

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
İSLÂM HUKUKU BİLİM DALI

İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN
KORUNMASI

ALPASLAN ALKIŞ

DOKTORA TEZİ

Danışman
PROF. DR. ORHAN ÇEKER

Konya-2012

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
İSLÂM HUKUKU BİLİM DALI

İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN
KORUNMASI

ALPASLAN ALKIŞ

DOKTORA TEZİ

Danışman
PROF. DR. ORHAN ÇEKER

Bu çalışma tarafından Nolu Doktora tez projesi olarak desteklenmiştir.

Konya-2012



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	ALPASLAN ALKIŞ		
	Numarası	994144031004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TEMEL İSLAM BİLİMLERİ / İSLAM HUKUKU		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Adı	İSLAM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI		

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.


Alpaslan Alkiş

BİLİMSEL ETİK SAYFASI



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



DOKTORA TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	ALPASLAN ALKIŞ	
	Numarası	994144031094	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TEMEL İSLAM BİLİMLERİ / İSLAM HUKUKU	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans: <input type="checkbox"/>	Doktora: <input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Orhan ÇEKİR	
	Tezin Adı	İSLAM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI	

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan İSLAM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI başlıklı bu çalışma .02../02../2012 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğrencinin	Ormanı, Adı Soyadı	Danışmanı ve Üyeler	İmza
	Prof. Dr. Orhan ÇEKİR	Danışman	
	Prof. Dr. Bilal SAKLAN	Üye	
	Prof. Dr. Saifeddin KÖSE	Üye	
	Prof. Dr. Hacıyılmaz Pekin GÖKMEZNOBULLU	Üye	
	Doç. Dr. Nuri KATUECİ	Üye	

ÖNSÖZ

Tüketici olmak, insanların dil, din, ırk, cinsiyet gibi unsurlardan bağımsız olarak taşıdıkları ortak evrensel kimliktir. Bu nedenle, “Tüketicinin Korunması”, evrenselliğini ve güncelliğini kaybetmeyen bir konudur. Tüketicinin korunması için öncelikle tüketici hakları belirlenmeli sonrasında ise sözkonusu hakların korunmasına yönelik yöntemler geliştirilmelidir. Tüketici haklarının korunmasının bireysel ve ülke açısından ekonomik ve sosyal bağlamda önemi bulunmaktadır. Çünkü bir ülkede üretimin, verimliliğin, kalitenin ve rekabet gücünün artırılması gibi önemli gelişmeler aslında tüketicinin korunması ile yakından ilgilidir.

Sanayi devrimiyle piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin sayısındaki büyük artışla beraber hızla ilerleyen teknoloji sayesinde pazara her gün yeni malların çıkarılması tüketicilerin kalite ve fiyatlar bakımından doğru seçim yapma olanağını son derece kısıtlı hale getirmiştir. Bu durum sınırlı geliri ile sınırsız istekleri arasında doyurucu bir denge kurmaya çalışan tüketicinin karşılaştığı sorunları artırarak, tüketicinin korunmasını yüzyılımızın önemli konuları arasına sokmaktadır.

Tüketicinin korunması konusu, telif edildikleri sosyal ve ekonomik şartlar gereği klasik İslâm hukuku kaynaklarında ayrı bir bölüm halinde işlenmeyip muamelât konuları arasında işlenmesi ve günümüzdeki önemi sebebiyle, İslâm Hukuku'nun tüketicinin korunmasıyla ilgili yaklaşımının bir hukuk dalı olarak ortaya konularak işlenmesi gerekmektedir.

İslâm hukuku açısından tüketicinin korunmasını incelediğimiz bu çalışma, giriş ve üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde konunun önemi, sınırlandırılması, kaynakları ve kavramsal çerçeve, birinci bölümde tüketicinin korunmasının tarihi süreci üzerinde durulmuş ve daha sonra tüketici hakları incelenmiştir. İkinci bölümde, İslâm Hukuku'nun tüketicinin korunmasıyla ilgili yaklaşımı pazar öncesi, pazar aşaması ve pazar sonrası şeklindeki bir sınıflandırmaya tabi tutularak incelenmiştir. Bu bölümde doğrudan tüketicinin korunmasını sağlayan İslâm Hukuku hükümleri ile hisbe hükümleri açıklanmıştır. Arkasından, iktisadi hayattaki bazı yasaklama ve kısıtlamaların tüketicinin korunmasında önemli bir yeri olduğu ortaya

konmuştur. Üçüncü bölümde ise, tüketicinin korunmasında rol alan, İslâm dünyasında, Hz. Peygamber devrinden itibaren varlığı bilinen hisbe teşkilatı ve ahilik kurumları incelenerek tüketicilerin korunmasında bu kurumların işlevleri üzerinde durulmuştur.

Öncelikle, rehberliğiyle çalışmamıza yön veren, tezin tamamlanmasında bana güç vererek motive eden, kıymetli yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen, tezin her bölümünü titizlikle değerlendirerek tezin tamamlanmasında en büyük desteği veren tez danışmanı hocam Prof. Dr. Orhan Çeker'e sonsuz teşekkür ederim. Ayrıca tezimi okuyarak kıymetli fikirleriyle bana ufuk açan Prof. Dr. Saffet Köse'ye, Prof. Dr. Bilal Saklan'a, Prof. Dr. Hüseyin Tekin Gökmenoğlu'na, Prof. Dr. Halit Çalış'a ve konunun iktisat alanıyla ilgili yerlerinde yardımcı olan Prof. Dr. İsmail Bakan'a, çalışmamda kütüphanesini bana açan ve kaynak temininde yardımcı olan Yaşar Alpaslan'a, gönüllü olarak tezimi okuyarak, tezin bu aşamaya gelmesinde bana rehberlik yapan Doç. Dr. Nuri Kahveci'ye ve Prof. Dr. Mehmet Ali Kirman'a teşekkür ederim.

Alpaslan Alkış

Öğrencinin	Adı Soyadı	Alpaslan ALKIŞ	Numarası: 994144031004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ / İSLÂM HUKUKU	
	Danışmanı	Prof. Dr. Orhan ÇEKER	
Tezin Adı		İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI	

ÖZET

Tüketicinin korunması, evrenselliğini ve güncelliğini hiçbir zaman kaybetmeyen yaşamsal öneme sahip bir konudur. Tüketici hakları olarak, temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, güvenlik hakkı, bilgi edinme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme hakkı, tazmin edilme hakkı, şikâyet hakkı ve muhayyerlik hakkı bulunmaktadır. Tüketici haklarının esas itibarıyla, “kul hakkı” ve “malî haklar” içerisinde mütalaa edilmesi mümkündür.

Tüketicinin korunması için her şeyden önce tüketicinin eğitimi, bilgilendirilmesi ve temsil edilmesi gereklidir. Tüketiciyi koruma çabaları içinde en önemli hususları hiç kuşkusuz üretimde standardizasyonun ve kalitenin sağlanması, ölçü ve tartı kontrolü, çarşı ve pazarların düzenlenmesi ve denetlenmesi oluşturmaktadır. Çarşı ve pazarların denetlenmesi için Hz. Peygamber ve Hz. Ömer dönemlerinde erkek ve kadınlardan oluşan görevliler tayin edilmiştir.

İslâm, adalet, doğruluk ve hakkaniyet ilkeleri ile kartel ve tekel oluşumuna karşı çıkararak ihtikârı yasaklamış ve böylece tüketicileri, fiyatlar karşısında korumayı hedeflemiştir. İslâm hukuku, tüketicilerin aldatılmasına karşı çıkararak muhayyerlik haklarıyla kusurlu mala karşı tüketicilerin korunmasını sağlamış ve tüketicilere aldanma ve kusurlu mal sebebiyle akdi bozma hakkı tanımıştır.

Hız. Peygamber'den bugüne kadar tüketicinin korunmasında rol üstlenen bir takım kurumlar bulunmaktadır. Bunların ilki, varlığı Hız. Peygamber dönemine dayanan "Hisbe" teşkilatıdır. Hisbe teşkilatı tüketicinin korunmasının pratik bir uygulamasıdır. Selçuklu ve Osmanlı toplumlarında sivil toplum kuruluşu olarak ortaya çıkan "Ahilik" kurumu ile esnaf teşkilatı olan "Loncalar" da, İslâmî ahlâk ilkeleri doğrultusunda kaliteli mal ve hizmet üretimini sağlayarak tüketicinin korunmasında asırlarca önemli rol üstlenmiştir.

ANAHTAR KELİME: Tüketici, Tüketim, Tüketici Hakları, Korunma, Standart, Kalite, Muhayyerlik, Ayıp, Fiyat.

Öğrencinin	Adı Soyadı	Alpaslan ALKIŞ	Numarası: 994144031004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ / İSLÂM HUKUKU	
	Danışmanı	Prof. Dr. Orhan ÇEKER	
Tezin İngilizce Adı		Protection of the Consumer in The Islamic Law	

SUMMARY

Protection of the consumer is a vital topic which never loses its universality and actuality. The consumers' rights such as providing basic needs, security, getting knowledge, right of election, being represented, being indemnified, have been regarded as global the consumers' rights.

To protect the consumer, he needs to be educated, informed and organized. By no means the most important protection is that providing standardization and quality in production, checking the measurement and weight, arranging and controlling of the market and bazaar. The official man and woman authorities were charged in examining the market and bazaar in The Prophet Muhammad and the Prophet Ömer day. Specific standards were arranged in the Islamic history.

Islam forbid the profiteering by objecting to the formation of cartel and monopoly. The consumers are protected against excessive prices. The Islamic law has banned by no means to deceive the consumer. The Islamic lawyers are in consensus that the seller must inform about the defect of goods. The consumer has right to undo the agreement.

There have been some institutions which are responsible for protecting the consumer from the time of The Prophet Muhammad to today. One of the first institutions was Hisbe organization. It was a kind practical implementation which protects the consumer. Besides this organization, Akhism, which was a kind of

organization providing goods and service in high quality in accordance with the moral principles of Islamic, had vital roles in protecting the consumer.

KEY WORDS: Consumer, Consume, Consumer Rights, Protection, Standardization, Quality, Selection, Defect, Price.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iii
DOKTORA TEZİ KABUL FORMU	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vii
SUMMARY	ix
İÇİNDEKİLER	xi
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1
I. Araştırmanın Önemi ve Amacı	2
II. Konunun Sınırlandırılması	4
III. Araştırmanın Yöntemi	5
IV. Araştırmanın Kaynakları	6
V. Kavramsal Çerçeve	8
1. Tüketici	8
2. Tüketim	11
3. İhtiyaç	14
BİRİNCİ BÖLÜM: TÜKETİCİNİN KORUNMASININ TARİHİ SÜRECİ VE İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİ HAKLARI	18
1.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASININ TARİHİ SÜRECİ	18
1.1.1. İktisadî Süreç	19
1.1.2. Hukukî Süreç	23
1.2. TÜKETİCİ HAKLARI	29
1.2.1. Temel İhtiyaçların Karşlanması Hakkı	32
1.2.2. Sağlık ve Güvenlik Hakkı	33
1.2.3. Bilgi Edinme Hakkı	37
1.2.4. Seçme Hakkı	40
1.2.5. Sesini Duyurma (Temsil Edilme) Hakkı	41
1.2.6. Tazmin Edilme ve Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı	42
1.2.7. Eğitilme Hakkı	45
1.2.8. Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı	47
1.2.9. Şikâyet Hakkı	50
1.2.10. Muhayyerlik Hakkı	52

İKİNCİ BÖLÜM: İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	55
2.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI GEREKTİREN SEBEPLER.....	56
2.2. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI SAĞLAYAN AHLAKÎ İLKELER	59
2.2.1. Adalet	59
2.2.2. Doğruluk.....	60
2.2.3. Kanaat.....	61
2.2.4. Merhamet.....	61
2.2.5. Saygı.....	62
2.2.6. İtidal.....	62
2.3. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASI ÖNCESİNDE KORUNMASI.....	64
2.3.1. Tüketicinin Bilinçlendirilmesi.....	65
2.3.2. Üretimde Kalite	67
2.3.3. Standardizasyon.....	74
2.3.4. Akdin Kuruluşunda Tüketicinin Korunması	81
2.3.4.1. Akdin Unsurları.....	83
2.3.4.2. Akdin Sıhhatinin Şartları.....	85
2.4. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASINDA KORUNMASI.....	89
2.4.1. Ölçü-Tartı Alet ve Birimlerinin Kontrolü	90
2.4.2. Serbest Rekabetin Temini ve Haksız Rekabetin Önlenmesi	94
2.4.3. Çarşı ve Pazarların Denetlenmesi.....	98
2.4.4. Aldatıcı Reklam Yasağı.....	103
2.4.5. Tekel (Monopol) Yasağı.....	107
2.4.6. Karaborsa (İhtikâr) Yasağı	109
2.4.7. Fiyatlar Bakımından Tüketicinin Korunması	114
2.4.7.1. Serbest Fiyat Politikası.....	116
2.4.7.2. Devletin Piyasaya Müdahalesi (Narh)	119
2.4.7.3. Alışverişte Fâhiş Fiyat	125
2.4.8. Engelli Tüketicinin Korunması	127
2.4.9. Sahih Olmayan Alış-Verişlerin Yasaklanması Yoluyla Tüketicinin Korunması.....	128
2.4.9.1. Aldanma Riski Bulunan Satışlar (Garar)	129
2.4.9.2. Olmayan Şeyin (Ma'dumun) Satışı.....	131
2.4.9.3. Teslimine Güç Yetirilemeyecek Şeyin Satışı.....	133

2.4.9.4. Müşteri Kızıştırma (Neces)	134
2.4.9.5. Şehirlinin Köylü Adına Satış Yapması (Simsarcılık)	135
2.4.9.6. Pazara Gelen Malların Yolda Karşılanması (Telakki'r-Rükbân)	137
2.4.9.7. Bilinmezlik İçeren Satış	138
2.4.9.8. Malın Görülmeden Satışı	139
2.4.9.9. Meyve Ve Ekinlerin Olgunlaşmadan Satılması	140
2.4.9.10. Şarta veya Zamana Bağlanan Satış	141
2.4.9.11. Fasit Şartla Satış	142
2.5. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASI SONRASINDA KORUNMASI	143
2.5.1. Ayıp Muhayyerliği	143
2.5.1.1. Ayıp Muhayyerliğinin Tüketicie Sağladığı Haklar	152
2.5.1.2. Tüketicinin Ayıp Muhayyerliğinden Yararlanabilmesinin Şartları	158
2.5.1.3. Tüketicinin Ayıp Muhayyerliği Hakkını Düşüren Sebepler	162
2.5.2. Vasıf Muhayyerliği	164
2.5.3. Aldanma Muhayyerliği	166
2.5.4. Görme Muhayyerliği	167
2.5.5. Şart Muhayyerliği	169
2.5.6. İkale	172
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSLÂM HUKUK TARİHİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA ROL ALAN KURUM VE KURULUŞLAR	174
3.1. Hisbe Teşkilatı (İhtisâb Kurumu)	174
3.2. Ahilik Kurumu	180
3.3. Lonca Teşkilatı (Esnaf Teşkilatı)	183
3.4. Cumhuriyet Sonrası Türkiye'sindeki Kurum ve Kuruluşlar	186
SONUÇ	190
BİBLİYOGRAFYA	194
ÖZGEÇMİŞ	218

KISALTMALAR

AB	:Avrupa Birliği
AT	:Avrupa Topluluğu
bkz.	:Bakınız
Bşk.	:Başkanlığı
DİA	:Diyanet İslâm Ansiklopedisi
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
H.	:Hicri
ISO	:Uluslararası Standartlar Örgütü
İSAV	:İslâmi Araştırmalar Vakfı
İTÜ	:İstanbul Teknik Üniversitesi
md.	:Madde
R.	:Rumi
TDK	:Türk Dil Kurumu
TDV	:Türkiye Diyanet Vakfı
TKHK	:Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TSE	:Türk Standartları Enstitüsü
TÜSİAD	:Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği
t.y.	:Tarih yok

GİRİŞ

Tüketicinin korunması konusu, pazar düzenine dayalı ekonomilerde XX. yüzyılın başlarından itibaren gözlemlenen bir olgu olmasına karşılık, ekonomik anlamda çok eski yıllara dayanmaktadır. Çünkü yaratılışı gereği toplum halinde yaşamak zorunda olan insanoğlu, rızık temini gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için ekonomik faaliyetlerde bulunmaktadır. Rızık temini için yerde ve gökte olan her şeyi insanın hizmetine veren¹ Allah Teâlâ, insanın bu nimetlerden faydalanırken de ihtiyaçların helâl ve temiz² olanlardan karşılanmasını isteyerek ekonomik faaliyetlerin ahlaki ilkeler doğrultusunda yapılmasını öngörmektedir.

İnsanın tüm faaliyetlerinde ahlaki ilkeleri temel kabul eden İslâm, ekonomik faaliyetlerin de ahlaki temeller üzerine kurulmasını istemektedir. Bu sebeple insan ister tüketici, ister üretici olsun, ekonomik faaliyetlerinde İslâm'ın öngördüğü doğruluk ve adalet³ gibi ahlakî ilkeleri esas almalıdır. Zira insanın yaratılıştan mal biriktirme, menfaat ve tamahkârlığa düşkün olduğu bilinmektedir. Bu sebeple, ekonomik faaliyetlerde tek başına kanun ve kurallar, insanın adil ve hakkaniyet ölçüleri içerisinde davranmasında yeterli olamamaktadır. İnsanı hakkaniyet ölçülerine çekebilmek için mutlaka işin ahlakî boyutunun bilinmesi gereklidir. Bu bağlamda ahlakî olan İslâm iktisat teorisi, ekonomik faaliyetlerde insanın İslâmî prensiplerle, Allah'ın emir-nehiy ve nasihatleriyle eğitilmesini istemektedir. Hz. Ömer'in "Bizim çarşımızda dini bilen kimseler satıcılık yapсын"⁴ sözü bu durumu ortaya koymaktadır. Ahlakî eğitimi olan insan, ekonomik faaliyetlerinde doğru olmayı, dürüst davranmayı, aldatmamayı ve üretkenlikle birlikte kanaat sahibi olmayı bilir.

¹ Bakara, 2/29, وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ; Câsiye, 45/13. هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا

² Bakara, 2/168, فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ; Nahl, 16/114. يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا

³ Nisâ, 4/135, يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ; Mâide, 5/8, يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ ; En'âm, 6/152, كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ; Suarâ, 26/182, وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ; En'âm, 6/152, كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ; Hucurât, 49/9, وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ; Rahmân, 55/9, وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

⁴ Tirmîzi, "Vitr", 21. لا يبيع في سوقنا إلا من [قد] تفقه في الدين

İslâm, dünya nimetlerinden faydalanmayla beraber ortaya çıkan ekonomik faaliyetleri, hukukî kurallar ve ahlakî ilkelerle düzenleyerek insanlar arasında hak ve adaleti tesis etmek istemektedir. Bu açıdan araştırmamızın konusu olarak, İslâm Hukuku açısından tüketici hakları ile insanların tüketici olarak karşılaştıkları zarar ve aldatmalardan korunmalarını sağlayan iktisâdî ve hukukî tedbirlerin neler olduğu ve bu korunmanın nasıl sağlanacağı hususlarını incelemektedir.

I. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Tüketicilerin korunması tüm insanlığı ilgilendiren bir konudur. Zira her insan tüm faaliyetleri yanında hayatını devam ettirebilmek için ekonomik faaliyetlerde de bulunmaktır. Bu sebeple her insan az veya çok tüketici konumunda yer almaktadır.

İnsanlığın yaratılışından bu güne kadar ekonomik faaliyetlerin boyutu ölçüsünde, az veya çok, basit veya karmaşık yapıda da olsa insanlar arasındaki iktisadi ilişkilerde zaman zaman hak ihlalleri yaşanmaktadır. Bu hak ihlallerinin önlenmesi için iktisadî ilişkilerde çoğunlukla zayıf tarafı oluşturan tüketicilerin korunması gerekmektedir. Ekonomik faaliyetlerin basit usullerle yapıldığı önceki dönemlerde tüketicinin korunması daha kolay ve basit iken, bugün sanayi devrimiyle beraber hızla gelişen teknoloji ve pazarlama yöntemleri sayesinde aldatılmanın da alabildiğine kolaylaşması sonucu tüketicinin korunması çok daha zor ve karmaşık bir yapıya bürünmüştür. Bu açıdan tüketicinin korunması insanlar için çok önem arzeden bir konu haline gelmiştir.

Baş döndürücü bir hızla gelişen ve değişen dünyamızda sanayi devrimi, getirdiği “kütlesel üretim” (mass production) sonucunda, ortak bir dünya üretimi ve ortak bir dünya tüketiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sonraki yıllarda gümrük duvarlarının kaldırılması ve ekonomik entegrasyonların kurulması dünya markalarının artışı sağlamış; bunu uydu ve internet reklâmcılığının gelişimi izlemiş ve dünyadaki tüm insanların her şeyden aynı anda haberdar olmalarına, aynı tüketim kalıplarını benimsemelerine, aynı özlem, umut ve beklentileri taşımalarına yol açmıştır. Buna bağlı olarak gittikçe zenginleşen ve karmaşıklaşan, tüketici istek ve ihtiyaçları ve bunların karşılanma çabaları da tüketicinin korunması konusunu daima

ön plana çıkarmış ve çağdaş dünyanın en güncel ve en dinamik konularından biri yapmıştır.⁵

Ekonomik faaliyetlerin amacının, tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve tatmini olmasına rağmen, teknolojik gelişmeler üretime, üretim de tüketime tabi olup tüketim de ahlaki ve manevi değerlerin kontrolü dışında kalınca teknolojinin gelişmesi kitlelerin tüketim ekonomisine yönelmelerine neden olmuştur. Tüketimde esas belirleyici tüketici olması gerekirken endüstriyel güçlerin başta reklam olmak üzere çeşitli kanalları kullanarak yapay ihtiyaçlar üretmesi yeni bir ekonomik yapılanmayı ortaya çıkarmıştır. Bu ekonomik yapılanmada da tüketici belirleyici olamamıştır. Tüketicinin eğitime, bilgilendirilme ve örgütlenme eksiklikleriyle beraber ekonomide tam rekabetin gerçekleşmemesi de tüketicinin istismar edilmesine yol açan sonuçlar doğurmuştur.⁶

Tüm bu ekonomik faaliyetlerdeki değişimler neticesinde, insanların tüketici olarak haklarının korunması da kaçınılmazdır. Böylece 20. yüzyılın en önemli konularından biri haline gelen “tüketicinin korunması” konusunun İslâm Hukuku açısından da incelenmesi gereği hâsıl olmuştur. Aslında İslâm’da tüketicilerin korunmasına yönelik ahlakî, iktisâdî ve hukukî ilkeler, piyasaların düzenlenmesi çerçevesinde ilk defa Hz. Peygamber döneminde vazedilmiştir. Böylece İslâm dini, bir yandan ahlakî diğer yandan hukukî düzenlemelerle her türlü hakları gözetip koruma altına almıştır.⁷ Hz. Peygamber’in “Bizi aldatan bizden değildir”⁸, “Sattığın zaman tartarak ver, satın aldığın zaman da tartarak al”⁹, “Alış veriş yapan iki kişi, birbirlerinden ayrılmadıkça muhayyerdirlere. Eğer dürüst alış veriş yapıp da her şeyi olduğu gibi açıklarlarsa, alış verişleri bereketli olur. Eğer bazı gerçekleri gizleyip yalan söylerlerse, alış verişlerinin bereketi kalmaz”¹⁰ şeklindeki açıklamaları

⁵ DPT, 2001:1.

⁶ DPT, 2001:7.

⁷ Yeniçeri, 1996:146.

⁸ Müslim, “İman”, 164; İbn Mâce, “Ticaret”, 36; Tirmîzî, “Büyü”, 74. مَنْ عَشَرَ فَاَيْسَ مِنَّا

⁹ Buhârî, “Büyü”, 51. « إِذَا بَعْتَ فَكَيْلًا ، وَإِذَا اشْتَرَيْتَ فَاتَّكِلْ »

¹⁰ Buhârî, “Büyü”, 19; Müslim, “Büyü”, 47; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 53; Tirmîzî, “Büyü”, 26. « الْبَيْعَانِ بِالْحَيْتَارِ مَا لَمْ

يَنْفَرَقَا - أَوْ قَالَ حَتَّى يَنْفَرَقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا »

tüketicinin korunmasıyla ilgili düzenlemelerin ana hatlarının Hz. Peygamber döneminde konulduğunun açık birer delilidir.

İslâm Hukuku kaynaklarında tüketicinin korunmasının temel kodları bulunmakla beraber, konunun günümüzde kazandığı önem ve iktisadî faaliyetlerin ulaştığı gelişmişlik düzeyi nedeniyle bu araştırmada tüketici haklarının tespiti yapıp, tüketicilerin haklarının korunmasını sağlayan uygulama ve yöntemlerin belirlenmiş ve tüketicinin korunmasının hukukî alt yapısının ortaya konmuştur. Böylece tüketicinin korunması hukukuna belli bir sistematik kazandırılmıştır.

II. Konunun Sınırlandırılması

İslâm Hukuku'ndaki düzenlemeler doğrudan veya dolaylı olarak aslında insan haklarını korumaya matuftur. Bu açıdan bakıldığında çoğu iktisadî düzenleme tüketicinin korunmasıyla ilişkilendirilebilir. Ancak araştırmada insanın ekonomik anlamda tüketici olma vasfı değil hukukî anlamda tüketici olma özelliğiyle ilgili hakları ve bu hakların hukukî olarak korunması ile korunmanın hukukî olarak nasıl gerçekleşeceği konuları incelenmiştir. Zira ekonomik anlamda, iktisadi varlıkları hangi amaçla olursa olsun tüketen herkes tüketici kabul edilirken, hukukî anlamda, malı ticari ve mesleki olmayan amaçlarla tüketenler tüketici kabul edilmektedir. Bu bakımdan araştırma tüketicinin hukukî açıdan korunmasını konu edinmiştir.

Araştırma “tüketici hakları” ve “tüketicinin korunması” konularını islâm hukuku açısından işlemektedir. Ancak bunu yaparken modern hukukun yaklaşımlarından da faydalanılmıştır. Tüketici hakları Birleşmiş Milletlerin ortaya koyduğu tüketici hakları sistematigi çerçevesinde ele alınırken, tüketicinin korunması hususu, İslâm Hukuku'nun piyasa düzenini ve piyasa denetimini sağlayan uygulama ve hükümleri ile ticari hayatla ilgili İslâm'ın ortaya koyduğu temel ilkeler çerçevesinde incelenmiştir. Tüm bu uygulama, düzenleme ve ilkeler piyasa öncesi, piyasa aşaması ve piyasa sonrası şeklinde sınıflandırılarak işlenmiştir.

Tüketicinin korunması, İslâm Hukuku hükümleri temelinde modern hukuk sistematiginden yararlanılarak ele alınmış ve sistematize edilmiştir. Araştırma asıl

olarak ayet ve hadislerin ortaya koyduğu piyasa düzeni ve denetimi noktasındaki hükümleri ile tüketicinin korunmasında çok aktif işlev gören hisbe uygulamaları ve İslâm Hukuku'ndaki muhayyerlikler üzerine oturtulmuştur.

III. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada öncelikle tüketicinin korunmasının tarihi sürecinden bahsedilerek tüketici hakları belirlenmiştir. Tüketici hakları, Birleşmiş Milletlerin kabul ettiği tüketici hakları çerçevesinde ele alınarak İslâm Hukuku açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca İslâm Hukuku'nun “muhayyerlik hakkı” gibi tüketici açısından çok önem arzeden yaklaşımları da tüketici hakları olarak belirlenmiştir.

Araştırmamızda konunun öncelikle tarihsel süreci gözden geçirilerek önceki dönemlerde bu konularda hangi uygulamaların yapıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Burada özellikle hisbe ile ilgili eserlerden azami ölçüde yararlanılmıştır.

Konumuz iki temel üzerine oturtulmaya çalışılmıştır. Öncelikle tüketici hakları modern hukuk normları da esas alınarak tespit edilmiş, sonrasında ise bu hakların korunmasına yönelik düzenleme ve uygulamalar ortaya konularak tüketicilerin nasıl korunacağına yönelik tespitler ortaya konmuştur. Bu bakımdan tüketicilerin korunmasının pratik uygulaması olan “hisbe” ve “ahilik” gibi kurumlar özellikle incelenmiştir.

Tüketicinin korunması Hz. Peygamber'in piyasa düzeni ve denetimi uygulamalarına ve İslâm Hukuku'nun hükümlerine dayandırılmakla beraber zamanla iktisadî hayattaki gelişme ve değişimler nedeniyle tüketicinin korunması alanındaki uygulamalarda da değişme ve gelişmeler olmuştur. Bu nedenle klasik İslâm Hukuk kaynaklarındaki uygulamalar üzerine yeni yöntemler bina edilmiştir.

Klasik İslâm Hukuku kaynakları, ibadet, muamelat, ukubat gibi kendine özgü tasnifi gereği tüketicinin korunmasıyla ilgili esasları, özellikle alış-veriş bahsi gibi muamelatla ilgili konular içerisinde işlemiştir. Bu nedenle İslâm Hukuku kaynaklarının “alış-veriş” konuları içerisinde ilgili hususlar çıkartılarak konu belli bir sistematığe kavuşturulmaya çalışılmıştır.

Konuların işlenişi sırasında bazen modern hukuk ve İslâm Hukuku beraber ele alınmış ve bir karşılaştırma imkânı sağlanmıştır. Konular tam bir karşılaştırma tekniği ile işlenmemiş olmasına rağmen konu içerisinde karşılaştırmalara yer verilmiştir.

IV. Araştırmanın Kaynakları

Konuyla ilgili olarak modern hukuk alanında tüketicinin korunmasına yönelik kanunlar çıkartılıp hukukî düzenlemeler yapılmış ancak İslâm Hukuku'nda konuyla ilgili müstakil çalışmalara rastlanılamamıştır. İslâm Hukuku alanında Celal Yeniçeri'nin, *İslâm Açısından Tüketim Tüketicinin Korunması ve Ev İdaresi* adlı bir çalışması bulunmaktadır. Ancak söz konusu çalışmada, tüketici haklarına, tüketicinin korunmasını sağlayan teşkilatlanmalara ve bunların işlevlerine, kalite ve standardizasyona, tüketicinin korunması açısından önemli olan yasaklanmış fasit ve batıl alış-veriş türlerine değinilmemiş olması önemli bir eksikliklerdir.

Tüketicinin korunmasının aslında çok geniş bir araştırma alanı bulunmaktadır. Bu sebeple konu modern hukuk, iktisat, hisbe ve klasik İslâm Hukuku kaynaklarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Ancak konumuzun ucu açık ve sınırı çok geniş olması nedeniyle meseleler, özellikle doğrudan tüketicinin korunmasını ortaya koyan hususlar göz önüne alınarak işlenmiştir.

Araştırmada öncelikle *ayet ve hadisler* temel alınmıştır. Ticari hayatla ilgili ayetlerin ortaya koyduğu temel ilkeler ve hadislerdeki düzenlemelerden hareketle konu diğer kaynaklardan incelenmiştir. Bu açıdan Hz. Peygamberin bu alandaki uygulamaları konunun özünü teşkil etmektedir. Klasik İslâm Hukuku kaynaklarının özellikle *Kitâbü'l-Buyu* bölümleri incelenmiştir. İslâm Hukuk usulü kaynaklarında ise "akid" bölümleri tetkik edilmiştir.

İslâm Hukuku'nda piyasa düzenini ve denetimini sağlayan kurumlar ve uygulamaları hususunda ise öncelikle "hisbe" kitapları önemli yer tutmaktadır. Bunlar arasında özellikle, İbnü'l-Uhuvve'nin (v.:729) *Meâlimü'l-Kurbe fî Ahkâmi'l-*

Hisbe, Şeyzerî'nin (v.:774) *Nihâyetü'r-Rütbe fî Tâlibi'l-Hisbe*, adlı eserler önem arz etmektedir.

Asrı Saadet'te piyasa düzeniyle ilgili uygulamalar yönünden ise, Muhibbuddîn et-Taberî'nin (v.:694) *er-Riyâzü'n-Nazire fî Menâkibi'l-Aşere*, İbn Manzûr'un (v.:711) *Muhtasaru Tarihi Dimaşk li-İbn Asâkir*, bu alanda faydalanılan önemli eserlerdir.

Muhayyerlikler konusunda ise, Ali Bedri Şerkâvî'nin *el-Hıyârât fî'l-Bey*, ile Muhammed b. Ahmed et-Tayyar'ın *Hıyâru'l-Meclis ve'l-Ayb fî'l-Fıkhi'l-İslâmî* adlı eserleri yararlandığım önemli kaynaklar arasında yer almaktadır.

İslâm iktisadı konusunda ise, Refik Yunus Mısırî'nin *İslâm İktisad Metodolojisi* (Çeviren: Hüseyin Arslan) ile Celâl Yeniçeri'nin *İslâm İktisadının Esasları* adlı kitapları konu açısından çokça başvurulan kaynaklar arasında yer almaktadır.

Tüketicinin korunması konusunda ise 4077 sayılı *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun* ile İ. Yılmaz Aslan'ın *Tüketici Hukuku* adlı kitabı modern hukuk yaklaşımları açısından temel alınan mevzuat olmuştur.

Evrensel tüketici hakları konusunda ise özellikle DPT'nin 2001 tarihli *Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyonu Raporu* temel teşkil etmektedir.

Modern hukuk açısından tüketicinin korunması ve tüketicinin korunmasının tarihi sürecinin incelenmesinde, T.C. Ticaret Bakanlığı'nın düzenlediği 1970 tarihli *Tüketici Sorunları Semineri*, Celal Göle'nin *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklâmlara Karşı Tüketicinin Korunması*, Yıldırım Kılıç'ın *Başka Memleketlerde Tüketici Teşekkülleri ve Türkiye'ye Uygun Bir Kuruluş Örneği Araştırması ve Tüketicinin Korunması* adlı eserleri yararlanılan en önemli kaynaklardandır.

Söz konusu kaynakların incelenmesi neticesinde, tüketicinin korunması hususunda modern hukuk teorik hukukî zemini kanuni düzenlemelerle derinlemesine tam olarak oturtmuş ancak uygulamada hala sıkıntılar yaşanmaktadır. İslâm Hukuku'nda ise, teorik hukukî zemin çok net olmayıp konu hâlâ klasik tasnif içerisindeki yerini korumakta ancak "hisbe", "ahilik" ve "lonca" teşkilatlarında

görüldüğü gibi pratikte ise, Hz. Peygamber'den bu yana çok ileri düzeyde uygulanmıştır.

İslâm tarihinde pratikte uzun ve geniş bir uygulama alanı bulan tüketicinin korunması hususunda, İslâm Hukuku'nda Ticaret Hukuku'ndan ve Borçlar Hukuku'ndan ayrı özel anlamda “Tüketici Hukuku” adı altında bir hukuk sistematığı geliştirilmeli ve yazılmalıdır. Çünkü Ticaret Hukuku ve Borçlar Hukuku gibi alanlardaki düzenlemeler daha çok genel ekonomik düzeni ve kamu düzenini koruyucu amaçlı olup dolaylı olarak tüketiciyi koruduğundan, dar anlamda sadece tüketiciyi koruma amaçlı Tüketici Hukuku oluşturulmalıdır.

V. Kavramsal Çerçeve

Tüketici ve tüketim olgusu insanın yaratılışıyla beraber var olmasına rağmen bir kavram olarak 19. yüzyılda ortaya çıkmıştır.¹¹ Tüketici ve tüketim kavramları öncelikle ekonomistler tarafından kullanılmış, sonrasında ise hukuk bilimi içindeki yerini almıştır.¹² 19. yüzyıldan itibaren tüketici kavramının kullanılmasıyla beraber öncelikle “tüketici hakları” üzerinde durulmuş, 20. yüzyıl başından itibaren de “tüketicinin korunması” gündeme gelmiş¹³ ve bununla ilgili yasal düzenlemeler batı dünyasında yapılmaya başlanmıştır.

Burada çalışmanın üzerine bina edildiği kavramlarının en önemlileri üzerinde durulacaktır.

1. Tüketici

Arapça kaynaklarda *müstehlik*¹⁴ şeklinde ifade edilen *tüketici* lügatte, tüketen, bitiren, mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan kişi anlamlarına gelmektedir.¹⁵

¹¹ Aslan, 2006:1.

¹² Tiryaki, 2007:29.

¹³ Aslan, 2006:1.

¹⁴ Serahsî, 1983:X/377; Kâsânî, 1974:V/236; İbn Kudâme, 1985:III/31; Nevevî, t.y.:XIII/50; Haraşî, t.y.:XV/458

¹⁵ TDK, 1989:II/1501; Doğan, 1990:1111.

Klasik fıkıh kaynaklarında ıstılahî anlamda tüketici kavramının karşılığı *müşteri*¹⁶ kavramı ile ifade edilmektedir.

Terim olarak “tüketici” kavramı, iktisat ve hukuk gibi her bilim dalı tarafından kendi alanlarıyla ilgili olan yönlere dikkat çekilerek farklı şekillerde tanımlanmıştır.

İktisat biliminde tüketici, ekonomik bir kavram olarak “mal veya hizmet edinen kişi”¹⁷, “Çeşitli gereksinimlerini karşılamak amacıyla ekonomik değer taşıyan mal ve hizmetleri satın alan kişi ya da kuruluş”¹⁸, “Çeşitli iktisadî varlıkları tüketen ekonomik birimler”¹⁹ olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü gibi iktisadî alanda tüketici, çok geniş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre, satın alma, hibe, üretim gibi hangi sebeple veya hangi yolla olursa olsun, mal ve hizmet edinen herkes tüketici kapsamına girmektedir.

Tüketici tanımı zaman içerisinde ülkemizde ve Batı hukukunda belli bir gelişme sürecinden geçmiştir. 1988 tarihli Lugano Sözleşmesi, 1968 tarihli Brüksel Sözleşmesi, 1980 tarihli Roma Sözleşmesi gibi Milletlerarası sözleşmeler ile AB Direktifi tüketiciyi, “kendi mesleğinin ya da ticaret yapıyorsa onun icabı olmaksızın akit yapmış gerçek veya tüzel kişi” olarak tanımlar. 1980 tarihli La Haye Sözleşmesi ile 1980 tarihli Viyana Sözleşmesi de tüketiciyi, “bir malı şahsi, ailevi ve ev işlerinde kullanma amacıyla satın alan kişi”²⁰ olarak tanımlamaktadır.

Türk hukukunda ise, 23.02.1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 3. maddesinde tüketici şöyle tanımlanmaktadır: “**Tüketici, bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiyi ifade eder.**” Buna göre, bir mal veya hizmeti “özel amaçlarla” satın alarak “nihai olarak” kullanan veya tüketen “gerçek veya tüzel kişiler” bu kanun anlamında tüketici sayılmaktadır.

¹⁶ Şeybânî, 1990:V/2; Serahsî, 1983:XIII/2; Kâsânî, 1974:V/133; Mevslî, 1989:180

¹⁷ Kılıkş, 1977:7.

¹⁸ Sabuncuoğlu ve Tokol, 1997:6-7.

¹⁹ İktisada Giriş, 1987:I/21.

²⁰ Güngör, 2000:27-29.

Hukukî tanımlarda ortak nokta, tüketicinin, bir mal veya hizmeti kişisel ve özel amaçlarla tüketen ya da kullanan gerçek veya tüzel kişi olmasıdır. Hukukî tanımlarda ki “**bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen**” ibaresine göre her alıcı tüketici sayılmamaktadır. Gerçekten kişisel ihtiyaçlar dışında, belli bir meslek icrası, belirli bir üretimde kullanma, yeniden satış, ticari olarak kullanma vs. gibi amaçlarla alıcı olmak mümkündür. Tüketici, satın aldığı mal ya da hizmetten, yeni değişim değerleri üretmenin peşinde olmamalıdır. Buna göre, kumaş alarak elbise yapıp satan bir terzi tüketici kapsamında değerlendirilmemektedir. Bir kişinin tüketici sayılabilmesi için, bir mal veya hizmeti elde etmek için harcadığı paranın, o mal veya hizmetin kullanılmış veya tüketilmiş olmasıyla bağlantılı olarak tekrar geri gelmemesi gerekmektedir. Bu nedenle bir mal veya hizmeti, mesleki veya ticari amaçlarla satın alanlar tüketici sayılmamaktadır.²¹ Yalnız tüketici belli bir sığfata sahip olan kişi değil, belirli bir rolle piyasada bulunan kişidir. Bu nedenle de tacirler veya serbest meslek sahipleri de, kendileri ve aileleri için işlem yaptıkları takdirde tüketici sayılmaktadırlar.²²

Ayrıca hukukî tanım “**tüzel kişiyi**” tüketici kapsamına almaktadır. Bu tüzel kişilerin, faaliyet alanına girmeyen özel amaçlı işlemleri bakımından, tüketici sayılmaları²³ mümkün görülmektedir. Dernek, vakıf, meslek odaları vb. gibi tüzel kişiler tüketici sayılmaktadır. Ancak tüzel kişiler içinde ticaret şirketleri bakımından konu tartışmalı olmakla beraber tüzel kişi statüsündeki tacirlerin işlemleri, ticari işlemler ve özel amaçla kullanılıp tüketilen işlemler olmak üzere iki türlü olabilir.²⁴ Buna göre, herhangi bir mal veya hizmet özel amaçlarla edinilmişse tüketici kapsamına girmekte, ticari amaçlarla edinilmişse tüketici kapsamında değerlendirilmemektedir. Mesela, otomobil lastiği toptancısı olan bir ticari işletme, yüz adet lastik alması gibi ticari işleminde tüketici kabul edilmeyip, binaya çay-kahve makinası satın alması veya işyerinin yemekhanesinde kullanılmak üzere

²¹ Aslan, 2006:4.

²² Çınar, 2009:38.

²³ Çınar, 2009:38.

²⁴ Tiryaki, 2007:30.

yiyecek maddesi alması gibi kendine özel alım satımlarında²⁵ tüketici kabul edilmektedir.

2. Tüketim

Tüketim lügatte yok etmek, üretilen şeylerin kullanımı, sarf edip harcamak, kullanarak bitirmek,²⁶ demektir. Klasik fıkıh kaynaklarında²⁷ tüketim kavramının karşılığı olarak kullanılan “istihlâk” ve “istehleke” kelimeleri de lügatte, tüketmek, harcamak, dağıtıp bitirmek; helâk etme, telef etme, fena bulma, yok etme, imha etme, bitirme²⁸ anlamlarına gelmektedir.

Ekonomi ilminde tüketim, “insan ihtiyaç ve isteklerinin doğrudan doğruya karşılanmasına yönelik iktisadî varlığın kullanımı”²⁹, “insan ihtiyaçlarının giderilmesi”³⁰, “üretilen mal ve hizmetlerin ekonomik ihtiyaçların karşılanmasında kullanılması”³¹, “ihtiyaçları tatmin etmek üzere yapılan aynı ve nakdi sarfiyat, bir kıymet ve faidenin tahribi”³² olarak tarif edilmiştir.

Sabri Ülgener, İktisat dilinde “tüketim”in; bir malı kullanan kişide hâsıl edeceği tatmin duygusunda ifadesini bulan tüketim fiili; tüketiciye mal ve hizmet şeklinde gelen ve onun sahip olduğu reel tatmin araçları; tüketilecek mal ve hizmetlere para halinde yapılmakta olan harcamalar³³ olmak üzere üç manada tanımının yapıldığını ve kullanıldığını belirterek tüketim tanımını genişletmiştir.

Tüketim tanımlarının çoğunda yalnızca ihtiyaç olgusuna vurgu yapılmakta iken Ülgener’in açıklamalarında ihtiyaç olgusu yerine tatmin olma olgusu öne çıkartılmaktadır. Zira tatmin duygusu hem ihtiyacı hem de ihtiyaç dışı istek ve arzuları da kapsamaktadır.

²⁵ Aslan, 2006:8.

²⁶ TDK, 1989:II/1501; Doğan, 1990:1111.

²⁷ Şâfiî, t.y.:III/230, 234; Serahsî, 1983:XI/105-106; XIII/190; Kâsânî, 1974:IV/175; V/240, 247; İbn Kudâme, 1985:IV/11, 54, 134; İbnü'l-Hümâm, 1316:II/203; VI/507.

²⁸ İbn Manzûr, “hık” md.; Feyyûmî, “hık” md.; Firûzâbâdî, “hık” md.; Sâmi, 1317:106; Hammâd, 1996:181.

²⁹ Berberoğlu, 1989:4-5.

³⁰ Tabakoğlu, 1988:43.

³¹ Baloğlu, 1997:2.

³² Ergin, 1961:26.

³³ Ülgener, 1974:157.

Yalnız tanımlarda geçen ihtiyaç kavramı çok genel anlamda kullanılarak, İslâm Hukuku'ndaki zaruriyyât, haciiyyât, tahsiniyyât gibi herhangi bir derecelendirmeye tabi tutulmamıştır. Hâlbuki tanımın böyle bir derecelendirmeyi içerisinde barındırması daha kapsamlı ve şüpheye yer vermeyen bir tanım olmasını sağlar. Bu sebeple de tüketimin; “mal ve hizmetlerin, zaruret, ihtiyaç, istek ve arzuların tatmini için kullanılması” şeklinde tanımlanması mümkündür.

Tüketimin, şahsi ihtiyaç ve isteklerin doğrudan tatmin edilmesi şeklinde olabileceği insan ihtiyaç ve isteklerini dolayısıyla karşılamak için ham ve yarı mamul maddelerden, mamul madde üretmek yoluyla da yapılması mümkündür. Mesela kömürün sobada ısınmak için yakılması şahsi ihtiyaçların doğrudan giderilmesine yönelik bir tüketim iken insanların ihtiyacı olan elektrik üretimi için kömür tüketimi ise ihtiyaçların dolayısıyla karşılanması için yapılan bir tüketimdir. Buna göre mal ve hizmetlerin ihtiyaçların karşılanması için ister doğrudan ister dolaylı olarak kullanılarak bitirilmesi tüketimdir.

Ayrıca tüketim amacıyla kullanılan malların bir anda mutlaka yok edilmesi, bitirilmesi de gerekmebilir. Malın menfaatinden yavaş yavaş faydalanmak da tüketim sayılmaktadır.³⁴ Mesela, et, ekme, peynir yenilince, sabun, elimizi yıkayınca; kömür ve odun, yakılınca maddi varlıkları ile birlikte faydaları da yok olur. Ama ev, otomobil, beyaz eşya gibi malların faydaları bir kez kullanım ile birlikte tükenmezler ve uzun süre menfaatlerinden yararlanılabilmektedir.

İslâm dini, tüketimi esas itibariyle mubah kabul etmiştir. Ancak, kişinin hayatı tehlikeye düşmeyecek kadar ihtiyaç duyulan şeylerin tüketimi farz, zorunlu bir durum olmadıkça dinin haram kıldığı şeylerin tüketimi ise haram³⁵ kılınmıştır. İslâm

³⁴ Demirci, 1996:50-52.

³⁵ Cezîrî, 1989:III/1279; Kardâvî, 1974:38.

yemek yemesi bir zaruret olmakla birlikte acıktığında açlığını giderecek kadar bir şey yemesi ihtiyaçtır. İhtiyaç sadece açlığı giderecek her hangi bir şeye yönelikse de açlığı giderecek birden fazla alternatif varsa bunlardan birini yemek arzu ile alakalıdır.⁵⁶

İktisadî anlamda ise ihtiyaç; insanın herhangi bir şeyin eksikliğini hissetmesi, noksanlığını fark etmesi ve bu nedenle bir acı duyması ve giderilmesi için çaba göstermesidir.⁵⁷ Diğer bir ifade ile tatmin edilmediğinde elem ve acı, tatmin edildiğinde ise haz ve lezzet veren hislere ihtiyaç denilmektedir. İhtiyaç, arzu ve isteğe göre daha net bir duyguyu ifade etmektedir. Başka bir deyişle ihtiyaç daha çok fizyolojik, arzu ve istek ise psikolojiktir.⁵⁸ Onun için insanın ihtiyaçları sınırlı, arzu ve istekleri ise sınırsızdır.

Günümüzde çok genel anlamda ihtiyaç olarak sözettiğimiz hususları İslâm bilginleri, zorunlu ihtiyaçlar (zaruriyyat), hayatı kolaylaştıran ihtiyaçlar (haciyyat), hayata zevk ve güzellik katan ihtiyaçlar (tahsiniyyat)⁵⁹ olmak üzere üç bölümde incelemektedirler.

Zorunlu ihtiyaçlar (Zaruriyyat): Bunlar insan hayatı için kesinlikle gerekli olan ve yokluğunda insanın hayatiyetini sürdüremeyeceği şeylerdir.⁶⁰ Meselâ insanı güneşin sıcaklığından ve kışın soğuğundan koruyacak bir meskenin olması⁶¹ hayatın zaruretleri olarak adlandırılmaktadır.

Hayatı kolaylaştıran ihtiyaçlar (Haciyyat): Bunlar normal ihtiyaçlar olup insandan zorluğu ve sıkıntıları kaldıran şeylerdir.⁶² İslâm fıkhiinde fert ve kamu yararının sağlanması amacına dönük "maslahatlar" olarak da tanımlanır. Diğer bir ifadeyle hayatı kolaylaştıran ihtiyaçlar din, akıl, can, mal ve nesil gibi beş esasın korunması için hayati olmamakla birlikte, hayattaki engelleri ve zorlukları

⁵⁶ Yaran, DİA, 2000:XXI/573; 2007:11-12

⁵⁷ Demirci, 1996:7; Kocacık, 1998:12; Özkazanç, 1990b:17

⁵⁸ Tabakoğlu, 1988:44

⁵⁹ Gazzâlî, 1994:I/333; Şâtübî, 1990:II/710; İbn Haldun, 1989:II/875; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:139

⁶⁰ Gazzâlî, 1994:I/333; Şâtübî, 1990:II/710; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:139

⁶¹ Hallâf, 1973:346; Yaran, 2007:82-83

⁶² Gazzâlî, 1994:I/334; Şâtübî, 1990:II/710; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:143

hafifletmek veya kaldırmak için ihtiyaç duyulan bütün şeyler veya faaliyetlerdir.⁶³ Mesela, insanın kolay oturulan, ihtiyaca göre açılıp kapanılan pencere ve kapıları olan, yeteri kadar odaları olan bir meskeni⁶⁴ olması hayatı kolaylaştıran ihtiyaçlardandır.

Hayata zevk ve güzellik katan ihtiyaçlar (Tahsiniyyat): Bu kategoride ise, zaruri olmayan ve kendisine ihtiyaç da duyulmayan şeyler yer almaktadır.⁶⁵ Daha dar olarak, bu kavram hayatın zorluklarını kaldırmak veya bunlara çare bulmaktan çok, hayatı tamamlayan, aydınlatan veya süsleyen nesnelere kapsar.⁶⁶ Mesela, insanın meskeninin süslenmesi, mobilyalı olması ve istirahat vasıtalarının sağlanmış⁶⁷ olması hayata güzellik katan ihtiyaçlardandır.

Tüketicinin korunmasında tüketicinin harcamalarını lüks ve gösterişten uzak olarak yukarıdaki ihtiyaç sıralamasına göre tüketime yönelmesi önemlidir. Zira teknolojik gelişmeler üretime, üretim de tüketime tabi olup, tüketim de ahlâki ve manevî değerlerin kontrolü dışında kalınca teknolojik buluşlar devamlı lüks mal üretimine yönelmiştir. Artan lüks mal üretimine talebi tahrik için reklam ve pazarlama tekniklerinin gelişmesi sonucunda taksitli satış ve kredi kartı sistemlerinin yaygınlaşması ile kitleler tüketim ekonomisine yöneltilmiş, gelirlerinin üzerinde bir harcama yapmaya özendirilmiştir. Bunun sonucunda da devamlı borç altında kalan düşük gelir grupları, mali baskı altında bunalmıştır. Böyle bir yönde hızla gelişen teknoloji ve makro ekonomik büyüme karşısında da tüketicilerde sefalet ve mali bunalımlar ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan üretimin öne çıkarılmasının sonucu olarak tüketimin aşırı derecede önem kazanması, çok üretmek için aşırı tüketimin gerekli oluşu, bunun için de endüstriyel güçlerin başta reklâm olmak üzere çeşitli kanalları kullanarak yapay ihtiyaçlar üretmesi ve bu kısır döngünün gelir dağılımında çarpıklıklara yol açması, yeni bir ekonomik yapılanmayı ortaya çıkarmıştır. Bu ekonomik yapılanma içinde

⁶³ Zerka, 1998:32; Yaran, 2007:85-86

⁶⁴ Hallâf, 1973:346

⁶⁵ Gazzâlî, 1994:1/334

⁶⁶ Yaran, 2007:87-88; Akar, 2000:34

⁶⁷ Hallâf, 1973:346

insanlar tüketmeyi ve harcamayı mutluluk olarak kabul eder olmuşlardır. Böylece daha çok harcama, gösteriş yapma ve tüketimde yarışma toplumun temel değerleri haline gelmiştir. Günümüz insanı çok harcayan ve tüketimiyle öne çıkan kişiler olmuşlardır.

Tüm bu olumsuzluklar tüketicinin korunmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle öncelikle tüketicilerin tüketim zihniyetinin ahlakî boyutunun dinî değerlere göre şekillenmesi önem arz etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM: TÜKETİCİNİN KORUNMASININ TARİHİ SÜRECİ VE İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİ HAKLARI

Tüketicinin korunması ve tüketici hakları son yüzyılda ortaya çıkan kavramlar olmasına rağmen aslında toplumun korunması veya ticari hayatın düzenlenmesi bağlamında tarihin hemen her devresinde hukukî boyutta olmasada, dolaylı olarak ekonomik anlamda mevcudiyeti olan bir olgudur. Bu açıdan tüketicinin tarihi süreçteki durumunun ortaya konarak bugünkü gelinen noktanın daha iyi analizinin yapılabilmesi için bu bölümde tüketicinin korunmasının tarihi gelişim içerisindeki iktisadî ve hukukî süreci ile tüketici hakları incelenecektir.

1.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASININ TARİHİ SÜRECİ

Çağdaş anlamda tüketicinin korunması hareketi esas itibariyle 19. asrın sonundan itibaren görülen sosyal, ekonomik ve teknik gelişmelerin bir ürünü olmakla beraber, tarihi gelişimi eski çağlara kadar uzanmaktadır. Yalnız o çağlardaki bu korunma doğrudan tüketicinin korunmasına yönelik olmayıp, ticari hayatın düzenlenmesine yönelik uygulamaların sonucu olarak dolaylı bir şekilde gerçekleşmiştir.

Batıda 18. yüzyılın ikinci yarısı ile 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan sanayi devrimi tüketici olgusunda bir kırılma yaşatmış ve yeni bir hukukî yaklaşımla tüketici hukukunun oluşması sürecini hızlandırmıştır. Sanayi devrimi öncesinde ise satın alan veya müşteri gibi kavramlar günümüzdeki hukukî kavramından daha çok iktisadî bir olgu olarak kabul edilmiş ve dolayısıyla tüketicinin korunması hep genel ekonomik düzenlemeler çerçevesinde ortaya çıkmıştır. Bu sebeple konunun tarihi arka planı iktisadî ve hukukî süreç şeklinde incelenecektir. Tüketicinin korunmasında iktisadî süreç tarihin ilk dönemlerinden günümüze kadar devam eden bir süreç iken, önceleri genel ekonomik düzenlemeler şeklinde kendini gösteren hukukî süreç sanayi devrimi sonrasında hız kazanmış ve günümüzde ayrı bir hukuk dalı haline gelmiştir. Yani hukukî süreç, iktisadî sürece paralel olarak gelişim göstermektedir.

1.1.1. İktisadî Süreç

İktisadî açıdan tarihin ilk çağlarından, sanayi devrimine kadar geçen sürede, genel olarak tüketicilere sunulan mal ve hizmetler, sayı ve çeşit açısından sınırlı idi.⁶⁸ Daha çok satıcı tarafından üretilen sınırlı sayıdaki mal ve hizmetleri satın almak isteyen tüketici, bu mal ve hizmetlerin satışa sunulduğu yerlere kolaylıkla gidebiliyor ve herhangi bir güçlükle karşılaşmadan istediğini alabiliyordu. Sunulan mal ve hizmetler az ve basit olduğundan tüketici bunları herhangi bir dış müdahale olmaksızın inceleyebiliyor ve diğer mal ve hizmetlerin fiyatları ile de bir mukayese yapabiliyordu. Ayrıca yazılı veya görsel reklamlar yerine malın bir parçası, numunesi veya sokakları dolaşan çığırkanlar kullanılıyordu. Yine bu dönemde tüketici ile satıcı arasında en azından birbirine yakın bir denge vardı. Her iki taraf da, çeşitli mal ve hizmetler ile ilgili olarak, eşit bilgiye ve koşullara sahip olduklarından⁶⁹, birbirlerini etkilemeleri çok da mümkün olmuyordu.

Sanayi devrimi öncesi dönemde tüketici ile satıcının bir birini çok iyi tanımaları yanında, satıcının kişiliği, satışa sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi ve değerinin en büyük teminatı olduğundan, tüketicinin, satın aldığı mal ya da hizmet dolayısıyla bir zarara uğradığı hallerde, bu durum önemli bir sorun arzetmiyor ve tüketici zararını kolaylıkla telafi ettirebiliyordu.⁷⁰

İslâm Hukuku perspektifinden bakıldığında ise, özellikle Hz. Peygamber döneminde çarşı pazarın düzenlenmesi ve denetlenmesi ile tüketicilerin aldatılmalarına zemin hazırlayan bir takım alış-veriş şekillerine yasak getirilmesi tüketicinin korunmasına yönelik çok somut uygulamalar olarak ortaya çıkmıştır. Hatta Hz. Peygamber'in çarşı ve pazarın denetlenmesi için görevliler⁷¹ dahi tayin ettiği bilinmektedir. Hz. Peygamber'in bu uygulaması Hz. Ömer döneminde "hisbe" teşkilatı adıyla kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Hz. Peygamber'in bu uygulama ve düzenlemeleri bundan sonraki süreçte tüm İslâm toplumları için ortak uygulama ve

⁶⁸ Ortaylı, 1977:207.

⁶⁹ Göle, 1983:5-6.

⁷⁰ Göle, 1983:6.

⁷¹ İbn Abdilber, 1328:II/8; İbnü'l-Uhuvve, 1937:36; İbn Hacer el-Askalânî, 1328:II/47; Kettânî, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/959.

örneklik teşkil etmiş ve tüketiciler genel ticaret düzenlemelerin yanında kurumsal yapıdaki teşkilatlanmalarla korunmaya çalışılmıştır.

Tüketicinin korunmasında en önemli işlevi, Asr-ı Saadet dönemiyle beraber, iktisadi hayatı ve çarşı-pazarı kontrol etmek gayesiyle ortaya çıkan “hisbe teşkilatı” olmuştur. Varlığını Osmanlılarda 1854 yılına kadar devam ettiren⁷² hisbe teşkilatı, esnafın çalışma usul ve esaslarını belirleyen hükümleriyle, esnafı üretim ve pazarlama sürecinde sürekli denetim altında tutan bir kurum olmuştur.

İslâm dünyasında hisbe teşkilatından sonra, tüketicinin korunmasını sağlayan en önemli teşkilatlardan biri de, İslâm’ın ilk asırlarından itibaren görülmeye başlayan “fütüvvet”⁷³ teşekkülleri ile tüketicinin korunmasında asırlarca önemli rol üstlenmiş bulunan Ahilik teşkilatıdır. Ahilik teşkilatı, Selçuklu ve Osmanlı toplumlarında esas itibariyle esnaf ve sanatkârı, bugünkü anlamda bir dernek çatısı altında toplayarak İslâmî ahlâk ilkeleri doğrultusunda kaliteli mal ve hizmet üretimi ile esnaf denetimini sağlayan bir kurum olmuştur.

Tüketicinin korunmasını dolaylı olarak sağlayan önemli bir teşkilatlanma da Selçuklu ve Osmanlılar’daki esnaf teşkilatlarıdır. Bu esnaf teşkilatlarının özellikle de, üretimin halkın ihtiyacını karşılama konusu ile her ürün ve hizmet için uygun bir fiyat oluşturulması amacını gerçekleştirmek yönünden tüketicinin korunmasında çok önemli işlevleri bulunmaktadır. Osmanlılar’da esnaf teşkilatları XVII. yüzyıldan itibaren “lonca” adıyla isimlendirilmiştir.⁷⁴

Osmanlılarda, hisbe teşkilatı, Ahilik kurumu ve daha sonra lonca adıyla anılacak esnaf teşkilatı gibi esnaf örgütleri, pazar denetimi yaparak tüketiciyi koruma işlevi görmüşlerdir. O dönemlerde çok yaygın olan esnaf örgütlerinin tüketicinin korunması açısından önemli işlevi, öz-denetim sistemi kurarak başarıyla yürütmeleri olmuştur. Ayrıca çarşıda satışa sunulan tüm mallar narha (devletin fiyatlara müdahale etmesi) tabi tutulmuştur. Fiyatın belirlenmesinde, fakir-fukaranın alım

⁷² Kazıcı, DİA, 1998:XVIII/143-145; 1987:13; 1999:214; Arslan, 1994:87.

⁷³ Ocak, DİA, 1996:XIII/262.

⁷⁴ Kal’a, 2003:211.

gücü göz önünde bulundurulmuş ve fiyatlandırma kadı tarafından, muhtesip ve kentin önde gelenlerinin önerilerine dayanılarak yapılmıştır.⁷⁵

Osmanlılar'da tüketicinin korunması amacıyla pazarlama faaliyetleri oldukça etkin bir biçimde denetlenmiştir. Öte yandan tüketiciler, devlet ve esnaf örgütlerinden oluşan üçlü bir örgütlenme modeli oluşturulmuştur. Bu üçlü örgütlenmede, devlet, ihtisap ağası (başlangıçta kadılar) aracılığıyla; tüketiciler, kentin önde gelenleri ve yaşlıların temsilcileriyle; esnaf ise loncaların, gediklerin temsilcileriyle bu sistemde yer almışlardır. Ancak zamanla bu denetim sistemleri yozlaşarak etkinliğini yitirmiştir. Esnaf teşkilatı olan loncalar ve gedikler düzeni 1839'da, ihtisap uygulaması da 1854'te kaldırılmış ve yerine "Şehreminliği" (belediye başkanlığı) uygulaması başlatılmıştır. Narhlar yoluyla yapılan denetimler ise 1865 te kaldırılmıştır.⁷⁶

Bir meslek örgütü olarak Ortaçağ Avrupasının da da görülen "lonca"lar, esas itibariyle dini temellere dayanan meslek örgütleriydi. Loncaların faaliyetlerinin temel hareket noktası her zaman için birliğe mensup ticaret ve sanat erbabının mesleki çıkarlarının korunması olmuştur. Bu faaliyetler sonucunda tüketicilerin menfaatleri de dolaylı olarak korunmuştur.⁷⁷

Ortaçağ Avrupasında da tüketiciler loncalar vasıtasıyla dolaylı olarak korunmaya çalışılmıştır. Batıda loncalar yoluyla yapılan düzenlemeler, ticaret ve sanat erbabına bir meslek tekeli sağlamak yanında, imalatın yüksek kalitede de olmasını amaçlıyordu. Nalbantların ve demircilerin, anahtar yapma ya da satma haklarının olmaması; ince marangoz işi yapanların yaptıkları mobilyaya kilit takamamaları; kilit ve anahtar güvenliğinin yalnızca çilingirlerce sağlanabileceği düşüncesinin bir sonucuydu. Yine tahta saplı bıçakların ipek veya kalayla kaplanması, tüketiciler için aldatıcı olmasının gerekçesiyle yasaklanmıştı. Lonca

⁷⁵ Öztürk, 1981:78-79; Koray, 2000:98-99.

⁷⁶ Öztürk, 1981:80.

⁷⁷ Göle, 1983:8; Poroy, 1978:518.

yetkilileri beklenmedik zamanlarda imalathaneleri denetleyebiliyorlar, imalat kurallarına uymayan kusurlu mallara ya el koyuyorlar ya da hemen yakıyorlardı.⁷⁸

Sanayi devrimi sonrasında ise, ortaya çıkan sosyo-ekonomik gelişmeler sonucunda piyasa ekonomisinde önemli değişiklikler olmuştur. Her şeyden önce tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin sayısı ile birlikte çeşitliliği, teknolojik gelişmelere paralel olarak şaşırtıcı bir şekilde artmıştır. Daha önce çok başarılı olan loncalar ise, bu değişikliklerden sonra boyutları değişen ticari faaliyetler karşısında başarılı olamamışlardır.⁷⁹

Dünyada 1800'lerin ikinci yarısından sonra işletmeler büyümeye başlamış, ortaya çıkan kartel veya tröst biçimindeki tekelleşmeler, ekonomik ve toplumsal hayatta büyük etkiler yapmaya başlamışlardır.⁸⁰ Sanayi ve haberleşme devrimleri ile sürekli artan üretim sonucu tüketim kamçılanmış, ortaya çıkan tüketim toplumu ise tüketim hakkı ve tüketicinin korunması olgularını gündeme getirmiştir.

Batıda tüketicinin korunmasına ilişkin ilk hareket İngiltere’de 1850 yılında tüketicilerin ilk tüketim kooperatiflerini kurmasıyla başlamıştır. Ancak İngiltere’de konuyla ilgili kanuni düzenlemeler ancak İkinci Dünya Savaşı’nın sonrasında yapılabilmıştır.⁸¹

Tüketicinin korunmasına yönelik çalışmalarda en özgün ve diğer ülkelerdeki gelişmelerden farklı ve önemli bir adım İsveç tarafından atılmıştır. İsveç, üreticiler ve tüketiciler arasındaki sorunların çözümünde bağımsız bir hakem kuruluşu olan “Tüketici Ombudsmanı” kurumu ile pek çok ülkeye örnek olmuştur.⁸²

ABD Başkanı J.F. Kennedy’nin 15 Mart 1962 tarihinde ABD kongresinde yaptığı konuşma ise, çağdaş anlamda tüketicilerin korunması konusunda bir dönüm noktası oluşturmuştur. Bu konuşmayla bugün kabul edilen şekliyle tüketici hakları

⁷⁸ Göle, 1983:9-10.

⁷⁹ Göle, 1983:10-11.

⁸⁰ Kuyucuklu, 1982:2.

⁸¹ Tiryaki, 2007:22-23.

⁸² Tiryaki, 2007:23.

ilk olarak ortaya konulmuş⁸³ ve bu tarihten sonra da 15 Mart Dünya Tüketici Hakları günü olarak kutlanmaya başlanmıştır.

Görüldüğü gibi sanayi devrimine kadar tüketicilerin korunması ticarî hayatın düzenlenmesi ve denetlenmesi yoluyla gerçekleştirilmiş olup sanayi devrimi sonrası ise daha çok tüketicilerin korunmasına yönelik hukukî düzenlemeler ortaya çıkmaya başlamıştır.

1.1.2. Hukukî Süreç

Sanayi devrimi öncesi süreçte belki de ticaretin basit yapıda olmasından kaynaklanan nedenlerden olsa gerek, tüketicinin korunması kamuoyunda önemli bir gündem oluşturmamıştır. Ancak eski hukukî metinlerde, esas olarak toplumun korunması amacıyla yapılan ve tüketicinin korunmasını da dolaylı olarak sağlayan ekonomik düzenlemeler bulunmaktadır.

