarak verilebilecektir. Devletin daha düşük maliyetle daha fazla ve daha kaliteli mal ile hizmet üretme ve satma yönünde bir etkinlik meselesi yoktur. Devlet, vatandaşlar arasında adaleti sağlayan tarafsız bir kurum olmanın yanı sıra, rekabetin tesisini ve sürdürülebilmesini, kaynakların etkin kullanımını ve dağılımını mümkün kılacak yasal altyapıyı

hazırlamak ve denetlemek, sosyal ve ekonomik hayatını idame ettiremeyen vatandaşların asgari hayat standartlarını sağlayacak imkânları oluşturmak ve ülkenin iç ve dış güvenliğini sağlamakla yükümlüdür.

İslami bakış açısının esas olarak bu söylenenlerle ciddi bir tezat teşkil ettiğini iddia etmek zordur; tam aksine büyük ölçüde örtüştüğü rahatlıkla söylenebilir. Zira İslam'ın ekonomik alanla ilgili esas amacı, sağlıklı, dinamik ve büyüme-yönelimli bir ekonomik modelin tesis edilmesidir. Bu modelin, dinin sınırları içerisinde kalması ve hemen her alanda iktisadi adaletin tesisini ve hakkın sahibine teslimini sağlayacak bir sistemin kurulmasını garanti etmesi beklenir. Başka bir ifadeyle, İslamiyet kendi ilkeleri çerçevesinde hak ve hukukun korunduğu, ekonomik adaletin sağlandığı zengin, müreffeh bir toplum hedeflemektedir. Bununla birlikte, İslam âlimleri arasında devlet ve piyasa arasında göreceli görüş ayrılıkları vardır. Ancak işin teorik yapısı esas olarak özel mülkiyetin kutsallığı, rekabetin gerekliliği ve piyasa fiyatının en uygun fiyat olduğu ilkelerinden hareket eder. Zira ekonomik karar birimleri ölçülü davrandıkları, helalinden kazandıkları ve harcadıkları, cimrilikten ve israftan kaçındıkları müddetçe, serbest mübadele hem bireyleri hem de toplumu daha müreffeh hâle getirecektir. Devlet ise, varlığını vatandaşlar adına iyiliği emreden kötülükten de nehyeden; yani, onların dinini, nefsinin, malını, aklını ve neslini koruyan bir üst kurum olarak sürdürecektir. Bu çerçevede, İslam geleneğinde devletin ekonomik alanla ilgili esas görevleri; adaletin sağlanması ve haksızlığa mani olunması, kanun ve nizamın korunması, fertlerin mal ve can emniyetlerinin ve iş ahlakının tatbikinin sağlanması, piyasa mekanizmasının tüm fertlerin menfaati doğrultusunda çalıştırılması, temel altyapı hizmetlerinin yürütülmesi ve vatandaşların sosyal güvenliğinin sağlanması olmalıdır.

Bu çalışmada, tarihsel olarak teorik ve pratik birikimlerden hareketle Müslüman bir bireyin iktisadi davranış hususiyetleri ve İslam geleneğinde piyasa anlayışı/kültürü üzerine bazı tespitler ve analizler yapılacaktır.

Piyasa ve Piyasa Ekonomisinin Temel Unsurları

Piyasa, malların ve hizmetlerin alınıp satıldığı bir ortamdır. Bu bazen fiziki bir mekândır, bazen de sanal bir ortamdır. Birincisi alışık olunan geleneksel piyasa iken ikincisi günümüzde giderek yaygınlaşan internet ve telefon ağları üzerinden gerçekleşen piyasa (e-piyasa) anlayışını ifade eder.¹ Piyasanın temel fonksiyonları şöyle özetlenebilir (Savaş, 2000, s. 12-14):

1. *Haberleşmeyi sağlayan bir sistem olması.* Zira alıcılar hangi nitelikte hangi mallara ihtiyaç duyduklarını, satıcılar da buna yönelik imkânlarını açıkladıklarında, piyasada yeterince bir bilgi stoku ve haberleşme ağı kendiliğinden kurulmuş olur.
2. *Dağıtımı sağlayan bir sistem olması.* Malların arz ve talebe göre belirlenen fiyatı sonucunda, bu malları kimlerin alacağı kendiliğinden ortaya çıkar.
3. *Ekonomik etkinliği sağlayan bir sistem olması.* Herhangi bir müdahalenin olmadığı, alıcıların ve satıcıların kendi menfaatleri (fayda ve kâr maksimizasyonu) doğrultusunda gerçekleşen mübadele etkin olarak kabul edilebilir.
4. *Koordinasyonu sağlayan bir sistem olması.* Zira yukarıda belirtilen mekanizma, hangi malların, nasıl, ne miktarda ve kim için üretileceğini kendiliğinden organize etmektedir.

1 İktisatta piyasalar, bunun dışında daha pek çok kritere göre sınıflanabilir. Mesela mal piyasaları ve finansal piyasalar, birincil ve ikincil piyasalar, borsalar ve tezgâh-üstü piyasalar, nakit ve vadeli piyasalar, para ve sermaye piyasaları ayrımı bunlardan bazılarıdır.

5. *Menfaatleri dengeleyen bir sistem olması.* Piyasa, rasyonel karar birimleri olarak hem alıcıların hem de satıcıların durumlarını optimize etmek suretiyle, çıkarlarını aşağı yukarı dengeleyen bir sistemdir.
6. *Demokratik karar almayı sağlayan bir sistem olması.* Piyasada hangi malların ne miktarda kimler tarafından alınıp satıldığı ve neticede oluşan fiyat ve dağıtım mekanizması, tamamen karar birimlerinin hür iradeleri sonucunda gerçekleşir.

Yukarıda bahsedilen özelliklere sahip bir ekonomik modele *piyasa ekonomisi* diyoruz. Piyasa ekonomisi, zaman zaman *fiyat mekanizması*, *serbest piyasa ekonomisi*, *liberal ekonomi* ya da *kapitalist ekonomi* gibi kavramlarla da ifade edilebilmektedir. İktisat biliminde, piyasa ekonomisinden bahsedildiğinde, şu unsurlar akla gelir (Taylor, 2004, s. 16):

1. Fiyatların serbestçe belirlenmesi.
2. Mülkiyet haklarının ve buna dönük teşviklerin sağlanması.
3. Ferdiyetçilik ve rasyonellik.
4. Yurt içinde ve yurt dışında ticaretin ve rekabetin serbest olması.
5. Devletin rolünün asli görevlerle sınırlandırılması.
6. Özel sektör kuruluşlarının belli bir rol üstlenmesi.

Yukarıdaki unsurlar, bir piyasa ekonomisinin ayırt edici temel özellikleridir. Böyle bir ekonomide, tüm piyasalarda mal ve hizmetler ile üretim faktörlerinin fiyatları, alıcılar ve satıcılar tarafından arz ve talebe göre serbestçe belirlenir. Ayrıca fiyatlar tamamen arz ve talep kanunlarına tabidir. Buna göre, diğer şartlar veri iken (*ceteris paribus*), bir malın arzı artarsa fiyatı düşer, arzı azalınca da fiyatı artar ya da malın talebi artınca fiyatı artar, talebi azalınca da fiyatı düşer. Bunlardan arzla ilgili olana *arz kanunu*, taleple ilgili olana ise *talep kanunu* denir. Dolayısıyla malın

arzıyla fiyatı aynı yönde, talebiyle fiyatı ise ters yönde hareket eder. Piyasa fiyatı, kısa dönemde piyasada oluşacak geçici mal fazlalığını ya da mal darlığını giderme yönünde yeni bir denge oluşturmak suretiyle, *tayinlayıcı* bir işlev yerine getirirken uzun dönemde firmaların yönetsel kararlarını etkilemek suretiyle, zaten kıt olan kaynakların etkin olmayan alanlardan (ürünlerden veya sektörlerden) etkin olan alanlara yönelmesini sağlayarak *kaynak dağıtıcı* ya da *yol gösterici* bir işlev yerine getirir. Adam Smith'in piyasa mekanizmasında kendiliğinden dengeyi sağlayan *görünmez eli* de zaten piyasa fiyatının kaynak dağıtıcı işlevinden başka bir şey değildir.

Mülkiyet hakkı, kişilerin sahip oldukları varlıkları kendi iradeleri doğrultusunda korumaları ve satmaları anlamına gelir. Mülkiyet hakkının tanınması, kişilere piyasadan ihtiyaç duydukları şeyleri alıp satma imkânı verir ve insanlar bu varlıkları elde edebilmek için sürekli olarak çalışmak, bir şeyler icat etmek ve kıyasıya rekabet etmek mecburiyetindedirler. Bireylerin ve milletlerin zenginliğinin esas kaynağı da bu sürekli uğraş ve serbest rekabettir. Ferdîyetçilik, rasyonellik ve kişisel çıkar, yukarıda belirtilen özelliklerin temin edilebilmesi için gerekli unsurlar olarak görülür. Bu anlayışa göre toplum, özgür ve rasyonel fertlerin toplamından oluşur; o nedenle, toplumun yararına olan şeyler, o toplumu oluşturan fertlerin yararına olan şeylerden ibarettir. Ticaretin yurt içinde ve yurt dışında serbestçe yapılması, piyasa ekonomisinin önemli bir unsurudur. Zira milletlerin zenginliğinin boyutu, büyük ölçüde mübadele hacmine bağlıdır. Mübadele hacmi ise mübadelenin yapıldığı piyasanın büyüklüğüne ve serbestiyet derecesine bağlıdır.

Piyasa mekanizmasının işleyişinde rol alan birimler -hane halkları/aileler, firmalar, kâr amaçlı olmayan kurumlar ve devlet- esasında birer organizasyon şeklindedirler. Bu organizasyonların büyüklüğü ve mukavemet derecesi, piyasanın, mübadelenin ve rekabetin derecesini tayin edecektir.

Yukarıda zikredilen hususlar, esasında eşyanın temel sosyal kanunlarındanr. Bu kanunlar, aynı zamanda evrensel ve zamanlar-ötesi bir nitelik arz eder. Devletin güdümünde yürütölen bir *kumanda ekonomisinde*, bu söylenenlerin uzun dönemde gerçekleşmesi mümkün değıldir. Bu sonucu teyit eden sadece ekonomik teoriler değıl aynı zamanda engin tarihsel uygulamalardır.

Bu tartışmalardan hareketle, İslam âlimlerinin, aydınlarının, devlet adamlarının ve halklarının da bu hususları derinlemesine tartışmaları ve geleceklerine yön vermeleri kaçınılmaz bir hâle gelmiştir.

Müslöman Bireyin Ekonomik Davranış Hususiyetleri

İslam'ın ekonomik alanla ilgili esas amacı, sağılıklı, dinamik ve büyüme-yönelimli bir ekonomik modelin tesis edilmesidir. Bu modelin, dinin sınırları içerisinde kalması ve hemen her alanda iktisadi adaletin tesisini ve hakkın sahibine teslimini sağlayacak bir sistemin kurulmasını garanti etmesi gerekir (Khan & Mirakhor, 1992, s. 2). Başka bir ifadeyle, İslamiyet, kendi ilkele-ri çerçevesinde hak ve hukukun korunduğı, ekonomik adaletin sağılandığı zengin, müreffeh bir toplum hedeflemektedir. Adaletin tesisi; tüketiciler, üreticiler, devlet, özel sektör ve diğerkıkar grupları arasında olmalıdır.

İslam iktisatçılarına göre İslamiyet bireysel ekonomik karar birimlerinden şu davranış hususiyetlerini bekler (Siddiqi, 1989, s. 254):

1. Ekonomik birimler, tüketim, tasarruf, yatırım ve istihdam gibi diğerkonmik faaliyetlerde başkalarını da dikkate alarak sosyal amaçlara hizmet ederler. Sosyal amaçlar ise şunlardır: (i) Tüm insanların temel ihtiyaçlarının karşılanması, (ii) gelirin ve servetin dağılımında dengenin ve eşitliğin sağlanması, (iii) istikrar ve (iv) ekonomik kalkınma.

2. Ekonomik birimler, yukarıda bahsedilen sosyal amaçları (*maslahat-ı ümmet*) da gözeten kişisel çıkar ve kazançla (fayda ve kâr maksimizasyonu) motive edilirler.
3. Bireyler, haram olanlardan sakınan makul bir tüketimle birlikte, israftan kaçınmakla yükümlüdür.
4. Bireyler, sosyal amaçlar çerçevesinde (çalışanlar ve yöneticiler, tüketiciler ve üreticiler, hükûmet ve iş dünyası arasında) iş birliğine ve karşılıklı istişareye yatkındır.
5. Bireysel gelir sahiplerinin tasarruf kararı yatırıma yöneliktir.

Bu davranış karakteristikleri çerçevesinde aşağıdaki *iktisat politikası araçlarının* (bir anlamda kurumsal düzenlemelerin) kabul edildiği görülmektedir (Siddiqi, 1989, s. 254):

1. Faiz yerine, ticaret ve kâr ortaklığı.
2. Yatırım ve üretim yoluyla para üretimi.
3. Sosyal amaçların gerçekleşmesi için sosyal kurumların ve tabii bu arada devletin, gerektiğinde ekonomik alanda aktif rol üstlenmesi.
4. Yine sosyal amaçlar çerçevesinde, zekâtın sosyal adaletin tesisinde zenginden fakire kaynak aktarımı sağlaması.
5. Toplumun tüm üyeleri için asgari bir gelir düzeyinin garanti edilmesi.

Kur'an incelendiğinde, insanı rasyonel, irade sahibi, açgözlü (mal düşkünü) ve ahlaklı olarak tanımladığı görülür. Kur'an, esas itibarıyla ahlaki yol gösterici bir kitap olarak insana kendi çıkarını dikkate alarak bir orta yol tutmasını tavsiye eder. Yani insanoğlundan beklenen, ahlaki sorumluluklarından özveride bulunmadan, maddi anlamda varlığını oluşturması ve onu devam ettirmesidir (Ahmad, 1996, s. 2). Zira sermaye birikimi ve zenginlik olmadan, maddi ve manevi derinliği olan bir medeni-

yet meydana getirmenin; dolayısıyla, ekonomik zenginliği sağlamadan, toplumun refah seviyesini artırmanın hele de bugünkü ekonomik koşullarda imkânı yoktur. Gözü ve gönlü tok olmayan bir toplumun maddi ve manevi saadetinden bahsetmek oldukça zordur. Zenginliği yermek ve ondan kaçınmak, esasında çalışmaktan imtina edip tembelliğe bürünmek ve fakirliği bir erdem olarak telakki etmek anlamına gelir.

Nitekim, Hz. Ömer, Ebu Musa El-Eş'ari'ye "Mal ve asalet sahibi olmayanlardan kadı tayin etme. Haseb² ve şeref sahibi olan kimseler mahcubiyetten korkar. Mal sahibi olan kimseler ise başkalarının malına tenezzül etmez. Böylece hainlik etmekten uzak dururlar." demiştir. Bazı selef âlimleri ise "Dünya ve ahiretin hayrını, Allah korkusu ile zenginlikte; yine dünya ve ahiretin şerrini de zulüm ile fakirlikte bulduk." demişlerdir. Yine bir şair şöyle der:

"Dinden sonra zenginlik kadar hayır görmedim,

Küfürden sonra da fakirlik kadar şer görmedim." (El-Maverdi, 1978, s. 184).

Görüldüğü gibi bolluk ve zenginlik, refahın ve mutluluğun kaynağı olarak görülürken darlık ve fakirlik, fesadın, her türlü kötülüğün, fakirliğin ve mutsuzluğun kaynağı olarak görülmektedir. Bugün az gelişmiş bir ülkede, insanlar arasında güveni, barışı, adaleti ve mutluluğu sağlamak çok zordur. İnsanların daha fazla bilgi ve servet kazanmak uğruna özgürce yarışmadığı bir toplumda, ne kalıcı bir güvenlik (bağımsızlıktan) ne de kalıcı bir özgürlükten bahsedilebilir. Zira hür rekabet ortamının müsait olmadığı bir toplumda, istikbale ümitle bakılamaz; meşguliyetler günlük ihtiyacı geçemez; büyük düşünürler, büyük düşünceler ve büyük projeler ortaya çıkmaz; gelecek nesillerin hizmet, şevk ve arzuları söner; teşebbüs fikirleri körleşir; dünya

2 "Kişisel nitelikler ve değerler" demektir.

fesada uğrar, hatta teröre esir olur; neticede millet huzursuz olur ve milletler harabeye döner.

Nitekim Peygamber bir hadisinde; “Ümit ve emel, ümmetime Allah’tan rahmettir. Eğer ümit olmazsa ağaç dikenler dikmez, analar çocuklarını emzirmezdı.” demiştir. Yanında dünyanın yerildiğini gören Hz. Ali de “Dünya doğrular için sadık, anlayanlar için kurtuluş yeri, değerlendirenler için zenginlik yoludur.” der. Mâverdi, dünyanın salahı için altı şeye ihtiyaç olduğunu söyler: İnanılan ve yaşanan bir din, kuvvetli sultan (hükûmet), herkese tatbik edilen yaygın adalet, devamlı bolluk, emniyetli bir cemiyet düzeni ve geniş emel. Bolluk, zenginlik demektir. Zenginlik ise emniyet ve cömertliği ortaya çıkarır. Bu da dünyanın nizam ve salahını kolaylaştırır, insanların ruhlarına genişlik ve çalışmalarına hareket verir ve aralarında kıskançlık azalır (El-Mâverdi, 1978, s. 164-85).

Buradan anlaşılacağı üzere Kur’an, her zaman insanın maddi ve manevi çıkarları arasında bir dengenin olması gerektiğinden bahseder ve inananlara da bu dengeyi gözetmelerini tavsiye eder. Zira ticari kazançlar sadece bu dünyaya özgü olarak görülmez aynı zamanda öbür dünyaya ait kazanımlar da insanın kendi çıkarının bir gereği olarak görülür. Nitekim Kur’an’da şöyle denir: “Ey imana ermiş olanlar! [hem bu dünyada hem de öteki dünyada] şiddetli bir azaptan sizi koruyacak bir alışveriş göstereyim mi? Allah’a ve Peygamberine inanır ve Allah yolunda mallarınız ve canlarınızla gayret gösterirsiniz: Bu sizin kendi iyiliğinizdir; keşke bilseydiniz. [Eğer böyle yaparsanız] Allah günahlarınızı bağışlayacak ve sizi [öteki dünyada] içinden ırmaklar akan bahçelere ve bu sonsuz mutluluk bahçelerindeki güzel köşklere koyacaktır; bu büyük bir mazhariyettir.” (61/10-12) (Esed, 1999, s. 1144). Başka bir ayette ise şöyle denir: “Bilesiniz ki Allah yolunda savaşı, öldüren ve öldürülen müminlerden Allah canlarını ve mallarını satın almıştır; hem de karşılığında onlara cenneti vaat ederek... Sevinin öyleyse, onunla böyle bir alışveriş yaptır-

ğınız için; çünkü budur en büyük bahtiyarlık!" (9/111) (Esed, 1999, s. 381). Çünkü insanın hayatının bu dünyada sona ermediği, orada da devam edeceği; dolayısıyla bitmek bilmeyen bir hayatın idamesi ve onun tüketim harcamalarının finansmanı için daha çok kazanılması ve tasarrufta bulunulması gereği üzerinde durulur. Onun için de bu dünyada Müslümanın hem maddi hem de manevi anlamda çok çalışması, sürekli bir mübadele içerisinde olması ve maddi-manevi zenginliğini artırması gerektiği açıktır. Görüldüğü gibi kişilerin ve milletlerin zenginliği, daha çok mübadelede yatmaktadır.

Esasında İslam'da *iktisadi nizama* baktığımızda üç unsura dayandığı görülür. Bunlar; imandan doğan inanç mefhumları, toplumsal düzenleyici kaideler ile adaleti ve güvenliği sağlayacak devlet gücüdür (El-Mübarek, 1978, s. 144).

Müslüman bir ferdin iktisadi alanla ilgili takip etmesi beklenen temel ilkelere Kur'an ve sünnet ışığında bakıldığında, bunları aşağıdaki üç noktada toplamak mümkündür (Ahmad, 1996, s. 3). Bu ilkelerden ilk ikisi yapılması tavsiye edilenler diğeri ise kaçınılması gereken hususlardır.

1. *İtidalli davranmak; orta yolu tercih etmek:* İslam, hayatın her alanında ifrattan ve tefritten kaçınmayı; bunun yerine, "işlerin hayırlısının orta yol" olduğunu söyleyerek orta yolu tavsiye eder. Burada kastedilen *orta yol*, "Dünyadan tamamen el etek çekerek inzivaya çekilmeyi" değil adeta "yeryüzünde ahireti yaşamayı" ifade eder. Zira Allah'ın halifesi olarak yaratılan insanın amacı, metafiziki boyuta uçup meleklik vasfı kazanmak değil, yeryüzünde kötülüğün ortadan kalkması ve iyiliğin hâkim olması yönünde insanlığın daha müreffeh hâle gelmesi için çaba sarf etmektir. Çünkü insanın melek olma gibi bir amacı yoktur; ondan insan olarak yükümlülüklerini yerine getirmesi istenmiştir. İnsanı *kâmil* kılan da gerçekte bu vasfıdır. Zira bazı hukemâ, "Faziletler iki noksan hâl olan if-

ratla tefrit arasındadır. İşlerin hayırlısı, iki rezil hâlin ortasındadır.” (El-Maverdi, 1978, s. 181) demiştir.³ Başka bir ifade ile İslami anlamda orta yol aslında “dünyanın peşinde değil içinde olmak” (Kallek, 1997, s. 24-25) anlamına gelir. Bu hususta Kur’an’da şöyle denir: “Ey Ademoğulları! ... yiyin için fakat saçıp savurmayın. Çünkü kuşku yok ki O savurganları sevmez. De ki: Allah’ın kulları için yarattığı güzelliği, rızkını iyisini, temizini yasaklayan kim? De ki: Bunlar dünya hayatında imana erenler için [meşru]durlar.” (7/31-32) (Esed, 1999, s. 275). Bu ayetle, Müslümanların dünyadan ellerini eteklerini çekmemeleri tam aksine çalışmaları ve kazandıklarını da tüketmeleri tavsiye edilmektedir. Yine bir başka ayette şöyle denir: “Ve ne ellerini boynuna bağlayıp kilitli tut ne de sonuna kadar aç[ıp varını yoğunu ortaya dök]. Böyle yaparsan [yükümlü olduğun kimselerce] kınanan, yapayalnız ve yoksul biri olup çıkarsın.” (17/29) (Esed, 1999, s. 565). Kısacası cimrilikle savurganlık arasında orta yolun tercih edilmesi tavsiye edilmektedir.

2. *Helalinden kazanmak ve harcamak; tüketim, tasarruf ve faiz ilişkisi*: Allah ve onun Peygamberi, müminlere iktisadi hayatta helal ve haram sınırları içerisinde kazanmayı ve harcamayı tavsiye etmektedir. Bu manada İslam, faizden mutlak surette kaçınmayı, bunun yerine ticarete yönelmeyi; kazandığı ile cari tüketim harcamalarını karşılamayı, kalan tasarrufunu da ya bizzat kendisinin yatırıma dönüştürmesi gerektiğini ya da bunu yapamıyorsa yapabilecek olanlara borç vermesini vaaz eder. Malın gerçek sahibi Allah olduğu için insan kendisine emanet edilen malı cimrilik yapıp insanların istifadesinden (üretim-

3 İslam geleneğinde itidalle ilgili olarak şu örnekler verilir: *Hikmet*, şer ile cehaletin; şecaat, korkaklık ile şımarıklığın; *gıybet*, haset ile haysiyetsizliğin; *iffet*, şehvet azgınlığı ile zayıflığın; *sekinet*, meskenet ile tuğyanın; *zarafet*, katıllıkla edepsizliğin; *tevazu*, kibir ile aşağılık duygusunun; *sehâvet*, israfla cimrilığın; *hilm*, uyuşuklukla sabırsızlığın arasında mutedil hâller olarak bilinir (El-Mâverdi, 1978, s. 181).

den ve piyasadan) alıkoymamalıdır. O nedenle, kaynakların atıl tutulması ve iddihar gibi durumlarda zekât müessesesi caydırıcı bir faktör olarak devreye girer ve atıl kaynakların yeniden üretim ve piyasa sürecine katılmasını ve mübadeleye konu olmasını sağlar. İslam'da *faiz (riba)*, karşılığında hiçbir şey vermeden kazanılan şey; *sadaka* ya da *zekât* ise karşılığında hiçbir şey almadan verilen şey olarak kabul edilir. İslami inanışa göre, faizin uygulanması, çalışmadan aşırı kazanç elde eden insanların doğmasına, üretimin olumsuz etkilenmesine, servetin belli ellerde toplanmasına, gelir dağılımında adaletin bozulmasına ve tekel gücünün yaygınlaşmasına yol açtığı için fakiri daha fakir, zengini de daha zengin hâle getirir. Neticede, toplumda yozlaşma ve yolsuzluk artar ve zaten kıt olan kaynaklar israf edilerek insanlara yararlı olacak piyasa mübadele sürecinden uzaklaşmış olur (Sachedina, t.y., s. 7).

İslam'da faizin haram olmasının üç temel sebebinden bahsedilir. Bunlardan birincisi, faizin, malın bedeli ödenmeden başkasından alınmasına imkân tanıdığıdır zira para sahipleri bedel ödemedi başkasının malına kolayca sahip olabilmektedirler. İkinci sebep, faizin -ticarete göre zahmetsiz daha kolay yoldan bir kazanç olduğu için- halkın menfaatine hizmet eden ticarete kesat vermesidir. Üçüncü sebep ise faizin insanlar arasında gerek duyulan borç alışverişinin kesilmesine ve sile olmasıdır (Vehbi, 1971, s. 372-73).

Allah, Kur'an'da şöyle buyurur: "Ey insanlar! Yeryüzünde meşru ve iyi ne varsa ondan nasibinizi alın..." (2/168) (Esed, 1999, s. 45/1). Yine bir başka ayette; "Ve namaz bittiğinde yeryüzüne serbestçe dağılın ve Allah'ın lütfundan [rızkınızı] aramaya devam edin; mutluluğa ulaşabilmek için de Allah'ı sıkça anın!" (62/10) (Esed, 1999, s. 1149/3) denir.

3. *Cimrilikten ve israftan kaçınmak*: İslam, hayatın her alanında ifrat ve tefritten kaçınmayı ve bir denge kurmayı vazedir.

Ekonomik hayatta da cimrilikle israf, savurganlık, lüks hayat ve taşkınlık arasında bir dengeden yanadır. Zaten iktisat biliminin aradığı da denge yani istikrardan başka bir şey değildir. Kur'an'ı Kerim'de cimrilikle ilgili şöyle denir: "... ve kendilerine verdiğimiz rızıktan gizli açık başkaları için harcayanlar; işte ancak bunlar hiç kesintiye uğramayacak bir kazanç umabilirler." (35/29) (Esed, 1999, s. 890). Diğer taraftan israf ve savurganlık konusunda da benzer emir ve uyarılar vardır. "... ve [Allah'ın nimetlerini israf etmeyin. Kuşkusuz o müsrifleri sevmez!]" (6/ 141) (Esed, 1999, s. 141). Yine başka bir ayette şöyle denir: "Ve (ey insanoğlu), yakın(ların)a hak(lar)ını ver; düşküne de yolda kalmışa da ama sakın [elindekini] anlamsız, amaçsız bir biçimde saçıp savurma. Çünkü bil ki saçıp savuranlar Şeytan'ın türdeşleridir..." (17/26-27) (Esed, 1999, s. 563).

İslam Piyasa Geleneği: Serbest Piyasa ve Rekabetin Şartları

Bilindiği üzere, Hz. Peygamber *mülânese* (alıcı ve satıcı tarafların mala dokunmasıyla mübadelenin gerçekleşmesi), *münâbeze* (iki tarafın malı birbirine atmasıyla mübadelenin gerçekleşmesi) ve taş atımı gibi haklarında hususi deliller varit olan ve müşteriyi aldatmaya dayalı satış yöntemlerini yasaklamıştır. Nitekim, Ebu Hureyre'den rivayet edilen bir hadiste şöyle denir: "İki nevi satış yasak edildi: Mülânese ile münâbeze. Mülânese, alanla satandan her birinin hiç düşünmeden diğerinin elbisesine dokunması (ile); münâbeze ise her birinin elbisesini diğerine atması ve hiçbirinin arkadaşının elbisesine bakmaması (suretiyle yapılan satış)dır." (Davudoğlu, 1980/7, s. 588; Hammad, 1996, s. 249-52).

Bu tür satış yöntemlerinin meşru görülmemesinin sebebi, satışlarda iki tarafın rızasının, mal hakkında yeterince bilgi sahibi

olunmasının, icap ve kabulün hakkıyla yerine gelmesinin söz konusu olmamasıdır. Modern iktisat deyimiyle, rekabetçi piyasalarda geçerli olan simetrik bilgi, bu tür piyasalarda yerini asimetrik bilgiye bırakmıştır. Böylece alıcı ve satıcı taraflar, mübadeleye konu olan mal ya da hizmet hakkında eşit düzeyde bilgiye sahip değildirler. Böylece daha çok bilgiye sahip olan taraf, diğeri aleyhine haksız bir kazanç elde etmiş olmaktadır. Karşı taraf ise rekabet şartlarının aksamasından ve yeterli bilgiye sahip olamamaktan kaynaklanan aldanmadan (*garar*) dolayı, bir miktar bilgi maliyetine katlanmak durumunda olacağından üretimde, tüketimde ve kaynak dağılımında piyasa etkinliği sağlanamamış olacaktır. Zira alıcıların elindeki sınırlı kaynaklar, ihtiyaç duyulan daha kaliteli malların alımında kullanılmak ve bu malların üretimini finanse etmek yerine daha düşük kalitede malların (*limon mallar*) üretimini finanse ettiği ve onları teşvik ettiği için kaynak kullanımında bir *ters seçim* (*adverse selection*) sorunu ortaya çıkacaktır. Böylece piyasa fiyatının rekabetçi bir ortamda uzun dönemde kendisinden beklenen *kaynak dağıtıcı* işlevini tam olarak yerine getiremediği görülecektir. Aslında Adam Smith'in *görünmez eli* de piyasa fiyatının bu uzun dönemli işlevinden başka bir şey değildir. Kısacası, böyle bir durumda, İslami tabirle piyasada bir taraf diğere zulmetmiş olacaktır. Oysa Allah zalimleri (haksızlık yapanları) sevmediğini birçok ayette gayet açık bir şekilde deklare etmektedir.⁴ Demek ki İslam mübadelenin, rekabet şartlarının teminat altına alındığı serbest piyasa koşullarında yapılmasını vazetmektedir. Tarafların hak ettikleri ölçüde kazanmaları da ancak bu minval üzere gerçekleşmiş olacaktır. Kaldı ki bu durum, o piyasanın ve ekonominin bütününde de etkinliği ve toplumsal refahı artırıcı bir ortamın oluşmasına katkıda bulunacaktır.

Bunun gibi “Şu attığım taş hangi elbiseye isabet ederse sana onu sattım.” yahut “Şu araziden attığım taşın vardığı yere ka-

4 Bu konudaki ayetler için bk (Esed, 1999, s. 1373'teki ayetler dizini).

darını sana sattım.” diyerek taş atımı yoluyla yapılan satışlar, müşteri kızııştırma yoluyla yapılan satışlar, şehirlielerin köylüler namına yaptıkları satışlar (Davudoğlu, 1980/7, s. 592-601) ve malın teslim alınmadan (yani, *kabz*’dan önce) satılması da (Kallek, 1997, s. 154) müşteriyi aldatmaya yönelik olduğundan, ülkeyi zaman zaman yüksek enflasyon sürecine sürüklediğinden ve haksız rekabete sebebiyet verdiğinden dolayı bizzat Peygamber tarafından yasaklanmıştır.

İslam geleneğinin, serbest piyasa sürecine ve mübadeleye verdiği önemi daha yakından anlamak için Hz. Peygamber ve Hz. Ömer Dönemlerine ait bazı uygulamalara bakmakta yarar vardır. Peygamber serbest mübadele sürecine ve fiyat mekanizmasına o kadar önem vermiştir ki köylülerin ürünlerini pazara getirirken satıcı daha pazar yerine ulaşmadan ürünlerin bazı uyanık şehirli (tüccarlar) tarafından yolda iken satın alınmasını kesin bir ifadeyle yasaklamıştır. Zira değişik hadis-i şeriflerde “Binek gelenleri karşılamayın!”, “Celeb malı karşılamayın!”, “Satılık malları karşılamaktan nehi buyurdu.” ve “Pazarı karşılamayın!” (Davudoğlu, 1980/7, s. 606) şeklinde ifade edilen bu durumun, hem üreticilerin hem de geniş tüketici kitlesinin hakkını korumayı ve çok sayıda alıcı ile çok sayıda satıcıdan müteşekkil rekabetçi bir piyasa modeli oluşturmayı; böylece hem üretici hem de tüketici refahını ortadan kaldıran ve daha az emekle spekülâtif kâr elde eden tekellerin ortadan kaldırılmasını hedeflediği açıktır. Zaten İslam uleması, buradaki nehyin hikmetinin uzak yerlerden pazara mal getirenlerin (*câliplerin*) aldanmaktan korunması olduğunda ittifak etmiştir. Maziri (d. 453-ö. 536) bunu hem satıcıların (bedeviler) hem de alıcıların (şehirli tüketiciler) refahı için oldukça net bir ifade ile şöyle açıklar: “Şehirlinin bedevi namına satış yapması, şehirli merhameten yasak edilmiştir. Burada bedevi zarar çekmektedir. Hâlbuki, celeb karşılaması, bedevinin aldatılmaması için nehiy buyrulmuştur. Bundan dolayıdır ki Peygamber, “Mal sahibi pazara geldiği vakit muhayyer olur.”

buyurmuştur... Bu gibi meselelerde şeriat insanların maslahatını gözetir. Maslahat, bir kişiyi cemaate değil bilakis cemaati bir kişiye tercih eder.”. Yine konuyla alakalı olarak “Şehirli, bedevi namına satış yapmasın; bırakın insanları Allah birbirlerinden rızıklandırınsın!” demiştir. İbn Abbas’a bunun ne anlama geldiği sorulduğunda ise “simsarı olmaması” cevabını vermiştir (Davudoğlu, 1980/7, s. 606-608). Bir başka hadiste ise “Tahılı piyasaya sürmeyen, pahalılığa ve kıtlığa yol açan günahkârdır” denmiştir (Mannan, 1980, s. 289).

Yukarıdaki celeb hadisinde dikkat edilirse pazara mal getirten satıcı köylünün aldatılması durumunda, kendisine akdi fesihi hakkı tanınmıştır. Bu hakkın, iktisat teorisinde tam rekabet şartlarından ‘ tarafların mübadeleye konu olan mal veya hizmetle ilgili eşit ve tam bilgiye sahip olması’ ilkesinin daha o dönemdeki ifade şekli olarak yorumlanabilir. İslam, her meseleye hak ve adalet ölçülerinden baktığı için piyasa şeffaflığının olmaması nedeniyle, taraflardan birinin bilgi asimetrisinden dolayı aldatılması yani zulme uğraması yasaklanmıştır. Buradan hareketle, İslam’ın rekabetçi piyasa koşullarında daha çok mübadeleden ve bu yolla halkın refah seviyesinin artmasından yana olduğu, serbest rekabet şartları altında belirlenen piyasa fiyatının *adil fiyat* olarak kabul edilebileceği (Kallek, 1997, s. 163) rahatlıkla söylenebilir. Hatta bunu Adam Smith’in 1776’da *Milletlerin Zenginliği*’nde ifade ettiğinden asırlar önce vazettiğini söylemek herhâlde yanlış olmayacaktır.

Yine Hz. Peygamber’in serbest piyasada oluşan mübadele hacmini artırmak için pazar vergilerini kaldırdığı, yükselen fiyatlar karşısında *narh* koyması istendiğinde, “*fiyatı ayarlayanın, bolluk, darlık ve rızık verenin Allah olduğu*”nu söyleyip piyasa fiyatını öne çıkarması, şehirlerarası mal sevkiyatı sırasında alınan iç gümrük vergilerine (*meks*) izin vermediği hatta bu vergileri toplayanları lanetlediği bilinmektedir. Hadiste ‘belirtilen bolluk ve darlığın Allah’tan olduğu’ ifadesi, aslında Kur’an-ı

Kerim’de Şuayp Peygamber’in kavminden bahsederken de gayet açık bir şekilde darlığın ve bolluğun kullarını sınama maksadıyla kendisi tarafından oluşturulduğu/yaratıldığı ifade edilmektedir: “Biz hiçbir topluma peygamber göndermemişizdir ki belki kibirlerinden sıyrılsınlar diye onları darlıkla, sıkıntıyla denemiş olmayalım. Sonra o darlığı genişliğe çevirmişizdir ki refahı tatsınlar da (kendi kendilerine): “Atalarımız da darlık ve sıkıntıya düşmüşler (ve genişliği görmüşler)di desinler...” (7/94-95) (Esed, 1999, s. 290).

Sanayi öncesi toplumlarda ekonomi arz yönünden neredeyse tamamen tabiat şartlarına bağlı olduğundan, bolluğun ve darlığın buradan kaynaklanan konjonktürün bir sonucu olarak sürekli dalgalı bir seyir izlediği dolayısıyla fiyatların da buna bağlı olarak yıldan yıla sert değişiklikler arz ettiği bilinen bir gerçektir. Buna göre, tabiat şartlarının olumlu olduğu (pozitif arz şoklarının hâkim olduğu) yıllarda ürün arzı artacağından bolluk ve fiyat düşüşü; tersine, tabiat şartlarının olumsuz olduğu (negatif arz şoklarının hâkim olduğu) yıllarda ise ürün arzı daralacağından bolluk ve fiyat artışı kaçınılmaz olacaktır. Tabiat şartlarının ya da arz şoklarının oluşumu da tamamen kudret sahibi bir Yara-dan’ın iradesine bağlı olduğuna göre bolluk da darlık da ve dolayısıyla arz talebe göre belirlenen piyasa fiyatının oluşumu da Allah’ın iradesine tabi olacaktır.