Bu bağlamda tarihin ilk yazılı kanunları olarak bilinen Hammurabi Kanunlarında, Sümerlerde, Hititlerde ve eski Hint kanunlarında, yiyeceklerin sağlığının korunması ve ölçülerde dürüstlüğü sağlanması ile 1215 tarihli Magna Carta da şarap, bira, mısır ve kumaşla ilgili ölçü birimlerine bir standart getirilmesi⁸⁴ gibi hukukî düzenlemeler bulunmaktadır.

İslâm Hukuku'nda tüketici hukukuyla ilgili düzenlemelerin, Kur'an'da özellikle ticaret,⁸⁵ akid,⁸⁶ faiz,⁸⁷ ölçü ve tartı⁸⁸ gibi ticari hayata yönelik

⁸³ Göle, 1983:15, 24; Aslan, 2006:39.

⁸⁴ Tiryaki, 2007:21-22.

⁸⁵ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

⁸⁶ Mâide, 5/1. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ.

⁸⁷ Bakara, 2/275. الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَشْرُونَ إِلَّا كَمَا يَشْرُونَ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ لِنَجِّنَهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

⁸⁸ Hüd, 11/85, Isrâ, 17/35, وَأَوْفُوا الْكَيْلَ ; وَإِنَّا فَتَقَوْمٌ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ, وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخَسُوا, Şuarâ, 26/181-183, إِذَا كَيْلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَنِالٍ لِلْمُطَفِّفِينَ ; Mutaffifin, 83/1-3, أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ, Rahmân, 55/8, النَّاسُ أَشْيَاءُهُمْ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

düzenlenmeler bağlamında temel prensipleri ortaya konmuştur. Hz. Peygamber de, çarşı-pazar düzenlenmesi ve denetlenmesi,⁸⁹ ihtikâr yasağı,⁹⁰ ölçü-tartı kontrolü,⁹¹ narh politikası,⁹² neceş yasağı,⁹³ muhayyerlik hakkının tanınması,⁹⁴ garar satışı yasağı,⁹⁵ şehirlinin köylü adına satışının yasaklanması,⁹⁶ pazara gelen malların yolda karşılanmasının yasaklanması⁹⁷ gibi hadisleriyle tüketicinin korunmasını uygulamalarıyla hayata geçirmiştir. Böylece İslâm Hukuku'nda tüketicinin korunmasının hukukî zemini bizzat Hz. Peygamber tarafından oluşturulmuştur. Bu açıdan bakıldığında İslâm toplumlarındaki tüketicinin korunmasına yönelik hukukî düzenlemeler batı toplumlarından çok daha ileri düzeyde olmuştur.

İslâm Hukuku'nda tüketicinin korunmasının temel ilkelerini ayet ve hadisler oluşturmuş ve bu ilkeler üzerine hisbe müessesesi de tüm meslek dallarının üretim, çalışma yöntemleri ve kaliteyle ilgili olarak tüm uygulama hükümlerini ortaya koymuşlardır.⁹⁸ Söz konusu hisbe hükümleri İslâm ülkelerinde Asr-ı Saadet

⁸⁹ Müslim, "İmân", 164; İbn Mâce, "Ticaret", 36, 40; Ebû Dâvûd, "Büyü", 50; Ahmed b. Hanbel, II/50. أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- ذَهَبَ إِلَى سُوقِ النَّبِيطِ فَنَظَرَ إِلَيْهِ فَقَالَ « لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوقٍ » . ثُمَّ ذَهَبَ إِلَى سُوقٍ فَنَظَرَ إِلَيْهِ فَقَالَ « لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوقٍ » . ثُمَّ رَجَعَ إِلَى هَذَا السُّوقِ فَطَافَ فِيهِ ثُمَّ قَالَ « هَذَا سُوقُكُمْ فَلَا يُتْتَفَصَّنَ وَلَا يُضْرَبَنَّ عَلَيْهِ خِرَاجٌ »

⁹⁰ Müslim, "Musakât", 129; İbn Mâce, "Ticaret", 6; Ebû Dâvûd, "Büyü", 40; Ahmed b. Hanbel, V/27; Dârimî, "Büyü", 12. « الْجَالِبُ مَرْزُوقٌ وَالْمُخْتَكِرُ مَلْعُونٌ »

⁹¹ İbn Mâce, "Ticaret", 35. لَمَّا قَدِمَ النَّجْدُ -صلى الله عليه وسلم- الْمَدِينَةَ كَانُوا مِنْ أَجْبِثِ النَّاسِ كَثِيرًا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ (وَنِيلَ لِلْمُطَفِّفِينَ) فَأَحْسِنُوا الْكَيْلَ بَعْدَ ذَلِكَ

⁹² İbn Mâce, "Ticaret", 27; Ebû Dâvûd, "Büyü", 49; Tirmîzî, "Büyü", 73; Ahmed b. Hanbel, III/85. فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا . فَقَالَ « إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأُرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دِمٍّ وَلَا مَالٍ

⁹³ Buhârî, "Büyü", 60; Müslim, "Büyü", 13; İbn Mâce, "Ticaret", 14; Nesâî, "Büyü", 16, 17, 21; Mâlik, "Büyü", 97. أَنَّ النَّبِيَّ -صلى الله عليه وسلم- نَهَى عَنِ النَّجْشِ..

⁹⁴ Buhârî, "Büyü", 42; Müslim, "Büyü", 11; Ebû Dâvûd, "Büyü", 46; Nesâî, "Büyü", 14; Mâlik, "Büyü", 96; Ahmed b. Hanbel, II/242, 410, 420, 465. إِنَّ الْمُتَبَايِعِينَ بِالْخِيَارِ فِي بَيْعِهِمَا ، مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا ، أَوْ يَكُونَ الْبَيْعُ حَيًّا .

⁹⁵ Müslim, "Büyü", 4; İbn Mâce, "Ticaret", 23; Ebû Dâvûd, "Büyü", 25; Tirmîzî, "Büyü", 17; Nesâî, "Büyü", 27. نَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- عَنِ بَيْعِ الْعَرَبِ وَعَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ

⁹⁶ Buhârî, "Büyü", 58, 64, 68, 69, 70, 71; Müslim, "Büyü", 11, 12, 18-21; İbn Mâce, "Ticaret" 15; Ebû Dâvûd, "Büyü", 45, 47; Tirmîzî, "Büyü", 13; Nesâî, "Büyü", 17; Mâlik, "Büyü", 96. « لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِنَادٍ دَعَا النَّاسَ يَرْزُقُ . اللَّهُ بِغَضِّهِمْ مِنْ بَعْضٍ »

⁹⁷ Buhârî, "Büyü", 71; Müslim, "Büyü", 14-17; İbn Mâce, "Ticaret", 16; Nesâî, "Büyü", 18. « لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى » يَبِيعُ بَعْضٌ ، وَلَا تَلْتَمَّؤُوا السَّلْعَ حَتَّى يُهْبَطَ بِهَا إِلَى السُّوقِ »

⁹⁸ İbnü'l-Uhuvve, 1937:80-170; Şeyzerî, 1936:22-85.

dönemiyle başlayarak asırlarca uygulamada kaldıktan sonra yirminci asrın başlarında uygulamadan kalkmıştır.

Osmanlılar da, hisbe hükümlerinin kanunlaştırıldığı⁹⁹ padişah fermanları da özellikle malların kalitesi, ağırlıkları ve fiyatları konusunda doğrudan doğruya tüketicileri koruyan kurallar niteliğinde olmuştur.¹⁰⁰ Bunlardan özellikle Sultan II. Bayazıt tarafından ferman olarak hazırlanmış olan *Kanunnâme-i İhtisâb-ı Bursa* standardın bugünkü anlamında kavrandığını gösteren yazılı en eski belge olarak kabul edilmektedir. Bu belgede kalite, boyut, ambalaj gibi konularda standartlar tespit edilmiş, narh ve ceza hükümlerine yer verilmiştir. Bugünkü standardizasyon uygulamasına benzeyen bir sistem tesis edilmiş tuz, ekmek, sebzeler, et, yumurta, süt, yoğurt, peynir, tekstil ürünleri, mücevherat, mutfak eşyaları, deri ve deri mamulleri, kürkler ve ayakkabılar gibi çeşitli maddelerin özellikleri ayrı ayrı belirtilerek standardize edilmiştir.¹⁰¹

Batı dünyasında ise, sanayi devrimiyle beraber bir çok ülkede esas itibariyle ticaret serbestisini temel ilke kabul eden, haksız ticarete karşı dürüst tacirlerin korunmasını amaçlayan yeni kanunlar yürürlüğe girmeye başlar. Ancak bu kanunlara hâkim olan temel görüş tüketicilerin korunmasından ziyade “kamunun korunması” olmuştur.¹⁰²

Batıda, dolaylı da olsa tüketicinin korunmasına yönelik hazırlanan ilk hukukî metin ABD’de posta güvenliğinin sağlanması amacıyla çıkarılan 1872 tarihli kanun olmuştur. Daha sonra 1891’de New York’ta tüketici birliği kurulmuştur. Ayrıca ABD’de 1833’te sağlığa zararlı çayların, 1890’da kalitesi düşük gıda maddeleri ve içeceklerin ithalini yasaklayan kanunlar çıkarılmıştır.¹⁰³ 1890’da tekellerin önlenmesine ilişkin Sherman Yasası, 1906’da Gıda maddeleri ve İlaç Kanunu ile Et Denetim Kanunu ve 1914’de haksız rekabetin korunması amacıyla Federal Ticaret Komisyonu Kanunu çıkarılmıştır. Bu düzenlemeler ABD’de tüketiciyi korumaya

⁹⁹ Akgündüz, 1990:II/286.

¹⁰⁰ Baer, 1970:36.

¹⁰¹ TSE, 1998:1-25.

¹⁰² Göle, 1983:12.

¹⁰³ Tokol, 1976:14; Aslan, 2006:38.

yönelik ilk kanunlaştırma hareketleri olmuştur. Ancak bu kanunların özgün amacı genel olarak kamunun korunmasıdır.¹⁰⁴

ABD'deki tüm bu gelişmelerin ardından dönemin ABD Başkanı J.F. Kennedy'nin 15 Mart 1962 tarihinde ABD kongresinde yaptığı konuşma, çağdaş anlamda tüketicilerin korunmasının dönüm noktası olmuş ve bu konuşmayla tüketici hakları ilk olarak J.F. Kennedy tarafından ortaya konulmuştur. Bu konuşmanın ardından tüketicilerin korunması hareketi ABD'de hız kazanmıştır.¹⁰⁵

Amerika Birleşik Devletlerindeki bu gelişmeler II. Dünya Savaşından sonra Avrupa'ya sıçramışsa da Avrupa Topluluğu'nda yankılarını bulması çok daha sonra olmuştur. Avrupa Topluluğunun tüketiciler konusundaki politikasının başlangıç noktası, 19-21 Ekim 1972 tarihinde yapılan Paris Zirvesidir. Zirvede alınan karara dayanılarak 1975 yılında Konsey tarafından "Tüketicilerin Korunması ve Bilgilendirilmesi Politikası İçin Avrupa Topluluğu'nun Hazırlık Niteliğindeki Programı" kabul edilmiştir.¹⁰⁶

Avrupa Topluluğu Komisyonu, 1972 tarihli Paris zirvesini takiben idari bir organizasyon kurulmasını da sağlamıştır. Bu organizasyon sonucunda "Tüketicilerin Korunması ve Çevre Genel Yönetimi" ile tüketicilerin menfaatlerini koruyan Tüketici Birlikleri Avrupa Bürosu (BEUC), Sendikalar Avrupa Konfederasyonu (CES) ve Avrupa Topluluğu Tüketiciler Kooperatifinin katıldığı bir "Tüketici Danışma Komitesi" kurulmuştur.¹⁰⁷

Paris zirvesinde alınan kararlardan hemen sonra Avrupa Toplulukları Komisyonu tüketicinin korunması konusunda etkili bir yol izlenebilmesi için bir ön program hazırlanmasını kararlaştırmıştır. Söz konusu program 14 Nisan 1975 tarihinde Konsey tarafından onaylanmıştır. Bu ön programın Avrupa Topluluğunun tüketicinin korunması konusundaki faaliyetleri için, temel bir metin niteliğinde olduğu söylenebilir. Ön program Avrupa Topluluğunda 1975-1979 yıllarını

¹⁰⁴ Göle, 1983:23-24; Aslan, 2006:38.

¹⁰⁵ Göle, 1983:15, 24; Aslan, 2006:39.

¹⁰⁶ DPT, 1995:20.

¹⁰⁷ DPT, 1995:20.

kapsayarak dört yıl geçerli olmuş, 1979 yılında ise, yine topluluk tarafından 1981-1986 yıllarını kapsayan beş yıl süre için ikinci bir program hazırlanmıştır. Gerek ön program gerekse ikinci program, tüketicilerin beş temel hakka sahip olduklarını açıkça kabul etmiş ve topluluk seviyesindeki tüketicinin korunması çalışmaları, daha sonraki yıllarda hep bu beş hak doğrultusunda gelişmiştir.¹⁰⁸

Sanayi devrimi'nden sonra hızlı bir sanayileşme sürecine giren Batı ülkelerinin aksine, çok geniş bir hukukî alt yapıya sahip olmasına rağmen Cumhuriyet dönemi sonrasında ülkemiz uzun yıllar bu gelişime ayak uyduramamıştır. Ancak 1950'lerden başlayarak altyapının gelişmesi ve sanayileşmeyle beraber Türkiye'de tüketicinin korunması konusu gündeme gelmiştir.¹⁰⁹

Ülkemizde konu, ilk kez 20-22 Mayıs 1970 tarihinde Ankara'da yapılan "Tüketici Sorunları Semineri"nde ele alınmış ve aynı yıl Ticaret Bakanlığın'da Tüketici Sorunları Şubesi kurulmuştur. Fakat bu şube 1974 yılında kadro yetersizliğinden kapatılmıştır.¹¹⁰

Türkiye'de 1970 tarihine kadar tüketicinin korunması açısından ne bilimsel alanda ne de uygulamada önemli bir gelişme sağlanamamakla beraber, 1928 tarihli İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu, 1930 tarihli Umumi Hıfzı Sıhha ve Belediyeler Kanunu, 1930 tarihli Ticarete Tağşişin Men'i Kanunu, 1931 tarihli Ölçü ve Ayarlar Kanunu, 1936 tarihli Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Satış Fiyatlarının Kontrolü ve Tesbiti Hakkında Kanun, 1938 Tarihli Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun ve 1960 tarihli Türk Standartları Enstitüsünün Kuruluşuna Dair Kanun¹¹¹ çıkarılmış ancak bu kanunlar genel olarak kamu düzeninin korunması amacına yönelik olup tüketiciyi dolaylı olarak koruyan yasalar olmuşlardır.

Ülkemizde tüketiciyi korumaya yönelik en önemli adımlardan biri 1982 Anayasası'nın 172. maddesi olmuştur. Tüketicilerin korunması ve aydınlatılması gerektiği 1982 Anayasasının 172. maddesinde "Devlet, tüketicileri koruyucu ve

¹⁰⁸ Göle, 1983:26-27.

¹⁰⁹ Öztürk, 1981:81-82; DPT, 2003:248.

¹¹⁰ Aslan, 2006:59.

¹¹¹ Göle, 1983:28; Aslan, 2006:59.

aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder” şeklinde yer alarak, tüketicilerin korunması konusunda çok önemli bir adım atılmıştır.

Tüketicinin korunmasının anayasaya girmesinin ardından özellikle 1990’lı yıllarda tüketici örgütlerinin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’na bağlı olarak Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü’nün kurulmasıyla tüketicinin korunması çalışmaları hız kazanmıştır. Anayasa’dan sonra, 8 Mart 1995 tarihli, 22221 Sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak, 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun bu konuda atılmış en temel bir gelişme olmuştur.

Tüketiciyi dolaylı olarak koruyan hukuk kuralları yüzyıllardır var olduğu halde, dar anlamda tüketici hukuku’nun kapsamına giren ve doğrudan tüketiciyi korumayı amaçlayan kurallar sanayi devrimi sonrasında gelişmeye başlamış ve İkinci Dünya Savaş’ından sonra da hız kazanmıştır. Bu süreçte oluşan tüketici hukuku’nun esasını, tüketici işlemleri ve bu sözleşmelerle elde edilen mal ve hizmetler nedeniyle ortaya çıkan anlaşmazlıkların çözümü ve zararların tazmini oluşturmaktadır.

Tüketici hukuku, devletin ticari hayatta cerayan eden özel hukuk sözleşmelerine, sözleşmenin zayıf tarafı olan tüketicinin, güçlü tarafa karşı korunması gayesiyle, idarî, cezaî ve sorumluluk kapsamını genişletici yöntemlerle müdahale ettiği bir alandır.¹¹² Bu açıdan tüketici hukuku’nun birçok hukuk dalıyla ortak noktaları bulunmaktadır.

Tüketici hukuku, öncelikle tüketici sözleşmelerinin taraflara tanıdığı hak ve borçlar ile tarafların sorumluluk şartları ve sınırları konularında Borçlar Hukuku ile; meslek kuruluşlarıyla ilgili düzenlemelerde, haksız rekabeti önleyici düzenlemelerde, aldatıcı reklamlarla ilgili düzenlemelerde, genel olarak ekonomik düzeni koruyucu düzenlemelerde Ticaret Hukuku ile; fiyatların denetlenmesiyle ilgili düzenlemelerde, ürünlerde uyulması zorunlu standartların getirilmesiyle ilgili düzenlemelerde, çeşitli

¹¹² Aslan, 2006:63.

faaliyetlerin izne ve ruhsata bağlanmasıyla ilgili düzenlemelerde İdare Hukuku ile; ticarete hile ve fesat karışmayla ilgili düzenlemelerde, kamu güvenliğinin ve sağlığının korunmasıyla ilgili düzenlemelerde, ölçülerle ilgili düzenlemelerde Ceza Hukuku ile ortak noktaları paylaşmaktadır. Görüldüğü gibi tüketiciyi koruyucu her türlü düzenlemeyi içeren Tüketici Hukuku, Özel Hukuk'un çeşitli alanlarından, Kamu Hukuku'nun çeşitli alanlarına kadar yayılmaktadır.¹¹³

1.2. TÜKETİCİ HAKLARI

Lügatte, öncelikle “batılın zıddı”¹¹⁴ olarak tanımlanan “hak” kavramı vazife, sorumluluk, yükümlülük anlamında “zorunlu” (*vücûb*) ve “sabit olmak” (*sübût*)¹¹⁵ anlamı ile “*mutabakat ve muvafakat*”¹¹⁶ gibi anlamlara gelmektedir.¹¹⁷

Sözlükte ve örfte taşıdığı anlam çeşitliliği ve muhteva zenginliği ile fikhın çeşitli alt dallarında farklı terim anlamları kazanmış olmasından dolayı “hak” kavramının İslâm Hukuku'nda net ve ortak bir terim anlamını bulmak zor olmakla¹¹⁸ beraber; *Hak, hukuk düzeninin şahıslara tanıdığı ve koruduğu maslahatlardır*¹¹⁹, şeklindeki tanım konumuza mutabık olan bir tanımdır.

İslâm Hukuku'nda hak kavramı, “Allah hakkı-kul hakkı”¹²⁰ veya “malî haklar-bedenî haklar”¹²¹ gibi tasnife tabi tutulmuştur. Tüketici hakları bu sınıflandırma içerisinde “kul hakkı ve malî haklar” kapsamına girmektedir. İslâm hukukçuları “malın korunması” ilkesini hukukun temel gayelerinden biri olarak belirlemiş ve muamelatla ilgili hükümlerin çoğunu bu esas üzerine oturtmuşlardır. Bu sebeple tüketici hakları, malî hak olarak “malın korunması” ilkesi doğrultusunda öncelikle korunması gereken haklardandır.

¹¹³ Aslan, 2006:63-66.

¹¹⁴ Cevherî, “hkk” md.; Cürcânî, “hkk” md.

¹¹⁵ Cevherî, “hkk” md.; İbn Manzûr, “hkk” md.; Zebîdî, “hkk” md.

¹¹⁶ Râğîb el-İsfahânî, “hkk” md.

¹¹⁷ Köse, 1997:27.

¹¹⁸ Köse, 1997:30.

¹¹⁹ Hacak, 2000:64.

¹²⁰ Serahsî, 1984:II/289.

¹²¹ Zerkâ, 1993:III/15.

Batı Hukukunda ise, “tüketici hakları” şeklindeki sistematik bir sınıflandırma ancak sanayi devrimi sonrasında söz konusu edilmiştir. Çünkü, tüketici sorunlarının sanayi devrimi sonrasında çok önem kazanması ve en çok tartışılan konulardan biri olması neticesinde 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüketicinin korunmasına yönelik hukuk sistemi ortaya çıkmaya başlamış ve ilk kez 15 Mart 1962’de dönemin ABD Başkanı J. F. Kennedy tarafından; *Güvenlik Hakkı*, *Sesini Duyurma Hakkı*, *Bilgi Sahibi Olma Hakkı ve Seçme Hakkı* şeklindeki dört tüketici hakkı¹²² dünya kamuoyununa açıklandı.

Sonrasında ise, Avrupa Birliği 1975 tarihli “Tüketici Bilgilendirme ve Koruma Programı” ile tüketici haklarını; *Sağlık ve Güvenliğinin Korunması Hakkı*, *Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı*, *Tazmin Edilmesini İsteme Hakkı*, *Aydınlatma ve Eğitilme Hakkı*, *Temsil Edilme Hakkı* şeklinde beş temel tüketici hakkı olarak geliştirmiştir.¹²³

Avrupa Birliği daha sonra 1981 ve 1986 yıllarında kabul ettiği programlar sonucunda¹²⁴ ilan ettiği AB Evrensel Tüketici Hakları Bildirgesi’yle daha önce kabul ettiği beş tüketici hakkını; *Tüketicilerin Temel Gereksinimlerinin Karşılanması Hakkı*, *Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı*, *Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı (Mal ve Hizmetlerin Serbestçe Seçilmesi Hakkı)*, *Bilgi Edinme ve Eğitilme Hakkı*, *Zararların Karşılanması Hakkı (Tazmin edilme hakkı)*, *Temsil Edilme Hakkı (Sesini duyurma hakkı)*, *Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı* şeklinde genişletmiştir.¹²⁵

Birleşmiş Milletler bünyesinde ise tüketicinin korunması ilk kez ayrıntılı olarak 1975 yılında ele alınmış ve bu alanda uluslararası boyutta araştırmalar yapılması kararlaştırılmıştır. Ardından 9 Nisan 1985 tarihinde üye devletlerin delegasyonlarının oybirliğiyle “Tüketicinin Korunmasına ilişkin temel esaslar” isimli deklarasyon

¹²² DPT, 2001:37.

¹²³ Göle, 1983:15; Zevkliler- Aydoğdu, 40.

¹²⁴ Zevkliler- Aydoğdu, 40.

¹²⁵ DPT, 2001:29-30.

kabul edilmiştir.¹²⁶ Bu deklarasyon ile hem sekiz başlık altında tüketicinin temel hakları ortaya konulmuş hem de tüketicinin korunmasına ilişkin temel hedefler en genel anlamları ile belirlenmiştir.

Birleşmiş Milletlerin 1985 yılındaki söz konusu deklarasyonu uluslararası alanda kabul gören tüketici hakları günümüzde sekiz temel hak üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu sekiz temel tüketici hakkı ise şunlardır: *Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, Sağlık ve güvenlik hakkı, Bilgi edinme hakkı, Seçme hakkı, Sesini duyurma (Temsil edilme) hakkı, Tazmin edilme ve ekonomik çıkarların korunması hakkı, Eğitilme hakkı, Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı.*¹²⁷

Birleşmiş Milletler tarafından ortaya konulan bu sekiz tüketici hakkı uluslararası alanda genel kabul gören tüketici hakları olmakla beraber, tüketici hakları söz konusu haklarla sınırlı olmayıp, tüketiciyi koruma hareketinin gelişimine ve sosyo-ekonomik gelişmelere paralel olarak değişmesi veya yeni haklardan sözedilebilmesi de mümkündür.¹²⁸

İnsanların toplumda tüketici, hasta, çocuk ve kadın gibi çeşitli sıfat ve rollerle bulunmalarına karşılık bu rollerinden kaynaklanan bir takım haklarının bulunması doğal ve evrensel bir durumdur. İnsanlığın toplumdaki rollerinin gelişimine göre bu rollere dayalı hakların belli bir sistematığe ulaşmasının farklı zamanlarda ortaya çıkması da çok normaldir. Bu açıdan tüketici hakları da sanayi devrimi sonrası koşullarda gelişen haklar olmuşlardır.

Araştırmada, Birleşmiş Milletlerin kabul ettiği sekiz tüketici hakkı İslâm Hukuku açısından değerlendirilmiş ve tüketici hakları İslâm Hukuku'nun bakışıyla yeniden düzenlenmiştir. Söz konusu haklara, İslâm Hukuku'nun asırlar öncesinden ortaya koyduğu ve tüketiciler için çok önemli bir düzenleme olan muhayyerlik hakkı ilave edilmiştir. Yine Birleşmiş Milletlerin deklare ettiği haklar içinde olmamasına rağmen tüketiciler için önemli bir hak olan şikâyet hakkı da incelenmiştir. Zira

¹²⁶ DPT, 2001:52.

¹²⁷ DPT, 2001:29, 52.

¹²⁸ Göle, 1983:15.

tüketiciilik vasfından dolayı karşılaşılan olumsuzlukları şikâyet edebilme hakkının verilmesi önemli bir kazanımdır.

1.2.1. Temel İhtiyaçların Karşlanması Hakkı

Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı; tüketicinin yaşamını devam ettirmeye yetecek kadar gıda maddesi, giyinme, barınma, sağlık ve temizlik haklarından yararlanma hakkıdır.¹²⁹ Bu hak, İslâm Hukuku'nun kabul ettiği ve toplumun veya fertlerin bozulmaması için korunmasında zaruri yarar (zarûriyyât)¹³⁰ gördüğü beş esastan "mal"ın korunmasına yönelik haklardır. İslâm hukukçuları bu beş esasın korunmasını farz, ortadan kaldırılmasını ise haram saymaktadırlar.¹³¹

Temel ihtiyaçlarının karşılanması tüketicinin insan olmaktan doğan en temel haklarından biridir. Zira İslâm Hukuku'nda her şahıs, hayatını devam ettirme konusunda hem hak sahibi, hem de şer'î bir vecibe ile mükelleftir.¹³² Zira insanı kendine kulluk yapmak üzere yaratan¹³³ Allah, insana yerden ve gökten rızık vermiş,¹³⁴ hatta bu rızıkı temin edebilmeleri için gündüzü yaratmış¹³⁵ ve kulların rızık yeryüzünde aramalarını istemiştir.¹³⁶ İnsanların rızıkta ulaşmaları ve ihtiyaçlarını karşılamaları için, Allah karşılıklı rızaya dayanan¹³⁷ alım satımı helal kılmıştır.¹³⁸ Çünkü insanlar birbirlerinin ellerindeki malların bedeline, eşyalara, mallara, yiyecek ve içeceklerle muhtaçtırlar. Bu ihtiyaçlar da, ancak alış veriş gibi yollarla giderilebilir.

Temel ihtiyaçların karşılanması bir hak hatta bir zorunluluktur. Ancak ihtiyaçların neler olduğu konusu kişilere ve içinde bulunulan ortama göre değişebilmektedir. Bu sebeple nelerin aslî ihtiyaç nelerin ikinci derecede ihtiyaç

¹²⁹ DPT, 2001:29.

¹³⁰ Gazzâlî, 1994:I/333; Şâtibî, 1990:II/710; İbn Haldun, 1989:II/875; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:139.

¹³¹ Gazzâlî, 1994:I/333; İbn Âşûr, 1996:139.

¹³² Gökmenoğlu, 1991:85.

¹³³ Zâriyât, 51/56. وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

¹³⁴ Sebe, 34/24. قُلْ مَنْ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ قُلِ اللَّهُ

¹³⁵ Kasas, 28/73. وَمِنْ رَحْمَتِهِ جَعَلَ لَكُمْ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لِتَسْكُنُوا فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

¹³⁶ Müzzemmil, 73/20. وَأَخْرَجُوا يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

¹³⁷ Nisa, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

¹³⁸ Bakara, 2/275. وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

olduğuna karar vermek hayli güç olmakla beraber İslâm hukukçuları insanın ihtiyaç duyduğu veya arzu ettiği her şeyi aslî ihtiyaç olarak görmemişlerdir.¹³⁹

İslâm bilginleri genel anlamda ihtiyaç olarak sözettiğimiz hususları, zorunlu ihtiyaçlar (zarûriyyât), hayatı kolaylaştıran ihtiyaçlar (hâciyyât), hayata zevk ve güzellik katan ihtiyaçlar (tahsîniyyât)¹⁴⁰ olmak üzere üç bölümde inceleyerek nelerin aslî ihtiyaç olabileceği hususunda birtakım objektif ölçüler getirmeye çalışmışlardır. Buna göre, bir malın aslî ihtiyaçtan sayılmasında kullanılan en temel ölçüt, o malın kişinin sağlık ve güvenlik içinde yaşamasını temin eden veya buna birinci derecede yardımcı olan bir özellik taşımasıdır. Bundan dolayı açlığı giderecek kadar yiyecek, avret yerlerini örtecek, sıcak ve soğuğa karşı koruyacak kadar ihtiyaç duyulan elbiseler veya kişinin kendisinin ve bakmakla yükümlü olduğu aile fertlerinin nafakası aslî ihtiyaçlardan sayılmaktadır.¹⁴¹ Hz. Peygamber de bir hadisinde insanın ihtiyaçlarını “oturacağı ev, avretini örten elbise, katıksız ekmek ve su”¹⁴² olarak sıralayarak adeta insanın ihtiyaçlarının alt seviyesine işaret etmiştir.

Bazı çağdaş araştırmacılar temel ihtiyaçların zaman, çevre vb. şartlara bağlı olarak değişip gelişebileceğine işaret ederek ihtiyaçları detaylandırmak yerine ilkeler üzerinde durmayı tercih etmişlerdir. Bunlara göre en uygun çözüm, hangi tür ve ne miktar malın temel ihtiyaç grubunda yer alacağı hususunun tesbitini, hem toplumun genel iktisadî şartlarına hem de kişilerin sosyal çevrelerine ve toplum şartlarına bağlı olarak yetkili mercilere bırakılmasıdır.¹⁴³

1.2.2. Sağlık ve Güvenlik Hakkı

Sağlık ve güvenlik hakkı; yaşam ve sağlık için tehlikeli ve zararlı olan mamul ve mallara, hizmetlere, üretim, süreç, yöntem ve usullerine, firma (satıcı) davranışlarına karşı korunma¹⁴⁴ hakkını kapsamaktadır. Buna göre, tüketiciye

¹³⁹ Çeker, DİA, 1997:XVI/505.

¹⁴⁰ Gazzâlî, 1994:I/333; Şâtıbî, 1990:II/710; İbn Haldun, 1989:II/875; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:139.

¹⁴¹ Çeker, DİA, 1997:XVI/505.

¹⁴² Tirmîzî, “Zühhd”, 30. « لَيْسَ لِابْنِ آدَمَ حَقٌّ فِي سِوَى هَذِهِ الْخِصَالِ بَيْتٌ يَسْكُنُهُ وَتَوْبٌ يُؤَارَى عَوْرَتُهُ وَجِلْفٌ الْحَبِيزِ وَالْمَاءِ »

¹⁴³ Çeker, DİA, 1997:XVI/506.

¹⁴⁴ DPT, 2001:29.

sunulan mal ve hizmetler, tüketicinin hayatını ve sağlığını normal koşullar altında tehlikeye düşürmeyecek derecede güvenilir ve kaliteli olmalıdır.¹⁴⁵ Aksi halde bugünün tüketicisi her an emniyetli olmayan bir tüketim malının kendisini zehirlemesi, sakatlaması, yaralaması hatta öldürmesi tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.

Sağlık ve güvenlik hakkı İslâm'ın korunmasını istediği maslahatlardan “canın ve aklın korunması”na¹⁴⁶ yönelik olarak ortaya çıkan temel bir haktır. Nitekim Muhammed Tâhir b. Âşûr, canın korunmasından maksadın “can güvenliği” olduğunu söyleyerek, “canın en önemli korunma yolu, bulaşıcı hastalıklara direnç sağlamakta olduğu gibi, meydana gelmezden önce teleften korunmasıdır. Vücudun bazı organlarının teleften korunması da, canın teleften korunması anlamına geldiğini”¹⁴⁷ belirtmektedir.

Sağlık hakkı kavramı kişinin hem beden hem de ruh sağlığını ifade etmektedir. Zira ruh sağlığının korunması da, “aklın korunması” hususuyla ilgilidir. Bu sebeple İslâm'da hiç bir şahsın beden veya ruh sağlığını ihlal ve ifsad edici, tehlikeye düşürücü müdahale ve davranışlarda bulunulamayacağı¹⁴⁸ gibi beden ve ruh sağlığını temin ile ilgili hizmetleri her vatandaşın devletten talep hakkı da vardır.¹⁴⁹

Bireyin sağlık ve güvenliğine çok önem veren İslâm dini, “Kendi ellerinizle kendinizi tehlikeye atmayınız”¹⁵⁰ ayetiyle insanın kendini tehlikelerden korumasını emretmiş ve sağlığa zararlı davranışları yasaklamıştır.¹⁵¹ Hatta hadis kitaplarında “Tıp” başlığı altında özel bölümler yer almıştır. Hadislerde sağlığın önemi vurgulanarak, “Sıhhat Allah'tan korkan için zenginlikten daha hayırlıdır. Nefsin

¹⁴⁵ Göle, 1983:15.

¹⁴⁶ Gazzâlî, 1994:I/333; İbn Âşûr, 1996:139.

¹⁴⁷ İbn Âşûr, 1996:141.

¹⁴⁸ Gökmenoğlu, 1991:121.

¹⁴⁹ Armağan, 1996:177.

¹⁵⁰ Bakara, 2/195. وَأَنْفُسُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ

¹⁵¹ Armağan, 1996:178.

Bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler çerçevesinde artan imalat ve çeşitlenen mamuller insan hayatını kolaylaştırırken, kullanıma uygun olmayan malların ve bunların hizmetlerinin riskine karşı korumayı ve tüketici güvenliğinin sağlanmasını zorunlu hale getirmiştir. Tüketicilerin kendi başlarına güvenliklerini sağlayacak esaslar getirmesi mümkün olmadığından, ülkeler bu konuda cezai, idari, ekonomik ve teknik esaslar ortaya koyarak, tüketici güvenliği politikalarını oluşturmalıdırlar.¹⁵⁹

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 56. maddesi, herkesin sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahip olduğu belirterek¹⁶⁰ sağlık ve güvenlik hakkını anayasal güvence altına almıştır.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'da 9 Nisan 1985 tarihli toplantısında "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar" adlı deklarasyonla, özellikle sağlık, beslenme, gıda kökenli hastalıklar ile ürün tehlikeleri ile ilgili konularda ve gerekirse kirlilik ve çevre konularında hükümetlerin tüketici eğitimi programları düzenlemeleri istenerek tüketicinin sağlık ve güvenliğini koruyucu tedbirler ortaya konmuştur.¹⁶¹

Bütün bunlar, tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin, tüketicinin hayatını ve sağlığını normal şartlar altında tehlikeye düşürmeyecek derecede güvenilir ve kaliteli olmasını ifade etmektedir. Tüketici elde ettiği/satın aldığı mal ve hizmetten ihtiyaçlarını gidermekte yararlanırken; bir taraftan gerçek tatmini sağlamak, diğer taraftan da o tüketim malı tarafından zehirlenmeyeceğini, sakatlanmayacağını, yaralanmayacağını ve hatta ölümüne sebep olunmayacağını bilmek ister. Her hangi bir tehlikeye maruz kalmadan tüketimini gerçekleştirmek ve edindiği mal ve hizmet konusunda güven içinde bulunmak tüketicinin hakkıdır ki bu hak, tüketicileri sadece piyasanın aldatmacalarına karşı korumaya çalışan diğer bazı haklara nisbetle daha

¹⁵⁹ DPT, 1995:26.

¹⁶⁰ T.C. Anayasası, 1982:56.

¹⁶¹ DPT, 2001:30.

fazla önem taşımaktadır.¹⁶² Dolayısıyla bu hakkın diğer haklara nazaran daha özel bir yeri olduğu söylenebilir.

1.2.3. Bilgi Edinme Hakkı

Bilgi edinme hakkı; mal ve hizmetleri satın alırken doğru karar almaya yardımcı olacak, yazılı, görsel ve sözel tanıtımlarda mamul, hizmet ve firmalar hakkında doğru, tutarlı, yeterli ve eksiksiz bilgi edinme ile yanıltıcı, yanlış ve eksik reklam, etiket, ambalaj ve diğer yanıltıcı bilgilere karşı doğru bilgi alma ve zamanlı bilgilerin talep edilmesi¹⁶³ hakkıdır.

Klasik iktisat teorisi, kişinin kendi ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları karşılayabilecek mevcut imkânlar hakkında tam bilgi sahibi olduğunu kabul ederek tüketicinin daima rasyonel hareket eden, kendi menfaatleri doğrultusunda davranan bir kişi olduğunu varsayar. Hâlbuki durum böyle değildir. Tüketicinin tüketim kararlarını verirken hiçte bilgili olmadığı ve rasyonel davranmadığı ortadadır. Tüketici piyasada bulunan binlerce çeşit, marka, model ve özellikteki mallar hakkında bilgi sahibi değildir. İşletmeler ürünleri hakkında genellikle ya hiç bilgi vermemekte ya da yanıltıcı bilgi vermektedirler. Dolayısıyla tüketici yaptığı sözleşmeleri tamamen tesadüfi ve genellikle eksik veya yanlış bilgilere dayanarak yapmaktadır. Bu nedenle tüketicinin korunabilmesi açısından tüketicinin bilgilendirilmesi ve aydınlatılması tüketicinin en temel haklarından birini oluşturmaktadır.¹⁶⁴

Bilgi edinme hakkı, tüketicinin ekonomik yararlarıyla ilgili olup, tüketicinin aldatılmaması ilkesine dayanmaktadır. Bu hak, yanlış, aldatıcı ve hileli şekilde reklam yapma, bilgi verme, ambalajlama ve etiketlemenin engellenmesi, malın nitelikleri hakkında tüketicinin doğru ve ayrıntılı bilgi edinebilmesini kapsamaktadır.¹⁶⁵ Böylece tüketicinin, satın almayı düşündüğü mal ve hizmet

¹⁶² Ünüöner, 1999:5; Göle, 1983:15-16; DPT, 2001:29.

¹⁶³ DPT, 2001:29; DPT, 1995:32.

¹⁶⁴ Aslan, 2006:78.

¹⁶⁵ Lale, 1994:96.

konusunun ne olduğu, ne işe yaradığı, ne kadar zaman dayanacağı, ihtiyaçlarını ne nisbette karşılayabileceği gibi konularda aydınlanması sağlanmış olacaktır.¹⁶⁶

İslâm Borçlar Hukuku'nda alış-verişin sahih kabul edilebilmesi için satılan malın ve fiyatının vasıflarının bilinmesi şart koşulmuş¹⁶⁷ ve bu durum Mecelle'de "Mebi' müşterinin malumu olmak lazımdır",¹⁶⁸ "Meçhûlün bey'i fasiddir",¹⁶⁹ "Mebi'in bahası zikrolunmazsa bey' fasid olur",¹⁷⁰ "Semenin malum olması lazımdır",¹⁷¹ "Semenin tecilinde ve taksitinde müddet malum ve muayyen olmak lazımdır",¹⁷² kirada "ücret malum olmak şarttır"¹⁷³ şeklinde kaideleştirilmiştir. Görüldüğü gibi alış-verişte taraflar arasında anlaşmazlık, kavga ve kırgınlığın olmaması için satılan mal ve fiyatı ile ilgili bilinmezliğin bulunmaması gereklidir.¹⁷⁴ Buna göre tüketicinin, satın aldığı mal ve fiyatı hakkında herhangi bir gizlilik olmaksızın bilgi sahibi olması onun en tabiî hakkı olmaktadır. Bu hak sayesinde tüketici, aldatılmaktan ve zarara uğramaktan korunmuş olmaktadır.

İslâm dini, "Kişinin malında bir kusur varsa, söylemeden satması ona helal olmaz"¹⁷⁵, "Satıcı ile alıcı meclisten ayrılana kadar muhayyerdirler. Her ikisi de dürüst olup açıklanması gereken şeyleri açıklarlarsa bu alış veriş kendilerine bereketli kılınır. Eğer yalan söyler ve açıklanması gerekenleri gizlerlerse bu alış verişin bereketi giderilir"¹⁷⁶ hadisleriyle maldaki kusurun gizlenmesini yasaklayıp tüketiciye açıklanmasını istemesi iktisadi anlamda tüketicinin aydınlatılmasının önemini ortaya koymaktadır. Nitekim İslâm tarihi boyunca da hisbe teşkilatı ve muhtesipler ile ahilik teşkilatı çarşı pazarda hem tüketiciye yol gösterici, onu

¹⁶⁶ Ünlüönen, 1999:6; Göle, 1983:17; DPT, 2001:30.

¹⁶⁷ İbn Âbidîn, 1984:4/529.

¹⁶⁸ Mecelle, md. 200.

¹⁶⁹ Mecelle, md. 213.

¹⁷⁰ Mecelle, md. 237.

¹⁷¹ Mecelle, md. 238.

¹⁷² Mecelle, md. 246.

¹⁷³ Mecelle, md. 450.

¹⁷⁴ Merğînânî, 1990:III/25; Mevsilî, 1989:181.

¹⁷⁵ Tirmîzî, "Büyü", 26. *أَبْيَعَانِ بِالْخَيْارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ صَفْقَةَ خَيْارٍ وَلَا يَجِزُ لَهُ أَنْ يُفَارِقَ صَاحِبَهُ حَشِيَّةً أَنْ يَسْتَقْبِلَهُ.*

¹⁷⁶ Buhârî, "Büyü", 19; Müslim, "Büyü" 47; Ebû Dâvûd, "Büyü", 53; Tirmîzî, "Büyü", 26; Nesâî, "Büyü", 8.

أَبْيَعَانِ بِالْخَيْارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا - أَوْ قَالَ حَتَّى يَنْفَرَقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَنَّمَا وَكَذَبَا مُجِئَتْ بَرَكَةٌ بَيْعِهِمَا

aydınlatıcı vazifeler yapmış hem de üretici ile satıcıları aldatmama ve hile yapmamaları konusunda uyarmıştır.¹⁷⁷

İslâm Hukuku'nda, görmediği bir malı satan bir kimsenin, malı gördüğünde alış-verişi, dilerse kabul edip dilerse feshetme¹⁷⁸ hakkına sahip olması, tüketicinin doğru bilgi sahibi olmasının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Alış-verişte malı görmek, mücerred gözle görmek değil, esasen mal hakkında bilgi sahibi olmaktır.¹⁷⁹ Bu durum, tüketicinin satın almak istediği mal veya hizmet konusunda bilgilenme açısından tatmin edilmesi gerektiğini göstermektedir.

Tüketicinin bilgilendirilmesinin makro ve mikro yönden ele alınması gereklidir. Makro yönden önemli olan, bilginin tasarımı, imalatı ve tüketiciye ulaştırılmasıdır. Mikro yönden ise tüketicinin bilgiye maruz kalması, onu doğru olarak algılayabilmesi ve gerektiğinde bilgiyi kullanabilmesidir.

Bilgilendirmede, mamul ile ilgili birim fiyat, içerik, son kullanma tarihi, dayanma süresi, besin etiketi, uyarıcı beyanlar, garanti ve servis koşulları, enerji tüketim kılavuzu şeklinde bilgiler verildiği ve bilginin algılanmasını kolaylaştırmak için renk, resim, şekil ve işaret gibi araçların kullanıldığı görülmektedir.

Tüketicinin malların kalite, nitelik ve nicelik güvenilirliği hakkında mukayeseli deney sonuçları ile bilgilendirilmeye ihtiyacı vardır. Gelişmiş ülkelerde mukayeseli mamul testleri, bilgi verici etiketleme ve kalite işaretleri gibi bilgilendirme yöntemlerine rastlanmaktadır.¹⁸⁰ Zira tüketiciye götürülen bilgilendirme hizmeti içinde en çok değer verilen, piyasadaki benzer mamuller için yapılan mukayeseli deney sonuçlarıdır.

Genellikle tüketici örgütleri tarafından yapılması nedeniyle bu deneylerde imalatçıların etkisi söz konusu olmamakta, tarafsızlık ve bilimsellik özenle

¹⁷⁷ Arslan, 1994:117-120.

¹⁷⁸ Zeylâî, 1973:IV/9; Mecelle, md. 320.

¹⁷⁹ Kâsânî, 1974:V/293; Mevsilî, 1989:192; İbn Âbidîn, 1984:IV/68.

¹⁸⁰ DPT, 1995:33; Karaalioglu, 1995:49

korunmaktadır. Bazı ülkelerde deney sonuçlarının daha geniş bir kitleye ulaşması için radyo, televizyon ve diğer basın kanalları kullanılmaktadır.

1.2.4. Seçme Hakkı

Seçme hakkı; tüketicilere rekabetçi (dolayısıyla ucuz) fiyatlarla çok çeşitli mal ve hizmet sunulması ve mâkul fiyatlarda tatmin edici kalite ve servis sağlanması hakkıdır.¹⁸¹

Sözlükte “benzerler içinde iyi, uygun, güzel ve faydalı olanını ayırmak”¹⁸² anlamına gelen “seçmek” sözcüğü, İslâm Hukuku’nda “iki şeyden birini diğerine tercih etmek, seçip ayırmak, üstün tutmak”¹⁸³ gibi anlamlara gelen “ihtiyâr” kelimesi ile ifade edilmektedir. İhtiyâr, zorlama olmaksızın¹⁸⁴ kişinin, yapabileceği işi kasetmesi, ona yönelmesi, onu tercih etmesi ve seçmesidir. Seçme söz ile olabileceği gibi fiil ile de olabilir.¹⁸⁵

İslâm’da ticaretin karşılıklı rıza ile yapılması¹⁸⁶ istenmiştir. Bu açıdan hukukî muamelelerin unsurlarından birini, karşılıklı rızanın belirtisi sayılan irade beyanı oluşturmaktadır.¹⁸⁷ İrade sarîh veya zımnî¹⁸⁸ olarak açıklanmadığı takdirde hukukî muamele geçerli olmaz. Ayrıca ikrah gibi durumlarla irade beyanı sakatlandığında da mükrehin rızası ortadan kalktığından ve seçme hürriyeti bozulduğundan¹⁸⁹ hukukî muamele geçersiz olur.

Seçme hakkı rızanın bir sonucu veya göstergesidir. Zira insan özgür iradesiyle seçtiği şeye rıza gösterir. Bu açıdan özgür iradeyle ortaya konan seçme hakkı İslâm Hukuku’nda rızanın varlığının bir göstergesi olarak önemli bir işleve sahiptir. Buna

¹⁸¹ DPT, 2001:29.

¹⁸² Doğan, 1990:973.

¹⁸³ Cevherî, “hyr” md.; Râğıb el-İsfahânî, “hyr” md.; İbn Manzûr, “hyr” md.; Zebîdî, “hyr” md.

¹⁸⁴ Apaydın, DİA, 2000:XXI/575.

¹⁸⁵ Çeker, 2006:39.

¹⁸⁶ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

¹⁸⁷ Kâsânî, 1974:V/133; İbnü’l-Hümâm, 1316:V/74; İbn Âbidîn, 1984:IV/5; Karaman, DİA, 1989:II/253.

¹⁸⁸ Merginânî, 1990:III/21; Mecelle, md. 173.

¹⁸⁹ Serahsî, 1983:XXIV/38.

göre, alış-verişlerin geçerli olabilmesi için tüketicilerin seçme hakkını özgür iradeleriyle kullanmaları gerekmektedir.

Tüketici, seçme hakkı sayesinde karşısında bulunan alternatifler arasından ihtiyaçlarını giderecek mal ve hizmet türünü mübah alanlardan isteğine uygun biçimde belirleyebileceği gibi, istediği yer ve zamanda satın alma, kusurlu çıkması durumunda seçimlik haklardan hakkaniyete ve menfaatlerine en uygun olanını tercih etme imkânına kavuşmuş olmaktadır.

Tüketicinin kendi kullanacağı mal ve hizmeti seçme hakkının olması kaçınılmazdır. Rekabetçi piyasalarda karşılaştırılabilir çok değişik fiyat ve nitelikte mal ve hizmet içerisinden seçim yapma hakkına sahip olması gereken tüketici, alternatifin olmadığı alanlarda ise makul fiyat ve tatminkâr kalite ile servis gibi unsurlar bakımından kendisini rahat hissetmelidir.¹⁹⁰

1.2.5. Sesini Duyurma (Temsil Edilme) Hakkı

Sesini duyurma (Temsil edilme) hakkı; hükümetlerin ekonomik politikalarının oluşturulmasında dikkate alınma, kamu organlarında temsil edilme, firmalarda özellikle ürün geliştirme aşamasında temsil edilme ve görüşün alınma hakkıdır.¹⁹¹

Bu hak, kendilerini ilgilendiren konulardaki devlet politikasının saptanmasında tüketicilerin temsil edilmesi, onların istek ve şikâyetlerini dinleyecek ve gereken tedbirleri alacak kurumların oluşturulmasını ifade etmektedir. Tüketicilerin, kendilerini ilgilendiren konularda alınacak kararlarda görüşlerini duyurmaları ve kararları yönlendirmeleri en temel haklarıdır. Bu da tüketici örgütler aracılığıyla gerçekleştirilebilir.

İslâm dini, “Sizden, hayra çağıran, iyiliği emreden ve kötülükten men eden bir topluluk bulunsun”¹⁹² ayetiyle genel olarak insanların iyiliğe ve hayra yönlendirilmesi hususunda topluluk oluşturulması anlamında örgütlenmeyi teşvik

¹⁹⁰ Ünlüönen, 1999:7; DPT, 2001:30.

¹⁹¹ DPT, 2001:29.

¹⁹² Âl-i İmrân, 3/104. وَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

etmiştir.¹⁹³ Bu bağlamda Hz. Peygamber gençliğinde, hakların savunulması için kurulan “Hilf’ul-Fudûl” teşkilatına katılarak,¹⁹⁴ haksızlığa uğrayanların yanında yer alması¹⁹⁵ örgütlenmenin bir örneğidir. Ayrıca İslâm tarihinde uzun süre varlığını sürdüren ve tüketicinin korunmasında çok önemli işlev gören hisbe teşkilatı, fütüvvet teşkilatı, ahilik kurumu ve esnaf teşkilatları her ne kadar tüketici örgütü olmasa da tüketicilerin haklarının korunmasında tüketici dernekleri gibi faaliyet yürüten örgütlenmeler olmuşlardır.

Görüldüğü gibi tüm bu teşkilatlanmalar toplumun iyiliği adına örgütlenme hakkının toplumsal bir gerçeklik olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre insanların hayrına olan işlerde örgütlenmek, İslâm Hukuku’nun teşvik ettiği¹⁹⁶ haklardan olmaktadır. Tüketici toplumunun iyiliği için de, tüketicilerin örgütlenmesi onların en tabî hakları olsa gerekir. Zira İslâm Hukuku’nda, sosyal adaletin sağlanması ve hakların savunulması adına hak aramak ve adalet sağlamak için çeşitli dernekler kurulabilmesi¹⁹⁷ imkân dâhilinde olduğu görülmektedir.

Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, ticari hayat öyle grift ve karmaşık bir hale dönüşmüştür ki artık tüketicinin tek başına haklarını koruyabilmesi, sesini duyurabilmesi imkânsızlaşmıştır. Artık tüketicilerin seslerini duyurup, haklarını savunabilmeleri için örgütlenmeleri kaçınılmaz bir hak ve zorunluluk olmuştur.

1.2.6. Tazmin Edilme ve Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı

Tazmin edilme ve ekonomik çıkarların korunması hakkı; satın alınan mal ve hizmetlerin ayıplı (kusurlu- özürlü) çıkması durumunda; ayıpların ve ayıpların neden olduğu her türlü maddi, manevi, ekonomik zararın karşılanması hakkıdır. Reklamlar, kapıdan satışlar, taksitli satışlar, tek taraflı sözleşmeler, satış sonrası hizmetler, fiyatlar, çeşitli kamu hizmetleri gibi konularda tüketicilere daha iyi ve uygun koşullarda mal ve hizmet sunulmasının sağlanması, yukarıda belirtilen konular

¹⁹³ Fendoğlu, 1992:133.

¹⁹⁴ Hamidullah, 1990:I/53.

¹⁹⁵ Beyhakî, 1992:VII/466-467; X/141, 270; İbn Hacer el-Askalâni, 1991:66-68; Hamidullah, 1990:I/54.

¹⁹⁶ Âl-i İmrân, 3/104. وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

¹⁹⁷ Karaman, 1981:73.

hakkında tüketicilerin aldatılmamaları, zarar görmemeleri ve mağduriyetlerinin önlenmesi, tüketicilerin yaşam düzeylerinin yükseltilmesine ilişkin alınan tüm yasal, idari, teknik, sosyal ve ekonomik önlemler bu hak kapsamındadır.¹⁹⁸

Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması, pazardaki dengenin tüketiciler, üreticiler ve dağıtımıcılar arasında adil ve dengeli bir şekilde düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alırken yaptıkları ödemenin karşılığını tam olarak alabilmeleri gerekmektedir. Aksi durumda tüketicilerin ekonomik menfaatleri ihlal edilmiş olabilmektedir.

İslâm Hukuku “ne zarar vermek ne zarar görmek vardır”¹⁹⁹ prensibi çerçevesinde bütün piyasa faktörlerinden adaleti gözetmeyi,²⁰⁰ dürüst davranmayı,²⁰¹ ihanet etmemeyi²⁰² ve batıl yollarla kazanç elde etmemeyi²⁰³ ister. “Bizi aldatan bizden değildir”²⁰⁴ ilkesi ile İslâm dini, adil ve dürüst işleyen, gönül hoşnutluğu ile çalışan bir serbest piyasa ekonomisini amaçlamaktadır.²⁰⁵ İslâm da, bu ahlâkî ve daha pek çok meta-ekonomik tedbirler ve prensiplerle iktisadî hayatı düzene koymaya çalışırken bunların yanında sosyal adalet ilkesi, aşırı tüketim/lüks ve israfın yasaklanması, mal biriktirme yasağı ile tüketicinin korunması bölümünde açıklanacak olan fiyat ve kalite kontrolü, fiyat kısıtlama yasağı, ölçü ve tartı denetimi, yolda malı karşılama yasağı, karaborsacılık yasağı, tekelciliğe ve enflasyona meydan verilmeyecek bir iktisadî zemin hazırlanması gibi birçok tedbirlerle tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunmasını amaçlamaktadır.²⁰⁶

Tüketicinin kusurlu bir mal satın alması ya da kendisine sunulan hizmetin noksan olması durumunda ekonomik çıkarlarının korunması amacıyla uğradığı

¹⁹⁸ DPT, 2001:29.

¹⁹⁹ Mecelle, md. 19, İbn Mâce, “Ahkam”, 17. « لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ »

²⁰⁰ En’âm, 6/152, بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيرَانَ ; Rahmân, 55/9. وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيرَانَ

²⁰¹ Mutaffifin, 83/1-3. وَإِلَّ لِلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

²⁰² Bakara, 2/9. يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَمَا يُخَادِعُونَ اللَّهَ أَنْفُسَهُمْ وَمَا يَشْعُرُونَ

²⁰³ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

²⁰⁴ Müslim, “İman”, 164; Tirmîzî, “Büyü”, 74; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 52; İbn Mâce, “Ticaret”, 36. مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

²⁰⁵ İbn Hazm, t.y.:VIII/439-441.

²⁰⁶ Arslan, 1994:71.

zararın ya da kaybın telafisini isteme hakkı bulunmaktadır. Bu yapılmadığı takdirde tüketicinin korunmasından sözetmenin hiçbir anlamı kalmayacaktır. Tüketici, uğradığı zarar satıcı ya da imalatçı tarafından makul bir sürede karşılanmadığı takdirde idari ve adlî mercilere başvurarak kısa süre içinde ve az masraflı olarak netice alabilmelidir.²⁰⁷

İslâm Hukuku'nda özellikle ayıp muhayyerliği hakkı, tüketicinin ayıplı mal nedeniyle uğrayacağı ekonomik zararlardan koruyan bir tüketici hakkıdır. Buna göre, tüketici ayıplı malı aynen iade edip bedelini geri alma hakkına sahiptir.²⁰⁸

Ayrıca, Kur'an'da akidlerin ve sözlerin yerine getirilmesi,²⁰⁹ başkalarının mallarına zarar verilmemesi,²¹⁰ yapılan haksızlıkların ve tecavüzlerin denk bir ceza ile karşılanması,²¹¹ üzerinde önemle durulur. Kişilerin hak, yetki, kazanç ve davranış biçimlerine denk bir sorumluluk içinde olmaları, haksızlığa uğrayanın korunması, verilen zararın izalesi, işlenen suçun karşılıksız bırakılmaması İslâm'ın adalet anlayışının tabii sonucudur. Hz. Peygamber de borç ve yükümlülüklerin ifası, hakların korunması, şahıs ve mallara verilen zararın misliyle veya değeriyle karşılanması üzerinde titizlikle durmuş olup²¹² hadislerde²¹³ bu konuda zengin bir uygulama örnekleri bulunmaktadır.

İslâm Hukuku, başkalarının mallarının ve nefislerinin hurmetini korumayı esas almaktadır. Bu açıdan bir şeyi, bedeli, misli ya da kıymeti ile geri vermek, telef edenin borçlanması, başkasına verilen zarardan dolayı bedelinin iltizam edilmesi

²⁰⁷ Göle, 1983:19; DPT, 2001:30.

²⁰⁸ Kâsânî, 1974:V/328; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/355.

²⁰⁹ Bakara, 2/177, يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ. Mâide, 5/1. وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا

²¹⁰ Bakara, 2/188 وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ; Şuarâ, 26/183. وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

²¹¹ Nahl, 16/126, وَجَزَاءُ سَيِّئَةٍ سَيِّئَةٌ مِثْلُهَا فَمَنْ عَفَا وَأَصْلَحَ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ. Şûrâ, 42/40. وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوقِبْتُمْ بِهِ

²¹² Aktan, DİA, 1993:VIII/450.

²¹³ İbn Mâce, "Ahkam", 14, 17; "Ticaret", 43; Ebû Dâvûd, "Büyü", 90-92; Şevkânî, 1357:V/355-366.

قَالَتْ عَائِشَةُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا مَا رَأَيْتُ صَانِعًا طَعَامًا مِثْلَ صَفِيَّةَ صَنَعَتْ لِرَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَعَامًا فَبَعَثَتْ بِهِ فَأَخَذَنِي أَكُلُّ فَكَسَرْتُ الْإِنَاءَ فَقُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا كَفَّارَةٌ مَا صَنَعْتُ قَالَ إِنْ أِنَاءٌ مِثْلُ إِنْءٍ وَطَعَامٌ مِثْلُ طَعَامٍ ; قَالَ عَلِيٌّ الْيَدُ مَا أَخَذَتْ حَتَّى تُؤَدِّيَ ثُمَّ إِنَّ الْحَسَنَ نَسِيَ فَقَالَ هُوَ أَمِينُكَ لَا ضَمَانَ عَلَيْهِ ; « لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ » « الْحَرَجُ بِالضَّمَانِ »

İslâm Hukuku'nda “damân” (tazmin) kavramıyla ifade edilmektedir.²¹⁴ İslâm Hukuku'nda “kişinin mali ödeme sorumluluğu” şeklinde geniş bir anlam kazanan damân, “telef veya gasp sebebiyle verilen maddi zararın tazmini”²¹⁵ şeklinde tanımlanabilmektedir. Zararın izalesi hukukun genel kaidelerinden olup,²¹⁶ meydana gelen mali zararın makul bir şekilde izalesi esastır. Bu da misli mallarda zayi edilen malın mislinin, kıyemi mallarda ise kıymetinin ödenmesiyle gerçekleşir.²¹⁷

Avrupa Topluluğu içinde tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması için; alıcıların, tek tarafı koruyan standart sözleşmelerden, kontratlarda temel hakların çiğnenmesinden, ağır ve insafsız kredi şartlarından, baskılı satış metodlarından ve istenmeyen mallar için ödeme talep edilmesinden korunması, satın alınan ürünün bozuk ya da hatalı çıkması veya servisten memnun kalınmaması durumunda uğrayacağı zarara karşı korunması ilkeleri öngörülmüştür.²¹⁸

Türkiye’de ise, 4077 sayılı TKHK’nın 4. maddesinin “tüketici, ayıplı malın neden olduğu ölüm ve/veya yaralanmaya yol açan ve/veya kullanımdaki diğer mallarda zarara neden olan hallerde imalatçı-üreticiden tazminat isteme hakkına da sahiptir” hükmüyle tüketiciye uğradığı zararların karşılanması hakkı verilmektedir.²¹⁹

1.2.7. Eğitilme Hakkı

Eğitilme hakkı; tüketicilerin sorumlu ve bilinçli bir tüketici olması için yaygın ve örgün eğitim kurumlarında eğitilmesi hakkıdır.²²⁰ Eğitilme hakkının amacı ise, tüketiciye ihtiyaç duyduğu bilgileri nerede ve nasıl bulacağını, bilgiyi nasıl değerlendirebileceğini ve kullanabileceğini öğretmek ve böylece tüketicinin mal veya hizmetleri satın alma ve kullanma becerisini geliştirmektir.

İslâm dini genel olarak insanın iyiyi kötüden, doğruyu yanlıştan ayırt

²¹⁴ Zühaylî, 1982:V/14-15.

²¹⁵ Mecelle, md. 416.

²¹⁶ Mecelle, md. 20.

²¹⁷ Mecelle, md. 416.

²¹⁸ Mucuk, 1990:38.

²¹⁹ TKHK, md. 4.

²²⁰ DPT, 2001:29.

edebilmesini sağlamak için öğrenmeyi teşvik etmiş,²²¹ hatta bilgiyi gizleyen cehennemde olacağı belirtilerek²²² öğretmemek kınanmıştır. İnsan hayatının her alanında olduğu gibi ticarî alanla ilgili olarak da gerekli eğitim verilmelidir. Hatta ticarî alanda eğitim günümüzde çok daha önemli hale gelmiştir. Zira diğer alanlara kıyasla ticarî alanla ilgili eğitim hem önemli hem de daha güçtür. Çünkü sanayileşmenin bir sonucu olarak, ekonomi piyasasında tüketicinin karşısında artık çoğu teknik bilgi ve uzmanlık isteyen mallar vardır. Örneğin cep telefonu, bilgisayar gibi elektronik piyasasındaki ürünlerin tüm özelliklerini bugün kullanan insanların çoğunluğu bilmemekte ve bu ürünleri kapasitesinin çok altında kullanmaktadırlar. Bu sebeple teknik bilgilerin öğrenilmesi güç olduğu kadar tüketicinin aldatılması da o derece kolaylaşmaktadır. Bu zor durumdan tüketicilerin kurtarılması için ticarî alanla ilgili tüketicilerin eğitilmesi daha çok önem kazanmaktadır. Hatta Birleşmiş Milletler Genel Kurulu 1985 tarihli toplantısında “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar“ adlı deklarasyonla, üretici firmalarının da ürünleriyle ilgili olarak gerçeğe uygun ve geçerli tüketici eğitim ve bilinçlendirme programları yapmasını veya bunlara iştirak etmesini istemiş, hükümetlerin de kırsal kesim tüketicilerini ve okuma yazma bilmeyen tüketicileri dikkate alarak, radyo ve televizyonla da tüketici eğitimi programlarını yürütmelerini hükme bağlamıştır.²²³ Ancak böylece eğitimle bilinçli hale gelen tüketicinin ticari hayatta haksızlığa uğramaktan ve yanlış yapmaktan kendini koruyabilmesinin önü açılacaktır.

Tüketicinin eğitimi, tüketicinin bilinçlenmesi yoluyla korunması açısından önemlidir. Çünkü piyasa ekonomisinin olumlu sonuçlar verebilmesi, tüketicinin seçimlerinde bilinçli davranabilmesine bağlıdır. Bilinçli bir tüketici, fiyat ve kalite arasındaki ilişkiyi kurarak, uzun dönemde de kalitenin yükseltilmesi ve daha iyi

²²¹ Fâtır, 35/28, إِنَّمَا يُخَشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ; Zümer, 39/9, لَا يُعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ; İbn Mâce, “Mukaddime”, 17; Ebû Dâvûd, “İlim”, 1; Tirmîzî, “İlim”, 2, 19. « مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَتَمَسَّكُ فِيهِ بِرَبِيْعَةٍ مِنْ سَلَكِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ »

²²² İbn Mâce, “Mukaddime”, 24; Ebû Dâvûd, “İlim”, 9; Tirmîzî, “İlim”, 3. « مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَتَمَسَّكُ فِيهِ بِرَبِيْعَةٍ مِنْ سَلَكِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ »

²²³ DPT, 2001:30.

üretim yolundaki çabalara destek vererek, olumlu adımlar atılmasını sağlayacaktır.²²⁴ Uzun vadede tüketicinin korunmasında en ümit verici çözüm yolunun, tüketici eğitimi olduğu, bilgilendirme ve koruma çabalarının toplum bireylerine “bilinçli tüketici” olma yollarının öğretilmesiyle sonuçlar vereceği, gelişmiş ülkelerde kabul edilen bir görüş olmuştur.

Tüketicinin korunabilmesi için, onun hukuken korunabileceği zemini hazırlamak yeterli değildir. Bu nedenle “bilinçli tüketici” tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması zorunludur. Bilinçli tüketici toplumu oluşturabilmek için özellikle, hak ve sorumluluklarının tanıtılması, öğretilmesi ve böylece bilinçlendirilerek umursamazlıktan kurtarılması, haklarını kullanma ve arama yollarının gösterilmesi, tüketiciyi korumaya yönelik çalışmalar yapan ve tüketici şikâyetlerini izleyen mevcut kurumların, örgütlerin ve konuyla ilgili yasaların tanıtılması ve duyurulması gibi hususlarda tüketicilerin eğitilmesi önem kazanmaktadır.

Tüketicilerin eğitilmesi konusu Avrupa Topluluğu'nda ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde ele alınmış ve bu amaçla, tüketicinin korunması konusunun zorunlu temel eğitim programlarına alınması kararlaştırılmıştır. Ülkemizde ise, TKHK 1. maddesi tüketicinin eğitilmesinin gereğinden bahsetmiş ve tüketicinin eğitimi konusunda, TKHK 20. maddesi ile Milli Eğitim Bakanlığına ve ilgili diğer kuruluşlara görev vermiştir.

1.2.8. Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı

Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı; tüketicinin yaşam kalitesini arttıracak fiziksel bir çevreye sahip olma, çevresel tehlikelerden korunma hakkıdır.²²⁵

Sosyal bir varlık olan insanın yaşamı için vazgeçilmez olan çevreyi oluşturma, ihtiyaçlarını karşılayacağı mal ve hizmetleri üretme ve tüketmesi sadedinde gitgide çevrenin doğal dengesinde bozulmalar, canlı hayat için olumsuz etkilenmeler görülmekte en temel ihtiyaç maddeleri, hava, su toprak kirlenmekte, sadece insan

²²⁴ Aslan, 2006:88.

²²⁵ DPT, 2001:29.

tutmasıdır. Zira Hz. Peygamber, temizliği imandan bir parça²³⁵ sayarak, mescidin temizlenmesini,²³⁶ avluların ve meydanların temiz tutulmasını istemiş, insanların gelip geçtiği yolların, gölgelendikleri yerlerin²³⁷ ve durgun suların kirletilmesini²³⁸ de yasaklamıştır.