Sanayi sonrası toplumlarda da durumun esas itibarıyla aynı olduğu ancak nedensellik bağının ve mekanizmasının biraz daha dolaylı olduğu söylenebilir. Zira üretim araçlarının ilk oluşumundan üretime sevk ediliş ve üretim aşamalarına, oradan da dağıtım ve tüketim aşamalarına kadar tüm fiziki ve beşerî şartların oluşumu son tahlilde yine onun iznine tabi olduğuna göre, arzın bolluğu ve darlığı esas olarak Allah’ın iradesine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Kaldı ki bugün hâlâ tarım, hizmet ve inşaat sektörlerinin pek çok alanında mevsimsel dalgalanmalara bağlı bulunduğu, insan iradesinin yer yer oldukça düşük düzeylerde kal-

diği bilinmektedir. Bu şartların ekonomilerin gelişmişlik düzeyleri ilerledikçe insan iradesinin ve arz dalgalanmalarının yıllara sâri epeyce düzleşmesi gerçek olsa da özellikle büyük negatif arz şoklarının önüne geçilebilmesi mümkün olamamaktadır. Nitekim modern iktisat teorisinde konjonktür hareketlerini anlatan modeller içerisinde reel konjonktür yaklaşımları fevkalade itibar gören yaklaşımlardır. Özellikle Reel Konjonktür Teorisi geliştiren ve savunan F.E. Kyndland, E.C. Prescott,⁵ King ve Ploser gibi ünlü iktisatçılara göre ekonomik dalgalanmaların esas sebebi, ekonominin toplam arz kapasitesinde teknoloji ve verimlilikteki değişikliklerden kaynaklanan ileri ve geri yönlü hareketlerdir. Dahası, ekonominin uzun dönemli arz kapasitesini (potansiyel hasıla düzeyini) olumlu ya da olumsuz yönde değiştirme bakımından arz şıklarının (kuraklık, don, sel, fırtına, deprem, enerji kaynaklarının bollaşması ve daralması ve salgın hastalıklar gibi) önemi tüm makro iktisat kitaplarında okutulmaktadır. Dolayısıyla fiyat dalgalanmalarının hâlâ önemli bir kısmının insan iradesinin dışında gerçekleştiği bir gerçektir.

Ayrıca hem Hz. Peygamber hem de Hz. Ömer Medine pazarına diğer uzak şehirlerden gelmek isteyen ticaret adamlarını teşvik etmişler, bunlara dönük övgülerde bulunmuşlar, savaşlarda muharip olmayan müşrik tüccarların öldürülmesini yasaklamışlar,⁶ yabancı tüccarların mallarını serbest piyasa koşulları altında satabileceklerini ilan etmişler, gümrük vergilerini ya tamamen kaldırmışlar ya da büyük ölçüde düşürmüşler,⁷ ticaret kervanlarının Medine'ye güvenli bir şekilde ulaşabil-

5 Kyndland ve Prescott 2004 yılında "iktisat politikasının zaman tutarsızlığı ve konjonktür teorilerinin arkasındaki itici güçler"e yönelik iktisat bilimine yaptıkları katkılardan ötürü Nobel İktisat Ödülüne birlikte layık görülmüşlerdir.

6 Nitekim Hz. Peygamber her yıl hac mevsiminde kurulan panayıralarda Arap tüccarlara zorluk çıkarılmasının önüne geçmiş ve Tebük Seferi sırasında Eyleli, Şamlı ve Yemenli tüccarların mal ve can emniyetlerini sağlamıştır (Kallek, 1997, s. 143).

7 Mesela, Hz. Ömer Şamlı tüccarları Medine'ye çekebilmek için hububat ve zeytinyağından alınan ticari vergileri % 10'dan % 5'e düşürmüştür (Kallek, 1997, s. 144).

melerini ve burada güven içerisinde kalmalarını sağlamak için gerekli tedbirleri almışlar,⁸ özellikle köylerden şehirlere dönük mal sevkiyatını teşvik etmişler,⁹ şehirler ve ülkeler arası serbest ticaretin yaygınlaşması için kanallar kazdırmışlardır.¹⁰ Bunun yanı sıra Hz. Ömer, ülkedeki darlık buhranını ve enflasyonist fiyat istikrarsızlığını aşmak için yerli tüccarların ithalata yönelmelerini teşvik etmiş ve iş adamlarının diğer ülkelere ve şehirlere bu amaçla çıktıkları seyahati, hac ve umre için yapılan seyahate eş değer saymıştır. Zira bu iş adamları kendi çıkarları doğrultusunda kâr amacı gütseler de ülkede darlık, enflasyon ve karaborsacılık gibi istikrarsızlıkları gidermek suretiyle halkın refah seviyesinin artmasına katkıda bulundukları için aynı zamanda önemli bir kamu hizmeti görmektedirler. Nitekim Hz. Peygamber'in şu hadisleri meseleyi oldukça net bir şekilde açıklamaktadır: "Calib (uzak yerden mal getiren tacir) rızıklandırılmış, karaborsa ise lanetlenmiştir." "Kim Müslümanların beldelerinden birine yiyecek [maddesi] getirir ve cari fiyattan satarsa şehit sevabı alır." buyurduktan sonra, 'Allah'ın lütfundan rızık aramak için yeryüzünde dolaşanlarla Allah yolunda savaşacak olan diğerleri...' (74/20) (Esed, 1999, s. 149) ayetini okudu.". "Bizim pazarımızda karaborsacılık yapılamaz. Bazıları ellerindeki fazla sermayeyi bizim bölgemize gelmiş rızık-ı ilahiyeye yatırarak karaborsacılık yapmaya yeltenmesin. Bununla bir-

-
- 8 Örneğin bir grup tüccar Medine'ye gelir ve namazgâhta konaklar. Bunu gören Halife Ömer, Abdurrahman b. Avf'a "Ne dersin hırsızlığa karşı bu gece onları birlikte bekleyelim mi?" diye sorduktan sonra birlikte sabaha kadar nöbet tutarlar (Kallek, 1997, s. 144).
 - 9 Mesela, Hz. Ömer Devrinde şehirlerde üzüm fiyatlarının yükselmesi üzerine, devlet köylerden üzüm sevkiyatı yapmıştır (Kallek, 1997, s. 145).
 - 10 Bilindiği gibi hicri 18. yılda ciddi bir kıtlık yaşanır ve doğal olarak Medine'de fiyatlar aşırı şekilde yükselir. Bunun üzerine Hz. Ömer, bu ekonomik krizin aşılabilmesi için Mısır Valisi Amr b. As ile Suriye Valisi Ebu Ubeyde b. Cerrah'a Medine'ye yiyecek ve giyecek sevkiyatında bulunmalarını söyler. Söz konusu sevkiyatın kesintisiz yapılabilmesi için Amr tarafından Nil-Kızıldeniz kanalı kazdırılmıştır (Kallek, 1997, s. 145).

likte, yaz-kış demeden sırtında mal taşıyarak bize getiren câlip, Ömer'in misafiridir. Allah'ın dilediği gibi satar, [yine] Allah'ın dilediği kadar bekletir." "Ey tüccar topluluğu!.. Satış esnasında malınıza talip olan Müslüman topluluğu ancak diğerleri kadar hak sahibidir. Bunun için yabancı ellere gidip ithalat yapın. İşte o zaman [malınızı] dilediğiniz gibi satarsınız." (Kallek, 1997, s. 143-48).

Bu hadisler, gayet açık bir şekilde Peygamber'in bizzat kendisinin ve büyük halife ve devlet adamı Hz. Ömer'in ekonomik krizlerin yaşanmaması, kaçınılmaz olduğunda da aşılabilmesi ve toplumun refah seviyesinin artırılabilmesi için serbest mübadeleye ve rekabete ne kadar önem verdiklerini göstermektedir. Hatta buradan anlıyoruz ki İslam kültüründe *piyasa*, *Allah'ın insanları birbirleri vasıtasıyla rızıklandırma mekanizması* olarak telakki edilmektedir.

Bu rızıklandırma mekanizması da *sadece erkeklere has değil, kadınların da yer aldığı bir mekanizma* olarak görülmüştür. Nitekim Peygamber'in bizzat kendisi gibi, ilk eşi Hz. Hatice de Medine'nin şehirlerarası ve uluslararası çapta iş yapan en önde gelen iş kadınlarından biriydi. Bundan başka, hanımlarından Zeynep b. Cahş'ın da deri tabaklaması ile uğraştığı ve bunları diktığı rivayet edilir. Yine aynı dönemde Esmâ b. Umeys'in de benzer işlerle uğraştığı bilinmektedir. O devirde özellikle iplik, dokuma ve hazır giyim alanlarında tekstil sektörüyle iştigal eden kadınların olduğu hatta Hz. Aişe'nin "Kadının elindeki ip eğirme aleti (kirman, iğ, teşi), Allah yolundaki mücahidin elindeki mızraktan daha güzeldir." dediği rivayet edilmiştir. Bunun dışında, kadınların attarlık ve hatta kuyu kazma gibi bazı ağır işlerde bile çalıştıkları rivayet edilmektedir (Savaş, 2004, s. 189-91). Hatta Yahudilere ait Benu Kaynuka çarşısında bile Müslüman kadınların ticaret yaptıkları anlaşılmaktadır. Zira bu çarşıda vuku bulan ve iki taraftan cinayetle sonuçlanan meşhur kavga, Yahudilerin

o pazarda ticaret yapmak üzere bulunan bir Müslüman kadına tasallutları üzerine çıkmıştır.¹¹

Yine yukarıdaki örneklerden anlaşılıyor ki İslam geleneğinde piyasa *sadece Müslüman alıcı ve satıcılara* ait değildir. Tam aksine piyasanın arz ve talep yönünde ne kadar fazla aktör olursa rekabet o kadar gelişmiş ve arz talebe göre belirlenen fiyat da halkın yararına o kadar adil olur. Bunun için de İslam toplumlarında piyasanın sadece ulusal aktörlere has olmayıp uluslararası bir nitelik taşıması arzu edilir. Aksi takdirde, pazarda mal arzı birkaç yerli ve şehirli tüccar elinde tutulacak hatta ihtikar bile edilebilecek; piyasanın satıcılar cephesinde eksik rekabet koşulları hâkim olacak ve bir tekelci güç ortaya çıkacaktır. Böylece halka daha yüksek fiyattan giderek daha az mal ve hizmet satılarak tüketici refahı azalacak, piyasa etkinliği zayıflayacak ve sermaye belli ellerde temerküz etmiş olacaktır. Oysa Allah tekelleşmeyi açık bir dille yasaklamıştır: “... Ta ki o [mallar] içinizden [zaten] zengin olanlar arasında dolaşıp duran [bir servet] hâline gelmesin.... Allah’a karşı sorumluluğunuzun¹² bilincinde olun. Çünkü Allah misillemesinde çetindir.” (59/7) (Esed, 1999, s. 1130).

Nitekim, İslam geleneğinde şehirler, biri din esaslı diğeri ise ekonomik esaslı olmak üzere *iki merkezli olarak* kurulmuştur.

11 Hicri ikinci yılda cereyan eden Müslümanlarla Benu Kaynuka Yahudileri arasında savaşın sebeplerinden biri olarak kaydedilen hadisenin şöyle gerçekleştiği rivayet edilir: Medineli (Ensar’dan) biriyle evli bir Arap kadını, Benu Kaynuka çarşısına mal satmak üzere gider. Malını sattıktan sonra bir Yahudi kuyumcunun dükkanında otururken yüzünü açması istenir ve kadın da bunu reddeder. Bunun üzerine, kadının haberi olmadan elbisesinin açılmasına sebebiyet vermişler ve ardından bir Müslüman o Yahudi’yi öldürmüş, onlar da o Müslümanı öldürmüşlerdir (Savaş, 2004, s. 197). Peygamber’in Döneminde Kayle el-Enmariyye gibi kadınların ekonomik hayattaki durumlarıyla alakalı olarak daha fazla bilgi için bu kaynağa müracaat edilebilir.

12 Servetin gerçek sahibi Allah’tır ve bunu insanlara yararlı olmak için kullanmak üzere insana çalışması karşılığında vermiştir. O hâlde bu servetin gerektiğinde diğer insanlarla paylaşılması bir sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir. Bunun en anlamlı örneği, bildiği üzere, ilk Müslümanlar (*Muhacirler*) Mekke’den Medine’ye hicret ettiklerinde, Medine’deki Müslümanların (*Ensar*) ellerindeki serveti onlarla paylaşmasıdır.

Birisi büyük cami ya da ulu cami (*camî-i kebir*) ve medreselerin bulunduğu merkez diğeri ise çarşıların bulunduğu merkezdir. Bunlardan birincisinde sadece Müslümanlar, ikincisinde ise din ayırımı olmaksızın herkes bulunabilirdi. Şehirlerde halkın dünyevi faaliyetlerinin gerçekleştiği ve yüzünün dışa açıldığı mekânlar çarşılar olmuştur. Bu gelenek, Osmanlı Döneminde de devam ettirilmişdir. Şehirlerinde “Mahallelerin oluşumunda mahremiyetin sağlanmasına, dinî ve mesleki birliğin korunmasına dikkat edilirdi. Buna karşılık çarşılar dışa dönüktü. Çarşılarda mesleklerle göre bir düzenleme vardı ama dinî kimlik etkili değildi. Her din ve mezhebe mensup insan, çarşıda ticaret yapabilir, mesleğini serbestçe ifa edebilirdi.” (Karatepe, 1999, s. 28).

Selçuklu ve Osmanlı Dönemlerinde, Kayseri ve Konya gibi Anadolu’nun pek çok yerinde bugünkü anlamda küçük sanayi siteleri diyebileceğimiz yerel ekonomik kümeleşmelerin oluştuğu bilinmektedir. Örneğin, Kayseri’de o dönemde aşağıdaki çarşıların faaliyette olduğu ve buralarda üretilen halı ve kilimlerin İstanbul ve diğer Rum şehirlerine ihraç edildiği belirtilmektedir.

1. Dericiler Çarşısı.
2. Külâh-Duzlar Çarşısı.
3. Bakırcılar Çarşısı.
4. Dokumacı ve Örgücüler Çarşısı

Bu çarşılarda faaliyet gösteren esnaf üç ana grupta toplanıyordu (Erkiletlioğlu, 1993, s. 143):

1. *İmalatçılar*; dericiler, demirciler, bakırcılar, manifaturacılar, tuzcular, terziler, boyacılar, uncular vs.
2. *Tüccarlar*; mal alıp-satanlar.
3. *Avcılar ve köylüler*; avcılarının avladıkları av hayvanları ile köylülerin ürettikleri bitkisel ve hayvansal ürünlerin satması.

Kayseri gibi pek çok Anadolu şehri, ticaretteki merkezî konu-

munu, daha önceki devirlerde olduğu gibi Selçuklu ve Osmanlı Devirlerinde de büyük ölçüde devam ettirmiştir. Özellikle Selçuklular, izledikleri başarılı ticaret politikaları sayesinde, Kayseri gibi ticarete uygun şehirleri, Anadolu'nun ve dünyanın önemli bir ticaret merkezi hâline getirmişlerdir. Bu amaçla, Anadolu'yu dünyaya bağlayan yol şebekesini geliştirmeye ve bu yollar üzerinde çok sayıda kervansaray yapmaya gayret etmişlerdir.

Bu çerçevede, 12 ve 13. yüzyıllarda uluslararası bir pazar ya da fuar yeri konumundaki *Yabanlu Pazarı*, adını bu pazardan aldığı iddia edilen Kayseri'nin Pınarbaşı ilçesinin Pazarören köyünde kurulmuştur. Devrinin önemli bir pazar yeri durumundaki *Yabanlu Pazarı*'nda sadece yerel ve ulusal üreticilerin ve tacirlerin malları değil aynı zamanda diğer devletlerden üretici ve tacirlerin malları da pazarlanmakta idi. Burada Anadolu tüccarı, ürettiği gümüş, bakır ve demir madenini, kitre, sakız, reçine ve kuru meyveyi, yapağı, tiftik, deri ve deriden mamul malları, diğer ülkelerden gelen mallarla değiştiriyordu (Erdem, 2004 s. 34).

Zaten “yabancıların katıldığı pazar” anlamına gelen *Yabanlu Pazarı*'na yukarıda belirtilen ticari yollar ve üzerinde yer alan kervansaraylar kullanılarak ulaşmak mümkün idi. Pazar, böylece Akdeniz ve Karadeniz limanları vasıtasıyla deniz-ötesinden gelen ticaret adamları ile Orta Asya'dan gelen ticaret adamlarını buluşturan uluslararası bir pazar ya da fuar konumuna sahipti. Tarihî kayıtlara göre fuar her yıl baharın başında 40 gün süreyle devam ederdi (Sümer, 1985, s. 14).

Bugün ve Yarına Dönük Bazı Tespitler

İslam'da, serbest piyasa sürecine ve mübadeleye o kadar önem verilmiştir ki köylülerin ürünlerini pazara getirirken satıcı daha pazar yerine ulaşmadan, bazı uyanık şehirli (tüccarlar) tarafından yolda iken satın alınması Hz. Peygamber tarafından

men edilmiştir. Buradan anlıyoruz ki İslam kültüründe piyasa, Allah'ın insanları birbirleri vasıtasıyla rızıklandırma mekanizması olarak telakki edilmektedir. Başka bir ifadeyle, İslam'ın rekabetçi piyasa koşullarında daha çok mübadeleden ve bu yolla halkın refah seviyesinin artmasından yana olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim yükselen fiyatlar karşısında narh koymasının istenen Peygamber'in bunu reddetmesi, onun piyasa fiyatını nasıl ekonominin doğal kanunu olarak gördüğüne ve ona güvendiğine apaçık bir delildir. Bununla birlikte, İslam'ın teorik yapısında ve uygulamalarda fiyatın belli durumlarda tahdit edilebileceği de bir gerçektir. Piyasa fiyatının tahdit edilmesi, sadece belli şartların ortaya çıkması ile mümkün olabilecektir. Bu şartlar; bazı mallara halkın ihtiyacı olduğu hâlde, üreticilerin bu malları normal fiyatından satmak istememesi ya da hiç satmak istememesi ve satışın belli kimselerin tekelinde olmasıdır. Bu tekel hâli bazen kartel ve/veya tröst şeklinde de olabilmektedir. Bazı hükûmler ise devletin ancak kamu zararı olması durumunda narh koyabileceğini savunmuşlardır.

İslam geleneğinde asıl sorun, tarihsel süreçte karşımıza çıkan uygulamalardır. Bunun anlaşılır bir nedeni, İslam'ın elbette kendine özgü hayat tarzı, kendine özgü insan tipi ve kendine özgü dinamiklerinin olması ve bugünkü ekonomik modellerden hiçbirine tam olarak uymamasıdır. Bunun aksini beklemek zaten hem tarihsel hem de teolojik olarak anlamlı olmazdı. Fakat meseleye İslam'ın kendi dinamikleri açısından bakıldığında, ciddi bir kafa karışıklığının olduğu anlaşılmaktadır. Hem bireysel bazda hem de temel fıkıh mezhepleri bazında birbirinden oldukça farklı görüşler ve yorumlar vardır. Bu yorumlardan bir kısmı daha bireyci ve piyasa merkezli diğerleri ise tam tersi bir yerde durmaktadır. Bu teorik tartışmaların benzeri tarihsel olarak farklı zamanlarda ve farklı coğrafyalarda gerçekleşen uygulamalarda da görülmektedir. Kaldı ki tartışmanın bugün de benzer bir muğlaklığa sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Bize göre fiyatların kontrolü hem mülkiyet ve onun kullanım hakkına müdahaledir ve dolayısıyla, bireyin özgürlük alanı daraltılmış olacağından, İslam'ın temel esprisi olan adalet ilkesine aykırıdır; hem de piyasa sadece (bazı) yerli satıcılara mahkûm olacağından, mal kıtlığı nedeniyle talep fazlalığı fiyatların aşırı yükselmesine sebep olacaktır. Kaldı ki sayısız uygulama ve araştırmanın sonucunda anlaşılmıştır ki fiyat kontrolleri kaldırıldığında fiyatlar normal seyrinin çok üzerine fırlamaktadır.

Aslında Adam Smith'in asırlar sonrasında ısrarla belirttiği 'piyasanın serbestliği, genişliği ve uluslararası bir nitelik taşıması meselesi', İslam geleneğinde hem teorik hem de uygulamalı olarak zemin bulmuştur ve dinin özünde var olan toplumsal refahın azami seviyeye çıkarılması düşüncesinin bir sonucu olarak vücut bulmuştur. İslamiyet, zaten uluslararası bir dindir ve hemen her alanda olduğu gibi ekonomik alanda da ulusal sınırların ötesine taşan, farklı birikimleri değerlendirmeyi esas alan bir anlayışı temsil eder. Nitekim, Asr-ı Saadet ve daha sonraki dönemlere ait yukarıda anlatılan hadiseler, bugün Türkiye başta olmak üzere, İslam dünyasının hâlâ tartıştığı yabancı sermaye konusuna ilk dönemlerde bile İslam toplumlarının oldukça sıcak baktığını hatta onu teşvik ettiğini; bunu da kendi ulusal çıkarları doğrultusunda istediğini kanıtlamaktadır.

Buna ilave olarak Müslüman iş adamlarının uluslararası pazarlarda rekabet etmeleri de teşvik edilmiştir. Bu anlamda, bilhassa ilk dönemdeki uygulamaların, birçok alanda ve bu arada özellikle ekonomik alanda İslam âleminin bugünkü uygulamalarına göre çok daha ileri (modern) bir anlayışı temsil ettiği rahatlıkla söylenebilir. Zira Asr-ı Saadet Dönemi başta olmak üzere, daha sonraki asırlarda birçok büyük İslam düşünürünün (İmam Gazzâlî, İbn Teymiyye ve İbn Haldûn gibi) ve devletlerin temsil ettiği iktisat anlayışı, yabancı sermaye ve ekonominin uluslararası karakteri, ekonomik istikrarın sağlanmasında uluslararası sermaye hareketlerinin dengeleyici rolü, piyasa süreci, serbest

piyasa fiyatı ve belki hepsinden önemlisi, toplumsal refahın (zenginliğin) kaynağının buralarda olduğuna dair hususlarda günümüz İslam toplumlarından çok daha modern bir anlayışı temsil etmektedir. Çünkü bugün İslam dünyasının önemli bir kısmı daha ziyade içine kapalı, baskıcı, rekabetten ve piyasa sürecinden yeterince nasibini alamamış, her alanda uluslararası arenada dünya ile yüzleşmekten kaçınan ilkel bir görünüm arz etmektedir. Tabii bunda kendine güveni olan büyük devletlerin ve toplumların uluslararası açılıma daha sıcak baktığı, zayıf toplumlarınsa bu süreçten korktuğu gerçeğini bir dereceye kadar kabul etmek mümkündür. Ancak sorunun aslında bir '*zihniyet kısırlaşması ve kendinden habersiz, kendisiyle barışık olamama sorunu*' olduğunu da unutmamak gerekir. Aksi durum, İslam dünyasını mazeretlerin esiri olmaktan kurtaramayacaktır.

Hâlbuki, İslam'ın ilk yıllardan itibaren bu kadar geniş bir coğrafyaya yayılmasında temel etmen, bize göre İslam'ın özünde uluslararası bir karakter taşıması ve bunu ekonomik alanda da tatbik etmesidir. Zaten Peygamber'in bizzat kendisinin de çok küçük yaşlardan itibaren uluslararası piyasalarda ticaret yapmaya alışkın olduğu; *emin* lakabını ve dolayısıyla toplumsal güvenirliliğini ve popülaritesini de büyük ölçüde bu faaliyetlerinin sonucu olarak elde ettiği hatta İslam'ı Mekke dışına taşımak yani dini uluslararası bir boyuta taşımak için de propaganda (*tebliğ*) mekânı olarak yine şehirlerarası/uluslararası pazar yerlerini/panayırları seçtiği bilinmektedir. Peygamber'den sonraki dönemlerde de İslam'ın geniş coğrafyalara yayılmasında serbest uluslararası ticaretin ve bunu iyi kullanan Müslüman tacirlerin rolü çok büyük olmuştur. Zira bir tür 'İslam'ın misyon temsilcileri' olan Müslüman tacirler, İslam'ın yayılmasında yer yer kılıçtan daha etkili olmuştur. Çünkü Müslüman tacirler Afrika, Asya ve Avrupa kıtalarında gittikleri ülkelerin dillerini, geleneklerini, kanunlarını kültürlerini, davranış tarzlarını ve vasıflı insan gücünü yakından tanıma ve bu imkânlardan yararlanmak

suretiyle, onlarla birebir yakınlaşma fırsatı elde etmişler ve bu fırsatları lehlerine çevirmeyi başarmışlardır. Bilhassa doğal olarak yabancıların ülkelerinde olmasından rahatsız olan, onlardan şüphelenen, medeniyetin girmediği başta Afrika ülkeleri olmak üzere pek çok ülkede Müslüman tacirler, belki yaptıkları işin de gereği ama mutlaka ticaretteki maharetlerinin de katkısıyla, bir yandan uluslararası ticaretten önemli kazançlar elde etmişler bir yandan da mesajlarını iletme fırsatı bulmuşlardır. Aksi takdirde, İslam'ın mesela Malaya Takımadalarına kadar yayılması pek de kolay olmayacaktır (Arnold, 1979, s. 409-24).

Hatta Osmanlıların kuruluş döneminde, Ahilik gibi dönemin bir anlamda güçlü sivil toplum kuruluşları; fethedilen bölgelerdeki Müslüman-Türk nüfusun artırılması, bu yerlerde kültür hâkimiyeti sağlanarak Türkleşme ve Müslümanlaşma sürecinin hızlandırılması, Anadolu'ya yeni göç eden Türklerin özellikle şehirlerle yerleşmelerini sağlayarak buralarda şehir kültürüne alışmalarına yardımcı olunması ve yeni bir uygarlığın meydana getirilmesi gibi amaçların gerçekleşmesine katkıda bulunmuşlardır. Aksi takdirde kılıçla kazanılan topraklar çok geçmeden kaybedilebilir. Bu duruma meydan vermemek için o yerlerde kendine özgü ekonomik ve sosyal bir uygarlığın yerleşmesi gerekir. Bunu sağlamak için tek başına devletin gücü yeterli değildir; özellikle pazar yerlerinin ve buralardaki Müslüman tacirlerin rolü -adeta birer misyoner uygarlık taşıyıcıları olarak- büyük önem taşımaktadır (Erdem, 2004, s. 19-20).

Kaynakça

Ahmad, I. A. (1996). *An Islamic perspective on the wealth of nations*. Paper presented at the International Conference on Comprehensive Development of Muslim Countries: An Interdisciplinary Approach from an Islamic Perspective, Malaysia.

Arnold, T.W. (1979). *The preaching of Islam*. Lahor: Ashraf Publication.

Davudoğlu, A. (1980). *Sahih-i Müslim tercüme ve şerhi* (11 cilt). İstanbul: Sönmez Neşriyat, İstanbul.

El-Mâverdi, E. H. (1978). *Edeb-i dünya ve din* (Çev. S. Kip & A. Sönmez). İstanbul: Bahar Yayınevi.

El-Mübarek, M. (1978). *İslam'da iktisat nizamı* (Çev. H. Cemal). İstanbul: Çığır Yayınları.

Erdem, E. (2004). *Ahilik: Ahlakla kalitenin buluştuğu bir esnaf teşkilatlanma modeli*. Kayseri: Kayseri Esnaf ve Sanatkarları Birliği Yayını.

Erkiletlioğlu, H. (1993). *Kayseri tarihi*. Kayseri: İl Kültür Müdürlüğü Yayını.

Esed, M. (1999). *Kur'an mesajı* (3 cilt). İstanbul: İşaret Yayınları (Yeni Şafak).

Hammad, N. (1996). *İktisadi fıkıh terimleri* (Çev. R. Ulusoy). İstanbul: İz Yayıncılık.

Kallek, C. (1997). *Asrı Saadette yönetim-piyasa ilişkisi*. İstanbul: İz Yayıncılık.

Karatepe, Ş. (1999). *Kendini kuran şehir*. Kayseri: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

Khan, M. S., & Mirakhor A. (1992). Islam and the economic system. *Review of Islamic Economics*, 2(1), 1-29.

Mannan, M. A. (1980). *İslam ekonomisi: Teori ve pratik* (Çev. B. Zengin & T. Ömeroğlu). İstanbul: Fikir Yayınları.

Sachedina, A. (t.y.). *The issue of riba in Islamic faith and law*. Retrieved from <http://www.people.virginia.edu/~aas/article/article7.htm>.

Savaş, V. F. (2000). *Piyasa ekonomisi ve devlet*. Ankara: Liberte Yayınları.

Siddiqi, M. N. (1989). Islamizing economics. In *Toward Islamization of disciplines*. Virginia: The International Institute of Islamic Thought.

Sümer, F. (1985). *Yabanlu Pazarı: Selçuklular Devrinde milletlerarası büyük bir fuar*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını.

Taylor, J. (2004). *Principles of microeconomics*. New York: Houghton Mifflin Co.

Piyasa İktisat Teorisinde Adalet, Kimlik ve Çoğulculuk*

İslami Ekonominin Kimliği: Etikten Çoğulcu Piyasa Teorisine

Yaygın olarak bilindiği üzere, 1960 sonrası dönemde ortaya çıkan İslami iktisat, ticari işlemleri kavramsallaştırmada sosyal adalet (*'adalah*) ve insan failliğini (*hilaft*) kriter almış ve iktisadi davranışlara şeriatın elde edilen etik varsayımların ışığında yön vermiştir. Bu makale, İslami iktisadın; hem yeni bir çalışma hem de uygulama alanı olarak gelişmesini göz önüne alıp İslami iktisadın potansiyel hâlde (teorik bir perspektif üzerine sağlam bir şekilde temellendirildiği takdirde) alternatif bir piyasa modeline katkıda bulunabilecek ve konvansiyonel (Batılı) iktisat ile (düzgün bir uygulamanın gerçekleştiği takdirde) eş zamanlı olabilecek kimliğini incelemeyi amaçlar. Bu çerçevede içinde, bu çalışma nihai olarak çoğulcu bir piyasa teorisini, çoğulculuğun ışığında yeniden yapılandırılan bir piyasa ekonomisinin somut sonucu olarak savunacaktır.

* İngilizce'den çeviren Hilal Kına.

Öncelikle bu amaca yönelik olarak İslami iktisada gösterilen etik yaklaşımlara karşı eleştirel bir perspektif gerekmektedir. Bu spesifik noktada mesele, İslami iktisadın kesinlikle tartışılmaz olan güçlü dinî ve ahlakî temellerinden şüphe duymak değil; bu etik arka planın İslami iktisadın özgünlüklerini yansıtmak için ne derece uygun olduğu ve bu özgünlükleri konvansiyonel olanlardan ne kadar başarılı bir şekilde ayırdığıdır. Farklı bir ifade ile buradaki analiz İslam ekonomisinin etik temellerine itiraz etmemekte ancak onların kendi teorik arka planını oluşturmadaki uygunluklarını sorgulamaktadır (bir ‘paradigma değişiminin’ gerekliliği konusu için bk. Cattelan, 2013a).

İslami ahlak ekonomisinden (bundan böyle kısaca İAE diye ifade edilecektir) İslami iktisadın temeli olarak bahsedildiğinde, İslami etik ve din ile iktisat arasında dolaysız bir bağlantı kurulur; bu bağlantı da *tevhidî* (Allah’ın birliğinin beyanı) yaratılış ve adalet çerçevesi içinde bireylerin eşit varsayıldığını vurgular. Aynı zamanda (Tanrı’nın iradesiyle olan yaratmada) ontolojik ve deontolojik olan bu tekçilik, inananın şeriatla bildirilen ve Tanrı’nın ‘buyruğu’ (*hukm*) olarak doğruyu (*haqq*) uygulamakla sorumlu olduğu yerde, anında sosyal adalet (*‘adl* or *‘adalah*) kriterine işaret eder. Bu *tevhidî* çerçeve içinde Al-Makarim (1974, s. 25) İslami iktisadı “servet ve servetin insan ile ilişkisini, her türlü iktisadi faaliyette adaletin gerçekleşmesi perspektifinden ele alan bilim” olarak tanımlarken Khan (1984, s. 55) İslami iktisadın temel amacını; dünyanın kaynaklarının katılım ve dayanışma esasında düzenlenmesi ile ulaşılabilecek insan felahının (‘kurtuluş’, ‘refah’, ‘saadet’) araştırılması olarak tanımlamaktadır.

Etik yaklaşımın destekçileri, İAE’yi değer kaynaklı bir önerme olarak temellendirerek *homo-Islamicus* fikrini, seküler (ve üstün konumda olan) bir *homo-economicus* (insanın konvansiyonel/rasyonel iktisadi standartlara göre hareket etmesi) (Asutay, 2007; Cizakca, 2011, s. 5-6) fikrine etik bir alternatif olarak sunmakta

ve İslami iktisadın güncel eksikliklerini İAE'nin yeterince somutlaştırılamaması açısından açıklamaktadırlar (Asutay, 2008).

Bu kavramsallaştırma, her hâlükârda İslami iktisadın etik temellerinin altını çizerken en azından iki epistemolojik sınırın oluşturduğu sorunlarla da mustarıptır. Bir taraftan insanın iktisadi faaliyetini İslami iktisadın dışında sadece bir kâr arayışına indirgemekte ve konvansiyonel iktisadi aktörlerin (*homo-economicus*) seküler tutumunu sosyal adaletin yoksunluğu ile tanımamaktadır. Bu durumun sonucunda, antropolojik bir yaklaşım ile bakarsak, İAE İslami *olmayan* iktisadı İslamiyet'e *uygun olmayan* bir varlık doktrinine indirgemektedir. Buna göre kârın en üst düzeye çıkarılması sadece konvansiyonel düşüncenin temeli olarak anlaşılmamakta aynı zamanda basitçe İslami *olmayan* piyasanın doğasında varmış gibi algılanmaktadır. Özet olarak insanın İslamiyet dışında konumlanan, bencil bir iktisadi oyuncuya indirgenmesi, zorunlu olarak ilan edilmektedir. Bu makale bu hiper-indirgemeci yaklaşımı revize ederek konvansiyonel iktisadın sosyal adalet sorununu ortadan kaldırmadığını ancak bu problemi bağımsız aktörler arasındaki rekabet ile kavramsallaştırdığını ve bu şekilde birçok farklı ihtimal arasından *spesifik bir piyasa teorisine* yol açtığını açıklayacaktır (bk. Sen, 2009).

Diğer taraftan, çelişkili bir şekilde, İslami iktisadın ahlaki değeri vurgulandıkça konvansiyonel iktisadın sonuçları iktisadi araştırmalar için özgün bir paradigma oluşturmaktadır (Khun, 1962). Bu anlamda, İAE yaklaşımı, konvansiyonel iktisadın 'totaliter' bir model olarak evrenselliğine meydan okuma konusunda bir zayıflık göstermektedir. Yani konvansiyonel iktisat İAE'nin seküler aşırılıklarından ötürü eleştirdiği kendi bilimsel varsayımlarının yerini alabilecek değerli alternatifleri engellemekte ancak kendisine dair kökten bir sorgulamayı ve iktisadi araştırmalar için alternatif bir bilimsel arka plan sağlayacak paradigma oluşturmayı başaramamaktadır. İAE bilinç dışı bir şekilde İsla-

mi iktisadı, etik yatırımlar alanının ara kategorisine ve kurumsal sosyal sorumluluk alanının içine indirgemektedir (Cattelan, 2010). Farklı bir ifade ile ekonomik işlemlerde bir ahlaki gelişme olduğunu iddia etmekte ancak paradigması sorgulanmamış olarak kalan konvansiyonel iktisadın temellerine meydan okuyamamaktadır. Bunun sonucunda, bir bilimsel devrimin gerçekleşmesi (Khun, 1962) İAE yaklaşımı tarafından engellenmekte; konvansiyonel paradigmanın dolaylı bir şekilde ‘evrensel’ olarak kabul edilmesi ve sürdürülmesi İslami iktisadı, teorik/işlemsel ayrıntılandırılması açısından kendisine bağımlı olan ahlaki iktisadın ‘istisnai’ bir örneğine indirgemektedir.

Başlangıç niteliğindeki bu yorumlardan sonra bu makale İslami iktisadın konvansiyonel iktisada alternatif (ve potansiyel olarak eş zamanlı olabilecek) bir piyasa teorisini nasıl savunduğunu vurgulamak için farklı bir mantıki yolun önerisinde bulunmakta ve İslami iktisat ile ilgilenirken çoğul bir piyasanın teorik çerçevesine ihtiyaç olduğunu iddia etmektedir. Daha açıklayıcı olmak gerekirse önerme şu şekilde ilerleyecektir:

Makale öncelikle, İAE yaklaşımının teorik zayıflığı dolayısıyla Batı mülkiyet haklarının tarafsızlığını sorgulayacaktır. Buna yönelik olarak ikinci bölümde İslami iktisadı piyasa ekonomisi için uygun bir çerçeve olarak kavramak için mülkiyet haklarına çoğulcu bir yaklaşım önerilecektir. Bu çerçeve altında, üçüncü bölüm İslami iktisadın kimliğini, İslami adalet ve mülkiyet haklarının spesifik yapısı/işlevi ile bağdaştıracak ve insanın failliğini Kur’an’ın Yaratıcı paradigması (Netton, 1989) içinde bir bağlama yerleştirerek İslami piyasa teorisinin özgünlüğünü ortaya koyacaktır.

Daha iyi ifade etmek gerekirse, bu makale İslamiyet içinde yasal adalet, denkleştirici adalet ve dağıtıcı adaletin kavramsallaştırılmasını tartışarak Batı geleneği ve İslami gelenek içinde özgün piyasa modellerinin varlığına işaret edecektir. Batı pi-

yasa teorisi bireyi herhangi bir hakkın kaynağı, seyircisi ve iktisadi kaynakların niteliklendirilmesinin merkezinde görürken İslami piyasa teorisi mülkiyet haklarını bu özgün ilahî adalet içinde iktisadi kaynakların ‘paylaşımı’na ‘katılım’ ile çerçevelemektedir. Bunun sonucunda, mülkiyet haklarına alternatif olan bu kavramsallaştırma ile İslami iktisat, konvansiyonel iktisada alternatif bir piyasa teorisini teşvik etmektedir. Bunu yaparken alım satımda bir denge arayışını sürdürür ve (i) reel iktisada finans üzerinde bir üstünlük sağlar; (ii) haksız kazancı, (*riba*), belirsizliği (*gharar*) ve spekülasyonu (*maysir*) önler; (iii) varlığa dayalı ve risk paylaşımcı yatırım stratejileri üzerine odaklanır.

Sonuç olarak dördüncü bölüm, İslami iktisadın kendine kurucu bir çerçeve oluşturmamasının ancak Batı’nın bölüşüm/rekabet varsayımlarından (bireysel koşullar ile kavramsallaştırılan bir serbest piyasa ile) uzaklaşarak ve İslami katılım/dayanışma varsayımlarına (karşılıklılığa dayanan bir serbest piyasa içinde) yaklaşarak mümkün olduğunu belirtecektir.

Mülkiyet Hakları ve Piyasa: Çoğulcu Bir Yaklaşım

Mülkiyet hakları fikri, hem hukuk hem de iktisat için esas olan bir fikirdir ve herhangi bir piyasa teorisi için de birincil önem taşımaktadır. Çoğu temel iktisadi metin genellikle kitabın başlarında mülkiyet hakları sisteminin “bütün piyasa alışverişlerinin temelini” oluşturduğunu ifade eder. Daha genel olarak iyi tanımlanmış olduğu varsayılan tüm mülkiyet hakları tanımlamaları, işleyen piyasalara dair bütün teorik ve ampirik araştırmaların altında yatar. Bu alandaki literatür, hakların net olarak tanımlanmadığı durumlarda piyasada aksamalar yaşandığını varsayar. Dolayısıyla, mülkiyet haklarının anlamı iktisadın dili için temel önem arz eder (Cole & Grossman, 2002, s. 317).

Bu ‘kurucu’ doğası sebebiyle mülkiyet hakları hukuk ve iktisat literatüründe pek analiz edilmez ve eleştiriye uğramaz. Hatta herhangi bir lego-iktisadi araştırmanın temel kavramsal araçları (bk. bu konuda Coase [1960] tarafından ele alınan ufuk açıcı çalışma) olan mülkiyet hakları, metaforik olarak iktisadi bilimin ‘tuğlaları’ mahiyetinde görüldükleri için nadiren sorgulanır. Bunun sonucunda literatür özel, bireysel mülkiyetin parametreleri ile Batı iktisat düşüncesinden kaynaklanan bir kaynak bölüşümünü ve rekabet anlayışını sürdürür:

“Evrensel olduğunu iddia eden mülkiyet modelleri [...] çoğunlukla Batı hukuki kategorilerine dayanır. Bunların en önemlileri genelde hukuki ve iktisadi evrimin en üst noktası ve etkili piyasa ekonomilerinin ön koşulu sayılan özel, bireysel mülkiyettir. Bu durum hem üçüncü dünya ülkelerinde hem de sanayileşmiş Batı ülkelerinde mülkiyetin yanlış anlaşılmasına ve beklenmedik ve istenmeyen sonuçları olan mülkiyet uygulamalarına yol açmıştır.” (Von Benda-Beckmann, Von Benda-Beckmann & Wiber, 2006, s. 2-3).

İktisadi literatürdeki mülkiyet haklarının tarafsız olduğuna dair bu varsayım, (Batı) piyasa teorisinin süregelen diğer yönünü oluşturmaktadır. Önceden ifade edildiği üzere, İAE bu durumu kökten sorgulamaz.

Bu durumun tersine bu makale, belirli bir antropolojik arka plandan doğmaları ve kaçınılmaz olarak kültürel, etik unsurlar içermeleri dolayısıyla mülkiyet ilişkilerinin doğal ve evrensel sayılamayacağını savunmaktadır (Von Benda-Beckmann vd., 2006). Mülkiyet hakları çoğulculuğu (Cattelan, 2013b) ışığında bu ‘çoğulculuğun bilincinde olma’ (Menski, 2013) hâli, İslami iktisadın konvansiyonel iktisada alternatif, özgün kimlikli bir paradigma olduğunu gösteren temel metodolojik ipucudur. İslami iktisadın geleneksel modelden bağımsız bir piyasa teorisi oluşturduğuna dair anlayışı ancak ‘evrensel/parçacı’ (bk. birinci bölüm) bir yaklaşımdan ‘bir/çoğul’ yaklaşımına doğru pozitif bir

kayma yaşayan mülkiyet haklarına dair çoğulcu bir çerçevenin varlığı sağlayabilir.

Daha farklı bir ifade ile İAE yaklaşımı İslami iktisadın konvansiyonel bir 'evrensel' etik 'teferruati' olarak görülmesine yol açarken İslami iktisadın bir mülkiyet hakları çoğulculuğu içinde çerçevelenmesi, doğrudan İslami bir varoluş için temel arka planı oluşturan Kur'an'ın Yaratıcı paradigmasından (Netton, 1989) kaynaklanan bir piyasa teorisinin bağımsızlığının vurgulanmasını sağlar. Bu bağımsız piyasa teorisi bir sonraki bölümde bu konularla bağlantılı olarak vurgulanacaktır:

1. İnsanlara bahşedilen haklarda (*huquq*) somutlaşan Tanrı'nın hükmü açısından reel iktisadın finans üzerine üstünlüğü.

2. Bir alım satımsal denge ışığında ve ilahî birliğin (*tawhid*) ifadesi olarak; haksız kazanç (*riba*) mantıksız risk (*gharar*) ve spekülasyon (*maysir*).

3. Mal varlığına dayalı ve risk-paylaşımçı yatırım stratejilerine öncelik. Bu stratejiler iktisadi kaynakların 'bölüşümü' üzerine dayanan bir piyasa teorisi değil ancak malların 'paylaşımı'na ve özgün ilahî adalete 'katılıma' dayanır.

İslami Adalet, Kur'an'ın Yaratıcı Paradigması ve Piyasa Teorisi

Müslüman gelenekteki etik değerler ile beslenen İslami iktisat, çoğulcu piyasa teorisinin yeniden kavramsallaştırılmasına eşlik etmese de hızla yeni bir araştırma alanını oluşturmaya başlamıştır. Bu bölüm bu duruma dayanarak İslami iktisadın etik bir kavramsallaştırılmasından Batı mülkiyet haklarının *herhangi* bir piyasa için evrensel ve tarafsız olduğu iddiasına doğru ilerleyecektir. Ayrıca İslami iktisadın hangi açılardan konvansiyonel olan, bağımsız bir piyasa teorisi oluşturduğunu açıklayacaktır.

Yaygın olarak bilindiği üzere, İslami iktisat emek ve yatırımın mülkiyet edinimi için tek meşru araç olduğu ve paranın bağımsız bir meta olarak değil ancak bir değişim veya üretim aracı olarak algılandığı bir piyasa teorisini benimser. Bunun da ötesinde, faiz gibi haksız kazanç (*riba*) veya belirsizlik (*gharar*) yahut kumar/ spekülasyon (*maysir*) üzerine dayanan servet edinme şekillerini reddeder.

Bu temel prensipler, konvansiyonel teorinin aksine, İAE yaklaşımı tarafından etik bağlamında kavramsallaştırılmaktadır. Buna karşın mülkiyet haklarının çoğul çerçevesi içinde bulunduklarında sosyal fikrini ve onun piyasa teorisini önemli bir ölçüde etkileyen, *bağımsız* bir iktisadi paradigmanın parçası hâline gelmektedirler. Konvansiyonel piyasa teorisinden ayrılabilir çoğulcu bir piyasa teorisi, İslami iktisadın bir adalet teorisi (*adl*) bağlamı içine yerleştirilmesiyle mümkün olur; ki bu adalet teorisi yaratılışın ontolojik ve deontolojik birliği (*tawhid*) üzerinde yükselir ve Tanrı'nın eksiksiz egemenliği sonucu ortaya çıkan ilahî 'hüküm' ile insanı 'hakkı' uygulamak ile sorumlulu tutar ve böylece Tanrı'nın adaletine ortak eder.

İslami antropolojide, herhangi bir adalet kavramsallaştırması, ilahî iradenin 'hak' olanı, vahyedilmiş yolun (şeriatın) gerçekliği (hakikati) yoluyla temellendirmesine oturtulur. Netton (1989) tarafından özetlendiği gibi İslamiyet Kur'an'ın Yaratıcı paradigmasını kabul eder ve (i) hiçlikten yaratan, (ii) tarihsel bir zaman içinde hareket eden, (iii) insanlara bu zaman içinde yol gösteren (Tanrı'nın iradesinin vahyedilmesi olarak şeriat) ve yaratılışı sayesinde dolaysız bir şekilde bilinebilir (fıkıh bilimi) (s. 22) bir Tanrı algısını taşır. Kur'an'ın Yaratıcı paradigması içinde İslami iktisadın bağımsız bir piyasa teorisine sahip olduğu görülebilir. Bu paradigma içinde Allah sadece tüm evrenin egemeni değil aynı zamanda yaratılışın tek aktörüdür ve insanlar onun iradesini vekiller olarak gerçekleştirir.

İlahî adaletin her şeye gücü yetmesi ve insan failiği arasındaki bu gerilimde, Tanrı'nın sonsuz yaratışı ile tarihsel zamanlar arasında bağlantı kurulur ve Tanrı'nın hükmü şeriat yolu ile gerçekleşir. 'Hüküm' algısı, 'karar verme', 'düzenleme', 'yönetme' anlamlarına gelir (Wehr, 1979) ve eylemin ontolojik statüsü üzerine ilahî bir kararın etkisine işaret eder. Bunu göz önüne alarak en bilinen Müslüman hukukçu teologlarından Gazzâlî (A.H. 450-504/C.E. 1058-1111), fıkıh usulü üzerine olan eseri *al-Mustasfa (Cevher)*'da , "Bir hüküm; bir eylemden sorumlu olanların eylemleri ile bağlantısı kurulan bir vahyin görüşünü belirtir." diye ifade eder. (Gazzâlî'den aktaran Moosa, 1998, s. 9).

İnsan ahlakına dair bu anlayışında *hüküm*, gerçekliğin hak içinde ontolojik bir şekilde vurguladığı eylemin önceden tanımlanmış deontolojik statüsünü belirler. Daha farklı bir ifade ile hüküm eylemin etik statüsünü tanımlarken bireysel haklar (hukuk), Yaratıcı'nın bu statüyü gerçekleştirdiği araçları oluşturur.

"Gerçekliğin özünde zorunlu olarak görüldüğü bir durum, objeler değil iradelerden oluşan bir yapıdır. Ahlaki olan ve ontolojik olan yer değişiyor, en azından bizim bakış açımızdan. Ahlaki olan 'olması gerekeni' gördüğümüz yer, sıfatlardan oluşan bir şey; ontolojik olan ise bizim için 'olanın' yeridir, taleplerin yeri [...] Buradaki 'gerçek' orada oturup üzerine gözlem ve tefekkür bekleyen, ahlaklaştırılmış, aktif ve nötr, metafizik bir 'varlığı' değil, gerçek olanı talep eder; filozofların değil, peygamberlerin gerçeğini bekler." (Geertz, 1983, s. 177-178).

Kur'ani Yaratıcı paradigmada, 'gerçek' olan (hak), hem Yasa Koyucunun ('hâkim olan') gerçeğinin somutlaşması olarak ahlakileştirilir hem de bu hak, kavramsal yapısı içinde yaratılışın birliğini (tevhit) yansıtır; o kadar ki Batı hukuk düşüncesinde olduğu gibi doğru olan ile gerekli olan arasındaki karşıtlık ortadan kalkar. Bu perspektif ile Kamali doğru bir şekilde şunu vurgular:

“Şeriat haklar ile görevler arasındaki ayrımı yok etmeye veya ikiliklerini ve uzlaşmazlıklarını vurgulamayı amaçlamaz [...] Kur’an’da, hak ve görev adalet içinde bir olur, o derece ki prensip olarak birbirinin uzantısı olurlar [...] *Hüküm* hem hakları hem de görevleri kapsar. Yönetmek ve adalet arasındaki ilişki de bir araçlar ve amaçlar ilişkisidir: bir yönetim adaletle yönelik bir araçtır ve haklar ve görevler ikili kapasitelerine sahip olan ‘hak’ adalet üzerine dayandırılır. Dolayısıyla İslamiyet, şeriatın kurallarının uygulanması ile adaleti tesis etmeyi amaçlar ve şeriatın kuralları da haklar ve görevlerin düzgün uygulanması olarak anlaşılır.” (Kamali, 1993, s. 357).

İslam iktisadının antropolojisi üzerine yapılan bu araştırma birkaç unsuru vurgular: (i) Herhangi bir hakkın ‘gerçek’ doğasını Tanrı’nın iradesinin yaratılışı olarak vurgulamak ve (ii) hem ‘hak’ hem de ‘sorumluluğun’ onun ikili doğası içinde Tanrı’nın birliğinin ifadesi olarak kapsanması. Bu unsurlar İslami bir mülkiyet hakları teorisinin düzgün bir şekilde anlaşılması ve bağımsız bir piyasa teorisi açısından Batı geleneğine olan kavramsal uzaklığını vurgulamak için temel önem arz etmektedir.

Batı hukuki-iktisadi düşüncesi bireyi bir hakkın hem kaynağı hem de gözlemleyicisi olarak görürken (sonucunda ‘insana bahsedilen’ bir ‘hak’ olarak: Chehata 1973, s. 179), İslami gelenekte, *hak* gerçekliğin özünde ahlaki ve yaratılışın birliğinde Tanrı’nın iradesinin bir ürünü olarak algılanır. Bu şekilde (1) hak ontolojik olarak ‘somut’ ve ‘gerçek’ bir yapı edinir (‘gerçek’ ve ‘doğru’ anlamlarının yanı sıra ‘hak’ kelimesinin anlamlarından birinin ‘gerçeklik’ olması tesadüf değildir: Lane 1865); (2) hak, düzenlenmesi Allah tarafından zaten kurulmuş olan ve (3) kuruluşu onun vekilleri arasında bir karşıtlık/rekabete göre değil onların özgün ilahî adaleti dayanışma/paylaşımı ışığında algılamalarına dayanır. Dolayısıyla *hak* artık bir kişinin hakkının diğer ki-

şinin hakkına karşıt olduğu anlamına lgelmez. Ancak hem hak hem görev (Kamali, 1993) ancak bu iki unsurun *birliği* içinde bir anlam ifade eder [...] Hukuk bağımsız unsurları birleştiren “haklar” ve “görevler” değil (Smirnov, 1996, s. 345) ancak iki unsurun dengeli bir şekilde birleşimi ile mantığa kavuşan özgün bir adaletin tarafıdır (*‘mizan’*, yani denge *‘adl’* kelimesinin eş anlamlısıdır).

Bu şekilde, Batı iktisadi teorisine ait, iktisadi aktörler arasındaki rekabet varsayımına karşın İslami mülkiyet hakları insanlara adilce dağıtılmak üzere ‘bölünmüş’ bir adalet ‘parçaları’ olarak değil insanların iktisadi kaynakları paylaşarak katıldıkları özgün bir adaletin ‘hisseleri’ olarak algılanmaktadır. Bu durum (i) finansı değil reel iktisadi teşvik eden, (ii) haksız kazanç (*riba*), mantıksız riskin (*gharar*) ve spekülasyonun (*may-sir*) önlenmesi ve (iii) varlığa dayalı ve risk paylaşımcı/katılımcı yatırım stratejilerine odaklanan bir piyasa teorisini meydana getirmektedir.

Bunların ışığında, sosyal adaletin üç bağlantılı alana göre kavramsallaştırılması ile ilişkili olarak Batı ve İslami piyasa teorisi arasında karşılaştırmalı bir özet oluşturulabilir. Bu üç alan; (A) yasal adalet (her bireyin cemaate karşı olan hakları/görevleri), (B) denkleştirici adalet (özel, karşılıklı ticari işlemlerde hakların adil dağıtımı), (C) dağıtıcı adalettir (iktisadi kaynakların topluluğun tüm bireyleri arasında adil dağıtımı). Bu yaklaşıma dayanarak Batı ve İslami piyasa teorisi arasındaki uzaklık aşağıdaki tabloda olduğu gibi gösterilebilir.

Tablo 1. Batı ve İslami piyasa teorileri arasında bir karşılaştırma.

	Batı Piyasa Teorisi	İslami Piyasa Teorisi
(A) Yasal Adalet	Batı geleneği herhangi bir hakkın kaynağı olarak bireyi görür,	İslami gelenek, <i>Tanrı'nın</i> tek yaratıcı olarak merkeziliğini kabul eder, onun iradesi insan faili tarafından ortaya konur, ve 'hak' içinde somutlaşır (<i>hak</i> : 'gerçek', 'doğru', 'adil').
(B) Denkleştirici Adalet	Alım satım işleminin dengesi, kaynakları <i>bireylere ait olan bölünmüş bir adaletin 'hisseleri' olarak</i> gören bir anlaşmanın <i>sonucu</i> olarak görülür.	Alım satım işleminin dengesi, <i>dengede bir birliğin (tevhit)</i> sağlanması ve <i>kaynaklara Tanrı tarafından haksız kazanç (riba), mantıksız risk (gharar) ve spekülasyonun önlenmesi ile ortaya konulan özgün bir adaletin 'hisseleri' olarak</i> görülür.
(C) Dağıtıcı Adalet	Kaynakların dağıtımı hem <i>reel</i> hem de <i>finansal</i> varlıkları kasteder. Tarihsel olarak konuşursak, finansal varlıklar ön plana çıkarak borca dayalı ekonomilerin önceliğine yol açmıştır.	Kaynakların dağıtımı, paylaşım ilkesine göre gerçek (<i>hak</i>) varlıkları kast eder. Bunların nihai sonucu da <i>varlık ile desteklenen ve sonucunda eşitliğe dayalı</i> bir iktisadın teorik temelidir.

Görüldüğü üzere, alternatif bir ontoloji ve deontolojiyi başlangıç noktası olarak İslami yasal adalet (ontolojik ve deontolojik olanı hüküm/hak ikilisi içinde birleştirerek) iktisadi adalete dair farklı bir anlayışa yol açar. Bu anlayışa göre *suum sui que tribuere* ('herkese hak ettiği kadarı') ilkesi 'gerçek', 'hak' (*haqq*) olanı, adalet çerçevesi içinde tesis edilen 'yerine' (ilahî iradenin bir elçisi olarak meşru izleyicisi üzerindeki yere) koymaktır ve mezkûr adalet (*adl*) kavramını Fatimi Devleti Döneminin en önemli teologlarından biri olan Hamid al-Din al-Kirmani *adl: taqdir al-haqq makana-hu huwa al-'adl* şeklinde ifade etmiştir.

Bu kavram, adaletin bir sembolü olan terazi metaforu ve Batı iktisadı ile İslam iktisat düşüncesi arasındaki farkı vurgulamakla daha iyi açıklanabilir zira biri iktisadi kaynakların bölüşümü üzerine oluşturulmuşken diğeri paylaşımlarına dayanır. İslami yasal adaletteki *hak*

“Bazı parçaları ait oldukları yerde olmayabilen, durağan bir hacmi olan bir çeşit madde... Adalet bunları oldukları yere geri koymanın gerekliliği demektir. Adaletin tanımının ‘*hakkı* yerine koymak ve her bir hakkın kendisine ait bir *mekânı* vardır.’ olması tesadüf değildir.” (Smirnov, 1996, s. 344).

Hakkı ‘görev’ ile çelişmediği bir birliğin (*tawhid*) içine yerleştirilerek söylenebilir ki;

“Batı düşüncesi terazilerin büyüklüğü ve içerikleri ile ilgilenirken klasik İslam düşüncesinde bu vurgu temel denge sağlayan eksendedir. İlk durumda birini diğerine eşit yapmaktır önemli olan (*ayrı* olması gereken iki eleman arasındaki eşitlik) ve teorik tartışma bu eşitlemenin kesinliğini belirlemeye çalışır. İkinci durumda ise zıt olanların dengelenmesi durumu önemlidir. Bu dengelenmenin merkezleşmesi, merkezleyen ve ortalayan eksen ile sağlanır; teorik görev ikisinin dengeli bir birleşimde nasıl bir araya getirilebileceği ve böyle bir birleşim için şartların ne olduğudur” (Smirnov, 1996, s. 346-347).

Öyleyse ‘hakkın’ parçalarının olması gerektiği yere koyulduğu ‘durağan hacmi olan bir madde’ olarak kavramsallaştırılması, denkleştirici adaleti ve dağıtıcı adaleti nasıl etkiler? Ve İslami yasal adalet, terazinin ayrı iki tarafına değil, dengeleyen eksenine önem vererek nasıl alternatif bir piyasa teorisi oluşturur?

Denkleştirici adalete (özel, karşılıklı alım satımlarda hakların adil dağıtımında) referans ile İslami iktisatta ticari alım satımların dengesi, iktisadi kaynakların Tanrı tarafından ortaya konan özgün adaletin ‘hisseleri’ olduğu dengeli bir birlik (tevhit fikri) ile algılanır (Tablo 1).

Bu dengeli birlik, İslami değiştirilebilir adaletin temel bir gerekçesi olarak *riba* doktrini içinde herhangi eklenmenin (alım satım işlemindeki uygulamaların dengesini bozup onu geçersiz sayabilecek) yasaklanması olarak ortaya çıkar. Sözleşmeli bir dengenin nicelden niteliksel kavramsallaştırmasına geçince, dengeli bir birlik *gharar* ve *maysir* doktrinlerinde de çıkar ve kumar yoluyla oluşabilecek, *hakkı* noksan kılacak mantıksız risk ve spekülasyondan uzak durulmasını gerektirir (Cattelan, 2009). Bunun da ötesinde, Batı piyasa iktisat teorisinde reel ve finansal varlıklar kaynakların dağıtımında bağımsız mallar olarak kesirirken ayrı satılan bir meta olarak algılanan paranın (ki paranın iktisadın finansallaştırılmasında ön plandaki rolü borca dayalı yapıları çoğaltmıştır) bir bağımsız meta olarak algılanması İslami iktisatta önlenmiştir. İslami piyasa teorisinde, para iktisadi teoriye ancak bir yatırım ya da takas yolu ile girer: dağıtıcı adalet dolayısıyla (i) gerçek (hak) kazançlara dayanır; (ii) bunlar dengeli bir birlik içinde dağıtılır ve nihai sonucu (iii) bir varlık ile desteklenmiş ve eşitliğe dayalı iktisattır. Daha farklı bir ifade ile elle tutulur karşı-değerler arasındaki dengeli ve açıklanan iletişim, zorunlu olarak varlık ile desteklenen ve eşitliğe dayanan sermaye araçlarına öncelik verir ve borca dayalı sonuçları (*riba* gibi) ve riske dayalı korumaları (*gharar* ve *maysir* için geçerli değil) reddeder (Cattelan, 2013a).

Özetlemek gerekirse bütün bu yasal adalet, denkleştirici adalet ve dağıtıcı adalet, İslami iktisatta konvansiyonel iktisada alternatif bir piyasa teorisi meydana getirir. Özellikle yasal adalet hususunda, reel iktisadın finans üzerine olan önceliği (örneğin *murabaha* sözleşmesindeki mekanizma) *hakkın* 'reel', 'adil' ve 'gerçek' olarak algılanmasını sağlar. Dağıtıcı adalet, *riba*, *gharar*, ve *maysir* yasaklarını ve onların finansal piyasadaki uygulamalarını açıklayan karşı değerler arasındaki 'dengeli bir birliğe' olan ihtiyacı kast eder (El-Gamal, 2000; Saleh, 1992). Bu alternatif kavramsallaştırma, sonunda dağıtıcı adalet açısından, mantığı

olarak varlık ile destekli ve eşitliğe dayalı yatırımlara odaklanır. Bunu yaparken kâr ve kazançların yatırım veya girişimin ortakları (ör. *musharaka* ve *mudaraba*) arasında tutarlı bir şekilde dağıtıldığı özgün bir adalete iştirak etmeye dayalı pratik bir mantık ile işleyen bir paylaşım prensibine dayanır.

Sonuç: İslami İktisat ve Çoğulcu Piyasa Teorisi

Bu makale Batı iktisat teorisinin tarafsızlık ve evrenselliğine meydan okuyarak İslami iktisada etik yaklaşımı gözden geçirmiş ve İslami adaletin bağımsız bir piyasa teorisini ortaya çıkarmak için spesifik yasal yapısı/işlevini ortaya koymak için mülkiyet haklarına çoğulcu bir yaklaşımı önermiştir.

Buna göre, bu alternatif piyasa teorisinin özgünlüğü Kur'an'ın Yaratıcı paradigmasının bağlamı içine oturtularak (A) yasal, (B) denkleştirici ve (C) dağıtıcı adaleti gerçekleştirmiştir. Bunu (i) reel iktisadın finans üzerine üstünlüğü, (ii) haksız kazancın (*riba*) belirsizliğin (*gharar*) ve spekülasyonun (*maysir*) engellenmesi ile ticari alım satımlarda denge ve (iii) varlığa dayalı ve risk-paylaşımcı yatırım stratejilerine odaklanarak gerçekleştirmiştir. Bu şekilde, mülkiyet hakları üzerine 'totaliter' bir bakışı reddetmesiyle, İslami piyasa teorisinin kavramsal bağımsızlığı, evrensel ve tarafsız piyasa teorisinin bir çeşidine indirgenemeyecek alternatif bir paradigma olması açısından Batı iktisadından bir ayrıma işaret eder. Buna karşın bu kavramsal bağımsızlık mantıken *birçok* piyasa modelinin bir arada varoluşu anlamına gelir: Önceden ifade edildiği üzere, İslami iktisat ancak Batı'nın bölünme/rekabet varsayımlarından (bireysel şartlar ile algılanan bir serbest piyasa içinde) uzaklaşarak katılım/dayanışmaya dayalı bir piyasa (karşılıklılık üzerine dayalı bir serbest piyasa) içinde kendini kurucu bir çerçeve bulabilir ve böylece dolaysız olarak monolitik (Batı-merkezli) bir piyasa teorisinden çoğul piyasa iktisat teorisine doğru kaymayı teşvik edebilir.

Piyanın bu çoğul boyutları hususunda, Batı iktisadı ve İslami iktisadın kavramsal bağımsızlıklarının birbirleri arasında herhangi bir uyumsuzluğu ima etmediğini vurgulamak önemlidir. Bunun aksine, iktisadi gelişmenin teşvik edilmesi için farklı gerekçeler ve sosyal adalet prensiplerine göre kavramsallaştırılan eş zamanlı modeller olarak düşünölmeleri gerekmektedir.

Çoğul piyasa teorisinin hangi oranda teşvik edileceğı serbest piyasa içindeki çeşitliliğin büyüme için bir fırsat olarak tanınmasına bağlıdır. İktisadi gelişme için alternatif paradigmlar, özgür ve çoğulcu bir piyanın teşvik edilmesi için kimlik ve çoğulculuk meselelerinin temel önem arz ettiğı bilindiğı sürece karşılıklı teorik zenginleşmeye yol açabilecekleri için hiçbir zaman pratik bir karşıtlığı ima etmez.

Daha farklı bir ifade ile özgür ve çoğulcu piyasa -çoğulculuğun teorik bir seviyede sağlam temeller üzerine kurulması koşulu ile- çeşitlilik uygulaması ile zenginleştirilebilir. Bu makale bu amaca yönelik İslami iktisat ile ilgilenirken kullanmak üzere iki metodolojik ipucu önermiştir. Bunlardan ilki Batı mülkiyet haklarının bağımsız ve evrensel olduğı algısından ayrılma, ikincisi de İslami iktisadın içine Müslömanların var oluşu için temel bir arka plan olması dolayısıyla Kur'anın Yaratıcı paradigmasının dâhil edilmesidir.

Özetlemek gerekirse İslami iktisadın kimliğinin çoğulcu bir piyasa içinde işlevsel bir şekilde gerçekleşmesi için 'çeşitliliğı cidiye almak' temel bir ön koşulu oluşturmaktadır.

Kaynakça

Al-Makarim, Z. A. (1974). *İlm al-'adl al-iqtisadi [The science of just economy]*. Cairo: Dar al Turath.

Asutay, M. (2007). Conceptualisation of the second best solution in overcoming the social failure of Islamic banking and finance: examining the overpowering of homoislamicus by homoeconomicus. *IIUM Journal of Economics and Management*, 15(2), 167-195.

Asutay, M. (October-December, 2008). Islamic banking and finance: Social failure. *New Horizon*, 169, 1-3.

Cattelan, V. (2009). From the concept of *haqq* to the prohibitions of *riba*, *gharar* and *maysir* in Islamic finance. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 2(3-4), 384-397.

Cattelan, V. (2010). Islamic finance and ethical investments: Some points of reconsideration. In M. F. Khan, & M. Porzio (Eds.), *Islamic banking and finance in the European Union. A challenge* (pp. 76-87). Cheltenham, & Northampton, MA: Edward Elgar.

Cattelan, V. (2013a). Shari'ah economics as autonomous paradigm: theoretical approach and operative outcomes. *Journal of Islamic Perspective on Science, Technology and Society*, 1(1), 3-11.

Cattelan, V. (2013b). Introduction. Babel, Islamic finance and Europe: Preliminary notes on property rights pluralism. In V. Cattelan (Ed.), *Islamic finance in Europe: Towards a plural financial system*. Cheltenham, & Northampton, MA: Edward Elgar.

Chehata, C. (1973). *Études de droit Musulman. 2. La notion de responsabilité contractuelle. Le concept de propriété*. Paris: Presses Universitaires de France.

Cizakca, M. (2011). *Islamic capitalism and finance. Origins, evolution and the future*. Cheltenham, & Northampton, MA: Edward Elgar.

Coase, R. H. (1960). The problem of social cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.

Cole, D. H., & Grossman, P. Z. (2002). The meaning of property rights: Law versus economics. *Land Economics* 78(3), 317-330.

El-Gamal, M. A. (2000). An economic explication of the prohibition of *riba* in classical Islamic jurisprudence. In *Proceeding of the Third Harvard University Forum on Islamic Finance*. Harvard University Center for Middle Eastern Studies, Cambridge, MA.

Geertz, C. (1983). *Local knowledge. Further essays in interpretive anthropology*. New York: Basic Books.

Kamali, M. H. (1993). Fundamental rights of the individual: an analysis of *haqq* (right) in Islamic law. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 10(3), 340-366.

Khan, A. (1984). Islamic economics, nature and need. *Journal for Research in Islamic Economics* 1(2), 55-61.

Khun, T. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: Chicago University Press.

Lane, E. W. (1865). *Arabic-English lexicon* (8 vols.) [retrieved from <http://www.tyndalearchive.com/tabs/lane/>].

Menski, W. (2013). Law as a kite: Managing legal pluralism in the context of Islamic finance. In V. Cattelan (Eds.), *Islamic finance in Europe: towards a plural financial system*. Cheltenham, & Northampton, MA: Edward Elgar.

Moosa, E. (1998). Allegory of the rule (*hukm*): Law as simulacrum in Islam. *History of Religions* 38(1), 1-24.

Netton, I. R. (1989). *Allah transcendent: Studies in the structure and semiotics of Islamic philosophy, theology and cosmology*. London: Routledge.

Saleh, N. (1992). *Unlawful gain and legitimate profit in Islamic law. Riba, gharar and Islamic banking*. London: Graham & Trotman.

Sen, A. (2009). *The idea of justice*. Harvard, MA: Harvard University Press and London: Allen Lane.

Smirnov, A. (1996). Understanding justice in an Islamic context: some points of contrast with Western theories. *Philosophy East and West*, 46(3), 337-350.

Von Benda-Beckmann, F., Von Benda-Beckmann, K., & Wiber, M. G. (2006). The properties of property. In F. Von Benda-Beckmann, K. Von Benda-Beckmann, M. G. Wiber (Eds.), *Changing properties of property* (pp. 1-39). New York, & Oxford: Berghahn Books.

Wehr, H. (1979). *A dictionary of modern written Arabic: Arabic-English* (Ed. by J. M. Cowan). Wiesbaden: Harrassowitz.

Sosyal Adalet, Tüketici Refahı ve Sürdürülebilir Piyasa Geliştirimi*

Giriş

Bu makalede, sosyal adaletin ve tüketici refahının iyileştirilmesinin tıpkı erken İslami dönemlerde olduğu gibi, iktisat ve işletme alanlarına karşı geliştirilen güncel İslami yaklaşımlarda da çok önemli bir odak noktası olarak görülmesi gerektiği savunulmaktadır. Tüketici refahı, “tüketicilerin mal ve hizmetlerle ilgili deneyimlerinin -mal ve hizmetlerin spesifik kategorilerinin kendi yerel çevreleri bağlamında edinimi, mülkiyeti, bakımı ve elden çıkarımı ile ilgili deneyimlerinin- hem tüketiciler hem de toplum için yararlı olarak değerlendirildiği genel durum” (Sirgy & Lee, 2006, s. 43) anlamına gelmektedir. Tüketici refahı hakkındaki literatür, pazarlama aktivitelerinin ve piyasa kurumlarının tüketiciler olarak bireylerin hayatlarını ve deneyimlerini nasıl etkilediğini inceler (genel bir değerlendirme için bk. Sirgy, vd., 2007). Uzmanlar, tüketici refahının, yüksek düzeyde bir sosyal adaletin yaşandığı toplumlarda gerçekleştirilebileceği görüşündedirler (Sirgy, 2008). Yüksek düzeyde sosyal adalet,

* İngilizce'den çeviren Gülnihal Kafa.

temel hakların ve görevlerin belirlenmesinde bir eşitlik ilkesinin gözetilmesini garanti altına alır (Rawls, 1971). Dolayısıyla adil ve meşru bir piyasa ortamı oluşturmak yalnızca tüketicinin refahına değil aynı zamanda adil bir toplumun oluşmasına da katkıda bulunacaktır.

Müslüman coğrafyalarda sosyal adalet ve tüketici refahı konusuna olan ilgimiz, öncelikle iktisat ve işletme alanları dâhilindeki farklı konulardan ‘İslami’ olanla ilişkili olarak yeni bir bilgi birikimi geliştirmek konusunda eşi benzeri görülmemiş bir ilgi artışına şahit olmamızdan dolayı tetiklenmiştir. İslami iktisadın kendine ait bir tarih geliştirdiğini ve (hem Müslüman hem de gayrimüslim) uzmanların, bilindiği üzere çok çeşitli konularda bol miktarda bilgi birikimi oluşturduğunu kabul ediyoruz. Örneğin, mali piyasalar ve bankacılık endüstrisi alanlarında, dünya çapında pek çok (Müslüman ve gayrimüslim) İslam iktisatçısı (örn., İngiltere’de HSBC), sayısız şeriat-uyumlu ürün ve hizmetin geliştirilmesi konusuna ışık tutmaktadır. Benzer bir şekilde uzmanların (örn., Kahf, 1992a, 1996; Khan, 1984, 1995; Kalantari, 2008) tüketim hakkındaki iktisadi teorileri uygulamaya dökmeleri, Müslüman çoğunluklar bağlamında tüketimle ilgili olarak yeni uzmanlık alanlarının oluşmasını sağlamıştır (bk. Hasan, 2005; Jafari & Süerdem, 2012; Sandıkçı & Rice, 2011; Süerdem, 2013). Ancak Müslüman coğrafyalarda (özellikle petrol zengini ülkelerde) modernleşme ve neoliberalizm ile birlikte tüketici hareketlerinin ve sosyoekonomik gelişmelerin hızlanması sonucu “Bir sosyoekonomik sistemi İslami yapan şey nedir?” sorusu artan bir şekilde önem kazanmaktadır. Bu sorunun kapsamı iktisadi teorilerin disiplin sınırlarını aşmakta ve iş etiği, yönetim, işletme, pazarlama ve uluslararası işletme/pazarlama alanlarında çok daha geniş konuları içine alan bir kapsama ulaşmaktadır (bk. Abuznaid, 2009; Beekun, 1996; Rice, 1999).

Her ne kadar son yirmi yılda bu alanlardaki uzmanlar ‘İslami olan’ sorusuyla ilgilenmiş olsalar da bizim bu tür alanlarda bugüne kadar oluşan ilmi birikim üzerinde yaptığımız analizler, uzmanların büyük oranda, Müslümanların çoğunluk olduğu coğrafyalarda ‘piyasa büyümesi’ konusuna odaklandıklarını göstermektedir (bk. Alserhan, 2010a, 2010b, 2011; Wilson & Lui, 2010; Temporal, 2011). Bu itibarla ‘İslami olan’ üzerine yapılan araştırmalar geniş ölçüde işletmelere daha fazla iktisadi kazanımlar elde etmek ve daha geniş bir seyirci kitlesine ulaşmak için gerekli imkânları sağlamaya yönelmiş gibi görünmektedir. Bu işletmeciliğe eleştirel yaklaşan kişiler (Jafari, 2012a; Sandıkçı & Ger, 2011; Sandıkçı & Jafari, 2013), bu tür piyasa büyümelerinin söz konusu olduğu genel sosyoekonomik bağlamlarla ilgili (özellikle de Müslüman olan) uzmanların bu dar görüşlü bakış açısına karşı hayal kırıklığı yaşamışlardır. Özellikle de kişinin kimliğinin onun toplumsal varlığının ve çevresiyle kurduğu iletişimin kuvvetli bir unsuru hâline geldiği hızla küreselleşen dünyada, işletmelerin dinî simgeleri (mesela markalaşma ya da reklamcılık stratejilerinde) ve değerleri (mesela kurumsal hedef tanımlarında) kullanması, bazen daha fazla ekonomik kazanç elde etme arayışında (helal sertifikası gibi) ‘İslami’ sıfatını bir kaldıraç olarak kullanan fırsatçı aktiviteler olarak görülmektedir (Jafari, 2012a; Süerdem, 2013). Bu araştırma akımına yönelttiğimiz temel eleştiri, bu akımın yönetsel çıkarımlara yaptığı aşırı vurgunun piyasaları (mesela sembolik olduğu kadar işlevsel de olan piyasa değeri sistemleri ve sosyoekonomik yapılar) ve piyasa uygulamalarını (mesela üretim, tüketim ve iletişim şekilleri) makro düzeyde şekillendiren kurumsal dinamiklerin görmezden gelinmesiyle sonuçlanmasıdır (Jafari, 2012a; Kadirov, 2014; Rice, 1999; Sandıkçı & Jafari, 2013). Makro seviyede bu tür kurumsal kaygılar İslami bağlamlar dâhilinde öncelikli ve acil araştırma gündemleri olarak görülmelidir çünkü bu kaygılar sosyal adaletle ilgili kaygılardır ve piyasalar, toplumda adaletin tesis

edilmesi denkleminde önemli bir parçayı oluşturur. Piyasaya ilişkin sosyal adaletsizlikle ilgili bu tür kaygılara örnek olarak Jafari'nin (2012a, s. 30) Arap ülkeleri hakkındaki iddiası verilebilir:

“[Makro piyasanın] gündemleri, İslami toplumlarda yaşayan insanların ve tüm dünyadaki Müslümanların hızla değişen koşullarıyla son derece yakından ilgilidir. Örneğin, (Tunus, Mısır, Libya, Suriye, Yemen ve Bahreyn gibi) Arap dünyasındaki son siyasi başkaldırıları, insanların siyasal reformlar ve toplumsal değişim isteklerinin yanı sıra daha iyi yaşam koşullarına sahip olma ve sosyoekonomik adalet isteklerinden de kaynaklanmaktadır. Arap Dünyası Ekonomik Özgürlük Konferansı Raporu'nda (2009) da vurgulandığı üzere, ekonomik özgürleşme ve politik reformlar arasında bir birlikteliğin geliştirilmemiş olması, son birkaç on yılda bu ülkelerde yandaşçılığın ve şeffaflık eksikliğinin derin bir şekilde kurumsallaşmasına neden olmuştur. Sonuç olarak çeşitli iktisadi faaliyetler ve işletme uygulamaları, insanların piyasa gelişmelerine katılımları ve bu gelişmelerden yararlanmaları için eşitsiz olanaklar oluşturmakla kalmamış, aynı zamanda sosyoekonomik adaletsizliğin (örn. işsizlik, yoksulluk ve pazar kaynaklarına ulaşım noktasında adaletsizlik) yoğunlaşmasına da neden olmuştur. Bu ülkelerdeki değişen politik iklim göz önünde bulundurulduğunda, piyasaların ve pazarlamanın (bir pazar oluşturma kaynağı olarak), bu toplumlardaki sosyoekonomik gelişmelerden etkilenmeye ve onları etkilemeye ne kadar müsait olduğunu anlamak kaçınılmaz bir hâle gelecektir.”