İslâm'ın bu anlayışı, çevre temizliği konusunda Müslüman yöneticilerin ilham kaynağı olmuştur. Bu nedenle onlar buldukları yerleri, kurdukları şehirleri en mamur hale getirmenin, insan için yaşanabilir mekânlar kılmanın çabasını gütmüşlerdir.²³⁹ Bu itibarla Osmanlı, çevrenin bozulmaması ve çevreye duyarlı olunmasına yönelik olarak, “evlerinin çevresinin ve dükkânların pis tutulmaması, hamamların pis sularının belli bir yerden akıtılması, pis su yolları üzerine yol yapılmaması, çamaşır sularının, kan alıcıların kanlarının umumî yollara dökülmemesi, sığırların pisliklerinin ve her türlü pisliklerin şehrin dışında ve boş yerlere iletilmesi, çevrenin her türlü pislik ve leşlerden temizlenmesi, liman ve körfezlerin temizliği için gemilerin limana atıklarının boşaltılmaması”²⁴⁰ gibi emirler çıkartılmıştır. Hatta Fatih'in İstanbul'un fethinden sonra Taşlık mevkiinde satın alıp vakfettiği 136 adet dükkân için yazdırdığı vakfiyedeki; “Bu gayr-i menkulatımdan elde olunacak nemalarla İstanbul'un her sokağına ikişer kişi tayin eyledim. Bunlar ki ellerindeki bir kap içerisinde kireç tozu ve kömür külü olduğu halde günün belirli saatlerinde bu sokakları gezeler. Bu sokaklara tükürenlerin tükürükleri üzerine bu tozu dökeler ki yevmiye 20 akçe alsunlar”²⁴¹ ifadeleri çevre temizliğine Müslümanların o tarihlerde ne kadar önem verdiklerini açıkça göstermektedir.

وَإِذْ بَوَّأْنَا لِإِبْرَاهِيمَ مَكَانَ الْبَيْتِ أَنْ لَا تُشْرِكْ بِي شَيْئًا وَطَهَّرَ بَيْتِي لِلطَّائِفِينَ وَالْقَائِمِينَ ; Hac, 22/26, وَيُنزِّلُ عَلَيْكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً لِيُطَهِّرَكُمْ بِهِ
إِنَّمَا يُرِيدُ ; Ahzâb, 33/33. وَهُوَ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا ; Furkân, 25/48, وَالرِّجْعَ السَّحُودِ
اللَّهُ لِيُدْهِبَ عَنْكُمْ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا

²³⁵ Müslim, “Taharet”, 1. الطُّهُورُ شَطْرُ الْإِيمَانِ

²³⁶ Ebû Davud, “Salat”, 13. أَمَرَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِنَاءِ الْمَسَاجِدِ فِي الدُّورِ وَأَنْ تُنْظَفَ وَتُطَيَّبَ

²³⁷ Müslim, “Tahâret”, 68; Ebû Dâvûd, “Tahâret”, 14; Tirmîzî, “Edeb”, 41. « قَالَ » أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- قَالَ « اتَّقُوا اللَّعَاتِينَ ». قَالُوا وَمَا اللَّعَاتَانِ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ « الَّذِي يَتَخَلَّى فِي طَرِيقِ النَّاسِ أَوْ فِي ظِلِّهِمْ »

²³⁸ Buhârî, “Vudu”, 68; Müslim, “Taharet”, 94-96; Ebû Dâvûd, “Taharet”, 36. أَنَّهُ نَهَى أَنْ يُبَالَ فِي الْمَاءِ الرَّائِدِ

²³⁹ Toprak, 2005:69.

²⁴⁰ Akgündüz, 1990:VI/540-542; Soluk, 1995:11.

²⁴¹ Özdemir-Yükselmiş, 1995:126-127.

Çevre sağlığı günümüzde tüketiciler için en acil çözüm bekleyen sorunlardan biri haline gelmiştir. Gelişen teknolojinin atıkları çevreyi yok edip ekolojik dengeyi bozarken, tüketicilerin sağlığını da tehdit etmektedir. Tüketicilerin bu çevresel tehditlerden korunabilmesi ve sağlıklı bir çevreye sahip olabilmesi için tüketiciler mutlaka tükettiği mal ve hizmetlerin, çevreye olan olası zararları hakkında yeterince bilgilendirilerek, özellikle ambalaj, kâğıt, atık motor yağı, nikel-kadmiyumlu pillerin geri kazanımı ve doğaya zarar vermeden bertaraf edilmesi sağlanmalıdır. Çevre ve tüketici güvenliği açısından çevreci kurşunsuz benzin kullanımı yaygınlaştırılmalı ve egzoz gazları ile ilgili kontrollerin daha sıkı bir şekilde yapılmalı ve kaçak kömür kullanımı ile ilgili denetimler sıklaştırılmalıdır. Ayrıca cep telefonları ile cep telefonu aktarıcı antenlerinin elektromanyetik radyasyon kirliliğinden kurtulmanın tedbirleri mutlaka alınmalıdır.

Çevre sağlığıyla ilgili söz konusu tehlikelerin bertaraf edilmesi yönündeki uluslararası mevzuat çalışmalarına paralel olarak ülkemizde de, 1982 Anayasası 56. maddesiyle ve 4077 sayılı TKHK'nın 18. ve 19. maddeleriyle tüketicinin çevre sağlığı açısından korunması için gerekli kanuni düzenleme ve çok sayıda yönetmelik çalışması yapılmıştır. Ancak sorunun çözümü için yapılan bu hukukî düzenlemelerin uygulamasının denetimi kaçınılmazdır.

1.2.9. Şikâyet Hakkı

Şikâyet hakkı, tüketicinin herhangi bir olumsuzlukla karşılaştığında, bu olumsuzluğun giderilmesi için ilgili kurumlara ya da yetkili makamlara müracaat etme hakkına sahip olmasıdır. Şikâyet hakkı, tüketicinin hakkını araması yani bir yargı merciine şikâyetlerini bildirmesidir. Bu hak tüketicinin korunmasında şarttır.²⁴²

İnsanların haklarını talep etmesi hemen her hukuk sisteminde var olan bir durumdur. Modern hukukta hak arama²⁴³ genel anlamda, “idari müracaat” denen idare merciilerine müracaat, “dilekçe hakkı” denen yasama organına müracaat ve

²⁴² Armağan, 1996:147.

²⁴³ Armağan, 1996:147-148.

“kazaî müracaat” veya “dava hakkı” denen yargı mercilerine müracaat yollarından biriyle yapılabilmektedir. Günümüzde 4077 sayılı TKHK ile tüketici sorunlarıyla ilgili şikâyetleri almak ve karar vermek üzere “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” ve “Tüketici Mahkemeleri” oluşturulmuştur. Kanunun uygulanmasıyla ilgili her türlü ihtilaflara bakmakla görevli kılınan tüketici mahkemelerinde bizzat tüketicilerin ve tüketici örgütlerinin dava açma hakları bulunmaktadır.²⁴⁴

Hak arama Mecelle’de “Da’va, hâkim huzurunda bir kimsenin diğerinden hakkını istemesidir”²⁴⁵ şeklinde kanunlaştırılmıştır. Hak, mevcut olduktan sonra hakkın talebi ve ihlallerine karşı devletin himayesini talep etmekte, bir hak olarak elbette tanınması gerekmektedir.²⁴⁶

Hz. Peygamber dönemindeki tüm şikâyetlerle bizzat kendisi ilgilenirdi. Taraflar kendiliğinden Hz. Peygamber’e gelerek şikâyetlerini bildirirler ve verilen hükmü kabul ve icra ederlerdi. Ülke genişleyince Hz. Peygamber sahabilerden bazılarını kaza ve fetva vazifesiyle görevlendirmiş ve halkın şikâyetleri doğrudan bu kadılar tarafından değerlendirilmiştir.²⁴⁷

İslâm Hukuku’nda tüketici sorunlarıyla ilgili şikâyetler hisbe teşkilatının ortaya çıkışına kadar Hz. Peygamber’in uygulaması üzerine devam etmiştir. Hisbe teşkilatının kurumsal bir yapıya kavuşmasıyla beraber tüketici sorunlarıyla ilgili şikâyetler doğrudan Muhtesib’e yapılmaya başlamıştır. Muhtesib de, tıpkı kadı gibi, ölçü ve tartıda hile ve alış-verişte yapılan hile ve aldatma gibi özellikle tüketici sorunlarıyla ilgili olarak, kendisine müracaat edilip, talep edilen kul hakları hususunda, hasma karşı açılan davayı dinleyerek karar verme yetkisine sahip idi.²⁴⁸

İdarî bir vazife gören hisbe müessesesi, İslâm ülkelerinde yirminci asrın başlarına kadar tüketicilerle ilgili tüm sorunların müracaat ve karar mevki olmuştur. Günümüzdeki “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” tüketici sorunları açısından bir

²⁴⁴ TKHK, md. 23, 24; Ünlüönen, 1999:10.

²⁴⁵ Mecelle, md. 1613.

²⁴⁶ Armağan, 1996:148.

²⁴⁷ Kavakçı, 1975:7.

²⁴⁸ Kavakçı, 1975:33.

nevi Muhtesib'in görevlerini yerine getirmeye çalışmakta ancak yetki ve sorumluluk bakımından Muhtesib'den çok geri ve etkisiz bir konumdadır. Yalnız tüketiciler açısından olumlu bir gelişmedir.

1.2.10. Muhayyerlik Hakkı

Hz. Peygamber alım-satım akdinde tüketicinin zararını önlemek için muhayyerlik hakkı tanımıştır.²⁴⁹ Tüketicilerin korunmasında pratik bir işleve sahip olan muhayyerlikler alış-verişte rızanın tamamlanması için konulmuştur. Çünkü akidler tarafların rızası üzerine bina edilir. Muhayyerlikler sayesinde taraflar, gönül huzuru ve rahatlıkla akdi geçerli kılarlar. Böylece muhayyerlikler, şahıslar arasında kin, nefret ve kırgınlıkları önlemiş ve güzel seçime sebep olmuş olur ki bu da İslâm'ın esaslarından bir tanesidir.²⁵⁰

Arapça “hyr” kökünden türetilen ve “iki şeyden daha iyi olanını seçmek”²⁵¹ anlamına gelen muhayyerlik, terim olarak “akdi geçerli kılmak ile feshetmek arasında yetkili olma”²⁵² manasına gelmektedir. Klasik fıkıh doktrininde muhayyerlik konusu daha çok satım sözleşmesi çerçevesinde ele alınmıştır. Muhayyerliğin meşruiyet gerekçesi ise iradenin olabildiğince sağlıklı biçimde gerçekleşmesini temin etmek, taraflardan biri veya her ikisi için söz konusu olabilecek aldanma ve zarar görme riskini ortadan kaldırmak yahut en aza indirmek diye açıklanmaktadır.²⁵³

Muhayyerlik hakkının mevcudiyeti hakkında İslâm hukukçuları arasında ittifak bulunmasına rağmen muhayyerlik türleri konusunda ihtilaf edilmiştir. Mecelle

²⁴⁹ Buhârî, “Büyû”, 64; Müslim, “Büyû”, 11; Ebû Dâvûd, “Büyû”, 46; Nesâî, “Büyû”, 14; Mâlik, “Büyû”, 96; Ahmed b. Hanbel, II/242, 410, 420, 465. *وَلَا تُضَرُّوا الْإِبِلَ وَالْعَتَمَ فَمَنْ اِتَّاعَهَا بَعْدَ ذَلِكَ فَهُوَ بِخَيْرِ النَّظَرَيْنِ بَعْدَ أَنْ يَجْلُبَهَا فَإِنْ رَضِيَهَا أَمْسَكَهَا وَإِنْ سَجَطَهَا رَدَّهَا وَصَاعًا مِنْ تَمْرٍ*

إِنَّ الْمُسْتَبَاعِينَ بِالْحَيَارِ فِي بَيْعِهِمَا ، مَا لَمْ يَنْتَفِزَا ، أَوْ يَكُونَ الْبَيْعُ حَيَارًا

²⁵⁰ Çeker, 2006:83.

²⁵¹ Cevherî, “hyr” md.; Râğîb el-İsfahânî, “hyr” md.; İbn Manzûr, “hyr” md.; Zebîdî, “hyr” md.

²⁵² Ali Haydar Efendi, 1330:I/222.

²⁵³ Apaydın, DİA, 2006:XXXI/26.

muhayyerlikleri, şart, vasıf, nakd, ta'vin, rü'yet, ayıp, gabin ve tağrir muhayyerlikleri olmak üzere yedi bölümde ele almaktadır.²⁵⁴

İslâm Hukuku'nda kabul edilen muhayyerlik haklarından tüketicilerin korunması açısından önemli gördüğümüz muhayyerlikler şunlardır;

Şart muhayyerliği hakkı; tarafların, şart koşarak belli bir müddet içerisinde, yapmış oldukları akdi geçerli kılıp kılmamaları hususunda muhayyer olmalarıdır. Şart muhayyerliği, bu hakkı kullanan kişiye, akdi tek taraflı feshetme yetkisi vermektedir.²⁵⁵

Görme muhayyerliği hakkı; Tüketicinin görmeksizin satın aldığı malı gördüğünde akdi fesih hakkına sahip olmasıdır. Bu muhayyerlik hakkının temel dayanağı “Kim görmediği bir malı satın alırsa, malı görünce muhayyerdir”²⁵⁶ hadisidir. Görme muhayyerliğindeki görmeden maksat, akid mahalli hakkında bilgi sahibi olmaktır.²⁵⁷

Ayıp muhayyerliği hakkı; tüketicinin satın aldığı malda değer düşürücü veya akidden beklenen haklı maksadı engelleyen bir kusur bulunduğunu farketmesi üzerine bu gerekçeyle akdi fesih hakkına sahip olmasıdır.²⁵⁸

Vasıf muhayyerliği hakkı; Belli bir vasıf için satın alınan malda aranan vasıf bulunmayacak olsa tüketici muhayyer olur. Dilerse mebi'i olduğu gibi geri verir, dilerse aldığı fiyata akdi geçerli kılar.²⁵⁹

Aldanma muhayyerliği hakkı; tarafların birinin aldatması suretiyle aşırı şekilde pahalıya satma ya da çok ucuza satın alma halinde aldatılan taraf, dilerse

²⁵⁴ Mecelle, md. 300-360, 497-521.

²⁵⁵ Serahsî, 1983:XIII/40; Kâsânî, 1974:V/174, 437; İbn Rüşd, t.y.:II/207; İbn Kudâme, 1985:IV/8; Nevevî, t.y.:IX/201; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/110; Çeker, 2006:83-84; Apaydın, DİA, 2006:XXXI/26.

²⁵⁶ Zeylâî, 1973:IV/9.

²⁵⁷ İbn Hazm, t.y.:VIII/394; Serahsî, 1983:XIII/69; Kâsânî, 1974:V/292-293; İbn Rüşd, t.y.:II/154; İbn Kudâme, 1985:IV/15; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/137; Mevsilî, 1989:192; İbn Âbidîn, 1984:IV/68.

²⁵⁸ Kâsânî, 1974:V/274; İbn Kudâme, 1985:IV/102; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/151; İbn Âbidîn, 1984:IV/74; Mecelle, md. 336; Apaydın, DİA, 2006:XXXI/28.

²⁵⁹ İbnü'l-Hümâm, 1316:V/135; İbn Âbidîn, 1984:IV/49; Mecelle, md. 310; Çeker, 2006:90.

alışverişi feshettirebilir.²⁶⁰ Aldatma ve hileye uğratılan tarafa uğradığı zararı defetmek maksadıyla akdi feshetme muhayyerliğı verilmektedir.²⁶¹

²⁶⁰ Çeker, 2006:92.

²⁶¹ İbn Âbidîn, 1984:IV/47; Mecelle, md. 356-360; Zühaylî, 1989:IV/527-529.

İKİNCİ BÖLÜM: İSLÂM HUKUKU AÇISINDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI

İslâm hukuk tarihinde tüketicilerin korunması hareketi Hz. Peygamber'in uygulamalarıyla başlamış, hisbe müessesesi yoluyla da devam ettirilmiştir. İslâm Hukuku'nda, Kâsânî'nin, "müşteriyi hıyanetten korumak meşruttur"²⁶² sözüyle ifade edildiği üzere tüketicinin korunmasını zorunluluk arz etmektedir. Zira hayatın her alanında olduğu gibi ekonomik hayatta da hak ve adaletin tesis edilmesi ve insanların zarara sokulmaması,²⁶³ İslâm'ın en temel prensiplerindedir.

İslâm dünyasında, tüketicinin korunmasının ahlakî ve iktisadî temelleri ayet ve hadis hükümleriyle ortaya konulup, hisbe uygulamalarıyla da esnaf kontrol altına alındığından, sanayi devrimine kadar tüketicilerle ilgili herhangi bir sorun gündeme gelmemiştir. Ancak sanayi devrimi tüm dünya ülkelerinin ekonomik yapısında değişim ve gelişmelere yol açmıştır. Bu sebeple sanayi devrimine kadar dünya gündeminde büyük çapta tüketici sorunları yaşanmamışken sanayi devrimi ve beraberinde getirdiği ekonomik sistem yeni bir tüketim alışkanlığının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda da işletmelerde ortaya çıkan yüksek kâr sağlama hedefi, tüketici kitlelerini aldatma ve sömürme anlayışını da beraberinde getirmiştir.

Sanayi devriminin ortaya çıkardığı tüketici sorunları nedeniyle 20. Yüzyılın başlarından itibaren de organize halk kitleleri, haklarını korumak amacıyla tüketici hareketininin oluşmasına sebep olmuşlardır. Tüketici hareketleri sonucunda "tüketicinin korunması" kavramı önem kazanmıştır. Böylece, "tüketici ile üretici arasındaki tüm ilişkileri belirleyen, özellikle tüketici haklarına zarar veren uygulamalara karşı bu hakları korumayı amaçlayan, idari, teknik, hukukî ve

²⁶² Kâsânî, 1974:V/366.

²⁶³ Mecelle, md. 19; İbn Mâce, "Ahkâm", 17, 40, « لَا صَرَرَ وَلَا ضِرَارَ » « الْحُرَاجُ بِالضَّمَانِ »

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ فِي خُطْبَةٍ خَطَبَهَا لَا يُجُوزُ لِامْرَأَةٍ فِي مَالِهَا إِلَّا بِإِذْنِ زَوْجِهَا إِذَا هُوَ مَلَكَ عَصْمَتَهَا

ekonomik önlemlerle, bu yönde devletin, işletmelerin, bağımsız örgütlerin ve bizzat tüketici ile üreticilerin giderek genişleyen çalışmaları dizisidir”²⁶⁴ şeklinde ifade edilen tüketicinin korunması kavramı ortaya çıkmıştır.

Tüketicinin korunması denildiği zaman, tüketicilerin bir araya gelmeleri, sosyal bir güç olmaları ve nihayet bu konu ile ilgili olarak çeşitli kuruluşların faaliyetleri de anlaşılmaktadır. Gerçekte tüketicinin korunması kavramı, sadece tüketiciyi korumayı değil, tüketicie yardımı da içine almaktadır.

Sanayi devriminin getirdiği ekonomik gelişmeler tüketicinin korunmasını dünyanın gündemine taşımış ve tüketicilerin korunması noktasında bir çok ülkede yasal düzenlemelere gidilerek “Tüketici Hukuku”nun oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bu sebeple bu bölümde tüketicinin korunmasını gerektiren sebepleri, tüketicinin korunmasının İslâm Hukuku’ndaki hukukî durumunu, korunma yollarını ve korunmanın şeklini pazar aşaması öncesi, pazar aşaması ve pazar aşaması sonrası olmak üzere üç ana başlık altında sınıflandırarak incelenmiştir.

2.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI GEREKTİREN SEBEPLER

İnsan yaşamının en çok değişen ve gelişen yönlerinden birisi hiç kuşkusuz ekonomik faaliyetlerdir. Ekonomik faaliyetler içerisinde insanlar, çok çeşitli sorunlarla karşılaşmışlardır. Özellikle sanayi devrimiyle beraber ekonomik gelişme düzeyinin yükselmesiyle tüketici istismarı konusunun önem kazanması tüketicinin korunması düşüncesini güçlendirmiştir. Kapitalist sistemin tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını tehdit etmesi de tüketicinin korunmasını zorunlu hale getirmiştir.

Sanayi devrimiyle beraber ekonomik kalkınma ve gelişme düzeyinin artması tüketicie arzedilen mal ve hizmetlerin sayısını hızla arttırmıştır. Bunun sonucunda mal ve hizmet çeşidi arttıkça bu mal ve hizmet çeşitlerini tanımak ve kendi aralarında

²⁶⁴ Tiryaki, 2007:21.

karşılaştırmak ve bu maksatla her mal ve hizmet türü hakkında yeterli bilgi sahibi olmak güçleşmektedir.²⁶⁵ Zira ekonomi piyasasında tüketicinin karşısında artık çoğu teknik bilgi isteyen mallar vardır.²⁶⁶ Yine aynı ihtiyaca yönelik çeşitli marka, etiket ve ambalaj içinde birbirine çok benzeyen malların pazara sunulması tüketicileri şaşırtmakta ve malların gerçek değeri hakkında da kuşku yaratmaktadır. Tüketiciler pazarda mevcut malların markaları, fiyatları ve kaliteleri hakkında gerekli bilgiye sahip olamamakta ve yeterince fiyat kalite karşılaştırması yapamamaktadırlar.²⁶⁷

Ayrıca tüketicilerin, yüksek teknolojiyle üretilen çok sayıdaki malın kalitesini sınaması da mümkün değildir. Bu genellikle uzmanlık isteyen emek, alet ve zaman gerektiren bir iştir. Örneğin bir tüketicinin kumaşın bileşimindeki maddeleri, boyasının kimyasal bileşimini, bu kimyevi maddelerin cilde zararlı olup olmadığını tespit ve test etmesi mümkün değildir.²⁶⁸

Günümüz serbest piyasa sisteminde mal ve hizmet pazarlamasının en etkin araçlarından biri reklamlar olmuştur. Teknolojik gelişmeyle beraber reklam ve tanıtım araçları ve sistemleri de çok çeşitlenmiş ve etkinleşmiştir.²⁶⁹ Reklamlardaki gelişmeler kişinin iradesini bozacak boyut kazanmıştır.²⁷⁰ Pazarlama teknikleri ve reklâm usulleri sayesinde her türlü mal tanıtılmakla kalmamakta, o malın bir ihtiyaç olduğu ve alınması gerektiği, çeşitli ses ve görüntü efektleri ile tüketicinin bilinci etkilenerek işlenmekte²⁷¹ ve tüketim gereksiz yere kamçılanabilmektedir. Bu usullerle her türden mal veya hizmet vazgeçilmez bir ihtiyaç haline getirilebilmektedir.²⁷² İşletmelerin, kendi malları ve hizmetleri hakkında bilgi verici olmaktan çok duygusal nitelikli veya hayli abartılı ve yanıltıcı reklamlara yönelmeleri tüketicilerin doğru seçim yapmalarını zorlaştırarak aldanmalarına sebep olmaktadır.

²⁶⁵ Aşkın, 1981:138.

²⁶⁶ Kılıkış, 1970:83.

²⁶⁷ Tokol, 1976:22-24; Öztan, 1982:77; Güler, 1985:16.

²⁶⁸ Kılıkış, 1977:27.

²⁶⁹ Aşkın, 1981:139.

²⁷⁰ Öztürk, 1981:56.

²⁷¹ Göle, 1983:33.

²⁷² Poroy, 1978:517.

Üretim teknolojisindeki gelişmeler mallarda güvenlik sorununu ortaya çıkarmıştır. Teknolojinin üretilen malın niteliklerini değiştirmesi, tüketicinin ise bu gelişim karşısında yeterli teknik, tıbbi, hijyenik bilgiye sahip olmaması bir güvenlik sorununun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Halbuki üretilen mal ve hizmetlerin, halkın sağlığına zarar vermeyecek biçimde üretilmesini ve dağıtılmasını sağlamak, tarih boyunca tüketicinin korunmasının nedenlerinden birisi olmuştur.²⁷³ İşletmelerin mal ve hizmetlerde sağlık, güvenlik ve kalite standartlarına uymaları gerekmektedir. Ancak standart ve kalite kontrol sağlayan organizasyonlar yeterli ölçüde güçlü olmadığından tüketiciler üretilen mal ve hizmetlerin güvenlik, kalite ve standartı konusunda tamamen üretici firmaların vicdanına bırakılmışlardır.

Piyasaya mal ve hizmet sunanların pazara egemen olmak için tekelleşme ve kartel anlaşması yapma yoluna gitmeleri tüketicilerin hem sağlıklı bir rekabet ortamından yararlanamamalarına hem de fiyatların suni olarak arttırılmasıyla iktisadi olarak güç duruma düşmelerine neden olmuştur.²⁷⁴ Ayrıca mal ve hizmet sunucularının kendi çıkarlarını korumak amacıyla hazırladıkları ve tüketicilerin kabul etmek zorunda bırakıldıkları genel işlem şartları, tek tarafa yontucu özellikleri nedeniyle sürekli tüketiciler aleyhine işlemiştir.²⁷⁵

Bunlarla beraber sanayi devriminin getirdiği teknik ve ekonomik zorluklar üreticileri güçlü teşkilatlanmalara sevk ederken bunun karşısında tüketiciler birey olarak kalmış ve yeterince örgütlenememişlerdir. Güçlü sanayici örgütlerinin karşısında birey olan tüketicilerin korunması ise bir zaruret olmuştur.

Sanayi devrimiyle beraber dünya gündemine oturan tüm bu tüketici sorunlarına, ülkelerin yasalarındaki kamu hukukundaki ve ekonomik düzenlemelerdeki genel hükümler, çözüm olmamıştır. İslâm dünyasında asırlardır tüketicinin korunmasını başarıyla sürdüren hisbe kurumu ve Osmanlı kanunnamelerinin de Osmanlıyla beraber tarihe gömülmesi tüketicinin korunmasında hukukî alanda bir boşluk doğurmuştur. Bu sebeple hem İslâm Hukuku alanında hem

²⁷³ Aşkın, 1981:139; Tokol, 1976:63.

²⁷⁴ Aslan, 1992:34.

²⁷⁵ Kılıkış, 1977:7.

de modern hukuk alanında tüketicilerin korunmasıyla ilgili özel koruyucu yasal düzenlemelerin yapılarak bu boşluğun doldurulması gerekmektedir. Bu açıdan araştırmanın bundan sonraki bölümlerinde İslâm dininin ahlakî ve iktisadî hükümleri çerçevesinde tüketicinin korunması düzenlemeleri ortaya konacaktır.

2.2. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI SAĞLAYAN AHLAKÎ İLKELER

İslâm'da en fazla ahlaka vurgu yapılan alanlardan biri ticaret hayatıdır. Çünkü ticaret toplum hayatının olmazsa olmazlarından biridir. İnsanlığın en fazla ihtiyaç duyduğu bir alan olmasının yanında, ticaret aynı zamanda, kişisel çıkarların en fazla gözetildiği, dolayısıyla çıkar çatışmasının yaşandığı bir alandır. Bu nedenle en fazla istismara, haksızlığa, zarara ve düşmanlığa sebebiyet verebilecek bir alandır. Bu itibarla Müslümanlar arasında ticaretle ahlak kelimesi adeta bütünleşmiş, özdeşleşmiş ve “ticaret ahlakı” adeta tek bir kavram gibi kullanılmaya başlanmıştır.²⁷⁶

Tüketicilerin hukukî düzenleme ve yöntemlerle korunmasından önce aslında kalıcı ve en etkili korunma yöntemi ticarî hayatta adalet, doğruluk, kanaat, merhamet ve saygı gibi ahlakî ilkelerin oturtulması gerekmektedir. Zira zihin dünyasında ve yaşantısında bu ahlakî ilkeleri yok sayan bir insan, ister üretici ister tüketici olsun kendi menfaati için haksızlığa yeltenecektir. Ahlakî ilkelere bağlı bir insan ise asla haktan ve adaletten sapmayacaktır. Bu da tüketicilerin korunmasını gerçekleştirecektir. Görüldüğü gibi tüketicinin korunmasının en temel çözüm yolu üretici, satıcı ve tüketicilerin işte bu ticaret ahlak ilkeleri doğrultusunda hareket etmelerinin sağlanmasıdır. Bu sebeple şimdi İslâm ticaret ahlakının ilkeleri incelenecektir.

2.2.1. Adalet

Adalet, fert ve toplum hayatının en önemli huzur ve güven kaynağıdır. Bu sebeple adaletin tesisi hukukun temel gayeleri arasındadır. Ayrıca, İslâm'da takvaya

²⁷⁶ Erturhan, 2010:XVI/219.

ulaşmanın en önemli şartı da adalettir.²⁷⁷ Adaletle en fazla vurgu yapılan alanlardan birinin ticarî işlemler olması sebebiyle ticaret hayatında adaletle riayet etmeden takvaya erişmenin mümkün olamayacağı aşikârdır. Çünkü ticarî muamelelerde adaletle aykırı her türlü işlem zulüm olarak nitelendirilmiştir. Zulüm ise İslâm'da şiddetle kınanmıştır.²⁷⁸ Adalet ilkesinin tesisi bağlamında Kur'an'da özellikle ölçü ve tartıda hile ve haksızlık²⁷⁹ kınanıp, adalet emredilerek²⁸⁰ batıl ve haksız yollardan kazanç elde etmek ve bu yerlere yapılan harcamalar yasaklanmıştır.²⁸¹ Adalet ilkesine aykırı olması açısından ticarî işlemlerde riba, ölçü ve tartıda haksızlık, hile ve aldatmak, fâhiş fiyat, ikrah, tekelcilik ve ihtikâr yasaklanmıştır.²⁸²

2.2.2. Doğruluk

Doğruluk en önemli insanî ve İslâmî hasletlerden biri olarak kişiyi takva derecesine ulaştıran önemli hususiyetlerdendir. Bu sebeple ticaret hayatında da doğruluk ve dürüstlük son derece önemlidir. Zira Hz. Peygamber, doğru ve güvenilir bir tâcirin ahirette peygamber ve şehitlerle beraber olacağını ifade etmiştir.²⁸³ Hz. Peygamber'in bu sözü genelde doğruluğun özelde ticari hayatta doğru ve dürüstlüğü önemli olduğunu göstermeye kâfidir. Yine bir hadislerinde Hz. Peygamber, doğru ve dürüstler dışında bütün tacirlerin kıyamet günü fâcir olarak haşredileceklerini beyan etmiştir²⁸⁴ ki bu da ticartını yalan ve sahtekârlık üzerine kurmanın ne denli tehlikeli olduğunu ortaya koymaktadır.

²⁷⁷ Nisâ, 4/135. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَآئِدَةً مِّنْهُنَّ فَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُزْنُوا بِهَا فَأَكُلُوا وَشَرِبُوا مِنْهُنَّ ذَلِكُمْ حَلَالٌ لِّمَنْ ذَلِكُمُ الْيَوْمَ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ. Mâide, 5/8. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ. نِسَاء، 4/135. لُؤُوسُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلْقِسْطِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

²⁷⁸ Hûd, 11/18. أَلَّا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ.

²⁷⁹ Mutaffifin, 83/1-3. وَإِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ يَتَوَفَّوْنَ وَإِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ يَتَوَفَّوْنَ وَإِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ يَتَوَفَّوْنَ وَإِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ يَتَوَفَّوْنَ

²⁸⁰ Hûd, 11/84. وَأَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ. Hûd, 11/85. وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ. مُنْفَسِدِينَ

²⁸¹ Bakara, 2/188. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً. Nisâ, 4/29. وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

²⁸² Tabakoğlu, 2010:XVI/19; Erturhan, 2010:XVI/220.

²⁸³ İbn Mâce, "Ticaret", 1; Tirmîzî, "Buyu", 4. التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ.

²⁸⁴ İbn Mâce, "Ticaret", 3; Tirmîzî, "Buyu", 4. إِنَّ التَّجَارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَّ وَصَدَّقَ.

Ticari hayatta doğruluk esas olunca bu ilkeye aykırılık teşkil edecek her türlü tasarruf, yalan beyan,²⁸⁵ aldatma²⁸⁶ ve kusurun gizlenmesi²⁸⁷ şiddetle reddedilerek ticarî işlemlerde gerek fiilî gerekse sözlü olsun doğruluk ilkesiyle bağdaşmayan neceş, yalan yere yemin, abartılı reklam ve propagandalar yasaklanmıştır.²⁸⁸

2.2.3. Kanaat

Erdemli bir mü'minde bulunması gereken önemli ahlakî hasletlerden biri kanaattir. İslâm ahlakında kanaat, kişinin sahip olduğu rızık, nimet ve diğer imkânlarla rıza göstererek başkasının elindekilere göz dikmekten, hırstan, aç gözlülükten ve haksızlığa yeltenmekten sakınma erdemidir. Kanaat aynı zamanda islâm ticaret hukukunu şekillendiren esaslı ahlakî ilkelerden biridir. Kanaatin zıddı olan hırs ise doymak bilmeyen bir açlık ve doyumsuzluğu, taşkın ve ardı arkası gelmeyen arzuyu ifade etmektedir.²⁸⁹ Dengesi kurulamayan hırs çok büyük bireysel ve toplumsal zararlara neden olabilmektedir. Bu sebeple ticarete yasaklanan hile, gabn-i fâhiş, tağrîr, neceş, ihtikâr ve haksız rekabet kanaatten yoksunluğun veya açgözlülüğün açık örneklerindedir.²⁹⁰

Tarafların kanaatkâr olduğu bir ticari muamelede tüketiciler haksızlığa uğramayacağından daha baştan korunmuş olacaklardır.

2.2.4. Merhamet

İslâm'ın özü merhamettir. Allah Rahmân ve Rahîmdir.²⁹¹ Hz. Muhammed de âlemlere rahmet olarak gönderilmiştir.²⁹² Bu açıdan şefkat ve merhamet bu öğretiyi

²⁸⁵ Ahzâb, 33/24. لِيُخَوِّزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ

²⁸⁶ Müslim, "İmân", 164; İbn Mâce, "Ticâret", 36; Ebû Dâvûd, "Büyü", 50; Tirmizî, "Büyü", 72; Ahmed b. Hanbel, II/50. مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ « قَالَ أَصَابَهُ بَلَاءٌ فَقَالَ « مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ». قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ « أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ مِنْ عَشٍّ فَلَيْسَ مِنِّي »

²⁸⁷ Tirmizî, "Büyü", 26. الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ صَفْقَةً خِيَارٍ وَلَا يَجُزُّ لَهُ أَنْ يُفَارِقَ صَاحِبَهُ خَشْيَةَ أَنْ يَسْتَقْبِلَهُ

²⁸⁸ Erturhan, 2010:XVI/230.

²⁸⁹ Meâric, 70/19. إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا

²⁹⁰ Erturhan, 2010:XVI/237.

²⁹¹ En'âm, 6/54 تَنْزِيلٌ مِنَ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Fussilet, 41/2 كَتَبَ رُحُومًا عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ

inanan bir mü'minin en temel özelliklerindedir. Bu özelliğin bir sonucu olarak ticarete, tüketicinin sıkıntından kurtarılması açısından ikâle kabul edilmiş ve övülmüş bir davranıştır.

Ticarete akit yapan taraflardan biri alışverişten pişmanlık duyması ve bu akdi bozmak istemesi halinde diğer tarafın bu isteği kabul etmesi İslâm'ın teşvik ettiği şefkat, merhamet ve kolaylaştırma kapsamında mendup bir işlemdir. Çünkü pişmanlık duyan ve bu ticari akitten dönmek isteyen kimsenin sıkıntıda olduğu, bu akdin ona bir yarar sağlamayacağı açıktır. Bu açıdan ikâle, üstün ahlak sahibi bir kişi tarafından gerçekleştirilen ve tüketiciyi koruyan bir empati davranışıdır.²⁹³

2.2.5. Saygı

Kamu düzeninin idamesi için her mesleğe mensup insanların diğerlerinin hukukuna saygı gösterme görevleri bulunmaktadır. Bu itibarla üretici ve tüketicilerin birbirlerinin hukukuna saygı gösterme zorunluluğu bulunmaktadır. Bu sebeple ticarete satım üzerine satım, pazarlık üzerine pazarlık yapmak, satıcıların pazara girmeden yolda karşılanması, şehirlinin köylü adına satış yapması gibi hususlar kişinin ticaret hak ve hürriyetine yönelik saygısızlık içeren ve naslarla yasaklanan ahlakî olmayan davranışlardır.²⁹⁴

2.2.6. İtidal

İslâm dini her alanda olduğu gibi ekonomik alanda da, “Eli sıkı olma, büsbütün eli açık da olma. Sonra kınanır ve çaresiz kalırsın”²⁹⁵, “Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır”²⁹⁶, “Size rızık olarak verdiğimiz şeylerin temiz ve helâl olanlarından

²⁹² Enbiyâ, 21/107. وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

²⁹³ Erturhan, 2010:XVI/240-241.

²⁹⁴ Erturhan, 2010:XVI/242.

²⁹⁵ İsrâ, 17/29. وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

²⁹⁶ Furkan, 25/67. وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

iyin. Bu konuda aşırı da gitmeyin, yoksa üzerinize gazabım iner”²⁹⁷ ayetleriyle itidalli davranılmasını aşırılıklardan kaçınılmasını ve orta yolun izlenmesini emrederek dünya nimetlerinden dengeli bir şekilde faydalanılmasını ancak ölçünün kaçırlmamasını istemektedir.

Kur'an, insanın dünyadan elini eteğini çekmesi anlamında riyâzetçiliği istemediği gibi; bütünüyle dünyaya yönelmesi ve maddeye karşı aşırı hırs gösterilmesi anlamında materyalizmi de istemez. Kur'an her iki anlayışı da doğru bulmayıp iki aşırı uç hayat tarzı arasında orta bir yolu benimseyerek hayatın iyi ve temiz şeylerinden meşru ölçüler içerisinde faydalanılmasını istemektedir.²⁹⁸

İslâm'da orta yoldan amaç, fert ve toplum için sağlanan kazanç ve değerlerin İslâm'ın öngördüğü ihtiyaçları giderebilme özelliğini taşımalarıdır. Bu nedenle tüketici öncelikle hayatı için kesinlikle gerekli olan ve yokluğunda hayatiyetini sürdüremeyeceği zorunlu ihtiyaçları (zaruriyyât), sonra zorluğu ve sıkıntılarını kaldıran, hayatı kolaylaştıran ihtiyaçları (haciyyât), son olarak da hayata estetik katan ihtiyaçları (tahsiniyyât)²⁹⁹ karşılamalıdır. Elmalı bu konuda “masraf ya bir zaruret, ya bir hacet veya bir güzellik için yapılır. Bunların dışındaki faydasız, zararlı, gayri meşru cihetlere yapılan sarfiyat herkes için israf olur”³⁰⁰ diyerek, tüketimin ancak bu üç ihtiyaç grubu için olabileceğini aksi takdirde tüketimin israf kabul edilip günah olacağını belirtmektedir.

İslâm dini, “Yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü O, israf edenleri sevmez”³⁰¹, “Akrabaya, yoksula ve yolda kalmış yolcuya haklarını ver, fakat saçıp savurma. Çünkü saçıp savuranlar şeytanların kardeşleridir”³⁰² ayetleriyle israfı yasaklamış olmakla beraber pratikte sınırları kesin olarak belirlenmemektedir. Yalnız İslâm hukukçuları, zaruriyyât, haciyyât ve tahsiniyyâtın ötesinde salt nefsanî isteklerin ve

²⁹⁷ Tâhâ, 20/81. كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

²⁹⁸ Tâhâ, 20/81. كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

²⁹⁹ Gazzâlî, 1994:I/333; Şâtîbî, 1990:II/710; İbn Haldun, 1989:II/875; Hallâf, 1973:345; İbn Âşûr, 1996:139.

³⁰⁰ Yazır, 1992:VI/87.

³⁰¹ A'râf, 7/31. وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

³⁰² İsrâ, 17/26-27. وَأَتَىٰ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْدُرْ تُبْدِيرًا إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

bencil duyguların tatmini için yapılan lüks tüketim ile zaruriyyât dururken haciiyyâta veya haciiyyât yerine tahsiniyyâta harcama yapmayı israf kabul etmektedirler.³⁰³ İslâm, gelir-servet oranı ne olursa olsun meşru yollarla kazanılmış büyük birikim sahipleri için de servetleriyle orantılı lüks, israf, gösteriş ve sefahate dönük bir tüketim modelini benimsememiş ve tüketim harcamalarını gelirin bir fonksiyonu olarak görmeyerek tüketim alanını ahlâkî ilkelerle kayıtlamıştır.

Kur'an, mal yığıp parasını hiç harcamayanlar ile gereksiz yere saçıp savuranları kınayıp,³⁰⁴ insanları harcama konusunda iktisatlı davranmaya³⁰⁵ çağırıp tüketimde dengeli³⁰⁶ olunmasını istemektedir. Buna göre tüketici önce kendini kendisinden koruyarak, tüketimde dengeli davranıp itidalli hareket etmeli israftan, lüksten, savurganlıktan, gösteriş tüketiminden uzak; cimrilik ve istiflemeye varmayan bir harcamada bulunmalıdır.

2.3. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASI ÖNCESİNDE KORUNMASI

Toplumda genellikle tüketicilerin pazar aşamasında zarara uğratıldığı kanısı hâkimdir. Aslında insanların karşı karşıya geldikleri ortam pazar aşaması olduğu için bu kanıda doğruluk payı da vardır. Ancak tüketicilerin yalnızca pazar aşamasında korunması yeterli değildir. Bu sebeple tüketicinin korunması süreci ilk olarak üretim aşamasında başlamaktadır. Hatta tüketici bütün bunlardan önce tüketim bilinci oluşturulması açısından eğitilmelidir. Zira gerekli yaşama biçimini kazanamamış, iktisadî davranamayan, ahlakî alt yapısı olmayan tüketicileri korumak çok zor olduğu gibi piyasa ve mallar hakkında bilgisi olmayan tüketicileri korumak da zordur.³⁰⁷

Üretim aşamasında mal kaliteli ve standartlara uygun üretilirse tüketicinin korunmasında en önemli adım atılmış olacaktır. Zira satın aldığımız eşyalar eğer maksat ve arzulara uygun üretilmemişler ve pazarlar sağlıksız, niteliksiz, dayanıksız, göze ve gönüle hitabetmeyen çirkin mal ve eşyalarla doldurulmuşsa burada tüketici

³⁰³ Kallek, DİA, 2001:XXIII/179.

³⁰⁴ İsrâ, 17/29. وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعَدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا.

³⁰⁵ Furkân, 25/67. وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا.

³⁰⁶ Akar, 2000:88.

³⁰⁷ Yeniçeri, 1996:121.

daha kaynağında mağdur duruma düşürülmüş olur.³⁰⁸ Bu nedenle mallar daha üretim aşamasında iken kalite ve standartlara uygunluğu kontrol edilmelidir. Kontroller mutlaka uzman kişilerce yapılmalıdır. Çünkü ambalajlama sisteminin gelişmesi ve malların çok teknik üretilmesi nedeniyle bizzat tüketicilerin bunu anlayabilmeleri çok zordur.

Bu bölüm tüketicinin kendi eliyle kendini koruyabileceği hususları içermektedir. Tüketicinin öncelikle eğitilerek kendisini koruması sağlanmalıdır. Bu yol daha kalıcı ve güvenlidir. Tüketici pazar aşaması öncesinde malın sağlamlığı ve estetik yapısını, kaliteli ve standartlara uygun üretimini anlayabilecek eğitime sahip olur akit esnasında da sözleşme esaslarına dikkat ederse korunmada büyük bir aşama katedilmiş olur.

2.3.1. Tüketicinin Bilinçlendirilmesi

Hukukî ve idarî düzenlemelerden önce tüketiciler bilinçlendirilmelidir. İslâm'ın ilk dönemlerinde insanlar alış-veriş hükümlerini ve adabını, helal ve haramını öğrenmeden alış-veriş yapmazlardı. Zira bu tür hükümlerin öğrenilmesi farz-ı kifayedir.³⁰⁹

Ticarette zarara uğramamak veya zarara uğratmamak için bilinçli olmak önemlidir. Bu bağlamda tüccarlar için Hz. Ömer'in "Dinde yeterli bilgisi olmayan çarşıımıza girmesin. Ya da alış veriş ve faiz hakkında bilgisi yeterli olmayan çarşıımıza girmesin"³¹⁰ dediği rivayet edilmiştir. Muhtesib de bir meslek dalında çalışanların yeterli derecede dini bilgi sahibi olmalarına dikkat ederdi. Dükkân sahibine ticareti ile ilgili ahkâmı bilip bilmediğini, nerede faize bulaşacağını, nasıl korunacağını sorardı. Bunlara yeterli cevap verirse dükkânında ticaretine izin verirdi. Aksi durumda bunları öğrenene kadar ticaretten men ettiği kaydedilmektedir.³¹¹ Görüldüğü gibi tüketicinin korunmasında yalnızca tüketicinin bilgilendirilmesi

³⁰⁸ Yeniçeri, 1996:121.

³⁰⁹ Mısıfı, 1993:138.

³¹⁰ Tirmizi, "Vitr", 21. لا يبيع في سوقنا إلا من [قد] تفقه في الدين.

³¹¹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:131-134; Şeyzerî, 1936:61-63.

yetmemekte, satıcının da bilgili olması gerekmektedir. Zira iyi niyetli bir satıcının ticaretin hüküm ve adablarını bilmesi, müşterisinin zarara uğramamasını sağlar.

Tüketici eğitimiyle, bireyin mevcut ekonomik ve kişisel kaynaklarını arzu ve ihtiyaçlarını tatmin edecek biçimde değerlendirmeye yeterli hale getirebilecek düşünce ve anlayış kazandırılmalıdır. Bu eğitim çerçevesinde tüketicilerin etik bilincini ve topluma karşı sosyal sorumluluklarının gelişmesi sağlanmalıdır. Mal ve hizmetleri tüketirken temel amacın, sosyo ekonomik ve kültürel ihtiyaçları karşılamak olduğu, tüketimin sosyal statü göstergesi olarak kullanılmaması gerektiği görüşü benimsetilmeli ve bu bilinç kazandırılmalıdır. Ayrıca tüketici eğitimi ilk ve ortaöğrenim müfredatına ayrı bir ders olarak mutlaka dâhil edilmelidir.

Tüketicinin bilinçlendirilmesi için öncelikle onun bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Özel anlamda tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi, geniş kapsamlı, hayatın her alanına yayılmış ama o ölçüde de kolay gerçekleştirilebilen bir faaliyettir. Tüketicilere verilecek bilgiler, “aç karnına alışveriş çıkmayın”, “pazarlıksız alışveriş yapmayın” gibi basit, sıradan ve basmakalıp ifadeler olmamalıdır.³¹²

Tüketicinin korunmasında yaşamsal öneme sahip sorun, “bilgilendirme ve eğitim”dir. Batı dünyasında tüketicinin bilgilendirilmesinin odak noktasını “mukayeseli ürün testleri” oluşturmaktadır. Yani bir malın piyasada satılan bütün markalarının, bütün özelliklerinin laboratuvar ve çeşitli dayanıklılık deneyleri ile incelenmesi ve elde edilen bilgilerin mukayeseli bir şekilde yayınlanmasıdır. Bu tür testlerin yapıldığı ülkelerde tüketiciler, ürünün şöhretini, markasını değil, kalitesinin satın alabiliyor. Modern dünyada “tüketicinin bilgilendirilmesi” kavramı işte bu temel üzerinde gelişmektedir.³¹³

Ayrıca tüketici, ekonomik faaliyetlerin hukukî boyutunu oluşturan iktisat alanındaki dini hükümleri bilmekle beraber, bu faaliyetlerin ahlakî boyutunu

³¹² Karaalioğlu, 1995:47-48.

³¹³ Karaalioğlu, 1995:49.

oluşturan tüketim prensiplerini de bilmelidir. Zira tüketimde bilinç kazanamamış tüketicilerin iktisadî davranabilmeleri çok zordur.

2.3.2. Üretimde Kalite

Kelime olarak dilimize batıdan geçen kalite sözcüğü lügatte bir şeyin iyi veya kötü olma özelliği, nitelik, vasıf³¹⁴ gibi anlamlara gelmektedir. Kavram olarak Batılılarca, “kullanıma uygunluk”, “gereksinimlere uyum”, “standartlara uygunluk”³¹⁵ olarak tanımlanan kalite sözcüğü, ISO 9000 Serisi Standartlarına göre de “Bir ürünün veya hizmetin belli bir gereksinimi giderme yeteneğini etkileyen özellik ve nitelikleri toplamıdır”³¹⁶ şeklinde tanımlanmıştır. “Herhangi bir mamülün niteliklerinin, bu mamülü alan veya kullanan kişinin ihtiyaçlarını karşılayabilme derecesi”³¹⁷ şeklinde de tanımlanabilen kalitenin unsurları ise, performans, uygunluk, güvenilirlik, dayanıklılık, hizmet görürlük, estetik, itibar ve kullanım kolaylığı gibi özelliklerdir.³¹⁸

Kalite ne şekilde tarif edilirse edilsin, hepsinde ortak amaç; tüketicinin isteklerine en uygun olanını üretmek olmaktadır.³¹⁹ Tüketici yararları, uygun, elverişli ve kaliteli mal ve hizmet ortaya koymakla korunur. Artık modern anlamda kalite kavramıyla sadece bir mal ya da hizmetin nitelikleri değil, o mal ya da hizmetin elde edilmesi için gösterilen bütün çabaların da verimliliği ve etkinliği anlaşılmaktadır. Üretim öncesinden başlanarak gerekli girdilerin istenilen nitelik ve nicelikte olması, üretim aşamasından sonra etiketlenip, ambalajlanması, taşınması gibi süreçler sonucunda tüketicinin eline zamanında ulaştırılması da kalite kavramının içinde düşünülmekte, kalite kontrolü denildiğinde hepsinin denetimi kastedilmektedir ki, buna “toplam kalite yönetimi” denilmektedir.³²⁰

³¹⁴ TDK, 1989: II/769; Doğan, 1990:577.

³¹⁵ Gomes, 1998:21-22.

³¹⁶ Türkel, 2000:3-4.

³¹⁷ Ertiryaki, 1992:1; Pala- Topal, 1992:10.

³¹⁸ Sevim, 1999:3, 4, 9; Özevren, 1997:39-41, 43, 44.

³¹⁹ Çınar, 1981:75.

³²⁰ Bağrıaçık, 1989:155.

Bugün sadece tüketicinin korunmasında değil kişi, kurum ve kuruluşların, hatta ülkelerin ve milletlerin değerlendirilmesinde üretilen mal ve hizmetlerin kalitesinin rolü inkâr edilemez. Zira kalite, tarih boyunca insanoğlunun ulaşmak için çaba harcadığı hedeflerden biri olmuştur. Kalite işiyle ilgilenmek üretim ve imalat işlerine yapılan müdahalenin sadece bir kısmıdır ve bugün sanayileşmiş ülkelerin en çok üzerinde durdukları konulardan bir tanesidir. Kalitesiz ve düşük vasıflı üretim ve imalat, sadece tüketicilerin zarara uğratılması değil aslında bir milletin zarara uğratılması anlamına gelmektedir.³²¹

Kaliteli mal ve hizmet üretimi İslâm'ın emirlerindedir. Zira Allah her şeyi en güzel bir şekilde yapmayı emretmektedir.³²² Ayrıca Kur'an, "Bu, her şeyi sapaşğlam yapan Allah'ın sanatıdır"³²³ ve "O, yarattığı her şeyi güzel yapandır"³²⁴ ayetleriyle Allah'ın sanatının iki ayrı özelliğine vurgu yapmaktadır. Bunlardan biri "sağlamlık (itkan)", öteki de "güzellik (ihşan)"dır. Böylece Kur'an, üretimde sağlamlık ve estetiğı insanın önüne bir esas ve tutunulması gereken bir ilke olarak koymaktadır. Şu halde tüketicinin korunmasında öncelikle bu iki unsur insan iş ve sanatının iki önemli ögesini teşkil etmelidir.³²⁵

Hız. Peygamber de bir hadisinde, "Birisini bir iş yaptığı zaman Allah bunun sağlamlık ve yüksek vasıfta olmasından hoşlanır"³²⁶ buyurarak, Allah'ın sanatıyla ilgili sağlamlık ve güzellik unsurlarını genel anlamıyla insanların her türlü ibadet, iş ve sanatlarına aktarılmasını istemiştir.³²⁷

Buna göre her mal kendi cins ve mahiyetine ve maliyetine göre bir dayanıklılık içinde üretilmelidir. Süphesiz hiç bir şey ebedî değildir. Fakat bir üretim makina ve tezgâhı yahut çamaşır makinası bir kaç yıl içinde devre dışı kalıyorsa bunlar olması

³²¹ Yeniçeri, 1980:271.

³²² Yunus, 10/26, لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا الْحُسْنَىٰ وَزِيَادَةٌ ; Hamidullah, 1990:II/742.

³²³ Neml, 27/88. وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدًا وَهِيَ مَرٌّ مَرَّ السَّحَابِ صُنْعَ اللَّهِ

³²⁴ Secde, 32/7. الَّذِي أَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلَقَهُ

³²⁵ Yeniçeri, 1996:123-126.

³²⁶ İbn Sa'd, t.y.:VIII/156.

³²⁷ Yeniçeri, 1996:126.

gereken sağamlıkta imal edilmemiş sayılırlar. Sağlam üretilmeyen mallardan da tüketiciler zarar görmesi kaçınılmazdır.

Hz. Peygamber'in, çarşı ve pazar denetimlerinde aldatmanın denetlenmesi yanında kalite kontrolünün sağlandığı da muhakkaktır.³²⁸ Zira hadisteki hileli buğday meselesi her ne kadar ticarete aldatmanın yasaklanmasını ortaya koysa da kalite kontrolünü de öngörmektedir. Söz konusu hadiste, Ebû Dâvûd ve Münzirî'nin naklettiği bir rivayete göre buğday yığınının iç kısmının dış tarafı gibi olmadığını gören Resûlullah: "İkisini birbirinden ayır"³²⁹ buyurmuştur. Ebû Dâvûd ve İbn Ebî Şeybe'nin kaydettiği bir başka rivayete göre ise buğdayın arpayla karışık olduğunu görünce, ikisini birbirinden ayırmasını ve sonra dilediği fiyattan satmasını emretmiştir.³³⁰ Farklı kalitedeki malların ayrı ayrı arzı değişik fiyatlarla ve gerçek değerleriyle satılması demek olacaktır. Çünkü vasıf ile değer arasındaki pozitif ilişkiden dolayı kalite arttıkça fiyat da artar veya tersi olur. Öyleyse âdî mal iyisiyle karıştırılıp yüksek bedelle satılırsa hileli fiyat arttırımına gidilmiş ve dolayısıyla tüketici aldatılmış, rakip üretici ya da satıcılara karşı ise haksız rekabet yapılmış olur.³³¹

Yine meşhur musarrât hadisi de bu hususta örnek olarak verilebilir. Söz konusu hadiste, satılacak hayvanın sütünü memelerinde bırakarak yüksek verimliymiş gibi gösterilmesini yasaklayan Hz. Peygamber, böyle bir durumla karşılaşan alıcıyı muhayyer bırakmıştır.³³² Görüldüğü gibi burada da kalitesiz bir malı kaliteliymiş gibi lanse etme durumu söz konusudur. Bir başka örnek de Hz. Peygamber tarafından satılacak süte su karıştırılmasının yasaklanmasıdır.³³³ Tüm bu örneklerde Hz. Peygamber'in malların niteliğini de denetlediği³³⁴ bir gerçektir. Niteliklilik ve evsafa sadece insanların aldatılması gibi hukukî ve ahlakî açıdan bakılmamalıdır. Zira

³²⁸ Yeniçeri, 1980:270.

³²⁹ Ebû Dâvûd, 1988:165; Münzirî, 1979:II/572; Yeniçeri, 1980:385.

³³⁰ İbn Ebû Şeybe, 1995:IV/321; Ebû Dâvûd, Merasîl, 164-165.

³³¹ Kallek, 1994:187.

³³² Buhârî, "Büyü", 64; Müslim, "Büyü", 11, 23, 26, 28; Ebû Dâvûd, "Büyü", 46; Tirmîzî, "Büyü", 29; Nesâî,

"Büyü", 14, 16 « مَنْ اشْتَرَى مُصْرَرَةً فَهُوَ بِالْحَيْتَارِ إِذَا حَلَبَهَا إِنْ شَاءَ رَدَّهَا وَرَدَّ مَعَهَا صَاعًا مِنْ تَمْرٍ »

³³³ Ebu Dâvûd, 1988:165; İbn Teymiyye, 2001:66.

³³⁴ Münzirî, 1979:II/572.

dünya rekabet şartları içerisinde yüksek vasıflı (kaliteli) mal yapımının gerekliliği³³⁵ herkesçe kabul edilen bir durumdur.

Tüketicinin korunmasında Hz. Ömer'in de kalite kontrol denetimleri yaptığı bilinmektedir. Hz. Ömer bir tellâl çıkartarak süte su karıştırmanın yasak olduğunu ilân ettirmiştir.³³⁶ Buna rağmen su karıştırıldığını tesbit ettiği bir sütü satıcısının elinden alarak ibret-i âlem için dökmüştür. Yine sattığı süte su karıştıran bir kadını cezalandırmıştır.³³⁷ Hz. Ömer'in bu uygulamasından hareketle bazı İslâm huukçuları, kötülüğün yeniden yapılmasını engellemek için kalitesiz dokunan elbiselerin parçalanmasının ve yakılmasının caiz olduğu gibi imalatı karışık malların yok edilmesinin de caiz olduğuna fetva vermişlerdir.³³⁸ Hile ile malın kalitesini düşürerek tüketicinin sırtından haksız kazanç sağlamak, diğer üretici ya da satıcılara karşı haksız rekabet yapmak anlamına gelmektedir.³³⁹

Kalite, Hz. Peygamberden itibaren İslâm devletlerinin ve bilhassa hisbe teşkilatının üzerinde önemle durduğu konulardan biri olmuş ve daima denetime tabi tutulmuştur. Hisbe memurları halkı ilgilendiren işlerde, şikâyet olsun olmasın, bir işin âdi ve bozuk yapılmasına el koymuşlardır.³⁴⁰

Hisbe müessesesinin meslek dallarına göre ortaya koyduğu ve denetimini yaptığı kalite kurallarından bazıları şunlardır;

Hububatçılar;³⁴¹ iyi kalite buğdayı kötüsüne, eskisini yenisine karıştırmamalı.

Değirmenciler;³⁴² tahılı toz ve topraktan temizlemeli. Buğday ununa, arpa, nuhut, fasulye unları gibi başka madde unlarını karıştırmamalı.

Ekmekçiler;³⁴³ unu iyi elemeli, hamuru ayaklarıyla, dirsek ve dizleriyle yoğurmamalı, yoğurucu ağzına bir örtü takmalı. Bu aksırıp öksürme veya konuşma

³³⁵ Yeniçeri, 1996:124.

³³⁶ İbnü'l-Cevzi, 1987:84.

³³⁷ İbn Teymiye, 2001:66; İbnü'l-Uhuvve, 1937:194.

³³⁸ İbn Teymiye, 2001:67

³³⁹ Kallek, 1994:188.

³⁴⁰ Kavakçı, 1975:33-34; Yeniçeri, 1980:270.

³⁴¹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:152-153; Şeyzerî, 1936:84.

³⁴² İbnü'l-Uhuvve, 1937:157-159; Şeyzerî, 1936:85.

esnasında burun ve ağızından herhangi bir şeyin sıçramasını önler. Alnına da terinin damlamasını önleyecek bir şey bağlamalı. Hamurcu kollarını traş etmeli. Hamur kabarmadan ekmek pişirilmemeli.

Fıruncılar;³⁴⁴ iki pişirme yeri bulundurmalı, biri ekmek için, diğeri de balık için kullanılır. Balık ekmekten uzak durmalı ki yağından ekmeğe bir şey geçmesin.

Kesiciler;³⁴⁵ keserken dinî esaslara uygun kesmeli, koyun iyice soğuyup canı tam olarak çıkmadıkça derisinin soyulmasına girişilmemeli.

Kasaplar;³⁴⁶ keçi ve koyun etlerini birbirinden ayırmalı, semiz ve cılız, dişi ve erkek etlerini birbirine karıştırmamalı.

Kızartmacılar;³⁴⁷ kuzuyu veya hayvanı ocağa koymadan muhtesib onu tartar, çıkarınca eğer üçte biri azalmışsa pişmiştir, azalma daha azsa onu yine ocağa sokar. Pişip pişmediği kontrol edilir, eğer içinde kırmızı damarlar görünür ve et suyu akarsa henüz pişmemiştir. Sıcakken kurşun ve bakır kaplara konmamalıdır.

Başçılar;³⁴⁸ baş ve paçayı sıcak su ile iyice temizlemeli, sonra da soğuk su ile yıkamalı, keçi başını koyununki ile karıştırmamalı.

Balık Kızartıcıları;³⁴⁹ balığın içini açıp sırtını ve pullarını çok iyi temizlemeli, kızartması suyu kuruduktan sonra yapılmalı, kokusu değişmiş olan kullanılmış yağ ile kızartma yapılmamalı.

Aşçılar;³⁵⁰ kapları örtülü olmalı, yiyecekler sinek ve haşerattan korunmalı, yıkama sıcak su ile yapılmalı. Keçi eti koyunki ile deve eti sığırunki ile pişirilmemeli, muhtesib aşçıların eti az, suyu bol yapıp yapmadıklarını kontrol etmeli.

³⁴³ İbnü'l-Uhuvve, 1937:91-92; Şeyzerî, 1936:22-23.

³⁴⁴ İbnü'l-Uhuvve, 1937:77-78; Şeyzerî, 1936:24.

³⁴⁵ İbnü'l-Uhuvve, 1937:97-99; Şeyzerî, 1936:27.

³⁴⁶ İbnü'l-Uhuvve, 1937:99-100; Şeyzerî, 1936:28-29.

³⁴⁷ İbnü'l-Uhuvve, 1937:92-94, 30-31; Şeyzerî, 1936:30-31.

³⁴⁸ İbnü'l-Uhuvve, 1937:105-106; Şeyzerî, 1936:32.

³⁴⁹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:110-111; Şeyzerî, 1936:33.

³⁵⁰ İbnü'l-Uhuvve, 1937:106-107; Şeyzerî, 1936:34-35.

Sucukçular;³⁵¹ imalatlarının yerleri kontrolü kolaylaştırmak maksadıyla hisbe makamına yakın olmalı. Onların hileleri çoktur. Muhtesib, etin temiz, iyi, semiz ve temiz tahtada doğranıp iyi inceltilmiş olmasını emreder. Hilelere gelince bazıları pişmiş baş etlerini karıştırırlar. Bir kısmı karaciğer, böbrek ve döküntü etler karıştırır. Bütün bunlar pişmeden evvel açılıp gözle görülerek anlaşılır. Ateşe koyunca kolay anlaşılmaz.

Bakkallar;³⁵² kaliteli mallar kalitesizlerle karıştırılmamalı, ayrı ayrı alınmışsa ayrı tutulmalı. Eski hurma tazesıyla, kuru üzüm yenisiyle karıştırılmamalı. İçinde peynir kalmış olan zeytinyağını saf zeytinyağıyla karıştırılmamalı, bu hile kandile serpererek anlaşılır. Sirkeye su katanlar çok olur. Bunu anlamak için de sirke yere dökülür. Saf sirkenin sesi duyulur, karışık olanınki duyulmaz. Ayrıca içine yosun konacak olursa o suyu içer, sirkeyi içmez.

Sütçüler;³⁵³ su ile karışık süt satılmamalı. Karşıklık şöyle anlaşılır, içine kuru yosun atılırsa su ile süt ayrılır. Ayrıca içine kıl batırılır, süt kıla yapışmazsa karışıktır, yapışırsa halistir.

Dokumacılar;³⁵⁴ dokuma esnasında pişirilmiş un ve cips serpmekten menedilir, bu sertliğini gizler. Eski iğlerden ve düğümlü iğlerden dokunan nsiç ayrı satılmalıdır.

Terziler;³⁵⁵ dikiş hafif değil de ince olmalıdır. İğne ince ve iplik kısa olmalıdır. Zira iplik uzun olursa çözülür ve dayanmaz.

Pamukçular;³⁵⁶ pamuğun eskisi ve kırmızısıyla beyazı karıştırmamalı. Pamuğu tekrar tekrar ditmeli ki kabuk ve çekirdek ayrılınsın.

İplikçiler;³⁵⁷ ham ipek bembeyaz hale getirilmeden boyanmamalı, aksi halde boya tutmaz. Bazıları şam ipği ile mahalli ipeği karıştırır.

³⁵¹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:94-95; Şeyzerî, 1936:38-39.

³⁵² İbnü'l-Uhuvve, 1937:128-130; Şeyzerî, 1936:58-60.

³⁵³ İbnü'l-Uhuvve, 1937:130-131.

³⁵⁴ İbnü'l-Uhuvve, 1937:136-137; Şeyzerî, 1936:65-66.

³⁵⁵ İbnü'l-Uhuvve, 1937:137-140; Şeyzerî, 1936:67-68.

³⁵⁶ İbnü'l-Uhuvve, 1937:142-144; Şeyzerî, 1936:69.

İplik ve kumaş boyacıları;³⁵⁸ elbise boyacılarının çoğu dükkânlarında füvv ile boyayacaklarına kına ile boyarlar, iyi boyanmış gözükür, fakat günış vurunca rengi solar ve parlaklığı kaybolur. Muhtesib, boyaları ve hileleri kontrol eder.

Pabuççular;³⁵⁹ ayakkabıcılar pabucun yüzü ile astarı ve üstü ile tabanı arasına eski parçalardan çok koymamalı. Debağat sırasında yanan deri tabana konmamalı, çiğ deri de kullanılmamalı. Dikiş ipliği sağlam olmalı.

Bakırcılar;³⁶⁰ bakırı habk il karıştırmamalı, bu madd karıştırıldığında bakır cam gibi kırılır. Hurda bakırla müstamel olmayan bakırı karıştırmak da olmaz. Her birinin dökümü ayrı yapılmalı.

Demirciler;³⁶¹ bıçak, makas, biz, ustura ve benzeri şeyleri yumuşak demirden imal edip çelik diye satmamalı.

Osmanlı İhtisab Kanunnâmelerinde de, bir taraftan mal ve hizmetlerin fiyatları ile kalite standartları belirlenirken, bir taraftan da devletin kadı ve muhtesibine kontrol görevi yüklemektedir.³⁶² Bu Kanunnâmelerde malların doğallığının korunması, hile karıştırılmaması, temizliğe riayet edilmesi, boyama, ambalajlama, tartı gibi kalite esasları ve standartlar konusuna hassasiyet gösterildiği çok sayıda hüküm bulunmaktadır.³⁶³ Kalite kontrol konusunda da Kadı'nın direktifleri doğrultusunda muhtesibin devamlı kontrolü sözkonusu olmuştur. Esnaf ve sanatkârın bugünkü tabirle doktor ve baytarların da içine girdiği serbest meslek erbabı da dâhil olmak üzere adları teker teker sayılarak muhtesibin onları gözlemesi, görmesi, gözetmesi istenmiştir. Görevini yapmadığında da cezalandırılacağı açık biçimde ifade edilmiştir.³⁶⁴

³⁵⁷ İbnü'l-Uhuvve, 1937:141; Şeyzerî, 1936:71.

³⁵⁸ İbnü'l-Uhuvve, 1937:141-142; Şeyzerî, 1936:72.

³⁵⁹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:149, 152-153; Şeyzerî, 1936:73.

³⁶⁰ İbnü'l-Uhuvve, 1937:147-148; Şeyzerî, 1936:79.

³⁶¹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:148; Şeyzerî, 1936:79.

³⁶² Akgündüz, 1990:II/291-293; III/110, 111; Ergin, 1995:I/387, 401.

³⁶³ Şer'iyeye Sicilleri, II/178; Aslan, 2006:29; Kayadibi, 83/13-16; Akgündüz, 1990:VI/300.

³⁶⁴ Ergin, 1995:I/387-401.

Osmanlı İhtisab Kanunnâmeleri, hisbe hükümlerinin kanun haline getirilmiş şekli olduğundan³⁶⁵ İhtisab Kanunnâmelerinin maddelerinin burada tekrar zikredilmesine ihtiyaç yoktur. Yukarıda meslek dallarına ait verilen hisbe hükümlerinin bilinmesi yeterlidir.

Osmanlılarda Ahi Birliklerinde de, kaliteli mal üretmek ve böylece tüketiciyi korumak amacı ile belirli malların imalatında bir takım esaslar tespit edilmiştir. Mesela, bıçakçıların, kılıç imal edenlerin, dokumacıların şişe-cam imalatçılarının belirli malları imal ederken mamullerin cinslerine göre hammaddelerin cinsi, gremaj'ı ve üretimde kullanılacak tekniğe kadar pek çok husus bir tüzük halinde belirlenmiştir.³⁶⁶

Görüldüğü üzere gündemde daha tüketicinin korunması diye bir kavramın olmadığı yıllarda, hisbe ve diğer esnaf teşkilatları sayesinde kalite kontrolü konusunda, İslâm coğrafyasında sadece o zamanın değil günümüz şartlarını da aşan çok ileri ve detaylı düzenlemeler yapılmıştır. Ancak ne yazık ki tüketicinin korunmasının çok yüksek sesle konuşulduğu günümüzde modern hukuk ve uygulamaları kalite konusunda daha henüz bu denli düzenleme ve uygulamalar ortaya koyabilmiş değildir. Günümüzde de tüketicilerin korunabilmesi için hisbe teşkilatı gibi çok etkin ve aktif esnaf ve tüketici teşkilatlarının kurularak bu teşkilatlara kontrol yetkisi verilmelidir.

2.3.3. Standardizasyon

Bugün, en büyük ekonomik grubu oluşturan tüketicilerin korunması için, her türlü çabanın gösterildiği bir gerçektir. Bu çabalar içinde standardizasyon, sağladığı bir çok yararlarından dolayı, tüketicilerin korunması yolunda yapılan çalışmaların hareket noktasını oluşturmaktadır. Ucuz ve kaliteli üretimle tüketici tatminini hedef alan standardizasyon, tüketiciye sağladığı yararlarla pazarlamadaki etkinliğini artırmıştır. Yoksa kompleks bir pazarlama işleyişinde hile, kayıp ve karışıklık

³⁶⁵ Akgündüz, 1990:II/286.

³⁶⁶ Kuzgun, 1988:12.

ihtimalleri büyüktür. Böyle bir ortamda da en başta zarar görecektir olanlar tüketicilerdir. Söz konusu ihtimalleri aza indirmek uygun ve işleyebilir standardizasyon sisteminin amacıdır. Nitekim, "Standardizasyon", bir iş yapmanın ahlaki temelini teşkil etmektedir.³⁶⁷

Standardizasyon kelimesinin Türkçe karşılığı “örnek veya temel olarak alınabilen, tek biçim”³⁶⁸dir. Standard kelimesi ekonomik, sosyal ve kültürel alanda pek çok işlem, hareket ve faaliyet için değişik anlamlara gelmektedir.³⁶⁹ Standard, “miktar, boyut, ağırlık, değer veya kalitenin ölçülmesi ya da kıyaslanması amacı ile örf adet ve geleneklerle ya da yetkili bir merci tarafından konulmuş esaslardır”³⁷⁰ veya “benzerleri için ortak tutulması herkes tarafından kabul edilmiş ortak bir kavram, süreç veya nesnedir”³⁷¹ şeklinde tarif edilmektedir.

Standardizasyon ise, standartlaştırılacak mallar için benimsenecek ölçü ve niteliklerin belirlenmesi ve malların bu ölçülere uydurulmasını sağlama işlemidir.³⁷² Milletlerarası Standardizasyon Teşkilatı (ISO)’nun Bilimsel ilkeler Komitesi (STACO) ise standardlaştırmayı şöyle tanımlanmaktadır: "Belirli bir faaliyetin, o faaliyetle ilgili bulunanların ve özellikle ekonominin yararına olarak yapılabilmesi için, tüm tarafların katkı ve işbirliği ile belirli kurallar koyma ve bu kuralları uygulama işlemidir.”³⁷³ Tanımdan da anlaşılacağı üzere ekonomik faaliyetlerle ilgili olarak standardlaştırmanın amacı üretici ve tüketiciler ile tüm ekonominin yararını gözetmektir.

Standardizasyonun amaçları ise, ISO tarafından; üretimde ve malların değişiminde işgücü, malzeme, güç kaynakları v.b. faktörlerden en yüksek düzeyde ekonomi sağlamak, iyi kalite mal ve hizmet üretimi sağlayarak, tüketici çıkarlarını gözetmek, insan yaşamını, sağlık ve güvenliğini korumak, tüm ilgili grupların,

³⁶⁷ Çınar, 1981:26.

³⁶⁸ TDK, 1989:II/1339.

³⁶⁹ Ertiryaki, 1992:18.

³⁷⁰ Kutlutan, 1973:2.

³⁷¹ Ertiryaki, 1992:18.

³⁷² Oluç, 1970:248.

³⁷³ Berkün, 1975:1.

birbirleri arasındaki bilgi alışverişini ve anlaşmalarını kolaylaştırmak şeklinde belirlenmiştir:³⁷⁴

Standardların insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir. Zira insanlar öteden beri “ortak kavramlara” ulaşmaya çalışmışlardır. “Standart anlayışı” bulardan biridir. Ayrıca kâinatın maddi yapısının belli sayıda ve her biri birer satandart olan elementten yaratılması, bütün evrensel olayların Allah’ın koyduğu standart kanunlara göre cereyan etmesi göz önüne alınırsa, gündelik hayatımızı “standardize” etmemizin, eşyanı tabiatına uygunluğu da kendiliğinden ortaya çıkmış olur.³⁷⁵

Genel manasıyla standardizasyon, insanların bir arada yaşayanlarını, karşılıklı münasebetlerini ve faaliyetlerini tanzim eden, şuurlu maksada uygun sosyal düzenlemeyi de içine alan bir faaliyettir. Lisan, yazı, örf ve adetler mevzuat ve hatta kanunlar bu görüşe göre standardizasyon konularıdır.³⁷⁶

Gerçekten günlük yaşantımızın hemen her safhasında, farkında olalım veya olmayalım, standartların pek çok kolaylıklarından faydalanmaktayız. Standartlar seri imalat ve üretimde senkronizasyonu sağlayarak belirgin kalite seviyelerine ulaşılmasında en önemli etken olur. Tüketici açısından ise, standartlar kalite, güvenlik ve değişebilirlik yönlerinden belirliliğin ifadesi olarak karşılaştırma ve seçim kolaylığı sağlar. Sipariş ve alım-satım işlemlerini basitleştirdiğinden masrafları azaltıcı unsur olarak tüketiciye avantaj sağlar.³⁷⁷

Hz. Peygamber, piyasada mevcut olan birbirinden farklı ölçek ve tartılar arasında birliğin temini için bir standart belirleyip, “Ölçek Medine'nin ölçeği, tartı ise Mekke'nin tartısıdır”³⁷⁸ buyurarak standardizasyonun gereğine dikkat çekmiş, “Sattığın zaman ölçerek sat, aldığın zaman da ölçerek al”,³⁷⁹ “Yiyeceklerinizi

³⁷⁴ Berkün, 1975:7; Sanders, 1980:5- 6.

³⁷⁵ Güler, 1986:74.

³⁷⁶ İslâmoğlu, 1988:314/30-36; Güler, 1986:74.

³⁷⁷ Güler, 1986:74.

³⁷⁸ Ebû Dâvûd, “Büyû”, 8; Nesâî, “Zekât”, 4-1; “Büyû”, 54. « الْوَزْنُ وَزْنُ أَهْلِ مَكَّةَ وَالْمِكْيَالُ مِكْيَالُ أَهْلِ الْمَدِينَةِ »

³⁷⁹ Buhârî, “Büyû”, 51. « إِذَا بَعْتَ فَكَيْلًا ، وَإِذَا ابْتَعْتَ فَأَكْتَالًا »

ölçünüz ki sizin için bereketli olsun”³⁸⁰ hadisleriyle de standardizasyonun alış-verişte haksızlıklara mani olacağına işaret etmiştir. Böylece Asr-ı Saadet döneminde ölçü, tartı ve paralarla ilgili düzenlemeler standardizasyona dönük ilk örneklerden olmuştur.

İslâm hukuk tarihinde, standardizasyon ve kalite garantisi fikrine tarih boyunca büyük önem verilmiştir. Bir bakıma, devlet-i ebed müddet olmanın sırrı, bu faaliyetlerin İslâmî anlamda müesseseseleşmesiyle yakından ilgilidir. Aslında konu ile ilgili tarihi sürecin, hisbe teşkilatının başlangıcıyla, dolayısıyla da İslâmiyetin doğuşu ile başlatılması doğru olacaktır. Zira hisbe teşkilatı standart ve kalite kontrol açısından en etkin bir kurum olmuştur.³⁸¹ İslâm tarihinin ilk günlerinden itibaren fiilen tatbik edilmeye başlayan hisb uygulamaları daha sonra raşid halifelerden bilhassa, Hz. Ömer devrinde daha da gelişme göstermiştir.³⁸²

Bu devirlerde, hisbe teşkilatına dair verilen muhtelif eserlerde; alım-satımda emniyet ve huzuru sağlayan her türlü tedbirler ve bu meyanda ölçü birimi ve aletleri hakkında bilgiler verilmiş; yiyecek ve içecekler arasında zahireciler, bakkallar, sebzeciler ve yağcılar gibi ham madde satıcıları yanında fırıncılar, aşçılar, tatlıcılarının dikkat ve riayet edecekleri hususlar belirtilmiş; dokumacılar, iplik ve kumaş satıcıları, ayakkabıcılar, ketenciler ve terziler de dahil olmak üzere belde sakinlerinin giyecek maddelerini karşılayan meslek ve iş kollarının üzerindeki hisbe fonksiyonu izah edilmiş; doktorlar, eczacılar, aktarlar ve baytarların yanı sıra sarraflar, kuyumcular, bakırcılar ve demircilerin cemiyet içinde mesleklerini icra sırasında riayet edecekleri esaslar tesbit edilmiştir.³⁸³

Öte yandan zamanla artan ihtiyaçlara göre büyük gelişme gösteren bu faaliyetlere Osmanlı Devleti döneminde de gereken önem fazlasıyla verilmiştir. Yaklaşık beş asır kadar geriye giden çalışmalar arasında, “Bursa, Edirne, Sivas, Konya, Diyarbakır, Çankırı, Aydın, Mardin, Karahisar, Musul, Rize, Amasya, İçel,

³⁸⁰ Buhârî, “Büyü”, 52; İbn Mâce, “Ticâret”, 39. « كَيْلُوا طَعَامَكُمْ يُبَارِكْ لَكُمْ فِيهِ »

³⁸¹ Güler, 1986:75.

³⁸² Kavakcı, 1975:143.

³⁸³ Kavakcı, 1975:143-144; Güler, 1986:75-76.

Arapkir, Karaman ve emsali yerlerin” mahalli özelliklerine ve üretim çeşitlerine göre standart kurallar konulmuş ve ciddi şekilde uygulanmıştır. Bunlardan ferman olarak en eskisi II. Bayazıd’ın yürürlüğe koyduğu H.907 / M.1502 tarihinde *Kanunname-i İhtisab-ı Bursa*’dır.³⁸⁴

Bu ferman, standardın bugünkü anlamında kavrandığını gösteren yazılı en eski belge olarak Dünya tarihine geçmiştir. Bu belgede kalite, boyut, ambalaj gibi konularda standartlar tespit edilmiş, narh ve ceza hükümlerine yer verilmiştir.³⁸⁵ Fermada muhtelif yiyecek, içecek, giyecek ve kullanılacak maddelerle bunların âmil ve sanayicileri haklarında çeşitli hükümler yer almıştır. Kanun metnine konulmuş olan hükümler, madde ve mamullerin kalite, ölçü gibi ticarî, sınaî özelliklerine ait bulunduğundan devrin bir nev’i standart kanunu niteliğindedir.³⁸⁶

İstanbul esnafının uyması gereken nizamlar, İstanbul Kadılığı tarafından tespit edildikten sonra, Esnaf Kethüdaları vasıtasıyla “tenbih” adı altında esnafa tebliğ edilirdi. Zaman zaman bu tenbih’ler tazelenir ve esnafın bu tenbih’lere ve nizama uyup uymadıkları, İstanbul Kadısı adına Ayak Naibi tarafından teftiş edilirdi. Esnaf nizamlarının birer suretleri de şehrin diğer üç kadılığı olan Eyüp, Galata ve Üsküdar kadıları tarafından kendi bölgelerindeki esnafa bildirilirdi.³⁸⁷

Hicri 1040 ve 1091 tarihli nizamnamelerden alınan bazı örnekler aşağıda verilmiştir.³⁸⁸

“Ekmekçiler-Çörekçiler; Ekmekçinin, çörekçinin çöreği çiğ, kara, ekşi ve noksan olmaya, olursa dirheminden 1 akçe ceza alına. Elekleri sık olup, ekmek kepekli olmaya, olursa ekmekçiye muhkem siyaset oluna.

Kasaplar, koyunu keçiden ve erkeği dişiden ayırt edip satacaklardır. Koyunun semizi saklanıp arığı kesilmeyecektir. Dükkânlarında her zaman et buldurmaya mecburdurlar. Bunlara riayet etmeyen kasabın hakkından geline.

³⁸⁴ Berkün, 1975:50; Güler, 1986:76.

³⁸⁵ TSE, 1998:1.

³⁸⁶ Güler, 1986:76.

³⁸⁷ Kılış, 1977:64-65.

³⁸⁸ Ergin, 1995:I/387-399.

Aşçılar, yemekleri çiğ ve tuzlu olmaya, kâseleri temiz, kazanları kalaylı, çanakları yeni ve sırçalı ve aşçının, yamağının, uşağının futaları yeni ve temiz ola.

Börekçiler, koyun eti kıyması kullanacaklar, böreğin soğanı çok, eti az ve ekseri yeri boş olmayacaktır ve iç yağı karıştırılmayacaktır.

Bakkallar, malın iyisini fenasını ayırd edip satacaklardır. Terazileri çok doğru olacaktır, eksik tartıp satan bakkalın hakkından geline.

Yoğurtçular, sütleri gözlene, su katılmış süttten yoğurt yapılmaya ve yoğurda nişasta yapılmaya.

Kaymakçular, kaymağa nişasta koymayıp pak satılar.

Lokma işleyenlerin hamuru çiğ olmaya.

Terziler, dikişlerini sık dikecek ve esvabı vaad ettikleri günde yetiştireceklerdir. Ziyade iş alıp gününde yetiştirmeyen terziler tazir edilir. Bir kimsenin esvabını sakat diken terziye keza dayak atılır.

Eskiciler, yamaları iyi gön ve sahtiyandan olup meşin olmaya. Ve dikişler sık iki otlak iki akçaya ola. Debbağdan gayrıya ham deri satmayalar.

Pabuççular, sağlam pabuç dikeceklerdir. Bir pabucu kaç akçeye satarlar ise, pabucun miadı akçe başına iki gündür, bu tez sökülür ise pabuççuya dayak atılır.

Mumcular, mumlarını çürük ve kokar yağdan yapmayup iyi yağdan ola.

Bütün esnaf narha mutlaka riayet edeceklerdir, etmeyenlerin hakkından geline, tazir olunalar.”

Osmanlılarda 13. yüzyılda standardlaşma ve kalite kontrol ile ilgili olarak Ahi Birliklerinin teşkilatlı çalışmaları görülmektedir. Ahi Birlikleri, üretim ile tüketim arasında denge kurarak üretici ile tüketici arasındaki sosyal huzuru sağlayacak şekilde gelişmesinin devamına çalışmışlardır. Bu maksatla zaman zaman üretim sınırlamaları getirerek emeğin değerini bulmasını sağlarken; geliştirilen narh

sistemi ve standardlaşma ile de tüketicinin korunmasını sağlamışlardır.³⁸⁹ Zira Ahilikte temel prensip, belirlenmiş standartlar dışında bozuk mal üretimini önlemek, tüketicinin aldatılmasına hileli ve bozuk mallarla ve yüksek fiyat talepleri ile onların zarara uğramalarına meydan vermemek³⁹⁰ olmuştur.

Ahilikte, üretilen mallarda standard arama, tüketicinin korunması bakımından son derece önemli idi. İmalatın standartların altına düşmesi, sahte mal imal ederek hakiki mal gibi piyasaya sokulması vb. hususlar esnaf arasında da tepki ile karşılanıyor, bu gibi halleri tespit edilenlerin esnafıktan çıkarılması ve ticaretten men edilmesine kadar gidiliyordu. Bu tür çürük veya sahte mal imalatında ısrar eden esnafın papucu ayağından çıkarılarak iş yerinin damına atılırdı ve papucu dama atılan esnaf artık işyerini kapatmak zorunda kalırdı. Halk arasındaki "papucu dama atıldı" deyiminin menşei de buna dayanmaktadır.³⁹¹

Ayrıca her birlik üyelerinin imal ettiği malın standardına göre fiyatlarını tespit ederdi, mesela bir ayakkabı alan insan, ödediği fiyata göre bunu ne kadar zaman giyebileceğini bilirdi. Belirtilen zamandan önce ayakkabı kullanılamaz hale gelirse, ayakkabıyı aldığı sanatkâra götürerek parasını geri alırdı. Standartlar ve narh konulmakla kifayet edilmemekte, uygulama devamlı bir gözetim altında bulundurulmakta idi. Bunlara uymayanlar kendilerine ders, etrafa ibret olacak şekilde cezalandırılırdı. Konulan nizamı uymayanlar suçlarına göre cezalara çarptırılır, bu çeşit davranışla cezalandırılan suçluya "yolsuz" denilirdi. Yolsuz, hammaddeyi piyasadan alamaz, kimse ona mal satmaz, o yapmış olduğu malı kimseye satmazdı. Yolsuz kahvelerde kabul edilmez, cemiyet toplantılarına giremez, herkes ondan kaçardı. Etrafın kendi içinde kurduğu bu otokontrol sistemi son derece önemlidir.³⁹²

Ahi birliklerinin tüketiciyi korumak için aldığı tedbirler ve bu tedbirlerin uygulanması hususunda gösterilen hassasiyet yüzyıllarca devam etmiştir. Zaman

³⁸⁹ Ekinci, 1988:51.

³⁹⁰ Akdağ, 1971:II/78.

³⁹¹ Kuzgun, 1988:12; Karacan, 1996:36.

³⁹² Ekinci, 1988:51.

zaman esnaf tarafından tespit edilen standartlar ve narhlar padişah fermanı haline getirilmiştir.³⁹³

Osmanlılarda, konmuş olan standard kuralların uygulanması, lonca denen esnaf örgütlerinin yaptığı denetlemelerle sağlanıyordu. Bunun yanı sıra, Devletin yasalarına ve fermanlarına uymayı sağlayan hükümet organları da etkinliğini sürdürmekteydi. Devlet, üretimdeki yolsuzlukları önlemek ve tüketicileri korumak için “Mizan” adı verilen bir örgüt kurmuştur. Bu örgüt aracılığı ile malların standartlarına uygunluk denetimleri yapılmaktaydı.³⁹⁴

Standartlar topluma mal oldukları taktirde optimum faydayı sağlarlar. Bu sebeple, üretici ve tüketici menfaatlerinin dengelenmesini sağlayan en etkili dokümanlar olarak ortaya çıkan standartlar üretici kaynaklarının yerinde kullanılmasının yanısıra, tüketicinin korunması açısından da büyük ehemmiyet taşımaktadır.³⁹⁵

Standardizasyon, tüketici problemlerinin çözümlenmesi ve hakların yerine getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.³⁹⁶ Bu sebeple kalite, güvenlik, değişebilirlik, karşılaştırma ve seçim kolaylığı, sipariş ve alım-satım işlemlerinin kolaylaştırması ve ucuzluğa yol açması³⁹⁷ gibi bir çok açıdan standardizasyon tüketicilerin korunmasında yararlar sağlamaktadır.

2.3.4. Akdin Kuruluşunda Tüketicinin Korunması

Akid, özel hukuk alanında haklar edinilmesinde ve borç altına girilmesinde önemli bir hukukî adımdır. Tüketicilerin korunması açısından akidlerde esas olan, tarafların sözleşme konusu husus üzerinde serbestçe müzakere etmeleri ve hükümlerini oluşturmalarıdır. Ancak yeni üretim ve pazarlama tekniklerinin ortaya çıkması sonucu, tarafların sözleşme şartları konusunda müzakereye girişmeleri

³⁹³ Ekinci, 1988:51.

³⁹⁴ Berkün, 1975:53-54.

³⁹⁵ Arıyörük, 1993:2.

³⁹⁶ Juran, 1998:75.

³⁹⁷ Berkün, 1975:25-26.

mümkün olmamıştır. Üretici veya satıcılar mal dolaşımı ve hizmet sunumunda değişen koşullara uyum sağlamak amacıyla, çok sayıda sözleşme için kullanılmak üzere sözleşmenin içeriğini oluşturacak kayıtları önceden hazırlamışlardır. Böylece genel işlem koşulları denilen matbu sözleşme kayıtları hazırlanmış ve standart sözleşme denilen sözleşme modeli ortaya çıkmıştır. Bu sözleşme modeliyle beraber tüketiciler, girişimciler tarafından adeta kendilerine dayatılan sözleşme koşullarını kabul etmek durumunda kalmışlardır.³⁹⁸

Standart sözleşme oluşturulurken girişimci, doğal olarak, kendi çıkarını göz önünde bulundurarak sözleşme konusunda ileride çıkacak uyuşmazlıklarda kendi lehine olacak çeşitli hükümleri tüketicinin aleyhine olarak standart sözleşmenin içerisine yerleştirme yoluna gitmiş ve bunun sonucunda sözleşme dengesi tüketici aleyhine bozulmuştur. Tüketiciler, edinmek istedikleri mal veya hizmetin niteliğini, kendilerine bu mal veya hizmeti sağlayan girişimciler kadar bilmedikleri için, piyasa şartlarını iyi bilen satıcılar karşısında, sözleşmenin zayıf tarafı yani korunmaya muhtaç tarafını oluşturmuşlardır.³⁹⁹

Tüketicilerin, günümüzde geliştirilen standart sözleşme gibi sözleşme modelleri karşısında daha baştan aleyhlerine bir sözleşme yapmaması için İslâm Borçlar Hukuku'ndaki akdin unsurları ve akdin sıhhatinin şartlarına uygun hareket etmeleri kaçınılmazdır. Bu sebeple İslâm hukukçuları da, akidlerde insanların aldanma ve zararlardan korunabilmeleri ve tasarruflarını özgür iradeleri ile yapabilmeleri için akid sırasında bir takım hususlara uyulmasının gerekliliği üzerinde önemle durmuşlardır.

Akidlerin sağlıklı kurulabilmesi için gerekli hususlar üzerinde Hanefiler ile diğer mezhepler arasında teknik açıdan bazı görüş ayrılıkları bulunmakla birlikte, akdin, sıhhat ve işlerlik yönlerinden hukuken sağlıklı bir şekilde doğması için bir takım hususlara özen gösterilmesi gerektiği muhakkaktır.⁴⁰⁰ Bu hususlara tam olarak

³⁹⁸ Çınar, 2009:10-11.

³⁹⁹ Çınar, 2009:12-13.

⁴⁰⁰ Bardakoğlu, DİA, 1992:VI/14.

dikkat edilmesi tüketicilerin menfaatlerini korumakta ve zarara girmelerine engel olmaktadır.

Akidlerde yerine getirilmesi istenen hususlar, tüketicilerin daha baştan zararlardan korunmasını sağlamaktadır. Zira bu hususlardan gözetilen maksat, tüketicilerin aldanma riskini kaldırarak zarara girmelerini ve anlaşmazlıkları önlemek, akdi yapan tarafların menfaatlerini korumak, alış-verişte şüphe ve ihtimal bertaraf ederek⁴⁰¹ konu ile ilgili bilgisizlikten kaynaklanan çeşitli tehlikelerden tüketicinin uzak kalmasını sağlamaktadır.

Ayrıca yine akidlerin gerçekleşmesinde, tüketicinin istek ve davranışını olumsuz yönde etkileyen ikrah, hezl, gabn, galat, garar, cehalet, hile gibi iradeyi zayıflatan, tam rızayı ortadan kaldıran, aldanmaya ve yanlış yönlenece sebece olan bir takım kusurlar da bulunmaktadır. İslâm hukukçuları bu kusurlardan en çok zararı gören tüketicilerin korunabilmesi için içerisinde bu kusurlardan bulunan akidleri sahih kabul etmemişlerdir. Bu nedenle tüketicilerin zarara uğramamaları için akidleri geçersiz kılan ve bozan bu kusurlardan korunmalarının zorunlu olduğu açıktır.

2.3.4.1. Akdin Unsurları

Hukukun gayesi insanlar arasındaki ilişkileri düzenlemek, genel ve özel menfaatleri korumak, adaleti gerçekleştirmek ve anlaşmazlıkları önlemektir. Bu nedenle İslâm Hukuku diğer muamelelerde olduğu gibi mali muamelelerde de tarafların menfaatlerinin korunması ve işlemin hukuken geçerli olabilmesi için bulunması ve bulunmaması gereken şartları belirlemiştir. Aksi halde işlem hukuken geçerli olmayacaktır. Tüketicilerin korunabilmesi için de hukukun istediği bu hususlara uygun davranması gereklidir.

Akdi geçerli olması yani akdi kurulabilmesi için İslâm hukukçularının üzerinde ittifak ettiği unsurlar akdi tarafları, irade beyanı ve akdi konusudur.⁴⁰²

⁴⁰¹ Zühaylî, 1989:IV/354; Çeker, 1994:67; Döndüren, 1993:114.

⁴⁰² Karaman, 1991:II/259-260.

a) *Taraflar*, akdin birinci unsurudur. Akid asgari iki taraf gerektirir ve tarafların akdi yapmaya ehil bulunmaları şarttır. Akidde taraf olan şahısların akıllı, mümeyyiz, hukukî ehliyete sahip olmaları ve tarafların rızalarını zedeleyecek bozuklukların bulunmaması gereklidir. Yaş küçüklüğü, akıl hastalığı, akıl zayıflığı ve sarhoşluk gibi sebeplerle temyiz kudretinden mahrum olan kişilerin irade beyanları muteber değildir.⁴⁰³ Aksi halde herkesin irade beyanını kabul ederek tasarrufların geçerli kabul edilmesi ekonomik yönden toplumda karışıklıklara, piyasada düzensizliklere, şahıslar arasında geçimsizlik ve kavgalara sebep olabilir.

İnsan, tasarruf ehliyetine tam olarak sahip olduktan sonra her zaman için ehliyeti tam ve düzgün olarak devam etmeyebilir. İnsanın başına gelen akıl hastalığı, bunama, bayılma, uyku, sarhoşluk, sefihlik, ölüm hastalığı, borçluluk veya iflas⁴⁰⁴ gibi bazı durumlar nedeniyle ehliyet az veya çok zedelenebilir. Dolayısıyla insanın yaptığı tasarruflar o ölçüde geçersizlikle karşı karşıya kalabilir. Bu durumda da tüketicinin zarar görme ihtimali bulunduğundan tüketiciler akid yapmaya ehil olmayan kişilerle mali muamelelerden kaçınmalıdırlar.

b) *İrade beyanı*, akid için gerekli ikinci unsur olup icap ve kabul ile gerçekleşir. Kur'an-ı Kerim, akdin karşılıklı rıza temeline dayanmasını istemektedir.⁴⁰⁵ Ancak rıza psikolojik bir hal olduğu için bunun dışı vuran objektif bir alametine ihtiyaç vardır. İşte bu alamet de icap-kabul ile ifade edilen irade beyanıdır. Teferruatta ictihad farkları bulunmakla beraber, genellikle akid maksadını ifade eden her söz, yazı ve davranış irade beyanı olarak kabul edilebilmektedir.⁴⁰⁶ İrade akdi doğuran kuvvettir. Söz veya ifade iradenin tercümanıdır. O halde irade tam olarak ifade edilmelidir. İrade beyanında aranan temel özellik açıklık ve kesinliktir. Tarafların irade beyanları kesin bir biçimde ifade edilmiş değilse yahut irade beyanı kesin olmakla birlikte bununla hangi akdin kastedildiği açık değilse hukuk düzeni bu irade beyanlarını yok hükmünde tutmaktadır.

⁴⁰³ Karaman, DİA, 1989:II/253; Bardakoğlu, DİA, 1992:VI/14.

⁴⁰⁴ Zühaylî, 1989:IV/127-129; Karaman, 1991:I/249-252.

⁴⁰⁵ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا بِتَرَاضٍ مِنْكُمْ

⁴⁰⁶ Kâsânî, 1974:V/133; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/74; İbn Âbidîn, 1984:IV/5; Karaman, DİA, 1989:II/253.

İslâm hukukçuları akidlerin kuruluşunda açıklığı sağlamak, tereddüt ve ihtimali önlemek, gerek tarafların gerekse üçüncü şahısların haklarını korumak gibi gayelerle irade beyanının şekli konusunda objektif ölçüler geliştirmeye gayret etmişlerdir. Fakihlerin icab ve kabulde kullanılacak fiil sigaları üzerinde titizlikle durması da bu kesinliği sağlamaya yöneliktir.⁴⁰⁷

c) *Akdin konusu (mahal)*, akdin üçüncü unsurudur. Akdin konusu, üzerine akdin yapıldığı ve hükümlerin ve neticelerin görüldüğü şeydir. Bu, satılan şey gibi mali bir ayn olur veya kiralanın şeyin menfaati gibi bir menfaat veya işçi çalıştırmada olduğu gibi şahsın menfaati olabilir. Akde konu olan şeyin mevcut, teslimi mümkün, hukuken muteber, belirlenmiş (muayyen) ve bilinebilir, akde konu olmaya elverişli, satanın mülkiyet ve yetkisi dâhilinde olması gerekmektedir.⁴⁰⁸ Akdin konusu için gerekli şartlar, sonradan tarafların anlaşmazlığa düşmemeleri, birbirlerine düşman olmamaları, güzel geçinmeleri ve zarara girmemeleri için konulmuş şartlardır. Bu şartlara uyulduğu takdirde tüketici de zarardan korunmuş olacaktır.

2.3.4.2. Akdin Sıhhatinin Şartları

İslâm hukukçularına göre, akdin fasit olmaması için akid esnasında *ikrah, hezl, garar ve zarar, cehalet, gabn ve tağrir, galat, hile, haksız şart (fasid şart) ve faiz* gibi durumların bulunmaması gerekir.⁴⁰⁹ Akid esnasında bu durumların bulunması tüketicinin açıkça zarara uğramasına yol açacaktır ki tüketicinin korunması açısından akidde bu durumlardan uzak durulması son derece önemlidir.

a) *İkrah*, “bir başkasını cebren razı olmadığı bir işi yapmaya zorlamak”⁴¹⁰tır. İslâm vicdanlara baskı yapmayı ve insanları, istemedikleri bir şeyi yapmaya zorlamayı yasaklamış, ayet⁴¹¹ hadisler⁴¹², zorla yaptırılan tasarrufların muteber

⁴⁰⁷ Apaydın, DİA, 2000:XXII/390; Bardakoğlu, DİA, 1992:VI/15.

⁴⁰⁸ Zühaylî, 1989:IV/172-181; Bardakoğlu, DİA, 1992:VI/14-17; Çeker, 2006:69-74; Karaman, 1991:II/173-175

⁴⁰⁹ Senhûrî, 1998:IV/126; Çeker, 2006:100-106; Cin-Akgündüz, 1989:II/184; Apaydın, DİA, 1995:XII/417

⁴¹⁰ Mecelle, md. 948.

⁴¹¹ Bakara, 2/256, لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ; Nahl, 16/106. مَنْ كَفَرَ بِاللَّهِ مِنْ بَعْدِ إِيمَانِهِ إِلَّا مِنْ أَكْرَهٍ.

⁴¹² Buhârî, “Talak”, 11; İbn Mâce, “Talak”, 16-20. طَلَاقُ السُّكْرَانِ وَالْمُسْتَكْرَه لَيْسَ بِحَائِرٍ.

olmadığını ifade eden hüküm ve örnekler getirmiştir.⁴¹³ Akidlerde rıza esastır. Bu sebeple tüketicinin rızası dışında gerçekleşen ticari muameleleri sahih olmayıp tüketicinin menfaati açısından fesh olmaktadır.

b) Garar, “tehlike, risk, gerçekleşmesi halinde razı olunamayacağı zannedilen aldanma” demektir.⁴¹⁴ Garar; akdi, vucudu kesin olmayan, şüpheli ve ihtimalli bir unsura dayandırmaktır ki fakihler, garar satışının sahih olmadığı üzerinde ittifak etmişlerdir.⁴¹⁵

c) Cehalet, “bilmemek” anlamında olup “kendi dışında kalan durumlara ilişkin bilinmezliği” ifade etmektedir. Cehalet, satılan malın, cins, nevi veya miktar olarak bilinmemesi, satış bedelinin belirsiz olması, vadenin belirlenmemesi gibi konularda ortaya çıkmaktadır. İslâm Hukuku’nda hukukî işlemlerle, özellikle iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerde hukukî işlem konusunun biliniyor (malum) olması ve belirlenmiş (muayyen) bulunması esası üzerinde önemle durulmaktadır.⁴¹⁶ Özellikle Nisâ suresinin 29. ayeti, bilinmezlik ve belirsizlik özelliği taşıyan satış türlerini yasaklayan hadisler ve insanlar arasındaki çekişmeleri en aza indirme ilkesi İslâm hukukçularını bu konuda hassasiyet göstermeye yöneltmiştir. Hatta Mecelle hukukî tasarrufların geçerliliği için cehaletin bulunmaması ve malum olma şartının arandığı birçok hususu⁴¹⁷ kanunlaştırmıştır.

Ticari muamelelerde cehalet taraflar arasında niza, kavga ve kırınlıklara sebebiyet vermekte dolayısıyla da hak kaybına yol açmaktadır. İslâm akid nazariyesinde ise tarafların güzel geçimi devam ettirmeleri, anlaşmazlıklara sebebiyet verecek halleri önlemeleri önemli esaslardandır.⁴¹⁸ Bu esaslara göre, tüketiciler zarara uğramamak için içinde cehalet bulunan muamelelerde bulunmamalıdır.

⁴¹³ Karaman, 1991:II/149.

⁴¹⁴ Zühaylî, 1989:IV/435-437.

⁴¹⁵ Zühaylî, 1989:IV/438-440; Çeker, 2006:104; Dönmez, DİA, 1996:XIII/366.

⁴¹⁶ Dönmez, DİA, 1993:VII/221-222; Döndüren, 1993:125.

⁴¹⁷ Mecelle, md. 200, 213, 237, 238, 246, 248, 364, 449, 450, 451.

⁴¹⁸ Çeker, 2006:105.

d) *Gabn* aldanma, *tağrir* ise aldatma manasınadır.⁴¹⁹ İslâm fıkında iki taraflı akidlerde karşılıklar arasında değer yönünden farklılık ve denksizliği ifade eden *gabn* kelimesi, bir malı değerinin altında bir bedelle satma veya değerinden fazla bir bedelle satın alma ve bu şekilde aldanma manasında kullanılmaktadır. *Tağrir* de, çeşitli teşvik ve göz boyama vasıtalarını kullanarak eşyayı olduğundan başka türlü göstermeye çalışmaktır.⁴²⁰

İslâm hukukçularının büyük çoğunluğu, bir akidde meydana gelen aldanmanın belirlenmesinde akde ve bölgeye ait örf ve âdetin ölçü alınması gerektiği görüşündedirler. Mecelle ise aldanmanın ölçüsünü gayrimenkulde % 20, hayvanlarda %10, ticari mallarda %5 olarak⁴²¹ tespit etmiştir. Aldanma, karşı tarafın hile ve aldatmaları sonucu oluşursa İslâm hukukçuları bu akdin fasid olduğunda ve aldanmaya maruz kalan kimse tarafından feshedilebileceğinde⁴²² görüş birliği içerisindeydirler.⁴²³

e) *Galat*, kasıt unsuru olmaksızın maksatla irade beyanı arasında ortaya çıkan uyumsuzluk anlamında bir terim olan *galat*, İslâm Hukuku'nda “akdi yapan kişiye olmayanı varmış gibi tasavvur ettiren ve onu eğer bu tasavvur olmasaydı yapmayacak olduğu akdi yapmaya sevkeden yanlış tasavvur” şeklinde tarif edilmiştir. İslâm hukukçularının çoğunluğu, elmas olması şartıyla alınan bir yüzüğün cam veya kristal olduğunun ortaya çıkması gibi akdin tamamlanmasından sonra akdin gerçekleşen konusunun, üzerine akid yapılan konudan zat ve vasıf bakımından farklı olduğunun ortaya çıkması durumlarındaki hatalarda akdin geçersiz⁴²⁴ olduğunu kabul ederler.

f) *Hile*, hukukta, “tarafardan birinin diğerini hukukî bir muamelede bulunması için kasden hataya düşürerek aldatması”⁴²⁵ şeklinde tarif edilmektedir. İslâm Hukuku, hukukî ve ticari muamele sahasında, sözlü ve yalan beyan yoluyla yapılan

⁴¹⁹ Hammâd, 1996:99, 328.

⁴²⁰ Zühaylî, 1989:IV/221.

⁴²¹ Mecelle, md. 165.

⁴²² Mecelle, md. 357.

⁴²³ Bardakoğlu, DİA, 1996:XIII/268-273.

⁴²⁴ Mecelle, md. 208; Apaydın, DİA, 1996:XIII/297-299; Cin-Akgündüz, 1989:II/173.

⁴²⁵ Cin-Akgündüz, 1989:II/174.

hileler üzerinde önemle durarak insanların birbirlerine karşı tam manasıyla dürüst davranmalarını ve güvenmelerini istemiştir. Hz. Peygamberin “Bizi aldatan bizden değildir”⁴²⁶ emrinde olduğu gibi hiçbir aldatmaya izin vermemiş ve yalnızca yalan beyanı hıyanet ve hile olarak kabul etmiştir. Tüketicinin itimadına hıyanet sayılan en küçük ve yalan beyan, satıcının tüketicinin rızasına tesir edecek her türlü hususu açıklamaması hile olarak değerlendirilmekte ve bunun sonucunda aldanana tarafa hilenin zararından kurtulma imkânı sağlanmaktadır.⁴²⁷

g) *Hezl*, yani şaka ve ciddiyetsizlik çoğu İslâm hukukçusuna göre alışveriş, kira gibi feshedilmesi mümkün, mali ve sırf kul hakkı olan durumlara etki edip bu gibi tasarrufları geçersiz kılmaktadır.⁴²⁸ İslâm Hukuku insanların haklarını koruyup, iyiliklerini ve menfaatlerini gözetmiş olduğundan ciddiyetsiz kimsenin söz ve tasarruflarından kendisinin veya muhatabının zarar görmemesi için söz ve tasarruflarını kabul etmemiştir.⁴²⁹

h) *Haksız şart (Fâsid şart)*, akid ve hukukî işlemlerdeki bozukluk ve hükümsüzlük durumundaki fiil ve işlemler demektir. Akidlerde tek taraflı yarar sağlayan, yasak bir şeyi içeren, akdin muhteva ve amacına veya teamüle aykırı olan şartlar geçersizdir. Böyle bir şartın ileri sürülmesi durumunda taraflar akdi feshetmekle yükümlüdürler. Onlardan her biri tek başına akdi feshedebilir, bu hususta karşı tarafın rızasına veya mahkeme kararına gerek yoktur. Şayet taraflar akdi feshetmemekte ısrar ederlerse hâkim re’sen bu akdi iptal edebilir.⁴³⁰

İslâm bilginleri hukukî, sosyal ve iktisadi hayatın ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için, akdin muktezasından olup akid için gerekli şartları, insan ihtiyaçlarının gerektirdiği şartları, adet ve teâmül haline gelen şartları ve bir tarafa makul bir menfaat getiren şartları kabul etmektedirler.⁴³¹ İslâm Hukuku, bu şartların

⁴²⁶ Müslim, “İmân”, 164; İbn Mâce, “Ticâret”, 36; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50; Tirmizi, “Büyü”, 74; Ahmed b. Hanbel, II/50. النَّاسُ مِنْ غَشٍّ فَلَيْسَ مِنِّي.

⁴²⁷ Köse, DİA, 1998:XVIII/29; Karaman, 1991:II/143-144.

⁴²⁸ Apaydın, DİA, 1998:XVII/306-311; Uzunpostalcı, 1990:I/253-276; Çeker, 2006:36-38.

⁴²⁹ Uzunpostalcı, 1990:I/272-276.

⁴³⁰ Apaydın, DİA, 1995:XII/417-420.

⁴³¹ Bilmen, 1985:VI/23; Karaman, 1991:II/195-199.

dışında şartlar bulunan mali muameleleri geçerli saymayarak,⁴³² hem tüketicileri hem de üretici ve üçüncü şahısları koruyarak hukukî münasebetlerin devamlılık ve istikrarını sağlamaktadır.

i) *Faiz*, sözlükte, çok olan, taşan, geliri artan, ilâve, fayda, fazla ve çoğalan anlamlarına gelmektedir.⁴³³ İslâm faizi, gelir dağılımında yol açtığı haksızlık sebebiyle haram kılmıştır.⁴³⁴ Ancak bu haksızlık, yalnız faizi ödeyen açısından değil, alan açısından da söz konusu olabilir. Faizin temel vasfı, ister onu ödeyen, ister alan açısından olsun, ama mutlaka birisi aleyhine, kaçınılmaz bir haksızlığa sebep olmasıdır. Bu açıdan faizin olduğu yerde ondan ayrılmaz bir parça olarak mutlaka haksızlık ve zulüm vardır.⁴³⁵

Kur'ân'ın “mevcut faiz alacaklarınızı terk edin. Eğer tevbe edip vazgeçerseniz, ne haksızlık etmiş ne de haksızlığa uğramış olursunuz”⁴³⁶ ifadesinden anlaşıldığına göre faiz, ya zulmetmeye ya da zulme uğramaya sebeptir. Yani faiz muamelesinde taraflardan, alan veya veren, mutlaka birisi zâlim öbürü mazlum durumuna düşmektedir. İslâm ise tarafların birbirlerine zarar vermelerini yasaklamıştır. O halde İslâmiyet, faizi, müspet veya menfî taraflardan ne borçlu ne de alacaklı, hiçbirinin zarar görmemesi, insanların aldatılmalarının önlenmesi ve malların korunması⁴³⁷ için yasaklamıştır. Buna göre tüketici zarara uğramamak için faizli muamelelerden kaçınılmalıdır.

2.4. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASINDA KORUNMASI

Tüketicilerin korunmasında en önde gelen hususlardan biri hiç şüphesiz adil bir piyasa düzeni oluşturmaktır. Zira serbest rekabetin temin edilmediği, çarşı ve pazarların denetlenmediği, ölçü ve tartıların kontrolünün sağlanmadığı, tekelcilik ve

⁴³² Bilmen, 1985:VI/24.

⁴³³ İbn Manzûr, “fyd” md.; Asım Efendi, 1305:II/1290.

⁴³⁴ Bakara, 2/275. وَأَخْلَى اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.

⁴³⁵ Özsoy, 1993:5.

⁴³⁶ Bakara, 2/278-279. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِنَّ أَمْوَالَكُم مَّرْكُومَةٌ وَلا تُظْلَمُونَ

⁴³⁷ İbnü'l-Hümâm, 1316:V/279; İbn Âbidîn, 1984:XI/121; İbn Âşûr, 1996:144.

spekülasyonların önüne geçilemeyen bir piyasada tüketicilerin korunması mümkün değildir.

Hz. Peygamber Medinede öncelikle, adil bir piyasa düzeninin oluşturulmasını sağlama yoluna gitmiştir. Bu bağlamda serbest rekabetin oluşması ve ekonomik hayatın Yahudilerin kontrol ve baskısından kurtularak, Müslümanların hâkimiyetinde ve İslâm ahkâmının uygulanacağı bir piyasa oluşturarak tüketici ve tüccarların korunması için, daha sonra “Medine Pazarı” ismiyle anılacak ayrı bir pazar yeri kurdu muştur.⁴³⁸ Zira Hz. Peygamber Medine’ye geldiğinde, Medine pazarlarında genellikle müşrik veya Yahudi tacirler hüküm sürüyorlardı. Tabiatıyla bunların ticarî faaliyetleri de kendi dinî anlayışları ve cahiliye âdetlerine göre cereyan ediyordu. Hâlbuki İslâm bunlardan bir kısmını yasaklamakta ve yeni birtakım piyasa normları vaz' etmekteydi.⁴³⁹

2.4.1. Ölçü-Tartı Alet ve Birimlerinin Kontrolü

İslâm Hukuku’nun tüketicinin hak ve menfaatlerinin korunmasında önemle üzerinde durduğu konulardan biri ölçü-tartı ve kontrolüdür. Tüketici, satın aldığı malların belli kriterlerle ve tam olarak kendisine teslimini isteme hakkına sahiptir, vaki olan herhangi bir eksiklik, onun hukukuna tecavüz sayılır. Bu bakımdan İslâm tarihi boyunca bu konu üzerinde titizlikle durulmuştur.

Ticaretteki en önemli hususlardan birisi, “ölçü ve tartı” meselesidir. Kur’ân bu konuda; “Ölçüyü ve tartıyı eksik yapmayın”⁴⁴⁰, “Ölçüyü ve tartıyı adaletle tam yapın. İnsanların eşyalarını (mallarını ve haklarını) eksiltmeyin”⁴⁴¹, “Ölçüde ve tartıda hile yapanların vay hâline! Onlar insanlardan (bir şey) ölçüp aldıkları zaman, tam ölçerler. Fakat kendileri onlara bir şey ölçüp, yahut tartıp verdikleri zaman eksik

⁴³⁸ İbn Mâce, “Ticaret”, 40; Belâzurî, 1932:28. « لَيْسَ » هَذَا سُوقُكُمْ هَذَا لَكُمْ بِسُوقِي ». ثُمَّ دَهَبَ إِلَى سُوقٍ فَنظَرَ إِلَيْهِ فَقَالَ « لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوقِي ». ثُمَّ رَجَعَ إِلَى هَذَا السُّوقِ فَطَافَ فِيهِ ثُمَّ قَالَ « هَذَا سُوقُكُمْ فَلَا تُنْتَفِصَنَّ وَلَا يُضْرَبَنَّ عَلَيْهِ خِرَاجٌ »

⁴³⁹ Kallek, 1994:175.

⁴⁴⁰ Hûd, 11/84. وَلَا تَنْهَضُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ

⁴⁴¹ Hûd, 11/85. أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ.

ölçüp tartarlar”⁴⁴² ayetleriyle ölçü ve tartıların âdil olarak yapılması ve insanlara haksızlıkta bulunulmamasını emretmektedir. Kur'an'ın, “Doğru tartın”⁴⁴³ ve “Doğru terazilerle tartın”⁴⁴⁴ şeklindeki emirleri de ölçü ve tartı âletlerinin doğru olmasını öngörmektedir. Zira, “Hz. Peygamber Medine'ye geldiğinde ölçülerle ilgili sahtekârlıkta Medineliler'in üstüne yoktu. Bunun üzerine Allah Teâlâ “Veylün li'l-mutaffifîn”i indirince ölçüyü doğru yapmaya başladılar”⁴⁴⁵ hadisi ölçü ve tartıya neden bu kadar önem verildiğini açıkça beyan etmektedir.⁴⁴⁶

Çarşı ve pazara düzenleme ve denetim getiren bir peygamber olan Hz. Şuayb da yaptığı çarşı ve pazar düzenlemelerine uyulmasını istemiş ve Allah'tan aldığı buyruklar doğrultusunda halkına; her türlü ölçü ve tartıda eksiklik ve yanlışlık yapılmaması talimatını vermiştir. Bu arada o, ölçü ve tartı aletlerinin de düzgün ve ayarlı⁴⁴⁷ olacağını söylemiştir. Böylece tartı ve ölçü aletlerinin ayar ve denetimi öngörülmüş olmaktadır.⁴⁴⁸

Ticarette haksızlıkların önüne geçilmesi için Hz. Peygamber; “Sattığın zaman ölçerek sat, aldığın zaman da ölçerek al”⁴⁴⁹ “Yiyeceklerinizi ölçünüz ki sizin için bereketli olsun”,⁴⁵⁰ “Bir yiyecek satın alan onu ölçmeden satmasın”⁴⁵¹ şeklindeki ifadeleriyle alış verişlerde ölçü ve tartı kullanımını teşvik etmiştir. Alış verişlerin ölçülüp tartılarak yapılmasını emreden Resûlullah, kendi muamelelerinde ölçü ve

⁴⁴² Mutaffifin, 83/1-3. وَإِلَّا لِلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

⁴⁴³ İsrâ, 17/35. وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

⁴⁴⁴ Şuarâ, 26/182. وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

⁴⁴⁵ İbn Mâce, “Ticâret”, 35. لَمَّا قَدِمَ النَّبِيُّ -صلى الله عليه وسلم- الْمَدِينَةَ كَانُوا مِنْ أَخْبَثِ النَّاسِ كَيْلًا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ (وَإِلَّا لِلْمُطَفِّفِينَ)

فَأَحْسَنُوا الْكَيْلَ بَعْدَ ذَلِكَ

⁴⁴⁶ Kallek, 1994:189.

⁴⁴⁷ Şuarâ, 26/181-183. وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ

وَأَلَىٰ مَدِينٍ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ وَبِأَقْوَمِ قَوْمٍ أَوْفُوا

الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

⁴⁴⁸ Yeniçeri, 1996:132.

⁴⁴⁹ Buhârî, “Büyü”, 51. « إِذَا بَعْتَ فَكَيْلًا ، وَإِذَا ابْتَعْتَ فَكَيْلًا »

⁴⁵⁰ Buhârî, “Büyü”, 52; İbn Mâce, “Ticâret”, 39. « كَيْلُوا طَعَامَكُمْ بِيَارِكْ لَكُمْ فِيهِ »

⁴⁵¹ Buhârî, “Büyü”, 51, 54, 55; Müslim, “Büyü”, 29-32, 34-36, 39, 41; İbn Mâce, “Ticâret” 37; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 65; Nesâî, “Büyü”, 55, 56, 58, 83.

« إِذَا بَعْتَ فَكَيْلًا ، وَإِذَا ابْتَعْتَ فَكَيْلًا » « مَنِ ابْتِئَاعَ طَعَامًا فَلَا يَبِيعُهُ حَتَّىٰ يَسْتَوْفِيَهُ »

tartı kullanmayı ihmal etmemiştir. Keza alırken de satarken de müsamahalı davranmayı tavsiye eden Resûlullah, bu konuda da örnek davranışlar sergilemiştir.⁴⁵²

Alış verişleri ölçerek yapmayı, doğru ölçek ve tartılar kullanmayı, ölçüp tartarken namuslu davranmayı emreden Hz. Peygamber, piyasada mevcut olan birbirinden farklı ölçek ve tartılar arasında birliğin temini için bir standart belirlemeyi de ihmal etmeyerek şu talimatı vermiştir: "Ölçek Medine'nin ölçeği, tartı ise Mekke'nin tartısıdır."⁴⁵³ Yiyecek üretim ve ticaretiyle meşgul olan Medine halkının ölçü işlerinde; piyasada farklı ağırlıkta muhtelif dirhemlerin bulunması yanında, sikkeden başka her türlü altın ve gümüş eşyanın da para gibi kullanılması nedeniyle söz konusu madenleri tartarak ödeme yapan Mekke tüccarının ise tartı işlerinde uzmanlaştığı düşünüldüğünde bu seçimin isabetlilik derecesi daha iyi anlaşılır.⁴⁵⁴

Hulefâ-yı Râşidîn'in bu husustaki uygulamalarına gelince; bir defasında Hz. Ömer minbere çıkmış, ellerindeki müd ve kist adlı ölçekleri sallayarak bunlarda eksiklik yapanlara, yani ölçü ile tartılarda hileye sapanlara beddua etmiş,⁴⁵⁵ müdlerindeki eksiklik nedeniyle Yemenli tüccardan alış veriş yapılmasını menetmiş, bu yasağı çiğneyen bir kölesini de kamçısıyla döverek cezalandırmıştır.⁴⁵⁶ Bir rivayete göre de ölçü-tartıda sahtekârlık yaptıkları gerekçesiyle acemlerin Medine pazarlarında satış yapmalarını yasaklamış ve bunların ticaretten menedilmelerini sağlayacak zabıta (haris/hurres) görevlendirmiştir.⁴⁵⁷ Bu acemlerin Yemen'deki Ebnâlar (Arap-Fars melezleri) olması muhtemeldir.⁴⁵⁸

⁴⁵² Buhârî, "Büyü", 34; Müslim, "Musâkat", 109-115; İbn Mâce, "Ticâret", 34; Ebû Dâvûd, "Büyü", 7; Tirmizî, "Büyü", 66; Libâs, 12; Nesâî, "Büyü", 53-54. - بَعِيرًا بِوَيْتَيْنِ وَدِرْهَمٍ أَوْ دِرْهَمَيْنِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَلَمَّا قَدِمَ الْمَدِينَةَ أَمَرَنِي أَنْ آتِيَ الْمَسْجِدَ فَأُصَلِّيَ رُكْعَتَيْنِ وَوَزَنَ لِي تَمَنَ الْبَعِيرِ فَأَرْجَحَ لِي « يَا وَرَأُ زِنْ وَأَرْجَحْ

⁴⁵³ Ebû Dâvûd, "Büyü", 8; Nesâî, "Zekât", 4-1; "Büyü", 54. « الْوَزْنُ وَزْنُ أَهْلِ مَكَّةَ وَالْمَكِّيَّاتُ مَكِّيَّاتُ أَهْلِ الْمَدِينَةِ »

⁴⁵⁴ Kallek, 1994:190.

⁴⁵⁵ Ebû Ubeyd, 1981:231; Belâzurî, 1932:147.

⁴⁵⁶ İbn Şebbe, 1973:II/751.

⁴⁵⁷ İbn Rüşd el-Cedd, 1988:III/7; 1984:IX/363; Kettânî, 1990:II/ 258.

⁴⁵⁸ Kallek, 1994:190.

Hız. Osman da özellikle Medine pazarlarındaki ölçü-tartı âlet ve birimlerini denetlemesi için el-Hâris b. el-Hakem'i görevlendirmiştir.⁴⁵⁹ Hız. Ali'nin pazar denetimlerinde tüccara yönelttiği uyarılarda ölçü ve tartının doğru yapılmasını istediği⁴⁶⁰ ve satıcılara tartılarını ağır bastırmalarını tavsiye ettiği belirtilmiştir.⁴⁶¹ Ayrıca Mısır valiliğine tayin ettiği Eşter'e verdiği talimat arasında alış verişlerin doğru ölçü ve tartılarla yapılmasına dikkat etmesi kaydı bulunmaktadır.⁴⁶² Saîd b. Müseyyib'in "ölçü ve tartılara riayet edilen bir yere gelindiğinde orada uzun zaman kalınabileceği, ölçü ve tartıların noksan bırakıldığı yerlerde ise uzun zaman kalmamak gerektiği tavsiyesinde bulunduğu da İmam Mâlik tarafından nakledilmektedir.⁴⁶³

Resûlullah ile Hulefâ-yı Râşidîn'in direktif ve uygulamalarından ölçü-tartı meselesine ciddiyetle eğildiği açıkça görülmektedir. Zira fiyatlarla miktar arasında pozitif bir ilişki vardır. Doğrudan doğruya bir malın fiyatı ile oynayamayanlar, ölçü ve tartıda hile yaparak miktarı ile oynayıp dolaylı yoldan birim fiyatını artırırlar. Bu da tüketicinin zarara uğramasına yol açmaktadır. Tüketici, hangi bedeli hangi kalitedeki, kaç birim mala ödediğinden emin olmalıdır.⁴⁶⁴ Haksız kazanç ve haksız rekabete imkân vererek tüketicinin zarara uğratılmasına zemin hazırlayan ölçü-tartı sahtekârlığının önüne geçmek de yetkili idarenin başlıca görevlerindedir.⁴⁶⁵

Osmanlı Dönemi İhtisab Kanunları muhtesibe ölçü ve tartıların kontrol edilmesi, ayarlanmış âletlerin kullanılması, hile yapılmasına engel olunması ve eksik ölçüp tartanlara ve eksik dirhem kullananlara çeşitli mâli cezalar verilmesi görevini yüklemiştir.⁴⁶⁶ Osmanlı Dönemi Şer'iyeye Sicilleri, yapılan kontroller sırasında gramaj eksikliği tespit edilen mallara ve sahiplerine ilişkin olarak tutulmuş kayıtları da ihtiva etmektedir.⁴⁶⁷

⁴⁵⁹ Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:III/82, 91; Kallek, 1994:191.

⁴⁶⁰ İbn Sa'd, t.y.:III/28; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:II/367-368; III/212-212; İbn Manzûr, 1987:XVIII/61.

⁴⁶¹ Serahsî, 1983:XXX/248.

⁴⁶² Şerîf er-Radî, 1387:438; Nuveyrî, 1975:VI/27.

⁴⁶³ Süyûtî, t.y.:519.

⁴⁶⁴ Yeniçeri, 1980:386.

⁴⁶⁵ Kallek, 1994:191.

⁴⁶⁶ Mâverdî, 1994a:219.

⁴⁶⁷ Şer'iyeye Sicilleri, II/177-178.

Osmanlı İhtisab Kanunnâmelerinde, ölçü-tartı kontrollerinden kadı'nın sorumlu olduğu, onun marifetiyle görevin ifasının muhtesibe verildiği belirtilerek ondan bütün esnaf ve sanatkâr ile yenilecek, içilecek, giyilecek eşya ve hubûbâtın muhtesib tarafından denetlenip, ölçü tartı âletlerinin kullanımının gözlenerek, âletlerin damgalı olması, kıyyelerinin farklı olmaması, gerek ölçü-tartı âletlerinde gerekse ölçülüp tartılan eşyada bir eksiklik bulunmaması, terazi gözlerinin denkliliğinin sağlanması istenmekte ve kanuna aykırı iş yapanların cezalandırılması gereğine değinilmektedir. Cezanın bazı maddelerde akçe alınmak şeklinde mâlî ceza olabileceği gibi, önceden belirtilmemiş, duruma uygun başka bir tazir cezasının da⁴⁶⁸ mümkün olabileceği belirtilmektedir.

Ölçme ve tartmanın doğruluğu ve güvenilirliği ölçü ve tartı aletlerinin ayarlanması (kalibre edilmesi) ve doğru kullanımıyla yakından ilgilidir. Bu da her yer ve zamanda standart ölçü ve tartıların bulunmasını, ayarlanmasını ve kontrol edilmesini gerekli kılar. Ülkemizdeki uygulamada 1285/1869 tarihli Meşâhât Evzan ve Ekyâli Cedîde'ye dair kanun çıkarılarak belediye görevlilerince kontrollerin yapılarak alıcı ve satıcıların hukukunun korunması ve piyasa düzeninin sağlanmasına çalışılmıştır. 1931 tarihinde 1782 sayılı Ölçüler ve Tartılar Bürosuna üye olan ülkemizde, bugün metroloji çalışmaları Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde kurulmuş bulunan Ölçüler Kanunu 23. md. gereğince Uluslararası Ölçüler ve Kalite Kontrol Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir.⁴⁶⁹

2.4.2. Serbest Rekabetin Temini ve Haksız Rekabetin Önlenmesi

İslâm'da iktisadi faaliyette bulunmak yani her teşebbüs, bir hak olarak tanınmış, hatta teşvik ve yerine göre emredilmiştir.⁴⁷⁰

Kur'an'ın "Ey iman edenler! Mallarınızı aranızda batıl yollarla yemeyin. Ancak karşılıklı rıza ile yapılan ticaretle olursa başka"⁴⁷¹ ayetinde olduğu gibi her türlü akid

⁴⁶⁸ Ergin, 1995: I/378-401.

⁴⁶⁹ Uysal, 1992: 4-7.

⁴⁷⁰ Akşit, 2004: 21.

⁴⁷¹ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

ve sözleşmelerde bir yandan “hukukîlik” öngörülürken öte yandan bunlarda “karşılıklı rıza” ilkesine uyum öngörülmüştür. Bunlardan “karşılıklı rıza” ilkesi serbest piyasayı öngörmüş olmaktadır. Hz. Peygamber'in uygulamalarında da serbest piyasanın esas alındığı fakat başıboş bir piyasaya da izin verilmediği açıkça görülebilmektedir.⁴⁷²

Hz. Peygamber'in, “Hiç bir şehirli hiç bir köylü adına satış yapmasın. İnsanları alış-verişlerinde serbest bırakın. Allah insanları birbirlerinden rızıklandırır”⁴⁷³ hadisi İslâm'da serbest rekabet hakkının varlığını ve gerekliliğini belirtmektedir. Buna göre, İslâm'da serbest rekabet esası cârî olup, ekonominin tabîî seyrine bırakılması ve devletin tabîî seyrini sürdüren iktisadî yapıya müdahale etmemesi esastır.⁴⁷⁴

Ayrıca, “kimseye zarar verilmeyeceği ve iyi niyetle davranılacağı esaslarına aykırı, zarar verici hareketlerle iktisadi faaliyetler serbestisinin suistimali”⁴⁷⁵ şeklinde tanımlayabileceğimiz haksız rekabet, tüketicilerin zarara uğramasına neden olduğundan İslâm'da men edilmiştir. Bu hükümden açıkça anlaşılan odur ki iktisadî faaliyet hürriyeti ve rekabet hakkı kullanılırken başkasına zarar vermek yasak olduğu gibi, zarara zararlı mukabelede bulunmak da yasaktır. Zarar ve zarara zararlı mukabele yasaklanınca, zararın devletin ilgili kurumları tarafından meşru bir yolla giderilmesi kaçınılmaz olur. Şu halde haksız rekabeti engelleyecek tedbirleri almak, vukuunda izâle etmek ve icab-ı halinde gerekli cezaları vermek devletin ilgili kurumlarının sorumluluğunda olmaktadır.⁴⁷⁶

Haksız rekabet, rekabet hakkının kötüye kullanılması, yani bir kötülüktür. İslâm'da ise kötülükler yasaklanmıştır. Haksız rekabet, başkasına zarar vermektir. İslâm'da başkasına zarar vermek yasaktır. Bu zararın meşru ölçülerde ortadan kaldırılması gereklidir. Bu sebeple haksız rekabete meydan vermeyecek tedbirleri almak, devam etmekteyse onu kaldırmak ve iktisadi faaliyetin normal seyrini

⁴⁷² Yeniçeri, 1996:131.

⁴⁷³ Buhârî, “Buyu”, 69-71; Müslim, “Büyü”, 20; İbn Mâce, “Ticâret”, 15; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 45; Tirmîzî, “Büyü”, 13; Nesâî, “Büyü”, 17. « لَا يَبِيعُ خَاضِرٌ لِيَأِدَّ دَعْوَا النَّاسِ يَرْزُقُ اللَّهُ بَعْضَهُمْ مِنْ بَعْضٍ »

⁴⁷⁴ Akşit, 2004:26; Kallek, 1994:185.

⁴⁷⁵ Akşit, 2004:32.

⁴⁷⁶ Akşit, 2004:30; Kallek, 1994:186.

sağlamak gerekir. Ayrıca haklar kullanılırken, borçlar eda edilirken iyi niyetle hareket edilmesi bir zorunluluktur. Bu açıdan ticaret yapmak, iktisadi faaliyette bulunma serbestisi varsa da bu, iyi niyetli olması ve karşılıklı rızanın bulunması şartına bağlıdır.⁴⁷⁷ İktisadi faaliyette iyi niyet hudutları aşılsa, Kur'an emrine⁴⁷⁸ aykırı hareket edilmiş olur ve bu haksız rekabete neden olur.

İslâm Hukuku açısından, ticari sahadaki kötüleme, hakikate aykırı malumat verme, aldatıcı reklam, sırrı ifşa, satıcıları pazara girmeden karşılama, müşteri kızıştırma, pazarlık üstüne pazarlık yapma, şehirlinin köylü adına satış yapması, gerçeğe aykırı belge vermesi, iş hayatı şartlarına uymama haksız rekabet sayılmış ve yasaklanmıştır.⁴⁷⁹

Hz. Peygamber döneminde haksız rekabet sayılabilecek karaborsacılık, kabz'dan önce satış, kalite kontrol, ölçü ve tartılar gibi bazı hususlarla mücadele edildiği görülmektedir.⁴⁸⁰

İslâm Hukuku, Hz. Peygamber'in Medine'de bir pazar yeri kurdurması ile başlayan süreçte iktisadî hayatta tekelleşmelere, piyasaya tahakküm etmeye karşı çıkmış, pazardan kimse için önceden boş yer ayrılmasını, erken gelenin istediği yere yerleşmesini, gümrük vergisi alınmamasını,⁴⁸¹ normal koşullarda piyasa fiyatlarına müdahale edilmemesini istemesi ve karaborsacılığı, fiyat kızıştırmayı, dışarıdan mal getirenleri pazara ulaşmadan karşılamayı, sonuçlanmamış alım-satım ve pazarlıklara müdahale etmeyi, şehirlinin köylü adına satış yapmasını yasaklamış olması gibi önlemlerle serbest pazar ekonomisini hedeflemiştir.⁴⁸²

Nitekim, Hz. Ali Mısır Valisine gönderdiği mektubunda, alım-satımlara tahakküm edenlere fırsat verilmemesini ister,⁴⁸³ İbn Kayyim el-Cevziyye de

⁴⁷⁷ Akşit, 2004:28-31.

⁴⁷⁸ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

⁴⁷⁹ Akşit, 2004:32-44.

⁴⁸⁰ Kallek, 1994:187.

⁴⁸¹ Hamidullah, 1990:I/114; II/1074; Köksal, 1981:I/195; Akyüz, 1996:I/56, 57.

⁴⁸² Yeniçeri, 1996:131-134.

⁴⁸³ Şerif er-Râdî, 1387:637-640.

tekelleşmelere engel olmanın hisbe görevleri arasında olduğuna değinir.⁴⁸⁴ Böylece, haksız rekabetin olmadığı, tekellerin bulunmadığı bir piyasanın tüketicilerin yararına olacağı anlaşılmaktadır.