Bizim görüşümüze göre, firmaların gelişmesi piyasa gelişiminin bir parçası olsa da sürdürülebilir bir piyasa geliştirmek, (sosyoekonomik sistemler olarak) piyasalarda tüketicinin refahını kabul edecek ve sistematik bir şekilde destekleyecek adil bir yaklaşımı gerektirmektedir. Bugün, bu tür tüketici destek sistemleri (örn. danışmanlık ve koruma) İslami bağlamların çoğunluğunda az gelişmiştir. Biz bu eksikliği öncelikli olarak ele alınması ge-

reken kurumsal bir boşluk olarak görüyoruz. İlginçtir ki bu tür kurumsal destekler Müslüman toplumlarda her zaman eksik değildir; erken İslami dönemdeki piyasalar üzerinde yapılan tarihsel araştırmalar (Labib, 1969; Jafari, 2010), tüketicinin korunmasının İslami iktisadın ve iş hayatının temel bir parçası olduğunu göstermektedir.

Birçok muhtemel neden içerisinde (piyasaların ve piyasa düzenlemelerinin gelişiminin yavaş olması, zayıf teknolojik altyapı, genel olarak STK'ların eksikliği ve iktisadi idarenin ve işletme yönetiminin ağır gelişimi), bu kurumsal az gelişmişlik şu iki kilit sebeple bağdaştırılabilir:

1. Sosyokültürel bir fenomen olarak tüketicilik, Müslüman toplumların çoğu için yeni bir olgudur; dolayısıyla gelişmiş ekonomilerin aksine –ki bu ekonomiler en azından yirminci yüzyılın başlarından/ortalarından beri tüketici toplumlar olagelmışlerdir ve yerleşik tüketici koruma sistemlerine sahiptirler- Müslüman toplumların ekonomileri tam olarak tecrübe edilmiş bir tüketici kültürüne sahip değildirler ve bunun sonucu olarak tüketici koruması için bu tür sistemler geliştirmemişlerdir. Czinkota ve Ronkainen (2001) tarafından da vurgulandığı üzere, gelişmiş ekonomilerden gelişmekte olan ve yeni ortaya çıkan ekonomilere doğru yaşanan tüketim malları akışının bir sonucu olarak bu ülkelerin vatandaşları hem tüketici seçeneklerinden hem de bu tür piyasalarda ihtiyaç duyulacak kurumsal desteklerden yararlanmaya başlamışlardır.
2. Geleneksel olarak özellikle de dinî bir bakış açısının sonucunda tüketicilik bir değerler tahribatı faaliyeti şeklinde görülmüştür (ayrıntılı tartışmalar için bk. Fırat & Venkatesh, 1995; Gauthier & Martikainen, 2013); bunun bir sonucu olarak da tüketimle ilgili meseleler yerine öncelikle üretimin geliştirilmesi meselesine ağırlık verilmiştir. Bu bağlamda, Ja-

fari ve Süerdem (2012), Batılı ülkeler tarafından yönetilen sömürgeciliğin yeni bir türü olarak gördükleri tüketiciliğe karşı bir duruş olarak, Müslüman âlimlerin ve politika yapıcılarının geleneksel bir şekilde kültürel emperyalizm ve iktisat teorilerini uyguladıklarını göstermektedir. Bizler, tüketici kültürünün, tıpkı dünyanın diğer kısımlarında olduğu gibi Müslüman coğrafyalarda da toplumların göze çarpan bir karakteri hâline geldiğini savunuyoruz (Sandıkçı & Ger, 2010; Sandıkçı & Jafari, 2013; Jafari & Süerdem, 2012). Dolayısıyla tüketim kültürünün büyüyor olması tüm piyasa aktörleri, özellikle de önemli piyasa yapıcılarını olarak tüketiciler için, sürdürülebilir bir piyasa büyümesine yardımcı olacak uygun kurumlar geliştirilmesini gerektirmektedir.

Makalenin geri kalan kısmında, öncelikle piyasaların toplumsal inşası ele alınacaktır. Bunu yaparken toplumsal olarak inşa edilen unsurlar olan piyasaların din de dâhil farklı kurumlar tarafından nasıl şekillendirildiği ele alınacaktır. Sonrasında erken İslami dönemdeki piyasa gelişiminin ve ticari kapitalizmin tarihsel bir açıklaması sunulacaktır. Müslüman toplumların işletmelerin yanında müşterilerin de refahını destekleyen bütüncül ve modern bir iş yürütme etiği sistemine sahip olduğu gösterilecektir. Bu tür bir sistem -toplumda bütünüyle bir sosyoekonomik adalet kurulması fikrine dayandırılmaktaydı- bugünün Müslümanları düşünüldüğünde, özellikle de tüketicilerin refahı ve çıkarları açısından, unutulmuş gibi görünmektedir. Daha sonra, modern Müslüman coğrafyalarda, gelişmiş ekonomilerle kıyaslandığında, tüketici korumasının ne durumda olduğuna göz atılacaktır. Buradaki amaç, Müslüman toplumların dünyadaki diğer toplumlarla kıyaslandığında nerede olduğunu anlamaktır. Son olarak tartışmaların olası sonuçları gelecek araştırmalar ve edinilecek prensipler için vurgulanacaktır; böylelikle piyasalar tüketiciler açısından kurumsal desteklerden daha iyi şartlarda faydalanabilir.

Toplumsal Bir İnşa Olarak Piyasalar ve Dinin Rolü

Piyasalar yalnızca aktif ya da proaktif bir kapitalist gündem ile tek yönlü bir yapısal gelenek içerisinde oluşturulan ve düzenlenen fiziksel olgular değildir; aynı zamanda dinamik ve toplumsal olarak inşa edilmiş kurumlardır (Araujo, 2007; Collins, 1990; Peñaloza & Venkatesh, 2006) ve diğer çok yönlü kurumlarla (örn. din, kültür, ekonomi ve politika) arasındaki karmaşık etkileşimlerin bir sonucu olarak sürekli bir değişim hâlinindedir. Bu açıdan bakıldığında piyasalarda çok çeşitli aktörler vardır ve politik ve ideolojik rejimler, iktisadi ve teknolojik altyapı, sosyo-kültürel sistemler, pazarlamacılar ve tüketiciler piyasaların hem içeriğini hem de yapısını karşılıklı etkilemektedirler. Piyasaların bu şekilde kavramsallaştırılması, marketlerin ilk başta nasıl ortaya çıktığına, zamanla nasıl evrim geçirdiğine ve diğer kurumlarla etkileşerek insan hayatını nasıl bütün ayrıntılarıyla etkilediğine dair baştan doğru kabul edilen varsayımların en temelden sorgulanmasına sebep olmaktadır. Bilhassa, piyasalar ve bu kurumlar arasındaki ilişkinin temsili bir yapısı vardır. Yani piyasalar çeşitli toplumsal kurumların aynı zamanda hem kaynağı hem de sonucudur ve her ikisinin de farklı sosyokültürel bağlamlarda kendilerine ait spesifik değerler bütünü vardır. Piyasalara dair bu tür bir yaklaşım, piyasaların zaman içerisinde nasıl bir evrim geçirdiğinin ve nelerden oluştuğunun anlaşılmasına dair önemli imaları da beraberinde getirmektedir.

Şu an yürüttüğümüz tartışma ile ilgili olarak din, piyasaların yapısını ve içeriğini geleneksel olarak etkilemiş olan anahtar kurumlardan biridir. İslamiyet bağlamında, Khan (1984), Rodinson (1974) ve Labib (1969), İslam'ın Müslümanların iktisadi durumlarını iyileştirmeyi açıkça ve üzerinde durarak teşvik ettiğine dair çok miktarda tarihsel kanıt ve Kur'ani referans sunmaktadırlar. İktisadi kendine yeterliliğin önemi, piyasaların Orta Çağ İslami Dönemde ticari kapitalizmin doğuşunu kolaylaştırmasına neden olacak kadar büyüktü. Bu iktisadi sistem,

üretkenliğin arttırılması ve daha fazla sermayenin üretilmesi için çalışan modern bir kurumdur. Bu sistem piyasalarda yatırımları ve ticari mübadeleyi teşvik etmiş ve malı istifleme ve saklamıştır (Khan, 1984). Diğer coğrafyalara (örn. İran, Kuzey Afrika, Avrupa ve Hindistan) doğru üç yüz yıl süren bir yayılma sürecinden sonra, İslam devleti artık oturmuş bir imparatorluk hâline gelmiştir. Abbasi Halifeliğinin (750-1258) Bağdat'ta kurulmasıyla (bu dönem İslami Aydınlanma çağı olarak da isimlendirilir) birlikte, Müslüman ticari kapitalizmi, tüm kapasitesiyle gelişmiştir (Labib, 1969). Ticaretin, işletmelerin ve üretimin modern biçimleri icat edilmiş ve Bağdat, Şam, İsfahan, Neyşabur ve Kahire, her zamankinden daha da önemli uluslararası piyasalar ve iş merkezleri hâline gelmiştir (Banaji, 2007). Daha önce yapılan araştırmaların ciddi bir kısmı (Berg & Kemp, 2007; Khan, 1969; Rodinson, 1974), o günlerde piyasaların serbest bir ekonomi sistemine sahip olduğunu göstermektedir. İslam Devleti, Müslümanların pazar faaliyetlerine müdahale etmiyordu ve sadece serbest ekonominin kurallarının ihlal edilmediğinden emin olmak için piyasaları takip ediyordu. Bu serbest piyasa ekonomisinin varlığı büyük ölçüde dinî laikliğin doğrudan bir sonucuydu. Peygamber "ticaretin özgür ve eşit bir bazda mümkün olabilmesi için piyasanın fiziki durumuyla dikkat çekici bir şekilde ilgileniyordu." (Dost, 2008). Kıtlik zamanlarında fiyatların sabitlenmesine karşı çıkıyordu (Nomani & Rahnema, 1994). Aynı zamanda, Peygamber dolandırıcılığa aşırı derece karşıydı. Pazarlara bazı muhtasibler atamıştı. Bu muhtasiblerin görev yeri şehrin girişiydi ve tüccarların (üreticiler ve çiftçiler gibi) mallarını düşük fiyata satmaları için satıcıların akıllarını çelmelerini önlemeleri gerekiyordu (Dost, 2008; Rodinson, 1974). Benzer bir şekilde Peygamber, özel mülkiyet hakları konusunda çok hassastı (Berg & Kemp, 2007; Khan, 1969; Rodinson 1974). Özel mülkiyet hakları fikri, dünyada var olan her şeyin Allah'a ait olduğuna ve Allah'ın yeryüzündeki halifeleri olarak insanlara

onun sahip olduğu şeyler üzerinde tam mülkiyet yetkisi verildiğine dair dinî inançla sağlama alınmıştı.

Günlük yaşam koşulları altında, Müslümanlar pazarları aynı anda hem dinlerini uygulayabilecekleri hem de maddi kazanç sağlayabilecekleri ortamlar olarak görüyordu. Örneğin, adalet ve doğruluk kavramları günlük ticari faaliyetleri içerisinde somut bir şekilde gerçekleştirilmekteydi. Tüccarlar, risk alma cesaretini gösterdikleri ve mallarını birbirine uzak bölgeler arasında nakletme zorluğuna katlandıkları için değer görüyorlardı (Rodinson, 1974). Onlar işlerini temiz bir yoldan yapmak, dolandırıcılıktan ve istifçilikten kaçınmak, yoksullara yardım etmek, dürüst ve güvenilir olmak gibi yönlerinden dolayı saygı görüyorlardı. Dinin çekirdeğini oluşturan adalet, insanların çabalarının değerleri oranında ve tam olarak hak ettikleri şekilde ödüllendirilmeleri gerektiği anlamına geliyordu. Eğer Müslümanların herhangi bir dünyevi somut fayda elde edemeden yalnızca faziletlerin peşinden gitmeleri beklenseydi hayat pek de anlamlı olmazdı. Diğer bir deyişle, yol gösteren erdemlerin yerine getirilmesi ancak hizmet eden değerlerin gerçekleştirilmesiyle mümkün olabilirdi. Kimse salih amellerini ödüllendirmeyen ve maddi ihtiyaçlarının farkında olmayan, borçlarını ödemeyen ve günlük hayatlarını idame etmelerini sağlamayan bir Tanrı'dan hoşlanmaz (Soroush, 2000). Bariz bir şekilde, bu durum sorumlulukların yerine getirilmesi ile hakların keyfinin çıkarılması arasında bir denge sağlanmasını gerektirmektedir. İslam bu dengenin kurulmasını amaçlamakta ve insanların yalnızca sorumluluklarını değil aynı zamanda haklarını da tanımlamaktadır.

Bu bakış açısından hareketle, İslami iktisadi kanunlar ve hukuk sistemi söz konusu olduğunda pazarlar son derece önemli bir rol oynamıştır. Çeşitli toplumsal ortamlar içerisinde pazarlar, hem kendi sorumluluklarını yerine getirme hem de birbirlerinin haklarına saygı gösterme noktasında Müslümanlara imkânlar sağlayan önemli toplumsal ortamlardır. Khilnani'nin (2001, s. 24)

kelimeleriyle ifade etmek gerekirse pazarlar, bireylerin “öncelikli olarak kendi özel, bencil isteklerini karşıladıkları sivil toplumları temsil etmektedir. Bu da bireylerin haklarını, konumlarını ve mülkiyetlerini tanımlayan bir kurallar çerçevesi tarafından düzenlenen pazarlarda çalışarak, üreterek ve ürünlerini takas ederek gerçekleştirilmektedir.” İslami Orta Çağ Döneminde, pazarlar bir sivil toplum içerisinde bireylerin haklarını tanımlayacak bu kanuni çerçeveyi oluşturma potansiyeline sahipti. ‘Sivil toplum’ terimini, pazarlardaki insan ilişkilerinin yalnızca akrabalık ve aile bağlarına bağlı olarak kurulmadığı aksine iş ve ticaret etkinlikleri gibi sosyal etkileşimler üzerinden yapılan müşterek sözleşmelerle ortak maddi ve manevi yararlar üzerine kurulduğu ortamlar olduğu gerçeğini ifade etmek için kasten kullanılmaktadır (Khilnani, 2001). Bu sivil toplum, ahlaklılığın teşvik edildiği ve uygulandığı bir toplumsal ortamdı. Smith’in ticari toplumların karakter özelliklerini açıklarken ifade ettiği gibi insanların iş faaliyetlerine ‘gönüllü katılımı’ ve birbirilerine karşı ‘sempati’ göstermeleri, onları birbirine daha da yaklaştıran güçlü sosyal bağlar kurmaktaydı (Silver, 1990). Bu tür toplumsal ilişkilerin kapsamı, pazardaki alışverişlerin onlara sağlayabileceği salt iktisadi kazanç sağlama amacının ötesine geçmekteydi. Dinî öğretilerle beslenen pazarlar, kişinin yol gösteren değerlere ulaşmak için hizmet eden değerleri kullanabileceği ortamlardı. Bu tür bir ahlaklılığı ve güçlü toplumsal bağları devam ettirmek için kişinin haklarının sınırlarını aydınlatacak keskin hatlı kurallara ihtiyaç duyulmaktaydı. Alışveriş faaliyetlerindeki toplumsal bağların devamlılığı ancak çift taraflı bir kazancın sağlandığı durumda garanti altına alınabilirdi. Bu şekilde, İslam tarafından teşvik edilen ‘kardeşlik’ ruhu varlığını sürdürmeye devam edebilir ve daha yüksek bir üretkenlik ve toplumsal faydaya öncülük edebilirdi. Diğer bir deyişle, Weber’in ‘etik kardeşlik’ ilkelerinin piyasa mantığına gömülü durumda olan kişisel çıkar istekleri tarafından gölgede bırakılacağına dair kötümser yorumlarının aksine

(Hughey, 1979), İslami toplumlardaki pazarlar etik kardeşlik tohumlarının daha da bereketli bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Bu durum o kadar etkilidir ki İslam'ın diğer coğrafi bölgelerde yayılışı bazen Müslüman iş adamlarının ve tüccarların pazarlarda sergiledikleri etik davranışlarla bağdaştırılmıştır (Ahmad, t.y.). Bu arka plan göz önünde bulundurulduğunda tüketici refahı söz konusu olduğunda Müslüman toplumların sancağı taşımaları beklenmektedir. Ancak bir sonraki bölümde kısaca ele alacağımız üzere, tüketici refahı gündemi çoğunlukla Müslüman olmayan ülkeler tarafından yürütülmektedir ve Müslüman toplumlar gayrimüslim toplumların gerisinde kalmaktadır.

Müslüman Çevrelerde Tüketici Refahı

Bugün tüketici refahını arttırmak üzere oluşturulan tekel karşıtı kanunlar ile tüketiciyi bilgilendirme, eğitime ve koruma kanunları gibi yürürlükte olan ticaret hukuklarının ve politikalarının çoğu köklerini Batı dünyasından, özellikle de ABD ve Birleşik Krallık'tan almaktadır. Halim ve arkadaşlarının (2013, s. 23) da ifade ettiği üzere “Tarihsel olarak Amerika Birleşik Devletleri'nin eski başkanı John F. Kennedy, Tüketici Hakları Bildirisi üzerinden halk için tüketici hakları fikrini vurgulayan ilk kişiydi. Bu Bildiri, 15 Mart 1961 tarihindeki ABD Kongresinde takdim edilmişti. O zaman beyan edilen dört temel hak vardı; güvenlik hakkı, bilgilendirilme hakkı, seçme hakkı ve duyulma hakkı. Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (UTBÖ) Başkanı Anwar Fazal tarafından tartışmaya açıldıktan sonra, bu tüketici hakları kavramının kapsamı genişletilmiştir: 1. Temel hakların karşılanması hakkı, 2. Sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı, 3. Tazmin edilme hakkı, 4. Eğitilme hakkı, 5. Temsil edilme hakkı.” Halim ve arkadaşları sözlerini şu şekilde sürdürmektedir: “Pek çok ülkenin hükümetleri, dünya organizasyonları ve hem ulusal hem uluslararası düzeyde tüketici organizasyonları tarafından

önerilen pek çok politika, tüzük ve planlamalar söz konusuydu. Bunlardan bazıları Birleşmiş Milletler Tüketici Koruma Kılavuzu, AB Tüketici Politikası Stratejisi (2007-2013), (AB) Tüketici Koruma Birliği Tüzüğü, ASEAN Ekonomik Topluluğu (AET) Blueprint, Tüketici Temel Akdi (Japonya) ve Ulusal Tüketici Politikası (Malezya) idi. Birleşmiş Milletler Tüketici Koruma Kılavuzu ya da Birleşmiş Milletler Tüketicinin Korunması (UNGCP) için kılavuz, bu dünya organizasyonu tarafından 9 Nisan 1985'te duyurulmuştur. Bu tasarı, Birleşmiş Milletler Organizasyonu'nun yönetim sistemlerinden biri olan Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi tarafından sunulmuştur. Bir bağlayıcılığı olmasa da Birleşmiş Milletlere bağlı ülkeler tarafından tüketici korumasının uygulanması noktasında kullanılmak üzere bir şartname çerçevesi sağlamaktadır.”

Hem hükûmete bağlı hem de hükûmetten bağımsız örgütler altında farklı isimlerle çalışan tüketici koruma organizasyonları; sözleşme hükümleri ya da borsa işlemleri gibi farklı alanlarda tüketicilerin haklarının korunmasını ve kanun sistemlerinin tüketiciyi desteklemek üzere yürürlükte olmasını garanti altına almaktadır. Bu tür organizasyonlara örnek olarak verilebilecek Uluslararası Tüketici Organizasyonu, Tüketiciler için Küresel Ses olarak hareket etmektedir ve 120'den fazla ülkede gönüllülere sahiptir. Bu organizasyon dünyanın farklı yerlerindeki çeşitli endüstri sektörlerinde tüketici haklarının ne durumda olduğunu takip etmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin piyasalar ile ilgili ve tüketiciler ve pazar aktörleri olarak sahip oldukları haklar ile ilgili eğitim seviyelerini yükseltmek adına (halka açık konuşmalar, radyo ve televizyon programları ve kampanyalar gibi) çeşitli programlar önermektedirler. Bu grubun başlıca amacı piyasalarda sürdürülebilir bir tüketimi ve adaleti teşvik etmektir.

Tüketici Koruması üzerine ASEAN Topluluğu (2012) ve Uluslararası Tüketici Organizasyonu tarafından yayımlanan raporlar, Müslüman ülkelerdeki tüketicilerin çoğunluğunun (aynı zaman-

da gelişmekte olan ülkelerdeki tüketicilerin de) kendi haklarının farkında olmadığını ya da bu tür haklara karşı kayıtsız olduklarını göstermektedir. Raporlar aynı zamanda Müslüman ülkelerde tüketici koruma derneklerinin oturmamış olduğuna da dikkat çekmektedir. Bu noktada iki istisna, 'helal' ile bağlantılı olarak tüketici korunması girişiminde bulunan Malezya ve tüketicinin korunması ile ilgili AB yönetmeliklerini uygulayan Türkiye olabilir. Her ne kadar son zamanlarda Müslüman ülkelerde bu tür kurumlar gelişiyor olsa da gelişmiş ekonomilerdeki kurumlarla kıyaslandıklarında hâlâ çok geride bulunmaktadır (Fayyad, 2012). Örneğin, Malezya'da bile bu tür faaliyetler ağırlıklı olarak mali sektörde yatırımcıların çıkarlarının yeterince korunmasını garanti altına alabilmek için bir tüketici koruma platformunun güçlendirilmesine odaklanmış durumdadır (Mahmood, 2012). Ya da Halin ve Ahmad (2014) ile Halim ve arkadaşları (2013) tarafından tartışıldığı üzere, Malezya'da tüketicilerin korunması çoğunlukla *helal* markalarla ve dolandırıcılık meseleleriyle ilgili olarak ele alınmaktadır çünkü birçok şirket, fırsatçı bir yaklaşımla *helal* logosunu ve *helal* markaları kötüye kullanmakta ya da sömürmektedir. Suudi Arabistan ve Farsi Körfez Arap ülkeleri gibi pek çok ülke de tüketici koruma patentleri geliştirmiştir ancak bu noktada problem şudur ki bu patentler hükümetler tarafından zorunlu hâle getirilmemiştir ya da STK'lar bu patentlerin uygulanması noktasında tam olarak desteklenmemektedir. Bu eksikliğin görünen bir sebebi, tüketici hakları meselesinin daha geniş bir bakış açısıyla ve insan hakları, iktisadi serbestliğin derecesi, STK'ların mevcudiyeti ve teknolojik ve kanuni gelişmelerin yürürlükte olması meseleleri ile bir arada ele alınmasının gerekliliğidir. Jafari (2012b), bu alanların çoğunda Müslüman toplumların, vatandaşlarının sosyoekonomik koşullarını iyileştirmekle ilgili İslami esasların potansiyelini henüz gerçekleştirmemiş olduğunu iddia etmektedir.

Sonsöz

Bu makalede, erken İslami dönemdeki piyasa gelişmelerinin koşulları gözden geçirilmiştir. Müslümanların, İslami hükümlerden ilham alarak adil bir sistem kurdukları ve bu sistem içerisinde hem işletmelerin hem de tüketicilerin çift taraflı bir kazanç sağlayabildikleri gösterilmiştir. Ancak bugünün koşullarında, gelişmiş ekonomilerde yaşayan tüketicilerle karşılaştırıldıklarında Müslüman tüketiciler işletmelerin ve diğer piyasa aktörlerinin faydacı davranışları karşısında daha az korunmaktadır. Bu korruma eksikliği, tüketicinin refahını tehlike altına sokan önemli bir kurumsal boşluktur ve bu eksikliğin araştırmacılar, işletme uygulayıcıları, hükümetler ve STK'lar tarafından ele alınması gerekmektedir. Bazı Müslüman ülkeler (petrol zengini Arap ülkeleri, Türkiye, İran, Malezya ve Endonezya gibi) son yıllarda hızlı bir ekonomik büyüme göstermişlerdir. Bu gelişmeler dolayısıyla mevzu bahis ülkelerin pazarları yeni yatırımcıların ortaya çıkması ve yabancı şirketlerin yatırımları açısından ümit vadetmektedir. Bu ülkeler aynı zamanda eşi görülmemiş bir tüketiciliğe de sahne olmaktadır. Bu etmenler farklı disiplinlerde (iktisat, işletme, pazarlama, uluslararası işletmeler ve tüketici araştırmaları gibi) uğraş vermekte olan ve öncelikli olarak pazar büyümesi ve tüketiciliğin hızlanması gibi konularla ilgilenen pek çok uzmanın dikkatlerini üzerine çekmiştir. Pazar büyümesi ile ilgili konularda (yeni girişimlerin gelişimi, markalaşma, uluslararası büyüme ve benzerleri gibi) meşru bir şekilde gerekçelendirilmiş iken bu gelişmeler uzmanların ilgisini sürdürülebilir pazarların geliştirilmesi meselesinden uzaklaştırmamalıdır. Bu ülkelerde piyasalar hızlı bir şekilde büyüdüğü için hükümetler, tüketicileri eğiterek ve destekleyerek adil ve dürüst pazarların kalkındırılmasını teşvik edecek organizasyonların geliştirilmesi için çaba sarf etmelidir.

Müslüman âlimler iktisatta, mali sektörde, helal işletme çalışmalarında ve iş ahlakında 'İslami olan' ile ilgili olarak zaten son derece değerli bir bilgi birikimi ortaya koymuşlardır. Ancak,

bu makalede de ele alındığı üzere, Müslüman toplumlar gittikçe artan bir şekilde küresel tüketici topluluğuna dâhil olmaktadır. Tüketiciliğin artışı, yapılan araştırmaların (Ger, 1997, 2013; Jafari, 2012a, 2013; Kadirov, 2014) da vurguladığı gibi aşırı tüketim, obezite, sosyokültürel ayrışma, çevresel zararlar, dinî çatışmalar ve pek çok diğer bozukluk ile bağlantılıdır. Bu tür acil müdahale gerektiren meseleler, bir şekilde tüketicinin piyasalara ve piyasa yapma sistemlerine dair derinlemesine bir bilgiye sahip ve müdahil olması ile ilgilidir ve bunların tüketici refahı konusunda yeni gündemler oluşturularak ele alınmaları gerekmektedir. Hem uzmanların hem de politika üreticilerinin tüketicileri ve pazarlamacıları tüketiciliğin zararlı etkileri hakkında eğitmek ve bilgilendirmek amacıyla ve bu tür olumsuz etkileri azaltmak adına yöntemler tasarlamaları gerekmektedir. Daha önce yapılan analizler (Jafari, 2012a), Müslüman olmayan toplumların piyasalardan kaynaklanan bozuklukları insani sosyal bilimlerden kritik çalışmalar yaparak çözmek için ciddi bir şekilde çabalarken Müslüman âlimlerin hâlâ çoğunlukla piyasaların ve piyasa ekonomisinin iktisadi gelişimiyle ilgilendiklerini göstermektedir. Bizim görüşümüze göre İslamiyet, piyasalarla ilgili uygulamalarını yalnızca Müslüman çevrelerde değil genel olarak insan toplumunda sürdürülebilir bir gelişmeye doğru yönlendirebilecek büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak böylesine bir kılavuzun elde edilebilmesi için uzmanların, hükümetlerin, işletme uygulayıcılarının ve STK'ların iş birliği yapması gerekmektedir. Bu tür bir iş birliğinin birleştirici amacı; tüm piyasa aktörleri, özellikle tüketim faaliyetleri sadece pazarların sınırlı kapsamlarıyla sınırlandırılmamış olan ve hayatın toplumsal gerçekliği içerisinde günlük hayat faaliyetlerini de kapsayan tüketiciler için, toplumsal adaletin gerçekleştirilmesi olmalıdır. Dolayısıyla bizim önerimiz, tüketici refahını arttırma meselesinin araştırmalar ve yürütülen politikalar çerçevesinde önemli bir öncelik olarak ele alınmasıdır.

Kaynakça

- Abuznaid, S. A. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(4), 278-288.
- Ahmad, I. (no date). Islam and Markets. <http://www.minaret.org/acton.htm>.
- Alserhan, B.A. (2010a). Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, 18(1), 34-49.
- Alserhan, B.A. (2010b). On Islamic branding: brands as good deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101-6.
- Alserhan, B.A. (2011). *The Principles of Islamic Marketing*. Surrey: Gower Publishing Limited.
- Araujo, L. (2007). Markets, market-making and marketing. *Marketing Theory*, 7(3), 211-26.
- Banaji, J. (2007). Islam, the Mediterranean and the Rise of Capitalism. *Historical Materialism*, 15(1), 47-74.
- Beekun, R.I (1996). *Islamic Business Ethics (Human Development)*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Berg, C. and Camp, A. (2007). Islam's Free Market Heritage. *Institute of Public Affairs Review*, 59(1), 11-15.
- Collins, R. (1990). Market Dynamics as the Engine of Historical Change. *Sociological Theory*, 8(2), 111-35.
- Czinkota, M.R. and Ronkainen, I.A. (2001). An International Marketing Manifesto. *Journal of International Marketing*, 11(1), 13-27.
- Dost, S. (2008). The Idea of Free Market in Islam. http://atlasnetwork.org/wp-content/uploads/2009/03/suleyman-dost-essay_new.pdf.
- Fayyad, M. (2012). A glance at unfair terms in consumer transactions in Arab legal systems and Islamic law: what Arab lawyers can learn from the European experience? *International Journal of Private Law*, 5(2), 200-227.
- Firat, A.F. and Venkatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 239-67.
- Gauthier, F. and Martikainen, T. (2013). *Religion in Consumer Society: Brands, Consumer and Markets*. Surrey: Ashgate Publishing Limited.
- Ger, G. (1997). Human development and humane consumption: Well-being beyond the 'good life'. *Journal of Public Policy and Marketing*, 16(1), 110-125.
- Ger, G. (2013). Islamic marketing at the Nexus of global markets-religions-politics and implications for research. *Marketing Theory*, 13(4), 497-503.
- Halim, M.A.A. and Ahmad, A.A. (2014). Enforcement of Consumer Protection Laws on Halal Products: Malaysian Experience. *Asian Social Science*, 10(3), 9-14.
- Halim, M.A.A., Mohd Mahyeddin, M.S., Kamilah Wati, M., Asming, Y, Syed Mohd Najib, S.O., Asmidah, A., Azlin Alisa, A., and Mohd Izhar Ariff, M.K. (2013). Consumer Protection of Halal Products in Malaysia. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13, 22-28.

- Hasan, Z. (2005). Treatment of Consumption in Islamic Economics: An Appraisal. *Islamic Economics*, 18(2), 293–46.
- Hughey, M.W. (1979). The idea of secularization in the works of max Weber: A theoretical outline. *Qualitative Sociology*, 2(1), 58-111.
- Jafari, A. (2010) A Historical Review of the (Re)Formation of Markets in the Context of Islamic Capitalism. 1st Interdisciplinary Market Studies Workshop, Stockholm School of Economics – Stockholm, Sweden.
- Jafari, A. (2012a). Islamic marketing: insights from a critical perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 22-34.
- Jafari, A. (2012b). How Islam can contribute to development-based marketing theoretics and practice! Paper presented at the Islamic Business Symposium, Monash University, Malaysia, September 2012.
- Jafari, A. (2013). Can society nurture humanistic marketing? In *Humanistic Marketing. Humanism in Business*, pp. 113-125. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Jafari, A. and Süerdem, A. (2012). An Analysis of Material Consumption Culture in the Muslim World. *Marketing Theory*, 12(1), 59-77.
- Kadirov, D. (2014). Islamic Marketing as Macromarketing. *Journal of Islamic Marketing*, 5(1),
- Kahf, M. (1992a). 'The Theory of Consumption', in S. Tahir, A. Ghazaly and S. O. Syed Agil (eds) *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, pp. 61–8. Malaysia: Longman.
- Kahf, M. (1992b). 'A Contribution to the Theory of Consumer Behaviour in Islamic Society', in S. Tahir, A. Ghazaly and S. O. Syed Agil (eds) *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, pp. 90–103. Malaysia: Longman.
- Kahf, M. (1996). 'The Demand Side or Consumer Behaviour', in *Principles of Islamic Economics*. Kuala Lumpur: International Islamic University, Malaysia.
- Kalantari, A. (2008). *Eslam va Olgooye Masraf*. Qom: Boostan.
- Khan, M.F. (1984). 'Macro Consumption Function in an Islamic Framework', *Journal of Research in Islamic Economics*, 1(2): 1–24.
- Khan, M.F. (1995). *Essays in Islamic Economics*. Leicester: Islamic Foundation.
- Khilnani, S. (2001). 'The development of civil society'. In *Civil Society: history and possibilities*. Ed. Sudipta Kaviraj and Sunil Khilnani, 11-32. Cambridge: Cambridge University Press.
- Labib, S.Y. (1969). Capitalism in medieval Islam. *The Journal of Economic History*, 29(1), 79-96.
- Mahmood, N.R. (2012). Developing A Platform for Consumer Protection in the Islamic Financial Services Industry. Paper presented at the Sixth Islamic Financial Stability Forum, Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia, 12 December.
- Nomani, F. and Rahnama, A. (1994). *Islamic Economic Systems*. New Jersey: Zed books Limited.

Peñaloza, L. and Venkatesh, A. (2006). Further evolving the new dominant logic of marketing: from services to the social construction of markets. *Marketing Theory*, 6(3), 299-316.

Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Cambridge, MA: Belknap Press/Harvard University Press.

Rice, G. (1999). Islamic Ethics and the Implications for Business. *Journal of Business Ethics*, 18(4), 345-358.

Rodinson, M. (1974/1966). *Islam and Capitalism*. Trans. Brian Pearce. London: Allen Lane.

Sandıkçı, Ö. and Jafari, A. (2013) Islamic encounters in consumption and marketing. *Marketing Theory*, 13(4), 411-420.

Sandıkçı, Ö. and Rice, G. (eds.) (2011). *Handbook of Islamic Marketing*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Sandıkçı, Ö. and Ger, G. (2011). "Islam, Consumption and Marketing: Going beyond the Essentialist Approaches," in *Handbook of Islamic Marketing*, Ö. Sandıkçı and G. Rice (eds.), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 484-501.

Sandıkçı, Ö. and Ger, G. (2010). Veiling in Style: How Does a Stigmatized Practice Become Fashionable?' *Journal of Consumer Research*, 37(1), 15-36.

Silver, A. (1990). Friendship in Commercial Society: Eighteenth-century Social Theory and Modern Sociology. *American Journal of Sociology*, 59(6), 1474-504.

Sirgy, M. Joseph (2008). "Ethics and Public Policy Implications of Research on Consumer Well-Being," *Journal of Public Policy & Marketing*, 27 (2), 207-212.

Sirgy, M. Joseph, Lee, Dong-Jin and Don R. Rahtz. (2007). "Research on Consumer Well-Being (CWB): Overview of the Field and Introduction to the Special Issue," *Journal of Macromarketing*, 27 (4), 341-49.

Sirgy, M. Joseph, Lee, Dong-Jin. (2006). "Macro Measures of Consumer Well-Being (CWB): A Critical Analysis," *Journal of Macromarketing*, 26 (1), 27-44.

Soroush, A. (2000). *Reason, Freedom, and Democracy in Islam*. Ed. Mahmoud Sadri and Ahmad Sadri. Oxford: Oxford University Press.

Süerdem, A. (2013). Yes my name is Ahmet, but please don't target me. Islamic marketing: Marketing Islam™? *Marketing Theory*, 13(4), 485-495.

Temporal, P. (2011). *Islamic Branding and Marketing: Creating a Global Islamic Business*. Singapore: John Wiley & Sons.

Wilson, J. and Liu, J. (2010). Shaping the Halal into a brand. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107-23.

İslami Bankalar Mevduat Disiplinine Tabi Midir?*

Giriş

Elli yıl önce Nil Deltası'ndaki bir mikro-kredi kurumu olarak yapılan mütevazı başlangıçtan sonra, İslami bankacılık takdir gören bir ana akım endüstri hâline gelmiştir ve hâlâ ileriye dönük büyük çaplı bir potansiyel taşımaktadır. İran ve Sudan gibi birkaç ülkede tüm bankacılık sistemi İslami kurallara göre işlerken; Bangladeş, Mısır, Malezya ve Türkiye gibi birçok diğer ülkede, İslami iktisadi kurumlar geleneksel yapıdaki bankalarla yan yana işlemektedir. İslami bankalar yalnızca Müslüman nüfusun çoğunlukta olduğu ülkelerle sınırlı kalmamıştır ve uluslararası sahada gittikçe daha fazla kabul görmektedir. Örneğin, Ağustos 2004'te Britanya İslam Bankası (IBB), Müslümanların çoğunluğu oluşturmadığı bir ülkede ilk tam teşekküllü İslami banka olarak kurulmuştur. Ayrıca, İslami ürünler için artmakta olan talebi karşılamak adına, çeşitli uluslararası büyük bankalar (örn. Citibank, Deutsche Bank, HSBC ve BNP Paribas) İslami pencereler ya da ticaret birimleri oluşturmuşlardır. Ernst ve Young'dan (2012) edinilen son rakamlara bakılırsa İslami iktisat faaliyetleri yılda %

* İngilizce'den çeviren Gülnihal Kafa.

10-20 arasında bir büyüme göstermekte ve İslami finansal varlıkların 2011'deki kümülatif değeri, 1,3 trilyon doları aşmaktadır.