Osmanlı İktisat Sisteminin eski Anadolu uygarlıkları, Türkistan tecrübesi ve İslâm ekonomisinden beslendiğini kaydeden Tabakoğlu, sistemin oluşmasında ilkeler ve kurumlar açısından İslâm ekonomisi ile İslâm devletlerinin katkısının önemine işaret eder. Üretici ve tüketiciyi birlikte korumayı amaçlayan uygulamaların gerçekleştirildiğine değinerek, üretim miktarının, kalitesinin ve standartlara uygunluğunun denetim altında tutulduğunu, ülkede mal bolluğunu esas alan ticari serbestinin geleneksel olarak ilke edinildiğini, ancak, tekelci eğilimlerin önlenerek tüketiciyi koruyacak denetimlerin işletildiğini ifade eder. Yine Osmanlı ekonomisinde bir yandan, tam rekabet şartları gerçekleştirilirken; diğer yandan da rekabetin rekabeti öldürmesinin önlenmesi için etkili piyasa denetimi, ihtikâr ve tekelci eğilimlerle mücadele, fiyat istikrarının sağlanmasının sosyal refah için gerekliliği gözardı edilmeyip üretim, dağıtım ve tüketimin makro düzeyde planlandığını ifade eder. Tahsis sistemi ile tekelciliğin önlenip, araçların ortadan kaldırılıp, malların en kısa yoldan tüketicilere intikal etmesi sağlanmaya çalışılırken mal arzında miktar kadar kalite ve standartlara uygunluk üzerinde de durulduğunun⁴⁸⁵ nakledilmesi kayda değerdir.

Tüketicinin korunması açısından haksız rekabetin önlenmesi zorunludur. Zira, üretici, satıcı ve sağlayıcıların kapasite ve güçleri farklı farklı olup aralarında gizli anlaşmalar bulunmaktadır. Ayrıca ticari birimlerin her birinin temsil edilebilirliği gibi bir hal mümkün olmamaktadır. Her üretici kendi ürününün diğerlerinde ayırt edilmesi için uğraşır. Bunu bazen ilan, reklam ve ambalajlama şekli ile yapmaktadır. Üretime katılmak ve ayrılmak serbest değildir. Çünkü anlaşmalar, birleşmeler, spekülasyonlar, korumalar, özel imtiyazlar gibi bir dizi farklı nedenler rol oynamaktadır. Ya da örtülü veya açık birliktelikler görülmektedir. Yer değiştirme açısından da üretim faktörleri tamamen serbest değildir. Diğer taraftan, piyasa

⁴⁸⁴ İbn Kayyım, 1961:288-289.

⁴⁸⁵ Tabakoğlu, 1999:III/17, 18, 20.

denildiği gibi şeffaf değildir. Kimi insanlar piyasanın şartlarını bilmezken kimi de piyasaya hakim olup piyasa ile oynar. Şayialar yayarak veya arz, talep ve fiyat üçlüsüne müdahale ederek piyasaya hakimiyetini göstermektedirler.⁴⁸⁶

Tüm bu zorlukların aşılması tüketicilerin korunmasının tam olarak sağlanabilmesi ve haksız rekabetin önlenerek serbest rekabetin temini için piyasanın öncelikle şu özellikleri taşıması gereklidir. İlk, arz ve talebi oluşturan güçler sayıca çok, hacim bakımından küçük olmalıdır. Böylece herhangi biri, gerçekte mal miktarları ve fiyatları üzerinde bir etki bırakamayacaktır. İkinci olarak, tüm ticari birimler temsil edilmeli ve piyasaya tek satıcı hakim olmamalıdır. Aksi halde ihtikâr ortaya çıkabilmektedir. Üçüncü olarak, üretim alanına giriş ve çıkışlar serbest olmalı, herhangi bir ürün, anlaşma veya koruma ile bazı üreticilerin elinde kalıcı olmamalıdır. Dördüncü olarak, değişik iktisadi piyasalar arasında üretim faktörlerinin hiçbir engel olmadan serbestçe dolaşabilmelidir. Serbest dolaşım üreticinin ilgi duyduğu piyasada istediği kâr elde etmek üzere yerleşmesi için gereklidir. Son olarak da, piyasa şeffaf olmalı, örtülü ve gizli işlememelidir.⁴⁸⁷

2.4.3. Çarşı ve Pazarların Denetlenmesi

Tüketicilerin korunmasında, çarşı ve pazarların denetlenmesi çok önemli bir yer tutmaktadır. İslâm tarihinde bunun sayısız örneklerini bulmak mümkündür. Çarşı ve pazar düzenlenmez ve buralara belli bir ahlaki ve hukukî kurallar yerleştirilmezse bu piyasada pek çok insanın mağdur olması kaçınılmaz olur. Bu sebeple iktisadi hayat ve bunun en çok yansıdığı çarşı ve pazarlar da idari ve hukukî düzenlemelere tabi tutulması gerekmektedir.

Hz. Peygamber döneminde, Medinede serbest rekabetin oluşması ve ekonomik hayatın Medine'deki Yahudilerin kontrol ve baskısından kurtularak tüketicinin

⁴⁸⁶ Mısıri, 1993:65.

⁴⁸⁷ Mısıri, 1993:64.

korunması anlamında ayrı bir pazar yeri kurulmuş,⁴⁸⁸ koyduğu iktisadî hükümlerin tatbikini yerinde denetlemek için Hz. Peygamber sık sık pazar kontrollerine çıkmış ve gayri meşru davranışlarda bulunanlara anında müdahale ederek gerekli uyarı ve açıklamalarda bulunmuştur.⁴⁸⁹

Hz. Peygamber çarşı pazar denetimlerinin birisinde: “bir buğday satıcısının yanına geldi ve elini buğday yığınının içine daldırduğunda bir ıslaklık hissetti. Durumu sorduğunda, satıcı, yağmurdan ıslandığını söyledi. Bunun üzerine, Resûlullah, insanların görmesi için alt kısmını niçin üste getirmediyini sordu ve “bizi aldatan bizden değildir,” buyurdu.”⁴⁹⁰ Hemen bütün kaynaklarda yer alan bu meşhur hadis Hz. Peygamber'in fiilî denetimlerinin en bariz misalidir. Bir başka seferinde, simsarlara uğrayan Resûlullah, onlara daha güzel bir isimle hitap ederek “Ey tüccar topluluğu! Alış verişler esnasında çokça yemin ve boş laf edilir, bunun için sadakaya sarılınz”⁴⁹¹ diye nasihatte bulundu. Yine bir defasında, Şam'dan gelirken yanında ticaret maksadıyla bir tulum içki getiren şarap taciri Keysân'ı: “Ey Keysân! Senin arkandan içki haram kılındı” şeklinde ikaz etti. Bunun üzerine, Keysân, içki tulumunun yanına giderek ayağıyla vurup döktü.⁴⁹² Tüm bu hadisler Hz. Peygamber'in çarşı ve pazarlardaki denetimleri esnasında her meslek ehline kendi işiyle ilgili emir ve direktifler verip gerekli uyarılarda bulunduğunu göstermektedir.⁴⁹³

⁴⁸⁸ İbn Mâce, “Ticaret”, 40; Belâzurî, 2002:19. « لَيْسَ هَذَا » « لَيْسَ هَذَا إِلَى سُوْقِ النَّبِيِّ فَتَنْظَرُ إِلَيْهِ فَقَالَ » « لَيْسَ هَذَا » « لَيْسَ هَذَا إِلَى سُوْقِ النَّبِيِّ فَتَنْظَرُ إِلَيْهِ فَقَالَ » « لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوْقٍ ». ثُمَّ رَجَعَ إِلَى هَذَا السُّوقِ فَطَافَ فِيهِ ثُمَّ قَالَ « هَذَا سُوْقُكُمْ فَلَا يُنْتَفَصَنَّ وَلَا يُضْرَبَنَّ عَلَيْهِ خِرَاجٌ »

⁴⁸⁹ İbnü'l-Uhuvve, 1937:36.

⁴⁹⁰ Müslim, “İmân”, 164; İbn Mâce, “Ticaret”, 36; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50; Tirmizi, “Büyü”, 72; Ahmed b. Hanbel, II/50. « مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ». قَالَ « أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مِنْ عَشْنِ فَلَيْحِنَ مِنِّي »

⁴⁹¹ İbn Mâce, “Ticaret”, 3; Tirmîzî, “Büyü”, 4; Ahmed b. Hanbel, III/428, 444. « يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ إِنَّ الْبَيْعَ يَحْضُرُهُ الْخَلِيفُ وَاللَّعْنُ فُشُوْهُوَ بِالصَّدَقَةِ »

⁴⁹² Ahmed b. Hanbel, IV/335-336. كان يتحر بالخمير في زمن النبي صلى الله عليه وسلم وإنه أقبل من الشام ومعه خمر في الزقاق يريد بما كان يتجره فأتى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال يا رسول الله اني جئتك بشراب جيد فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم يا كيسان انما قد حرمت بعدك قال أفأبيعها يا رسول الله فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم انما قد حرمت وحرمت ثمنها فانطلق كيسان إلى الزقاق فأخذ بالرجلها ثم اهرقه

⁴⁹³ Kallek, 1994:162.

Hulefâ-yı Râşidîn de Hz. Peygamber gibi çarşı ve pazarları bizzat denetler, her meslek ehline kendi işiyle ilgili emir ve direktifler verip gerekli uyarılarda bulunurlardı. Ayrıca zaman zaman ekonomik durumla ilgili kamuoyu yoklamaları yapar, kendilerine yöneltilen sözlü ya da yazılı şikâyet ve müracaatları değerlendirir, sorulan soruları cevaplandırırldı.⁴⁹⁴

Hz. Ömer pazarları düzenli olarak denetler, tüccara gerekli uyarılarda bulunur ve yanlış yapanları cezalandırır,⁴⁹⁵ Kur'ân'dan âyetler okuyarak alıcı ve satıcıları ikaz eder, çeşitli anlaşmazlıkları hükme bağlardı.⁴⁹⁶ Hatta mûtat denetimleri esnasında özellikle acemler olmak üzere tüccara: “Bizim pazarlarımızda ilgili hükümleri bilmeyenler ticaret yapamaz”⁴⁹⁷ şeklinde uyarılarda bulunmaktadır. Yine denetimlerinden birinde tüccarın karaborsacılığa yeltendiğini görünce şu uyarıda bulunur: "Bizim pazarımızda asla karaborsacılık yapılamaz. Bazıları ellerindeki fazla sermayeyi bizim bölgemize gelmiş rızk-ı ilâhîye yatırarak karaborsacılık yapmaya yeltenmesinler..."⁴⁹⁸ Hz. Ömer, Abdurrahman b. Avf ile birlikte, Medine'ye gelip Musalla mevkiine inen bir ticaret kafilesininin civarında herhangi bir hırsızlık ihtimaline karşı sabaha kadar nöbet tutmuş⁴⁹⁹ ve her Cumartesi günü Medine'nin kenar semtlerini teftişe çıkarak, kölelerin kapasitelerinden daha ağır işlerde çalıştırıldıklarını tespit ederse derhal engel olurdu.⁵⁰⁰

Hz. Osman'ın fiilî denetimler dışında özellikle Cuma namazı vesilesiyle toplanan büyük kalabalıklara da çeşitli uyarılarda bulunduğu, bir hutbesinde de: "Küçük çocukları kazanç sağlamaya zorlamayın. Eğer o bulamazsa hırsızlık yapar. Sanat sahibi olmayan cariyeleri de kazanca zorlamayın. Eğer onları kazanca

⁴⁹⁴ Kallek, 1994:163.

⁴⁹⁵ İbn Sa'd, t.y.:III/330; İbnü'l-Cevzî, 1987:156.

⁴⁹⁶ Taberî, 2007:IV/213.

⁴⁹⁷ Tirmizî, Vitir, 21; Gazzâlî, 1974:II/171; İbnü'l-Uhuvve, 1937:131. لا يبيع في سوقنا إلا من [قد] تفقه في الدين.

⁴⁹⁸ Mâlik, “Büyû”, 56; Abdurrezzâk, 1983:VIII/206; İbn Şebbe, 1973:II/749; Beyhakî, 1992:VI/30; İbnü'l-Uhuvve, 1937:66. أَدَّ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ قَالَ لَا حُكْرَةَ فِي سَوْقِنَا لَا يَتَعَمَّدُ رَجَالٌ بِأَيْدِيهِمْ فُضُولٌ مِنْ أَذْهَابٍ إِلَى رِزْقٍ مِنْ رِزْقِ اللَّهِ نَزَلَ بِسَاحَتِنَا فَيَحْكِرُونَ عَلَيْنَا

⁴⁹⁹ İbn Sa'd, t.y.:III/301; Taberî, 2007:IV/205; İbnü'l-Cevzî, 1987:68; İbnü'l-Esîr, 1992:III/57; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:II/389; İbn Manzûr, 1987:XIX/15; İbn Kesîr, 1932:VII/135.

⁵⁰⁰ Mâlik, “İsti'zân”, 41; İbn Ebû Şeybe, 1995:IV/474; Gazzâlî, 1974:II/279. أَدَّ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ كَانَ يَذْهَبُ إِلَى الْعَوَالِي كُلِّ يَوْمٍ سَبْتٍ فَإِذَا وَجَدَ عَبْدًا فِي عَمَلٍ لَا يُطِيقُهُ وَضَعَ عَنْهُ مِنْهُ

zorlarsanız zina yaparak kazanmaya mecbur olurlar⁵⁰¹ talimatını verdiği belirtilmektedir.⁵⁰²

Hız. Ali'nin de elinde bir kamçı olduğu halde mutad aralıklarla pazar denetimlerine çıktığı, tüccara gerekli uyarılarda bulunduğu,⁵⁰³ çarşı-pazarda dolaşıp, yolunu şaşırana rehberlik ettiği⁵⁰⁴ ve çıktığı denetimlerden birinde deve pazarına girerek satıcılara "Ey tüccar topluluğu! Yalan yere yemin etmekten sakının. Zira o malın sürümünü arttırır ama bereketi giderir" şeklinde hitap etti. Sonra hurma çarşısına gitti. Hurmacılara seslenerek ayrı ayrı sepetlerdeki farklı cinsten hurmaları birbirine karıştırmamalarını söyledi. Bu arada bir cariye'nin ağladığını görüp sebebini sorunca efendisi için hurma satın aldığını ancak beğenmeyip geri gönderdiğini, hurmacının ise buna yanaşmadığını öğrendi. Satıcıya cariye'nin parasını geri vermesini emrettikten sonra "Ey tüccar topluluğu! Allah'tan korkun ve alışverişinizde iyilikle muamele edin ki Allah sizi de bizi de affetsin" dedi. Sonra balıkhaneye geçerek bayatlamış balıkları satmamalarını emretti. Ardından manifaturacılar çarşısına yöneldiği⁵⁰⁵ nakledilmektedir.⁵⁰⁶

Çarşı ve pazarların denetlenmesi için Hız. Peygamber tarafından Saîd b. el-Âs Mekke pazarında,⁵⁰⁷ Abdullah b. Saîd b. Usayha b. el-Âs,⁵⁰⁸ Ömer b. el-Hattâb⁵⁰⁹ ile Semra bintu Nuheyki'l-Esediyye ve Şifa bintu Abdullah⁵¹⁰ gibi kadınlarında Medine pazarlarında resmi görevliler olarak görevlendirildiği belirtilmektedir. Bu denetçilerin elinde bir kırbaç taşıyıp, onunla hak edeni cezalandırdığı,⁵¹¹ Semra'nın

⁵⁰¹ Mâlik, "İsti'zân", 42; Beyhakî, 1992:VIII/9. عُمَانُ بْنُ عَمَّانَ وَهُوَ يَخْطُبُ وَهُوَ يَقُولُ لَا تُكَلِّفُوا الْأُمَّةَ غَيْرَ دَاتِ الصَّنْعَةِ الْكَسْبَ. فَإِنَّكُمْ مَعِيَ كَلَّفْتُمُوهَا ذَلِكَ كَسَبَتْ بِفَرْجِهَا وَلَا تُكَلِّفُوا الصَّرِيحَ الْكَسْبَ فَإِنَّهُ إِذَا لَمْ يَجِدْ سَرَقَ وَعَمُوا إِذْ أَعَفَّكُمْ اللَّهُ وَعَلَيْكُمْ مِنَ الْمَطَاعِمِ بِمَا طَابَ مِنْهَا

⁵⁰² Kallek, 1994:166.

⁵⁰³ İbn Sa'd, t.y.:III/28; İbn Abdilber, 1328:III/48-49; Gazzâlî, 1975:II/210; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:II/367-368; III/2,12-212; İbn Manzûr, 1987:XVIII/61.

⁵⁰⁴ Ahmed b. Hanbel, I/345-346; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:III/218; İbn Kesîr, 1932:VIII/5.

⁵⁰⁵ İbn Sa'd, t.y.:III/28; İbn Ebû Şeybe, 1995:IV/515; V/8; İbn Abdilber, 1328:III/48; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:III/218, 220; İbn Manzûr, 1987:XVIII/61; Kettânî, 1990:II/48.

⁵⁰⁶ Kallek, 1994:166-167.

⁵⁰⁷ İbn Abdilber, 1328:II/8; İbn Hacer el-Askalânî, 1328:II/47; Kettânî, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/959.

⁵⁰⁸ İbnü'l-Uhuvve, 1937:36.

⁵⁰⁹ Kettânî, 1990:II/45; Hamidullah, 1990:II/959.

⁵¹⁰ İbn Abdilber, 1328:IV/335; Kettânî, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/935, 959.

⁵¹¹ Kettânî, 1990:II/44-45.

da çarşı pazar dolaşıp denetlediği aksi davranışta bulunanları elinde taşıdığı bir kamçı ile menettiği⁵¹² bildirilmektedir.⁵¹³ Pazarlarda kadın denetleyicilerin dahi görevlendirilmiş olması, hiç şüphesiz buralara kadınların da ürettikleri malları satmak üzere gelmeleri gerçeğine dayanmaktaydı.⁵¹⁴

Özellikle vazifeli resmî devlet memurları yanında, valiler de, görev alanları içinde kalan çarşı ve pazarları denetlemekten sorumlu idiler. Resûlullah ve Hulefâ-yı Râşidîn'in, tayin ettikleri valilere/emirlere verdikleri birtakım talimatlar, onlarla yaptıkları bazı yazışmalar bu idarecilerin çarşı ve pazarları denetlemekle sorumlu olduklarını göstermektedir.⁵¹⁵

Osmanlılar'da da tüketicinin korunması amacıyla pazarlama faaliyetleri oldukça etkin bir biçimde denetlenmiştir. İstanbul esnafının uyması gereken nizamlar, İstanbul Kadılığı tarafından tespit edildikten sonra, Esnaf Kethüdarı vasıtasıyla “tenbih” adı altında esnafa tebliğ edilirdi. Zaman zaman bu tenbih’ler tazelenir ve esnafın bu tenbih’lere ve nizama uyup uymadıkları, İstanbul Kadısı adına Ayak Naibi tarafından teftiş edilirdi. Esnaf nizamlarının birer suretleri de şehrin diğer üç kadılığı olan Eyüp, Galata ve Üsküdar kadıları tarafından kendi bölgelerindeki esnafa bildirilirdi.⁵¹⁶

Önceki dönemlerden beri İslâm toplumlarında, hisbe teşkilatı, Ahilik kurumu ve daha sonra lonca adıyla anılacak esnaf teşkilatı gibi esnaf örgütleri, pazar denetimi yaparak tüketiciyi koruma işlevi görmüşlerdir. Osmanlılarda çok yaygın olan esnaf örgütlerinin tüketicinin korunması açısından önemli işlevi, öz-denetim sistemi kurarak başarıyla yürütmeleri olmuştur.⁵¹⁷

Osmanlılar zamanında zanaatkâr ve esnaf kendi mesleki teşekkülleri tarafından konulan çalışma ilkelerine uymaya gayret etmişse de, bunların arasından meslek ahlakına ve çalışma ilkelerine uymayanlar zaman zaman çıkmıştır. Zanaat

⁵¹² İbn Abdilber, 1328:IV/335; Kettâni, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/935.

⁵¹³ Kallek, 1994:167.

⁵¹⁴ Hamidullah, 1990:II/959.

⁵¹⁵ Ahmed b. Hanbel, IV/206; Serahsî, 1983:XIV/36; Hamidullah, 1990: II/926-927.

⁵¹⁶ Kılış, 1977:64.

⁵¹⁷ Öztürk, 1981:78-79; Koray, 2000:98-99.

sahiplerinin imalatını istenen ve aranılan nitelikte yapmaları, esnaf ve tacirlerin ise tartı, ölçü ve satışa hile yapmamalarıyla ilgili nizamlar ve cezalar yüzyıllar boyunca devlet tarafından tespit edilmiştir.

Esnaf ve zanaatkâr arasında mesleki ahlak ilkelerine uymayanlar, önce kendi loncaları tarafından resmi makamlara ihbar edilir ve cezalandırılmaları istenirdi. İstanbul Kadılığı sicil defterinden alınan şu olay buna güzel bir örnektir: “Kılıççı esnafının kethüdası ve yiğitbaşısı ve sair ustaları mahkemeye gelerek kılıççı esnafından Hüseyin Bin Hasan’ın sakız ağacından yaptığı kılıç kabzalarını siyaha boyayarak abanoz kabzalı kılıç diye sattığını ve müşterileri aldattığını şikâyet etmişler, Hüseyin’in suçu sabit görülmüş, kılıççı esnafından ihraç edilmiştir.”⁵¹⁸

Esnafın kesinlikle uymaya zorunlu oldukları narh defterleri vardı. Bu deftere esnafın uymaya zorunlu olduğu nizam kaydedilirdi.⁵¹⁹

Hilesi, hırsızlığı, yolsuzluğu ve sair uygunsuzluğu görülen esnafa verilen cezalar yazılı bir nizama değil, geleneğe dayanırdı. Bu cezalar dayak ile hapis cezaları idi. Bozuk, eksik hileli tartı ve ölçü aletleri müsadere edilir, bozuk ve hileli mallar da müsadere edilirdi. Hapis cezası, dükkânın yerinin bulunduğu bölgenin mahkemesince verilirdi. Dayak cezaları da çok zaman ve mahkemesiz, hemen yerinde uygulanırdı.⁵²⁰

2.4.4. Aldatıcı Reklam Yasağı

Reklam sözlükte, bir mal veya hizmetin satışını sağlamak için çeşitli vasıtalar kullanarak yapılan duyurma işlemidir.⁵²¹ İktisadî bir terim olarak: “Mal, hizmet veya marka tanıtmak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek ve ikna etmek, satışını veya kiralanmasını sağlamak ya da arttırmak amacıyla reklam veren tarafından herhangi bir mecrada yayımlanan pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurudur.”⁵²²

⁵¹⁸ Kılış, 1977:64.

⁵¹⁹ Kılış, 1977:66.

⁵²⁰ Kılış, 1977:67.

⁵²¹ Doğan, 1990:933.

⁵²² Ticari Reklam Esaslarına Dair Yönetmelik, md. 4.

Bir reklam, tamamen ya da kısmen yalan olduğunda veya yanlış ya da yanıltıcı olduğu hallerde aldatıcıdır. Yalan reklamlar yanında, aldatma eğilimi taşıyan reklamların da, tüketicileri aldattığı ya da aldatma ihtimali bulunduğu hallerde, aldatıcı sayılacağı kabul edilmektedir. Yine bir reklamda tüketim malları ve hizmetlerle ilgili önemli noktaların ihmal edildiği hallerde de, reklam aldatıcı nitelikte sayılmaktadır.⁵²³

Bugün tüketicilerin bilgilendirilmesinde önemli rol üstlenen reklâmlar, aldatıcı niteliğe büründüklerinde tüketicilerin zararına yol açabilmektedir. İşletmeler ürettikleri mal ve hizmetleri topluma tanıtmak, böylece talep meydana getirmek, dolayısıyla da kârlarını artırmak istemektedirler. Ancak mal ve hizmetin tanıtımı doğruları yansıtacak şekilde yapılmalıdır.

Genellikle mal ve hizmetin kalitesi ve fiyatı konusunda aslına uymayan iddialar içeren her türlü reklâm, aldatıcı ve yanıltıcı olup tüketicilerin korunmasını gerekli kılar. 19. asır öncesi okuma-yazma oranındaki düşüklükle paralel olarak yazılı reklâmlar yerine, kumaşçılar için bir kumaş parçası, kunduracılar için bir ayakkabı gibi, göze hitabeden alâmetler kullanılıyordu. Ayrıca satıcılar, sabahın ilk saatlerinden itibaren sokak sokak dolaştırdıkları çığırkanlar vasıtasıyla neyin, nerede, hangi fiyatla satıldığını tüketicilere duyurarak satış sağlamaya çalışıyorlardı. O zamanlar tüketici mal ve hizmeti kendisi üreten küçük esnaf ve sanatkârla bire bir görüşerek satın alabiliyor, kalite ve fiyatlar konusunda şahsen tanıdığı satıcıya güven duyuyor, bir zarara uğradığında telâfisini isteyebiliyordu. Günümüzde ise, mal ve hizmetlerde çeşitlilik artmış, alternatifler çoğalmış, tüketiciler çok çeşitli mallar karşısında seçme zorluğu içinde kalmış, tanımadığı kimselerle temasa geçmiş ve göze hitap eden ve çok çeşitli araçlarla yapılan reklâmlar yüzünden karar veremez hale gelmiştir. Bu yüzden, yapılan yanlış, aldatıcı ve abartılı reklâmlara karşı tüketicilerin korunmaları gerekmektedir.⁵²⁴

⁵²³ Göle, 1983:60-61.

⁵²⁴ Göle, 1983:5-9, 33-35, 58-61; Aslan, 2006:245-249; Akan, 1995:18-28; Seçim, 1992:I/1-4; Salman, 1992:I/134-135.

İktisat tarihi boyunca kimi üretici ve satıcılar mallarını satabilmek için aldatıcı veya abartılı tanıtımlarla malını olduğundan farklı göstererek tüketicilere pazarlama yoluna gitmektedirler. Bu durum açıkça tüketicilerin aldatılması sonucunu doğurmaktadır ki, Hz. Peygamber “Bizi aldatan bizden değildir”⁵²⁵ buyurarak aldatmanın ne denli kötü bir akıbeti olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde Türkçedeki “papucu dama atılmak”⁵²⁶ deyiimi de Bursa’da Ahilik teşkilatı kurallarına uymayıp standartlara aykırı hileli mal üreterek tüketicileri aldatan birinin mesleğinden men cezasıyla dükkânının kapatılması üzerine doğmuş bir deyim olarak tüketicileri aldatmanın eski geleneğimizde ne gibi sonucu olduğunu açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Hz. Peygamber “Kişinin malında bir kusur varsa, söylemeden satması ona helal olmaz”⁵²⁷, “Satıcı ile alıcı meclisten ayrılana kadar muhayyerdirler. Her ikisi de dürüst olup açıklanması gereken şeyleri açıklarlarsa bu alış veriş kendilerine bereketli kılınır. Eğer yalan söyler ve açıklanması gerekenleri gizlerlerse bu alış verişin bereketi giderilir”⁵²⁸ buyurarak malın kusurunun gizlenmesini yasaklamaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, mal veya hizmet emsaline göre kusurlu ise bu söylenmeli veya kusur ve eksikliği hakkında bilgi istendiğinde ya da bazı fonksiyonlar sorulduğunda bunlar gizlenmemelidir. Dolayısıyla müslüman tacir, malın ilanını yaparken “efradını cami ağıyarını mani” bir ilanla kusurlarını gizlememekle ve meziyetlerini açıklamakla mükelleftir.⁵²⁹ Aksi halde malın kusurunun sabit olması halinde tüketici İslâm Hukuku’na göre muhayyerdir. Dilerse aldığı malı iade eder, dilerse kabul eder.⁵³⁰ Bu sebeple tüketicinin reklam ya da ilan hususunda uyanık ve bilinçli olması lazımdır.

⁵²⁵ Müslim, “İmân”, 164; İbn Mâce, “Ticâret”, 36; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50; Tirmizî, “Büyü”, 72; Ahmed b. Hanbel, II/50. مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

⁵²⁶ Kuzgun, 1988:12; Karacan, 1996:36.

⁵²⁷ Tirmizî, “Büyü”, 26. الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ صَفْعَةً خِيَارٍ وَلَا يَجُزُّ لَهُ أَنْ يُفَارِقَ صَاحِبَهُ خَشْيَةً أَنْ يَسْتَقْبِلَهُ.

⁵²⁸ Buhârî, “Büyü”, 19; Müslim, “Büyü” 47; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 53; Tirmizî, “Büyü”, 26; Nesâî, “Büyü”, 8. الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا - أَوْ قَالَ حَتَّى يَنْفَرَقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِثَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

⁵²⁹ Arslan, 1994:123-126.

⁵³⁰ İbn Âbidîn, 1984:V/3-6.

İslâm'da, bir malın gerçeğinden saptırılmadan tanıtılması yasaklanmayıp, aldatmaya yönelik tanıtımlar yasaklanmıştır.⁵³¹ Hatta asr-ı saadetteki reklam anlayışını yansıtmaya açısından şu olay güzel bir örnektir. “Hz. Ömer hurma satan bir kölesinin yanına giderek “Onu temizle, muhakkak ki öylesi daha gösterişlidir” dedi. Bu esnada yanına gelen bir başka kölesine ise şunları söyledi: “Eğer elbise darsa oturduğun yerde, genişse ayaktayken sergile!”⁵³² Bu haberin başka rivayetinde ise, yanındaki Ebû Zer veya Ebû Mûsâ el-Eş'arî'nin “Allah'tan korkun ey Ömer ailesi!” şeklindeki uyarılarına karşılık olarak Hz. Ömer'in, “Malındaki mevcut vasfı sergilemede bir mahzur yoktur, mevcut bir kusuru gizleyip kimseyi aldatmıyoruz ki! Burası pazar, dileyen alır dilemeyen almaz” diye cevap verdiği bildirilmektedir.⁵³³

İslâm'da yasaklanan bir yönüyle de reklama dönük hususlardan biri de yalan yere yemindir. Yalan yere yemin ticarî muamelelerde müşterileri ikna etmek için başvurulan en yaygın yöntemlerden biridir. Bu hususta Buhârî'nin bir rivayetinde; “Satıcılar müşterileri aldatıp mallarını daha yüksek fiyatla satmak için: "Vallahi bu mala senin verdiğinden fazlası verilmiştir," şeklinde yalan yere yemin ederlermiş ki bununla ilgili olarak: "Hakikat Allah'a olan ahitlerini ve yeminlerini az bir bedele satanlar var ya!. İşte onlar için âhirette hiç bir nasip yoktur. Allah kıyamet günü onlarla konuşmaz, yüzlerine bakmaz ve onları temize çıkarmaz. Onlar için pek acıklı bir azap vardır"⁵³⁴ âyeti inmiştir⁵³⁵ buyrulmuştur. Aynı şekilde, “Yemin, mala rağbeti arttırır, ancak bereketi giderir”⁵³⁶ diyen Hz. Peygamber, yalan yere yemin edenler için; “Allah kıyamet gününde onlara iltifat etmez, onları temize çıkarmaz, onlar için pek acıklı bir azap vardır” buyurarak, “onlar öyle kimselerki, malını ikindiden sonra pazara çıkarır ve: “Kendisinden başka ilâh olmayan Allah'a yemin

⁵³¹ Kallek, 1994:191-192.

⁵³² İbn Ebû Şeybe, 1995:IV/484.

⁵³³ İbn Şebbe, 1973:II/748; IV/484.

⁵³⁴ Âl-i İmrân, 3/77. إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمْرًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

وَلَا يُرِيهِمْ وَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

⁵³⁵ Buhârî, “Büyü”, 27. ، وَهُوَ فِي السُّوقِ ، فَحَالَفَ بِاللَّهِ لَقَدْ أُعْطِيَ بِهَا مَا لَمْ يُعْطَ ، لِيُوقِعَ فِيهَا رَجُلًا مِنَ الْمُسْلِمِينَ ، فَتَنَزَّلَتْ (إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمْرًا قَلِيلًا)

⁵³⁶ Müslim, “Musâkât”, 131-132; İbn Mâce, “Ticâret”, 30; Nesâî, “Büyü”, 5. « الْحَلِيفُ مَنْفَعَةٌ لِلسَّلْعَةِ مَحَقَّةٌ لِلرِّيحِ »

ederim ki kesinlikle bu mala şu kadar para ödedim” der, Müşteri de onu tasdik ederek istediği fiyatı verir" diyerek, "Hakikat Allah'a olan ahitlerini ve yeminlerini az bir bedele satanlar var ya!.." âyetini okuyarak,⁵³⁷ yalan yere yemin edenlerin ahiretteki durumlarının çok kötü olacağına dikkat çekmektedir.

Tüketicinin korunması açısından malın aşırı övülerek satılması da yasaklanmıştır. Zira Hz. Peygamber; “Bende ondan on kat daha iyisi var, diyerek biriniz diğerinin satışı üzerine satış yapmasın”⁵³⁸ buyurmuşlardır. Bu hadis, malın aşırı derecede övülmesi şeklindeki aldatıcı reklamın yasaklığına işaret etmektedir.⁵³⁹

Görüldüğü üzere söz konusu ayet ve hadisler tüketicilerin korunması açısından, tüketiciyi bilgilendirmek için yapılan, hakkâniyet ve adâlet ölçüleri içinde kalan tanıtımlara izin verirken, tüketiciyi aldatan, malın kusurunu gizleyen ve malı överek veya yalan yeminle malı olduğundan farklı göstererek malın satışını sağlayan reklam ve tanıtımlar ise yasaklamaktadır.

2.4.5. Tekel (Monopol) Yasağı

Tekel (monopol), satıcı-üretici firmanın piyasada tek olması durumunu ifade eder.⁵⁴⁰ Monopol piyasası ise, tek bir firmanın veya anlaşmış firmaların (kartellerin, tröstlerin) hâkim olduğu piyasadır.⁵⁴¹ Tekeller, üretimlerinde sun’î kıtlık meydana getirerek arz miktarını ve fiyatı belirleme imkânına sahip olup, kıtlık sonucu sunulan mal ve hizmetin sürekliliğinde aksaklık meydana gelmesi, fiyatların yükselmesiyle tüketiciden üreticiye rant aktarımı gibi nedenlerle tüketiciye zarar vermektedir.⁵⁴²

⁵³⁷ İbn Mâce, “Ticâret”, 30; “Cihâd”, 42; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 60; Nesâî, “Büyü”, 6. « ثَلَاثَةٌ لَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ نِيَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُنظَرُ إِلَيْهِمْ وَلَا يُجِيبُهُمْ وَهُمْ عَذَابُ أَلِيمٍ رَجُلٌ عَلَى فَضْلِ مَاءٍ بِالْفَلَاحَةِ يَمْنَعُهُ ابْنُ السَّبِيلِ وَرَجُلٌ يَبِيعُ رَجُلًا سِلْعَةً بَعْدَ الْعَصْرِ فَخَالَفَ بِاللَّهِ لِأَخِذَهَا بِكَذَا وَكَذَا فَصَدَّقَهُ وَهُوَ عَلَى غَيْرِ ذَلِكَ وَرَجُلٌ يَبِيعُ إِيمَانًا لَا يُبَايِعُهُ إِلَّا لِدُنْيَا فَإِنْ أَعْطَاهُ مِنْهَا وَفَى لَهُ وَإِنْ لَمْ يُعْطِهِ مِنْهَا لَمْ يَبِيعْ لَهُ »

⁵³⁸ Ebû Dâvûd, “Büyü”, 43. « أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ تَلْقَى الْجَلْبِ فَإِنْ تَلَقَّاهُ مُتَلَقٌّ مُشْتَرٍ فَاشْتَرَاهُ فَصَاحِبُ السَّلْعَةِ بِالْخِيَارِ إِذَا وَرَدَتْ السُّوقُ قَالَ أَبُو عَلِيٍّ سَمِعْتُ أَبَا دَاوُدَ يَقُولُ قَالَ سُفْيَانُ لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ أَنْ يَقُولَ إِنَّ عِنْدِي خَيْرًا مِنْهُ بِعَشْرَةٍ »

⁵³⁹ Kallek, 1994:193.

⁵⁴⁰ İktisada Giriş, 1987:I/107, 139; Özkazanç, 1990a:I/152.

⁵⁴¹ Arslan, 1994:105.

⁵⁴² DPT, 2000:1-3, 43.

Tekelleşme, malı üreten ve satan kişilerin fiyatları ve ürünün kalitesini istediği gibi belirlemesi ve tüketicinin de bu ürünleri belirlenen şartlar altında almaya mecbur kalması sonucunu doğurduğundan, tüketici aleyhine bir netice doğurmaktadır. Zekat, sadaka, infak, keffaret gibi mali yükümlülükler ve sosyal yaptırımlar yükleyen, sosyal dayanışmayı kristalize eden İslâm ekonomik sisteminin monopolcu anlayışı “sedd-i zeraî” (kötülüğü önleme) ve “zarar vermek de zarar görmekte yoktur”⁵⁴³ prensibi gereğince hoş karşılamayacağı açıktır.⁵⁴⁴

İktisadî hayatta kötü sonuçları çokça hissedilen ve özellikle küçük esnaf ve tüketicilerin birebir olumsuz etkilendiği durumların başında herhalde tekelleşme gelmektedir.⁵⁴⁵ Aslında müteşebbislerin kendi aralarında ticarî birlikler oluşturmalarında ve bir takım anlaşmalar yapmalarında herhangi bir sakınca yoktur. Hatta bu tür birliktelikler, kamunun ihtiyaç duyduğu fakat ekonomik açıdan devlete ağır yük getiren ve tek başına bir ya da birkaç kişinin altından kalkamayacağı bir takım hizmet ve faaliyetlerin özel sektör tarafından gerçekleştirilmesine imkân sağlama açısından faydalı da olabilir. Ancak rekabet ortamını kırma ve tekel oluşturmaya yönelik bir kısım tüccar ve esnafın bir birlik altında toplanması, piyasada tek bir fiyat oluşmasına ve insanları, o hizmetten yararlanma ya da söz konusu mala ulaşmak için bu fiyatı kabullenmek zorunda bırakacağından tüketicilerin zararına olacaktır. Bu nedenle günümüzde gelişmiş ülkeler, ölçüsüz rekabet şartlarının tekelleşmelere sebep olması üzerine, yıkıcı rekabete karşı bir takım tedbirler alma yoluna gitmektedirler.⁵⁴⁶

Tekelleşmenin en açık örneklerini tröst, kartel ve holding gibi monopoller oluşturmaktadır. Her ne şekil ve ad altında olursa olsun bütün tekelleşmelerde, genelde toplumun özeldense tüketicilerin zararı söz konusudur.⁵⁴⁷

⁵⁴³ Mecelle, md. 19, İbn Mâce, “Ahkam”, 17. « لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ »

⁵⁴⁴ Arslan, 1994:106.

⁵⁴⁵ Hasenî, 1996:33.

⁵⁴⁶ Döndüren, 1993:289-290; Çalış, 2001:317.

⁵⁴⁷ Şafak, 1987:110; Döndüren, 1993:290-292.

Bu ve benzeri tekelleşmeler suretiyle piyasaya hâkim olma ve rekabet şartlarını ortadan kaldırma ve hatta daha genel bir ifadeyle bir hakkın, toplumun zarar görmesine yol açacak şekilde kullanılması hususunda İslâm Hukuku açısından İbn Teymiyye, bir grup tüccarın aralarında anlaşarak, bir malı piyasa fiyatından daha düşük bir fiyata satın alıp, piyasa fiyatından daha yüksek bir fiyata satmak suretiyle hem alırken hem de satarken insanlara zulmederlerse, bu işten menedilmelerini ve bu gibi durumlarda, zulmün giderilmesi için fiyatların belirlenmesine devletin müdahale etmesinin gerektiğini söylemektedir.⁵⁴⁸

Yüce Allah; “Böylece o mallar, içinizden yalnız zenginler arasında dönüp dolaşan bir servet olmasın”⁵⁴⁹ ayetiyle ganimetlerin toplumun değişik kesimleri arasında paylaşılmasını isterken aslında servetin topluma karşı tahakküm aracı olarak kullanılmasına, kartel, tröst gibi tekel oluşumlarına İslâm'ın izin vermediğini de belirtmektedir. Buna göre imkânlarından yararlanma hususunda belirli şahıslar hak sahibi olmayacak, bu imkânlar olabildiğince geniş bir çerçeveye yayılarak, kartel ve tekel oluşumunun önüne geçilmiş olacak dolayısıyla da kamu ve tüketiciler korunmuş olacaktır.

2.4.6. Karaborsa (İhtikâr) Yasağı

Türkçe adı karaborsa olan ihtikâr, lügatte biriktirmek, hapsetmek, bir şeyi fiyatı yükselsin diye bekletmek, tedavülden çekmek, karaborsacılık yapmak, tek başına tasarrufta bulunmak için malı tekeline almak⁵⁵⁰ anlamlarına gelmektedir. Bir fıkıh terimi olarak ihtikâr, insanların ihtiyaç duyduğu ticaret malını satın alarak, pahalılaşması gayesiyle istifleyip piyasaya arzını geciktirmektir.⁵⁵¹

Klasik dönem İslâm hukukçuları ihtikârın tanımını konusunda farklı görüşler ileri sürmekle beraber, o dönem çoğu fakih ihtikârın kapsamını gıda maddeleri ile

⁵⁴⁸ İbn Teymiyye, 1991:XXVIII/47; 2001:39; Döndüren, 1993:293.

⁵⁴⁹ Haşr, 59/7. وَأَبْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

⁵⁵⁰ İbn Manzûr, “hkr” md.; Zebîdî, “hkr” md.

⁵⁵¹ Feyyûmî, “hkr” md.; Hammâd, 1996:148; Zühaylî, 1989:III/385; Kallek, DİA, 2000:XXI/560; 1994:132.

kayıtlamışlardır.⁵⁵² Ancak İmam Mâlik ve İmam Ebû Yusuf, ihtikârın çerçevesini geniş tutarak ihtikârı, “satılmaması halka zarar veren her türlü mal” şeklinde tarif etmişlerdir.⁵⁵³ Bunlara göre satılmaması topluma zarar verici her türlü malın satışından kaçınmak ihtikârdır.⁵⁵⁴

Hiz. Peygamber hadislerinde ihtikâr yapanı kınamış⁵⁵⁵ ve onu mel'un,⁵⁵⁶ günahkâr⁵⁵⁷ gibi vasıflarla beyan ederek, “Uzak yerden mal getiren tacir (calib) rızıklandırılmış, karaborsacı ise lanetlenmiştir”⁵⁵⁸, “Karaborsacı ne fena bir kuldür! Allah Teâlâ fiyatları ucuzlatırsa keyfî kaçır, yükseltirse ferahlar”⁵⁵⁹, “Kim müslümanlara karşı bir yiyecek maddesini stoklarsa, Allah onu cüzam ve iflâsla cezalandırır”⁵⁶⁰ buyurmuştur. Hiz. Ömer de; “Bizim pazarımızda asla karaborsacılık yapılamaz. Bazıları ellerindeki fazla sermayeyi bizim bölgemize gelmiş rızık-ı ilâhîye yatırarak karaborsacılık yapmaya yeltenmesinler. Bununla birlikte yaz-kış demeden sırtında mal taşıyarak bize getiren câlib ise Ömer'in misafiridir. Allah'ın dilediği gibi satar, yine Allah'ın dilediği kadar da bekletir”⁵⁶¹ der.

İktisadî hayata çok ciddi olumsuz etkileri olan ihtikârın hükmü üzerinde İslâm hukukçuları hassasiyetle durmuşlardır. Hanefî âlimlerinin çoğunluğu ihtikârın tahrimen mekruh⁵⁶² olduğunu söylerken, Hanefîlerden İmam Muhammed ve Kâsânî

⁵⁵² Bâcî, 1332:V/15; Şirâzî, 1959:I/292; Kâsânî, 1974:V/129; Merginânî, 1990:IV/428; İbn Kudâme, 1985:IV/154; İbnü'l-Hümâm, 1316:VIII/126; Şirbînî, 1994:II/38; İbn Âbidîn, 1984:V/282.

⁵⁵³ Sahnûn, t.y.:X/123; Bâcî, 1332:V/15-16; Kâsânî, 1974:V/129; Merginânî, 1990:IV/428; Mevsîfî, 1989:688; İbn Âbidîn, 1984:V/255.

⁵⁵⁴ Kâsânî, 1974:V/129; Merginânî, 1990:IV/428; Mevsîfî, 1989:688; İbn Âbidîn, 1984:V/255; Bilmen, 1985:VI/123; Senhûrî, 1998:II/79.

⁵⁵⁵ İbn Mâce, “Ticaret”, 6. وَالْمُخْتَكِرُ مَلْعُونٌ

⁵⁵⁶ İbn Mâce, “Ticaret”, 6. وَالْمُخْتَكِرُ مَلْعُونٌ

⁵⁵⁷ Müslim, “Müsakât”, 129; Ebû Davud, “Buyu”, 40. « مَنِ اخْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِبٌ »

⁵⁵⁸ İbn Mâce, “Ticaret”, 6; Dârimî, “Büyü”, 12. « الْجَالِبُ مَرْزُوقٌ وَالْمُخْتَكِرُ مَلْعُونٌ »

⁵⁵⁹ Beyhakî, 1410:VII/525; Miras, 1978:VI/449. قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : بئس العبد المختكر إذا رخص الله الأسعار حزن و إذا غلى فرح

⁵⁶⁰ İbn Mâce, “Ticaret”, 6. مَنِ اخْتَكَرَ عَلَى الْمُسْلِمِينَ طَعَامَهُمْ ضَرَبَهُ اللَّهُ بِالْجُدَامِ وَالْإِفْلَاسِ.

⁵⁶¹ Mâlik, “Büyü”, 56. أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ قَالَ لَا حِكْرَةَ فِي سَوْقِنَا لَا يَعْمِدُ رَجُلٌ بِأَيْدِيهِمْ فُضُولٌ مِنْ أَدْهَابٍ إِلَى رِزْقٍ مِنْ رِزْقِ اللَّهِ نَزَلَ بِسَاحَتِنَا فَيَخْتَكِرُونَ عَلَيْنَا وَلَكِنْ أَمَّا جَالِبٌ جَلَبَ عَلَى عَمُودِ كِبِدِهِ فِي الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ فَذَلِكَ صَيْفٌ عُمَرُ فَلْيَبِغْ كَيْفَ شَاءَ اللَّهُ وَيُعْبَسِكَ كَيْفَ شَاءَ اللَّهُ

⁵⁶² Kâsânî, 1974:V/216, 217; Merginânî, 1990:IV/428; Mevsîfî, 1989:686; İbn Âbidîn, 1984:V/255; Senhûrî, 1998:II/78; Zühaylî, 1989:III/388.

ile Şâfiî, Mâlikî ve Hanbelî âlimleri ihtikârın haram⁵⁶³ olduğu üzerinde ittifak etmişlerdir.

Ayrıca Mâlikî mezhebi ve Ebu Yûsuf⁵⁶⁴ gibi bazı İslâm hukukçuları, karaborsacılığın yasaklanma gerekçesini esas almak suretiyle malın niteliği ya da türüne bakılmaksızın yokluk veya kıtlığı sıkıntı doğuracak her türlü ihtiyaç maddesini ihtikâr kapsamında değerlendirmişlerdir.⁵⁶⁵ Kapsamı geniş tutan bu görüş sahiplerine göre ihtikârı yasaklayan hadislerde gıda maddelerinden söz edilmesi, yasak kapsamını belirleme amacına yönelik olmayıp, insanların, gıda maddelerine olan ihtiyacının diğer mallara göre daha fazla olmasından ve hayatın idamesi için birinci derecede ihtiyaç mallarından olması sebebiyledir. Dolayısıyla bu durum İslâm Hukuku'nda gıda maddeleri dışında ihtikârın söz konusu olmadığı anlamına gelmemektedir.⁵⁶⁶ Zira Asr-ı saâdet'te iktisadî şartlar ve yaşam tarzı itibarıyla en fazla sıkıntısı çekilen ve tabiatıyla en temel ihtiyaç olan şey gıda maddeleriydi. Gıda maddeleri o dönemde çeşitli sebeplerle sık sık yokluğu ve kıtlığı ile karşı karşıya kalınması bakımından karaborsacılığa en elverişli şeylerin başında geliyordu. Bu nedenle, topluma vereceği zararın büyüklüğüne ve ehemmiyetine binaen karaborsacılık yasağı hükmü kimi zaman yiyecek maddeleriyle kayıtlı olduğu olmuştur.⁵⁶⁷

İhtikâr yasağının gerekçesi ve amacı dikkate alındığında, toplumun zarar gördüğü her türlü mal stoklamasının, hadislerde yasaklanan ihtikâr kapsamında ele alınması gerektiği açıktır. Öte yandan ihtikâr kapsamının, zarar ölçüsüne bağlı olarak geniş tutulması makâsîd açısından olduğu kadar, toplum gerçekleri açısından da isabetli bir yaklaşımdır. Zira çağdaş âlimlerden Kardâvî'nin de işaret ettiği gibi, insanların yaşam tarzlarına göre ihtiyaçları gelişmekte; nice tahsînî ihtiyaçlar hâcî, hâcîler de zarurî hale gelebilmektedir.⁵⁶⁸ Bu noktada, teknolojiye gelişmeler de

⁵⁶³ Bâcî, 1332:V/16; Şîrâzî, 1959:I/292; Kâsânî, 1974:V/129, 194-195; İbn Kudâme, 1985:IV/154; Şîrbînî, 1994:II/38; Zühaylî, 1989:III/387.

⁵⁶⁴ Kâsânî, 1974:V/129; Mevsilî, 1989:688; Senhûrî, 1998:II/79; Zühaylî, 1989:III/387.

⁵⁶⁵ Kallek, DİA, 2000:XXI/562.

⁵⁶⁶ Şevkânî, 1357:V/221-222; Yeniçeri, 1980:263-264.

⁵⁶⁷ Kallek, 1994:136.

⁵⁶⁸ Kardâvî, 1996:313.

önemli bir etkiye sahiptir. Günümüzde özellikle gıda, sağlık, tekstil, inşaat, ulaşım, taşımacılık, haberleşme ve enerji sektörlerinin ürettiği bazı temel mal ve hizmetlerin karaborsaya düşmesinden geniş tüketici kitlesinin büyük zararlar gördüğü göz önüne alınırsa, ihtikâr yasağının geniş tutulmasının toplum yararını koruma ve haksız zararı önleme yönüyle dinin genel amaçlarına daha uygun düştüğü görülmektedir.⁵⁶⁹ Şevkanî de bu konuda: “yasağın gerçek sebebi insanlara zarar vermek olunca karaborsacılık da ancak zarar verme yönünden haram olur. Bunda da yiyecek olsun olmasın hepsi eşittir. Çünkü insanlar hepsinden zarar görürler,”⁵⁷⁰ demektedir. Buna göre, bugünkü yaşam koşullarında hayvan gücünün yerine motorlu araçların ve yem yerine uğruna savaşların yapıldığı petrolün geçtiği düşünülürse benzin, mazot ve benzeri mal ve ihtiyaçların stokuna kadar bir çok stokların da yasak kapsamına⁵⁷¹ girmesi kaçınılmaz olmaktadır.

Ayrıca İslâm hukukçuları ihtikâr olabilmesi için bir de stoklama süresi üzerinde durmuşlardır. Hanefî âlimleri bir hadisteki⁵⁷² ifadeden hareketle ihtikâr olabilmesi için stoklamanın bir ay ile kırk gün arasında bir sürenin olması gerektiğini zira bundan daha az bir süre için mal depolamanın piyasada darlık oluşturmayacağını ifade ederlerken, süre tahdidi getirmeyen mutlak hadislere dayanan Mâlikî, Şâfiî ve Hanbelî fakihleri ihtikâr ile ilgili her hangi bir süre saptamayıp halkın zarar görmesi ile neticelenecek her türlü zaman dilimini yasak kapsamına almışlardır.⁵⁷³ Söz konusu bu mezhep âlimlerinin hareket noktası süre değil zarardır. Şayet ortada bir zarar varsa bu süreye bakılmaksızın ihtikârın meydana geleceği belirtilmektedir.⁵⁷⁴ Bir nesnenin stoklanıp topluma arz edilmemesinden insanların sınıtıya düşmesi ve toplumun zarar görmesi, nesnenin özelliğine göre değişebilmekte ve hatta tıbbî malzemelerde olduğu gibi bazen dakikaların bile belirleyici olabildiği göz önüne alındığında bu görüşün günümüz şartlarına daha uygun düştüğü anlaşılır. Dolayısıyla stoklamanın ihtikâr sayılabilmesinde sürenin mutlak anlamda herhangi bir

⁵⁶⁹ Kallek, DİA, 2000:XXI/562.

⁵⁷⁰ Şevkânî, 1357:V/222.

⁵⁷¹ Döndüren, 1984:198.

⁵⁷² Ahmed b. Hanbel, VII/58-61.

⁵⁷³ Bâcî, 1332:V/16; Şîrâzî, 1959:I/292; İbn Kudâme, 1985:IV/154; Şîrbînî, 1994:II/38.

⁵⁷⁴ Gazzâlî, 1974:II/191.

belirleyiciliğinin olmayıp süre açısından ihtiyacın şiddeti, boyutu ve stoklanan malın özelliği gibi hususların ölçü alınması gerektiği açıktır.⁵⁷⁵

İslâm Hukuku'nda, Hanefilere göre, karaborsacı malını pazara sürmeye ve emsal fiyat ile malını satışa zorlanır. Eğer karaborsacı bundan kaçınırsa yöneticinin tazir cezası ile cezalandırma yetkisi bulunmaktadır.⁵⁷⁶ Hz. Ali Mısır'daki valisi el-Eşter en-Nehâ'îye; "senin ikazından sonra kim ihtikâra yanaşırsa onu cezalandır" demiştir.⁵⁷⁷

İhtikâr, fiyatların sunî bir şekilde yükselmesine ve normal piyasa seviyesinin üzerine çıkmasına sebep olur. Daha az emekle daha kolay kazanç sağlama mantığına dayanan karaborsacılık, tüketicilerin sömürülmesine ve toplumun zarar görmesine sebebiyet vermektedir. İhtiyaç duyulan şeyleri tüketicinin ayağına getiren tüccar, aslında önemli bir sosyo-ekonomik hizmet görmektedirken, malını stoklayıp tüketicinin yokluk çekmesine hiç aldırış etmeyen karaborsacı ise sosyo-ekonomik bir hezimet hazırlamaktadır.⁵⁷⁸

Karaborsacılığın, tüketiciler açısından fevkalâde zararlı olduğu açıktır. Zira bir taraftan ihtiyaç duyulan şeylerin zamanında tedarik edilememesi, diğer taraftan da bu nesnelere normal piyasa değerinin üstünde bir bedelle almak zorunda kalınmasından dolayı hadislerde karaborsacılık yapanlar lanetlenmektedir. Ayrıca İslâm'da karaborsacılığa yalnızca dinî-ahlâkî yaptırımlar değil hukukî müeyyideler de uygulanmıştır. Nitekim karaborsacılığın yasak ve mutlaka önlenmesi gereken bir durum olduğunda İslâm hukukçuları ittifak halindedirler.⁵⁷⁹

Piyasa dengeleriyle oynanıp haksız kazanç sağlanması ve tüketicilere zulmedilmesine karşı olan İslâm, ihtikârı yasaklayarak tüketiciler için hayatî öneme haiz temel ihtiyaç maddelerine ulaşmalarındaki en büyük engellerden birini ortadan kaldırmıştır.

⁵⁷⁵ Kallek, DİA, 2000:XXI/561; Çalış, 2001:323.

⁵⁷⁶ Kâsânî, 1974:V/129; Mevsilî, 1989:687; Mısırî, 1993:150.

⁵⁷⁷ Şerif er-Radî, 1387:438; Nuveyri, 1975:VI/27; Mısırî, 1993:150.

⁵⁷⁸ Kallek, 1994:133.

⁵⁷⁹ Çalış, 2001:322.

2.4.7. Fiyatlar Bakımından Tüketicinin Korunması

İslâm Hukuku'nda fiyatların serbest rekabet şartları içerisinde oluşması öngörülmüş olmakla beraber piyasanın kontrolsüz bırakılması da doğru görülmemiştir. Bu sebeple tüketicilerin fiyatlar açısından korunmasına büyük önem verilmiş ve tarih boyunca bu konuda çeşitli tedbirler alınmış bulunmaktadır. Gerçekten, tüketicilerin haklarının ihlâl edildiği noktalardan biri de fiyatlardır. Bu nedenle karşılıklı olarak hak ve menfaatlerin korunmasında serbest piyasa şartları dışında gerçekleşen aşırı fiyat artışlarının kontrolü gerekmektedir. Yalnız eşyanın fiyatına müdahaleden önce, onun arzedildiği piyasa düzenlenmeli, ticarî faaliyetlere bir nizam verilmeli ve bunları kanunlara bağlayıp boşluklar da ahlâkî kaidelerle doldurulmalıdır.⁵⁸⁰

İslâm Hukuku, üretici ve tüketicilerin zarar görmemesi için malın gerçek fiyatı üzerinden işlem görmesini benimseyerek piyasanın her türlü olumsuz müdahalelerden ve kötü etkileri bulunan yapay muamelelerden arındırılmasını istemektedir. Bu sebeple Hz. Peygamber sunî fiyatlandırmalara karşı çıkmıştır. Bu hususta da; “Kayletu'l-Enmâriyye şöyle der; “Nebî, umrelerinden birisinde ihramdan çıkmak için Merveye geldi. Bir bastona dayanarak gelip huzuruna oturdum ve dedim ki: “Ey Allah'ın elçisi ben alım satım işleriyle uğraşan bir kadını. Öyle olur ki bir mal satın almak isterim ve ona, istediğimden daha düşük bir fiyat veririm. Sonra almak istediğim fiyata gelinceye kadar arttırır dururum. Yine öyle olur ki bir mal satmak isterim ve ona istediğimden daha yüksek bir fiyat takdir ederim. Sonra satmak istediğim fiyata gelinceye kadar düşürür dururum. Ne dersiniz?” Bunun üzerine Resûlullah bana: “Ey Kayle, öyle yapma! Ancak, bir şey satın almak istediğinde, ona, düşündüğün fiyatı ver, ister satsınlar ister satmasınlar. Yine bir şey satmak istediğinde, ona, düşündüğün fiyatı koy, ister versinler ister vermesinler,” buyurdu.”⁵⁸¹

⁵⁸⁰ Yeniçeri, 1980:381.

⁵⁸¹ İbn Mâce, “Ticâret”, 29. فَكُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنِّي امْرَأَةٌ أبيع وَأشترى فَإِذَا أَرَدْتُ أَنْ أبتاع الشيء سئمت به أقل مما أريد ثم زدت ثم زدت حتى أنبغ الذي أريد وإذا أردت أن أبيع الشيء سئمت به أكثر من الذي أريد ثم وضعت حتى أنبغ الذي أريد. فقال رسول الله - صلى الله عليه

Tüketicilerin korunmasında fiyat istikrarı mutlaka sağlanmalıdır. Bu sebeple Hz. Peygamber piyasada fiyat istikrarını sağlayacak uygulamaları ortaya koymuştur. Bu bağlamda fiyatların yükselmesi karşısında Hz. Peygamber'in fiyatlara müdahalesi istendiğinde,⁵⁸² Hz. Peygamber fiyatlara doğrudan müdahale yerine, faiz⁵⁸³ ve ihtikârın⁵⁸⁴ yasaklanması, çarşı ve pazarın denetlenerek⁵⁸⁵ ölçü ve tartıların doğru yapılması,⁵⁸⁶ malların yolda karşılanması yasağı⁵⁸⁷ gibi iktisâdî hayatı düzenleyen daha kalıcı uygulamaları tesis etmiştir. Bu düzenlemelerle iktisâdın ruhu olan “fiyat” unsuruna çok yerinde dolaylı müdahaleler yapılarak, fiyatların arzulan miktar ve düzeyde oluşması sağlanmıştır. Şayet bunlarla istenen netice elde edilememiş veya olağanüstü durumlar meydana gelmişse,⁵⁸⁸ o zaman Hz. Ömer gibi doğrudan müdahaleye başvurulmuştur.⁵⁸⁹

Ayrıca Hz. Peygamber; “müslümanlar arasında geçerli olan sikkenin değeri ile bir sebep olmaksızın oynanmasını nehyetmiştir.”⁵⁹⁰ Bu yasaklama zaruret hali olmadıkça carî para ile oynanmaması gerektiği belirtilmektedir ki bu, günümüzde hükümetlerin çok acil olmadıkça para basmalarını da yasaklamaktadır.⁵⁹¹ Söz konusu hadis fiyat istikrarının sağlanması ve tüketicilerin korunması açısından çok önemli bir düzenleme olmaktadır.

وسلم- « لا تَفْعَلِي يَا قَيْلَةُ إِذَا أَرَدْتَ أَنْ تَبْتَاعِي شَيْئًا فَاسْتَأْمِي بِهِ الَّذِي تُرِيدِينَ أُعْطِيَتْ أَوْ مَنَعَتْ ». وَقَالَ « إِذَا أَرَدْتَ أَنْ تَبِيعِي شَيْئًا فَاسْتَأْمِي بِهِ الَّذِي تُرِيدِينَ أُعْطِيَتْ أَوْ مَنَعَتْ »

⁵⁸² İbn Mâce, “Ticaret”, 27; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 49; Tirmîzî, “Büyü”, 73; Ahmed b. Hanbel, III/85. قَالَ غَلَا السَّعْرُ

عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا

⁵⁸³ Bakara, 2/275. وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.

⁵⁸⁴ İbn Mâce, “Ticaret”, 6; Dârimî, “Büyü”, 12. الْجَالِبُ مَرْزُوقٌ وَالْمُحْتَكِرُ مَلْعُونٌ

⁵⁸⁵ Müslim, “İmân”, 164; İbn Mâce, “Ticaret”, 36; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50; Tirmîzî, “Büyü”, 72; Ahmed b. Hanbel, II/50. مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

⁵⁸⁶ Hûd, 11/84-85. أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ

⁵⁸⁷ Buhârî, “Büyü”, 71; Müslim, “Büyü”, 14-17; İbn Mâce, “Ticaret”, 16; Ebû Dâvûd, “Buyu”, 45; Nesâî, “Büyü”, 18. وَلَا تَلَقُّوا السَّلْعَ حَتَّى يُهَبَّطَ بِهَا إِلَى السُّوقِ

⁵⁸⁸ Yeniçeri, 1980:420.

⁵⁸⁹ Mâlik, “Büyü”, 57; Abdurrezzâk, 1983:VIII/207; İbn Hazm, t.y.:IX/40-41.

أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ مَرَّ بِحَاطِبِ بْنِ أَبِي بَلْتَعَةَ وَهُوَ يَبِيعُ زَيْبًا لَهُ بِالسُّوقِ فَقَالَ لَهُ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ إِنَّمَا أَنْ تَرِيدَ فِي السَّعْرِ وَإِنَّمَا أَنْ تُرْفَعَ مِنْ سَوْقِنَا

⁵⁹⁰ Şevkânî, 1357:V/223.

⁵⁹¹ Arslan, 1994:72.

İslâm ekonomi doktrini, bütün piyasa elemanlarından adaleti gözetmeyi⁵⁹², dürüst davranmayı⁵⁹³, ihanet etmemeyi⁵⁹⁴ ve haksız yollarla kazanç elde etmemeyi⁵⁹⁵ beklerken, “Bizi aldatan bizden değildir”⁵⁹⁶ prensibi ile adil ve dürüst işleyen, gönül hoşluğu ile çalışan bir serbest piyasa ekonomisini amaçlamakta⁵⁹⁷ ve böylece kalıcı, istikrarlı bir fiyat politikasının oluşmasını öngörmektedir.

2.4.7.1. Serbest Fiyat Politikası

Kur'an'ın ticaretin karşılıklı rıza ile yapılmasını⁵⁹⁸ istemesi, Hz. Peygamber'in, insanların alış-verişlerinde serbest bırakılmasını⁵⁹⁹ tavsiye etmesi İslâm'da serbest piyasanın gerekliliğini öngörmektedir.⁶⁰⁰ Buna göre, İslâm'da mal ve hizmetlerin karşılığının da, serbest piyasa işleyişi içinde kendiliğinden şekillenmesi en tabîî yoldur.⁶⁰¹

İktisadî hayatın serbest akışı içinde ve tam rekabet şartları altında piyasada fiyatlar arz ve talep ilişkisine göre teşekkül etmelidir. Bu türlü oluşan ve meydana gelen fiyatlara “piyasa fiyatları” denilir ki, en geçerli ve en tabîî fiyat budur.⁶⁰² İslâm dini piyasa fiyatını bir nevi devlet veya yetkili makam tarafından konulmuş bir fiyat gibi kabul ederek ona aykırı hareket edilmesini uygun görmemiş ancak piyasa fiyatının her türlü olumsuz etkilerden uzak tutulmasını da istemiştir.⁶⁰³

⁵⁹² Nisâ, 4/135. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ

⁵⁹³ Mutaffifin, 83/1-3. وَإِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ بِيْعَتُهُمْ وَإِذَا كَانُوا مِنْهُمْ أَنفُسَهُمْ وَزُرُّوهُمْ يُحْسِرُونَ

⁵⁹⁴ Bakara, 2/9. يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَمَا يُخَادِعُونَ اللَّهَ إِلَّا أَنفُسُهُمْ وَمَا يَشْعُرُونَ

⁵⁹⁵ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

⁵⁹⁶ Müslim, “İmân”, 164; İbn Mâce, “Ticâret”, 36; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50; Tirmizi, “Büyü”, 72; Ahmed b. Hanbel, II/50. مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

⁵⁹⁷ İbn Hazm, t.y.:VIII/439-441.

⁵⁹⁸ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

⁵⁹⁹ Buhârî, “Buyu”, 69-70; Müslim, “Büyü”, 11-20; İbn Mâce, “Ticâret”, 15; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 45; Tirmizî, “Büyü”, 13; Nesâî, “Büyü”, 17. « لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَأْتِيَ دَعْوَةَ النَّاسِ يَزُوقُ اللَّهُ بَعْضَهُمْ مِنْ بَعْضٍ »

⁶⁰⁰ Akşit, 2004:26; Yeniçeri, 1996:131; Kallek, 1994:185.

⁶⁰¹ Demirci, 1996:83.

⁶⁰² Yeniçeri, 1980:354; Ergin, 1961:243.

⁶⁰³ Yeniçeri, 1980:355.

İslâm Hukuku'nun temel kaynaklarında piyasa fiyatının, baskılardan, dış müdahalelerden uzak, serbest bir ortamda oluşması hedefine yönelik bir takım önlemler de bulunmaktadır. İnsanların ihtiyaç duyduğu zarurî malları ucuza kapatıp saklayarak, o malın yokluğundan yararlanmak suretiyle pahalıya satma, şehirlinin köylü adına satış yapması, pazara inmekte olan köylülerin ve dışarıdan mal getirenlerin yoluna çıkıp, onlar henüz pazara girmeden mallarının şehir girişinde kapatılması, teslim ve tesellüm gerçekleşmeden satış yapılmasının yasaklanması⁶⁰⁴ ve yine mal fiyatlarını suni olarak yükseltecek spekülâtif müdahalelerin, alıcı olunmadığı halde bir mala yüksek fiyat vererek alışverişi kızıştırmanın, bir fiyat üzerine anlaşılan iki kimsenin alışverişi üzerine fark verip arttırarak talip olunmasının yasaklanması⁶⁰⁵ piyasada mal dolaşımının en kısa yoldan ve en uygun fiyatlarla sağlanarak tüketicinin korunması hedefine yönelik olmaktadır.

Firmaların birbirine etki veya baskı yapamayacağı tam bir serbest rekabetin geçerli olacağı bir piyasada fiyatlar, tüketici ve satıcının rıza ve kabulüne dayanan bir çerçevede oluşur. Kur'ân, "Mallarınızı aranızda batıl yollarla yemeyin. Ancak karşılıklı rıza ile yapılan ticaretle olursa başka"⁶⁰⁶ buyurarak ekonomik özgürlük ortamının ve malların piyasada serbest olarak hareket etmesinin batıl yollarla bozulmamasını ve serbest piyasanın adalet ölçüsü içerisinde, karşılıklı rıza unsuruna bağlı olarak devam etmesini istemektedir.

İslâm'da serbest piyasanın ve iktisadî hayatın, haksız ve batıl yollarla bozulmaması, sağlıklı olarak devam etmesi esastır. Zira Hz. Peygamber "Kim Müslümanlara karşı fiyat arttırmak için onların fiyatlarından bir şeye müdahale ederse kıyamet günü Allah'ın onu ateşten bir kemik üzerine oturtması hak olur"⁶⁰⁷

⁶⁰⁴ Buhârî, "Büyu", 54, 55; Müslim, "Büyu", 29-32; Ebû Dâvud, "Büyu", 65. « مَنِ ابْتِغَاءَ طَعَامًا فَلَا يَبِغُهُ حَتَّى يَسْتَوْفِيَهُ »

⁶⁰⁵ Tabakoğlu, 1988:106.

⁶⁰⁶ Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَكَلَّمُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

⁶⁰⁷ Ahmed b. Hanbel, V/27; Şevkânî, 1357:V/220. قال رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حقا على الله أن يقعده بعضم من النار يوم القيامة

buyurur. Bu hadise göre, Hz. Peygamber fiyatlara her türlü olumsuz müdahalelerin karşısındadır ve bir malın arz ve talebe göre aldığı fiyatı tabii karşılanmalıdır.⁶⁰⁸

Hulefâ-yı Râşidîn'in de piyasa denetimini elde tutmak için fiyat hareketlerini takip ettikleri nakledilmektedir.⁶⁰⁹ Meselâ, Hz. Ömer serbest rekabet şartlarının geçerli olacağı bir pazar oluşturabilmek için aşırı fiyat düşürme, stokçuluk ve sınırsız kâr gibi hususları sürekli kontrol altında tutarak sık sık pazarda dolaşır, satıcıları uyarır ve aydınlatır.⁶¹⁰ Yine Hz. Ömer kendisini ziyaret için diğer şehirlerden gelen heyetlerden piyasa fiyatlarıyla ilgili bilgiler alır⁶¹¹, fiyatlar noktasında kendisine ulaşan şikâyetleri inceler ve fiyatların piyasa fiyatında olması yönünde emirler verir.⁶¹² Hz. Osman da Cuma günü minbere oturup fiyatlar gibi konular hakkında cemaatle bilgi alış verişinde bulunuyordu.⁶¹³ Hz. Ali de zaman zaman fiyatlar hakkında malumatlar toplardı.⁶¹⁴ Hatta valilere verdiği talimatlarda, fiyatların alıcı ve satıcının zarar görmeyeceği seviyede olmasını istediği bildirilmektedir.⁶¹⁵

Yine Ömer b. Abdülaziz de, malların fiyatlarını değerinin altına indirme yönünde bir müdahale ile serbest fiyatın ve serbest piyasanın oluşmasına engel olan memurlarının yaptıklarını duyunca Basra valisine yazdığı mektupta, "Memurlarının halkın meyvelerine değerinden aşağı bir fiyatla tahmini değer biçtiklerini ve daha sonra değerlendirdikleri bu düşük fiyat üzerinden mallarını eksik kıymetle aldıklarını duydum"⁶¹⁶ diyerek fiyat farklarının mal sahiplerine iadesini emretmiştir.

Görüldüğü gibi İslâm'da fiyatların normal tabii seyrinde oluşması ve fiyatların sunî etkilere maruz bırakılmaması öngörülmüştür. Zira serbest fiyatın oluşmaması, üreticilerin ürünlerini piyasadan çekmesine ve dolayısıyla sunî fiyat artışlarına yol açabilir. Bu da tüketicinin aleyhine gelişen bir durum⁶¹⁷ olacağından piyasa

⁶⁰⁸ Yeniçeri, 1980:321.

⁶⁰⁹ Kallek, 1994:184.

⁶¹⁰ Rana, 1985:52-53; Nebhân, 1985:381; Kavakcı, 1975:41-42.

⁶¹¹ Kettânî, 1990:II/27.

⁶¹² Ya'kûbî, 1883:II/152; Hamidullah, 1985:424.

⁶¹³ Abdurrezzâk, 1983:III/215; İbn Sa'd, t.y.:III/59; Ahmed b. Hanbel, I/73; İbn Şebbe, 1973:III/960- 961.

⁶¹⁴ Ahmed b. Hanbel, I/547; Muhibbuddîn et-Taberî, 1984:III/222.

⁶¹⁵ Şerif er-Radî, 1387:438; Nuveyrî, 1975:VI/27; Kallek, 1994:185.

⁶¹⁶ İbn Kayyım, 1961:254.

⁶¹⁷ Arslan, 1994:55.

fiyatlarının arz talep ilişkisi içerisinde tüm baskılardan kurtulmuş olarak serbestçe oluşması tüketicinin korunması açısından en doğrusu olacaktır.

2.4.7.2. Devletin Piyasaya Müdahalesi (Narh)

İslâm Hukuku'nda narh anlamında “et-Tes'îr” sözcüğü kullanılmaktadır. Lügatte “et-Tes'îr”: Fiyat belirlemek, fiyat takdir etmek ve narh koymak gibi manalara gelmektedir.⁶¹⁸

Narh, fıkıh terimi olarak: “Devlet başkanının veya yetki verdiği memurların ya da halkın işlerini yürütmeyi üzerine alanların bir maslahattan dolayı, pazarda ticaret ehlinin mallarını satacakları bir fiyat belirleyerek, onları bu fiyattan fazla veya noksan satmalarını yasaklaması”⁶¹⁹ şeklinde tanımlanmaktadır.

Kur'an'da, devletin fiyatlara sınırlama getirmesi hususunda olumlu ya da olumsuz kesin bir hüküm bulunmamaktadır. Ancak, Kâsânî⁶²⁰ ve Şevkânî'nin⁶²¹, konuyla ilgili olarak “Ey iman edenler! Mallarınızı aranızda batıl yollarla yemeyin. Ancak karşılıklı rıza ile yapılan ticaretle olursa başka”⁶²² ayetini zikretmeleri, İslâm hukukçularının, bu konuyu İslâm'da ticaret hükümlerini ve âdâbını belirleyen, umûmî hüküm bildiren âyetlerin içerisinde değerlendirdiklerini göstermektedir.

Kur'an'da narhla ilgili açık bir hüküm bulunmamakla beraber biri Hz. Peygamber'den rivayet edilen diğeri Hz. Ömer'den rivayet edilen iki örnek, narhla ilgili farklı görüşlerin olduğunu göstermektedir.

Bunlardan ilki şudur: “Hz. Peygamber döneminde fiyatlar aşırı derecede artmıştı. Sahabeden bazıları dediler ki: “Ey Resûlullah! Fiyatlar aşırı derecede arttı, narh koysan.” Bunun üzerine Hz. Peygamber: “Narh koyan, bolluk ve darlık veren,

⁶¹⁸ Cevherî, “sar” md.; İbn Manzûr, “sar” md.; Fîrûzâbâdî, “sar” md.

⁶¹⁹ Şevkânî, 1357:VI/312; Kallek, DİA, 2006:XXXII/387.

⁶²⁰ Kâsânî, 1974:V/129.

⁶²¹ Şevkânî, 1357:V/220.

⁶²² Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

rızıklandırır ancak Allah'tır. Mal ve canına yönelik bir zulmün sebebiyle, herhangi bir kimse benden davacı olduğu halde Rabbime kavuşmak istemem”⁶²³ buyurdu.

Narhla ilgili Hz. Ömer'in tutumuyla ilgili gelen diğer rivayette ise: “Ömer b. el-Hattâb Medine'de kuru üzüm satmakta olan Hâtıb b. Ebî Beltea'yı gördü ve “Kaça satıyorsun ey Hâtıb?” diye sordu. Hâtıb, “İki müddü bir dirheme” şeklinde cevapladı. Bunun üzerine Ömer, “Bizim kapılarımızda, avlularımızda ve pazarlarımızda satın alıyorsunuz. Bizim arazimizden devşiriyorsunuz. Sonra da dilediğiniz gibi satıyorsunuz. Ya, sa'ını bir dirheme verirsin ya da bizim pazarımızda satış yapamazsın. Yollara düşüp şehir dışından mal getirirseniz dilediğiniz fiyattan satabilirsiniz,” diye karşılık verdi.”⁶²⁴

Narhla ilgili nakledilen yukarıdaki her iki hadisenin de tamamen kendi şartlarına münhasır doğal tepkiler⁶²⁵ olduğunu söylemek mümkündür.

Hz. Peygamber'in, narh koymaması o günkü duruma uygun bir ekonomik politika olmalıdır. İbn Teymiye Hz. Peygamber döneminde narh koyulmasına yönelik şartların oluşmadığını⁶²⁶ belirtmektedir. Muhtemelen o dönemde fiyatlardaki artışta Medine tüccarının gayri meşru telakki edilebilecek bir rolü olmamış, bilakis fiyatlar serbest piyasada arz talep dengesine göre oluşmuş olabilir.⁶²⁷ Ayrıca Hz. Peygamber'in narh koyabilmesi için önce malların maliyetleri hakkında bir bilgi sahibi olması da gerekirdi. Medineye gelen mallar genelde dışarıdan gelmekteydi. Dış ülkelerde üretilen ve Medineye getirilen malların, Hz. Peygamber tam maliyetlerini hesap ettiremezdi. Diğer yandan o günkü şartlar gereği dış ülke pazarlarındaki fiyatların her an değişmesi de mümkündür. Zira malların ticaret

⁶²³ İbn Mâce, “Ticaret”, 27; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 49; Tirmizî, “Büyü”, 73; Ahmed b. Hanbel, III/85. فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ عَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ « إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْعَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

⁶²⁴ Mâlik, “Büyü”, 57; Abdurrezzâk, 1983:VIII/207; İbn Hazm, t.y.:IX/40-41. مَرَّ بِحَاطِبِ بْنِ أَبِي بَلْتَعَةَ وَهُوَ يَبِيعُ زَبِيحًا لَهُ بِالسُّوقِ فَقَالَ لَهُ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ إِذَا أَنْ تَزِيدَ فِي السَّعْرِ وَإِنَّمَا أَنْ تَرْفَعَ مِنْ سُوْقِنَا

⁶²⁵ Kallek, 1994:156.

⁶²⁶ İbn Teymiyye, 2001:53.

⁶²⁷ Kallek, 1994:148.

kervanlarıyla gelmesi de uzun zaman almaktaydı. Bu sebeplerden Hz. Peygamber narh uygulamamıştır.⁶²⁸

Hız. Ömer'in fiyatlarına müdahale etmesi rivayetinde ise, söz konusu hadisenin vuku bulduğu yılda Medine ile çevresinde uzun ve şiddetli kıtlık olduğu bundan dolayı da, özellikle temel ihtiyaç maddelerinin fiyatlarının astronomik boyutlarda arttığı belirtilmektedir.⁶²⁹ Gıda fiyatlarının artmaya başlaması üzerine de aralarında Hâtib'in da bulunduğu bir grup tüccarın karaborsacılığa yöneldiğini gören Hız. Ömer'in bunu yasakladığı⁶³⁰ nakledilmektedir.

Narhın hükmü hususunda fıkıh âlimleri farklı görüşler ileri sürmüşlerdir. Hız. Peygamberin, "narh koyan, bolluk ve darlık veren, rızıklandırıcı ancak Allah'tır"⁶³¹ şeklindeki beyanı, müctehidlerin ve fıkıh ekollerinin, devletin piyasaya müdahale edip edemeyeceği hususundaki ihtilaflarının kaynağını oluşturmuştur. Sözleşmelerde rızânın temel unsur olduğunu ifade eden âyet⁶³² ve Hız. Peygamber'in, ashâbın fiyatlara müdahale isteğini geri çevirdiği ile ilgili hadisten⁶³³ hareketle Hanefîlerin mütekaddimûnu,⁶³⁴ Şâfiî,⁶³⁵ Hanbelî,⁶³⁶ İmâmîyye⁶³⁷ ve Zâhiriyye⁶³⁸ mezhebi fiyatlara devlet müdahalesinin mutlak anlamda caiz olmadığı görüşündedirler.⁶³⁹

Narh uygulamasına karşı olan hukukçular, piyasaya mal arzının azalmasına ve ithalatın gerilemesine, kalitesiz mal arzına ve karaborsaya sebep olabileceği

⁶²⁸ Yeniçeri, 1980:320.

⁶²⁹ Kallek, 1994:152.

⁶³⁰ Ya'kûbî, 1883:II/151; İbn Hibbân, 1987:476.

⁶³¹ İbn Mâce, "Ticaret", 27; Ebû Dâvûd, "Büyü", 49; Tirmîzî, "Büyü", 73; Ahmed b. Hanbel, III/85. إِنَّ اللَّهَ هُوَ

الْمُسَعَّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ

⁶³² Nisâ, 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

⁶³³ İbn Mâce, "Ticaret", 27; Ebû Dâvûd, "Büyü", 49; Tirmîzî, "Büyü", 73; Ahmed b. Hanbel, III/85. فَسَأَلُوا يَا رَسُولَ

اللَّهِ قَدْ عَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ « إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعَّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا

مَالٍ

⁶³⁴ Ebû Yusuf, 1973:92-93; Tahâvî, 1996:90; Kâsânî, 1974:V/129.

⁶³⁵ Mâverîdî, 1994b:V/408-410; Nevevî, 1995:III/79.

⁶³⁶ İbn Kudâme, 1985:IV/151-152.

⁶³⁷ Hullî, 1969:11, 21.

⁶³⁸ İbn Hazm, t.y.:IX/672.

⁶³⁹ Şevkânî, 1357:V/220.

endişesiyle narhın iktisadî açıdan da doğru olmadığını belirtmektedirler.⁶⁴⁰ Narhın caiz olmamasına farklı bir yaklaşım getiren Ebû Yusuf da görüşünü şöyle açıklamaktadır: “Ucuzluk ve pahalılık Allah'dandır. Ucuzluk ve pahalılık, hep bu hal üzere devam etmez. Allah'ın dilemesine göre bazen ucuzluk bazen de pahalılık olur. Ucuzluk ve pahalılığın bilinip tatbik edilecek bir ölçüsü de olmaz. Çünkü bu, Allah katından bir hükümdür ve nasıl olacağı bizce bilinmemektedir. Ucuzluk mal çokluğundan, pahalılık da mal azlığından değildir. Bütün bunlar, Allah'ın bir takdiri ve hükmüdür. Bazen bir yiyecek çok olup, pahalı; bazen de az olup, ucuz olabilir.”⁶⁴¹

Fiyatların devlet tarafından tesbiti konusunda İslâm hukukçuları arasındaki ikinci görüş ise, bunun belirli şartlara bağlı olduğudur. Piyasada fiyatların normal bir şekilde ve arz talep kanunu çerçevesinde şekillendiği durumlarda devlet, herhangi bir biçimde fiyatlara müdahalede bulunamaz. Fakat fiyatların suni müdahalelerle oluşturulduğu ve bundan toplumun zarar görmesi halinde, kamu yararına olmak ve adaleti sağlamak amacıyla devlet fiyatlara müdahalede bulunabilir. Mâlikî⁶⁴² ve Şâfiî⁶⁴³ bazı hukukçular ile müteahhir Hanefiler⁶⁴⁴ ve Hanbelîlerin⁶⁴⁵ görüşü bu şekildedir. Ancak bu görüşü benimseyen Hanefî hukukçular, idarenin narh uygulamasında bulunabilmesi için, piyasa fiyatının üstünde tutulan fiyatın fahiş ölçüde olması ve gerek narha karar verme gerek narh miktarını belirleme hususunda yetkililerin bilirkişilerle istişarede bulunması gerektiğini ifade etmektedirler.⁶⁴⁶ İmâmiyye ve Zeydiyye'den bazı fakihler de aynı kanaattedirler.⁶⁴⁷ Muayyen şartlara bağlı olarak cevaz görüşünü benimseyenler de görüşlerini, Hz. Peygamberin narhla ilgili hadisleri yanında, maslahat ve sedd-i zerîa gibi hukukî prensiplere dayandırmaktadırlar.⁶⁴⁸ Nitekim kamu yararının gerektirmesi durumunda belirlenen fiyat âdil olmak şartıyla narh uygulamasının caiz olduğunu söyleyen Hanbelî hukukçu İbn Teymiyye ve İbn Kayyım, karaborsacılığın önüne geçebilmek için,

⁶⁴⁰ İbn Kudâme, 1985:IV/152; Dirîni, 1994:I/552-554.

⁶⁴¹ Ebû Yusuf, 1973:92.

⁶⁴² İbnü'l-Uhuvve, 1937:65.

⁶⁴³ Nevevî, 1995:III/79.

⁶⁴⁴ Merginânî, 1990:IV/429; Mevsilî, 1989:687; İbn Abidîn, 1984:IV/194.

⁶⁴⁵ İbn Teymiyye, 2001:38-39; İbn Kayyım, 1967:241; Buhûfî, 1982:II/159.

⁶⁴⁶ Merginânî, 1990:IV/429; Mevsilî, 1989:687; İbn Abidîn, 1984:IV/194.

⁶⁴⁷ Dirîni, 1994:I/554-555.

⁶⁴⁸ Bâcî, 1332:V/18-19.

görüşlerini “sedd-i zerâi” ilkesine dayandırarak narh uygulamasının gerekli olduğunu belirtmektedirler.⁶⁴⁹

İslâm Fıkıh Akademisinin, 10-15 Aralık 1988 tarihleri arasında Kuveyt'de gerçekleştirdiği 5. dönem 8 nolu kararda narhla ilgili olarak: “Yetkililer, suni âmillerden kaynaklanan ve piyasanın sağlıklı işlemlerini önleyen açık bir durum bulmadıkça narh yoluyla piyasa ve fiyatlara müdahalede bulunamazlar. Böyle bir durumda ise yetkililer, söz konusu âmilleri ve durumu, pahalılık ve aşırı aldanma sebeplerini ortadan kaldırmaya imkan verecek âdil yöntemlerle müdahalede bulunabilirler”⁶⁵⁰ kararı da meselenin izahı açısından önemli bir yaklaşımdır.

Hız. Peygamber fiyatlara müdahalede bulunmamıştır. Zira Resûlullah döneminde ticaret ahlâkının ve faziletin en güzel örneği yaşanmış, devlet müdahalesine pek gerek duyulmamış ve genellikle herkes meşru haklarına razı olmuştur. Ancak satıcıların fiyatlar hususunda tamamen serbest bırakılıp, devlet kontrolü dışında tutulması bazen toplumun zulüm ve haksızlığa uğratılmasına kapı açabilmektedir. Çünkü zamanla ticaret ahlâkının yozlaşmaya başlamasıyla insanlar fiyat tespitindeki esnekliği yahut arz talep dengesindeki bozukluğu suistimal etmeye yönelebiliyorlar. Buna kıtlıkların ve savaşların getirdiği sıkıntılar da eklenince fiyatların sunî olarak yükselmesi kaçınılmaz olabiliyor. Hatta bazen hiç bir ekonomik sebep yokken dahi, birden zengin olma hırısından kanaklanan bazı spekülâtif oyunlarla da sunî fiyat artışlarına sebep olunmuştur.⁶⁵¹ Halkın bu gibi durumlardan zarar görmemesi için bazı fukaha, gerektiği takdirde belli maddelere yetkili makamlarca narh konulabileceği görüşünü benimsemişlerdir.⁶⁵²

Narhı benimseyen İslâm hukukçularına göre, fiyatların devlet tarafından kontrol edilip edilememesi hususunda ölçü, toplum maslahatıdır. Toplum yararı ancak narhla sağlanabiliyorsa devlet, düşük de yüksek de olmayan âdil bir fiyat

⁶⁴⁹ İbn Teymiyye, 2001:38-39; İbn Kayyım, 1967:241.

⁶⁵⁰ İslâm Fıkıh Akademisi, 1988:V/8.

⁶⁵¹ Kardâvî, 1997:194-195; Döndüren, 1984:180.

⁶⁵² Kallek, 1994:158.

belirlemede bulunur; böyle bir ihtiyacın olmayıp toplum yararının kendiliğinden gerçekleştiği durumlarda ise, müdahalede bulunamaz.⁶⁵³

Görüldüğü gibi narh konusunda farklı düşünce ve tartışmalar olmasına rağmen devletin piyasaya müdahalesi, ticari hayatta spekülasyon girişimlerinin önlenmesi ve alım gücü sınırlı tüketicilerin korunmasına yönelik bir tedbir olarak kabul edilmektedir. Zira Hz. Peygamber Medine de arzın talebi karşılamadığı ve serbest rekabet sonucu oluşan yüksek fiyat artışlarına müdahaleyi uygun görmemiş, fakat bütünüyle yasaklamamıştır. Hz. Ömer ise yüksek fiyattan satış yapılmasına kamu yararını gözetenek müdahale etmiştir.⁶⁵⁴

Aşırı fiyat tehlikesi, ihtikar ve tekel eğilimi söz konusu olmadığı hallerde tüketicinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin fiyatlarında devlet müdahalesinden kaçınmak esas olmakla beraber adı geçen piyasayı bozucu, tüketiciye külfetler yükleyen, satıcıya fazladan bir rant bırakan ve haksız kazanç sağlayan bu tür ticarî faaliyetlerin olması halinde sosyal adaletin sağlanması, hakkın yerini bulması ve tüketicinin güvenceye kavuşturulması için devlet gücünün ekonomik hayata müdahalesi ve halkın üzerine adalet kanatlarını gemesi gerekebilir. Bu durumda narh söz konusu olup spekülasyon faaliyetleri yasaklanabilir.⁶⁵⁵

Günümüzde büyük iktisadî teşekküllerin piyasaya hakim olması, tarafların semen belirleme serbestliğini oldukça daraltılmıştır. Bu itibarla tüketiciler genellikle fiilî bir tekele sahip olan büyük teşebbüslerin koydukları fiyatları ya kabul etmek veya onların sattığı şeyi almaktan vazgeçmek durumundadırlar. “Zarar-ı âmmî def için zarar-ı hasa katlanılır”⁶⁵⁶ kaidesi gereği devlet, bütün toplumun iyiliğine olan yöntemi belirleyip uygulamalıdır. Ancak bu fiyat uygulaması genel ekonomi politikası çerçevesinde uygulanabilecek bir husustur. Diğer taraftan devletin piyasaya müdahale etmesi, temelde kamu yararı, sedd-i zerfa gibi prensiplere dayandığından, narha konu olma açısından emtia arasında ayırım yapmak da doğru değildir. Zira

⁶⁵³ İbn Kayyım, 1961:264.

⁶⁵⁴ Kallek, DİA, 2006:XXXII/387-389.

⁶⁵⁵ Arslan, 1994:57.

⁶⁵⁶ Mecelle, md. 26.

akid serbestisinin kötüye kullanıldığı ve bundan da toplumun zarar gördüğü her türlü nesne için narh uygulaması söz konusu olmalıdır. Çünkü bazen gıda maddesi dışındaki elektrik, petrol gibi bir mal ya da hizmetin piyasa fiyatının üstündeki arzından, toplum oldukça fazla zarar görebilir. Bu sebeple toplum menfaati ve zararın defî açısından gıda maddesi ile diğer emtia arasında herhangi bir fark yoktur.⁶⁵⁷

Sonuç olarak; aşırı kazanç tehlikesi veya karaborsacılık temayülü oluşmaması kaydıyla ticarî mal ve muameleleri narh ve benzeri devlet müdahalelerinden uzak tutmak asıldır. Ancak bazı zorunlu hallerde, ticarî muamelelerde adaletin temini ve tüketicinin ekonomik güvence altına alınması için bazı tedbirlere başvurmak gerekebilir ki bunların başında da narh politikası gelmektedir.⁶⁵⁸ Yalnız “zaruretlar kendi miktarlarınca takdir olunur”⁶⁵⁹ kaidesi gereği, zarurete binaen ve zararın def-i için ticarî muamele hürriyetine konmuş bir sınırlama olan narh uygulamasının da zaruret miktarınca takdir olunması gereklidir.⁶⁶⁰ Böylece, adaletli bir narh uygulamasıyla, aşırı fiyat yükselmesi engellenerek insanların zarar görmesi önlenebilir, piyasada haksız kazanç elde etmek isteyenlere ve tekelleşme eğiliminde olanlara karşı ferdin hakları korunup ferdin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmeti serbest piyasa şartlarında elde etmesi ve arzı ellerinde bulunduranların haksız iktisap eğilimlerine karşı korunması temin edilir. Bu durumda aşırı fiyat isteyen firmalara ve esnafa emsal fiyat verilerek, tüccarın tahakkümü bertaraf edilip sosyal adalet ve sosyal maslahat gerçekleştirilmiş ve tüketici korunmuş olur.

2.4.7.3. Alışverişte Fâhiş Fiyat

İslâm hukuk tarihinde genel hatlarıyla serbest rekabet piyasasında arz ve talebin kendiliğinden uzlaşması ilkesi benimsenip, kârın tabii ve ahlaki şartlara bağlı olarak ayarlanması öngörülerek, günlük hayatta serbest rekabet şartlarının korunup devletin üretici ve tüketicileri istismarının ve katı kontrolü altında tutma eğiliminin

⁶⁵⁷ Çalış, 2001:335.

⁶⁵⁸ Şurbacı, 1973:102.

⁶⁵⁹ Mecelle, md. 22.

⁶⁶⁰ Kallek, 1994:159.

önünü geçilmesi amaçlanmıştır.⁶⁶¹ İslâm kâr için belli bir sınır koymamakla beraber alışverişlerde yalan, hile, satılan malın ayıbını gizleme, malı kendisinde bulunmayan nitelikle övme gibi hususiyetleri yasaklamıştır. Böylece tüketicinin hileli yollarla aldatılması ve bu yolla malın çok yüksek fiyatlarla satılması meşru görülmemiştir.

Fahiş fiyatın miktarını ve kesin olarak ölçüsünü belirleyen bir ayet veya hadis bulunmamaktadır. Bu sebeple İslâm hukukçuları meseleyi dinin genel esasları ve tüccar örfüne dayanarak çözüme yoluna gitmişlerdir. Bu bağlamda fakihlerin büyük çoğunluğuna göre fahiş fiyatın belirlenmesinde o akdin ve bölgeye ait örf ve adetin esas alınması gerekir. Hanefîler ise bunu daha netleştirerek bir malın, bilirkişilerin belirleyeceği fiyattan oldukça fazla bir fiyatla satılmasını fahiş fiyat olarak kabul etmişlerdir.⁶⁶² Bazı Mâlikî âlimleri de malın değerinin üçte bir oranından daha fazla aşılacak bir fiyatla satışının fahiş fiyat olduğunu belirtirler.⁶⁶³ Mecelle ise piyasa fiyatlarının gayrimenkulde 1/20, hayvanlarda 1/10, ticari mallarda 1/5 oranında aşılmasını fahiş fiyat olarak kabul belirlemiştir.⁶⁶⁴

İslâm hukukçuları aldanmanın satıcının hile ve aldatmaları sonucu oluşması durumunda akdin fasid olup aldanmaya maruz kalan tüketici tarafından feshedilebileceğinde görüş birliği içerisindeyler.⁶⁶⁵ Mesela, satıcı müşteriye “bu saf ipek” diyerek normal fiyatın çok üstünde bir fiyata satar sonra naylon karışımı bir ipek olduğu anlaşılırsa müşteri malı geri verme hakkına sahip olur.⁶⁶⁶ Satıcının malın kalitesi, özelliği, maliyeti, kâr nisbeti hakkında gerçeğe aykırı veya yanıltıcı beyanda bulunması, açıklama yapması gereken bir konuda susması da aldatma sayılır. Malın değer ve maliyetini yüksek gösteren ve tüketiciyi etkileyen “daha önce şu fiyatı verdiler, vermedim” veya “maliyeti şu, bundan aşağısı zarar eder” gibi beyanlar da şayet gerçeğe aykırı ise, aldatma sayılır.

⁶⁶¹ Şafak, 1979:13-14.

⁶⁶² İbn Âbidîn, 1984:IV/159; Cezîrî, 1989:III/1448-1449.

⁶⁶³ İbn Kudâme, 1985:IV/18; Cezîrî, 1989:III/1448.

⁶⁶⁴ Mecelle, md. 165.

⁶⁶⁵ Mecelle, md. 356.

⁶⁶⁶ İbn Âbidîn, 1984:IV/159; Cezîrî, 1989:III/1449.

Bazı İslâm âlimleri Hz. Peygamber'in; "Hiç biriniz kendi için istediğini din kardeşi için de istemedikçe gerçekten iman etmiş olmaz"⁶⁶⁷ hadisinden hareketle kişinin, kendisi için isteyebildiği bir fiyata malını satmasını, kendisi için razı olmadığı bir fiyata ise malını Müslüman kardeşlerine satmaya razı olmaması gerektiğini belirtmektedirler.⁶⁶⁸ Buna göre, tüketicilerin fâhiş fiyattan korunabilmeleri için, serbest piyasada insanlar mallarına yukarıdaki esaslara göre piyasa fiyatları içerisinde bir kâr koymalıdır. Yani mallarına önce kendileri müşteri olmalı ve kabul edebilecekleri bir fiyata başkalarına satmalıdırlar.⁶⁶⁹

2.4.8. Engelli Tüketicinin Korunması

İslâm Hukuku engelli tüketicileri görmezden gelmeyip, aldanmalarını ve haksızlığa uğramalarını önlemek için gerekli düzenlemelerde bulunmuştur. Bu bağlamda İslâm hukukçularının çoğunluğuna göre a'mânın satışı, satın alması, icaresi, rehni ve hibesi sahihtir. Satılan şeyin tanınmasını sağlayacak şekilde, dokunmak, koklamak, tadına bakmak gibi ve ağaç dallarında bulunan meyveler, evler ve akarlar için de niteliklerini belirtmek gibi yollarla satılan şeyi bilmesine yarayacak şekilde olmak üzere a'mânın lehine muhayyerlik hakkı sabittir.⁶⁷⁰

Ayrıca, Mecelle'nin "Dilsizin işaret-i ma'hûdesi lisan ile beyan gibidir"⁶⁷¹ kaidesinde belirtildiği üzere dilsizin anlaşılan işareti veya yazacağı yazı ile yapacağı satışlar geçerlidir. Burada işaret ve yazı zaruretten konuşma gibi kabul edilmiştir

İslâm Hukuku akli zayıflığı bulunanların, ticari muamelelerde aldanmalarını önlemek için tasarruflarını vasisinin icazetine bağlı kılmıştır.⁶⁷² Hz. Peygamber'de akıl zayıflığı nedeniyle alış-verişlerde aldanan kişiye "Bir şeyi satın aldığın zaman,

⁶⁶⁷ Buharî, "İman", 7; Müslim, "İman", 71; Tirmizi, "Kıyame", 59. « لا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ »

⁶⁶⁸ İbnü'l-Hâc, 1293:III/86.

⁶⁶⁹ Yeniçeri, 1980:369.

⁶⁷⁰ Kâsânî, 1974:V/164; İbn Kudâme, 1985:IV/147; Mevsilî, 1989:II/10; Zühaylî, 1989:IV/465; Bilmen, 1985:VI/68-69.

⁶⁷¹ Mecelle, md. 70.

⁶⁷² İbn Âbidîn, 1984:V/100.

“aldatma ve hile yapmak yok ve benim için üç günlük muhayyerlik hakkı vardır” de⁶⁷³ buyurdu.

Bir alım satım muamelesinde aldatma bulunmaksızın gabn-i fahiş bulunsa aldanana taraf akdi feshedemez. Ancak mecnun ve matuhların mallarında aldatma bulunmaksızın gabn-i fahiş bulunsa alış-veriş batıl olur.⁶⁷⁴ Bu mecnun ve matuhların mallarını korumak içindir.

2.4.9. Sahih Olmayan Alış-Verişlerin Yasaklanması Yoluyla Tüketicinin Korunması

İslâm daima fert ve toplumun yararını düşünmektedir. Bu sebeple İslâm dini, tüketiciler için zararlı olan, bünyesinde belirsizlik, aldatma, hile, tek yanlı yarar ve haksız kazanç gibi nitelikleri taşıyan satış türlerini yasaklamıştır.

İslâm Hukuku’nda akdin unsurlarının ve sıhhat şartlarının tam olarak teşekkül etmemesi durumunda alış-verişler sahih olmamaktadır. Hanefîler, akdin unsurlarında eksiklik olan satışa “bâtıl”, akdin sıhhat şartlarında eksiklik olan satışa “fâsit” terimini kullanmışlardır. Bâtıl satış sözleşmeleri geçersiz olup yok hükmündedir ve hukuken hiçbir sonuç doğurmaz. Fâsit satışlar ise, sözleşmedeki eksiklik sebebiyle fâsit olduğundan, eksikliğin giderilmesi durumunda satış geçerli olacaktır. Eksikliğin giderilmemesi durumunda ise satışın feshi gerekmektedir. İslâm hukukçularının çoğunluğu ise yasaklanmış satış türleri için “bâtıl” veya “fâsit” ayrımı yapmayı ikisini de eş anlamlı kullanmışlardır.

Bu bölümde satış türleri arasında bâtil ve fâsit ayrımına gidilmeden ve hukukî bir ıstılah olarak değil de genel anlamda sahih olmayan ifadesi ile tüketicileri doğrudan etkileyerek zarara uğramalarına neden olan ve bu sebeple de tüketicilerin uzak durması gereken satış türleri üzerinde durulacaktır.

⁶⁷³ Buhârî, “Büyû”, 48; Müslim, “Büyû”, 48; İbn Mâce, “Ahkâm”, 24; Ebû Dâvûd, “Büyû”, 66. « إِذَا أَتَيْتَ »

فَتُلْ لَا خِلَابَةَ. ثُمَّ أَتَيْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتِغَاءَهَا بِالْحَيْبَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ فَإِنْ رَضِيتَ فَأَمْسِكْ وَإِنْ سَخِطْتَ فَارْذُدْهَا عَلَى صَاحِبِهَا »

⁶⁷⁴ Bilmen, 1985:VI/79.

2.4.9.1. Aldanma Riski Bulunan Satışlar (Garar)

Garar, sözlükte “tehlike, risk, gerçekleşmesi halinde razı olunamayacağı zannedilen aldanma” demektir.⁶⁷⁵ İslâm Hukuk ıstılahında ise, “Garar, akıbeti kapalı bilinmeyen şey⁶⁷⁶ olup akdin haksız kazanca yol açacak ölçüde kapalılık taşımasını ifade eden bir fıkıh terimidir.⁶⁷⁷

İslâm dini; “Hz. Peygamber garar satışını yasakladı”⁶⁷⁸, “Sudaki balığı satmayınız, çünkü bunda garar vardır”⁶⁷⁹ hadislerinde belirtildiği üzere aldanma (garar) bulunan satışları yasaklamıştır. “Garar; akdi, vucudu kesin olmayan, şüpheli ve ihtimalli bir unsura dayandırmaktır. Buna göre garar terimi; meydana gelmeme, istenilen miktar ve nitelikte olmama veya satılanın teslimine güç yetirilememe riski bulunan bütün alış verişleri kapsamaktadır.⁶⁸⁰

Fakihler, aldanma riski bulunan satışların sahih olmadığı üzerinde ittifak etmişlerdir.⁶⁸¹ Mesela, memedeki sütün, hayvanın sırtındaki yünün, annenin karnındaki yavrunun, yakalamadan önce sudaki balığın, havadaki kuşun satışı ve satın alıp teslim etmek üzere başkasına ait olan malın satılması gibi. Zira satıcı, mülkiyeti altında bulunmayan şeyi satmıştır. Hanefiler gararın iki yerde olacağını belirtmektedirler. Birincisi bir ağa takılacak balıkların satışı gibi mahallin aslındaki garardır. Bu durumda akid batıldır. İkincisi ise bir ineğin sütlü diye satılması gibi evsaf ve miktardaki garardır. Bu durumda da akid fasid olmaktadır.⁶⁸²

Buna göre, teslimi güç olan malın satışı, satılan malın veya satış bedelinin cinsinin bilinmemesi, bedellerin niteliğinin bilinmemesi, satılanın veya satış bedelinin miktarının bilinmemesi, veresiye satışta vadenin belirlenmemesi veya

⁶⁷⁵ Cevherî, “grr” md.; Râğıb el-İsfahânî, “grr” md.; İbn Manzûr, “grr” md.

⁶⁷⁶ Serahsî, 1983:XII/194; Hammâd, 1996:103

⁶⁷⁷ Dönmez, DİA, 1996:XIII/366

⁶⁷⁸ Müslim, “Büyû”, 4; İbn Mâce, “Ticaret”, 23; Ebû Dâvûd, “Büyû”, 24-25; Tirmizî, “Büyû”, 17; Nesâî, “Büyû”, 27. نَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

⁶⁷⁹ Ahmed b. Hanbel, I/288; Şevkânî, 1357:V/147. لا تشتروا السمك في الماء فإنه غرر

⁶⁸⁰ Zühaylî, 1989:IV/435-436; Döndüren, 1993:164.

⁶⁸¹ Şîrâzî, 1959:I/263; Serahsî, 1983:XII/194; Kâsânî, 1974:V/147; İbn Rüşd, t.y.:II/245; İbn Kudâme, 1985:IV/78; Nevevî, t.y.:IX/281, 335, 374; İbn Âbidîn, 1984:IV/111-114.

⁶⁸² Zühaylî, 1989:IV/438; Çeker, 2006:104.

belirsiz bir tarihin tespit edilmesi, ıslahı veya iyileşmesi umulmayan şeyin satışı gibi muameleler aldanma riski (garar) bulunması sebebiyle yasaklanmıştır.⁶⁸³

Hadislerde, cahiliye döneminde yapılan ve tüketicinin aldanmasına yol açabilecek alış verişlerin yasaklandığı görülmektedir. Hz. Peygamber, devenin karnındaki yavruyu ve yavrunun da bir yavru doğuruncaya kadar vade bırakılan (habelü'l-habele) satışını,⁶⁸⁴ alıcının malı eline alması veya dokunması sonucunda satışın bağlayıcı hale gelmesi anlamındaki “mülânese” ile satıcının malı alıcıya atması sonucunda satım akdinin tamamlanması anlamındaki “münâbeze” satışını⁶⁸⁵, atılan bir taşın isabet ettiği şeyin satın alınmış sayılması anlamındaki “hasât”⁶⁸⁶ satışını, buğdayı başağında iken, hasat edilmiş bulunan başka buğdayla tahmin üzere satmak anlamındaki “muhâkale” ile dalındaki taze hurma veya üzümü, kuru hurma veya kuru üzüm karşılığında satmak anlamındaki “müzâbene”⁶⁸⁷ satışını, suya bir defa atılacak ağın yakalayacağı balıkların (darbetü'l-kânis) veya dalgıcın bir dalıta çıkaracağı incilerin (darbetü'l-gâis)⁶⁸⁸ belli bir fiyata önceden satışını yasaklamıştır. Caliliye döneminde yaygın olan bu satışlarda, malın elde edilememe riski veya tüketiciye teslim güçlüğü ile malın miktarının bilinmemesi gibi garar (belirsizlik) bulunmaktadır. Bu belirsizliklerin satış sırasında veya satışın uygulanacağı zaman süreci içinde giderme imkânı da yoktur.⁶⁸⁹ Bu sebeple tüketicinin aldanma riski bulunan bu satış türleri yasaklanmıştır.

⁶⁸³ Döndüren, 1993:224.

⁶⁸⁴ Buhârî, “Büyü”, 62, 63; Müslim, “Büyü”, 3; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 24; Tirmizî, “Buyu”, 16. نَهَى عَنْ بَيْعِ حَبْلِ الْحَبَلَةِ ، وَكَانَ بَيْعًا يَتَّبِعُهُ أَهْلُ الْجَاهِلِيَّةِ ، كَانَ الرَّجُلُ يَبْتَاعُ الْجُرُورَ إِلَى أَنْ تُنْتَجِجَ النَّاقَةُ ، ثُمَّ تُنْتَجِجَ الْبَيْتُ فِي بَطْنِهَا

⁶⁸⁵ Buhârî, “Büyü”, 61; Müslim, “Büyü”, 3; İbn Mâce, “Büyü”, 12. أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- نَهَى عَنِ الْمُلَامَسَةِ . نَهَى عَنِ الْمُلَامَسَةِ أَنْ يَلْمَسَ الرَّجُلُ الشَّيْءَ بِيَدِهِ وَلَا يَرَاهُ وَالْمُنَابَذَةُ أَنْ يَقُولَ أَلْقِ إِلَيَّ مَا مَعَكَ وَأَلْقَى إِلَيْكَ مَا مَعِيَ

⁶⁸⁶ Müslim, “Büyü”, 4; İbn Mâce, “Ticaret”, 23; Nesâî, “Büyü”, 27. نَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- عَنِ بَيْعِ الْحَصَاةِ . وَعَنْ بَيْعِ الْعَرِيرِ

⁶⁸⁷ Buhârî, “Buyu”, 82, 91; Müslim, “Büyü”, 83; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 18; Tirmizî, “Büyü”, 14, 55; Şevkânî, 1357:V/151, 176. وَأَلِشْقَاهُ - وَالْإِشْقَاهُ - نَهَى عَنِ الْمُحَاقَلَةِ وَالْمُرَابَنَةِ وَالْمُخَابَرَةِ وَأَنْ تُشْتَرَى النَّخْلُ حَتَّى تُشَقَّ - وَالْإِشْقَاهُ . أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- نَهَى عَنِ الْمُحَاقَلَةِ أَنْ يَبْتَاعَ الْحَقْلَ بِكَيْلٍ مِنَ الطَّعَامِ مَعْلُومٍ وَالْمُرَابَنَةَ أَنْ يَبْتَاعَ النَّخْلَ بِأَوْسَاقٍ مِنَ الشَّعْرِ وَالْمُخَابَرَةَ أَنَّ يَحْمَرَ أَوْ يَصْفَرَّ أَوْ يُؤْكَلُ مِنْهُ شَيْءٌ - وَالْمُحَاقَلَةُ أَنْ يَبْتَاعَ الْحَقْلَ بِكَيْلٍ مِنَ الطَّعَامِ مَعْلُومٍ وَالْمُرَابَنَةُ أَنْ يَبْتَاعَ النَّخْلَ بِأَوْسَاقٍ مِنَ الشَّعْرِ وَالْمُخَابَرَةُ الثَّلْثُ وَالرَّبِيعُ وَأَشْبَاهُ ذَلِكَ

⁶⁸⁸ İbn Mâce, “Ticaret”, 24; Şevkânî, 1357:V/150. نَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- عَنِ شِرَاءِ مَا فِي بَطْنِ الْأَنْعَامِ حَتَّى تَصْعَقَ . وَعَمَّا فِي ضُرُوعِهَا إِلَّا بِكَيْلٍ وَعَنْ شِرَاءِ الْعَبْدِ وَهُوَ آبِقٌ وَعَنْ شِرَاءِ الْمَغَانِمِ حَتَّى تُنَسَمَ وَعَنْ شِرَاءِ الصَّدَقَاتِ حَتَّى تُبْضَعَ وَعَنْ ضَرْبَةِ الْعَائِصِ

⁶⁸⁹ Zühaylî, 1989:IV/428-439; Döndüren, 1993:165.

Sonuç olarak yukarıda zikredilen hadisler ve örnekler üzerinde düşünüldüğünde İslâm'ın alış verişlerde bedellerin açık ve belirli olmasını ve tüketicinin aldatılmamasını istediği anlaşılmaktadır. Zira bedellerdeki belirsizlikler ve hileler tüketicilerin aldanmalarına ve zarara uğramalarına sebep olabilmektedir.

2.4.9.2. Olmayan Şeyin (Ma'dumun) Satışı

İslâm Hukuku'nda ma'dum,⁶⁹⁰ hukukun hakikaten veya hükmen yok saydığı, tarafları anlaşmazlık ve çekişmeye götürecek derecede kapalı olan, teslimi garanti edilemeyip zarar ve ziyan riski olan, varlığı ihtimalli şeylere denir.

İslâm hukukçuları henüz meydana gelmemiş olan bir şeyin satışının geçerli olmayacağı konusunda görüş birliği içindedirler.⁶⁹¹ Hz. Peygamber, hayvanın sulbündeki meninin (medâmin), hayvanın karnındaki ceninin (melâkih)⁶⁹² satışını yasaklamıştır. Bu tür satışların yasaklanması mahallin mevcut olmamasından değil, tesliminin garanti edilemeyişinden kaynaklanmaktadır.

İslâm Hukuku'nda akit anında var olmadığı gibi gelecekte de varlığı kesinlikle gerçekleşmeyecek, olan ma'dûmun satılması geçersizdir. Zira mevcudiyeti kesinlikle gerçekleşmeyecek şeylerin teslimi imkânsız olduğundan akdin hükmünü uygulamaya elverişli değildir. Dolayısıyla akde konu olamazlar.⁶⁹³ Ancak akit anında mevcut olmadığı halde ileride varlığı âdeten mümkün olan şeylerin satılması ise hukuken geçerlidir.⁶⁹⁴ Çünkü bu tür akitlere ihtiyaç duyulmaktadır. Selem ve istisna' akitleri bunun en açık örnekleridir.

Elde edilip edilmeyeceği belli olmayan, satıcının temin edip müşteriye ulaştıracağına kanaat getirilemeyen ve bu sebeple müşterinin aldanma ihtimal ve endişesi bulunan sözleşmeler de satışı yasaklanan ma'dûmun kapsamındadır.

⁶⁹⁰ Kâsânî, 1974:V/138-139; Şîrâzî, 1959:I/262; Nevevî, t.y.:IX/208

⁶⁹¹ Şîrâzî, 1959:I/262; Serahsî, 1983:XII/194; XIII/23; Kâsânî, 1974:V/138-139; İbn Rüşd, t.y.:II/257; İbn Kudâme, 1985:IV/147; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/192; İbn Âbidîn, 1984:IV/106, 112-113.

⁶⁹² Mâlik, "Buyu", 63. وَأَمَّا تُحَّى مِنَ الْخَيْوَانِ عَنْ ثَلَاثَةٍ عَنِ الْمُضَامِينَ وَالْمَلَايِحِ وَحَيْلِ الْمُخْتَلَةِ. وَالْمُضَامِيُّ بَيْعٌ مَا فِي بُطُونِ إِنَاثِ الْإِبِلِ وَالْمَلَايِحُ بَيْعٌ مَا فِي ظُهُورِ الْجَمَالِ

⁶⁹³ Senhûrî, 1998:III/14

⁶⁹⁴ İbn Kayyım, 1967:II/8; Senhûrî, 1998:III/42

Habelü'l-Habele, medamin, melakîh, mülamese, münabeze, hasat satışları buna örnektir. Bu satışlarda yasaklamanın sebebi mahallin yokluğu değil, aldanma ihtimalinin bulunmasıdır.⁶⁹⁵ Zira ihtimale binaen akit yapılması geçersizdir.

İslâm hukukçuları ma'dûmun sınırını belirlerken henüz mevcut olmayan, vücut bulmayan şeyleri ma'dûm kabul ettikleri gibi sonradan yok olma tehlikesi bulunan şeyleri de ma'dûm kapsamında değerlendirmektedirler. Hayvanın karnındaki yavrunun ileride doğuracağı yavrusunu satmak henüz vücut bulmayan ma'dûmun satışına, doğmamış hamlin satılması ile memedeki sütün satılmaları da yok olma tehlikesi bulunan ma'dûmun satışına örnek olarak verilebilir. Zira bunlar ma'dûm hükmünde kabul edilirler.⁶⁹⁶

Hadis-i şeriflerde satışı yasaklanan mallardan, İslâm hukukçuları tarafından ma'dûm kabul edilenler, varlığı ihtimalli olan veya teslim garantisi bulunmayan ya da sıfatı veya miktarı bilinmeyenlerdir. Akdın kesin olmayan, şüpheli veya zarar ve ziyana ihtimalli bir unsura bağlı bulunması ise garardır. Garara neden olan şey ortadan kaldırıldığında ise akit geçerli olur.

Hz. Peygamber, “Olgunlaşıncaya kadar meyvenin ağacında, yünün kırılmadan önce hayvanın sırtında ve sütün sağılmadan önce hayvanın memesinde iken satılmasını yasaklamıştır.”⁶⁹⁷ İslâm, tarafların aldanmasına veya anlaşmazlığa düşmesine yol açabilecek bilinmezlik ve riskleri alış verişlerden kaldırmayı amaçlamaktadır. Meyve ve ekinlerin henüz meydana gelmeden kökünde satılması halinde herhangi bir nedenle hiç ürün alınmaması durumunda veya hayvanın memesindeki sütle, sırtındaki yünün satın alınmasında da miktar, nitelik gibi konularda belirsizlikler olması nedeniyle aldanma olabilmektedir.

Görüldüğü gibi mevcut olmayanın satışının yasaklanmasından maksat aldanmanın önüne geçebilmektir. İslâm hukuku'nda, aldanma ve mağduriyete yol

⁶⁹⁵ Senhûrî, 1998:III/42

⁶⁹⁶ Kâsânî, 1974:V/138-139

⁶⁹⁷ Dârekutnî, “Büyü”, 2872. تَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- أَنْ تُبَاعَ التَّمْرَةُ حَتَّى تَبَيَّنَ صِلَاحُهَا أَوْ يُبَاعَ صُوفٌ عَلَى ظَهْرِ أَوْ لَعْنٍ فِي ضَرْعٍ أَوْ سَمْنٍ فِي لَبَنِ

açabilecek satışlar caiz görülmemiş ancak aldanma, aldatma ve mağduriyet durumu söz konusu olmayan satışlar caiz görülmüştür. Bu satışlardaki yasaklama gerekçelerinin tüketicinin korunmasını amaçladığı açıktır.

2.4.9.3. Teslimine Güç Yetirilemeyecek Şeyin Satışı

İslâm hukukçuları teslim edilemeyen şeyin satışının caiz olmadığına ittifak etmişlerdir.⁶⁹⁸ Hanefiler, bir kimse teslimine güç yetiremeyeceği bir malı satsa, bu mal onun mülkiyeti altında bulunsa bile satış batıl olur derler. Sudaki balığın, havadaki kuşun, kaçmış olan ve geri dönüp dönmeyeceği bilinmeyen hayvanın, çalıntı otomobilin, çalınan ve yeri bilinmeyen eşyanın satılması halinde, satıcı bunları alıcıya teslimine güç yetiremez. Böyle bir satış caiz değildir.⁶⁹⁹ Çünkü Hz. Peygamber “Doğuruncaya kadar hayvanların karnındaki yavruların satılmasını, ölçülmedikçe hayvanların memelerindeki sütün satılmasını, paylaştırılmadıkça ganimetlerin, kabzedilmedikçe sadakaların ve denize atıp çıkarmadan önce ağa yakalanacak balıkların satılmasını yasaklamıştır.”⁷⁰⁰ Yine Hz. Peygamber “Sudaki balığı satın almayınız. Çünkü bunda aldanma riski vardır”⁷⁰¹ buyurmaktadır. Buradaki sudan maksat, deniz veya ırmak gibi sınır getirilemeyen sulardır.

Ayrıca teslimi mümkün olabilecek bir mal olmasına rağmen mülkiyetinde olmayan malın satışı da yasaklanmıştır. Çünkü mülkiyetinde olmayan malın teslim edilip edilememe riski bulunmaktadır. Hz. Peygamber “Hakim b. Hizam “Ey Allah’ın Rasûlü! Biri bana gelip hali hazırda bende olmayan bir şeyi satın almak istiyor. Bu durumda daha sonra çarşıdan satın alarak teslim etmek üzere istenen şeyi ona satayım mı?” der. Rasûlullah’ta “Hayır, yanında olmayan bir şeyi satma”⁷⁰²

⁶⁹⁸ Şîrâzî, 1959:I/163; Kâsânî, 1974:V/147, 295; İbn Rüşd, t.y.:II/156; İbn Kudâme, 1985:IV/142.

⁶⁹⁹ Senhûrî, 1998:III/51-52; Zühaylî, 1989:IV/429-431.

⁷⁰⁰ İbn Mâce, “Ticaret”, 24; Tirmîzî, “Siyer”, 14; Ahmed b. Hanbel, III/42; Şevkânî, 1357:V/149. – تَهَى رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عَنْ شِرَاءِ مَا فِي بَطُونِ الْأَنْعَامِ حَتَّى تَضَعَ وَعَمَّا فِي ضُرُوعِهَا إِلَّا بِكَيْلٍ وَعَنْ شِرَاءِ الْعَبْدِ وَهُوَ آبِقٌ وَعَنْ شِرَاءِ الْمَعَامِ حَتَّى تُفَسِّمَ وَعَنْ شِرَاءِ الصَّدَقَاتِ حَتَّى تُنْبِضَ وَعَنْ ضَرْبَةِ الْغَائِصِ

⁷⁰¹ Ahmed b. Hanbel, I/288; Şevkânî, 1357:V/147. « لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ عَزْرٌ »

⁷⁰² Ebû Dâvûd, “Büyû”, 68; Tirmîzî, “Büyû”, 19; Nesâî, “Büyû”, 60. عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ قَالَ أَتَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَقُلْتُ يَا نَبِيَّ الرَّجُلُ يَسْأَلُنِي مِنَ الْبَيْعِ مَا لَيْسَ عِنْدِي أَتَبَاغُ لَهُ مِنَ السُّوقِ ثُمَّ أُبَيْعُهُ قَالَ « لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ »

buyurur. Yine Hz. Peygamber “mülkiyetine geçmeyen malı satmak ve teslim alınmamış malı satmak helal değildir”⁷⁰³ buyurur.

Yukarıdaki hadislerde ve örneklerde görülen satışlarda, satılan mal tüketiciye teslim edilemeyeceğinden veya teslim edilmesinde risk olabileceğinden, bu durumda nizaya sebep olup özellikle de tüketicinin aleyhine bir sonuç doğuracağından mağduriyet söz konusu olacaktır. Bunun önlenmesi için de bu gibi satışlar caiz görülmemektedir.

2.4.9.4. Müşteri Kızıştırma (Neces)

Neces lügatte, dehlemek, izlemek, gözlemek ve harekete getirmek⁷⁰⁴ anlamındadır. Terim anlamı ise, yanıltma ve aldaltma amacıyla satılan malda yapılan artış demektir.⁷⁰⁵ Bazan gerçek alıcı olmadığı halde, müşteri kızıştırmak için alıcı gibi davranan ve bu yolla fiyatı sun’i olarak yükselten kimseler olur. Müşteri kızıştıran kişi, satıcı ile anlaşarak bu işi yapar. Anlaşmaya göre ya ona satışta ortak olur, ya da ondan satış başına bir komisyon alır.⁷⁰⁶

Hz. Peygamber “Müşteri kızıştırmayınız”⁷⁰⁷ buyurarak bunu yasaklamıştır. Müşteri kızıştırma sonucunda satış bedelinde sun’i artış oluşur. Bu artış satıcının anlaşması sonucu gerçek alıcı olmayan fakat alıcı gibi davranan kişi tarafından sağlanır. İslâm hukukçuları, üçüncü kişilerce alım satım kastı bulunmaksızın pazarlık sırasında araya girilerek yapılan, mala rağbeti arttırıcı, göstermelik, yanıltıcı yüksek fiyat tekliflerini, hadiste yasaklanan “müşteri kızıştırma” kapsamında değerlendirerek, bu tür davranışların caiz olmadığına ittifak etmişlerdir.⁷⁰⁸

⁷⁰³ Tirmîzî, “Büyû”, 19; Nesâî, “Büyû”, 60. أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال لا يحل سلف وبيع ولا شرطان في بيع ولا ربح مالم يضمن ولا بيع ما ليس عندك

⁷⁰⁴ Cevherî, “ncş” md.; İbn Manzûr, “ncş” md.; Zebîdî, “ncş” md.

⁷⁰⁵ Senhûrî, 1998:II/71; Hammâd, 1996:264.

⁷⁰⁶ Yeniçeri, 1980:408; Döndüren, 1993:231.

⁷⁰⁷ Buhârî, “Büyû”, 60; Müslim, “Büyû”, 13, İbn Mâce, Ticarat, 14; Nesâî, “Büyû”, 16, 17, 21; Mâlik, “Büyû”, 97. أَنَّ النَّبِيَّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- نَهَى عَنِ النَّحْشِ.

⁷⁰⁸ İbn Rüşd, t.y.:II/273; İbn Kudâme, IV/148-149; Senhûrî, 1998:71; Kallek, DİA, 2006:XXXII/238; Döndüren, 1993:231.

Gerçek alıcıları aldatarak malı daha yüksek fiyatla almalarını sağlamak maksadıyla yapılan neçeşin caiz görülmemesi tüketicilerin zarar görmesini önlemek amacıyla yöneliktir.⁷⁰⁹ Mâlikîlere göre bu akid, ayıp ve kusuru gizlenerek bir şeyi satma ile aynı hükme tabidir. Buna göre de satın alan muhayyer olur, dilerse malı sahibine iade eder, dilerse alıkor.⁷¹⁰

Müşteri kızıştırma yasağı, tüketicinin dış müdahalelerden etkilenmeden serbest iradesini ortaya koyabileceği bir ortamın sağlanmasını amaçlamaktadır. Tüketicinin menfaatlerinin korunması da bunu gerektirmektedir.

2.4.9.5. Şehirlinin Köylü Adına Satış Yapması (Simsarcılık)

Hz. Peygamber döneminde, şehirli satıcı köylü veya dışarıdan mal getirene; “Sen bu malı bana bırak, onları ben senin adına azar azar satayım” diyerek aralarında böyle bir sözleşme yaparlardı.⁷¹¹ Hz. Peygamber bu durumu; “Hiçbir şehirli, köylü adına satış yapmasın. Bırakın insanları, Allah birinin sebebiyle diğerini rızıklandırın”⁷¹² hadisiyle yasaklamıştır. Çünkü köyden veya başka bir beldeden bir kimse halkın ihtiyacı olan bir malı getirdiğinde, onu günün fiyatı ile bekletmeden satarsa şehirde bir ferahlama olur. Eğer mallar simsarın eline geçerse halk sıkıntıya düşürülmüş ve fiyatlar yükseltilmiş olur.⁷¹³ Eğer köylü, malını kendi eliyle satarsa hem kendisi faydalanmış ve hem de halk faydalanmış olacaktır.

Hz. Peygamber, köylü mallarının simsarlarca halk zararına yol açan tedrici bir şekilde satışına, tekelsizliğe ve karaborsacılığa kapı açmaması için, müsaade etmemiş ve malların hiçbir engel ve tikanıklıkla karşılaşmadan herkese açık piyasaya ulaşmasını öngörmüştür.⁷¹⁴

⁷⁰⁹ Kâsânî, 1974:V/223; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/229.

⁷¹⁰ İbn Rüşd, t.y.:II/273.

⁷¹¹ İbn Teymiyye, 2001:34; İbnü'l-Uhuvve, 1937:132; Yeniçeri, 1980:388; Döndüren, 1993:228.

⁷¹² Buhârî, “Büyü”, 58, 64, 67, 69, 70, 71; Müslim, “Büyü”, 11, 12, 18-21; İbn Mâce, Ticarat 15; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 45, 47; Tirmîzî, “Büyü”, 13; Nesâî, “Büyü”, 17; Mâlik, “Büyü”, 96. « لا يبيع حاضِرٌ لِيَبَادِ دَعْوَا النَّاسِ يَرْزُقُ »

اللَّهُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ

⁷¹³ İbn Teymiyye, 2001:34; İbnü'l-Uhuvve, 1937:132; Yeniçeri, 1980:388.

⁷¹⁴ Yeniçeri, 1980:389.

Şehirlinin köylü adına satış yapmasının yasaklanması fiyat açısından üretici köylünün aldatılmasını önlemekle beraber aslında tüketiciyi zarara uğramaktan korumaktadır. Çünkü şehirli, insanların muhtaç olduğu bir malı satmak üzere gelmekte olanı beklediğinde mal yüksek fiyata satılacağından tüketici bununla zarar görür.⁷¹⁵ Zira bu yasakla yiyecek ve diğer ihtiyaç maddelerinin belirli ellerde toplanıp, piyasaya kontrollü biçimde sürülmesi ve bu yolla fiyatların sun'i olarak yükselmesinin önlenmesi ve dolayısıyla tüketicinin korunması sağlanmıştır.

Sahabe ve tâbiînin çoğunluğu ile İslâm hukukçularından İmam Mâlik, İmam Leys, Şâfiî, Ahmed b. Hanbel ve İshâk şehirlinin köylü adına satış yapmasını caiz görmezlerken, Mücahid ve Hanefiler ise mekruh görmektedirler.⁷¹⁶ Ancak Hanefiler, şehir halkının ihtiyaç içinde olması ve zarar görmesi durumunda ise simsarlığın caiz olmadığına ittifak etmişlerdir. Zira bu durumda simsar pahalıya satmak üzere malı köylünün elinden çıkararak aslında köylüyü de aldatmaktadır.⁷¹⁷ Görüldüğü üzere söz konusu yasakla hem şehir halkı hem de köylü korunmuş olmaktadır.

Gerçekte alıcı ile satıcının karşılaşılabildiği ve aracılardan bulunmadığı bir ortam tüketicilerin lehinedir. Ancak İslâm hukuku'nda simsarlık/aracılık tamamen yasaklanmadığı gibi üreticiden tüketiciye alış-veriş zinciri içinde gerçekten iş görenlerin ticaretlerine de karşı çıkmış değildir. Yasaklama zincire lüzumsuz halka olan ve fiyat yükseltmekten başka hiçbir işe yaramayan kişilerin ticaret ve faaliyetlerine karşı konulmuştur. Günümüzde üretici ve imalatçının mallarını her zaman tüketicinin ayağına götürmesi ve satması mümkün değildir. Hatta zamanımızda ticari aracılık geçmiş zamanlara göre daha lüzumludur. Ancak belki de, simsarlığın sahası, görevi ve kazancı açık bir şekilde belirlenmeli ve sınırlandırılmalıdır. Üretici ile tüketici olabildiğince birbirine yaklaştırılmalıdır. Gereksiz araçlar ortadan kaldırılmalıdır. Hz. Peygamber'in tatbikatından anlaşılmaktadır ki, yapılan işin bir değeri ve faydası olmalı, zararı olan bir iş

⁷¹⁵ İbn Teymiyye, 2001:34

⁷¹⁶ İbn Rüşd, t.y.:II/272; Kâsânî, 1974:V/232; İbn Kudâme, 1985:IV/150-151; Nevevî, 1995:III/131; Zeylâî, 1313:IV/411-412; Zebidî, 1978:VI/458.

⁷¹⁷ Kâsânî, 1974:V/232; Merğînânî, 1990:III/53; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/478; Molla Hüsrev, 1300:II/178; Senhûrî, 1998:II/87.

yapılmamalı ve hiçbir iş yapmadan kazanç elde edilmemelidir. Buna göre, üretici ve tüketiciye faydası olan durumlarda simsarlık yapılmalı, yoksa sırf kazanç elde etmek için üretici ve tüketiciye zarar veren simsarcılık yapılmamalıdır.⁷¹⁸

2.4.9.6. Pazara Gelen Malların Yolda Karşılanması (Telakkı'r-Rükbân)

Önceki dönemlerden bu yana zaman zaman şehre gelmekte olan bir mal daha çarşıya gelmeden bazı kurnaz esnaf ve tüccarlar tarafından yolda karşılanıp satın alınır, böylece şehre gelmekte olan mallar bunların tekeli altına girmiş olurdu. Bu durum, tabîî piyasa fiyatına olumsuz etkiler yaptığı gibi karaborsacılığa yol açan bir tutum da olmaktadır. Bu olumsuzluğun önüne geçebilmek için Hz. Peygamber, “Pazara mallar indirilmeden kervanları yolda karşılayıp mallarını satın almayın”⁷¹⁹, “Pazara gelen malları yolda karşılamayın, kim karşılar da ondan bir şey satın alırsa, sahibi pazara geldiği vakit muhayyer olur”⁷²⁰ buyurarak, tüketicinin korunmasını sağlamıştır. Hz. Peygamber bu durumu kontrol ettirdiği gibi hisbe teşkilatında da, malların yolda karşılanmasına engel olunması için muhtesibe bir görev de verilmiştir.⁷²¹

Malların yolda karşılanmasını, İmam Mâlik, Leys, Evzâî, İmam Şâfî ve İbn Hazm caiz görmezler.⁷²² Hanefiler ise bu konuda, malın sunulacağı piyasaya ve dolayısıyla halka zarar verip vermemesini esas almışlardır. Buna göre, malların yolda karşılanması halka zarar vermiyorsa caizdir, halka zarar veriyorsa caiz değildir. Bundaki maksat şehir halkının zararını ve mal getirenlerin aldatılmasını önlemektir. Zira halkın ihtiyacı olan malların şehre girmeden ucuz fiyata alınarak şehirde daha fazla fiyata satılması durumunda hem tüketiciler zarar görmekte, hem de üretici aldatılmaktadır. Bu iki husus zarar ve aldatmanın ortadan kalkması durumunda ise yasaklık da ortadan kalkacaktır.⁷²³

⁷¹⁸ Yeniçeri, 1980:399.

⁷¹⁹ Buhârî, “Büyü”, 71; Müslim, “Büyü”, 14–17; İbn Mâce, “Ticaret”, 16; Ebû Dâvûd, “İcare”, 45; Nesâî, “Büyü”, 18. *يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ ، وَلَا تَلْقُوا السَّلْعَ حَتَّى يُهْبَطَ بِهَا إِلَى السُّوقِ*

⁷²⁰ Müslim, “Buyu”, 17. *« لَا تَلْقُوا الْجَلْبَ فَمَنْ تَلَقَاهُ فَاشْتَرَى مِنْهُ فَإِذَا أَتَى سَيِّدَهُ السُّوقَ فَهُوَ بِالْحِيَارِ »*

⁷²¹ Şeyzeri, 1936:42.

⁷²² İbn Rüşd, t.y.:272; İbn Kudâme, 1985:IV/152-153; Zebîdî, 1978:VI/477-478; Senhûrî, 1998:II/85.

⁷²³ Kâsânî, 1974:V/232; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/240; Senhûrî, 1998:II/85.

Malların yolda karşılanması yasağı ile hem üretici ve dışarıdan mal getiren tüccar hem de tüketici korunmaktadır.⁷²⁴ Çünkü köylü malını bizzat kendi eliyle satarsa, bundan hem esnaf hem de tüketiciler faydalanmış olurlar. Aksi halde malı yolda karşılayan aracı faydalanacaktır. Bu araçlar malları diledikleri fiyattan satabilmektedirler. Bunu Mekke'nin ve Medine'nin çok zengin kişileri yapıyorlardı. Onlar şehre gelmekte olan bütün hububatı satın alıyorlar ve sonra halka yüksek fiyatlarla satıyorlardı. Hz. Peygamber de, malların yolda birkaç tüccar tarafından satın alınıp diğer esnaf ve tacirlere alıp satma imkânı vermeyen tekelliliğe ve karaborsacılığa dönük olan bu tutuma müsaade etmeyerek malların piyasaya ulaşmasını sağlamıştır.⁷²⁵

Günümüzde bu olaylar, köylünün ürününü pazara getirmesi gibi basit ve küçük çapta olmaktan çıkıp büyük çapta ve genelde büyük bir imalathanenin mamül mallarını çok önceden kapatma, bir ithal malı henüz yurda girmeden bütünü ile satılması veya satın alınması şekline dönüşmüştür. İşte bu tip malların serbest piyasaya arzından önce veya henüz yolda iken satın alınması ve peyderpey piyasaya sürülmesi, piyasa fiyatlarının o işi yapan kişilerce elde tutulup kontrol edilmesi, fiyatların serbestçe teşekkülüne olumsuz yönde tesir etmekte ve bu da sünî fiyat artışlarına neden olmaktadır.⁷²⁶

Görüldüğü gibi Hz. Peygamber'in bu duruma karşı çıkışı tüketicilerin korunmasına yönelik bir tutum olmaktadır. Zira zamanımızda enerji kaynaklarının pazara ulaştırılması bir kaç büyük şirketin tekeli altında olup fiyatları istedikleri gibi yönlendirdikleri düşünülürse bu yasağın mantığı daha iyi anlaşılabilir.