İslami bankacılık sistemi ile ana akım sistem arasında son derece kilit farklılıklar söz konusudur çünkü İslam'da faiz (*riba*) yasaklanmıştır; yani bankaların mevduatlar üzerinde önceden belirlenmiş faiz oranları sunmalarına ya da krediler ve ipotekler üzerinden faiz almalarına izin verilmemektedir. Şeriat yani İslam dininin kanunları çerçevesinde, İslami bankacılık modelleri, genellikle *mudabarah* (kâr ortaklığı) ve *musharaka* (ortak teşebbüs) sözleşmeleri üzerinden uygulanan kâr ve zarar ortaklığı (KZO) mekanizması üzerine inşa edilmiştir. KZO yaklaşımında bankanın mal varlığı ve sorumlulukları, borçluların elde edilen kâr ve zararı banka ile paylaşması, bunun karşılığında bankanın da kâr ve zararı mudilerle paylaşması yoluyla dengelenmiştir. İslami bankacılığın savunucuları, öz sermaye finansmanına yapılan bu vurgu göz önüne alındığında, İslami bankaların kaldırıcı yapısının mali sistemin istikrarına katkıda bulunduğunu öne sürmektedirler (Ebrahim & Safadi, 1995; Iqbal, 1997; Khan & Mirakhor, 1989). Čihák ve Hesse (2010), Hasan ve Dridi (2011) ve Beck ve arkadaşları (2013), İslami bankaların gerçekten de ana akım bankalardan daha istikrarlı olduğuna dair deneysel kanıtlar sunmaktadırlar. İslami finans, borç yerine yatırımcının kazancının çeşitlendirilmiş varlıklardan oluşan bir havuzun kâr ve zararına bağlandığı varlığa dayalı finansal araçları incelemektedir. Ayrıca Chapra (1992) ile Mills ve Presley (1999), kâr ve zarar ortaklığı yaklaşımının risk-ortaklığı özelliğinin daha iyi risk getiri profilleri ortaya çıkarması dolayısıyla, İslami bankacılık sisteminin İslami bankaların projelere daha uzun vade bazında yatırım yapmasına olanak sağlayarak uzun vadeli büyümeyi teşvik ettiğini iddia etmektedir. Birikimlerin ve yatırım mevduatlarının hisse-benzeri yapıları göz önünde bulundurulduğunda, İslami bankaların piyasa disiplinine daha fazla tabi olduğuna dair güçlü iddialar öne sürülmüştür (Beck et al., 2013; El-Hawary et al., 2004; Errico & Farahbaksh, 1998). Diğer bir deyişle, 'yarı-his-

sedarlar' olarak İslami banka mudileri, aşırı risk alma davranışlarından kaçınmak adına yönetim üzerinde kontrol sahibi olmak için daha fazla nedene sahiptir. Ancak şaşırtıcıdır ki İslami bankacılık piyasasındaki piyasa disiplini inceleyen hiçbir deneysel çalışma söz konusu değildir. Bu makalenin amacı, İslami banka mudilerinin, bankalarını takip edebildikleri ve denetleyebildikleri varsayımını test etmektir.

Piyasa disiplininin ardındaki motivasyon, düzenleyici bir disiplinin sağlanması ve daha güvenli ve daha verimli bir bankacılık sisteminin teşvik edilmesidir. Bankacılık uygulamalarının gittikçe artan karmaşıklığı ve daha piyasa-bazlı bir bankacılığa doğru giden hareket, sonrasında gelen Basel reformlarının neden piyasa baskısının rolünü gittikçe daha fazla vurguladığına dair bir açıklama sunmaktadır. Piyasa disiplini, mudilerin ya da diğer alacaklıların bankaları göreceli performanslarına göre ödüllendirdikleri ya da cezalandırdıkları bir duruma gönderme yapmaktadır. Piyasa disiplini teorisi, aşırı bir risk alma durumu söz konusu olduğunda, mudilerin kendi mevduatlarına karşılık daha fazla hasılat talep edeceklerini ya da fonlarını geri çekeceklerini öngörmektedir. Bu piyasa disiplini mekanizması, prensipte banka yükümlülüklerindeki fiyatların ve miktarların duruma göre ayarlanmasını beraberinde getirecek ve dolayısıyla bu da banka yönetimini kaynak bulabilmek için daha az risk alma zorlayacaktır (Flannery, 1998; Martinez Peria & Schmukler 2001; Park & Peristani, 1995).

Ana akım bankalar için piyasa denetimi süreci literatürde detaylı olarak belgelenmiş ve ifade edilmiştir. Bu kanıtların çoğu olgunlaşmış ve daha şeffaf geleneksel bankacılık piyasalarının olduğu ülkelerden elde edilmiştir. Denetim çabalarının bir bütünlücisi olarak özellikle de tamamen sigorta edilmiş mevduatlar açısından, hem fiyat hem de miktar boyutlarının önemli bir rol oynadığı gösterilmiştir. Nier ve Baumann (2003) otuz iki OECD ülkesindeki bankalardan örnek bir grubu kullanarak, daha riskli bankaların daha büyük bir sermaye

tamponu kullandığını, bunun da diğer olgunlaşmış kurumsal düzenlerde piyasa denetiminin varlığını doğruladığını ortaya koymuşlardır. Sironi (2003), ikincil senetlerin duyarlılığını ve tahvillerin yayılmasını değerlendirmeye alır ve yatırımcıların özel Avrupa bankaları üzerinde piyasa disiplini uyguladığı sonucuna ulaşır. Demirgüç-Kunt ve Huizinga (2004), hem OECD hem de gelişmekte olan ülkelerden elde ettikleri verileri kullanarak sermaye oranındaki artışın mevduat büyümesinde bir artışa ve mevduat oranlarında bir düşüşe neden olduğu yani temel etkinin mevduat arz eğrisinde sağa doğru bir kayma olduğu sonucuna ulaşır.

Her ne kadar İslami finans literatüründe piyasa denetiminin önemine vurgu yapılsa da bir kâr ve zarar ortaklığı düzenlemesinde denetimin hangi mekanizmalar üzerinden yapıldığına dair hâlâ çok az şey bilinmektedir. Makalede özellikle, banka ile çok sayıdaki yatırımcıdan biri olarak, kârın ve zararın karşılıklı mutabık kalınmış bir oran üzerinden paylaşılması üzerine kurulu bir ortaklığı içeren *muradaba* sözleşmesine odaklanılmaktadır. Bu finansman şekli; yatırım hesapları ve önceden belirlenmiş faiz oranlarına dayanmak yerine bir kâr oranı önerisinde bulunan mevduatları ile bankanın mevduat yönünde ortaya çıkmaktadır. Aslına bakılırsa bir İslami mevduat sözleşmesi, ne borç ne de hisse tazminatı içermektedir. Bu da ilave aktörlerin çatışmaları sorununu ortaya çıkarmaktadır. Her ne kadar bu çerçevede mudiler bankaların nakit akışları için banka alıcılarından bakiye müddeilerine dönseler de hissedarların sahip oldukları kontrol haklarına sahip değildirler ve nakit akış hakları kontrol yatırımcılarının hakları ile örtüşmemektedir. Aktör problemleri yalnızca mülkiyetin ve kontrolün hissedarlar için ayrılmasından değil (Berle & Means, 1932; Fama & Jensen, 1983; Jensen & Meckling, 1976) nakit akışı ve kontrol haklarının mudiler için ayrılmasından da kaynaklanmaktadır (Safieddine, 2009). Shleifer ve Vishny'e (1988, 1997) göre büyük hissedarlar, denetleme yaptırımları uygulamak ve ölçülü bir şekilde çalışmaları ve dolay-

sıyla başarısızlıklardan kaçınmaları için yönetime baskı yapmak noktasında atomistik hissedarlardan daha fazla motivasyona sahiptir. Ancak yine de mudiler -ellerindeki bilgiler kötü bir şirket manzarası sunduğu zaman mevduatlarını geri çekme güçleri sayesinde banka yönetimi üzerinde baskı kurabilirler. Bu düşünce şekli, ayrık büyük hissedarların firma yönetimi üzerindeki denetleyici davranışlarını öngören kurumsal finansmana dair son dönem teorik modellere de uyabilir. Bu davranış, firmanın temel değerini yakından yansıtan bir hisse bedeli ortaya çıkaran ve yönetime firmadaki hisse faizleri üzerinden zarar veren bir çıkış stratejisini içermektedir (Admati & Pfleiderer, 2009; Edmans, 2009; Edmans & Manso, 2011).

Bu makale, en azından iki noktada orijinaldir. Çalışmada öncelikle, İslami banka mudilerinin mevduatlarını geri çekerek riskli bankaları disipline edip etmedikleri incelenmektedir. İkinci olarak bu makale, İslami bankalar bağlamında mevduat sigorta reformları ve piyasa disiplini arasındaki ilişkiye dair deneysel kanıtları ortaya koymaya çalışmaktadır. Ulaştığımız sonuçlar İslami banka mudilerinin bankalarını sermaye oranı üzerinden denetlediklerini; yani daha düşük sermayeye sahip olan bankaların daha yavaş bir mevduat büyümesi ortaya koyduklarını göstermektedir. Ancak sermaye oranının fiyat disiplini için kullanıldığı sonucuna ulaşılmamıştır. Aynı zamanda Aralık 2005'te yapılan ve İslami mevduat sigortası fonlarının Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na aktarıldığı mevduat sigortası reformunun mudilerin de daha ihtiyatlı olmasına yol açtığı görülmüştür.

Bu makale şu şekilde düzenlenmiştir: İkinci bölümde, Türkiye'deki İslami bankacılık sektörüne genel bir bakış sunulmaktadır. Üçüncü bölümde, analiz için kullanılan veriler ve deneysel yöntem takdim edilmektedir. Dördüncü bölümde, temel modelimizin değerlendirme sonuçları ve bu sonuçlar hakkındaki yorumumuz ortaya konulmaktadır. Beşinci bölümde, mevduat sigortası reformunun mudi denetimini etkileyip etkilemediği test edilmektedir. Son bölüm ise nihai değerlendirmeleri içermektedir.

Türkiye’de İslami Bankalar

İslami finans endüstrisinin dünya çağındaki büyümesiyle paralel bir şekilde, Türkiye’deki İslami bankalar da büyümeye ve yeni müşterileri kendilerine çekmeye başlamıştır. Faizsiz bankalar uzun zamandır Türkiye’de varlığını devam ettirmektedir ve ilk kez, Körfez Devletlerinden gelecek dolaysız yabancı yatırımları çekebilmek için Türkiye Cumhuriyeti’nin eski başbakan ve cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın yönetimindeki hükümet tarafından uygulanan planın bir parçası olarak, 1985 yılında yasal hâle gelmiştir. İslami finansal kurumları Türkiye’de işlemekte olan ana akım bankalardan ayırt etmek için bu kurumlara ‘özel finans kurumu’ statüsü verilmiştir. İslam’a uyumlu finansal kurumlar olmalarına rağmen onlara bu isim verilerek politik yapının ideolojik hassasiyetlerinin rahatsız edilmemesi için İslami görüntüleri yumuşatılmaya amaçlanmıştır. Bu kurumlar geleneksel bankalarla aynı statüye sahip değillerdi; Mevduat Sigorta Fonu onların mevduatlarını kapsamıyordu ve devlet tahvillerine yatırım yapamıyorlardı. İslami finans ilk kez Bahreyn-merkezli 1985’te Al-Baraka Türk ve Saudi merkezli Faisal Finans ile sahneye adım atmış, 1989’da Kuveyt merkezli Kuveyt Türk çalışmalarına başlamıştır. Sonrasında, özel finans kurumları yerli sermaye ile de borç vermeye başlamıştır: Anadolu Finans (1991), İhlas Finans (1995) ve Asya Finans (1996) bunlar arasındadır (İslami bankacılık sektörünün Türkiye’deki geçirdiği aşamalara dair genel bir bakış için bk. Aysan vd., 2013a).

Kayıp on yıl olarak da bilinen 1990’larda, Türkiye ekonomisi geniş çaplı ve dengesiz uluslararası sermaye akışından kaynaklanan ciddi aksaklıklardan dolayı sıkıntılı bir dönem geçirmiştir. İlk nahoş deneyim, 1991’deki Körfez Savaşı ile birlikte yaşanmış; bu durum sermaye akışının geriye dönmesine ve bankaların Türkiye’nin Irak ile yakınlığı yüzünden zor dönemler geçirmesine neden olmuş ve ilk büyük banka iflası yaşanmıştır. Her ne kadar bankacılık sektörü 1994’teki krizini çabucak atlatsa da Türkiye’de

ekonomi ciddi fırtınalarla karşılaşmaya devam etmiştir. Yeni oluşan benzer piyasalardaki (1995'te Meksika'da, 1997'de Uzak Doğu'da, 1998'de Rusya'da ve 1999'da Brezilya'da) siyasal istikrarsızlıklar, parasal zorluklar, kronik ve yüksek enflasyon ile finansal kargaşa, Türkiye ekonomisine de ağır baskı yapmaya devam etmiş ve bu da en nihayetinde 2001 yılında benzeri görülmemiş bir bankacılık kriziyle sonuçlanmıştır. 2001 krizinin artçı sarsıntılarıyla, geleneksel bankaların sayısı çok keskin bir şekilde 50'den 33'e düşmüştür. Mali kriz yalnızca geleneksel bankaları değil aynı zamanda özel finans kurumlarını da etkilemiştir. İhlas Finans 2001'de iflas davası açmış, Türk holding şirketi Ülker 2000'de Fa- isal Finans'ı satın almış ve ismini Family Finans olarak değiştirmiştir. Anadolu Finans ile Family Finans 2005'te Türkiye Finans adıyla birleşmiştir. Bütün bunlardan sonra bugün Türkiye'de faaliyet göstermekte olan şeriat-uyumlu bankaların sayısı dörtttür.

2001 krizi Türkiye'nin finansal sisteminin yeniden iyileştirilmesine yol açmış ve Meclis, bütün bankacılık sistemini denetlemek amacıyla yeni bir yasa geçirmiştir (Bankacılık Kanunu No. 4389). Bu yasa altında, özel finans kurumları geleneksel bankalar ile aynı düzenlemelere tabi olacak şekilde bir çatı altında toplanmıştır. İhlas Finans'ın çöküşünden sonra ve ekonomik fırtınanın bir sonucu olarak hükûmet mudilerin güvenliğini kazanabilmek için bir İslami mevduat sigortası tasarısı oluşturmuştur. İslami mevduat sigortası projesi her bankadaki her bir mevduat mülkiyeti için 50,000 \$'a kadar sigorta sağlarken geleneksel sigortalar o dönemde limitsiz bir miktar sağlamaktadır. Dahası, hükûmet tarafından yönetilen geleneksel sistemin aksine İslami mevduat sigortası sistemi (IMSS), 'Özel Finans Kurumları Birliği' tarafından idare edilmektedir. Tüm lisanslı İslami bankalar için bu birliğe katılmak bir zorunluluktur. Ancak Aralık 2005'te, 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'nun kabulü üzerine, ikili mevduat sigortası sistemi revize edilmiş ve İslami mevduat sigortası fonlarının yönetimi Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF)

aktarılmıştır. Eşit derecede önemli bir başka gelişme, Bankacılık Kanunu'nda yapılan sonraki düzenlemeler ile 'özel finans kurumlarının' isminin 'katılım bankası' olarak değiştirilmesidir. Bu onların finansal sistem ile tamamen bütünleşmesini sağlamıştır.

Tablo 1.

Türk katılım bankalarının temel rakamsal verileri

	Aralık 2005 (bin TL)	2001 ile 2005 arasındaki büyüme (%)	Aralık 2002 (bin TL)	2005 ile 2012 arasındaki büyüme (%)	2001 bankacılık sektörüyle kıyaslama (%)	2005 bankacılık sektörüyle kıyaslama (%)	2012 bankacılık sektörüyle kıyaslama (%)
Krediler	6.473.627	504	47.961.193	641	2,95	4,23	6,24
Toplanan Fonlar	8.369.155	336	47.921.101	473	1,15	3,30	6,22
Toplam Varlıklar	9.945.428	320	70.279.383	607	1,42	2,51	5,41
Hissedar Hisse Senetlerinin Toplamı	951.090	367	7.376.806	676	2,09	1,77	4,23

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği, Türkiye Katılım Bankaları Birliği, yazarların kendi hesaplamaları. Bankacılık sektörünün hem geleneksel bankaları hem de yatırım bankalarını kapsadığını dikkate alınız.

Katılım bankacılığı, devletin laik geleneğinden dolayı Türkiye'deki finans sektörünün büyük bir kısmını oluşturmamaktadır. Ancak hem görünüşte hem de gerçekte gittikçe daha fazla bankalara benzer hâle geldikleri için hem mudiler hem de yatırımcılar arasında aşama aşama kabul görmüşlerdir. Ayrıca, 2001 krizinden sonra yönetimde olan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) İslami finansın yolunu açmıştır. Tablo 1'de de gösterildiği üzere bu sektör, yavaş ancak emin adımlarla hatta 2005'teki

Bankacılık Kanunu'ndan sonra daha da göze çarpar bir şekilde, finansal sektörün hem kredi hem de mevduat kısımlarında pazar payını artırmayı başarmıştır.

Deneyssel Metodoloji

Veri

Özgün veri tabanımız, Türkiye'de Ocak 2001'den Ocak 2013'e kadar faaliyet gösteren tüm katılım bankalarının aylık bilanço tabloları ve gelir tabloları bilgilerini ihtiva etmektedir. Ele aldığımız dönemde birleşmiş olan iki İslami bankanın mali hesaplarının geçmiş kayıtlarını da bir araya getirdiğimiz için elimizde dört bankadan oluşan dengelenmiş bir tablo bulunmaktadır. Anadolu Finans Aralık 2005'te Family Finans'ı bünyesine kattığı için bu iki kurumun önceki dönemlere ait ayrı hesaplarını veri kümesinde birbirine ekledik ve tek bir bankanın hesapları olarak sunduk. Bu sürecin altındaki gerekçe, bu bankaların birleşme tarihinin mevduat sigortası sisteminde yapılan reformla tam olarak aynı tarihe denk gelmesidir. Ayrıca, Endonezya bankacılık endüstrisinde piyasa disiplini üzerine yaptıkları analizlerinde, sonuçların düzenleyici reformların etkisini yansıttığından emin olmak adına dengelenmiş bir tablo geliştirmeyi benimseyen Hadad ve arkadaşlarına (2011) atıfta bulunmaktadır. Bizim metodolojik yaklaşımımız, hem mevduat oranındaki hem de mevduat büyümesindeki gerilemelerden elde edilen kanıtları kullanarak piyasa disiplininin var olup olmadığını anlamak ve mevduat sigortası reformundaki bir değişikliğin piyasa disiplini etkileyip etkilemediği sorusunu ele almaktır.

Mudi Disiplini İçin Bir Model

Türk katılım bankacılığı sektöründe mudi disiplininin var olup olmadığı, banka ilkeleri, mevduat kapasitesi tepkisi ve mevduatların kârlılığı ile bağdaştırılarak incelenmektedir. Mudi di-

siplini, bankalar göreceli olarak riskli bir durumda kaldığı zaman fonlarını geri çekmeleri durumunda ortaya çıkacaktır. Geleneksel bankalar için, mevduat-arz eğrisinde yukarı doğru bir kayış olacağı, yani banka dışı doğru mevduat akışı ve yükselen mevduat oranları ile karşı karşıya kalacağından, piyasa disiplini mekanizmasının işleyeceği ileri sürülmüştür. İslami bankalar için mevduat gelirleri prensipte İslami bankanın risk profilini yansıtmalıdır. Bu da mevduat fiyatlarının ve miktarlarının tepkisinin neden önemli olduğunu açıklamaktadır; çünkü yalnızca böyle birleşmiş bir bilgi mudi disiplininin taleplerdeki kayışlardan ve düzenleyici şoklardan ayırt edilmesini sağlayacaktır (bk. diğerleri arasından Dişli vd., 2013; Ioannidou & de Dreu, 2006; Karas et al., 2010; Martinez Peria & Schmukler, 2001; Park, 1995).

Dolayısıyla ele aldığımız örnekte bir pazar disiplininin sözkonusu olup olmadığını incelemek için aşağıdaki indirgenmiş-biçimdeki denklemler hesaplanmaktadır ve bunlar üzerinden bankaların aldıkları riskler karşısında sırasıyla mevduatların tepkisi (Denklem 1) ve mevduatların geliri (Denklem 2) ölçülmektedir:

$$DEPG_{i,t} = \alpha_1 + \alpha_t + \alpha_1 \text{ Risk}_{i,t-3} + \alpha_2 \text{ Controls}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$RDEP_{i,t} = \beta_1 + \beta_t + \beta_1 \text{ Risk}_{i,t-3} + \beta_2 \text{ Controls}_{i,t} + \mu_{i,t} \quad (2)$$

Bağımlı değişkenler, piyasa disiplininin geleneksel ölçüleridir. DEPG mevduatların üç aylık hareketli ortalamasının logaritmasının üç aylık farkı, RDEP de İslami mevduatların dâhilî üç aylık hareketli ortalama kârlılığıdır. İslami mevduatların kârlılığı ile geleneksel mevduatların kârlılığı arasındaki temel farklılık, ilkinin öngörülmüş ancak önceden üzerinde bir anlaşmaya varılmamış olması, ikincisinin ise önceden belirlenmiş olmasıdır. Tablo 2, bağımlı değişkenlerin, banka ilkelerinin ve banka kontrollerinin 2001:01 ve 2013:01 arasındaki örnek dönemdeki sayısal ölçümlerini özetleyen istatistikleri içermektedir. Bankalar arasında ve zaman içerisinde üç aylık hareketli ortalamalarındaki değişikliklerin ortalamasının pozitif olduğu (% 8) ve mevduatla-

rın üç aylık hareketli ortalama kârlılığının ortalamasının banka-
cılık sektörünün tarihsel olarak ortalama % 1,8 ödeme yaptığıını
ortaya koyduğu görülmektedir. Mevduatların kârlılığının nega-
tif olmayan minimum değeri, pratikte yatırım hesaplarının kâr-
lılığında kayda değer bir düzleşme olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.

Özet İstatistikler

	Tanım	Ortalama	Std. Sap.	Min	Max
Tepki Değişkenleri					
Depg	Mevduatların Üç Aylık Hareketli Ortalamasının Logaritmasının Üç Aylık Farkı	0,0800	0,0553	-0,0202	0,2497
Rdep	İslami Mevduatların Dâhilî Üç Aylık Hareketli Ortalama Karlılığı	0,0182	0,0047	0,0103	0,0283
Banka Risk Değişkenleri					
Hisse Senedi	Hisse Senedinin Defter Değerinin Toplam Varlığa Oranı	0,1108	0,0258	0,0489	0,1648
Vk	Vergiler Toplam Varlığa Bölündükten Sonra Hissedarların Karı	0,0095	0,0129	-0,0400	0,0337
Batık Krediler	Takip Altındaki Kredilerin Brüt Kredilere Oranı	0,0403	0,0527	0,0013	0,2424
Banka Kontrolleri					
Bağılantılı Bankacılık	Banka Personelinin Toplam Sayısının Toplam Varlığa Oranı (Milyon TL Cinsinden)	0,5635	0,3557	0,2027	2,4950
Banka Yaşı	Bankanın Var Olduğu Ayların Sayısının Doğal Logaritması	5,2743	0,3252	4,2905	5,8201
Büyükklük	Toplam Varlıkların Doğal Logaritması (Milyon TL Cinsinden)	8,0570	1,1318	5,3776	10,0013

Literatürle uyumlu olarak risk açıkça gözlemlenebilen banka-spesifik risk niteliklerinin bir vektörünü temsil etmektedir (Martinez Peria & Schmukler 2001; Park & Peristiani, 1998). Bu vektör, bilanço tabloları ve gelir tablosu bilgilerinin yayınlanması ertelendiği için üç aylık gecikmeleri içermektedir. Ayrıca bu gecikmeli yapı, bizim içsellik noktasındaki kaygılarımızın hafifletilmesine yardımcı olmaktadır. Mevduat büyüme denklemi için piyasa disiplininin söz konusu olduğuna dair kanıtlar banka risk değişkenlerinin hesaplanan katsayıları negatif bir ilişkiyi belirttiği zaman (yani, $\alpha_1 < 0$) ortaya çıkmaktadır. *Hisse senedi*-değişkeni, hisse senedinin defter değerinin toplam varlıklara oranıdır ve dışarıdakileri bankanın ödeme gücü hakkında bilgilendirmektedir. Bu değişkenin banka riski değişkeni ile ters orantılı bir ilişkisi vardır ve dolayısıyla mevduatlardaki büyüme ile arasında pozitif bir ilişki olması beklenmektedir. Tablo 2'deki özet istatistik bilgileri, örneklemimizde ortalama sermaye oranının % 11 olduğunu göstermektedir. *Batık krediler*-değişkeni takip altındaki kredilerin brüt kredilere oranı olarak tanımlanmıştır ve dolayısıyla daha riskli bir varlık yönetimi stratejisini temsil etmektedir. Yüksek bir donuk kredi oranı daha yüksek bir kredi riski ile bağdaştırılacağından diğer her şey aynı olduğu sürece bu oranın mevduat büyümesinde negatif bir etkiye sahip olması beklenmektedir. *Varlıkların kârlılığı* (VK) hissedarların vergiler toplam varlığa bölündükten sonraki kârı olarak hesaplanmıştır ve yönetimin bankanın varlıklarını kullanarak kâr sağlayabilme yetisini temsil etmektedir. Tüm diğer unsurlar sabitken bu oranın mevduat büyümesi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olması beklenmektedir. Burada İslami bankacılığın doğası gereği, risk-vektörü ile mevduatların kârlılığı tepki değişkeni (RDEP) arasında bir bağlantı olmaması gerektiği hipotezi öne sürülmektedir. Bağımlı ve banka riski değişkenleri, aşırı değerlerin aşırı etkilerini yumuşatmak amacıyla, her iki uçta da % 2 seviyesinde vinsorize edilmektedir. Hata terimleri olan $\varepsilon_{i,t}$ ve $\mu_{i,t}$, sıfır ortalama ve $\sigma^2_{i,t}$ olarak ifade edilen standart sapma ile bağımsız bir şekilde dağılmıştır. Son çalışmaların izinden gidilerek bankalar

arasındaki gözlemlenemeyen heterojenliği kontrol etmek için bankaya bağlı etkiler, yani miktar tepkisi için α_i ve fiyat tepkisi için β_i , kullanılarak bir model belirlenmiştir. Bir birim içerisindeki potansiyel olarak değişken varyanslı ya da potansiyel olarak bağımlı hata terimleri kontrol etmek için değişken varyanslı ve ardışık bağımlılığa tutarlı standart hatalar belirlenmiştir. Ayrıca, tüm tanımlamalarda, makroekonomik dalgalanmalar, verilerin zaman boyutunu hesaba katmak, mevduatların kârlılığını (yani, β_i) ve mevduatlardaki büyümeyi (yani, α_i) etkileyebilecek muhtemel eğilimleri yansıtabilmek için aylık zamana bağlı etkilere dâhil edilmektedir.

Kontrol değişkenleri, mudi disiplini üzerine yapılan geçmiş çalışmalar temel alınarak seçilmiştir (örn., Dişli vd., 2013; Park & Peristiani, 1995). *Bağdaştırmalı bankacılık* değişkeni, bankanın toplam personel sayısının toplam varlığa oranı olarak hesaplanmaktadır ve banka hizmet kalitesinin bir ölçütü olarak kullanılmıştır. Bankanın varlığını devam ettirdiği ayların doğal logaritması (*banka yaşı*) kurumsal olgunluğun bir göstergesi olarak dâhil edilirken bankanın yaşının doğal logaritmasının karesi (*banka yaşı-kare*), yaş ile mevduat (ya da mevduat kârlılığının) büyümesi arasındaki ilişkilerdeki doğrusalsızlıkları yansıtmak amacıyla kullanılmıştır. Toplam varlığın doğal logaritması alınarak hesaplanan *büyüklik* değişkeni, mudilerin daha büyük Türk bankalarının daha güvenli olduğunu düşünmeleri ihtimalini de hesaba katmak amacı ile kullanılmıştır.

Değerlendirme Sonuçları

Daha Riskli Olan İslami Bankalar Daha Az Mevduat mı Topluyorlar?

Mudilerin Türkiye Cumhuriyeti'ndeki İslami bankaların temerrüt riskine verdikleri tepkinin hesaplanabilmesi için kesitsel zaman serisi verileri kullanılarak banka ve zamana bağlı etkilerin regresyonu işletilmektedir. Daha önceki çalışmalar, mevduat

pazarındaki denetimin neden genellikle miktar ayarlaması üzerinden işleyeceğini göstermektedir (riskli bankaların daha az mevduat toplayabildiğine dair teori ve deneysel kanıtlar için bk. Calomiris & Kahn, 1991; Gorton & Pennacchi, 1990). Tablo 3'te mevduat büyümesi denkleminin (yani Denklem 1'in) sonuçları ortaya konulmaktadır. İlk üç sütunda, banka risk değişkenleri ayrı ayrı hesaplanırken 4. sütunda bunların birleştirilmiş hesaplamaları gösterilmektedir. Öncelikli amaç, mevduat büyümesi üzerinde etkisi olan banka ilkelerinin belirlenmesidir. Miktar denklemi üzerinden elde ettiğimiz sonuçlar, sermaye oranının mudi disiplininin varlığı ile ilgili en tatmin edici kanıtları verdiğini, kalan iki risk değişkenlerinin ise (batık krediler ve varlıkların kârlılığı), mevduat arz eğrisinde bir kaymaya sebep olma noktasında başarısız olduğunu ortaya koymaktadır.

En nihayetinde, sermaye oranının mudilerin bankalarını denetlemesine dair bir ölçüm için en uygun ölçüt olduğu anlaşılmaktadır. Bankanın varlıklarının değeri düştüğü zaman sermayenin güvenli bir minder işlevi gördüğünü göz önünde bulundurursak bu pek şaşırtıcı değildir; bir banka, kayıpları kendi sermayesini aşmadığı sürece mudilerine karşı sorumluluklarını yerine getirmeyi başaracaktır (Marcus, 1983). Bunun sonucu olarak sermaye oranı, pazar disiplini çalışmalarında banka kalitesi için diğer ölçütlerden daha belirleyici bir etmen olarak tanımlanmıştır (örn., Dişli vd., 2013; Hannan & Hanweck, 1988; Martinez Peria & Schmukler, 2001; Park & Peristiani, 1998).

Bu modelde yer verilen bankaya özel kontrol değişkenlerinin çoğu, mevduat büyüme denklemlerine kayda değer bir şekilde girmemiştir. Hem bankaya hem de zamana bağlı etkilerin kullanılmasının bir muhtemel sonucu olarak ve regresyon analizlerinde yalnızca dört bankanın kullanılmış olmasından dolayı, açıklayıcı değişkenlerin asli bir çeşitlilik göstermemesi ve bunun istatistiksel olarak anlamı olmayan katsayıların hesaplanmasına sebep olması olası bir problemdir. Gerçekten de bağdaştırmalı bankacılık için kullanılan terimin katsayısı pozitif çıkmakla bir-

likte, miktar denklemi için anlamlı değildir. Sonuçlar aynı zamanda, *banka yaşı* negatif bir etkiye sahipken, *banka yaşı-karesi* pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ancak her iki katsayı da % 10 seviyesinde anlamlı değildir. Tablo 3, mevduatların elde edilmesinde daha büyük İslami bankaların daha fazla avantaja sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.

Mevduat Büyüme Denklemi Üzerinden Piyasa Disiplininin Varlığının Test Edilmesi

	Depg	Depg	Depg	Depg	Depg
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Hisse Senedi	***0.3634			***0.3419	-0.0818
	(0.031)			(0.055)	(0.202)
Vk		0.4674		0.3528	0.9063
		(1.028)		(0.983)	(1.103)
Batık Krediler			0.0519	0.0489	0.0983
			(0.128)	(0.108)	(0.148)
Hisse Senedi × Reform					**1.0762
					(0.320)
Vk × Reform					-2.6122
					(1.162)
Batık Krediler X Reform					-0.0364
					(0.852)
Bağdaştırmalı Bankacılık	0.0713	0.1034	0.0802	0.0826	0.1111
	(0.053)	(0.060)	(0.051)	(0.067)	(0.060)
Banka Büyüklüğü	*0.0803	**0.0762	**0.0813	**0.0817	**0.0930
	(0.027)	(0.020)	(0.018)	(0.019)	(0.016)
Banka Yaşı	-1.2528	-0.8766	-0.9612	-1.4618	-0.9088
	(1.191)	(1.390)	(1.660)	(1.412)	(1.569)
Banka Yaşının Karesi	0.1030	0.0727	0.0755	0.1294	0.0610
	(0.149)	(0.174)	(0.200)	(0.174)	(0.198)
Bankaya Bağlı Etkiler	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Zamana Bağlı Etkiler	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Gözlemler	560	560	560	560	560
R-Kare	0.762	0.755	0.753	0.764	0.787

Dayanıklı standart hatalar parantez içerisinde. *, **, *** sırasıyla yüzde 10, 5 ve 1 seviyelerinde istatistiksel olarak önemlidir. DEPG: Mevduatların üç aylık hareketli ortalamasının logaritmasının üç aylık farkı. Hisse Senedi: Hisse senedinin defter değerinin toplam varlığa oranı. VK: Vergiler toplam değerlere bölündükten sonra hissedarların kârı. Batık Kredi: Takip altındaki kredilerin brüt kredilere oranı. Bağdaştırmalı Bankacılık: Banka personelinin toplam sayısının toplam varlığa oranı (milyon TL cinsinden). Banka Yaşı: Bankanın varlığını sürdürdüğü ayların sayısının doğal logaritması. Reform: İslami mevduat sigortası (Aralık 2005'te) tasarruf mevduatı sigorta fonunun bünyesine dâhil edildikten sonraki dönemde 1'e, diğer durumda ise 0'a eşit olan etkisiz değişken.

Daha Riskli İslami Bankalar Mevduatlar İçin Daha Yüksek Kâr Ödüyorlar Mı?

Konu üzerinde yapılan çok sayıdaki araştırma, geleneksel bankalar için borç maliyeti finansının temerrüt riski hakkında doğru bilgi içerdiğini gösteren kanıtlar ortaya koymaktadır. Bu da mudiler ya da tahvil sahipleri gibi yatırımcıların risk alımına karşı isteksiz bir davranış gösterdikleri ve addettikleri riskler için yeterli bir risk primi talep ettikleri anlamına gelmektedir. Ücret disiplini üzerinden pazar denetimine dair daha önce elde edilen kanıtlar, çoğunlukla ABD tarafından yönlendirilmektedir. Diğerleri arasından mevduat sertifikası (MS) pazarındaki denetim için (bk. Ellis & Flannery, 1992; Hannan & Hanweck, 1986), tali senetler pazarındaki denetim için (bk. Flannery & Sorescu, 1996), bono pazarındaki denetim için (bk. Jagtiani & Lemieux, 2001) ve gecelik bankalar arası pazarındaki denetim için (bk. Furfine, 2001). Ancak gelişmekte olan pazar ekonomilerindeki pazar disiplini üzerine gittikçe artan sayıda araştırma yapılmaktadır. Bu araştırmaların çoğunluğu aynı anda hem ücret hem de miktar belirteçleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Jannidou ve Dreu (2006), pazar disiplini hipoteziyle uyumlu olarak Bolivya için banka ilkeleri ve mevduatların arzı ile mevduat oranları arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Latin Amerika'nın krizden etkilenmiş ülkeleri için Martinez Paria ve Schmukler (2001) riskli bankaların daha düşük mevduat büyümesi sergiledikleri ve mudilerine daha yüksek faiz oranları ile ödeme yaptıkları sonucuna ulaşmaktadırlar. Örneğin Karas ve arkadaşları (2010) ile

Dişli ve arkadaşlarının (2013) çalışmaları, sermaye bazlı mudi denetiminin sırasıyla Rusya ve Türkiye gibi diğer gelişmekte olan piyasalarda da söz konusu olduğunu göstermektedir.

Fiyat disiplini konsepti sezgisel olarak çekici gelse de mudilerin İslami bankalar bağlamında fiyat ayarlamalarına başvurabildiklerinden öncül olarak emin olunamamaktadır. Uygulamada, İslami mevduat sözleşmeleri geleneksel bankalardaki emsallerinden daha az şeffaftır ve kâr-paylaşımı oranı yönetimin sağduyusuna bağlıdır; bu da kısmen sektördeki rekabet eksikliğine bağlanmaktadır. İslami mevduatlar da dâhil İslami bankacılık ürünleri sıklıkla geleneksek faiz bazlı sektör ile kıyaslanmaktadır (konuyla ilgili kanıtlar için bk. Aggarwal & Yousef, 2000; Chong & Liu, 2009; Çevik & Charap, 2011; Khan, 2010). Bu tür bir uygulama İslami mudilerin farklı risk pozisyonlarını açık bir şekilde dikkate almamaktadır ve dolayısıyla İslami bankaların varlıklarının risk profilleri İslami mevduatların kârlılığına olması gerektiği gibi yansıtılamamaktadır (Nienhaus, 2007). İsteğe bağlı ihtiyat payları, özellikle yönetimin mudilere ayrılan kârın varlık portföyünün kârlılığıyla bağlantısını koparmasını sağlayan yumuşatma teknikleri kullanılarak geliştirilmiştir. Diğer bir deyişle, İslami bankacılık kısmında bir rekabet olmayan karışık bir bankacılık sisteminde, bilgilendirilmiş ama dindar görüşlü İslami mevduat sahipleri yüksek ihtimalle fiyatlandırma mekanizması üzerinden pazar denetimi uygulamak için gerekli olan pazarlık gücünden mahrum kalacaklardır. Tablo 4'te (yani Denklem 2), mevduat kârlılığı denkleminin sonuçları gösterilmektedir. İlk üç sütunda banka risk değişkenleri ayrı ayrı hesaplanırken 4. sütunda bunların birleştirilmiş hesaplamaları gösterilmektedir. Elde edilen sonuçlar, mevduat kârlılığının gerçekten de banka risklerine karşı hassas olmadığını göstermektedir. Aslına bakılırsa hissedarların kârlarının mevduat kârlılığını pozitif bir şekilde etkilediğini ve PLS ilkesini desteklediğini gösteren kanıtlar elde edilmiştir.

Bankaya özel kontrol değişkenleri için daha eski bankaların yatırımlarını ve borçlularını kontrol etmekte daha yüksek seviyede tecrübelerine sahip olmalarından ötürü mudilerine daha yüksek kâr payları önerdikleri gözlemlenmektedir. Ancak aynı zamanda bu değişkenin karesinin katsayısının negatif olduğu ve bunun, yaşın mevduat kârlılığındaki pozitif etkisinin azalan bir oranda arttığını gösterdiği gözlemlenmektedir. Her ne kadar *bağdaştırmalı bankacılık* değişkeni hem mevduat büyüme denkleminde (Tablo 3) hem de mevduat kârlılığı denkleminde (Tablo 4) beklenen yönde bir etkiye sebep olsa ve bu da mevduat kârlılığının düşük olduğu zamanlarda bankalar tarafından müşterilerine önerilen daha iyi hizmetlerin daha fazla mevduat çektiğini gösterse de konvansiyonel seviyelerde bir önem arz etmemektedir. Aynı zamanda büyüklük değişkeninin iki denklemde de pozitif bir işarete sahip olduğu görülmektedir ve bu da daha büyük bankaların daha fazla mevduat (Tablo 3) çekebilmek için kendi ölçek ekonomilerinden daha yüksek faiz oranları (Tablo 4) sunarak yararlandıklarını göstermektedir. Bu bulgu, Türkiye'deki İslami bankaların 2000 sonrası dönemde daha tekelci bir görünüm kazandığını gözlemleyen Aysan ve arkadaşları (2013b) tarafından elde edilen sonuçlarla uyumludur.

Tablo 4.

Mevduat Karlılığı Denklemi Üzerinden Piyasa Disiplininin Varlığının Test Edilmesi

	RDEP	RDEP	RDEP	RDEP	RDEP
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Hisse senedi	0.0101			0.0038	0.0118
	(0.011)			(0.007)	(0.012)
Varlıkların karlılığı		0.1003		*0.1071	*0.1313
		(0.044)		(0.034)	(0.046)
Batık Krediler			0.0153	0.0177	0.0187
			(0.019)	(0.016)	(0.016)
Hisse Senedi x Reform					-0.0062
					(0.021)
Varlıkların Karlılığı x Reform					-0.1311
					(0.065)
Batık Krediler x Reform					-0.0037
					(0.043)
Bağdaştırmalı bankacılık	-0.0021	0.0016	-0.0032	0.0003	0.0007
	(0.003)	(0.003)	(0.003)	(0.002)	(0.002)
Banka büyüklüğü	**0.0030	**0.0026	**0.0038	***0.0037	***0.0044
	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.000)
Banka yaşı	**0.5373	**0.5165	*0.5024	*0.4548	*0.4593
	(0.161)	(0.126)	(0.191)	(0.153)	(0.162)
Banka yaşının karesi	** -0.0647	** -0.0612	* -0.0611	* -0.0548	* -0.0556
	(0.020)	(0.016)	(0.023)	(0.018)	(0.019)
Bankaya bağlı etkiler	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Zamana bağlı etkiler	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Gözlemler	568	568	568	568	568
R-kare	0.803	0.815	0.808	0.824	0.828

Dayanıklı standart hatalar parantez içerisindedir. *, **, *** sırasıyla yüzde 10, 5 ve 1 seviyesinde istatistiksel olarak önemlidir. RDEP: İslami mevduatların dâhili üç aylık hareketli ortalama karlılığı. Hisse Senedi: Hisse senedinin defter değerinin toplam varlığa oranı. VK: Vergiler toplam değerlere bölündükten sonra hissedarların kârı. Batık Kredi: Takip altındaki kredilerin brüt kredilere oranı. Bağdaştırmalı Bankacılık: Banka personelinin toplam sayısının toplam varlığa oranı (milyon TL cinsinden). Banka Yaşı: Bankanın varlığını sürdürdüğü ayların sayısının doğal logaritması. Reform: İslami mevduat sigortası (Aralık 2005'te) tasarruf mevduatı sigorta fonunun bünyesine dâhil edildikten sonraki dönemde 1'e, diğer durumda ise 0'a eşit olan etkisiz değişken.

Mevduat Sigortası Reformunun Etkisi

Aralık 2005'teki mevduat sigortası reformundan sonra, mevduat sigortası sistemindeki ikilik sona ermiştir ve tüm bankalar aynı mevduat sigortası şirketi altında (TMSF) bir araya getirilmiştir. Bu mevduat sigortası reformundan sonra pazar disiplini- nin yoğunluğundaki değişimleri tetkik ederek çalışmaya devam edilmektedir. Aşağıdaki iki tanımlamada, banka ilkeleri bir mevduat sigortası reformu etkisiz değişkeni ile etkileşim göstermektedir ve bu da tam kapsamlı bir garantinin mudi denetimi üzerinde sahip olduğu etkinin incelenmesine olanak sağlamaktadır:

$$DEPG_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 + \alpha_2 Risk_{i,t-3} + \alpha_3 Risk_{i,t-3} \times Reform + \alpha_4 Controls_{i,t} + \epsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$RDEP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 + \beta_2 Risk_{i,t-3} + \beta_3 Risk_{i,t-3} \times Reform + \beta_4 Controls_{i,t} + \mu_{i,t} \quad (4)$$

Risk ve *Risk* $\times$ *Reform* terimlerinin katsayıları, sırasıyla reformdan önce tepki değişkenlerinin banka risklerine karşı duyarlılığını ve reformdan sonraki banka risklerine karşı duyarlılıktaki değişimleri yansıtmaktadır. Mevduat büyüme denklemi için eğer reform mudileri çetinleştirdiyse ve pazar disiplini- ni yoğunlaştırdıysa *Risk* $\times$ *Reform*'un katsayısı mevduatlardaki büyüme denklemi için negatif olmalı, tersine sebep olduysa katsayı da pozitif olmalıdır.

Mevduat sigortasının varlığı, bankaya hücum durumlarına karşı daha yüksek bir korunma ile artan bir manevi zarar arasında takasa sebep olmaktadır. İlk olarak Merton (1977) tarafından mevduat sigortası bağlamında analiz edildiği üzere, güvenlik ağları bankanın aşağı yönlü riskini sınırlandırdığı ve bu şekilde risk alımını teşvik ettiği için manevi zararlara sebebiyet vermektedir. Diamond ve Dybvig'e (1983) göre, mevduat sigortası, bankaya hücumları durdurduğu ve istikrarlı bir mevduat havuzu için son derece müsait bir ortam oluşturduğu için sistem genelinde bir banka paniği oluşması ihtimalini azaltmaktadır. Mevduat sigortası ile mali krizler arasındaki ilişkiyi inceleyen Demirgüç-Kunt

ve Detragiache (2002), 6 ülkeden oluşan bir örneklem üzerinde yaptıkları çalışmalarla 1980-1997 yılları arasında açık mevduat sigortalarının bankacılık krizlerinin olasılığını yükseltme eğiliminde olduğuna dair kanıtlara ulaşmaktadırlar. Demirgüç-Kunt ve Huizinga (2004) tarafından yapılan ülkeler arası çalışma, geniş kapsamlı bir garantinin uygulanmaya başlanmasının, pazarın bankaları faiz oranları üzerinden denetleme dürtülerini derinden etkilediğini göstermektedir.

Mevduat sigortası reformunun mevduatlar denklemi ve fiyat denklemi üzerinden mudi disiplini üzerindeki etkisi, sırasıyla Tablo 3 ve 4'ün son sütunlarında gösterilmektedir. Denklem 3 ve 4'teki *Risk* $\times$ *Reform* değişkeninin, reform sonrasında tepki değişkenlerinin banka riskine karşı duyarlılığındaki değişimi yansıttığını hatırlayalım. Tablo 3'ün 5. sütunu, miktar disiplini- nin sermaye temeline dair daha önce elde edilen kanıtın aslında reform sonrası dönemde ortaya çıktığını göstermektedir (Yani reform öncesi dönemde mudiler tarafından uygulanan bir pazar denetimi söz konusu değildir.). Diğer bir deyişle, yüksek riskli (düşük sermayeli) bankaların, mevduat sigortası reformundan sonra düşük riskli (yüksek sermayeli) bankalardan daha düşük mevduat büyüme oranlarına sahip olduklarını göstermektedir. Diğer yandan Tablo 4'ün 5. sütunu reform sonrası dönemde mevduat kârlılığının banka riskleri karşısında duyarsız kaldığını göstermektedir. Mevduat büyüme denklemi için bu bulgular, eğer mudiler TMSF'nin İslami bankalara karşı sorumluluklarını inkâr edebileceğini fark ederse kısmen TMSF projesinin itibarına atfedilebilir. Aslında gelişmekte olan ülkelerde mevduat sigorta planlarının muteber olmadığı durumlar sıklıkla gözlemlenmektedir. Martinez Paria ve Schmukler (2001), düşük sigortalı mudilerin de banka risklerine tepki verdiğini göstererek mudilerin aynı zamanda sigortanın ödeme gücüyle ilgili endişeleri olduğunu da kanıtlamıştır. Prean ve Stix (2001) ile Dişli ve arkadaşlarının çalışmaları (2013), cömert mevduat sigortası planlarının

güvenilirliğinin özellikle de çalkantılı ekonomik çevrelerde etkilendiğini göstermektedir. İkinci olarak mudiler TMSF koruması altındaki İslami bankaların şeriat ile uyumu hakkında tereddüde düşmüş olabilirler çünkü TMSF başlangıçta geleneksel bankaları kapsamak üzere kurulmuştur. Müstakil bir İslami mevduat sigortası planının dinî motivasyonlara sahip mudilerin hassasiyetlerine hitap etmek üzere geleneksel bankacılık sisteminden radikal bir kopuş amacıyla oluşturulduğu düşünülürse bu çıkarım geçerli olacaktır. Dolayısıyla Türkiye’de, İslami mevduat sigortası İslami bankaların mudilerine daha fazla güvenlik ile faaliyetlerini görünürde faizsiz kılmayı sağlamıştır (El-Gamal & İnanoğlu, 2000). Üçüncüsü ve muhtemelen en önemlisi, İslami mevduat sigorta planı ‘Özel Finans Kurumları Birliği’ tarafından yönetildiği için İslami bankaların mudileri denetleme faaliyetlerinin yetkisini bu birliğe devretmiş olabilir. Birlik yalnızca bir avuç İslami bankadan oluşmaktadır ve bu da üyeleri arasında sağlam bir gözetimi mümkün kılmıştır. Birliğe geleneksel olmayan bankalar için bir karar mercii olma yetkisi ve üyeleri arasında sağlıklı risk yönetimi uygulamalarını teşvik etme görevi verilmiştir. Ayrıca Birliğe, erken uyarı sinyallerini tespit etmesi ve böylece sorunlu bankalara bir çözüm bulunması noktasında zamanında müdahale etmesi için talimat verilmiştir. Sonuç olarak yukarıda bahsedilen unsurlar, reformdan önceki dönemde pazar disiplini- nin var olmadığı bulgusunu açıklamaktadır.

Sonuç

Bu makalede 2000 krizinden sonraki dönemde Türkiye’deki İslami mevduat pazarında pazar disiplininin kapsamı ölçülmüştür. Her ne kadar İslami bankalar geleneksel olarak Türkiye’nin finans sektörünün büyük bir kısmını oluşturmaya da mudilerin ve yatırımcıların güvenini aşamalı olarak kazanmışlardır. Sektörün büyüyen oluşumuna katkıda bulunan düzenleyici reformlar

sayesinde, İslami bankacılık sektörü şimdi ülkedeki finansal sistemin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir.

Çalışmada mudilerin, bankaların risk alması karşısında bir pazar disiplini uyguladıkları ortaya konulmuştur. Özel olarak analizlerimiz mudilerin İslami bankalardaki fonlarını bankanın sermaye yeterliliğine dayanarak ayarladıklarını yani daha yüksek sermayeye sahip olan bankaların daha yüksek mevduat büyüme oranları elde ettiklerini göstermektedir. Ancak risk faktörleri mevduatlar için daha yüksek kâr oranı taleplerinde önemli bir belirleyici değildir. Pazarın küçük boyutlu ve gelişmemiş olmasından dolayı muhtemelen İslami bankaların mudileri, ilgili banka riskiyle orantılı kâr oranları talep edecek bir konumda değildirler.

Aralık 2005'te, Tasarruf Mevduatı Sigortası Fonu, Türkiye'nin İslami mevduat sigortası sistemini bünyesine dâhil etmiştir. Bu durum İslami mevduatların geleneksel mevduat sigortacıları şemsiyesi altında korunmasını sağlamıştır. Elde edilen sonuçlar, mevduat sigorta reformunun Türk İslami bankacılık sektöründeki pazar disiplini geliştirdiğini göstermektedir. Bu reform dinî motivasyonlara sahip olan mudilerin duyarlılıklarını rahatsız etmiş ve muhtemelen daha önemlisi, İslami bankaların ortak denetimini ve desteklenmesini sona erdirmiş olabilir.

Kaynakça

Admati, A.R., & Pfleiderer, P. (2009). The "Wall Street Walk" and shareholder activism: Exit as a form of voice. *Review of Financial Studies*, 22(7), 2645-2685.

Aggarwal, R. K., & Yousef, T. (2000). Islamic banks and investment financing. *Journal of Money, Credit and Banking*, 33(1), 93-120.

Aysan, A.F., Dolgun, M.H. & Turhan, M.I. (2013a). Assessment of the Participation Banks and Their Role in Financial Inclusion in Turkey. *Emerging Markets Finance and Trade*. Forthcoming.

Aysan, A.F., Disli, M. & Ozturk, H. (2013b) Integration of the Participation Banking Legislations to the Banking Law and its Influence on Competition. *Afro Eurasian Studies*, 2(1&2), 91-110.

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability. *Journal of Banking & Finance*, 37(2), 433-447.

Berle, A.A., & Means, G.G.C. (1932). The modern corporation and private property. Transaction Books.

Calomiris, C. W., & Kahn, C. M. (1991). The role of demandable debt in structuring optimal banking arrangements. *The American Economic Review*, 81(3), 497-513.

Cevik, S., & Charap, J. (2011). The Behavior of Conventional and Islamic Bank Deposit Returns in Malaysia and Turkey. *IMF Working Paper* No. 11/156. International Monetary Fund.

Chapra, M. Umer, 1992. Towards a Just Monetary System. Leicester: The Islamic Foundation.

Chong, B.S., & Liu, M.H. (2009). Islamic banking: interest-free or interest-based? *Pacific-Basin Finance Journal*, 17(1), 125-144.

Čihák, M., & Hesse, H. (2010). Islamic banks and financial stability: an empirical analysis. *Journal of Financial Services Research*, 38(2-3), 95-113.

Demirgüç-Kunt, A., & Detragiache, E. (2002). Does deposit insurance increase banking system stability? An empirical investigation. *Journal of Monetary Economics*, 49(7), 1373-1406.

Demirgüç-Kunt, A., & Huizinga, H. (2004). Market discipline and deposit insurance. *Journal of Monetary Economics*, 51(2), 375-399.

Diamond, D.W., & Dybvig, P.H. (1983). Bank runs, deposit insurance, and liquidity. *Journal of Political Economy*, 91(3), 401-419.

Disli, M., Schoors, K., & Meir, J. (2013). Political connections and depositor discipline. *Journal of Financial Stability*. Forthcoming.

Ebrahim, M.S., & Safadi, A. (1995). Behavioral norms in the Islamic doctrine of economics: a comment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 27(1), 151-157.

Edmans, A. (2009). Blockholder trading, market efficiency, and managerial myopia. *The Journal of Finance*, 64(6), 2481-2513.

Edmans, A., & Manso, G. (2011). Governance through trading and intervention: A theory of multiple blockholders. *Review of Financial Studies*, 24(7), 2395-2428.

El-Gamal, M., & Inanoglu, H. (2000). Islamic banking in Turkey: boon or bane for the financial sector. In *Proceedings of the Fifth Harvard University Forum on Islamic Finance* (pp. 7-20). Center for Middle Eastern Studies, Harvard University.

El-Hawary, D., Grais, W., & Iqbal, Z. (2004). Regulating Islamic financial institutions: the nature of the regulated. *World Bank Policy Research Working Paper* No. 3227. World Bank.

Ellis, D.M., & Flannery, M.J. (1992). Does the debt market assess large banks, risk?: Time series evidence from money center CDs. *Journal of Monetary Economics*, 30(3), 481-502.

Ernst & Young. 2012. World Islamic Banking Competitiveness Report 2012-2013: Growing Beyond: DNA of Successful Transformation.

Errico, L., & Farahbaksh, M. (1998). Islamic banking: issues in prudential regulations and supervision. *IMF Working Paper* No. WP/98/30. International Monetary Fund.

Fama, E.F., & Jensen, M.C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.

Flannery, M. J. (1998). Using market information in prudential bank supervision: A review of the US empirical evidence. *Journal of Money, Credit and Banking*, 30(3), 273-305.

Flannery, M.J., & Sorescu, S.M. (1996). Evidence of bank market discipline in subordinated debenture yields: 1983-1991. *The Journal of Finance*, 51(4), 1347-1377.

Furfine, C.H. (2001). Banks as Monitors of Other Banks: Evidence from the Overnight Federal Funds Market. *The Journal of Business*, 74(1), 33-57.

Gorton, G., & Pennacchi, G. (1990). Financial intermediaries and liquidity creation. *The Journal of Finance*, 45(1), 49-71.

Hadad, M. D., Agusman, A., Monroe, G. S., Gasbarro, D., & Zumwalt, J. K. (2011). Market discipline, financial crisis and regulatory changes: Evidence from Indonesian banks. *Journal of Banking & Finance*, 35(6), 1552-1562.

Hasan, M., & Dridi, J. (2011). The effects of the global crisis on Islamic and conventional banks: A comparative study. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 2(2), 163-200.

Hannan, T.H., & Hanweck, G.A. (1988). Bank insolvency risk and the market for large certificates of deposit. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 20(2): 203-211.

Ioannidou, V., & De Dreu, J. (2006). *The impact of explicit deposit insurance on market discipline*. De Nederlandsche Bank.

Iqbal, Z. (1997). Islamic financial systems. *Finance and Development*, 34, 42-45.

Jagtiani, J., & Lemieux, C. (2001). Market discipline prior to bank failure. *Journal of Economics and Business*, 53(2), 313-324.

Jensen, M.C., & Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.

Karas, A., Pyle, W., & Schoors, K. (2010). How do Russian depositors discipline their banks? Evidence of a backward bending deposit supply function. *Oxford Economic Papers*, 62(1), 36-61.

Khan, F. (2010). How 'Islamic' is Islamic Banking? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 805-820.

Khan, M. S., & Mirakhor, A. (1989). Islamic banking: Experiences in the Islamic Republic of Iran and in Pakistan. *IMF Working Paper* No. WP/89/12. International Monetary Fund.

Marcus, A. J. (1983). The Bank Capital Decision: A Time Series-Cross Section Analysis. *The Journal of Finance*, 38(4), 1217-1232.

Martinez Peria, M.S., & Schmukler, S. L. (2001). Do depositors punish banks for bad behavior? Market discipline, deposit insurance, and banking crises. *The Journal of Finance*, 56(3), 1029-1051.

Merton, R. C. (1977). An analytic derivation of the cost of deposit insurance and loan guarantees an application of modern option pricing theory. *Journal of Banking & Finance*, 1(1), 3-11.

Mills, P.S., & Presley, J.R. (1999). Islamic finance: Theory and practice. Macmillan, London.

Nienhaus, V. (2007). Governance of Islamic banks. Handbook of Islamic Banking, Chapter 9, 128-143.

Nier, E., & Baumann, U. (2006). Market discipline, disclosure and moral hazard in banking. *Journal of Financial Intermediation*, 15(3), 332-361.

Park, S. (1995). Market discipline by depositors: evidence from reduced-form equations. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 35(1), 497-514.

Park, S., & Peristiani, S. (1998). Market discipline by thrift depositors. *Journal of Money, Credit and Banking*, 30(3), 347-364.

Prean, N., & Stix, H. (2011). The effect of raising deposit insurance coverage in times of financial crisis-Evidence from Croatian microdata. *Economic Systems*, 35(4), 496-511.

Safieddine, A. (2009). Islamic financial institutions and corporate governance: New insights for agency theory. *Corporate Governance: An International Review*, 17(2), 142-158.

Shleifer, A., & Vishny, R.W. (1988). Value maximization and the acquisition process. *The Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 7-20.

Shleifer, A., & Vishny, R.W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783.

Sironi, A. (2003). Testing for market discipline in the European banking industry: Evidence from subordinated debt issues. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 35(3), 443-472.

Fiyat Müdahalesinin (*Tes'ir*) Şeri Kuralları ve Günümüzdeki Uygulamaları*

Giriş

Bugünlerde eşi benzeri görülmemiş şekilde dinamik ve sürekli değişen piyasalar söz konusudur. Hem reklam faaliyetlerinde hem de ekonomik yapılanmalardaki işlemler, oldukça karmaşık hâle gelmiş durumdadır. Piyasalar, teknolojik gelişmelerin artmasıyla birlikte büyük halk kitlelerinin ihtiyacını fazlasıyla karşılama ya da karşılayamama şeklinde sonuçlanabilecek olan arz-talep unsurlarının doğal gücüne müdahalede bulunabilme kapasitesine sahip olmuşlardır. Dolayısıyla piyasaların hareketliliklerini yönetme noktasında devletin üzerine düşen sorumluluk da doğal olarak katlanarak artmıştır. Devletin, fiyatları sabitleme şeklinde vuku bulan müdahalesi İslam hukukunun klasik kitaplarında *tes'ir* olarak ifade edilmektedir.

Devletin, müdahalenin gerekli olduğu durumlarda harekete geçerken göz önünde bulundurması gereken Kur'an-ı Kerim ve sünnete dayalı genel ilkeler vardır. Dört mezhebe mensup İslam hukukçuları kendi kitaplarında *te'sir* ile ilgili görüşlere yer ayırmış olsalar da Bashar (1997)'in da kesin olarak ifade ettiği üzere

* İngilizce'den çeviren Enes Berat Gürler.

bu konu hakkında yazılanlar daha çok genel kitabi şeyler olup işin yalnızca hukuki boyutuna odaklanmıştır. Diğer yandan İslam iktisatçıları piyasaların doğal arz-talep dengesine terk edilmesi durumunda oluşacak toplumsal ve bireysel gelir arasındaki dengeyi tartışmakla yetinmişlerdir (Bashar, 1997, s. 29).

Bashar makalesinin sonunda yazı boyunca değindiği konuların, “İslam ekonomisinin iskeletini oluşturduğuna fakat bu meselelerin ‘İslam ekonomisinde fiyat denetimi’ bahsinde çok daha özel çalışmalar yapılarak tamamlanması gerektiğine” dikkat çekmektedir (1997, s. 49). Geleneksel İslam hukukçularının *te’sir* ve *te’sir*’in çağdaş uygulamaları konusundaki görüşleri, bir başka çalışmada ele alınması gereken bir husustur. Bu çalışma *te’sir* uygulamasının hangi şartlarda gerekli olduğu; ekonomi ve bankacılık sisteminin modern araçları üzerinden düşünüldüğünde ne şekilde bir anlayış geliştirilmesi gerektiği üzerinde inceleme yapma niyeti taşımaktadır. Ayrıca kıtalara hükmetmiş büyük Osmanlı İmparatorluğunun piyasalara müdahale tarzı noktasındaki uygulamaları ele alınacak ve İslam hukukçularının görüşleri bu uygulamalar ışığında tartışılacaktır.

Te’sir ilk bakışta bireysel mülkiyet hakkına bir müdahale olarak görüldüğü için birinci bölüm, İslam’da mülkiyet kavramını tanımlamaya ayrılmıştır. İslam’ın devlet tarafından müdahaleye genel hatlarıyla nasıl baktığı ikinci bölümde anlatılmıştır. Üçüncü bölümde ise İslam hukukçularının piyasaya müdahale konusundaki görüşlerine değinilerek *te’sir*in yalnızca devlet tarafından uygulanabilirliğine; onun da ekonomideki arz-talep fonksiyonlarını dengelemek için olması gerektiği sonucuna yer verilmiştir. Dördüncü bölüm, İslam hukukunda bireylerin anlaşmalı olarak mallardan istifade etme hakkını ifade eden üç ayrı örneklemden oluşmaktadır. Bu örneklemeler *ihdikâr*, *telakır-rukban* ve *bai-ul hazir lil bedid*dir. Şeriat açısından piyasa yapılarının değerlendirilmesi beşinci bölümde yapılacaktır. Bu bölümde tam rekabet piyasası, monopol (tek) piyasası, oligopol (çoklu) pi-

yasa ve monopolist (tekelci) rekabet piyasası yapılarının kendiliğinden kötücül bir tarafı olup olmadığı tartışılacaktır. Altıncı bölümde fiyat sınırlamalarının artıları ve eksileri ele alınacaktır. Yedinci bölüm, Osmanlıdaki uygulamaları baz alarak kâr oranlarını sabitleme meselesi ve dönemin şeyhülislamlarının bu uygulamalara bakışı konularından oluşmaktadır. Bunu izleyen sonuç bölümünde ise Müslüman devletlerin gereklilik hâllerinde *te'sir* uygulamasına yer verebileceği görüşü ortaya konmaktadır fakat bu uygulamanın dinî kurallar tarafından belirlenmiş sınırlara dikkat edilmesi ve sınırları aşan teamüllerden uzak durulması gerektiği ifade edilmektedir.

İslam'da Mülkiyetin Mantığı

Osmani (2002), malın, her ne şekilde olursa olsun, Allah Teala'nın yarattığı ve sahip olduğu bir form olduğunu söyler. İnsanoğlunun kazandığı her şey, esasında yaratıcısının kendisine sunduğu bir hediyedir. Aynı şey Allah-u Teala tarafından da ifade edilmektedir: “Ektiğiniz (tohumu) gördünüz mü? Onu siz mi büyüttünüz yoksa Biz mi?” (56/63-64). Dolayısıyla bütün durumlarda asıl fail Allah-u Teala'nın kendisidir. İslam'da mülkiyetin mantığı şu ayette çok daha anlaşılır ve etkili bir şekilde ifade edilmiştir: “Allah'ın sana verdiklerinden ahirette yer kazanmaya çalış, bu dünya için de pay ayırmayı ihmal etme. Allah'ın sana ihsan ettiği gibi sen de ihsanda bulun ve yeryüzünde bozgunculuk yapma! Şüphesiz Allah bozgunculuk yapanları sevmez!” (28/77).

İslam'da mülkiyetin mantığını açıklayan bu ayet, malın Allah'ın bir lütfu olduğunu ve herhangi kimsenin çalışkanlığının ya da yeteneğinin bir ürünü olmadığını ifade etmektedir. Çalışkanlık yalnızca engelleri kaldırır. Esas olanı yaratma işi yalnızca Allah'a mahsustur. Ayette ayrıca dünya hayatı için meşguliyet hâli içerisindeyken asıl hedef olan Ahiret'i de unutmamak gerektiği hatırlatılmaktadır. Malın idaresi Allah'ın yasalarına uyum çerçevesinde olmalıdır. Bu bağlamda iki kaide konulmuştur:

1. Malı başkalarıyla da paylaşmak.
2. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarmamak.

İslam'daki bu mantık ve uygulama, kapitalizm ve sosyalizmin felsefesiyle taban tabana zıttır. Sosyalizm, kişiye mal sahibi olma hakkı tanımaz ki bu, insani bir hakkın çiğnenmesidir. Kapitalizm ise malı, insanın kendi mülkiyeti olarak görür fakat bu durum kişiyi, malını Allah tarafından da hiçbir kısıtlama olmaksızın her türlü lüks içerisinde kendi isteğince tüketmesine, harcamasına ve kullanmasına götürür. Kur'an-ı Kerim, bu fikriyatı Hz. Şuayb (aleyhisselam)'ın kavmi üzerinden şiddetle kötölemiştir: "Onlar dediler ki: 'Ey Şuayb, babalarımızın taptıklarımızdan vazgeçmemiz ve mallarımızı istediğimiz gibi harcamamamız gerektiğini sana salâtın (namaz) mı emrediyor? Sen, akıllı ve uslu bir adam-mış gibi görünüyorsun.'" (11/87).

İslam'da mülkiyetin mahiyeti Kur'an-ı Kerim'de şu şekilde açıklanmıştır: "Göklerde ve yerde ne varsa Allah'a aittir." (2/284). Dolayısıyla evrendeki her şey Allah-u Teala'ya aittir fakat o, onlardan faydalanılsın diye bazı noktalarda insanoğluna yetki vermiştir ve onu görevli kılmıştır. Böylece, bir kimse bu şeylerden istifade hususunda canının istediğince bütünüyle özgür bir şekilde davranamaz. Sahip olduğu mallar üzerindeki tasarruf yetkisi sınırsız değildir. Malın mutlak sahibi olmadığı için ilahî yasalarla çizilmiş sınırları aşmasına da izin verilmez zira o, mutlak mutasarrıfın yalnızca görevli kıldığı bir vekildir.

Kamusal İşlevlere Müdahaleye İslami Yaklaşım

Allah-u Teala şöyle buyurmaktadır: "Biz paylaştırdık onların dünya hayatındaki rızıklarını aralarında; bazıısı bazısını çalıştırsın diye bazılarını bazılarına üstün kıldık." (43/32). Ayet, rızkın Allah'ın elinde olduğunu bildirmektedir. Allah, piyasayı tanzim etmek için arz ve talebin doğal unsurlarını birer araç kılmakta-

dır. Bu da genel kamusal işlerde devletin ekonomiye müdahalesine İslam'ın yaklaşımını ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, Peygamber'in (sav) Enes'ten (ra) rivayet edilen bir hadisinde çok daha açık bir şekilde izah edilmektedir: "Peygamber (sav) zamanında bir ara fiyatlar arttı. İnsanlar Peygamber'e (sav) fiyatları sabitleme mevzusunu sordular. Peygamber (sav) dedi ki: 'Fiyatları sabitleyen, düşüren ve arttıran Allah'tır. Baki olan Allah'tır. Onun huzuruna çıktığımda hiç kimseye karşı kandan ve maldan yana sorumlu olmamayı temenni ederim.'" (Tirmizî, 2000, s. 246). Aynı şekilde, Hz. Peygamber'in sahabelerinden Cabir (ra), onun şöyle dediğini rivayet etmektedir: "Şehirli bir kimse, köylü bir kimseye satış yapmamalı [bu cümle, çalışmanın dördüncü bölümünde detaylandırılacak], insanları bırakın da Allah, onları birbirlerinden faydalandırsın." (Müslim, 2000, s. 404).

Enes'in rivayeti, devletin piyasaya müdahalesiyle Cabir'in rivayetinin konusu ise piyasa sahiplerinin piyasaya müdahalesi ile ilgilidir. Yukarıdaki rivayetler fiyat kontrolünün Allah-u Teala'ya bırakılması ile piyasaları hareketlendirmek için insanların tedbir ve müdahaleleri konusuna İslam'ın bakış açısını yansıtmaktadır. Ayetler ve hadisler, insanların piyasalara müdahalesinin, uygulamada tercih edilen bir yapı olmadığını açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

İslam'ın bazı noktalarda serbest piyasa anlayışına müsaade etmesinin insanoğluna Allah-u Teala'nın koyduğu sınırları aşma özgürlüğü vermediği hususu akıldan çıkarılmamalıdır. Bizi yaratan Allah, her şeyin gerçek sahibi olduğundan, bizim bütün amellerimiz onun koyduğu kurallara uygun olmalıdır. Bu bağlamda üç tip yasağa uyulmak zorundadır. Osmani (2002), bu üç yasaktan bahsederken özetle şöyle söylemektedir: İlk olarak piyasa, İslam fıkhnın kurallarına uygun olmalıdır ve faiz, kumar gibi haram unsurları barındırmamalıdır. Bu müdahale, *dinî tahditler* şeklinde adlandırılabilir. İkincisi, eğer piyasa doğal seyrinde işliyor ve arz-talep kendi doğallığında ilerliyorsa bu durumda devletin piya-

saya müdahalesine izin verilmez. Fakat eğer bu doğallık, piyasada-ki bazı zararlı bileşenlerden ötürü etkinliğini yitirirse devlet doğal güçleri yeniden harekete geçirmek için müdahalede bulunabilir. Bu müdahale, *devlet tahditleri* şeklinde isimlendirilebilir. Üçüncüsü, ticarethane sahipleri ticaretin ahlaki boyutuna riayet etmelidirler. İslam'da ahlak, ekonomiden ayrı bir mefhum değildir. Birbirleriyle rekabet ederken kendi kârlarını daha yukarıya çıkarmak için değil; müşterilerin ihtiyaçlarını gidererek müşterek refah ve memnuniyete değer katmak için rekabet etmelidirler. Bu da *ahlaki tahditler* olarak adlandırabilir (Osmani, 2002, s. 312-313).

Fiyat Kontrolü: İslam Fıkıhındaki Yeri

İslam fıkıh âlimlerinin fiyat kontrolü hususundaki tartışmalarının odak noktasında (yukarıda paylaşılan) Enes'ten rivayet edilen hadis vardır. Bütün fıkıhçılar, fiyat belirleme hususunda arz ve talebi belirleyen doğal unsurların şeriatın bu konudaki çıkış noktası olduğu konusunda hemfikirlerdir (ez-Zuheyli, 1985, s. 588). Hanbeli ve Şafi mezhepleri, bu temel noktaya yapışarak enflasyon dönemlerinde dahi devletin fiyatları sabitlemesinin yasak olduğunu söylemişlerdir. Enes'in rivayet ettiği hadise göre fiyat sabitlemenin adaletsiz bir uygulama olduğunu öne sürmüşler ve adaletsizliğin her türlüşünün yasak olduğunu ifade etmişlerdir (Mansur İbn Yunus, 2002, s. 188).

Hanefi fıkıhçıları normal şartlarda, devletin fiyatları düzenlemesinin yasak olduğunu söylemişlerdir. Fakat satıcıların ürünlerin fiyatlarını kendi gerçek piyasa değerlerinin çok üzerine çıkarmaları durumunda düzenleyici, ilgili kişi ile görüşerek müdahalede bulunabilir (el-Haskefi, 2000, s. 400).

Maliki fıkıhçıları enflasyon olması durumunda, fiyatların sabitlenmesinin düzenleyici üzerinde bir vazife olduğu görüşündedirler. Hatta Maliki fıkıhçılarına göre fiyatlara müdahale için sa-

tıcıların fiyatları büyük ölçüde arttırmasına gerek de yoktur. Enflasyonel süreçte fiyatlardaki en ufak bir artış bile düzenleyiciye fiyatlara müdahale hakkı vermeye yeter. Dolayısıyla Maliki âlimleri, Hanefi âlimlerinden iki açıdan farklılık sergilemektedirler:

1. Enflasyon sürecinde fiyat müdahalesi (Hanefilerde olduğu gibi) cevaza dayalı bir amel değil zorunlu bir ameldir.

2. İslam devleti, enflasyon süresinde fiyatın satıcı tarafından en ufak şekilde arttırılmasında bile müdahale edebilir.

Hanefi ve Maliki fakihleri, yukarıda da bahsedildiği üzere fiyat müdahalesine bazı durumlar çerçevesinde cevaz vermişlerdir. Kanıtları ise Hz. Ömer'in (ra) şu rivayetidir: Hz. Ömer'in (ra) Hatip ibn Balta'ya malının fiyatını arttırmasını söylediği ve "Ya fiyatını arttır ya da pazarımızı terk et." (Osmani, 2002, s. 313) dediği rivayet edilir. Onların bu hükmü İslam fıkhrındaki şu genel kaideden çıkarılmıştır: Büyük zarardan kaçınmak için küçük zararı tercih etmek (ez-Zerka, 2004, s. 995). Satıcı üzerindeki bu tahdit, elbette ki bir kimsenin kendi malını karşılıklı anlaşılan fiyata satma hakkının ihlalidir. Ama bu ihlale, toplumun bütününde oluşabilecek dengesizliği önlemek için müsaade edilmiştir (İbn-i Nuceym, 2004, s. 256).

Enes'in (ra) rivayeti dikkate alındığında Hanefi ve Maliki fıkıhçılar, devletin fiyat tahdidinde bulunmasının bu rivayete aykırı olmadığı hatta uygun olduğu görüşündedirler. Peygamber (sav), adaletsizlikten kaçınmak için piyasaya müdahale etmeyi engellemiştir. Bu rivayetin yaşandığı dönemde olduğu gibi piyasa sabitken fiyata müdahalede bulunmak adaletsizliktir. Fakat düzenleyici, enflasyon sürecinde müdahalede bulunması gerektiği hâlde müdahalede bulunmazsa bu kez, *te'sirden* kaçınmak adaletsizlik olacaktır (ez-Zuheyli, 1985).

Fıkıhçıların görüşlerini özetleyecek olursak normal piyasa şartlarındaki süreçte fiyat sabitleme hamlesinin tercih edilen

bir durum olmadığı konusunda bütün fıkıhçılar aynı görüştedir. Şafi ve Hanbeli âlimleri, ne şart altında olursa olsun *te'sir* uygulamasının caiz olmadığı görüşünü benimsemişlerdir. Maliki ve Hanefi fıkıh âlimleri ise (kendi aralarındaki küçük bir farkla) müdahalenin piyasa güçlerini ve ekonominin bütününe dengeleyebileceği noktalarda yalnızca ihtiyaç hâllerinde *te'sire* izin vermişlerdir. Osmani (1999) bir vaazında *te'sir* izninin zaman kısıtlamasına haiz olduğunu belirtmiştir. O, müdahaleyi arz ve talebi belirleyen durağan unsurların aktif kılınması amacına yönelik bir araç olarak görmektedir ve müdahalenin kalkmasıyla birlikte aktif edilmiş unsurların piyasayı sürdürmesinin doğru olacağını düşünüyor olabilir.

Şu durumda hâlen cevapsız bir soru vardır: Akıllı, özgür ve yetişkin bir insan, kendi malını istediği fiyattan satma hakkından mahrum edilebilir mi? Bu tehdit, bir baskı ve adaletsizlik olmaz mı? Bu sorunun cevabı 'hayır'dır. Hz. Peygamber'in (sav) toplumun ortak faydasına olacak uygulamaları, kişisel hakların ön plana çıktığı uygulamalara tercih ettiği birçok durum vardır. Kişinin özgürlüğüne İslam'da saygı duyulur fakat toplumun ve piyasanın müşterek serbestisi pahasına buna göz yumulamaz. Şeriat, toplumları sıkıntılardan ve zararlardan korumayı hedefler. Geride kalan kısımda Hz. Peygamber'in (sav), bazı kişisel hakların çiğnenmesi pahasına toplulukları zarara uğramaktan koruduğu belirgin örnekler verilmiştir. Bazı örnekler de aşağıda aktarılacaktır.

Müşterek Hakları Kişisel Haklara Tercih Ettiren Sözlü Kurallar

Ürünleri Daha Şehre Ulaşmadan Önce Almak (Talair Rukban)

Hiz. Peygamber (sav), ürünlerin kırsal kesimden şehre getirilirken pazara erişmeden önce kervan yoldayken alınmasını yasaklamıştır. Bu uygulama Arapçada "تَلْفِي الرُّكْبَان" olarak isimlen-

dirilmiştir. Hanefi fıkıh âlimleri, bu yasaklamanın iki sebebi olduğunu söylemişlerdir (İbn-i Hacer, 1959, s. 374):

1. *Kervanların adaletsizliğe uğramasının önüne geçmek*: Peygamberimiz Hz. Muhammed (sav) zamanındaki kervanlarda, ürünün pazara çıkana kadar piyasa fiyatı diye bir şeyi olmuyordu. Eğer yolda satış yaparlarsa piyasa fiyatının yanlış aktarılması gibi bir durum söz konusu olabilir ve sonuç olarak malı ucuza satmak durumunda kalabilirlerdi.

2. *Nihai tüketicinin adaletsizliğe uğramasının önüne geçmek*: Perakendeci, ürünleri nihai tüketiciye ulaştırmadan önce fiyatların artmasını bekleyerek depolayabilir. Ama bu uygulama, müşterilerin ihtiyaçlarının giderilmesinin önünde bir engel olacağı gibi yalnızca ticaretteki kâr marjını yükseltmeye yarayacaktır.