2.4.9.7. Bilinmezlik İçeren Satış

Alış-verişlerde tarafları anlaşmazlığa götürecek ölçüde bir bilinmezliğin bulunması akdi fasit kılar. Mesela, birbirinden farklı üç şeyden birinin belirlenmeden satılması veya vade tarihi belirlenmeden veresiye satış yapmak gibi. Bu durumlarda

⁷²⁴ Yeniçeri, 1980:387.

⁷²⁵ Yeniçeri, 1980:388.

⁷²⁶ Şafak, 1983:85.

alıcı ve satıcı arasında anlaşmazlık çıkabilir ve taraflar zarar görebilir. Tarafların menfaatlerinin korunması açısından bu bilinmezliğin giderilmesi esastır.

Bir akitte bilinmezlik, satılan malda, satış bedelinde, vadeli ise vade tarihinde veya teminatlarda olabilir.⁷²⁷ Satılan malın cins, tür ve miktar olarak bilinmemesi satım akdini fasit kılar. Mesela, cins belirlenmeden bir ton buğdayın satılması, marka belirlenmeden beyaz eşyanın satılması gibi. Yine satış bedelinin cins ve miktarı belirlenmeden yapılacak satım akdi de fasittir. Mesela, bir atı sürüden elli koyun karşılığında satmak, kullanılmış otomobili fiyatı belirlemeden satmak gibi. Çünkü kıymet biçen kişiler farklı değer koyabilecekleri için satış bedeli meçhul kalır. Aynı şekilde bir malı, satış bedelinin peşin ya da vadeli olduğu belirlemeden veya veresiye satışlarda, satış bedelinin ne zaman ödeneceği, selem akidlerinde malın ne zaman teslim edileceğinin belirlenmemesi gibi durumlarda akidler fasit olur. Yine satıcı vadeli satış halinde kefil veya rehin istemişse, bunların kişi veya mal olarak belirlenmesi gerekir. Aksi takdirde satış fasit olur.⁷²⁸

Görüldüğü gibi akidlerde taraflar arasında aldanma, anlaşmazlık ve zarar söz konusu olmaması için akid esnasında satılan malın cins, tür ve miktarının, satış bedelinin cins ve miktarının, vadeli satışlarda vade tarihinin ve eğer istenirse teminatın taraflarca tam olarak belirlenmesi gereklidir. Aksi takdirde satıştan gözetilen maksat hâsıl olmaz ve tüketiciler zarara uğrayabilir.

2.4.9.8. Malın Görülmeden Satışı

İslâm hukukçuları görülmeyen malın satışında ihtilaf etmişlerdir. İmam Şâfî'nin meşhur kavline göre, tarif edilsin edilmesin görülmeyen malın satışı caiz değildir. Çünkü bunda “garar” vardır. İmam Mâlik ve Ebû Hanîfe ise, görülmeyen malın tarif edilmesi veya numune ile satışını caiz görmektedirler. Zira mal görüldüğünde tarife veya numuneye uygun değilse, tüketici satın almaktan cayabilir. Çünkü görme muhayyerliği hakkı sabittir.⁷²⁹ Görüldüğü üzere satış sırasında hazır

⁷²⁷ İbn Âbidîn, 1984:IV/115.

⁷²⁸ Zühaylî, 1989:IV/457-460; Döndüren, 1993:183-187.

⁷²⁹ İbn Rüşd, t.y.:II/270

olmayan veya kapalı kutularda bulunan şeyin niteliklerinin belirtilerek satılması caizdir. Ancak, alıcı malı görünce muhayyerdir. İsterse satışı kabul eder, isterse reddeder. Mal numuneye veya belirtilen niteliklere uygun çıksa bile alıcı için malı görünce görme muhayyerliği hakkı sabit olmaktadır.⁷³⁰ Bir malı görmeden satın alan kimse için görünce kabul etmeme hakkı bulunduğu için bu konudaki bilinmezlik onun aldanmasına veya taraflar arasında bir anlaşmazlığa yol açmayacağından böyle bir satış caizdir.⁷³¹

Günümüzde, özellikle elektronik ortamda satılan malın, görülmeden satışı çokça yapılabilmektedir. İnternet ortamında gerçekleştirilen bu satışlar ürünün özellikleri anlatıldığı için geçerlidir. Ancak tüketicinin görme muhayyerliği hakkı sabittir. Zira elektronik ortamda görülen veya özellikleri anlatılan ürünün dışında başka bir ürünün gönderilme ihtimali bulunduğu düşünüldüğünde görme muhayyerliği tüketici için önemli bir hak olmaktadır.

Bu durumla ilgili olarak 4077 sayılı TKHK'nun 9/A "Mesafeli Sözleşmeler" maddesinde de düzenleme yapılmıştır. Ancak söz konusu kanunda malın ayıplı olması halinde tüketiciye, malı iade etme, bedelde indirim isteme ve malı değiştirme hakkı tanınmaktadır.

2.4.9.9. Meyve Ve Ekinlerin Olgunlaşmadan Satılması

Günümüzde bir takım meyvelerin çiçeğinde veya daha olgunlaşmadan dalında iken, ağaç başına veya bahçenin bütünü için bir satış bedeli belirlenerek satıldığı görülmektedir. Ekinlerin de başağında iken satışı söz konusu olabilmektedir. Burada satıştan amaç meyvenin veya ekinin kendisi olduğu için bunlarda meydana gelmeme riski bulunmaktadır.

İslâm bilginleri, henüz meydana gelmemiş olan meyvenin dalında satışı ile meyvenin belirdikten sonra olgunlaşmaya kadar ağaçta kalmak şartıyla satılmasının

⁷³⁰ Zühaylî, 1989:IV/462; Döndüren, 1993:196.

⁷³¹ Kâsânî, 1974:V/163; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/137.

bu evimi şu fiyata satıyorum” demesi veya satıcının “bu malı sana gelecek aydan itibaren, şu kadar bedel karşılığında satıyorum” demesine karşılık alıcının da bunu kabul etmesi böyledir. Akdin tarafları, gelecekte satılan şeyin nasıl olacağını, akde rızalarının bulunup bulunmayacağını, akid gerçekleştiği takdirde bundan faydalanmanın ne şekilde olacağını bilemeyeceklerinden dolayı böyle bir akid fasittir.⁷³⁹ Ancak Hanefilere göre alıcı ve satıcının, satıştaki şartı veya gelecek zamana izafeyi kaldırmak suretiyle satışı sahih hale getirmeleri mümkündür.

2.4.9.11. Fasit Şartla Satış

Satıcı veya alıcıdan yalnız birisine, tek taraflı olarak bir yarar sağlamaya yönelik şarta, fasit şart denir.⁷⁴⁰ Fasit şartlar, İslâm Hukuku’nun kabul ettiği genel ya da özel satış kurallarıyla çelişen durumlar için söz konusu olur. Dolayısıyla fasit şartın mevcut olduğu yerde, İslâm Hukuku’nun temel prensipleriyle çelişki halinde olmayan örfe ya da satış sözleşmesinden elde edilmesi beklenen faydaya aykırı bir durum vardır. Sözelimi, alıcının kendisine borç vermesi karşılığında otomobili satmak, bir yıl kendisi ekmek şartıyla araziyi satmak, satıcının bir yıl daha bu evde oturması şartıyla evini satması gibi durumlarda böyle bir şart, satış aktini fasit hale dönüştürür. Zira satış bedelinde herhangi bir karşılığı olmaksızın, akit yoluyla taraflardan birisinin lehine olacak şekilde üstün bir yararlanmanın şart koşulması, bir nevi faiz niteliğindedir. İslâm Hukuku açısından satış sözleşmelerinde yer alan faiz ya da faiz şüphesi içeren işlemler ise satışı fasit kılar.⁷⁴¹ Çünkü bu konuda Hz. Peygamber’in bir akit içinde iki akit yapmayı yasakladığı⁷⁴² ve “Hem ödünç, hem satış ve bir satış içerisinde iki şart helal değildir”⁷⁴³ buyurduğu bilinmektedir. Bu sebeple fasit şartın cereyan etmemesi için örneğin evini satan kimse şayet bir yıl daha bu evde oturmak istiyorsa, alıcı ile kira sözleşmesi yapması gerekir.

⁷³⁹ Şîrâzî, 1959:IX/414; Serahsî, 1984:XIII/15; Nevevî, t.y.:IX/414.

⁷⁴⁰ Bilmen, 1985:VI/24.

⁷⁴¹ Serahsî, 1984: XIII/15-18; Kâsânî, 1974:V/169.

⁷⁴² Ebu Davud, “Büyû”, 53; Tirmizî, “Büyû”, 18; Nesâî, “Büyû”, 76; Malik, “Büyû”, 72; Ahmed b. Hanbel, II/71, 174-179. نَهَى النَّبِيُّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ.

⁷⁴³ Tirmizî, “Büyû”, 19; Nesâî, “Büyû”, 60. « لَا يَحِلُّ سَلْفٌ وَبَيْعٌ وَلَا شَرْطَانِ فِي بَيْعٍ وَلَا رَيْحٌ مَا لَمْ يُضْمَنَّ وَلَا بَيْعٌ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

2.5. TÜKETİCİNİN PAZAR AŞAMASI SONRASINDA KORUNMASI

Ürünün satın alındıktan sonraki aşamasını oluşturan pazar sonrası süreç tüketiciler için önemli bir dönemdir. Zira tüketicinin almış olduğu ürün arızalı veya kusurlu olabilir, ürün istediği vasıfta olmayabilir veya fiyat açısından aldatılmış da olabilir. Bu gibi durumlar karşısında tüketicinin zarardan korunması açısından pazar sonrası süreç önem kazanmaktadır.

Pazar sonrası süreçte ortaya çıkan zarar ve haksızlıklardan tüketiciler, İslâm Hukuku açısından muhayyerlikler ve ikale yoluyla korunmaktadırlar. Muhayyerlikler tüketicinin korunmasında en aktif işlev gören uygulamalardır. Çünkü tüketiciler genelde pazar sonrasında aldatıldıklarının farkına varırlar ve haksızlığı nasıl gidereceklerinin yolunu ararlar. Bu açıdan muhayyerlik haksızlığın giderilmesinde önemli bir çözüm mekanizmasıdır. Bu nedenle bu bölümde tüketicinin korunmasını sağlayan en önemli muhayyerlikler incelenecektir.

2.5.1. Ayıp Muhayyerliği

Ayıp kelimesi lügatte, kusur, eksiklik, leke anlamlarına gelir.⁷⁴⁴ İslâm Hukuku'nda ise ayıp; “Ehil ve erbabı arasında malın değerine noksanlık getiren kusurdur.”⁷⁴⁵

İslâm Hukuku'nda Hanefî,⁷⁴⁶ Mâlikî,⁷⁴⁷ Hanbelî⁷⁴⁸ ve Zahirî,⁷⁴⁹ mezhepleri malın değerini düşüren noksanlığı ayıp olarak kabul ederek objektif bir kıymet azalmasını esas almışlardır. Bunlara göre, maddi bir ölçüyü ifade eden, buğdayın kurtlu ve çürük çıkması gibi esas yaratılıştan değişik olan ve tüccarın örfünde az veya çok kıymetin noksanlaşmasını gerektiren kusurlar⁷⁵⁰ ayıptır. Şâfiîler⁷⁵¹ ise, malın kıymetini azaltmanın yanında akiddeden beklenen maksadı engelleyen şeyi de

⁷⁴⁴ Cevherî, “ayb” md.; İbn Manzûr, “ayb” md.; Fîrûzâbâdî, “ayb” md..

⁷⁴⁵ Mecelle, md. 338.

⁷⁴⁶ Serahsî, 1983:XIII/99; Kâsânî, 1974:V/406; Mevsîlî, 1989:II/18.

⁷⁴⁷ Derdîr, 1974:152.

⁷⁴⁸ İbn Kudâme, 1985:IV/113.

⁷⁴⁹ İbn Hazm, t.y.:VII/582.

⁷⁵⁰ Kâsânî, 1974:V/274; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/151-153; İbn Âbidîn, 1984:V/3.

⁷⁵¹ Gazzâlî, 1997: III/119-120; Şîrbînî, 1994:II/51; Remlî, 1976:IV/33-34.

ayıb kabul ederek subjektif bir ölçünün kabulüne imkân tanımışlardır.⁷⁵² Şâfiî'lere göre, şahsi bir ölçü olan atın huysuz olması, satın alınan ayakkabının dar olması gibi kıymeti noksanlaştıran veya hukuken geçerli maksadın yok olmasına sebep olan kusurlar⁷⁵³ da ayıb kabul edilmektedir. TKHK göre de, malın değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan maddî, hukukî ve ekonomik eksiklikler ayıb olarak kabul edilmiştir.⁷⁵⁴

Ayıp ile ilgili görüş ayrılıkları ve bunların tatbik edilmeleri konusunda farklılıklar İslâm hukukçularının yaşadıkları zamanlardaki örf ve adetlerden de kaynaklanabilmektedir.⁷⁵⁵ Zira örf ve adetler ise asırların değişmesi ile değişmektedir. Bu nedenle ayıbı tespit hususunda, içinde bulunulan yer ve zamandaki bilirkişilere başvurmak da mümkündür.⁷⁵⁶

İslâm Hukuku'nda ayıb muhayyerliği, farklı tarifleri bulunmakla beraber şöyle tanımlanmaktadır; “Bey-i mutlak⁷⁵⁷ ile satılan bir malın ayb-ı kadîmi tebeyyün etikte tüketici muhayyerdir; dilerse geri verir ve dilerse semen-i müsemma üzerinden kabul eder, yoksa malı alıyup da ayıbı için pahasını tenkîs edemez. İşte buna hıyâr-ı ayb denir.”⁷⁵⁸ Buna göre tüketicinin, satın aldığı malda değer düşürücü veya akidden beklenen haklı maksadı engelleyen bir kusur bulunduğunu fark etmesi üzerine bu gerekçeyle akdi fesih yetkisi bulunmaktadır.⁷⁵⁹

İslâm hukukçuları ayıp muhayyerliğini; “Mallarınızı aranızda batılla (haksız ve haram yollar ile) yemeyin”⁷⁶⁰ ayetine dayandırmaktadırlar. Bu ayette, haksız yere bir başkasının malını elde etmenin haramlığı açıklanmaktadır. Böyle, ayıplı malın

⁷⁵² Şîrbînî, 1994:II/51; Bardakoğlu, DİA, 1991:IV/246.

⁷⁵³ Zühaylî, 1989:IV/261-262.

⁷⁵⁴ TKHK, md. 4.

⁷⁵⁵ İbn Rüşd, t.y.:II/337.

⁷⁵⁶ Şerkâvî, 1990:157.

⁷⁵⁷ (Buradaki mutlak satıştan maksat, satıcının satılan maldaki ayıplardan sorumluluğun düşürülmediği satıştır. Karaman, 1991:II/296)

⁷⁵⁸ Mecelle, md. 337.

⁷⁵⁹ Apaydın, DİA, 2006:XXXI/28.

⁷⁶⁰ Bakara, 2/188, يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً. ; Nisâ, 4/29. وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

عَنْ تَرَاضِي مِنْكُمْ

sağlamlık, nassan (açıkça) şart koşulmuş gibidir. Bu nedenle akitte delâleten şart koşulan sağlamlık şartı, açıkça şart koşulan sağlamlık gibi olur. Sözle ifade edilmemiş olsa dahi, alınan nesnenin sağlam olması şart koşma yerine geçmektedir.⁷⁷⁰

Tüketici, satın aldığı malda ayıp olduğunu iddia eder ve ayıp muhayyerliğinin sağladığı haklardan faydalanmak isterse, bu ayıbın varlığını ispatlaması gerekmektedir. Çünkü eşyanın kusursuz ve ayıpsız olması asıldır, ayıp ise ârîzî bir özelliktir.⁷⁷¹ Malda var olduğu iddia edilen ayıp çeşitleri için, çeşitli ispat yolları vardır;⁷⁷² Bunlar;

a) *Satıcının ikrarı ile:*⁷⁷³ Satıcı kusurun malda bulunduğunu ve mal kendi yanındayken meydana geldiğini ikrar ederse ayıp sabit olur.⁷⁷⁴ Bu durumda tüketici ayıp muhayyerliğine dayanarak akdi feshedip malı geri verebilir. Ya da mala karşılık ödediği bedelden, ayıba karşılık gelen miktarı ister.

b) *Görülebilir açık ayıplarda gözlem yoluyla:*⁷⁷⁵ Ayıp, bazen açıkça görünür bir durumdadır. Bu çeşit ayıba görünür (zahirî) ayıp denilir. Bu çeşit ayıplara örnek olarak; hayvanlarda fazla parmak, uyuz, körlük, kırık diş⁷⁷⁶, eşyalarda kırık, çatlak, paslanma gibi özellikler verilebilir. Nitekim bu sayılan kusurlar, fazla zahmet çekilmeksizin gözle görülebilmektedirler. Bu çeşit görünür ayıplarda tüketiciye ayıbın varlığını ispat için delil getirme teklifi yapılmasına gerek olmadığı ortadadır. Burada önemli olan nokta, bu ayıbın tüketicinin tasarrufu ile oluşup oluşmadığının belirlenmesidir.⁷⁷⁷

⁷⁷⁰ Kâsânî, 1974:V/406; Mevsilî, 1989:194; Bilmen, 1985:VI/71; Senhûrî, 1998:IV/246; Karaman, 1991:II/296-297.

⁷⁷¹ Mecelle, md. 336; Tayyar, 1979:133; Bardakoğlu, DİA, 1991:IV/247.

⁷⁷² Tayyar, 1979:133; Zühaylî, 1989:IV/560.

⁷⁷³ Tayyar, 1979:133.

⁷⁷⁴ Kâsânî, 1974:V/412; İbn Âbidîn, 1984:V/30; Ali Haydar Efendi, 1330:I/550.

⁷⁷⁵ Tayyar, 1979:133.

⁷⁷⁶ Kâsânî, 1974:V/412.

⁷⁷⁷ Ebû Gudde, 1985:II/395, 396; Zühaylî, 1989:IV/560-561; Bilmen, 1985:VI/78.

c) *Gizli ve görünemeyen ayıplarda bilirkişilerin raporu ile:*⁷⁷⁸ Bazı ayıplar açıkça ve kolaylıkla görünmezler. Bu tür ayıplara gizli ayıplar denilir. Gizli ayıplar uzman bilirkişinin ihbarı ile sabit olurlar.⁷⁷⁹ Bu tür ayıplara örnek olarak; hayvanlarda dalak ağrısı ve şişmesi, otomobilin motorunun fazla yıpranmış olması gibi kusurlar örnek verilebilir.

d) *Satıcının yeminden kaçınmasıyla:*⁷⁸⁰ Müşterinin ayıbın mal kendisinin elindeyken oluşmadığına dâir delil getirmesi gerektiği, fakat delil getiremediği durumlarda satıcının yemin etmesi istenir. Şayet yeminden kaçınırsa tüketici lehine hüküm verilir.⁷⁸¹

İslâm hukukçuları, maldaki kusurun bedeli eksiltmesi ve malda bu kusurun varlığının asıl olmadığı hususlarının tespiti için, bilirkişilere başvurulmasını ifâde etmişlerdir.⁷⁸² Zira bilirkişilere başvuru örfte başvuru manasını taşır, çünkü bilirkişilerin sözü hâs örf sayılır.⁷⁸³ Bilirkişilerin konunun uzmanları arasından seçilmesi esastır.⁷⁸⁴

Hanefilere göre, bilirkişiler bir özelliğın ayıp olup olmamasında görüş ayrılığına düşerlerse, tüketicinin malı geri verme hakkı yoktur. Çünkü bilirkişilerin görüş ayrılığına düşmesi, maldaki söz konusu özelliğın açık bir ayıp olmadığı göstermektedir.⁷⁸⁵ Safilere göre ise bilirkişilerin ittifakı aranmaz ve böyle bir durumda satıcıya yemin ettirilerek sözü kabul edilir.⁷⁸⁶

Hangi malda ne kadar eksiklik ve bozukluğın ayıp sayılacağı hususu toplumun kıymet ölçüsü ve telakkilerine bağılı örfi bir meseledir.⁷⁸⁷ İslâm hukukçularının, eserlerinde ayıplara dâir verdikleri örneklerde, kendi buldukları yerlerdeki örften

⁷⁷⁸ Tayyar, 1979:133.

⁷⁷⁹ İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/385; İbn Âbidîn, 1984:V/30.

⁷⁸⁰ Tayyar, 1979:134.

⁷⁸¹ Kâsânî, 1974:V/414; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/380-383; İbn Âbidîn, 1984:V/29.

⁷⁸² Serahsî, 1983:XIII/106; Kâsânî, 1974:V/412; İbn Kudâme, 1985:IV/113; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357.

⁷⁸³ (Hususi örf veya örf-i hâs herhangi bir bölge, ülke veya topluluğa has bir örfür. Meselâ tüccar ve çiftçilerin örfü gibi. Atar, 1988:88)

⁷⁸⁴ Kâsânî, 1974:V/413; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357.

⁷⁸⁵ İbn Âbidîn, 1984:V/5.

⁷⁸⁶ Subkî, t.y.:XI/552.

⁷⁸⁷ Bardakoğlu, DİA, 1991:IV/247.

hareket ettiklerinden hangi özelliklerin ayıp sayılıp-sayılmayacağına farklılıklar olmuştur.⁷⁸⁸ Bunun da nedeni, toplumların içinde yaşadıkları zaman ve mekâna göre farklı örf ve adetler sahip olmalarıdır. Bir yerde veya bir topluluk arasında bir özellik malın değerini düşürürken, diğer bir yer veya topluluk arasında değeri düşürmeyebilir. Nitekim örf üzerine bina edilen hükümler, zamana göre değişebilir.⁷⁸⁹

İslâm Hukuku'nda ayıp muhayyerliğinin ortaya çıkardığı hukukî sonuçlar bulunmaktadır. Bunlar ise;

a) *Satışın Hukuken Geçerli Olması*: Ayıp muhayyerliğinde tüketici haklarının başında satışın aynen kabul edilmesi gelmektedir.⁷⁹⁰ Ayıp muhayyerliği satışın geçerliliğine engel olmayıp, akdin bağlayıcı olmasına engel olmaktadır.⁷⁹¹

Satış hukuken geçerli olduğu için tüketici, malı iade ederek bedeli geri alma gibi diğer haklarını kullanabilmektedir. Aksi halde tüketicinin ayıplı malla ilgili hak iddiasında bulunması mümkün olmazdı.

Hz. Peygamberin: “Alıcı ve satıcı birbirinden ayrılmadıkça serbesttirler. Eğer doğru söylerler ve (malın durumunu) açıklarlarsa, kendileri için satışlarında bereket olur. Eğer yalan söylerler ve gizlerlerse, bereketleri yok olur”⁷⁹² hadisi, ayıplı mal satışının hukuken geçerli olduğuna işaret etmektedir.⁷⁹³ Ayrıca musarrât hadisi diye bilinen, devenin memesinde sütün biriktirilerek satılmasıyla ilgili hadiste Hz.

⁷⁸⁸ Kâsânî, 1974:V/408; İbn Rüşd, t.y.:III/337. (İslâm hukukçularının maldaki ayıplara dâir verdikleri örnekler için, bkz. Şeybânî, 1990:V/49; Kudûrî, 2000:42; Kâsânî, 1974:V/406-408; Merğînânî, 1990:III/40-41; İbn Rüşd, t.y.:III/337-340; İbn Kudâme, 1985:IV/113-114; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357-362; Şirbînî, 1994:II/50-52; Remlî, 1976:IV/27-33; İbn Âbidîn, 1984:V/7-15).

⁷⁸⁹ Atar, 1988:88.

⁷⁹⁰ Kâsânî, 1974:V/428; İbn Kudâme, 1985:IV/108; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/355; Şirbînî, 1994:II/54; Remlî, 1976:IV/25; İbn Âbidîn, 1984:V/5.

⁷⁹¹ Kâsânî, 1974:V/405-406.

⁷⁹² Buhârî, “Büyü”, 19; Müslim, “Büyü”, 47. « الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا عَنْ النَّجِيِّ - صلى الله عليه وسلم - قَالَ « الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لُهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكْتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا »

⁷⁹³ Şerkâvî, 1990:105.

Peygamberin, alıcının “eğer isterse malı tutabileceğini” belirtmesi, bu satışın hukuken geçerli olduğuna bir başka delildir.⁷⁹⁴

b) Satışın Tüketici İçin Bağlayıcı Olmaması: Taraflarca yapılan akitte, delâleten bulunan sağlamlık şartının akdin hükmüne herhangi bir etkisi yoktur. Kusurlu bir mal satışı her iki taraf içinde mülkiyet ifâde eder ancak sağlamlık şartının, yerine getirilmemiş olması akdin niteliğinde bir değişiklik meydana getirir. Bu değişiklik akdin tüketici için gayr-i lâzım olmasıdır.⁷⁹⁵ Akit satıcı açısından hukuken geçerli, nafiz, ve bağlayıcıdır, fakat tüketici için bağlayıcı değildir.⁷⁹⁶ Çünkü tüketicinin rızası sakatlanmış duruma gelmiştir ve muhayyerliğe sebebiyet vermiştir.

Gayr-i lâzım akitlerin en başta gelen özelliği, bu akitlerin karşı tarafın rızası aranmaksızın tek taraflı irade ile feshedilebilmesidir.⁷⁹⁷ Ayıplı malın satıldığı akdin bağlayıcı olmamasının sebebi ise, tüketicinin iradesinin sakatlanmış duruma gelmesidir. Çünkü maldaki sağlamlık özelliği, delâleten şart koşulmuştur. Tüketici genel olarak, satın aldığı malın sağlam olmasını ister. Malın ayıplı çıkmasına razı olmamıştır.⁷⁹⁸

c) Tüketici İçin Mülkiyetin Gerçekleşmesi: Ayıplı malın satıldığı ve ayıp muhayyerliğinin bulunduğu akit, mülkiyetin satıcıdan tüketiciye geçmesini engellemez. Mal ayıplı da olsa tüketici için derhal mülkiyet sabit olur ve tüketici ayıplı malın sahibi olur.⁷⁹⁹

d) Tüketici İçin Muhayyerliğin Gerçekleşmesi: Ayıplı malın satıldığı akdin meydana gelmesi ile tüketici adına muhayyerlik hakkı sabit olmaktadır.

⁷⁹⁴ Irakî, t.y.:VI/78.

⁷⁹⁵ Kâsânî, 1974:V/405.

⁷⁹⁶ Tayyar, 1979:135-136; Ebû Gudde, 1985:II/414, 415; Zühaylî, 1989:IV/557-558.

⁷⁹⁷ Bardakoğlu, DİA, 1995:XII/429.

⁷⁹⁸ Kâsânî, 1974:V/406.

⁷⁹⁹ Kâsânî, 1974:V/405.

Akidlerde, akdin konusunun ayıpsız olması, akdin gereklerindedir. Müşteri akid yaparken, malın ayıplardan salim olduğu esasına dayanmaktadır.⁸⁰⁰ Müşteriyi ayıplı malla beraber satışı kabule mecbur bırakmak, insanların mallarını aralarında, batıl olarak yemelerine göz yummak demektir ki,⁸⁰¹ bu da Kurân'da haram kılınmıştır.⁸⁰² Şu halde farkına varmadan ayıplı mal satın alan tüketicinin, bu malı kabul etmeme serbestliğinin bulunması gerekmektedir.

İslâm hukukçuları ayıp muhayyerliğinin tüketiciye, akdi olduğu gibi kabul etmek veya kabul etmeyip malı geri verip ödediği bedeli almak⁸⁰³ yahut da satıcıya ödediği bedelden ayıbın karşılığı olan miktarı almak⁸⁰⁴ serbestliklerini getirdiğini belirtmektedirler. Fakat bu serbestliğin, tüketiciye getirdiği hakların kullanımı noktasında iki farklı görüş bulunmaktadır.

Birinci görüşe göre; mal ya aynen kabul edilir veya mal olduğu gibi geri iade edilir. Hanefî,⁸⁰⁵ Şâfiî,⁸⁰⁶ Zeydiye⁸⁰⁷ ve genel olarak Mâlikî⁸⁰⁸ mezhebi hukukçularına göre, ayıp muhayyerliğine sahip olan tüketici, malı satıcıya iade edip, bedeli istemek veya ayıbın karşılığını almadan malı tutmak arasında serbesttir. Malı iade etmenin mümkün olduğu durumlarda malı tutup, ödediği bedelden ayıbın karşılığını satıcıdan isteyemez.⁸⁰⁹ Ayıp az olup malın değerini çok az eksiltiyorsa tüketici malı geri veremez. Gayrimenkullerde ise tüketici için sâdece ayıbın karşılığını almayı talep hakkı vardır.⁸¹⁰

İkinci görüşe göre de; mal ya aynen geri verilir veya mal alıkonulup ayıbın karşılığı satıcıdan istenir. Hanbelî hukukçuları, İslâm hukukçularının çoğunluğunun aksine tüketiciye satıcı razı olmasa dahi, ayıp karşılığında bedelden kesinti hakkını

⁸⁰⁰ Serahsî, 1983:XIII/106; Kâsânî, 1974:V/406.

⁸⁰¹ İbn Rüşd el-Cedd, 1988:II/99.

⁸⁰² Bakara, 2/188, وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ; Nisâ 4/29. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنَ.

تَرَاضِي مِّنْكُمْ

⁸⁰³ İbnü'l-Hümâm, 1316:V/151.

⁸⁰⁴ İbn Rüşd, t.y.:II/290.

⁸⁰⁵ Kudûrî, 2000:52; Kâsânî, 1974:V/328; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/355.

⁸⁰⁶ Şîrbînî, 1994:II/54; Remlî, 1976:IV/25.

⁸⁰⁷ Mukbilî, 1988:II/93.

⁸⁰⁸ İbn Rüşd, t.y.:III/344, 349.

⁸⁰⁹ Mevsilî, 1989:194; Şa'rânî, 1998:II/69.

⁸¹⁰ Şerkâvî, 1990:152.

tanımışlardır.⁸¹¹ Şu halde Hanbelî hukukçularının tüketiciye, malı geri vermesinin mümkün olduğu durumlarda, malı geri verip ödediği bedeli isteme veya ayıbın karşılığını bedelden kesme haklarını tanıdıkları görülmektedir.

Hanbelîler bunu şöyle açıklamaktadırlar. Ayıp malın bir parçasının kaçırılmasıdır. Bunun için tüketicinin, ayıbın karşılığını bedelden indirme hakkı vardır, tıpkı on ölçek alıp ta dokuz ölçek çıkması gibi. Böyle bir durumda, onuncu ölçek için talep hakkı doğar. Tüketicinin ayıp karşılığında hakettiği bedellendirme, malın toplam bedelinin ayıba denk düşen kısmıdır. Ayıbın kesintisinin ölçüsü şöyledir: Malın sağlamken takdir edilen değeri 10 dirhem, ayıplı iken takdir edilen değeri 9 dirhem, mala ödenen bedel ise 15 dirhem, olmuş olsun. Görüldüğü gibi ayıp, malın kıymetini %10 oranında azaltmıştır. Bu durumda tüketici toplam bedel olan 15 dirhemden, ayıp bedeli olan 1,5 dinarı satıcıdan isteyebilir.⁸¹²

2.5.1.1. Ayıp Muhayyerliğinin Tüketicie Sağladığı Haklar

İslâm Hukuku'nda pazar sonrasında tüketicinin korunmasında çok önemli bir işleve sahip olan ayıp muhayyerliği, satın alınan malın ayıplı çıkması halinde tüketicilerin korunmasına yönelik, onlara bazı haklar sağlamaktadır.⁸¹³ Satın alınan malın ayıplı olması durumunda tüketicilerin sahip olduğu haklar şunlardır;

a) *Akđin Feshi ve Malın Geri Verilmesi*: İslâm hukukçuları akidlerin prensip olarak ayıp sebebiyle feshedebileceğinde müttefiktirler.⁸¹⁴ Satın alınan malda hukuken geçerli bir ayıp çıkması ve tüketicinin bu malı almak istememesi durumunda, tüketicinin sahip olduğu hakların ilki, tüketicinin akdi feshetmesi ve malı satıcıya iade edip ödediği bedeli almasıdır. Hanefî, Şâfî ve bazı konularda Mâlikî hukukçularını ifadelerine göre ayıp muhayyerliğinin tüketiciye getirdiği asıl hak budur.⁸¹⁵

⁸¹¹ İbn Kudâme, 1985:IV/109; Buhûtî, 1982:III/218.

⁸¹² İbn Kudâme, 1985:IV/110.

⁸¹³ Mecelle, md. 337; Bilmen, 1985:VI/70; Bardakoğlu, DİA, 1991:IV/246.

⁸¹⁴ Bardakoğlu, DİA, 1995:XII/427.

⁸¹⁵ Mevsilî, 1989:194; Senhûrî, 1998:IV/255.

Malın ayıplı çıkması durumunda, tüketicinin malı geri verebilme hakkını kullanabilmesi için şu şartlar gereklidir;

1) *Geri verilecek malın alındığı zamandaki durumunun değişmemesi:* Ayıp sebebiyle geri verilecek olan malın, tüketici tarafından nasıl bir halde teslim alınmış ise, o hal üzerinde kalması gerekmektedir.⁸¹⁶ Malda daha sonra tüketicinin elinde bir ayıp veya fazlalık oluşmamalıdır.⁸¹⁷

Satın alınan malın tüketicinin elinde iken değişikliğe uğraması tüketicinin malı geri vermesine engel teşkil etmektedir. Malın iade edilmesini engelleyen hususlar da şunlardır;

aa) *Tabîi engel:* Satın alınan malın telef olması veya malın tüketicinin eline geçmesinden sonra, tüketicinin kullanması ve meşru şekilde faydalanması yoluyla tüketilmesi veya malın teslim alındığı zamandaki özelliklerinin değişmiş olmasıdır. Bu durumlar malın satıcıya geri verilmesini engellemektedir.⁸¹⁸

bb) *Hukukî engel:* Malın tüketiciye tesliminden önce satılan şeyde asıldan olmayan fakat ona bitişik olan kumaşın boyanması, arsa üzerine bina yapılması gibi bir fazlalığın meydana gelmesi yahut da malın tesliminden sonra satılan şeyden doğmayan fakat ona bitişik bir fazlalığın meydana gelmesi veya ondan ayrı fakat ondan meydana gelen yavru ve meyve gibi bir fazlalığın meydana gelmesidir. Tüketici malda geri verilmeye engel bir fazlalık oluşturduktan sonra, ortaya çıkan kadim bir ayıp sebebiyle malı geri vermek isterse, satıcı kabul etse dahi ayıplı malı geri alamaz.⁸¹⁹ Bu hukukî engeldir. Çünkü sözkonusu imkansızlık hukûkun gereğidir.⁸²⁰

Malda oluşan irileşme, şişmanlık gibi mala bitişik ve maldan kaynaklanmış fazlalıklar, malın tesliminden önce oluşan yavru, süt ve satılan ağacın meyveleri gibi maldan ayrı fakat maldan doğmuş fazlalıklar, gelir ve kazanç gibi maldan ayrı ve

⁸¹⁶ Kâsânî, 1974:V/419-420.

⁸¹⁷ İbn Kudâme, 1985:IV/110-111; Şîrbînî, 1994:II/58; İbn Âbidîn, 1984:V/16.

⁸¹⁸ İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/370-372; Şîrbînî, 1994:II/54; İbn Âbidîn, 1984:V/22, 23.

⁸¹⁹ Serâhsî, 1983:XIII/103; Kâsânî, 1974:V/284, 422; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/365, 366; İbn Âbidîn, 1984:V/18; Zühaylî, 1989:IV/413.

⁸²⁰ Merğînânî, 1990:III/41.

aynı zamanda maldan doğmamış fazlalıklar ise malın satıcıya geri verilmesine engel değildir.⁸²¹

Fazlalıklar sebebiyle ayıplı malın geri verilmesinin engellenmesindeki amaç, akit mevzuunda meydana gelen artış ve azalmadan sonra, hasar sorumluluğunu taşıyan şahsın akdi feshetmesi sebebiyle karşı tarafın zarara uğramasını engellemektir.⁸²²

cc) Tüketicinin elinde meydana gelen yeni ayıp: Satın alınan mal tüketicinin elinde iken tüketicinin, üçüncü bir şahsın veya mal canlı ise malın kendi fiiliyle veya semavî bir afet sebebiyle yeni bir ayıp ortaya çıksa, satıcıya geri verilemez. Geri verilecek malın, tüketicinin teslim aldığı zamandaki hâli üzerinde olması malı geri verebilmenin şartlarındandır. Ayrıca, malın bu halde satışında satıcıya zarar verilir. Çünkü hadis ayıp, satıcının malı tüketiciye teslimi anında bulunmamaktadır.⁸²³ Meselâ, bir kişi, bir parça demir satın alıp, marangozlukta kullanabileceği bir alet yapmak için bu demiri eritmesi, kumaşı kesmesi, boyaması veya dikmesi gibi tasarrufları yeni ayıp sayılır.⁸²⁴

Maldaki yeni ayıp yok olunca, mal önceki ayıp sebebiyle geri verilebilir.⁸²⁵ Çünkü “mani zail olunca memnu avdet eder”⁸²⁶ kaidesi gereği geri vermeye engel olan yeni ayıp yok olduğundan, malın geri verilmesi tekrar mümkün olmaktadır.⁸²⁷

2) Feshin, akdin tamamlanmasından sonra yapılmış olması: Akid malın teslim alınmasıyla tamamlanır. Henüz mal teslim alınmadan, akid feshedilemez. İslâm Hukuku’nda akdin tamamlanmadan fesih yapılmasına tefrik-i safka denilmektedir ki akid tamamlanmadan, tefrik edilemez yani bölünemez.⁸²⁸ Çünkü akdin tamamlanmasından önce bölünmesi, hukuken geçerli değildir. Eğer satın alınan

⁸²¹ Kâsânî, 1974:V/423, 424; İbn Kudâme, 1985:IV/108; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/367; Şirbîni, 1994:II/61,62; Remlî, 1976:IV/67-68.

⁸²² Bardakoğlu, DİA, 1995:XII/434.

⁸²³ Kâsânî, 1974:V/419, 420; Merğînânî, 1990:III/41; İbn Âbidîn, 1984:V/18.

⁸²⁴ Merğînânî, 1990:III/41; İbn Âbidîn, 1984:V/18.

⁸²⁵ Mecelle, md. 347.

⁸²⁶ Mecelle, md.:24.

⁸²⁷ Bilmen, 1985:IV/73.

⁸²⁸ Kâsânî, 1974:V/424.

malın veya malların, bir kısmında ayıp varsa, tüketici henüz malı teslim almamışsa, ya hepsini kabul eder ya da hepsini iade eder. Malın sağlam kısmını ödediği bedeldeki payına karşılık alıkoyup, ayıplı kısmını geri veremez. Çünkü bunlar tek akitle satın alınmışlardır.⁸²⁹

3) *Satışın feshi halinde karşı tarafın feshi bilmesi*: Hanefilere göre, akid yapan diğer tarafın feshi bilmesi şarttır. Malın tesliminden önce de sonra da fesih için satıcının bilgisi bulunmalıdır. Malın tesliminden sonra ise, satıcının feshe dair bilgisine ilâve olarak, ya satıcının rızası yahut hâkimin hükmü gereklidir. Tüketici satıcının haberi olmadan akdi feshederse, bu feshe itibar edilmez. Mal sahibinin huzurunda tüketici kabul veya fesih hususunda serbesttir. Buradaki mal sahibinin huzurunda olmaktan kasıt, mal sahibinin fesih hakkında bilgisidir.⁸³⁰

Şâfiî ve Hanbelîlere göre fesih için ne malın tesliminden önce ne de sonra satıcının bilgisi, rızası ve hâkimin hükmü şart değildir.⁸³¹

b) *Ödenen Bedelden Kesinti Yapılması*: Ayıp muhayyerliğinin gerçekleşmesi halinde tüketicinin, malın kusurunun öğrenildiğinde dilerse onu tam bedel karşılığında kabul etmesi, dilerse malı satıcıya iade edip, ödediği bedeli geri alması hakkı bulunmaktadır.⁸³² Tüketicinin, ayıp sebebiyle bedelden kesinti yapılması hakkını, kazanabilmesi için, malın satıcıya geri verilmesinin mümkün olmaması gerekmektedir.⁸³³

Tüketici, satın aldığı malda yanında iken bir ayıp meydana gelse sonra satın alınmadan önceki bir ayıp ortaya çıksa, malın geri verilmesi mümkün olmayacağından ayıbın karşılığında bedelden kesinti yapılması hakkına sahip olur.⁸³⁴ Mesela, tüketici satın aldığı bir top kumaşı kesip biçtikten sonra kumaşın çürük olduğunu farketse bu ayıbdan dolayı bedelden ayıbın karşılığını alır. Ayıbın

⁸²⁹ Şeybânî, 1990:V/42.

⁸³⁰ Kâsânî, 1974:V/424; Merğînânî, 1990:III/33; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/314, 315; İbn Âbidîn, 1984:IV/580.

⁸³¹ İbn Kudâme, 1985:IV/116; Şirbînî, 1994:II/49.

⁸³² Mevsilî, 1989:194, Senhûrî, 1998:IV/255.

⁸³³ Mecelle, md. 345.

⁸³⁴ Mecelle, md. 345.

karşılığında bedelden ne kadar kesinti yapılacağı ise, iki bilirkişinin kararıyla olur.⁸³⁵ Ayıplı malın ayıp sebebiyle satıcıya geri verilmesi mümkün oldukça tüketicinin ayıp sebebiyle ödediği bedelden kesinti yapılamaz.⁸³⁶ Ancak Hanbelî hukukçularına göre tüketici isterse malı geri verip ödediği bedeli ister, isterse de bedelden ayıp sebebiyle kesinti isteyebilir.⁸³⁷

Tüketici, aldığı kusurlu malın geri verilemeyecek hale gelmesi durumunda ödediği bedelden ayıba karşılık gelen miktarı geri alma hakkına sahiptir. Aynı şekilde mala bitişik ve maldan kaynaklanmış olan irileşme ve şişmanlık gibi fazlalıklar ile maldan ayrı fakat maldan doğmuş yavru, süt ve satılan ağacın meyveleri gibi fazlalıkları tüketici, isterse asılla beraber geri vermeye razı olur, isterse geri vermez ve ayıbın bedeldeki karşılığını satıcıdan isteyebilir.⁸³⁸ Malın tüketicinin teslim almasından önce telef olması halinde ise, satıcı tüketiciden herhangi bir istekte bulunamaz.⁸³⁹

Mâlîki hukukçular, satıcının alıcıdan gizlediği ayıp sebebiyle, malın helak olması durumunda tüketici ödediği bedelin tümünü satıcıdan geri isteyebileceğini belirtirler.⁸⁴⁰ Hanbelîler ise, malın helakinin tüketicinin, üçüncü bir şahsın, hastalık gibi semavî bir afetin veya satılan malın kendi fiiliyle değil, akitte tedlîsin olup olmamasına bakarlar. Satıcı malın ayıbını bildiği halde, bunu tüketiciden gizlemişse, mal bu ayıp veya başka bir şey sebebiyle helak olsa, tüketici malı geri verip ödediği bedelin tümünü satıcıdan geri isteyebilir. Şayet satışta tedlis yoksa, sâdece ödediği bedelin ayıp sebebiyle eksilen miktarını satıcıdan geri isteme hakkına sahip olur demektedirler.⁸⁴¹

İslâm hukukçuları, malın geri verilemeyip, ayıp karşılığında tüketicinin o malı satın alırken ödediği bedelden kesinti yapılması durumunda, yapılacak kesintinin miktarının şu şekilde hesaplanacağını belirtmişlerdir: Satılan mala, ayıpsız iken bir

⁸³⁵ Bilmen, 1985:VI/72-73.

⁸³⁶ Mevsilî, 1989:196.

⁸³⁷ İbn Kudame, 1985:IV/259.

⁸³⁸ Kâsânî, 1974:V/422; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/367; Mevsilî, 1989:196.

⁸³⁹ Kâsânî, 1974:V/419.

⁸⁴⁰ Haraşî, t.y.:IV/142-143.

⁸⁴¹ İbn Kudâme, 1985:IV/110-113.

kez kıymet takdir edilir, sonra ayıplı haliyle kıymet takdir edilir. Bu iki kıymetin arasındaki farkın, malın ayıpsız değerine oranı bulunur. Bu oran nispetince, tüketici için ödediği bedelden kesinti yapılır. Bedelden yapılan kesinti, eksilen özelliğin yerine geçmektedir.⁸⁴² Meselâ, tüketici 60 liraya aldığı bir top kumaşı kesip biçtikten sonra maldaki kadîm ayıbın farkına varsa, bilirkişiler kumaşın kıymetinin ayıpsız olarak 80 lira, ayıplı olarak da 60 lira olduğunu söyleseler, kıymetin noksanı 20 lira olur ki bu da ayıpsız olduğu zamanki kıymetin dörtte biri olur. Bu durumda bilirkişilerin tayin ettiği bedelin dörtte biri olan 15 lira noksan bedel olur ve tüketici 15 lirayı satıcıdan geri alabilir.⁸⁴³

Günümüz hukukunda da 4077 sayılı TKHK ayıplı mal, ayıplı hizmet, kapıdan satışlar ve mesafeli sözleşmeler gibi maddelerde ayıp muhayyerliği gibi tüketiciye bir takım haklar sağlamaktadır. Söz konusu kanuna göre; ayıplı mal⁸⁴⁴la ilgili olarak, tüketici malın teslimi tarihinden itibaren otuz gün içerisinde ayıbı satıcıya bildirmekle yükümlüdür. Tüketici bu durumda, bedel iadesini de içeren sözleşmeden dönme, malın ayıpsız misliyle değiştirilmesi veya ayıp oranında bedel indirimi ya da ücretsiz onarım isteme haklarına sahiptir. Tüketici ayıplı malın neden olduğu zarardan dolayı tazminat isteme hakkına da sahiptir.⁸⁴⁵

Ayıplı hizmet⁸⁴⁶le ilgili olarak, sağlanan hizmetin ayıplı olduğunun anlaşılması halinde tüketici, on beş gün içerisinde bu ayıbı sağlayıcıya bildirmekle yükümlüdür. Tüketici bu durumda, sözleşmeyi sona erdirme, hizmetin yeniden görülmesi veya ayıp oranında bedel indirimi haklarına sahiptir. Tüketicinin sözleşmeyi sona

⁸⁴² Kâsânî, 1974:V/432; İbn Kudâme, 1985:IV/110; Şirbînî, 1994:II/55; Ali Haydar Efendi, 1330:I/569-571; Bilmen, 1985:VI/73.

⁸⁴³ Bilmen, 1985:VI/73.

⁸⁴⁴ Ayıplı Mal: Ambalajında, etiketinde, tanıtmaya ve kullanma kılavuzunda ya da reklam ve ilânlarında yer alan veya satıcı tarafından bildirilen veya standardında veya teknik düzenlemesinde tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da tahsis veya kullanım amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukukî veya ekonomik eksiklikler içeren mallar, ayıplı mal olarak kabul edilir. (4077 Sayılı TKHK md.4).

⁸⁴⁵ TKHK, md. 4.

⁸⁴⁶ Ayıplı Hizmet: Sağlayıcı tarafından bildirilen reklam ve ilanlarında veya standardında veya teknik düzenlemesinde tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukukî veya ekonomik eksiklikler içeren hizmetler, ayıplı hizmet olarak kabul edilir. (4077 Sayılı TKHK md.4/A).

erdirmesi, durumun gereği olarak haklı görülemiyorsa, bedelden indirim ile yetinilir. Tüketici, bu seçimlik haklarından biri ile birlikte tazminat da isteyebilir.⁸⁴⁷

Kapıdan satışlarla ilgili olarak, bu tür satışlarda; tüketici, teslim aldığı tarihten itibaren yedi gün içinde malı kabul etmekte veya hiçbir gerekçe göstermeden ve hiçbir yükümlülük altına girmeden reddetmekte serbesttir. Hizmetlerin satımında ise bu süre, sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren başlar. Satıcı, cayma bildirimini kendisine ulaştığı andan itibaren yirmi gün içerisinde malı geri almakla yükümlüdür.⁸⁴⁸

Mesafeli sözleşmeler⁸⁴⁹le ilgili olarak da, satıcı veya sağlayıcı cayma bildirimini kendisine ulaştığı tarihten itibaren on gün içinde almış olduğu bedeli, kıymetli evrakı ve tüketiciyi bu hukukî işleminden dolayı borç altına sokan her türlü belgeyi iade etmek ve yirmi gün içerisinde de malı geri almakla yükümlüdür.⁸⁵⁰

2.5.1.2. Tüketicinin Ayıp Muhayyerliğinden Yararlanabilmesinin Şartları

Tüketicilerin ayıp muhayyerliğinin kendilerine sağladığı haklardan faydalanabilmeleri için alış-verişlerinde aşağıdaki hususların bulunması gereklidir. Muhayyerliğin sübutunun şartları⁸⁵¹ adı verilen bu şartların bir kısmı akit konusu malda, bir kısmı da akdi yapan taraflarda bulunmaktadır. Buna göre;

a) *Ayıbın Malın Değerini Düşürmesi*:⁸⁵² Ayıp, tüccarın örfünde bedelin az veya çok azalmasını gerektirecek durumda ise malın kıymetine tesir eder.⁸⁵³ Tüketici bu durumda ayıp muhayyerliğinden faydalanabilir. Ayıbın, malın değerini düşürüp

⁸⁴⁷ TKHK, md. 4/A.

⁸⁴⁸ TKHK, md. 8.

⁸⁴⁹ Mesafeli sözleşmeler: Yazılı, görsel, telefon ve elektronik ortamda veya diğer iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan sözleşmelerdir. (4077 Sayılı TKHK md.9/A).

⁸⁵⁰ TKHK, md. 9/A.

⁸⁵¹ Kâsânî, 1974:V/274-276; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/154-155.

⁸⁵² Tayyar, 1979:123.

⁸⁵³ Şeybânî, 1990:V/166; Kudûrî, 2000:42; Kâsânî, 1974:V/406, 408; Merğînânî, 1990:III/40-41; İbn Rüşd, t.y.:III/337-340; İbn Kudâme, 1985:IV/113-114; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357-362; Şîrbînî, 1994:II/50-52; Remlî, 1976:IV/27-33; İbn Âbidîn, 1984:V/7-15; Senhûrî, 1998:IV/248.

düşürmediği veya ne kadar düşürdüğünün tespiti hakkında ise, bilirkişilere başvurulması gerekmektedir.⁸⁵⁴

*b) Akit Sırasında Tüketicinin Ayıbın Varlığını Bilmemesi.*⁸⁵⁵ Ayıp muhayyerliğinin gerçekleşmesi için, tüketicinin akit anında veya malın eline geçmesi sırasında, ayıbın varlığına dâir bilgisi olmamalıdır. Aksi halde, ayıba delâleten razı olmuş sayılır. Aynı şekilde akit anında bilmediği ayıbı, malın teslimi anında öğrenmesine rağmen, malı teslim alması da delâleten rızadır. Çünkü ayıp muhayyerliği tüketicinin rızasının sakatlanması sebebiyle tanınmış bir haktır. Ayıbı bilerek akdi yapmak veya malı teslim almak rızayı sakatlamaz.⁸⁵⁶ Tüketicinin malın ayıbını öğrendikten sonra malı teslim alması yeterlidir, ayrıca ayıba rızası aranmaz.⁸⁵⁷

*c) Ayıbın Teslimden Önce Var Olması:*⁸⁵⁸ Maldaki ayıbın satış anında veya tüketiciye teslimden önce oluşmuş olması gerekir. Çünkü mal, teslim zamanına kadar satıcının tazminindedir. Maldaki ayıp, satım akdinden önce veya akitten sonra fakat malı tüketicinin teslim almasından önce oluşmuşsa, tüketicinin malı geri verebilme hakkına imkân tanınmaktadır.⁸⁵⁹

İslâm hukuk literatüründe bu tür ayıplara "kadîm ayıp" denir. Malın tesliminden sonra oluşan ayıba, "hadis ayıp" denilmektedir. Mal tüketicinin eline sağlam olarak geçtiğinden ve bu ayıbın oluşumunda satıcının herhangi bir sorumluluğu olmadığından hadis ayıp, ayıp muhayyerliğine sebebiyet vermez. Tüketicinin malı teslim almasından sonra oluşan ayıp, tüketicinin tazminindedir. Mal, bu ayıp sebebiyle geri verilemez.⁸⁶⁰ Ayıp konusunda önemli olan, ayıbın akit konusu malda ne zaman ortaya çıktığı değildir, bilakis ayıbın malda ne zamandan beri mevcut olduğuna bakılır.⁸⁶¹

⁸⁵⁴ İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357.

⁸⁵⁵ Tayyar, 1979:124.

⁸⁵⁶ Kâsânî, 1974:V/410; Merğînânî, 1990:III/40; İbn Kudâme, 1985:IV/102-108; İbn Âbidîn, 1984:V/5-6.

⁸⁵⁷ İbn Âbidîn, 1984:V/5.

⁸⁵⁸ Tayyar, 1979:124.

⁸⁵⁹ Kâsânî, 1974:V/408; Şirbînî, 1994:II/52.

⁸⁶⁰ Heytemî, 1996:V/621-622.

⁸⁶¹ Bardakoğlu, DİA, 1991:IV/246.

Ayıp, teslimden önce ortaya çıksa fakat bu ayıbın çıkmasına tüketicinin fiili sebep olmuş olsa, bu ayıptan sebebiyle mal geri verilemez. Çünkü bu ayıp her ne kadar kadîm gibi görünse de hadis ayıp sayılır.⁸⁶²

d) *Tüketicinin Satıcıyı İbra Etmemesi:*⁸⁶³ Satıcının akid mahallindeki ayıplardan beri olduğunu şart koşmaması lazımdır. Bunu şart koşarsa tüketicinin muhayyerlik hakkı kalmaz. Çünkü tüketici satıcıyı bu hususta ibra ederse kendi hakkını düşürmüş olur.⁸⁶⁴

İbra, satıcının bu konudaki teklifini tüketicinin kabul etmesiyle veya tüketicinin bizzat kendi isteğiyle olabilir. Tüketici, satıcıyı ibra etmekle, satın aldığı maldaki ayıplarla ilgili muhayyerlik hakkını düşürmüş olur. Çünkü, tüketici için ayıp muhayyerliğinin tanınmasının sebebi, sağlam diye aldığı malın ayıplı çıkması halinde zarara uğramamasıdır. Tüketici, satıcının ibra şartını kabul ettiği takdirde, mal ayıplı çıksa dahi, o mala razı olmuş kabul edilir.⁸⁶⁵

e) *Ayıbın Akidden Beklenen Maksadı Ortadan Kaldırması:*⁸⁶⁶ Şâfiî mezhebine göre, malın kıymetini azaltan vasıf ayıp sayıldığı gibi, tüketicinin haklı gayesini engelleyen vasıf da ayıp sayılır. Meselâ, tüketicinin kurban etmek için aldığı koyunun kulağının kesik çıkması durumu, kurban etmek gayesine engel olmaktadır. Koyunun kulağının kesik olması, kıymetini azaltmasa da, kurban edilmesine engeldir, bu nedenle ayıp sayılır. Satın alınan elbisenin ya da mestin dar gelmesi de ayıp sayılır.⁸⁶⁷ Hanefîler akitten beklenen maksadı ortadan kaldıran vasfî ayıp olarak kabul etmeseler de, bazı şartlar ileri sürerek kurbanlık koyun konusunda, tüketicinin muhayyerlik hakkının olduğunu belirtmişlerdir.⁸⁶⁸

Maksadı ortadan kaldıran vasıfta esas alınacak ölçü, tüketicinin meşru ve haklı gayesidir. Satın alınan maldaki vasıf başkalarına göre malın kıymetini

⁸⁶² Şîrvânî, 1996:V/609-610.

⁸⁶³ Tayyar, 1979:124.

⁸⁶⁴ Kâsânî, 1974:V/410; İbn Kudâme, 1985:IV/129; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/396; Remlî, 1976:IV/38; İbn Âbidîn, 1984:V/42.

⁸⁶⁵ Şerkâvî, 1990:180; Zühaylî, 1989:IV/405.

⁸⁶⁶ Tayyar, 1979:124.

⁸⁶⁷ Heytemî, 1996: V/619-620; Şîrbînî, 1994:II/52-53; Cezîrî, 1989:III/1327.

⁸⁶⁸ İbn Âbidîn, 1984:V/4-5.

noksanlaştırmaya bile, tüketicinin malı satın almadaki gayesine göre malın değeri eksiliyorsa mal ayıplı sayılır. Bir kişinin, etinden faydalanmak için satın aldığı hayvanın hamile çıkması durumu bir ayıptır. Her ne kadar hamilelik başka kişilere göre kıymeti artıran bir özellik sayılsa da, tüketicinin akitten beklediği haklı gayenin engellenmesi sebebiyle ayıp sayılır.⁸⁶⁹

Belirli bir özelliğin bulunmasının şart koşulması ile alınan malda o özelliğin bulunmaması durumunda, tüketicinin malı ya aynen kabul etmek veya geri verip ödediği karşılığı almak hakları vardır. Hassas olduğu için satın alınan bir saat, hassas çıkmazsa, tüketici için muhayyerlik hakkı doğar. Fakat, insanlar tarafından rağbet gösterilmeyen basit bir özellik için satın alınan malda, tam tersine insanların rağbet gösterdiği daha iyi bir özelliğin bulunması halinde ise, satış geçerlidir ve tüketicinin malı geri verme hakkı yoktur.⁸⁷⁰

*f) Ayıbın Kolaylıkla Giderilecek Türden Olmaması:*⁸⁷¹ Satın alınan maldaki kusur, basitçe yok edilebilecek türden ise ayıp muhayyerliğine sebebiyet vermez. Meselâ, yıkamanın zarar vermeyeceği kumaştaki bir miktar necaset ayıp sayılmaz.⁸⁷² Böyle kolaylıkla giderilebilecek bir ayıbın iri, görünür, gizli olup olmamasına, tüketicinin bu ayıbı akit anında bilip bilmemesine, satıcının bu ayıbı gizlemesine itibar edilmez. Ancak bu ayıp kolaylıkla giderilebildiği halde malın kıymetini azaltır ya da tüketicinin meşru bir gayesini engelliyorsa, ayıp muhayyerliğine sebep olur.⁸⁷³

*g) Ayıbın Akdin Feshinden Önce Yok Olmaması:*⁸⁷⁴ Ayıbın sâdece akitten sonra, teslimden önce sabit olması yeterli değildir; teslimden sonra da varlığını sürdürmesi gerekir.⁸⁷⁵ Çünkü teslimden önce ayıp yok olmuşsa akitten beklenen netice gerçekleşmiş ve mal tüketicinin eline sağlam olarak geçmiştir. Bu durumun neticesinde tabîi olarak, tüketici için ayıp muhayyerliği bulunmamaktadır.

⁸⁶⁹ Ebû Gudde, 1985:II/369-370.

⁸⁷⁰ İbn Kudâme, 1985:IV/115-116.

⁸⁷¹ Tayyar, 1979:125.

⁸⁷² İbnü'l-Hümâm, 13165:VI/355; Şirbînî, 1994:II/50; İbn Âbidîn, 1984:V/5.

⁸⁷³ Şerkâvî, 1990:156.

⁸⁷⁴ Tayyar, 1979:125.

⁸⁷⁵ Kâsânî, 1974:V/408.

Maldaki ayıbın kalıcı olması ya malın tesliminden sonra mevcut olmaya devam etmesi yahut teslim anında gizli kalıp ikinci defa ortaya çıkmasıdır. Çünkü mal satıcının elindeyken oluşan ayıp, teslimden önce yok olabilir. Eğer yok olursa, tüketici için malı geri verme hakkı doğurmaz. Ayıbın sâdece mal satıcının elinde iken ortaya çıkması, muhayyerliğe sebebiyet vermesi için yeterli değildir. Aynı şekilde akitten sonra ortaya çıkıp, kabzdan önce gizli kalması da yeterli değildir. Fakat ayıp teslimden sonra mal tüketicinin elindeyken tekrar ortaya çıkar ve mal geri verilinceye kadar varlığı devam ederse, bu durum tüketici için malı geri verme hakkına sebep olur.⁸⁷⁶

h) Ayıbın Benzeri Mallarda Nadiren Ortaya Çıkması: Bir maldaki vasfın, ayıp sayılabilmesi için o malın benzeri olan mallarda nâdir olarak ortaya çıkan bir özellik olması gerekmektedir.⁸⁷⁷ Aynı sınıf mallarda bir kusur çoğu zaman ortaya çıkmaktaysa, bu kusur ayıp sayılmaz. Meselâ, belirli bir miktarda alınan buğday veya susamda bir miktar toprak bulunursa bakılır: Eğer o toprak, o ölçüdeki buğday veya susamda bulunması âdet olan miktardaysa bu muhayyerlik sebebi olmaz. Fakat âdet olarak bulunması gereken miktardan fazla ise muhayyerliğe sebep olur.⁸⁷⁸

2.5.1.3. Tüketicinin Ayıp Muhayyerliği Hakkını Düşüren Sebepler

İslâm Hukuku'nda ayıp muhayyerliği tüketicilerin korunması açısından önemli haklar sağlamaktır. Ancak aşağıdaki durumlarda tüketicilerin bu hakkı yok olmaktadır. Bunlar,⁸⁷⁹

a) Tüketici ayıbın varlığını öğrendikten sonra ayıba razı olursa muhayyerlik düşer.⁸⁸⁰ Çünkü ayıp muhayyerliğinin sabit olmasının sebebi; akitte delâleten şart koşulan sağlamlık şartının yitirilmesi ve tüketicinin ayıp sebebiyle zarar görmesinin

⁸⁷⁶ Ebû Guddê, 1985:II/383.

⁸⁷⁷ Şîrbînî, 1994:II/51,52; Remlî, 1976:IV/27.

⁸⁷⁸ İbn Âbidîn, 1984:V/66.

⁸⁷⁹ Kâsânî, 1974:III/282-284, 291; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/164.

⁸⁸⁰ Mecelle, md. 341, 343, 344.

engellenmesidir. Tüketicinin ayıba rızası, sağlamlığı şart koşmadığını ve zarara razı olduğunu gösterir. Artık tüketici ayıba razı olunca zarara da razı olmuş sayılır.⁸⁸¹

Ayıplı maldaki ayıba rıza ya açıkça ya da delâleten olmaktadır. Maldaki ayıba açıkça rıza göstermek, tüketicinin, satın aldığı maldaki ayıbı öğrendikten sonra açıkça razı olduğunu ifade etmesiyle olmaktadır. Ayıba rızası olduğunu gösteren sözler söylendikten sonra söz konusu ayıp sebebiyle mal geri verilmez veya satıcıdan ayıbın karşılığını istenemez.⁸⁸² Tüketicinin ayıba delâleten razı olması ise, tüketicinin ayıbın varlığını öğrendikten sonra, mala ayıplı haliyle razı olduğunu gösteren bazı tasarrufları yapmasıyla olur.⁸⁸³ Satın alınan malı kullanmaya, gelir elde etmeye ve maldan faydalanmaya devam etmek gibi malın eksilmesine veya tüketilmesine yönelik her tasarruf delaleten razı olmaktadır.⁸⁸⁴ Yine satın alınan malın itlafi,⁸⁸⁵ satın alınan malı mülkünden çıkarma gibi nedenler tüketicinin malı iade etme muhayyerliğini düşürür.⁸⁸⁶

b) Tüketici ayıp muhayyerliğinden kendi isteğiyle vazgeçebilir ve satışı ibra edebilir.⁸⁸⁷ Muhayyerlik tüketicinin hakkı olduğundan ister hakkını kullanır, isterse bu hakkını iskât edebilir. Ayıp sebebiyle malı geri verme ve ayıbın karşılığını isteme haklarından vazgeçebilir.⁸⁸⁸ Hanefî, Hanbelî ve Zahirî hukukçuları, ayıp muhayyerliğinden mal karşılığında vazgeçilmesinin hukuken geçerli olduğunu kabul etmektedirler.⁸⁸⁹

c) Tüketici malı geri vermeden önce ayıp yok olursa ayıp muhayyerliği düşer. Malın geri verilmesinden önce ayıbın yok olması durumunda ayıp muhayyerliği kendiliğinden düşer ve satış tüketici içinde bağlayıcı hale gelir. Bunun neticesi olarak da, malı ayıp sebebiyle satıcıya geri verme ve bedelden kesinti yapma hakları düşmektedir. Çünkü, ayıp muhayyerliğinin oluşmasının temel şartı değişmiştir. Mal

⁸⁸¹ Kâsânî, 1974:V/417.

⁸⁸² Kâsânî, 1974:V/417, 431; İbn Âbidîn, 1984:V/34.

⁸⁸³ Bardakoğlu, DİA, 1995:XII/436.

⁸⁸⁴ Kâsânî, 1974:V/417, 431; İbn Âbidîn, 1984:V/33, 34.

⁸⁸⁵ Kâsânî, 1974:V/429, 430; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/371.

⁸⁸⁶ Kâsânî, 1974:V/417, 418; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/369, 370.

⁸⁸⁷ Mecelle, md. 342.

⁸⁸⁸ Kâsânî, 1974:V/431.

⁸⁸⁹ Serahsî, 1983:XIII/71; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/357; Buhûtî, 1982:III/220.

tüketicinin eline sağlam olarak geçmiştir. Mal satıcının elinde iken oluşan fakat yok olması veya kaldırılması muhtemel olan ayıp, geri verme hakkı vermez. Bu ayıbın, mal tüketicinin elindeyken de ortaya çıkması gerekir.⁸⁹⁰

Şâfiî mezhebindeki bir görüşe göre, satıcı tarafından tüketiciye zarar vermemek şartıyla⁸⁹¹ ayıbın kısa zamanda izalesi sözü verilirse, ayıbın yok olması hükmüne girer ve muhayyerliği düşürür. Meselâ, içinde tohum olan bir arazi satılsa ve satıcı kısa zamanda bu tohumları temizleyeceğini taahhüt etse, tüketicinin akdi kabul etmesi gerekir.⁸⁹²

2.5.2. Vasıf Muhayyerliği

Satın alınan malda, istenilen niteliklerin bulunmaması durumunda müşterinin muhayyer olmasına İslâm Hukuku'nda vasıf muhayyerliği denmektedir. Mecelle bunu, “Bayi’in bir vasf-ı mergûp ile muttasıf olmak üzere satmış olduğu mal ol vasıftan ârî çıksa müşteri muhayyerdur. Dilerse bey’i fesh eder ve dilerse mecmu’ı semen-i müsemma ile mebi’i kabul eder, buna hıyar-ı vasf derler”⁸⁹³ şeklinde kanunlaştırmıştır.