Yukarıda belirtilen iki sebepten ötürü Şafi, Maliki ve Hanbeli fıkıhçıları, malın pazara ulaşmadan önce alınmasını caiz görmemişlerdir. Fakat Hanefi fıkıhçılar, bu uygulamanın caiz olmayışının daha önce de bahsedilen durumlar çerçevesinde ortadan kalkabileceğini ifade etmişlerdir. Yani satıcı, piyasa fiyatının bilincindeyse ve perakendeci, ürünü nihai tüketiciye ulaştırırken engel teşkil etmeyecekse pazara ulaşmadan yapılan alışveriş caizdir (Osmani, 2002, s. 331).

Öte yandan fıkıhçılar arasında tartışılan bir diğer mesele de caiz olmadığı hâlde gerçekleştirilen alışveriş meselesidir. Bu alışveriş geçerli/meşru olacak mıdır, olmayacak mıdır? Hanefi âlimler, bu tür bir alışverişin günah olduğuna hükmetmişlerdir; fakat eğer alış gerçekleşmişse meşrudur zira satıcı, malını kendi istek ve iradesi dâhilinde satmıştır. Şafi ve Hanbeli fıkıh âlimleri ise satıcının pazara varıp da piyasa fiyatını öğrendiği vakit daha önce yaptığı alışverişini tek taraflı iptal etme hakkına sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Maliki âlimler ise (sırasıyla Hanefi ve Şafilere de var olan) diğer iki uygulamaya ek olarak ürünlerin pazardaki satıcılara, gerçekleşen ilk satış fiyatından verilmesi

gerektiğini ve yalnızca pazardaki satıcıların malı bu fiyattan almayı reddetmesi durumunda ilk alışverişin geçersiz olacağı görüşünü belirtmişlerdir.

Şafi ve Hanbeli fıkıh âlimleri görüşlerini Peygamberimiz Hz. Muhammed'in (sav) şu hadisine dayandırarak açıkladıkları için en sağlam görüşe sahip olarak durmaktadırlar: "Ebu Hureyre (ra), Allah'ın Rasulu'nun (sav) şöyle dediğini aktarmaktadır: 'Satıcı ile yolda buluşmayın ve alışverişe girmeyin; her kim buluşur ve ondan mal alırsa malı satan kişi sonrasında pazara geldiğinde (düşük bir fiyata satmış olarak kendini bulursa), (alışverişi tek taraflı olarak feshetme ve geçersiz kılma) seçeneği vardır.'" (Müslim, 2000, s. 403). Hanefi fıkıhçıların bu hadise karşı verebildikleri bir cevap yoktur.

Yukarıdaki bahisten, kişisel alıcılar ile satıcıların alışverişi kasten gerçekleştirmiş olabilecekleri fakat bu amellerinin sosyal bir zarara sebebiyet verdiği anlaşıldığı anda kazanılmış haklarının önemini yitirerek kişisel haklarının devre dışı kalacağı ve alışverişin iptali mümkün bir hâl alabileceği hükmü çıkartılır.

Şehirli Bir Kimsenin, Köylü Bir Kimse Adına Satış Yapmasının Yasaklanması

(Bai- ul-Hazir lil-Bedi- بيع الحاضر للبادي)

Peygamberimiz Hz. Muhammed (sav), şehirli bir satıcının köylü bir kimsenin adına satış yapmasını yasaklamıştır. İbn Abbas'tan (ra) gelen ve Peygamber'den (sav) bahsedilen bir rivayette Peygamberimiz Hz. Muhammed'in (sav), kervanı yolda karşılayan ve şehirli kimsenin köylü kimse adına satış yapmasının yasak olduğunu ilan ettiği belirtilmiştir. Ravi nakletmektedir: "Şehirli kimsenin, köylü kimse adına' ifadesi ne demektir diye İbn Abbas'a sordum. O da dedi ki: Şehirli kimse, köylü kimse den aldığı malı satarken üzerine komisyon katmamalıdır dedi." (Müslim, 2000, s. 404).

Muhaddislerin çoğu bu hadisi tefsir ederken şehirdeki kimse köydeki kimseye; onun malını onun bir temsilciymiş gibi satacağını söylemek yerine tecrübesizliği yüzünden malını uygun şekilde satamayacağını ve zarara uğrayacağını söylemesi gerektiğini ifade ederler. Hadiste o tür bir alışveriş yasaklanmıştır çünkü nihai tüketicinin zarara uğraması öngörülmektedir. İşte bu yüzden köylü kimse pazarda malını kendi satmalı ve aracı kimselerin fiyata ekleyeceği kâr payından korunmalıdır. Aradaki insanların kâr payları fiyatları yükselteceğinden neticede en son fiyattan olumsuz olarak etkilenecek kimse nihai tüketici olacaktır.

İslam fıkıhı müçtehitleri arasında, bu durum karşısında uygulanacak şeriat konusunda iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Müçtehitlerin çoğu, bu alışverişin her hâlükârda günah olduğunu beyan etmişlerdir. Hanefi müçtehitler ise alışverişin caiz olmaması durumunun yalnızca vatandaşın zarar görmesi şartına bağlı olduğu görüşünü benimsemişlerdir.

İki aklı başında kişi, karşılıklı rıza ile uygun bir teklif ve kabul üzerinden alışveriş gerçekleştirmişse mantıksal kural olarak hiç kimse duruma müdahale etmemelidir. Fakat ne zamanki bu alışveriş toplumun müşterek faydasına zarar vermeye başlarsa; İslam, bireysel özgürlüğün önüne kısıtlama koyar (Osmani, 2002, s. 334-336).

İstifçilik (İhtikâr - احتكار)

Kıtlık ya da yokluk zamanlarında gıda ya da diğer eşyaların biriktirilmesi, insanların veya hayvanların depolanması durumu olarak tanımlanan istifçilik, Peygamber (sav) tarafından 'ihtikâr' olarak isimlendirilmiştir. *İhtikâr* Arapça bir kelimedir ve enflasyon beklentisi dolayısıyla gıda depolamak anlamına gelir (İbn-i Manzur, 1994). Me'mur b. Abdullah, Allah Rasulu'nden (sav) şöyle rivayet etmektedir: "Günahkârdan başkası istif yapamaz." (Müslim, 2000).

Fıkıh âlimlerinin çoğu, istiflemenin yalnızca gıda türü şeyler söz konusu olduğunda yasak olduğu ve diğer türlerin istifinin şeri

kurallar çerçevesinde mübah olduğu görüşündedirler. İmam Ebu Yusuf ise istiflemenin yasak oluşunun yalnızca gıda ile sınırlı olmadığını aktarmaktadır. Buna göre toplumu olumsuz yönde etkileyen ve ihtiyaçların giderilmesinde memnuniyetsizlik oluşturan her türlü istif uygulaması yasaktır (İbn-i Abidin, 2000, s. 398).

Osmani (2002), gıda maddeleri dışında istifi yasaklanacak ürünlerin hangileri olduğuna devletin karar vermesi gerektiğini söyler. Eğer devlet bir şeyin istifinin zararlı olduğunu öngörüyorsa o zaman onu yasaklamalıdır (Osmani, 2002, s. 657).

Farklı Piyasa Yapıları ve Şeriat Hükümleri

Çeşitli piyasa yapılarının şeri hükümlerini anlamak için bu yapıların birbirleri ile hangi hususlarda farklılık sergilediğini açıklamak yerinde olacaktır. Mansfield ve arkadaşları (2002) dört tip piyasa tanımlamışlardır: Tam rekabet piyasası, monopol piyasa, monopol rekabet piyasası ve oligopol piyasa. Tam rekabet piyasası ve monopol rekabet piyasasında birden fazla satıcı vardır. Monopol piyasada sadece bir satıcı vardır. Oligopol piyasa durumu ise az sayıda satıcı olması durumudur (Mansfield vd., 2002).

Mansfield ve arkadaşları (2002), “piyasa yapısının fiyattan ziyade, reklamcılık konusunda hangi firmaların rekabet hâlinde olduğuna ve ürün özelliklerinin farklılıklarına göre şekillendiğini ve tam rekabet piyasasında fiyat dışı rekabetin olmadığını” söylerler (s. 374). Yazarlar, fiyat dışı rekabet konusunun monopol rekabette, oligopollerde ve monopollerde ciddi bir etkiye sahip olduğunu belirtirler. Oligopoller ve monopollerde ilgili firmaların ürünlerine olan talebi arttırmak için reklamcılıktan ve ürün farklılığından istifade ederler. Tekelci ise toplamdaki piyasa talebini canlı tutmak için ürün farklılığından değil reklamcılıktan faydalanır. Monopollerde başka bir firma olmadığı için reklamcılık, sektördeki diğer firmaların satışlarını azaltmak için yapılmaz.

Piyasa Yapılarının Şeri Hükümleri

Yukarıda belirtilen ekonominin çeşitli kitaplarında da bahsedilen piyasa yapılarının şartları, İslam fıkhnın geleneksel kaynakları arasında yer almaz. Fakat şeriat, arz-talep doğallığının düzgün bir şekilde işlemesi için bu yapılar hakkında teşhiste bulunmuştur. Hangi piyasa yapısında olursa olsun, gerek piyasa aktörlerinin *talakır rukban*, *bai-ul-hazir lil bedi* ve *ihtikâr* yoluyla müdahalesi, gerek devlet eliyle müdahalesi sonucu doğal güçlerin etkinliğinin yok edilmesi İslam şeriatının özüne aykırı bir durumdur.

Yukarıda belirtilen arz-talep doğallığını belirleyen etmenler kriteri göz önünde tutulduğunda dört piyasa yapısının da doğallığını koruduğu müddetçe şeriata uygun olduğu tespit edilmektedir. Monopolde dahi, yapay bir müdahale olmadan kaynakların verimli bir şekilde kullanılması ile elde edilen bir kazanım söz konusuysa bu durum İslam ile ters düşmez. Oligopoller tarafından kurulan kartellerin yaptığı gibi arzın ortadan kaldırılması vs. şekillerde vuku bulan yapay müdahaleler ise aslında sanal psikolojik talep unsurunun uyandırılması için tatbik edilebilir. Söz konusu psikolojik uyandırılma, ürün farklılığının sergilenmesi veya reklamcılık sayesinde gerçekleştirilebilir.

Sanal Talebin Uyandırılması

Galbraith, insanların iki türlü isteklerinin olduğunu söyler (Velasquez, 2008):

“Yiyecek ve barınma gibi fiziksel temele dayalı isteklerin yanı sıra insana kişisel başarı hissi veren, komşularıyla eşitlik ve uyum hâli hissi veren sosyal kabul vadeden bireysel iyilikler gibi psikolojik temele dayalı istekler.” (John Kenneth Galbraith’ten aktaran; Velasquez, 2008, s. 294).

Velasquez (2008) bu görüşü şöyle açıklar:

“Alıcının fiziksel isteklerinin ikna yoluyla değişmesi çok mümkün değildir. Fakat psikolojik istekler, reklamcılık sayesinde yönlendirilebilir, kontrol edilebilir ve arttırılabilir. Bunun nedeni fiziksel isteklerin sınırlı olmasıdır; üreticiler, bu ihtiyacı karşılamak için eninde sonunda yeterli üretilim yapacaklardır. Ama üretim, tüketmek içinse bu sefer üreticiler, esnekliği olan psikolojik istekleri reklam yoluyla yönlendirmeli ve yeni taleplerin oluşmasını sağlamalıdır. İnsanların üretilen ne varsa almalarını sağlamanın tek bir amacı vardır; genişleyen endüstriyel sistemin üretimlerini tükettirmeyi başarabilmek.” (Velasquez, 2008, s. 294).

Ayrıca bu reklam masrafı, tamamen satış masrafıdır ve ürünün kendisine kattığı hiçbir değer yoktur. Sadece tüketicinin zihninde oluşturulan değer algısı arttırılarak tüketici o ürünü alması için ikna edilmektedir (Velasquez, 2008, s. 293). Dahası, değer algısını arttırmak için yapılan reklam masrafı, ürünün satış fiyatının nispi olarak arttırılması ile tam olarak ürünü satın alan kişiden geri alınmaktadır.

Ürün farklılığı konusu gündeme geldiğinde ise çoğu zaman aslında ihtiyaç olunmayan bir ürüne zihinlerde psikolojik bir talep algısı oluşturularak sanayide üretilen ürünün tüketilmesi sağlanmaktadır. Özellikle de cep telefonu endüstrisinde yeni modellere yerleştirilen çok ufak çaplı farklı özellikler bile bir önceki modeli işe yaramaz kılarak tüketiciyi sosyal baskılara maruz bırakmakta ve psikolojik isteklerini yerine getirmesi için daha çok tüketmeye itmektedir. Dolayısıyla tüketiciler, psikolojik isteklerini tatmin edebilmek için bazen fiziksel isteklerini feda etmek durumunda da kalabilmektedirler.

Üstelik reklam ve ürün farklılaştırma yöntemleri ile oluşturulan psikolojik talep algısının meşru olduğunu kabul etsek bile bazı çalışmalara göre reklamcılık bir çeşit ürünün toplamdaki tüketimini arttırmamaktadır. Reklamcılık, şirketler açısından etkili bir yöntem olarak göze çarpar çünkü tüketicilerin ilgisini diğer

şirketlerden kendilerine kaydırır. Eğer bu çalışmalar doğruysa yalnızca talebin bir firmadan diğer bir firmaya kaymasını sağlamak tamamen kaynak israfı demektir (Velasquez, 2008, s. 293) ve bu da İslam'da yasaktır.

Piyasanın sürekliliğini sağlayan yapay talep, İslam'ın nazarında bir etmen olma özelliğine sahip değildir. Şeriat açısından bu uygulamaların müdahale yoluyla kontrol altında tutulması devletin görevidir. Özellikle gıda, sağlık ve eğitim gibi kendi temel fiziksel arzularını karşılamaya güç yetiremeyen gelişmekte olan ülkelerdeki tüketiciler, kati surette psikolojik arzuların arttırılması sürecinin hedefi olmamalıdır.

Kısacası, doğal şekilde arz talep işleyişine engel olan piyasa uygulamalarına, ihtiyaçların düzgün şekilde giderilmesini sağlamak için devlet tarafından müdahale edilmelidir.

Fiyat Sınırlandırmasının Artıları ve Eksileri

Bashar (1997) hazırladığı çalışmada, fiyat kontrolünün avantajlarından ve dezavantajlarından çok geniş şekilde bahsetmiştir. Avantajları özetleyecek olursak:

1. Enflasyonel baskılar zaptedilebilir ve bu baskılar sonucu reel gelirin aşınmasına, yatırım gücünün kırılmasına ve açık oluşmasına izin verilmez.

2. Büyük üreticiler, piyasa fiyatını düşürerek küçük üreticilerle fiyat mücadelesine girebilir. Fiyat kontrolüyle satıcıların aşmasının yasak olduğu bir taban fiyat uygulaması konulur ve küçük girişimcilerin çıkarları korunmuş olur.

3. Monopoller, fahiş fiyatlarla kârlarını maksimize etme arayışı içindedirler. Genel ihtiyaçları istismar ederek yüksek fiyatlar uygulayabilirler. Piyasa fiyatının sabitlenmesi nihai tüketicinin ihtiyacını giderirken ödemesini de kolaylaştıracaktır.

4. Fiyat sabitleme, işçinin ve işverenin çıkarlarını teminat altına alır, sermayeyi korur.

5. Bilgi eşitsizliğinin hâkim olduğu bir piyasada, insanlar söz konusu ürün hakkında yeterli bilgiye sahip olmak için çabalayacaklar fakat bir sonuca varamayacaklardır. Fiyat kontrolü uygulaması bu boş çabanın önüne geçecektir.

6. Fiyat kontrolü, acil durumlarda piyasayı istikrara kavuşturacaktır.

Dezavantajlar ise şöyle özetlenebilir:

1. Fiyat kontrolü altındaki bir piyasa istikrarsızlaşacak ve daha genel bir sonuç olarak istifleme ile birlikte açık büyüyecektir. İstifleme, komisyoncuların ortaya çıkmasına ortam hazırlayacak, mallar karaborsacıların eline düşecektir.

2. Savaş zamanında fiyat kontrolü altında olan ekonomi zorunlu tasarruflara sebebiyet verecek ve tasarruf-yatırım dengesizliği oluşturacaktır.

3. Monopollerde fiyat kontrol politikalarının uygulanmasının daha çetin bir maliyeti vardır. Monopoller, genellikle kamu hizmet kuruluşlarında varlık sergilerler ve buralarda uygulanan fiyat kontrolü, fiyatlar elverişli olmadığı müddetçe verim sağlamazlar. Teknik ve kompleks cihazlarla ölçüm yapılmadığı takdirde fiyatlarda beklenen ve istenen değişim tam olarak sağlanamaz ve dolayısıyla bu da oldukça maliyetli bir iştir (Bashar, 1997, s. 37-38).

Faiz Haddi Konusunda Osmanlı İmparatorluğunun Uygulaması

Yaptığımız çalışma boyunca, Osmanlı İmparatorluğunun gerekli zaman dilimlerinde piyasaya fiyat müdahalesinde bulunduğu dair birçok delil bulduk. (Osmanlı İmparatorluğunun

medeni kanunu kabul edilen) el-Mecelle'nin mütercimi olan Attasi (2000), kitabında hükümdar tarafından belirlenen hükmün, murabahada kârın % 9'dan fazla olamayacağı şeklinde tecelli ettiğini aktarmaktadır. Dahası, bu hükmü ihlal eden bir kimse tövbe edinceye dek hapsedilmektedir (Attasi, 2000, s. 454).

Osmanlı İmparatorluğunda Muamele Satış

Osmanlı İmparatorluğunun en saygın şeyhülislamlarından biri olan Ebu's-Suud Efendi'nin [aynı zamanda Sultan Süleyman ve Sultan Selim Dönemlerinde İstanbul kadılığı yapmış (ez-Zerka, 2004, s. 219)], Sultanın 10 dirhemlik bir muamele satışının 10,5 dirheme çıkarılamayacağı konusunda net bir hükmü olduğu belirtilir (el-Haskefi, 2000, s. 167). İbn Abidin, aynı durum ile ilgili 10 dirhemlik bir satışın 11,5 dirhemlik bir satışa dönüşemeyeceği ile ilgili bir başka fetva aktarır. İbn Abidin ayrıca, fetvalar arasındaki farklılığın Sultanın bazı zamanlardaki emirlerine bağlılığından kaynaklandığını ifade eder (İbn-i Abidin, 2000, s. 167).

Osmanlı İmparatorluğunda yaygın bir satış biçimi olan muamele, parasını birine borç olarak veren birinin sonrasında borçlusuna sattığı malları, piyasa fiyatının üstünde vererek kaynak bedelini almasına denmektedir.

Özetle Osmanlı İmparatorluğunda devletin gerekli gördüğü hâllerde bu uygulama, piyasa müdahalesi olarak geçerli olmuş ve birçok fıkıh kitabında da bu caiz görülmüştür.

Sonuç

Çalışma, İslam'daki ekonominin vizyonunu ve mülkiyetin mantığını açıklamaktadır. Çalışmadan *te'sirin* (devletin fiyata müdahalesinin), normal şartlarda tercih edilen bir durum olmadığı ve fakat gerekli hâllerde uygulanmasının da yasak olmadığı sonucu çıkarılabilir. Bu gereklilik hâli ise piyasa unsurlarını ve bütün ekonomiyi istikrara kavuşturacak tek yol olması duru-

mudur. Te'sirin kıtalara hükmetmiş Osmanlı İmparatorluğunda uygulandığına hatta önemli şeyhülislamlardan Ebu's-Suud Efen-dinin konu hakkında fetvası olduğu da bilinmektedir.

Piyasa yapıları, kendi doğallıklarında şeriata aykırı bir durum arz etmezler. Arz ve talebin piyasa unsurları kendi doğallıkları içinde işlediği takdirde monopol bile teorik olarak şeriata aykırı düşmemektedir. Fakat mevcut çağda monopoller ve oligopoller ancak arz-talep fonksiyonlarının manipüle edilmesiyle ayak-ta kalabilmektedir. Arz unsurunun manipüle edilmesi, *ihdikâr*, *talakil celab* ve *talakir rukban* mevzularının aktarıldığı hadisler doğrultusunda doğrudan doğruya yasaktır. Psikolojik istekleri harekete geçiren aşırı reklamcılık, talep unsurunun gereksiz ih-tiyaçlar arzusunun aktif edilmesiyle birlikte bir şekilde manipüle edilmesi anlamına gelir. Bu durum, gıda, sağlık ve eğitim gibi tem-el fiziksel ihtiyaçlarını karşılayamayan toplumlara zarar verir.

Kaynakça

- Andrew, B., & Abel, B. S. (2005). *Macroeconomics*. Boston: Addison Wesley.
- Attasi. (2000). *Sharhul Majallah*. Karachi: Maktaba Haqqaniyyah.
- el-Haskefi, A. D. (2000). *Ad-durrul mukhtar* (vol. 5). Karachi: H.M.Saeed Com-pany.
- ez-Zerka, M. A. (2004). *Al-madkhal-ul-fighi al-aam* (vol. 1). Beirut: Dar-ul-Qa-lam.
- ez-Zuheyli, W. (1985). *Al-fiqhul-Islami-wa-adillatuhu* (vol. 5). Damascus.
- Bashar, M. L. (1997). Price control in an Islamic economy. *Journal of King Ab-dulaziz University: Islamic Economics*, 9, 29-52.
- (5th. ed.) New York: Norton & Company, Inc.
- İbn-i Abidin, M. A. (2000). *Radd-ul-muhtaar* (vol. 5). Karachi: H.M.Saeed Com-pany.
- İbn-i Hacer, A. I. (1959). *Fath-ul-bari* (vol. 4). Beirut: Dar-ul-Marifah.
- İbn-i Manzur, M. I. (1994). *Lisaan-ul-Arab* (vol. 4). Beirut: Dar Sadir.
- İbn-i Nuceym, Z.-u.-A. (2004). *Al-Ashbah wan-nazair*. Karachi: Idara-tul-Quran Wal Uloom-ul-Islamiyyah.
- Mansfield, E. W. A., Allen, W. B., Doherty, N. A. & Weigelt, K. (2002). *Manageri-al economics, theory, applications, and cases*.

- Mansur İbn Y. A.-B. (2002). *Kashshaaf-ul-qinaa'* (vol. 3). Beirut: Dar-ul-Fikr.
- Müslim, I. U. (2000). *Sahih Muslim* (vol. 6). Beirut: Dar El-Mareefah.
- Tirmizî, M. I. (2000). *Jami'ut Tirmizi* (vol. 1). Karachi: H.M. Saeed Company.
- Osmani, M. T. (1999). *Taqreer-e-Tirmizi* (vol. 2). Karachi: Memon Islamic Publishers.
- Osmani, M. T. (2002). *Takmilah fathul mulhim* (vol. 1). Karachi, Pakistan: Maktaba Darul Uloom Karachi.
- Osmani, M. T. (2010). *Post-crisis reforms: Some points to ponder*. Retrieved from <http://www.iefpedia.com/english/?p=4810>
- Velasquez, M. G. (2008). *Business ethics concepts & cases*. India: Dorling Kindersley (India) Pvt. Ltd.

İslam Beldelerinde Sosyo-Ekonomik Değerler ile Mimari Yapılar Arasındaki İlişkinin Araştırılması*

Giriş

Orta Doğu'da bilinen ilk çarşı organizasyonu 4. yüzyıl civarında ortaya çıkmıştır. O dönemde ticaret yollarının kesiştiği eksende bulunan bölge, şehirlerin ve kervansarayların kurulmasına ortam hazırlamıştır. İthal ve egzotik malların, tüccarlar eliyle sürekli akış halinde olması, şehirler içerisinde takas ve ticaret sistemlerinin oluşmasına vesile olmuştur. Neticede şehir içindeki bazı özel alanlar ticaret bölgesi olarak belirlenmiş ve ilk çarşılar kurulmuştur. İslam, her daim güçlü bir ekonomi sistemini öngörmüştür. Dolayısıyla yeni toprak fetihleri gerçekleştiğinde o bölgelerde çarşılar kurulması teşvik edilmiştir (Ziari, 2008, s. 90). İsfahan, Tebriz, İstanbul, Golkonda, Semerkand, Kahire, Bağdat ve Timbuktu gibi büyük ve zengin şehirler, hep ticaret yolları üzerine ve çarşılar etrafına kurulmuşlardır (Nouri, 2008, s. 82). İslam yönetimi altındaki Batı ülkelerinde de çarşılar, diğer İslam ülkelerindekilere benzer şekilde kurulmuştur.

* İngilizce'den çeviren Enes Berat Gürler.



Resim 1: Osmanlı İmparatorluğu döneminde
“Atina Çarşısı”, *Edward Dodwell*

Çarşılar, yalnızca mal alım satımının yapıldığı mekanlar olmamıştır; aynı zamanda şehirlerin sosyal, dinî ve finans merkezleri olmuşlardır. Çarşı fikri, ticaret yolları boyunca varlığını aynıyla günümüzde dahi sürdürmeye devam ediyor: Doğu’da Afganistan, Pakistan, Hindistan’ın yanı sıra Güney Doğu Asya’nın belli bölgelerinde, Kuzey’de Türkiye (bk. Resim 2) ve Macaristan’da ve yer yer de Orta Asya’nın içlerinde. Her hâlükarda dünyanın en büyük çarşıları geçmişte olduğu gibi bugünlerde de varlığını Orta Doğu’da sürdürmektedir (Bernroider, 2002, s. 12).



Resim 2: İstanbul’daki Kapalı Çarşı
dünyanın en büyük çarşılarından biridir.

Geleneksel mimari ve şehir planlamasının merkezi konumunda olan çarşılar, özellikle İran şehirlerinde kompleks bir yapıya sahiptirler. Şehrin kalbi ve omurgası konumundadırlar (bk. Resim 3). Çarşı, sivil bir kavramdır ve şehirleşmenin göstergesi veya gelişmekte olan bir kasabanın temel destekleyicisi ve dayanağıdır. Genellikle şehrin ana yolları üzerinde kurulur ve şehir merkezine kadar uzanır. Çarşının, şehir içindeki ve merkezindeki konumu, şehirdeki dükkan sahiplerinin statü ve rollerine göre ya sadece ‘ekonomik bir bölge’ olarak kalır; ya da sosyal aktivitelerin sergilendiği çok boyutlu toplumsal bir bölge değeri kazanır. Geleneksel çarşılardan günümüz marketlerine kalan tek miras ise yalnızca işin ekonomik boyutu olmuştur. Geleneksel çarşıya ait diğer hususlar ya bütünüyle yok olmuştur, ya da çok çok zayıf bir etkiyle varlığını sürdürme çabası içindedir.



Resim 3: İran'da çarşı şehrin belkemiğidir. İran'ın büyük şehirleri genellikle çarşı güzergahları üzerine kuruludur. Çarşılar şehrin göbeği, sosyallığın kalbidir. Şehrin bütünü, çarşı etrafında şekillenir.

Geleneksel çarşının işlevlerini ekonomik, siyasi, sosyo-kültürel ve dinî roller olmak üzere dört ana bölümde toplayabiliriz. Bütün bu işlevler, doğrudan doğruya çarşının mimari ve fiziksel özellikleriyle ilişkilidir. Bu çalışmada geleneksel çarşıların ekonomik ve sosyal boyutlarının fiziki ve mimari yapılanmalarla ne

gibi bir ilişki içerisinde olduğunu ele alacağız. Diagram 1’de Doğu dünyasındaki, özellikle de İran’daki geleneksel çarşıların üstlendiği sosyal, ekonomik, siyasi, kültürel ve dinî rolleri görülebilir.

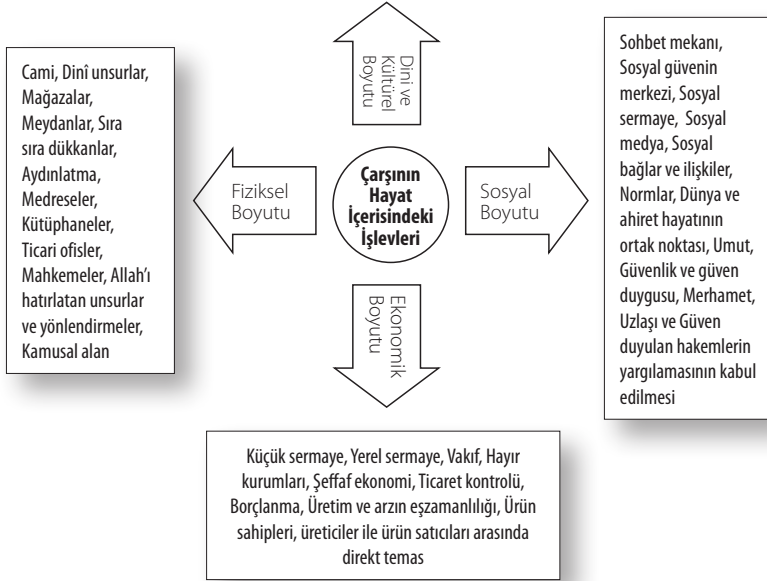


Diagram 1: Geleneksel Çarşıların Üstlendiği Sosyal, Ekonomik, Siyasi, Kültürel ve Dinî Roller

Metodoloji

Çalışma, kavramsal bir yaklaşım üzerinden tanımlamalı ve açıklamalı bir araştırma metodu ile hazırlandı. Geleneksel çarşılar incelenirken ilgili literatüre atıflarla teorik düzeyde veriler toplandı ve belgelendirildi. Gözlem bölgeleri, İran'ın geleneksel şehirlerinden seçildi. Bu çalışmada; İslami mekânlarda çarşılar, bilimsel belgeler ve iktibaslar ve İran'ın geleneksel çarşıları olmak üzere üç ayrı analiz birimi kullanıldı.

Geleneksel Çarşılar

Doğu toplumlarında özellikle de İran'da uzun bir geçmişe ve önemli bir role sahip olan geleneksel çarşılar, ekonomik bağlamda ve sosyal kuruluş olma anlamında çok etkili ve önemli bir yere sahiptir. Çarşılar, bir şehrin coğrafya uzmanları, turistler ve seyahatlar tarafından fazlaca göz önünde bulundurulmuş en önemli mekanlarından biridir. Şehrin ekonomisinin omurgasını oluşturan çarşılar, kimi zaman günlük sosyal aktivitelerin yönetim ve devinim merkezi olarak göze çarparlar (bk. Resim 5). İslamiyet sonrası İran'ının büyük şehirlerinde İslam öncesi dönemden çok farklı olarak kocaman çarşılar kurulmaya başlanmıştır. En temel farklılık ise etkileşim ve iletişim sahasındaki genişlik noktasında şekillenmiştir. İslam devletinin kurduğu geniş ve güçlü iktisadi etkileşim sahası, dünyanın bir köşesinden girip en uzak köşesinden çıkacak kapasitede olmuştur.



Resim 4: Bağdat Eski Çarşısı

Peygamber zamanında çarşılar şehrin siyasi ve manevi merkezi olarak kabul edilirdi çünkü çarşı yapılanması içinde büyük bir cami ve yanbaşıda da hükûmet binası denebilecek yöneticilik faaliyetlerine ait bir yapı bulunurdu. Yerleşim yerleri, çarşının etrafında şekillenir ve böylece çarşı ile müşteriler biraraya gelmiş

olurdu. Dolayısıyla çarşı alanı, İslam kültürü içerisinde yer etmiş ticari, ilmî ve ahlaki değerlerin derin ilişkisini ifade eden bilimsel, ekonomik ve kültürel simgelerin tamamına sahipti (Soltanzadeh, 1987).

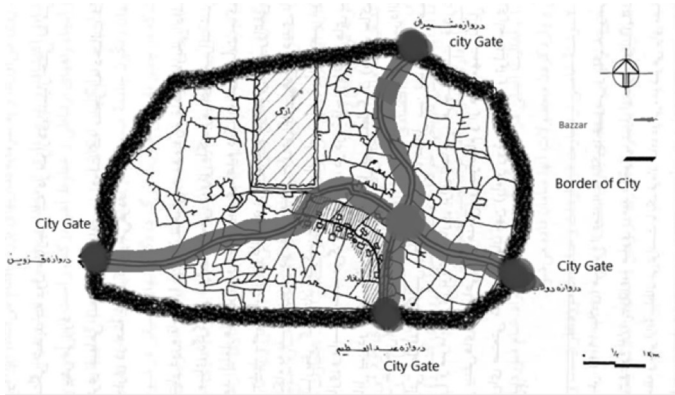


Resim 5: Vekil Çarşısı, Şiraz (İran), 1881, *Jane Dieulafoy*

Geleneksel İran Çarşıları

Eski İran şehirlerindeki çarşılar, fonksiyonel olarak boş alanların değerlendirilmesi açısından mükemmel bir yapıya sahip değildir. Genelde işlek caddeler üzerinden şehir kapılarıyla bağlantılıdır. Yerleşim yerleri şehir kapıları ile çarşı arasındaki boş alanlarda dağınık şekildedir. Çarşı yapılanmasının ana omurgası, şehrin yapısal şartlarına uygun olarak yayılım gösterir. Çarşının ikincil ayağı denebilecek unsurlar ise ana yol (*Rasteh*) boyunca gider ve şehrin kapılarına kadar uzanır. Böylece çarşı, şehir hayatını besler ve onun gelişmesine katkı sunmuş olur (bk. Resim

6). İran şehirlerinde, kutsal mekanlar ile normal yaşam alanları birbiriyle bağlantılıdır. Bu bağlantılı olma durumuna en güzel örnek olarak çarşılar karşımıza çıkar. Biri diğerini mümkün kılar; hareketliliğini artırır ve tek bir meydana bir araya gelirler. Çarşılar, İran'da günlük şehir hayatının ana arterleri ve sosyo-ekonomik faaliyetlerin merkezi konumundadır. Bir çarşı, sosyal dayanışmanın sembolü olabileceği gibi müşterek entelektüel faaliyetlerin de zemini olabilir. Çarşılar ayrıca toplumda medeni teşekküllerin sembolü sayılan ticari topluluklar ile siyasi ve sosyal kurumların merkezidir (Pourjafar vd., 2014, s. 18).

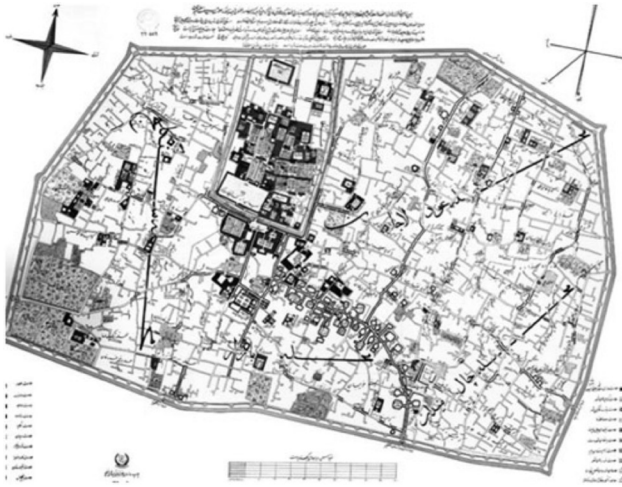


Resim 6: Tahran Eski Çarşısı: Çarşının şehrin bir kapısından diğer kapısına kadar uzanması, şehrin bütününde genişletilmiş bir sosyal ağ görevi görmesine olanak sağlar.

Sıradan bir İran şehrinde çarşının üstlendiği rol çok önemlidir. Çarşı kelimesi çok uzun bir geçmişe sahiptir. Tarihi belgelerin aktardığı bilgiye göre İran şehirlerinde çarşı konseptindeki yapılanmaların M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzandığı söyleniyor (Kirmani ve Luiten, 2009). Kentsel tarih çalışmaları, antik kentlerin gelişmesine katkısı olan çok çeşitli etkenlerden bahseder. Tüm bu etkenler içerisinde ekonomi, bir şehrin gelişme ve büyüme sürecinde her daim en önemli unsur olarak ön plana çıkmıştır. İran'ın geleneksel bir şehrinde, çarşıda her türlü ekono-

mik, sosyal, siyasal, kültürel ve kentsel aktiviteler yer edinmiştir (Musavi, 2005). Aslında çarşı, her İran şehrinde mekânsal organizasyonun kilit unsurlarından biridir. Çarşı olmadan bir şehrin temel yapısı tanımlanamaz. Birçok tarihi şehirde, ana taşımacılık yolları merkez 'Çarşı Yolu' ile ilişkili olarak kurulmuştur. Dolayısıyla, tarihi çarşılar şehrin yapısı ve şekli ile uyumludur (Pourjafar vd., 2013).

İran'daki tarihi şehirlerin yapısının o şehirlerdeki çarşının ekonomik ve siyasi temelleri üzerinde şekillendiğine dair çok önemli bir görüş vardır. Tarihi İran şehirlerinin kentleşmesinde geçmişten günümüze çok farklı ve hayati etkenler rol oynamıştır. Bu etkenlerden her biri, farklı dönemlerde kendi formunu ön plana çıkarmıştır ve idareciler kendi güç ve bilgeliklerini sergilemek için bu etkenlerin kombinasyonunu tamamlayan aktörler olmuşlardır. Bazı âlimler, çarşıların İslam şehirlerindeki ana çekirdek olduğunu, bazıları 'cami ve mescid' olgusunun şehrin merkezinde olduğunu, bazıları ise her ikisinin de İslami şehir yapısına uygun olduğunu düşünmüşlerdir (Encyclopedia Islami-ca, 2012). İran çarşılarını tanımlarken en belirgin husus genel kültürel faktörlerdir. Geçmişe eskiye dayanan bu görüş, çarşıları geleneksel kurallar ile şekillenmiş ekonomik yapıları, siyasi anlayışları, sosyal ilişkileri ve çeşitli ideolojik inançları çevreleyen bütüncül bir hayat şeklinde ele alır (Keshavarzian, 2009). Sonuç olarak, İran'ın kentsel alanlarındaki çarşılar, kültürel ve sosyal faaliyetler açısından ekonomik etkinlik üzerinde çok ciddi bir etkiye sahiptir (Pourjafar, 2011).



Resim 7: Tebriz Kapalı Çarşısı. Görülebildiği üzere çarşı, şehrin belkemiği konumunda.

İran'da çarşılar hemen hemen tüm ekonomik faaliyetlerin merkezi durumundaydı. Kırsal kesimleri yerel ve bölgesel tüketici çarşılarına bağlıyor, taşradaki şehirleri modern sanayi sektörleriyle bütünleştiriyordu (Rotblat, 1975). Çarşılar ayrıca İran toplumunun orta ve alt sınıfları arasında bir köprü görevi gördü (Mazaheri, 2006). İran şehir araştırmalarına dayanarak, çarşının İran şehirlerindeki en önemli sosyal mekân sistemlerinden biri olduğu kabul edilir (Nejad, 2007). Geleneksel İran şehirlerinin yapısına bakıldığında, genellikle doğrusal bir biçim gösteren çarşının şehrin belkemiği görevini gördüğü ve şehrin ana kapısına kadar boylu boyunca uzandığı farkedilir (Assari vd., 2012). Bu sebeple denebilir ki çarşı İslam ve İran şehirlerinin merkezinde bulunur. İran şehirleri genellikle merkezlerinde bulunan bir 'cuma camii' ile tarif edilir ve bu büyük caminin hemen yakınında da mutlaka büyük bir çarşı bulunur.

Çarşılardaki Sosyo-ekonomik Değerler

Çarşıların pek çok bakımdan birçok değerli özelliği vardır. Biz burada bu makalenin odak noktasını oluşturan sosyal ve ekonomik değerlere dikkat çekeceğiz.

Sosyal Ortam ve Sosyal Sistem Olarak Çarşı

Çarşı şehrin en önemli iletişim eksenini kabul edilir. Şehirdeki faaliyetlerin ve alış-verişin çoğu çarşıda gerçekleşir. Ürün ve sermayeye ilaveten vatandaşlar arasındaki en önemli kanallar bu çarşı yerleridir; bilgi alışverişinin büyük bölümü, kamunun ya da yönetimin bilgi ve haber alışverişi bu kamusal alanlarda gerçekleşir. Çarşıların bir diğer sosyal işlevi önemli konukların karşılanması, ağırlanmasıdır. Konuklar ana şehirlerin çarşılarına girer girmez misafirperverlikle karşılanırlar ve arzu ve istekleri yerine getirilir. Ulusal kutlamalarda ve dinî bayramlarda çarşı en önemli yer kabul edilir (Resim 10). İnsanlar bayramlara hazırlık olarak çarşı yerlerini süsleyip aydınlatırlar. Ayrıca pek çok çarşıda güreş vb. spor etkinlikleri de gerçekleştirilir.



Resim 10: İran'da bir çarşıda Nevruz kutlaması. Yüksek tavanlı, geniş, kapalı ve şehrin her tarafından kolay ulaşım imkanları ile bu iş için en uygun hale gelmiş olan bir mekan.

Geçmişte çarşı, gelenek-göreneklerin, sosyal davranışa ve yaşantıya ilişkin düşünce ve uygulamaların aktarıldığı bir yer-

di. Bu hâkim gelenekte dikkati çeken şey bu türden davranış ve uygulamalara insanların doğal bir biçimde, kendi içlerinden gelen birer eylem olarak yönelmeleridir. Gençlerin evlenmelerine, aile bağları kurmalarına yardımcı olmak, hapse düşenlerin kefalet bedellerinin ödenmesi veya doğal afetlerle yıkıma uğrayan şehirlerin yeniden inşası için para toplanması bu uygulamalara örnek olarak verilebilir. Çarşılarda insanların haberler konusunda bilgilendirildikleri yerler vardı ve ardı arkası gelmeyen siyasi tartışmalar yapılır dururdu. Ayrıca, şehir ekonomisinin temel direklerini oluşturduklarından ve pek çok mesleki faaliyet yürüttüklerinden yönetimler daima tüccarların taleplerini dikkate almaya özen gösterirlerdi.



Resim 11: İstanbul'da bir çarşı: Toplumsal sermayenin kamusal alanı

Çarşıda Küçük Ölçekli ve Yerel Sermayeler

Geleneksel çarşılarda küçük çaplı bir sermayeye sahip olabilmek, sosyal ve ekonomik anlamda ciddi bir kazanım demektir. Sosyal sermayenin varlığı, mikrofinans ve yerel kaynakların başarısı açısından çok önemli bir yere sahiptir. Tüccarlar ve mikro sermayenin oluşumunda aktif katkısı olan vatandaşlar arasında

karşılıklı bir güven ilişkisi vardır. Geleneksel çarşılar, insanlar arasında sosyal sermayenin oluşması ve sürdürülebilmesi hususunda çok daha elverişlidir. Bunun sebebi, yüz yüze iletişimin insanlar arasında güçlü sosyal bağlar oluşturması, alışverişlerde iyi tecrübeler edinilmesi, duygu birlikteliği, aynı şehre aidiyet hissi ve ortak anılar oluşması ile bireysel çıkarlardan ziyade ortak çıkarların ön plana çıkması olabilir.

Ekonominin temel ilkelerine dayalı olarak söylersek, bir toplumda en alt sınıfı güçlendirmenin en önemli yolu toplumu örgütlemek, bir mikroekonomi anlayışı geliştirmek ve yerel sermaye oluşturmaktır. Yoksulluk ve açlıkla mücadeledeki en etkili araç olan mikrokredi, kapasitesini ve etkinliğini kanıtlamış bir sistemdir. Bu, şu demektir; insanların hayatını özellikle de mikrokrediye ihtiyaç duyan insanların hayatını değiştirebilir ve geliştirebilir. Düşük gelirli ve fakir ailelere küçük borçlar, tasarruf hesapları ve bir dizi bankacılık ve finans hizmeti sunmak, onların gelirlerini arttıracaktır. Böylece kendilerini beklenmedik tehlikelere karşı korumaya almış olacak ve mevcut yaşam, eğitim, beslenme ve alışkanlık standartlarını yükseltmiş olacaktır. Bu noktalarda başarı sağlayabilmek, üçüncü milenyumun ana hedefleri arasındadır.

Mikrokredi toplama yoluyla küçük işletmeler ve sermayelerin oluşturulabildiği geleneksel çarşılarda, vatandaşların sosyal ve ekonomik sorunlarına geniş bir çerçevede çözümler bulunabilmekteydi. Son yılların yapısal nitelik dönüşümü üzerine kurulu çarşılarında ise bu tür değerlere rastlamak neredeyse hiç mümkün değil.

Sosyal Sermayeler

Literatürde üç tip sosyal sermaye vardır (Putnam, 2000, s. 45): Kaynaştıran ya da sıkılaştıran sosyal sermaye, kenetleyen sosyal sermaye ve birleştirici sosyal sermaye. İşbirliği ve eş güdüm açısından katalizör olan sosyal sermaye, üç aşamada ele alınıp tartışılabilir: Mikro çapta, orta çapta ve makro boyutta.

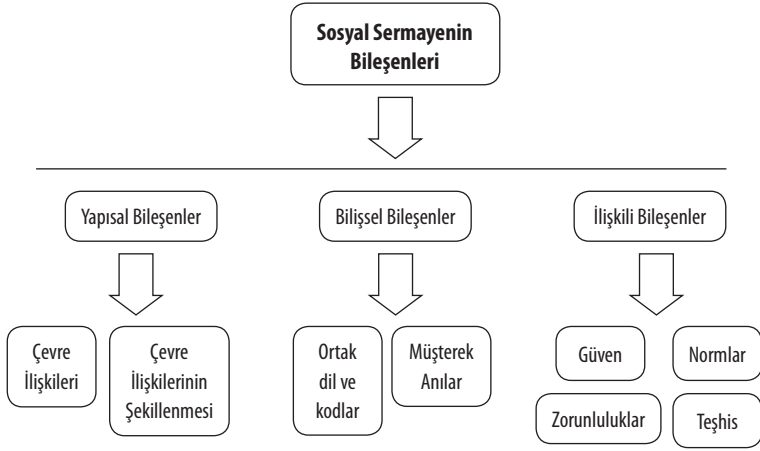


Diagram 2: Sosyal Sermayenin Şekilleri ve Bileşenleri

Küçük beldelerdeki sosyal sermayenin büyük beldelere oranla toplamda daha fazla olduğunu biliyoruz. Toplumun farklı özelliklerinin şehrin belli bir bölgesinde (çarşıda) bir araya gelmesine bağlı olarak karşılıklı güven ve ortaklık kurma, açık sözlülük ve güven duygusu fazlasıyla gelişir.



Resim 12: Büyük Tebriz Çarşısı: Çarşı, her türlü sosyal grup için bir iletişim ve etkileşim mekanı

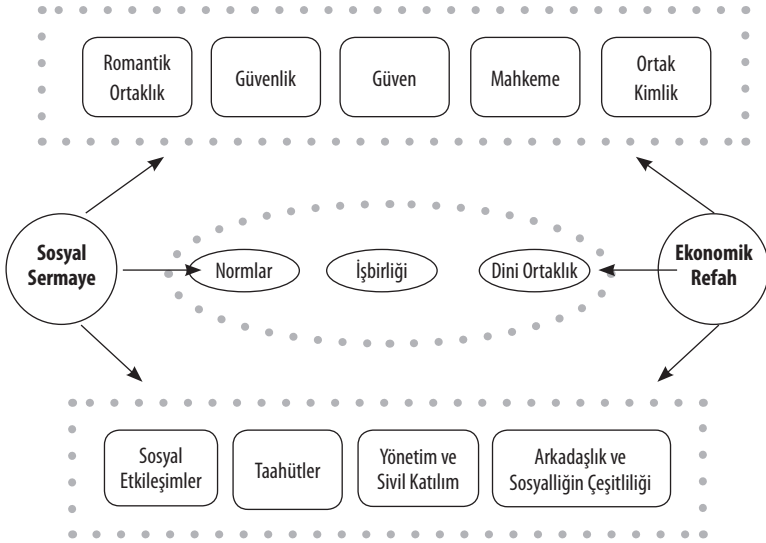


Diagram 3: Sosyal Sermaye ve Ekonomik Refah Arasındaki İlişki

Geleneksel çarşılarda, dükkanlar ile satış yapılan yer arasında çok küçük bir boşluk vardır. Bütün kapıların açık olması ve ürünün satıcıdan alıcıya ve taşıyıcısına kadar bütün hareketinin izlenebilmesi her zaman için satıcılara insanların ihtiyaçlarını ve tercih ettikleri ürünleri temin etme fırsatı doğurmuştur. Küçük satıcı bu yolu izleyerek büyük bir satıcı olabilir. Dahası, küçük ölçekli satıcılar ticari faaliyetlerini geliştirme fırsatı yakalarlardı.

Geleneksel Çarşıda Vakıf

‘Vakıf’ kavramı sözlük anlamı olarak “hapsedilme ve sınırlandırma” ya da bir şeyin durması ya da hareketsiz olması demektir. Vakıf, belirli bir şeyin vakıf tarafından sahip olunması ve faydanın ya da malın nasibinin hayırseverlik çerçevesinde fakir insanlara yansıtılması anlamına gelir. Aynı zamanda, özel mülkiyetin devamı niteliğinde olup paranın ya da mülkiyetin özel bir kurumda, tek bir havuzda toplanmasıdır. Vakıf çerçevesinde dinî ve kalıcı hedefler uğruna yapılan bu bağışlar vergiden düşülürdü.

Buna ek olarak vakıf, günlük şehir hayatında sosyal ve ekonomik anlamda önemli etkilere sahip olan, hatta özellikle İran'da İslam şehirlerinin ve çarşılarının şekillenmesinde fiziksel boyutta hayati role sahip bir kuruluştur. Çoğunluğu fon sağlayıcılar tarafından inşa edilen İran şehirlerinden eğer kamusal alanın ve kamu çıkarının yararına olan mekanlar çıkartılırsa geriye dağınık ve ayrık ev kümelerinden, dükkanlardan ya da meydanlardan başka bir şey kalmaz. Vakıf kültürüne mimari ve kentsel planlamada bu kadar uzun yıllar boyunca niçin bu denli ısrarla ihtiyaç duyulduğunu araştırarak olursak karşımıza çarşıya da yansıyan iki farklı etki tarzı çıkar: somut ve soyut etkiler. Soyut düşünceler, doğrudan görünüşle ilgili olmayan ameli ve manevi faaliyetleri kapsar fakat toplumdaki dezavantajlı kesimlere; yani yetimlere, engellilere, yaşlılara, mahkumlara, bağımlılara, öğrencilere, hastalara ve evlenmek isteyip de durumu olmayanlara yardım mahiyeti güder. Dolayısıyla, çarşısında vakıf gibi hayır kurumlarına sahip olan şehirlerde sosyal ve ekonomik denge de sağlanmış olur. Vakfın fiziksel boyutunun yansıması ise doğrudan şehrin çehresi ile ilişkilidir. Çarşıda bulunan neredeyse tüm yapılar; camiler, okullar, kütüphaneler, sağlık merkezleri, dükkanlar, çeşmeler ve hamamlar vakıflar eliyle inşa edilmiştir.



Resim 13: Çarşı bünyesinde bir vakıf tarafından kamulaştırılmış meydan, cami ve mektep (İsfahan)

Çarşılarda Esnaf Cemiyetleri

Çarşıda belli bir çeşit ürünün özel sipariş edilmesi durumu, bu cemiyetin doğumuna ortam hazırlamıştır. ‘Lonca teşkilatı’ da denilen bu birliktelikler, çarşının en önemli aktörleri arasındadır. Bu teşkilatlar farklı esnaf ve meslek gruplarının çarşıda makul bir sıra ile dizilmesini sağlar. Belli benzerliğe sahip ürünlerin satıcıları, aynı imkanlardan yararlanma ve kendi aralarında işbirliği yapma gibi durumlardan ötürü bir arada olma eğilimindedirler. Bu durum aynı zamanda alıcılara ürün kalitesi ve fiyat karşılaştırması yapma imkanı sunarak dükkanlar arasında rekabet ihtimalini de ortaya çıkarmaktadır.

Çarşı kurulumunda en önemli unsurlardan biri de sivil toplumla bütünleşmiş lonca teşkilatlarının sosyo-politik rolüdür. Bu teşkilatlar, genellikle güncel konular üzerine bir tavır takınır ve neyin kabul edilip edilmediğini kendi aralarında ilan ederlerdi. Bazı dönemlerde tüccarlar hükümetin bazı adımları atmasına da karşı çıkmışlardır.



Resim 14: Tebriz Çarşısı’nda Halıcılar Yolu (*Rasteh*):
Yolun tamamı sadece halı satıcılarına ayrılmış.

Ekonominin Şeffaflığı

Ekonomi literatüründe şeffaflık kavramı hem ekonomik hem sosyal hem de siyasal anlamda tüm taraflara uygunluk ve güvenilir bilgi sunması açısından yerinde bir tanımlama olmuştur. Şeffaflığın olmaması durumu, bilgiye ulaşmada bilinçli bir red-

dediçe, yanlış bilgi servis edilmesine ya da ilgili ürünün kalite ve uygunluğunun yanlış sunulmasına ortam hazırlar. Şeffaflığın geleneksel ve İslami çarşılarda temel unsurlardan biri olduğu söylenebilir. Rekabetçi piyasada görüldüğü gibi şeffaflık etkisi fiyatları düşürür; ticareti kolaylaştırır; tüketicinin refahını artırır; mala değer kazandırır ve neticede piyasa verimliliğini yükseltir. Çarşının fiziksel çevresi, Allah'a ve ahiret gününe atıfla şekillenir. Çarşının birçok boyutunda yalnızca ekonomik endişeler değil Allah ile kurulan güçlü ilişkiler de araya girer ve ticarete kusur ya da bilgi saklama gibi olayların önüne geçilerek şeffaflık mümkün kılınır.



Resim 15: Çarşı ekonomisinin şeffaflığı açısından aynı sırada aynı tarz ürünler sergilenir.

Mimari Yapı ile İlişkili Olarak Çarşının Sosyo-ekonomik Değeri

Çarşayı diğer ülkelerdeki benzer alanlarla karşılaştırdığımızda, takriben İtalya, Fransa ya da diğer Batılı ülkelerdeki çarşı meydanlarına ('plaza') denk düştüğünü söyleyebiliriz. Bu meydanlar, saray yönetimine karşı, karar alma mekanizmasına halkın katılımının sağlandığı ve halkın ekonomik özelliklerinin yansımalarının görüldüğü mekanlar olarak bilinir.

Öbür taraftan, çarşının inşası ve gelişimi bazı dinî amaçlar çerçevesinde, çoğunlukla da mimariye yansıtacak şekilde yapıldı ve bu durum çarşının çehresine yansıtılmaktaydı. Çarşılar çoğu kez, önemli dinî kurumların ve hayır kurumlarının devam ettirilmesi için kaynak temini sağlardı. Tabii ki bazen de çarşayı yaptıran kişilerin sosyal prestijini arttırarak siyasi bir işlev görürdü. Ayrıca, kendi aralarında rekabete haiz aktivitelerin çoğu aynı sırada ardışık ve birbirine yakın şekilde konumlanmışken, farklı aktivitelere ilişkin dükkan ve yapılar birbirinden uzağa kurulmuştu.

Mimari Özellikler

Çarşı yapılanmalarının birincil ayakları şehrin kalbine kök salacak şekilde konumlanmışdır. İkincil ayakları ise şehrin kapılarına kadar uzanan ana yollar üzerine yayılmıştır. Böylece bu yapılar, şehir hayatını destekleyici ve devamlılığını sağlayıcı bir görev üstlenmiştir. Açıktır ki çarşılar, şehrin omurgası niteliğinde olup karar alma merkezlerinin ve şehrin yönetiminin bulunduğu ve haliyle şehrin merkezi haline gelen doğrusal bir düzene ve yapıya sahiptirler.

Çarşının yapısı; camiler, konaklama merkezleri, dinî merkezler, mektepler, kütüphaneler, savunma kaleleri gibi kolektif muhtelif alanları içerir. Şehrin ana bölümünde konumlanmış çarşı eksenini, şehir hayatının büyük sorumluluğunu genişçe üzerine almıştır. Fakat şehrin sonlarına (kapılarına) doğru, kalın hat gitgide incilir çünkü oralarda şehrin hayati sorumluluklarına dair ihtiyaçlar da gitgide azalma gösterir.

İran'da Geleneksel Çarşıların Kurulum Şartları

İran'da çarşılar altı şarta dayalı olarak şekillenirler: dinî şartlar, hava şartları, toprak yapısı, su düzeni, bitkisel düzen ve ışık dağılımı.

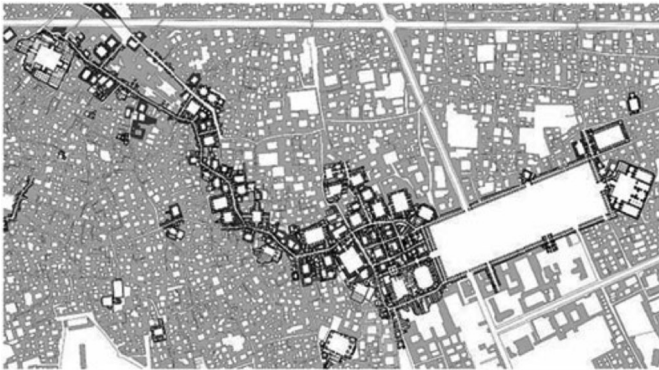
1. *Dini Şartlar:* Şehrin kapılarından şehir merkezine kadar uzanan çarşılarda cami ve meydanlar bulunur. Bütün saha, kozmik bir düzene uygun olarak düzenlenmiştir. Dolayısıyla bütün sahanın hedefi engin bir hedefi gerçekleştirmeye yöneliktir.



Resim 16: Her bölgesinden kutsal mekana ulaşılabilen çarşı yapılanmasının bütüncül bir fotoğrafı

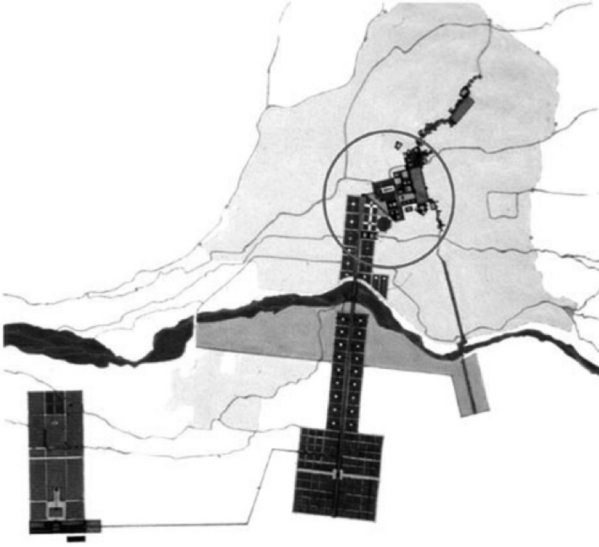
2. *Hava Şartları:* Çarşılar, güçlü rüzgarları artlarına alacak şekilde kurulur. Böylece sağlıklı havalandırma imkanı elde edilmiş olur.

3. *Toprak Yapısı:* Çarşının kurulumu ve gelişimi, yeryüzü şekillerinin eğimine göre ayarlanır. Çarşılar doğal olarak daha çok düz bölgelerde kurulur.



Resim 17: Çarşının şekillenışı, toprak cinsi ve bölgenin eğimine göre gerçekleşir.

4. *Su Yolu*: Hareketi bayırlara bağlı olarak sağlanan su, çevresinde kurulan **çarşı** ve diğer yapıların oluşmasında önemli etkiye sahiptir.

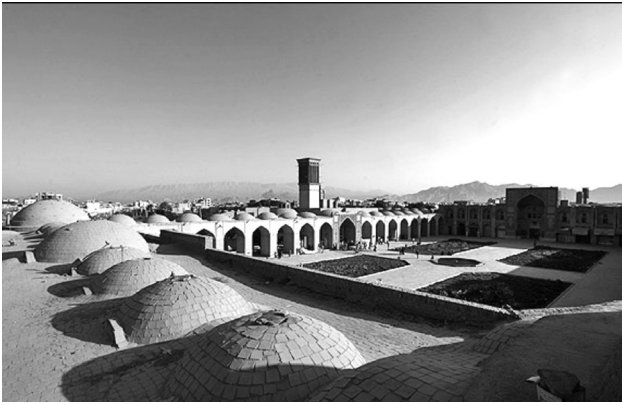


Resim 18: Su yolu, geleneksel İran çarşısının oluşumunda kritik bir role sahiptir.

5. *Bitkisel Düzen*: Ağaçların ve çiçeklerin sahip olduğu düzen içerisinde doğal olarak oluşan geçiş yolları (patikalar) caddeleri oluşturur ve doğrusal bir niteliğe sahip olan güzergahlar anayol olarak karşımıza çıkar. Çarşılar da genellikle bu yollar üzerinde kurulur.

6. *Işık Dağılımı*: Işık düzeni alan ve çevre düzenlemesinde en önemli faktörlerden biridir. Çünkü çarşı kapalı bir mekandır ve farklı bölgelerdeki ışık kalitesi değişiklik arz etmektedir. Bu da bazı özel düzenlemeler gerektirir. Dükkanlar ve odacıklar, doğal ışık kaynağına doğrudan muhatap değildir; dolayısıyla karanlıktır. Çarşının bazı bölümleri ise çatıdan dolayı güneş ışığının bir kısmını alabilir ve bu yüzden yarı aydınlık bir havaya sahip olur.

Fakat, gelen ışığın miktarına göre çarşıdaki hareketlilik de değişim gösterir. Bir kişi, karanlık ve aydınlık alanlar arasında git-gel yaptığı zaman, aniden zayıf ışıkla karşılaşır. Bu şu demektir; birçok olayın ve aktivitenin gerçekleştiği asıl merkez geride kalmıştır. Yarı ışıklı sahalar, sınırsal bir yapıya sahiptirler. İnsanları merkeze yaklaşmış olma hissine kaptırırlar. Işıklı alanlarsa, geçiş yolları ve sınır unsurlarının bulunduğu avlu denilebilecek bitiş noktalarını temsil ederler.



Resim 19: Kirman Çarşısı'nda ışığın dağılımı

Konumlanma Etkenleri

Albenisi fazla olan mallar ve çok sayıda müşteriye hitap eden cazip mallar genelde ana ekseninde konumlanmıştır. Değerli malların çarşı içinde konumlandıkları mekanlar da bellidir. Değerli ürünler, yüksek güvenlik gerektirdiklerinden şehir merkezine yakın yerlerde ve cami gibi kalabalık yapıların yanlarında muhafaza edilir.

Çarşının Şehir İçindeki Konumu

Büyükşehirlerde çarşılar kent meydanına bağlı olduğu için şehrin bir ucunu diğer ucuna bağlayan bir geçiş yolu niteliğindedir. Dolayısıyla çarşı meydanında müşteri ve satıcıların haricin-

de yolcu denebilecek insan grupları da bulunmaktadır. İlginçtir ki; üç insan grubu (müşteri, satıcı, yolcu) da esasında birbirlerinin pozisyonunda olabilecek konumdadır. Modern çarşılarında bu insan grupları arasındaki değişim ilişkisi dikey değil yataydır. Aynı durum, en içerdeki satıcı ile bir katman dışardaki alıcıların sürekli hareket halinde olmasından ve bazen de daimi satıcıların müşterinin geçtiği yollara uzak olmasından dolayı geleneksel çarşılarında da geçerlidir.

Geleneksel çarşı mimarisinde, çarşının şehrin meydanlarını birbirine bağlayıcı bir unsur olma özelliği de taşımasından dolayı yeri geldi mi kapatılabilecek herhangi bir kapıya rastlayamazsınız. Dolayısıyla dükkan kapıları artık bir kez açıldı mı bir daha kapanmaz. Böylece gün boyu satıcılar, alıcılar, yani müşteriler ve yolculardan müteşekkil serbest bir trafik akışı oluşur. Geleneksel çarşılarında alışveriş için ortak bir dilin varlığı kesinlikle gereklidir. Fakat bu ortak dilin tamamen kelimelerden oluşmasına gerek yoktur. Bazen kelimelere ihtiyaç bırakmayacak bir beden dili veya bazı ortak semboller ihtiyacı karşılar.

Yine geleneksel çarşılarında dükkanların tavan yüksekliği her dükkan için aynı seviyededir. Bu durum yüksekliğe bağlı imkanlar çerçevesinde çok miktarda ürün depolanmasını engeller. Dolayısıyla dükkanlar arasındaki rekabet, hem satılan ürünün boyutuna bağlı olarak dükkanın sahip olduğu hücrecikler hem de dükkanın girişindeki 'büyük' ya da 'küçük' tabelalar üzerinden gerçekleşir. Böylece mal sahipleriyle güçlü teşkilatlar arasında yüksek rekabet oluşur ve hatta küçük tezgah satıcılarının bile mekan sahipleri tarafından temin edilen büyük mekanları olabilir.

Çarşılar el emeği ürünlerin yerini seri üretim ve endüstriyel sanayiye bırakması ile birlikte gün geçtikçe değişti. Değişimden önce, yani seri üretimin yapılmadığı dönemlerde ürün çeşitliliği ve malların farklılığı daha çok ön plandaydı. Fakat seri üretim ve sanayileşme ile birlikte geleneksel çarşılar ve yatırımcılar, Batılı

endüstriyel ürünlerin temsilcileri haline geldiler ve bu ürünler içselleştirilmeye başlandı. Nihai olarak ise günlük üretim kapasitesi satış marjına bağlı olarak tek bir ürüne kadar düşebilen küçük üreticiyi piyasadan sildi. Üretimde çokluğun harici unsurların eline geçmesiyle birlikte bu durum tüketicilerin de o ürünlere yönelmesine sebebiyet verdi.

Sonuç

Mimari açıdan şehrin belkemiği olma ve geniş araziye yayılmış olma noktalarında ortak özelliklere sahip olan çarşılar, manevi konumlanma itibarıyla ticari, dinî, eğitimsel ve kültürel işlevler görmüş olup; yönetim ve adalet meclisleri ya da kutlama törenleri için bir meydan ve güneş battıktan sonra bile devam eden faaliyetlerin devam edebildiği bir mekan olarak güven duygusu ve güvenliğin tesis edildiği bir yere dönüşmüştür. Çarşılar, hayatın maddi ve manevi boyutlarına, sağlıklı haber ve bilgi edinme mekanizmalarına ve ürünlerin serbest giriş çıkışına ilişkin sosyo-kültürel, ekonomik ve siyasi değerlerin vücut bulduğu kapsayıcı mekanlardır. Bu tür değerlere sahip çarşılar, sosyal sistemin canlılığı ile sosyal medya görevi gören, küçük ve yerel sermayenin gelişimine imkan tanıyan, sosyal sermayenin oluşumuna katkı sunan, vakıfların kapsayıcılığında teşkilatların oluştuğu ve ekonomik ilişkilerde şeffaflığın tesis edildiği mekanlar olmuşlardır.

Kaynakça

Assari, A., Mahesh, T.M., Assari, E. (2012). Conservation of Historic Urban Core in Traditional Islamic Culture: Case Study of Isfahan City. *Indian Journal of Science & Technology*, 5 (1), 1970-1976.

Bernroider, E. (2002). Factors In SWOT Analysis Applied to Micro, Small-to-medium and Large Software Enterprise: an Austrian Study. *European Management Journal*, 20 (5), 562-573.

Kermani, A.A. & Luiten E. (2009). The Impact of Modernization on Traditional Iranian Cities: The Case Of Kerman. *Environmental Science and Sustainability*, 79-84.

Keshavarzian, A. (2009). *Bazaar and State in Iran: The Politics of the Tehran Marketplace*. Cambridge: Cambridge University Press.

Khansari, M. & Yavari, M. (1987). *Traditional Architecture in Iran*. Bruxelles: P. Mardaga.

Mazaheri N. (2006). State repression in the Iranian Bazaar, 1975–1977: the anti-profiteering campaign and an impending revolution. *Iranian Studies*, 39 (3), 401–414.

Moosavi, M.S. (2005). Bazaar and its role in the development of Iranian traditional cities. Conference, in *Proceedings of 2005 IRCICA International Conference on Islamic Archeology*.

Nejad, M. R. (2007). Social Bazaar and Commercial Bazaar: Comparative Study of Spatial Role of Iranian Bazaar in the Historical Cities in Different Socio-economical Context, in Akkelies van Nes (ed) *Proceedings of 5th International Space Syntax Symposium*, Vol 1; Delft: TU Delft, 197-200.

Nouri, J., Karbassi, A. R., Mirkia, S. (2008). Environmental Management of Coastal Regions in The Caspian Sea. *International Journal of Environment, Science and Technology*, 5(1), 43-52.

Pourjafar M. & Pourjafar A. (2011). The role of social capital in the traditional markets of the economic situation in Iran. *Urban Management*, 27 (203), 22.

Pourjafar M. et al. (2013). Effective Factors in Structural Development of Iranian Historical Bazaars Case Study: Tabriz Bazaar. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3 (2), 272–282.

Pourjafar, M. et al. (2014). Role Of Bazaars as a Unifying Factor in Traditional Cities of Iran: The Isfahan Bazaar. *Frontiers of Architectural Research*, 3(1), 10–19.

Putnam, Robert D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Touchstone Books by Simon & Schuster.

Rotblat H. J. (1975). Social Organization and Development in an Iranian Provincial Bazaar. *Journal of Economic Development and Cultural Change*, 23 (2), 292–305.

Soltanzadeh H. (1983). *The Trend of the Formation of City and Religious Centers in Iran*. Tehran: Agah Publications.

Ziari, K. & Mahdnejad, H, P. (2008). *The Basis and Techniques for Urban Planning*. Chabahar: International Publication of Chabahar University.

Yazarlar Hakkında

Ahmet Faruk Aysan

1999 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisat Bölümü'nden mezun oldu. University of Maryland College Park'ta 2001 yılında yüksek lisansını, 2005 yılında doktorasını tamamladı. 2005'ten itibaren Boğaziçi Üniversitesi'nde ders vermeyi sürdürmektedir. Uluslararası finans, makroekonomi, ekonomi politik, bankacılık ve finans konularında uzmanlaşan Aysan, birçok uluslararası derginin Yayın Kurulu ve Danışma Kurulu Üyesidir. Akademik dergilerde yayımlanmış çok sayıda makalesi bulunan Aysan, 3 Kasım 2011 tarihinden itibaren Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Banka Meclisi Üyesi, 21 Kasım 2011 tarihinden itibaren Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Para Politikası Kurulu Üyesi olarak görev yapmaktadır.

Valentino Cattelan

Lisans eğitimini Karşılaştırmalı Hukuk alanında Roma'da tamamlayan Cattelan, Siena Üniversitesi'nde Hukuk ve Ekonomi alanlarında yüksek lisans yapmıştır. "Babil, İslam Sözleşme Hukuku ve Türevleri: Şeriata Uygun Finansal Seçenekler Nasıl Yapılandırılabilir?" başlıklı teziyle Siena Üniversitesi'nden doktora dercesi almıştır. İlgili alanları finansal çoğulculuk, mülkiyet hakları teorisi, risk yönetimi, İslami hukuk ve ekonomi alanlarında yoğunlaşmaktadır. *Islamic Finance in Europe* dergisinin 'Çoğulcu Finans Sistemleri' sayısının editörüdür.

Mustafa Dışlı

Lisansını 2002 yılında Ghent Üniversitesi Ekonomi bölümünde tamamlamıştır. Aynı üniversitenin Bankacılık ve Finans bölümünde yüksek lisansını ve doktorasını yapmıştır. Bankacılık, finans ve İslami finans konularına ilgi duyan Dışlı, bu konularda çok sayıda makale yayımlamıştır.

Ekrem Erdem

Lisans ve yüksek lisans eğitimini İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde tamamlayan Ekrem Erdem, doktora eğitimini Rensselaer Polytechnic Institute'da Yönetim Ekonomisi alanında tamamlamıştır. 2002 yılında İktisat Profesörü olan Erdem halihazırda Erciyes Üniversitesi'nde akademik çalışmalarına devam etmektedir.

Aliakbar Jafari

İmtiyazlı Pazarlama Enstitüsü üyesidir. Doktorasını pazarlama üzerine yapmış olup, yüksek lisansını İngiliz Dili ve Edebiyatı'nda tamamladı. *Marketing Theory* dergisinin editörü olup *Consumption, Markets & Culture* dergisinin Yayın İzleme Kurulu üyesi, *Journal of Islamic Marketing* dergisinin Yayın Danışma Kurulu kıdemli üyesi, *Iranian Journal of Management Studies* dergisinin Yayın Kurulu üyesi, *International Journal of Academic Research in Management* dergisinin Yayın Kurulu üyesi ve *International Islamic Marketing Association* İcra Kurulu üyesidir.

Hüseyin Öztürk

Lisansını İstanbul Teknik Üniversitesi Elektronik Mühendisliği Bölümü'nde tamamlayan Hüseyin Öztürk, yüksek lisansını da aynı üniversitenin Ekonomi Bölümü'nde tamamladı. Eylül 2012'de Leicester Üniversitesi İşletme Bölümünde doktorasına başladı.

Bilal Ahmed Qazi

Yükseköğrenimini 2003 yılında *Jamiah-tul-Uloom Ul-Islamiyah Banori Town*'dan almıştır. Uzmanlığını *Jamia Darululoom Karachi*'den İslam hukuku alanında yapmıştır. MBA programını Ins-

tute of Business Administration'da tamamlamıştır. 2006'dan beri *Meezan Bank*'ta şeri danışmandır. Ayrıca, NAFA Islamic Mutual Funds'da hukuk danışmanıdır.

Özlem Sandıkçı Türkdoğan

Boğaziçi Üniversitesi'nde İşletme lisans eğitimini tamamladıktan sonra İngiltere'de Birmingham Üniversitesi'nde MBA yapmıştır. 1999 yılında ABD'de Pennsylvania State Üniversitesi'nden Pazarlama alanında doktora derecesini almıştır. 2000-2013 yılları arasında Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde çalışmıştır. Din-tüketim-pazarlama etkileşimi, modernleşme-kimlik-tüketim dinamikleri ve gelişmekte olan piyasalarda marka stratejileri üzerine araştırma projeleri yürütmektedir. Çalışmaları *Journal of Marketing*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Business Research*, *Marketing Theory*, *Business History Review*, *Journal of Consumer Behavior*, *Fashion Theory* gibi dergilerde ve çeşitli kitaplarda yayınlanmıştır.

Mustafa İbrahim Turhan

1968 yılında İzmir'de doğdu. Lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi İşletme bölümünde tamamladı. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Uluslararası Bankacılık yüksek lisansını "Kamu Kesimi Açıklarının Makroekonomik Sonuçları ve Türkiye'de Bankacılık Kesimi Üzerinde Etkileri" konulu tez ile, Bankacılık doktorasını da "Finansal Krizler ve Reel Sektör Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği" konulu tez ile tamamladı. 1 Nisan 2004 tarihinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Banka Meclisi üyeliğine, 7 Haziran 2006 tarihinde Para Politikası Kurulu üyeliğine seçilen Dr. M. İbrahim Turhan, 8 Mayıs 2008 tarihinde Başkan Yardımcısı olarak atandı. Turhan'ın uluslararası hakemli dergilerde Türkiye ekonomisi, finansal iktisat ve iktisat politikası alanlarında yayımlanmış makaleleri de vardır.

Mansour Yeganeh

Yüksek lisansını ve doktorasını mimari ve kentsel tasarım alanında yapmıştır. İslami çalışmalar, metodoloji, sürdürülebilir tasarım ve mimarinin sosyal hayata etkisi konularında araştırmalarına devam etmektedir.

İSLAM İKTİSADI VE PİYASA

1980'lerden itibaren neoliberal politikaların yaygınlaşması ve finans kapitalizminin küresel ölçekte etkinleşmesi ile beraber bankalar aracılığıyla insanlar borç, kredi, faiz sarmalına mahkûm edilmiş, öbür yandan finans kurumları karlarını fâhiş oranlarda arttırmıştır. Finans kurumlarının etki alanını bu derece genişlettiği bir dönemde, İslam iktisadı üzerine yapılan çalışmalar da yön değiştirmiştir. Son otuz yıldır yapılan çalışmalar neticesinde geline nokta-ya baktığımızda, alternatif sistem arayışlarının, mevcut sistem içerisinde var olma çabalarına doğru evirildiğini görmekteyiz. İktisadi bir sistem oluşturma arayışları, özellikle finansal boyutla sınırlandırılmış ve faizsiz bankacılık hizmetlerinin başlatılması ile Müslümanlara sistem içerisinde yer açılmıştır.

Nisan 2014'te, İslam iktisadı çalışmalarını finansal alanın kısıtlamasından kurtararak bütün yönleriyle ele almak ve İslam iktisadının alternatif bir sistem olarak iddiasını sürdürmesini sağlamak amacıyla "II. İslam İktisadı Atölyesi: İslam İktisadı ve Piyasa" başlıklı uluslararası bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Elinizdeki kitap, bu toplantıya dünyanın farklı coğrafyalarından katılan ilim adamlarının sunduğu tebliğlerin bir seçkisinden oluşmaktadır. Birbirinden kıymetli altı farklı makaleden oluşan kitapta, İslam ve piyasa arasındaki ilişki odak noktası olarak belirlenmiş, adil, insani ve sürdürülebilir bir piyasa modelinin imkanı tarihsel bilgiler ve mevcut iktisadi koşullar ışığında tartışılmıştır.



9 789756 303191