Belli bir vasıf için satın alınan malda aranan vasıf bulunmayacak olsa müşteri muhayyer olur. Dilerse mebi’i olduğu gibi geri verir, dilerse aldığı fiyata akdi geçerli kılar. Yoksa malı alıp da bedelden indirim yapamaz. Çünkü vasıf, tabîi olarak hem satışı dâhil hem de mala tabî olduğundan semenden hissesi yoktur. Mesela, sağılır diye satılmış olan bir inek, süttten kesilmiş olduğu ortaya çıksa veya gece vakti kırmızı yakuttur diye satılan bir taş, sarı yakut olduğu görülse müşteri muhayyer olur.⁸⁹⁴ Çünkü Hz. Peygamber: “Deve ve koyunun memelerinde süt bekletmeyin. Kim böyle sütü bekletilmiş bir sağmal hayvan satın almışsa sağdıktan sonra muhayyerdur, dilerse kabul eder, dilerse bir sa' miktarında kuru hurma da vererek

⁸⁹⁰ Kâsânî, 1974:V/408.

⁸⁹¹ Ebû Guddê, 1985:II/457.

⁸⁹² Sübkî, t.y.:XI/360, 370; Heytemî, t.y.:II/244; Şirbînî, 1994:II/56.

⁸⁹³ Mecelle, md. 310.

⁸⁹⁴ Kâsânî, 1974:V/240; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/135; İbn Âbidîn, 1984:IV/49; Mecelle, md. 310; Bilmen, 1985:VI/60; Çeker, 2006:90.

iyade eder”⁸⁹⁵ buyurmuştur. Bu sebeple maldaki kusurun söylenmemesi ve tüketicinin aldatılması yasaklanmıştır.⁸⁹⁶

Ayıp ile vasıf birbirine karıştırılmamalıdır. Maldaki maddi eksikliğe ayıp dendiği halde vasıf, bir şeydeki maddi eksiklik değil o şeyin kabiliyet ve özelliğini ifade eder. Mesela, aracın lastiklerinin olmaması ayıp olduğu halde aracın rengi vasıftır.⁸⁹⁷

Mala tabîi olarak alış-verişe dâhil olan şeyler vasıf kabilindedir. Bunlar malda ortaya çıkmazsa tüketici muhayyer olur. Meselâ, dört odalıdır diye alına bir ev üç odalı çıksa tüketici muhayyer olur. Satıcı ben üç oda sattım diyemez. Zira ev satışında evin tüm odaları ve alanları eve dâhil olup ondan ayrı tutulamaz. Vasıf, malda rağbet edilen, arzu edilen bir niteliktir. Akitte şart koşularak, buna hak kazanılır. Şart koşulan bu nitelik bulunmazsa, muhayyerlik söz konusu olur. Çünkü tüketici bu nitelik olmaksızın o satışı kabul etmemiştir. Dolayısıyla kusurlardan salim olma niteliği bulunmamış gibi olmaktadır. Arzu edilen niteliğin, ya akid zamanında şart koşulması veya malın arzu edilen nitelik ile vasıflanmasının örfen şart görülmesi gereklidir.⁸⁹⁸

Akidde şart koşulan, arzu edilen niteliğin malda bulunmaması durumunda, şayet müşteri meşru bir sebeple malı satıcıya geri veremezse, noksan vasfın kıymeti kadar bedelden indirim yapılır. Noksan vasfın kıymetini bulmak için malın, istenilen vasıfla kıymeti ile istenilen vasıf olmadan kıymeti takdir edilir ve arasındaki fark noksanı vasıf olarak kabul edilir. Mesela bir mal, istenilen vasıfla 800 lira, istenilen vasıf olmadan 600 lira olsa noksanı vasıf 200 lira olur ki malın kıymetinden 200 lira indirim yapılır. Böylece tüketici 200 liralık farkı satıcıdan geri alabilir.⁸⁹⁹

⁸⁹⁵ Buhârî, “Büyû”, 64; Müslim, “Büyû”, 11; Ebû Dâvûd, “Büyû”, 48; Tirmizî, “Büyû”, 29; Nesâî, “Büyû”, 14; Mâlik, “Büyû”, 6. وَلَا تُصَرُّوا الْإِبِلَ وَالْعَنَمَ فَمَنْ ابْتِاعَهَا بَعْدَ ذَلِكَ فَهُوَ بِخَيْرِ النَّظَرَيْنِ بَعْدَ أَنْ يَجْلِبَهَا فَإِنْ رَضِيَهَا أَمْسَكَهَا وَإِنْ سَخِطَهَا رَدَّهَا وَصَاعًا مِنْ تَمْرٍ

⁸⁹⁶ Buhârî, “Büyû”, 19. لَا يَجِلُّ لِأَمْرِئٍ يَبِيعُ سِلْعَةً ، يَعْلَمُ أَنَّ بِهَا دَاءً ، إِلَّا أَخْبَرَهُ .

⁸⁹⁷ Çeker, 2006:90.

⁸⁹⁸ Bilmen, 1985:VI/60; Zühaylî, 1989:IV/522.

⁸⁹⁹ Bilmen, 1985:VI/61-62.

2.5.3. Aldanma Muhayyerliği

İslâm'da aldatmayla elde edilen kazanç dinen temiz olmayan⁹⁰⁰ bir kazançtır. Hz. Peygamber akidlere yalan, yemin, hile ve desise karıştırmayı, aldatmayı yasaklamış,⁹⁰¹ hatta “Bizi aldatan bizden değildir”⁹⁰² sözüyle de aldatmanın çok ağır bir neticesi olduğunu belirtmiştir.

Tarafların birinin aldatması suretiyle aşırı şekilde pahalıya satma ya da çok ucuza satın alma halinde aldatılan taraf, dilerse alışverişini feshettirebilir.⁹⁰³ Buna aldanma muhayyerliği denmektedir. Mecelle’de aldanma muhayyerliğini, “Mütebâyiandan biri diğerini tağrir edip de bey’de gabn-i fahiş olduğu tahakkuk ettikde mağbun olan kimse bey’i feshedebilir”⁹⁰⁴ şeklinde kaideleştirmiştir. Aldatılarak ucuza satma veya pahalıya satın almanın ölçüsünde İslâm hukukçuları ihtilaf etmiş⁹⁰⁵ olmakla birlikte Mecelle aldanmanın ölçüsünü “ticaret eşyasında 1/5, hayvanlarda 1/10, gayrimenkulde 1/20 veya daha fazla aldanmak”⁹⁰⁶ şeklinde kaideleştirmiştir.

Bir şeyin miktarındaki aldanmaya “gabn” adı verilmekte ve gabn yesir ve gabn fahiş olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Gabn fahiş, kıymet biçenlerin kıymeti kapsamına girmeyen miktardır. Gabn yesir ise, kıymet biçenlerin kıymeti kapsamına giren miktardır.⁹⁰⁷ Gabn fahiş, gayrimenkulde 1/20, hayvanatta 1/10, akarda 1/5, parada 1/40 veya daha fazla aldanmaktır. Gabn yesir ise, gabn fahişteki derecelerden daha az miktardaki aldanmaktır.⁹⁰⁸ Gabn yesirin akde tesiri olmamaktadır. Çünkü önemli bir fazlalık tahakkuk etmemiştir. Gabn fahişin fazlalığı ise muhakkaktır. Bu

⁹⁰⁰ Bakara, 2/188. وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

⁹⁰¹ Buhârî, “Büyü”, 26; İbn Mâce, Ticaret, 42; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 50. « بَيْعُ الْمُحَقَّلَاتِ خِلَابَةٌ وَلَا تَحِلُّ الْخِلَابَةُ لِمُسْلِمٍ »
« لَيْسَ مِنَّا مَنْ عَشَّ » الْحَلْفُ مُنْفَعَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُجْحَقَةٌ لِلْبَرَكَةِ

⁹⁰² Müslim, “İman”, 164. مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

⁹⁰³ Çeker, 2006:92.

⁹⁰⁴ Mecelle, md. 357.

⁹⁰⁵ İbn Âbidîn, 1984:V/143.

⁹⁰⁶ Mecelle, md. 165.

⁹⁰⁷ Kâsânî, 1974:VI/30; Merğînânî, 1990:III/146; İbnü'l-Hümâm, 1316:VI/77; İbn Âbidîn, 1984:V/143.

⁹⁰⁸ Bilmen, 1985:VI/11.

sebeple aldanan kişinin zararını gidermek maksadıyla gabn fahişte, akdin iptal edilmesi hakkı sabit olmaktadır.⁹⁰⁹

Aldatma sözlü veya fiili olabilir. Sözlü aldatma fiyatta, fiili aldatma ise nitelikte söz konusudur. Malın değer veya maliyetini yüksek gösteren ve haliyle alıcıyı etkileyen “Sen bunun bir benzerini bulamazsın”, “Daha önce şu fiyatı verdiler, vermedim”, “Maliyeti şu, bundan aşağısı zarar eder” gibi gerçeğe aykırı beyanlarla yüksek bir fiyata satılması ise sözlü aldatma sayılır. Aldatma ve hileye uğratılan tüketicinin, uğradığı zararı defetmek maksadıyla akdi feshetme muhayyerliği bulunmaktadır.⁹¹⁰

Yine satıcının malın kalitesi, özelliği, maliyeti, kâr nisbeti hakkında gerçeğe aykırı veya yanıltıcı beyanda bulunması, açıklama yapması gereken bir konuda susması da aldatma sayılır. Ayrıca, satılacak ineğin sütü çok zannedilsin diye satıcı ineğin memesini bağlayarak birkaç gün sağmayıp, müşteri memenin şişiliğine aldanarak sütü çoktur zannıyla ineği satın alsa satıcı müşteriyi fiilen aldatmış olur. Yine satıcının satışa sunduğu malların iyilerini üste koyup, kötülerini alta koyarak satması, satılacak bir malın çürüklüğünü saklamak, satılacak mala geçici bir renk, bir cila vurmak, satılacak bir değirmenin suyunu bir yerde toplayıp satışa arz sırasında açarak kuvvetli göstermek de fiilî aldatmadır.⁹¹¹ Fiili aldatma malın niteliği ile ilgilidir. Bu sebeple nitelikle ilgili aldatmalar vasıf muhayyerliği kapsamına girmektedir. Aldanma muhayyerliği malın değeriyle ilgili aldatmaları kapsamaktadır.

2.5.4. Görme Muhayyerliği

Tüketici görmeksizin satın aldığı malı gördüğünde akdi fesih hakkına sahip olmasına görme muhayyerliği denir.⁹¹² Mecelle “Bir kimse bir malı görmeden satın alırsa görünceye kadar muhayyerdur. Gördüğünde dilerse fesheder ve dilerse kabul

⁹⁰⁹ Zühaylî, 1989:IV/527-529.

⁹¹⁰ Bilmen, 1985:VI/80; Zühaylî, 1989:IV/527-529.

⁹¹¹ Bilmen, 1985:VI/80; Zühaylî, 1989:IV/527-529.

⁹¹² İbn Hazm, t.y.:VIII/394; Serahsî, 1983:XIII/69; Kâsânî, 1974:V/292; İbn Rüşd, t.y.:II/256; İbn Kudâme, 1985:IV/15; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/137; Mevsilî, 1989:191; İbn Âbidîn, 1984:IV/592.

eder”⁹¹³ der. Bu muhayyerlik hakkının temel dayanağı “Kim görmediği bir malı satın alırsa, malı görünce muhayyerdir”⁹¹⁴ hadisidir.

Tüketicinin görmediği malı satın alması caizdir ve malı gördüğü zaman muhayyerlik hakkı vardır. Yani gördüğünde dilerse malı alır, dilerse geri verir. Muhayyerlik hakkı ancak malı görme anında sabit olur. Tüketici görmeden satış akdini geçerli kılar, akid yine de bağlayıcı olmaz. Hatta görmeden evvel sarih ifadeyle; “ben muhayyerlik hakkımı iptal ettim” dese bile, bu hak yok olmaz. Çünkü bu muhayyerlik hukuken sabit olmuş bir hak olup tarafların iptal etmeleriyle yok olmaz. Görme muhayyerliğine sahip olan kişi malı görmeden evvel de akdi feshedebilir. Çünkü onun muhayyerlik hakkı vardır.⁹¹⁵

Tüketicinin, görmeden aldığı bir malı satması veya elinde ona bir kusur getirmesi veya onu yok etmesi gibi satın aldığı malda akdi kesinleştiren bir tasarrufda bulunması yahut bir kısmını geri vermesi mümkün olmaması durumlarında muhayyerlik hakkı ortadan kalkar.⁹¹⁶

Görme muhayyerliğindeki görmeden maksat, akid mahalli hakkında bilgi sahibi olmaktır. Yoksa mücerred gözle görmek değildir. Mahal hakkında bilgi sahibi olmak da mahallin durumuna göre değişir.⁹¹⁷ Görme, binek hayvanı için binmek, bal için tatmak, ev için evi gezmek olabilir.⁹¹⁸

Aldığının bir kısmını gören diğer kısmını gördüğünde muhayyerlik hakkına sahip olur. Keza, satın alınan malın bir kısmı için alış veriş akdini kesinleştirmek, malın tamamı için akdi kesinleştirmez. Numune ile satılan malların bir kısmını görmek, tamamını görmek gibidir. Burada temel prensip şudur; satılan mal elbise, karpuz, ayva, nar gibi farklı boyutlardaki sayılabilir nesnelere ise; görme muhayyerliği satın alınan malın tamamını görmedikçe, ortadan kalkmaz. Satın alınan mal numune ile satışa sunulan ölçülebilir, tartılabilir mallardansa veya ceviz ve

⁹¹³ Mecelle, md. 320.

⁹¹⁴ Zeylâi, 1973:IV/9.

⁹¹⁵ Kâsânî, 1974:V/292; Mevsilî, 1989:191; İbn Âbidîn, 1984:IV/593.

⁹¹⁶ Mevsilî, 1989:192; İbn Âbidîn, 1984:IV/594.

⁹¹⁷ Kâsânî, 1974:V/293; Mevsilî, 1989:193; İbn Âbidîn, 1984:IV/595.

⁹¹⁸ Çeker, 2006:86-87; Apaydın, DİA, 2006:XXXI/30.

yumurta gibi sayılır nesnelere; bunların bir kısmını görmek, tamamını görme muhayyerliğini ortadan kaldırır. Zira maksat, satın alınan malın evsafını öğrenmektir ki, bu maksada ulaşılmıştır ve muamelâta örf bu yönde caridir. Ancak müşteri malın geride kalan kısmının kendisine gösterilen numuneden aşağı kalitede olduğunu görürse, o zaman muhayyerlik hakkı doğar.⁹¹⁹

Görme muhayyerliği, tüketicilerin korunması açısından çok önemli bir haktır. Çünkü günümüzdeki bir çok ticaret internet üzerinden satışlar gibi malın görülmeden satın alınması yahut numune satışı ile gerçekleşmektedir. Bu durumlarda ise tüketicinin aldanma riski bulunmaktadır. Tüketicinin bu risklerden korunabilmesi için görme muhayyerliği önemli bir hak olmaktadır.

2.5.5. Şart Muhayyerliği

Tarafların, şart koşarak belli bir müddet içerisinde, yapmış oldukları akdi geçerli kılıp kılmamaları hususunda muhayyer olmalarıdır. Muhayyerlik hakkı, tarafların her ikisine şart koşulabileceği gibi, her ikisine birden veya bir üçüncü şahıs için de koşulabilir. Şart muhayyerliği, bu hakkı kullanan kişiye, akdi tek taraflı feshetme yetkisi vermektedir.⁹²⁰

İslâm Hukuku'nda şart muhayyerliği, Hz. Peygamber'in alış verişte aldatıldığını söyleyen Habbân b. Münkız'a "Alışveriş yaptığın zaman, "aldatma yok, benim için üç günlük muhayyerlik hakkı vardır" de"⁹²¹ sözüyle sabit olmuştur.⁹²²

Ancak şart muhayyerliğinin müddeti konusunda ihtilaf edilmiştir. İmam Ebû Hanîfe, İmam Şâfî, İmam Züfer, muhayyerlik süresinin üç günü geçmemesi

⁹¹⁹ Mevsilî, 1989:193; İbn Âbidîn, 1984:IV/596.

⁹²⁰ Çeker, 2006:83-84; Apaydın, DİA, 2006:XXXI/26.

⁹²¹ Buhârî, "Büyü", 48; Müslim, "Büyü", 48; Ebû Dâvûd, "Büyü", 68; Darekutnî, "Buyu", 3055. وَكَانَ رَجُلًا قَدْ أَصَابَتْهُ أَمَةٌ فِي رَأْسِهِ فَكَسَّرَتْ لِسَانَهُ وَنَازَعَتْهُ عَقْلَهُ - وَكَانَ لَا يَدْعُ التَّجَارَةَ وَلَا يَزَالُ يُعْبَثُ فَأَتَى رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَذَكَرَ ذَلِكَ لَهُ فَقَالَ « إِذَا بَايَعْتَ فَعَلْ لَا جَلَابَةَ ثُمَّ أَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ تَبْتَاعُهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ فَإِنْ رَضِيَتْ فَأَمْسِكْ وَإِنْ سَخِطَتْ فَارْزُدْهَا عَلَى صَاحِبِهَا »

⁹²² Serahsî, 1983:XIII/40; Kâsânî, 1974:V/174; İbn Rüşd, t.y.:II/333; İbn Kudâme, 1985:IV/8; Nevevî, t.y.:IX/201; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/110.

gerektiğini, üç günü geçmesi halinde ise alışverişin fasit olduğunu ileri sürerler.⁹²³ İmam Ebu Yusuf, İmam Muhammed⁹²⁴ ile Ahmed b. Hanbel,⁹²⁵ sürenin belirli olması kaydıyla şart muhayyerliğinin üç günden fazla olabileceğine cevaz verirler. Muhayyerliğin, akdi yapan iki tarafın, aldatılıp haksızlığa uğramalarından sakınmak için meşru kılındığını, muhayyerliğin maksadına ise bazen üç günde ulaşılamayacağını bundan dolayı da müddetin akdi yapanların anlaşmalarına bağlı olmasını savunurlar.⁹²⁶ İmam Mâlik,⁹²⁷ muhayyerlik için belli bir süreye ihtiyaç duyulmayacağını söylemiştir. Bu süre satılan malın durumuna göre değişir. Mesela, mebî elbise veya benzeri bir şey ise iki gün yeterlidir, bir ev ise bir ay yeterlidir. Mecelle ise taraflar arasındaki anlaşmayı esas alır ve bunu “Bayı’ ya müşteri veyahut her ikisi birden müddeti ma’lûme içinde bey’i feshetmek yahut icazet ile infaz eylemek hususunda muhayyer olmak üzere bey’de şart kılmak caizdir”⁹²⁸ şeklinde kanunlaştırmıştır.

Şart muhayyerliği, tek taraftan da olsa lâzım, feshi kabul eden ve akid meclisinde mahalli kabzetmenin şart olmadığı akidlerde bulunabilir. Dolayısıyla bu şartların bulunmadığı vekâlet, nikâh, sarf gibi akidlerde şart muhayyerliği söz konusu değildir.⁹²⁹

İslâm Hukuku’nda şart muhayyerliği hadiste de geçtiği üzere tüketicinin aldatılıp haksızlığa uğramaktan sakındırmak için meşru kılınmıştır.⁹³⁰ Aldanma ihtimali olan veya karar vermede zorlanan tüketicinin, alış-veriş esnasında üç güne kadar süre istemesi tüketiciyi aldanma riskinden koruyacak ve doğru karar verebilmesi için düşünme süresi kazandıracaktır.

⁹²³ Serahsî, 1983:XIII/40; Kâsânî, 1974:V/174; İbn Rüşd, t.y.:II/334; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/110; Şirbînî, 1994:II/47.

⁹²⁴ Şeybânî, 1990:V/118; Serahsî, 1983:XIII/41; İbn Rüşd, t.y.:II/334.

⁹²⁵ İbn Kudâme, 1985:IV/8.

⁹²⁶ Mevsilî, 1989:188.

⁹²⁷ İbn Rüşd, t.y.:II/333.

⁹²⁸ Mecelle, md. 300.

⁹²⁹ Çeker, 2006:84-85.

⁹³⁰ Kâsânî, 1974:V/174; İbn Rüşd, t.y.:II/333; Mevsilî, 1989:188.

İslâm Hukuku'nda tüketici, muhayerliğin süresi içerisinde akdi kabul veya feshetme yetkisine sahiptir. Hanefîlere⁹³¹ göre, fesih dil ile satıcıya bildirmelidir. Bu durumda satıcının buna razı olup olmama gibi hakkı yoktur. Tüketicinin akdi, satıcının bilgisi olmaksızın feshetmesi durumunda ise fesih geçerli olmaz. Mâlikî, Şâfiî ve Hanbelîlere göre⁹³² de, muhayerlik hakkına sahip olan kimsenin karşı tarafın huzurunda olsun, gıyabında olsun satışı feshetmesi geçerlidir. Çünkü karşı taraf, onun lehine muhayerliğe razı olunca, dilediği zaman feshetmesine de izin vermiş sayılır.

Şart muhayerliğinin bulunduğu akidde mahallin mülkiyeti Hanbelî⁹³³ mezhebine göre karşı tarafa mutlak olarak geçer, Mâlikî⁹³⁴ mezhebine göre mutlak olarak geçmez. Şâfiî⁹³⁵ ve Hanefî⁹³⁶ mezhebine göre muhayer olan tarafın mülkiyetinden dışarı çıkmaz, muhayer olmayan tarafın mülkiyetinden çıkar. Bu bağlamda Hanbelî mezhebine göre muhayerlik hangi taraf için olursa olsun alışverişte mebi' satıcının, semen de tüketicinin mülkiyetinden çıkar. Mâlikî mezhebince de muhayerlik hangi taraf için olursa olsun mebi' ve semen her ikisinin mülkiyetinden çıkmaz. Şâfiî ve Hanefî mezhebelerine göre ise, muhayerlik kimin içinse onun mülkiyetinden çıkmaz. Tüketici muhayerse semen, satıcı muhayerse mebi' mülkiyetlerinden çıkmaz.⁹³⁷

Mahallin mülkiyetinin kime ait olduğu konusu, muhayerlik esnasında mahalle bir zarar gelse bu zararı kim ödeyecek konusuna açıklık getirmek içindir. Buna göre, şayet mebi' tüketicinin elinde iken telef olacak olursa, eğer muhayerlik satıcı lehine ise satış batıl, muhayerlik sakıt olur. Tüketici mebi'in misli varsa mislini, misli yoksa kıymetini öder. Şayet muhayerlik tüketicinin lehine olursa, satış batıl olmaz,

⁹³¹ Serahsî, 1983:XIII/50; Kâsânî, 1974:V/268; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/120.

⁹³² İbn Kudâme, 1985:III/591; Şa'rânî, 1998:II/64; Şirbînî, 1994:II/49.

⁹³³ İbn Kudâme, 1985:III/571.

⁹³⁴ İbn Rüşd, t.y.:II/335.

⁹³⁵ Şirbînî, 1994:II/48; Şirâzî, 1959:I/259.

⁹³⁶ Kâsânî, 1974:V/264; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/115.

⁹³⁷ Çeker, 2006:85.

muhayyerlik sakıt, satış da lazım olur. Bu durumda telef olan mebi’i semeni ile telef olur.⁹³⁸

2.5.6. İkale

İslâm Hukuku’nda pazar aşaması sonrası tüketiciyi korumak için kabul edilen bir yöntem de ikâledir.

Sözlükte İkâle “bir şeyi gidermek, ortadan kaldırmak”⁹³⁹ anlamına gelir. Fıkıh literatüründe ise, bağlayıcı ve feshi kabil bir akdin tarafların karşılıklı rızasıyla ortadan kaldırılmasını ifade eder.⁹⁴⁰

Tüketici yaptığı alış-verişi sonradan, zararlı kanaatiyle bozabilir. Bu durumda yapılmış olan alış-verişi bozma teklifini kabul etmek o kişiye yardım etmek demektir.⁹⁴¹ Bunun hakkında Hz. Peygamber şöyle buyurmuştur; “Bir kimse, yaptığı alış-verişten pişman olup akdi bozmak isteyene muvafakat ederse, Allah onu kıyamet gününde düşmekten korur”⁹⁴² Çünkü insanlar alış veriş akidlerini yapmaya ihtiyaç duydukları kadar, bu akidleri bozmaya da ihtiyaç duyabilirler. Bu sebeple de ikale meşrudur.⁹⁴³

İslâm hukukçuları, ikâlenin fesih mi yoksa yeni bir akid mi olduğu hususunda ihtilaf etmişlerdir. Hanefiler⁹⁴⁴ kendi aralarında farklı görüşlere sahiptirler. İkâle, İmam Ebû Hanife’ye göre taraflar için fesih, İmam Ebû Yusuf göre yeni bir akid, İmam Muhammed ve İmam Züfer’e göre mutlak olarak fesihdir. Mâlikî⁹⁴⁵ ve

⁹³⁸ Serahsî, 1983:XIII/44; Kâsânî, 1974:V/272; İbn Rüşd, t.y.:II/335; İbnü’l-Hümâm, 1316:V/117; Şirbînî, 1994:II/47.

⁹³⁹ İbn Manzûr, “kyl” md.; Feyyûmî, “kyl” md.

⁹⁴⁰ İbn Nüceym, 1311:VI/110.

⁹⁴¹ Çeker, 2006:160.

⁹⁴² Ebû Davud, “Büyü”, 52; İbn Mâce, “Ticaret”, 26; Ahmed b. Hanbel, 2/252. « مَنْ أَقَالَ مُسْتَلِمًا أَقَالَهُ اللَّهُ عَشْرَةَ يَوْمًا »
« الْقِيَامَةِ »

⁹⁴³ Mevsilî, 1989:187.

⁹⁴⁴ Kâsânî, 1974:V/306; İbnü’l-Hümâm, 1316:V/247; Mevsilî, 1989:187; İbn Âbidîn, 1984:V/120.

⁹⁴⁵ İbn Cüzey, t.y.:272.

Zahirîlere⁹⁴⁶ göre ikâle yeni bir bey' akdidir. Şâfiî⁹⁴⁷ ve Hanbelîlere⁹⁴⁸ göre ikâle mutlak olarak bir fesihdir. Mecelle'de ikâleyi fesih olarak kabul etmiştir.⁹⁴⁹

İkâlenin fesih veya yeni bir akid kabul edilmesi farklı sonuçlar doğurmaktadır. İkâleyi fesih kabul eden Hanefî, Şâfiî ve Hanbelîlere göre, ikâlede ilk satışın semeninde fazlalık, eksiklik, vade veya cins değişikliği caiz değildir. Satıcının ilk bedeli cins, vasıf ve miktar olarak aynen geri ödemesi gerekir. İleri sürülen bedel artırımını veya indirimi, vâdelendirme veya değiştirmeye ilişkin ileri sürülen şartlar geçersiz olur. Çünkü ikâle satış akdinin ortadan kaldırılmasıdır ve mevcudu ortadan kaldırır. Ancak satılan nesnede bir ayıp meydana gelirse, o zaman ilk satış bedelinden eksik bir bedelle geri alınır. Bedeldeki bu eksiklik meydana gelen ayıp sebebiyle normaldeki eksilmeden dolayıdır. İkâleyi yeni bir satış kabul eden İmam Ebû Yusuf ve Mâlikîlere göre, ikâlede fazlalık veya eksiklik caizdir. Buna göre satıcı ikâlede farklı bir semen talep edebilir.⁹⁵⁰

İkâlenin geçerli olabilmesi için tarafların rızası şarttır. Ayrıca ikâlenin yapılabilmesi için, satılan şeyin mevcut olması lazımdır. Çünkü mebiîn helak olması ikâle yapmaya mânîdir. Mebi'in kısmen helak olması durumunda ancak mevcut olan kısım, semendeki hissesi karşılığında ikâle edilebilir. Semenlerin helak olması ikâleye mânî değildir.⁹⁵¹ Çünkü semenler helâk edilmekle muayyen hale gelmez. Tayin edilen bir semenin yerine başka bir semen de verilebilir.⁹⁵²

⁹⁴⁶ İbn Hazm, t.y.:IX/603.

⁹⁴⁷ Şirbînî, 1994:II/96.

⁹⁴⁸ İbn Kudâme, 1985:IV/121.

⁹⁴⁹ Mecelle, md. 163.

⁹⁵⁰ Mevsilî, 1989:187; Zühaylî, 1989:IV/714-716.

⁹⁵¹ Kâsânî, 1974:V/308; İbnü'l-Hümâm, 1316:V/250; Mevsilî, 1989:187; İbn Âbidîn, 1984:V/120-122.

⁹⁵² Mecelle, md. 243; Çeker, 2006:161.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSLÂM HUKUK TARİHİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA ROL ALAN KURUM VE KURULUŞLAR

İslâm dünyasında Hz. Peygamberle başlayan süreçle beraber bazı kurumlar ki özellikle “hisbe kurumu” tüketicinin korunmasında çok aktif rol almıştır. Hisbe kurumunca ortaya konan uygulamalar, esnafın üretim aşamasından pazar aşamasına kadarki faaliyetlerini kontrol ve denetim altına alarak tüketicinin korunmasını sağlamıştır. Daha sonraları ortaya çıkan ahilik ve lonca teşkilatları da hisbe gibi esnafı kontrol mekanizmasıyla tüketicilerin korunmasında önemli işlevleri olmuştur.

Bu bölümde, kurumlar eliyle günümüzde de tüketicinin korunmasına örneklik teşkil etmesi bakımından, İslâm dünyasında asırlarca tüketicinin korunmasında çok önemli görevler icra eden bu kurumlar, tüm yönleriyle değil sadece tüketicinin korunmasıyla ilgili faaliyet ve özellikleri yönüyle incelenecektir.

Son olarak tüketicinin korunmasıyla ilgili Cumhuriyet sonrasında ülkemizde faaliyete geçen kurum ve kuruluşlardan da kısaca bilgi verilerek bir karşılaştırma imkânı sağlanacaktır.

3.1. Hisbe Teşkilatı (İhtisâb Kurumu)

İslâm dünyasında, Hz. Peygamber devrinden itibaren varlığı bilinen “hisbe”,⁹⁵³ İslâm’ın ilk dönemlerinde tüketiciyi koruma, iktisadi hayatı ve çarşı-pazarı kontrol etme, iyilikleri emretmek ve kötülüklerden vaz geçirmek gayesiyle kurulan bir müessesedir. Sistematik yapısına Hz. Ömer zamanında kavuşan hisbe teşkilatı hemen hemen bütün İslâm devletlerinde ya başlı başına bir müessese olarak ya da kaza makamının görevleri arasında yer alarak canlılığını sürdürmüştür.⁹⁵⁴ Osmanlılara kadar varlığını sürdüren hisbe teşkilatı, Osmanlılarda İhtisab Ağalığı, İhtisab

⁹⁵³ Geniş bilgi için bkz.; İbnü'l-Uhuvve, Meâlimü'l-Kurbe fi Ahkâmi'l-Hisbe; Şeyzerî, Nihayetü'r-Rütbe fi Talibi'l-Hisbe; Kavakçı, Hisbe Teşkilatı; Kazıcı, Osmanlılarda İhtisab Müessesesi.

⁹⁵⁴ İbn Sa'd, t.y.:III/192; İbn Abdilber, 1328:IV/341; Kavakçı, 1975:41-42.

Eminliği, İhtisab nazırlığı gibi isimlerle anılmış ve nihayet 1855 yılında lağvedilerek görevleri “şehremaneti”ne devredilmiştir.⁹⁵⁵

Kur’ân ve Sünnet temeli üzerine kurulu, arşı-pazarı ve genel ahlakı gözetken sosyal güvenlik gc⁹⁵⁶ olan “hisbe” tüketicinin korunmasının pratik bir uygulamasıdır. Lügatte cret, sevap, güzel idare ve bakıp gzetmek⁹⁵⁷ gibi anlamlara gelen “hisbe” kelimesi terim olarak, emri bi’l-ma’ruf nehyi ani’l-münker prensibi⁹⁵⁸ gereğince gerçekleştirilen genel ahlakı ve kamu düzenini koruma faaliyetlerini ve özellikle bununla görevli müesseseyi ifade etmektedir.⁹⁵⁹ Belli bir ücret karşılığında hisbe görevini yerine getiren kişiye de “muhtesib” denmektedir.⁹⁶⁰

Hz. Peygamber arşı ve pazarları denetlerdi. Bu denetimlerinin birinde çarşıda bir yiyecek yığına rastlayınca elini yığına daldırıp çıkardı. Parmaklarına rutubet bulaştı. Adama: “Ey satıcı nedir bu?” diye çıkıştı. Adam: “Ey Allah’ın Resulü, yağmur ıslattı” deyince: “Bu yaşlığı üste getirip, herkesin görmesini sağlayamaz mıydın? Kim bizi aldatırsa o bizden değildir”⁹⁶¹ buyurdu.

Hz. Peygamber’in arşı ve pazarların denetlenmesi için Sa’id b. el-’As’ı Mekke pazarında,⁹⁶² Abdullah b. Sa’id b. Usayha b. el-’As,⁹⁶³ mer b. el-Hattâb⁹⁶⁴ ile Semra bintu Nuheyki’l-Esediyye ve şıfa bint Abdullah⁹⁶⁵ gibi kadınları da Medine pazarlarında görevlendirdiği belirtilmektedir. Bu denetçilerin elinde bir kırbaç taşıyıp, onunla hak edeni cezalandırdığı,⁹⁶⁶ Semra’nın da arşı pazar dolaşıp

⁹⁵⁵ Kazıcı, DİA, 1998:XVIII/143-145; 1987:13; 1999:214; Arslan, 1994:87.

⁹⁵⁶ Mısrı, 1993:163.

⁹⁵⁷ İbn Manzûr, “hsb” md.; Fırzâbâdi, “hsb” md.; Hammâd, 1996:119; Kavakcı, 1975:11-12

⁹⁵⁸ Âl-i İmrân, 3/104, 110, 114; Tevbe, 9/71, 112; Hac, 22/41.

⁹⁵⁹ Kallek, DİA, 1998:XVIII/133.

⁹⁶⁰ Mısrı, 1993:163.

⁹⁶¹ Müslim, “İman”, 164; İbn Mâce, Ticarat, 36; Eb Dâvûd, “By”, 52; Tirmizî, “By”, 74. لله - صلى الله عليه وسلم - مرّ على صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ « مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ». قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ « أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَى فَلَيْسَ مِنِّي »

⁹⁶² İbn Abdilber, 1328:II/8; İbn Hacer el-Askalâni, 1328:II/47; Kettâni, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/959; Kavakcı, 1975:41.

⁹⁶³ İbnü’l-Uhuvve, 1937:36.

⁹⁶⁴ Kettâni, 1990:II/45; Hamidullah, 1990:II/959; Kavakcı, 1975:41.

⁹⁶⁵ İbn Abdilber, 1328:IV/335; Kettâni, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/935, 959; Kavakcı, 1975:41.

⁹⁶⁶ Kettâni, 1990:II/44-45.

denetlediği aksi davranışta bulunanları elinde taşıdığı bir kamçı ile menettiği⁹⁶⁷ bildirilmektedir.⁹⁶⁸ Pazarlarda kadın denetleyicilerin görevlendirilmiş olması, buralara kadınların da ürettikleri malları satmak üzere geldiklerini göstermektedir.⁹⁶⁹

Hiz. Peygamber'in yolunu izleyen Hiz. Ömer, Hiz. Osman ve Hiz. Ali'nin de bizzat şehir ve pazar denetimlerine çıktıkları, ayrıca bu işler için özel görevliler tayin ettikleri, hatta Hiz. Ömer'in elinde kırbacı ile çarşı ve yolları kontrol ettiği ve hilafeti sırasında Şaib b. Yezid ile Abdullah b. Utbete b. Mes'udi'yi Medine çarşısı muhtesipliğine tayin ettiği nakledilmektedir.⁹⁷⁰

Hisbe teşkilatının; ölçü-tartı, sağlık ve temizlik kontrolü yanında, faiz, şüpheli ticarî faaliyetler, aldatma, karaborsacılık, ölçüden kısma, fiyat kızıştırma, leş, içki ve domuz ticaretini önleme, pazarlarda işgörenler arasındaki anlaşmazlıkları giderme, borçluları borçlarını zamanında ödemeye teşvik etme, zengin ve varlıklıyı dilencilikten menetme, güçlü ise bir meslek edinmeye mecbur kılma gibi fonksiyonları bulunmaktadır.⁹⁷¹

Hisbe teşkilatının görev alanı temelde üç ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; Allah hakkı, kul hakkı ve her iki yönü de bulunan haklarla ilgili görevlerdir. Birinci gruptaki görevleri, topluca yapılan ibadetlerin aksamadan yürütülmesini sağlamak, ibadetlerle ilgili münkerleri engellemek, haramların irtikâbını önlemek, hukûkî muamelelere ait kötülüklerden alıkoymak, hile ve aldatmaların, ölçü tartı alet ve birimlerinde sahtekârlığın önlenmesi, dilencilik menedilmesi türünden dini içtimai faaliyetleri içermektedir. İkinci gruptaki görevleri, umumî ve ferdî haklar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bunlar, memleketin içme suyunun ıslahı, kalelerinin inşası ve korunması, yolların yapılması ve temizliği gibi kamuya ait işlerin devlet bütçesinden yapılamadığı takdirde halkın imkânlarıyla yapılması, borçların geciktirilmeden ödenmesi, vasiyet, nafaka hakkı, vedâlar gibi hakların ifasının sağlanması; komşuluk hukuku, tarla ve bahçe ihtilafları ve her türlü

⁹⁶⁷ İbn Abdilber, 1328:IV/335; Kettânî, 1990:II/44; Hamidullah, 1990:II/935; Kavakcı, 1975:42.

⁹⁶⁸ Kallek, 1994:167.

⁹⁶⁹ Hamidullah, 1990:II/959; Kavakcı, 1975:42.

⁹⁷⁰ Hamidullah, 1990:II/959; Mısıfî, 1993:163; Kallek, DİA, 1998:XVIII/135; Kavakcı, 1975:41-42.

⁹⁷¹ Mâverîdî, 1994a:453-480; İbn Teymiyye, 2001:31-35; Mısıfî, 1993:164.

haksızlıklarla ilgili olarak yapılan şikâyetlere bakılması, şikâyet vaki olmadan da çarşı ve pazar kontrolü gibi hususlardır. Üçüncü gruptaki görevli ise, işçi, yetim, köle ve hayvan haklarının korunması, yolların temiz tutulması ve aydınlatılması, kamu yararına aykırı inşaatlara izin verilmemesi gibi faaliyetleri kapsamaktadır.⁹⁷²

İslâm ülkelerinde cezaî, ticarî ve hukukî davaların tamamına bakma yetkisi kadı'larda olmasına rağmen hisbe teşkilatının başında bulunan muhtesib'in de bazen bu fonksiyonu icra edebilme yetkisi bulunmaktaydı.⁹⁷³ Muhtesib üç grup davaya bakabilmektedir. Birincisi, ölçü ve tartı konusundaki eksik tartma, yanlış ölçme, fazla alıp az verme konularındaki şikâyetler. İkincisi, alış-verişte yapılan herhangi bir hile ve aldatma durumlarına ait davalar. Üçüncüsü, imkân olmasına rağmen hak edilmiş bir borcu geciktirmek hususundaki davalardır.⁹⁷⁴ Muhtesib görevini yaparken, yol gösterme ile başlar sonra vaaz ve öğüt verir, Allah korkusunu hatırlatır. Bunlarla da muhatabında düzelme görmezse çirkin olmamak üzere sözle incitme ve bizzat eliyle değiştirme yöntemini uygular. Netice vermez ise cezalandırma ile tehdit etme ve ardından azarlama yapar. Beklenen sonucun alınmaması halinde tazir cezası verme, nihayetinde yardımcılarını kullanma veya silahını kullanma gibi aşamalar izlenmekteydi.⁹⁷⁵

Muhtesibin görev yönünden kadıya nisbetle daha üstün olduğu haller de bulunmaktadır. Buna göre, muhtesib açık münker bulunanların dışındaki davalara ma'rufu emir ve münkeri nehy hususlarında kontrol ve araştırma yapabilir. Kadı ise, ancak huzuruna getirilen dava ile ilgili hususları tetkik ve araştırabilir. İkinci olarak muhtesib, kadılardan farklı olarak münkerat hususunda sultaya ait selahiyyeti kullanır ve yardımcılarından faydalanabilir. Çünkü hisbenin müeyyidelerinin ana unsuru korkutmadır. Muhtesibin ta'zir şeklinde şiddet kullanması meşrudur.⁹⁷⁶

Hisbe teşkilatı, İslâm'ın ilk dönemlerinden itibaren iktisadî, ictimaî, dinî ve adlî bir çok konuda önemli görevler yerine getirmiş olmakla beraber, en önemli

⁹⁷² Mâverî, 1994a:453-480; Kallek, DİA, 1998:XVIII/134-135; Kavakçı, 1975:65-74.

⁹⁷³ Kavakçı, 1975:33; Kazıcı, 1987:228-229.

⁹⁷⁴ Mâverî, 1994a:451; Kavakçı, 1975:33.

⁹⁷⁵ Mısıfı, 1993:165; Kazıcı, 1987:229.

⁹⁷⁶ Kavakçı, 1975:34.

görevi iktisadî ve ictimâî görevleridir. Bu açıdan Muhtesibler iktisadî ve ictimâî hayatın tanzîminde büyük rol oynamışlardır. Onlar, günlük hayatın akışı içinde, halk ile esnaf arasındaki münasebetleri tanzim ve esnafla ilgili kanunların uygulanıp uygulanmadığını kontrol etmekle görevlendirilmiştir.⁹⁷⁷

İslâm Hukuku'nda, muhtesib'in iktisadî ve ictimâî hayatın tanzîmine yönelik görevleri, esasında tüketicinin korunmasını sağlayan en önemli unsur olmuştur. Muhtesib'in tüketicinin korunmasını sağlayan görevlerinden başlıcalarını şöyle özetleyebiliriz;⁹⁷⁸

- Ölçerken noksan, tartarken eksik ve zenaatında hile yapanlara engel olmak, devamında tazir cezası vermek.
- Çarşı ve pazar esnafının durumundan, ticaret ve mallarından, pazara mal getirenlerin pazardaki faaliyetlerinden haberdar olmak.
- İhtikâr yapana engel olup, mevcut malların gizlenmeden piyasaya arzını sağlamak ve bu yolla fiyatların istikrarını temin etmek.
- Dışardan şehre mal getirenleri gözetleyip onlardan getirdikleri malları satın almak için bekleyenleri bilip öğrenince onlara engel olup tazir cezası vermek.
- Ölçü, tartı ve ağırlıkları kontrol eder, ölçü ve tartıda hile yapılmasına engel olur. Ağırlıkların ayarlarını kontrol eder ve onları ayarlar.
- Ticarete helal olmayan alım-satımları engellemek ve ticarete doğruluğu sağlamak.
- Aşırı fiyat artışlarını engellemek için fiyat kontrolünü (narh) sağlamak.
- Çarşı ve pazarın halka herhangi bir zarar vermeyecek şekilde inşasını sağlamak. Gelip geçenlerin zarar görmelerine sebep olacak her türlü yol

⁹⁷⁷ Kazıcı, 1987:68-74.

⁹⁷⁸ İbnü'l-Uhuvve, 1937:37-239; Şeyzeri, 1936:37-52; Kavakcı, 1975:75-125.

daraltıcılarından sakındırılması ve sokakların temiz tutulmasını sağlamak. Odun ve saman gibi halkın elbisesini parçalayacak ve kirletecek maddelerin çarşıya sokulmamasını sağlamak.

- Yiyecek ve içeceklerin denetimini yaparak, kaliteli ve standarda uygun üretimini sağlamak. Bu açıdan hububatçılar ve değirmencilerin, ekmekçiler ve fırıncıların, kesiciler ve kasapların, kızartmacıların, başçıların, aşçıların, sucukçuların, bakkalların, helvacıların ve zelabiyecilerin, ciğercilerin, bevarid satıcılarının, şeraihcilerin, sütçülerin üretimlerini denetlemek. Mesela, Fırıncıların, yanmış unların, uçan kıvılcımlardan yayılan küllerin ekmeğin altına yapışmaması için fırının taban taşını temiz bir bezle silmesi gibi faaliyetlerini denetler. Kasapların, hayvanı usulüne uygun şekilde kesmelerini denetler. Kebapçıların, kepaplarını iyi pişirmelerini kontrol eder.

- Giyecek maddelerini ve imalatçı ile satıcıların denetimini yaparak, kaliteli ve standarda uygun mal imalini sağlamak. Bu açıdan dokumacıların, terzilerin, pamukçuların, ketencilerin, iplikçilerin, iplik ve kumaş boyacılarının, pabuççuların mal üretimlerini kontrol etmek. Mesela, Terzilerin, ölçü almadan kimsenin elbisesini dikmemesini, elbise dikildikten sonra artan parçaların müşteriye verilmesini ve müşterilerin, eşyasının terzi yanında uzun süre beklemesi yüzünden mağdur edilmemesini kontrol eder. Boyacıların, insanlardan kumaş ve iplerini boyamak üzere aldıkları emanet elbiseleri düğün ve bayram için başkalarına kiralamalarına meydan vermez.

- Halkın sağlığının korunması sağlamak amacıyla sağlıkla ilgili hususları denetlemek. Bu açıdan, şurupçuların, eczacıların, aktarların, doktorların, damardan kan alanların, hacamatçıların ve sünnetçilerin, hamamcılarının, nalbantların işlerini kontrol etmek. Mesela, doktorlardan Hipokrat sözleşmesi gibi bir sözleşme olarak, mesleğinde yetersiz görülenlerin meslekten men edilmeleri ve tahsile devamlarını sağlar.

- Halkın aldatılmaması için sarrafların, kuyumcuların, bakırcıların, demircilerin, porselencilerin ve topraktan mamul eşya satanların denetimlerini yapmak.

Hisbe konusuyla ilgili eserlerde açıklanan diğer görevleri ile birlikte değerlendirildiğinde muhtesib, bütün sanat ve meslek kollarını gözetleyecek ve denetleyecek, üretici ve tüketici gibi tüm halkın hakkını koruyacak, gerektiğinde cezai tedbirlere başvurabileceği görülmektedir. Hisbe'nin esnaf kontrolüyle ilgili hükümlerinin bir kısmı tezimizin kalite kontrolü bölümünde ifade edildiğinden burada yeniden bu hükümler aktarılmamıştır.

Görüldüğü üzere hisbe teşkilatı, tüketicinin korunmasında en önemli aşamayı oluşturan çarşı, pazar ve esnafın denetimi ile kaliteli ve standarda uygun mal imal edilmesinin denetiminde en önemli fonksiyonu icra etmiştir.

Hisbe müessesesi İslâm dünyasında asırlarca yaşadıktan sonra 20. yüzyıl başlarında tarihe karışmıştır.⁹⁷⁹

3.2. Ahilik Kurumu

Selçuklu ve Osmanlı toplumlarında esas itibariyle esnaf ve sanatkârı, bugünkü anlamda bir dernek çatısı altında toplayarak İslâmi ahlâk ilkeleri doğrultusunda kaliteli mal ve hizmet üretimini sağlamak üzere bir kurum olarak ortaya çıkan “Ahîlik”, tüketicinin korunmasında asırlarca önemli rol üstlenmiş bulunan bir teşkilattır.

Büyük Selçuklu İmparatorluğu zamanında başlayarak Anadoluya gelen Türk topluluklarının, yerleşik hayat tarzına geçmesi ekonomik yapıda önemli değişikliklere yol açmıştır. Yeni hayat tarzında tarımın yanı sıra, esnaf ve sanatkârlığın da önemli bir yeri olmuştur. Ancak tüccar Türklerin ticarete tutunabilmeleri için, aralarında bir teşkilat kurarak dayanışma sağlamaları, bu yolla

⁹⁷⁹ Kavakcı, 1975:61; Kallek, DİA, XVIII/141

iyi, sağlam ve standart mal yapıp satmaları ile mümkün olabilmıştır. Bu şartların tabii bir sonucu olarak Anadolu'da Ahî Birlikleri ortaya çıkmıştır.⁹⁸⁰

Arapça “kardeşim” manasındaki “ahî” kelimesinden gelen, temelde Kur'an'a ve Hz. Peygamber'in sünnetine dayandırılan prensipleriyle İslâmi anlayışa doğrudan bağlı olan Ahîliğin, tasavvufta önemli bir yeri bulunan “uhuvvet”i hatırlatmasından dolayı da kolayca yayılması ve kabul görmesi mümkün olduğu gibi, Ahilik teşkilatını Anadolu Selçuklu Devleti'nde önce I. Gıyaseddin Keyhusrev zamanında başlayarak, daha sonra da I. İzeettin Keykâvus ve I. Alâeddin Keykubad dönemlerinde kuruluşunu tamamlamasında fütüvvet⁹⁸¹ teşkilatının da büyük tesiri olduğu belirtilmektedir.⁹⁸²

Anadolu'da Ahîliğin oluşumunda, İslâm dünyasında görülen fütüvvetin yanı sıra, İslâm tasavvufunun, İslâm'dan önceki eski Türk inanç, kültür ve ahlâkının, Anadolu'nun o dönemdeki siyasî, tarihî, ekonomik, kültürel, sosyal ve dinî şartlarının da etkileri olmuştur. Bu bakımdan, Anadolu'daki Ahîliği, bütün bu etkileşimlerin ve bunların sonucunda Anadolu'ya göçmüş bulunan Müslüman Türklerin Anadolu'da uğradığı dinî, sosyal, siyasî, kültürel değişim ve dönüşümlerin birleşimlerinin bir sonucu olarak görmek gerekecektir. Bütün bu etkilenmelere rağmen, yine de hemen ifade etmek gerekir ki, dinî toplumsal bir kurum olarak Ahilik, kendine has özellikleri ile orijinal bir müessese olarak Anadolu'da XIII. yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkmıştır. Ahîliği bu şekliyle Anadolu'da teşkilatlandıran Ahi Evran adıyla bilinen Şeyh Nas'rüddin el-Hoyî (1175-1262) olmuştur.⁹⁸³

Ahilik, Anadolu Selçuklular zamanında mesleklere ait proplemleri halletmekte ve devlet ile olan münasebetleri düzenlemekte idiler. Mal ve kalite kontrolü, fiyat tesbiti, bu birliklerin asli görevi idi. Pek çok devlet adamını, askeri zümre mensuplarını, kadı ve müderrisleri, tarikat şeyhlerini bünyesinde toplayan Ahilik

⁹⁸⁰ Ekinci, 1988:4-5; Şimşek, 2002:21.

⁹⁸¹ Başlangıçta tasavvufi bir mahiyet taşıyan XIII. Yüzyıldan itibaren içtimai, iktisadi ve siyasi bir yapılanmaya dönüşen kurum. (Geniş açıklama için bkz., Ocak-Uludağ, Fütüvvet”, DİA, XIII/259).

⁹⁸² Çağatay, 1952:59; Kazıcı, DİA, 1988:I/540.

⁹⁸³ Günay, 1998:70-71

XIV. yüzyıldan sonra organize esnaf birlikleri şeklini aldı ve iktisadi faaliyet ön plana çıkmaya başladı.⁹⁸⁴

Ahîlik başlangıçta, debbağ, saraç ve kunduracıları kapsayan bir teşkilat iken, daha sonra gelişerek bütün esnafı ve üye olmak isteyenleri bünyesinde toplayan çok yönlü sosyal bir kuruluş haline gelmiştir. Ahîlerin, Anadolu'nun hemen hemen her şehir, kasaba ve hatta büyük köylerine kadar inen yaygın bir teşkilat ağı oluşmuştur.⁹⁸⁵

Bütün prensiplerini dinin asıl kaynağından alan Ahîliğin nizamnâmelerine, ahî yönetmeliği niteliğindeki eserlere "fütüvvetnâme" adı verilirdi. Ahîliğin esasları, ahlaki ve ticari kaideleri bu kitaplarda yazılı idi. Fütüvvetnâmelere göre, teşkilat mensuplarında bulunması gereken vasıflar vefa, doğruluk, emniyet, cömertlik, tevazu idi. Yalan, gıybet, hile gibi davranışlar ise meslekten atılmayı gerektiren sebeplerdi.⁹⁸⁶

Ahîlik kurumu dîni ve ahlakî yapıyla ticari bünye arasında sağlanan âhenkli uyum sayesinde, kalite kontrol ve standartlara uygun üretim, fiyat istikrarını sağlayıcı, haksız rekabeti, işsizliği ve fazla üretimi önleyici bir anlayış getirmiştir.⁹⁸⁷

Ahîlikte her şeyden önce esnafta doğruluk aranırdı. Hileli ve çürük iş yapmanın, müşteriden tespit edilen fiyattan fazlasını istemenin, bir başkasının malını taklid etmenin suç sayıldığı, noksan ölçü ve terazi kullananların cezalandırıldığı, sahte ve kalitesiz mal üretenlerin mallarının toplatıldığı ve kendilerinin bu sebeple meslekten ihraç edildiği, bozuk kantar kullananların "ibret-i âlem" için çarşı-pazar dolaştırıldığı Ahîlik kurumu, tüketicilerin şikâyette bulunabilecekleri bir mercî olmaktadır.⁹⁸⁸

Ahîlikte üyelerinin meslek ahlakına uygun davranıp davranmadığı sürekli denetlenip nizamlara uymayanlara kurban kestirmek, lokma çıkarmaya zorlamak,

⁹⁸⁴ Kazıcı, DİA, 1988:1/541; Şimşek, 2002:133.

⁹⁸⁵ Ekinci, 1988:19; Günay, 1998:76.

⁹⁸⁶ Kazıcı, DİA, 1988:1/541; Ekinci, 1988:7; Günay, 1998:77.

⁹⁸⁷ Zaim, 1999:1/42; Şimşek, 2002:133.

⁹⁸⁸ Ekinci, 1988:44-45.

yolsuz edip dükkânını kapatmak, işinden menetmek, hammadde dağıtımından mahrum bırakmak, mamül mal satışlarından ona pay ayırmamak, selâm ve yardımı kesip umumi boykot uygulamak, ta'zîr değneği ile adâb ve erkânı belirlenmiş sopa cezası gibi cezalar uygulandığı belirtilmektedir. Ceza, esnafın kaidelere uymasını sağlamaya matuf bir araç olarak görülmüştür. Nizamlara uymadığından cezalandırılan suçlulara “yolsuz” denilirdi. Yolsuza piyasadan hammadde satılmaz, onun ürettiğini de kimse almazdı, toplum içine çıkamayan yolsuz, teşkilat içinde oluşturulan otokontrolle cezalandırılmış olurdu.⁹⁸⁹

Ahîlikte “çarşı usûlü” satış merkezlerinin oluşturularak esnafın birbirini kontrol edip, sağlanan tam rekabet ortamında kalite standartlarının tutturularak istenilen mal ve hizmetin kolayca, kaliteli ve ucuz olarak bulunabilme imkânına sahip olunması, uygulanan “tahsis” siyaseti sayesinde üretici esnafın hammadde sıkıntısı çekmeden, tekelcilik ve ihtikâra meydan verilmeden, haksız rekabete fırsat tanınmadan üretimin gerçekleştirilmesi tüketicinin korunması açısından kayda değer bir husustur.⁹⁹⁰

Ahî birlikleri, üretim ile tüketim arasında denge kurarak üretici ile tüketici arasındaki münasebetlerin sosyal huzuru sağlayacak şekilde gelişmesinin devamına çalışmışlardır. Bu maksatla, zaman zaman üretim sınırlamaları getirerek emeğin değerini bulmasını sağlarken geliştirilen narh sistemi ve standartlaşma ile de tüketicinin korunmasını sağlamıştır.⁹⁹¹

Ahî birliklerinin tüketiciyi korumak için aldığı tedbirler ve bu tedbirlerin uygulanması hususunda gösterilen hassasiyet yüzyıllarca devam etmiştir. Hatta zaman zaman esnaf tarafından tesbit edilen standartlar ve narhlar padişah fermanı haline getirilmiştir.

3.3. Lonca Teşkilatı (Esnaf Teşkilatı)

Teşkilatlanmış esnafın birliğiyle ilgili çeşitli fonksiyonların icra edildiği özel yerin adı olan “lonca” kelimesi, Osmanlılar’da teşkilatlanmış esnaf grupları için

⁹⁸⁹ Ekinci, 1988:34, 51.

⁹⁹⁰ Dönek, 1998:433-446.

⁹⁹¹ Ekinci, 1988:51; Günay, 1998:77; Şimşek, 2002:134.

kullanılan bir terim olmuştur. İtalyanca “loggia”dan gelen lonca kelimesinin Osmanlı esnaf teşkilatıyla ilgili olarak kullanılmasında, İtalyan şehir devletlerinin, özellikle Venedik, Ceneviz ve Raguzalılar’ın Osmanlı Devleti ile olan ticari münasebetlerinin etkili olduğu⁹⁹² söylenmektedir.

Ticari ilişkilere bağlı olarak İtalyanca loggia kelimesinden Türk diline geçen “lonca” kelimesi, Osmanlılar’da öncelikle, mahalli tüccar malının esnafa satılmak üzere depolandığı, esnafın bu malı toptan satın aldığı ve muhtemelen esnafa dağıttığı yer ismi olarak kullanılmış, sonra da bu özellik zamanla yer adının esnaf teşkilatı ile özdeşleşmesine yol açmıştır. Böylece XV. yüzyılın sonlarında özel bir ticari yeri ifade eden Lonca, XVII. yüzyıldan itibaren bir merkezde, aynı mesleği icra eden esnaf ve sanatkârın, mesleki dayanışma amacıyla oluşturdukları, devlet kontrolündeki organizasyon ve bu organizasyonun bulunduğu yere verilen isim olmuştur.⁹⁹³

Osmanlı İmparatorluğunda görülen loncalar, İslâm toplumlarındaki esnaf arasında, çok uzun bir geçmişe sahip bulunan Fütüvvet ve Ahilik zincirinin, zamanın şartlarına göre değişikliğe uğramış bir devamı olarak esas itibariyle dini temellere dayanan meslek örgütleriydi. Bu örgütler, dini inançlarla karışık bir şekilde benimsenen hedefler, ahlak, meslek kuralları ve gelenekler doğrultusunda üyelerine çalışma zevki, meslek disiplini ve başkalarına karşı dürüstlük gibi bir takım kurallar aşılama çabı yapıyorlardı. Ancak bir esnaf teşekkülü olarak Loncaların, Fütüvvet ve Ahilikten farkı, tasavvufi cephelerinin gitgide önemli ölçüde ihmale uğramış olmasıdır.⁹⁹⁴

Loncaların faaliyetlerinin temel hareket noktası her zaman için birliğe mensup ticaret ve sanat erbabının mesleki çıkarlarının korunması olmuştur. Bu faaliyetler sonucunda tüketicilerin de menfaatlerinin dolaylı da olsa gözetildiği ve korunduğu

⁹⁹² Kal’a, 2003:211; Yazıcı, 1996:156.

⁹⁹³ Kal’a, 2003:211; Yazıcı, 1996:156.

⁹⁹⁴ Göle, 1983:8; Yazıcı, 1996:155.

olmuştur. Loncalarının, piyasada görülen düzenlemeleri ve faaliyetlerinden, tüketiciler büyük ölçüde yararlanmışlardır.⁹⁹⁵

Üretilen malların lonca kurallarına ve standartlarına uygun olarak imal edilip edilmediği, imalatın kalitesi, tüketiciler için adil fiyat gibi konular hep mesleki menfaatlerin gözetilmesi açısından Osmanlı loncalarının uğraşı alanı içine girmiştir. Osmanlı loncalarında, mal ve hizmetlerin kalitelerinin kontrolü, loncaların ana hedeflerinden biri olmasına rağmen, bu konudaki bağlayıcı kurallar devlet tarafından öngörülmüş, loncalar ise daha ziyade uygulamanın bu kurallara uyup uymadığını denetlemişlerdir. Yalnız loncaların, mal ve hizmetlerin kalitesi konusunda bir denetim yetkilerinin bulunmasına rağmen, standartlara uymayan bir üretici ya da satıcıyı cezalandırma yetkileri olmamış, bu yetki doğrudan doğruya devlete bırakılmıştır.⁹⁹⁶

Loncalarda iki husus özellikle önem arz etmektedir. Birincisi, pazarlama ile yakından ilgili olan fiyat ve kalite ilişkisi, diğeri de çalışma yöntemleridir. Buna göre, esnaf ve zanaatkârın yaptığı şeylerin belirli ölçülere uydurulması ve belirli fiyatlarla satışa arz edilmesi ve bir sanat veya hizmeti yaparken belirli yöntemlere uyulması, düzene bağlanmıştır. Fiyat ve kalite ilişkisinin düzenlenmesi, halkla esnafın arasındaki ilişkileri düzenlerdi ve narh denen fiyat tespiti de bu düzenlemenin başında gelmekteydi. Tespit edilen yöntemlere uyulması ise, esnafın kendisine itibar ve herhangi bir zanaatta yetişenlerin bir düzen altına alınmasını sağlamak arzusu olmuştur.⁹⁹⁷

Esnaf ve zanaatkârların kendi çalışmalarını düzenlemek için kurdukları teşekküllerin yapısı pir, usta, kalfa ve çırak kademelerinden oluşmaktaydı. Her zanaat zümresi küçük parçalar halinde ve bir aile duygusu içinde çalışırken bir takım kural ve yöntemlere uymaya mecbur tutulurlardı. Esnafın alış veriş etmek veyahut

⁹⁹⁵ Göle, 1983:8; Şimşek, 2002:45.

⁹⁹⁶ Göle, 1983:9.

⁹⁹⁷ Kılış, 1977:60.

mallarını satmak için toplandıkları yerlere Lonca denilirdi. Loncanın gayesi, gereksiz fiyatı önlemek ve fiyatlarda istikrar sağlamaktı.⁹⁹⁸

Her esnaf teşekkülünün yönetimini elinde tutan bir ihtiyar heyeti vardı. Bu heyete mahsus belli bir yer bulunurdu. Haftanın belli günlerinde burada toplanır, mevcut işleri burada görüşür ve karar verirlerdi. İhtiyar heyeti her zanaat zümresinin kendi aralarından seçtikleri altı ustadan ibaretti. Bunlara çok defa altılar denilirdi. Bunlardan her birinin; Kâhya (Kethüde-İhtiyar heyetinin başkanı), Yiğitbaşı, İşçibaşı, Ehli Hibre, Şeyh şeklinde kendilerine mahsus isimleri vardı.⁹⁹⁹

Lonca adıyla anılan esnaf teşkilatları, pazar denetimi yaparak tüketiciyi koruma işlevi görmüşlerdir. O dönemlerde çok yaygın olan esnaf örgütlerinin tüketicinin korunması açısından önemli işlevi, öz-denetim sistemi kurarak başarıyla yürütmeleri olmuştur.¹⁰⁰⁰

Ancak sonraları, bu denetim sistemi yozlaşarak etkinliğini yitirmiştir. Zira Yeniçeri disiplininin bozulması üzerine, Yeniçeri taslakları esnaflık yapmaya başlamış ve esnaf teşkilatının disiplinini, ahlak ve nizamını bozmuşlardır. Bunun üzerine esnaf teşkilatı olan loncalar 1839'da kaldırılmıştır.¹⁰⁰¹

3.4. Cumhuriyet Sonrası Türkiye'sindeki Kurum ve Kuruluşlar

Osmanlıların son dönemlerine kadar faaliyet gösteren hisbe, ahilik ve lonca teşkilatları 20. yüzyıl başlarında tarih sahnesinden çekildi. Bu kurumların faaliyetlerinin ortadan kalkmasından sonra Osmanlıda, söz konusu kurumların esnaf ve sanatkârın kontrolüyle ilgili görevlerini “Şehremaneti”¹⁰⁰² kurumu üstlenmişti.

Ülkemizde söz konusu kurumların görevleri Cumhuriyet dönemi sonrasında Belediye ve Bakanlıkların taşra teşkilatı eliyle yürütülmeye çalışılmıştır. Ancak

⁹⁹⁸ Kılış, 1977:60-61.

⁹⁹⁹ Kılış, 1977:61-62; Yazıcı, 1996:156.

¹⁰⁰⁰ Öztürk, 1981:78-79; Koray, 2000:98-99.

¹⁰⁰¹ Kılış, 1977:67; Öztürk, 1981:80.

¹⁰⁰² Kazıcı, DİA, 1998:XVIII/143-145; 1987:13; 1999:214; Arslan, 1994:87.

tüketicinin korunması açısından hiçbir zaman hisbe, ahilik ve loncalar kadar etkin olamamışlardır.

Cumhuriyet dönemi sonrasında ülkemizde tüketicinin korunmasıyla ilgili ilk yasal düzenleme 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un çıkarılmasıyla beraber, tüketicinin korunmasında etkin rol üstlenecek bazı kuruluşlar hayata geçirilmiştir.

Buna göre, günümüzde 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 sayılı TKHK'la tüketicinin sorunlarının, ihtiyaçlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli tedbirleri araştırmak, sorunların evrensel tüketici hakları doğrultusunda çözülmesi için alınacak tedbirlerle, söz konusu kanunun uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri, ilgili mercilerce öncelikle ele alınmak üzere iletmek amacıyla, Bakanlığın koordinatörlüğünde bir "**Tüketici Konseyi**"¹⁰⁰³ kurulmuştur.

Yılda en az bir kez toplanan Tüketici Konseyinin görevleri şunlardır;¹⁰⁰⁴

- a) Tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve çıkarlarının korunmasına ilişkin alınacak tedbirler konusunda araştırma ve çalışmalarda bulunmak.
- b) Tüketici sorunlarının evrensel tüketici hakları doğrultusunda çözülmesi amacıyla alınacak tedbirler ile Kanunun uygulamasına yönelik tedbirlere dair görüşleri karara bağlamak ve öncelikle ele alınmak üzere ilgili mercilere aktarmak.
- c) Tüketicinin korunması ile ilgili kanun teklifleri, yönetmelik ve tebliğler hakkında görüş oluşturmak ve önerilerde bulunmak.
- d) Tüketicinin korunması alanındaki gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek.
- e) Tüketicinin eğitilmesi ve aydınlatılması için kitap, mecmua ve broşür çıkarılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine ilişkin, usul ve esaslar hakkında önerilerde bulunmak.

¹⁰⁰³ TKHK, md. 21.

¹⁰⁰⁴ Tüketici Konseyi Yönetmeliği, md. 6.

Yine 1995 tarihli 4077 sayılı TKHK'la, tüketiciler ile satıcı ve sağlayıcılar arasında çıkan uyuşmazlıkları çözümlmek amacıyla veya tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülebilecek kararları almak üzere il ve ilçe merkezlerinde “**tüketici sorunları hakem heyeti**”¹⁰⁰⁵ kurulmuştur.

Başkanlığı, Sanayi ve Ticaret İl Müdürü veya görevlendireceği bir memur tarafından yürütülen tüketici sorunları hakem heyeti; belediye başkanının konunun uzmanı belediye personeli arasından görevlendireceği bir üye, baronun mensupları arasından görevlendireceği bir üye, ticaret ve sanayi odası ile esnaf ve sanatkâr odalarının görevlendireceği bir üye ve tüketici örgütlerinin seçecekleri bir üye olmak üzere başkan dâhil beş üyeden oluşmaktadır.¹⁰⁰⁶

Değeri beşyüz milyon liranın altında bulunan uyuşmazlıklarda tüketici sorunları hakem heyetlerine başvuru zorunludur. Bu uyuşmazlıklarda heyetin vereceği kararlar tarafları bağlar. Taraflar bu kararlara karşı onbeş gün içinde tüketici mahkemesine itiraz edebilirler. Tüketici sorunları hakem heyeti kararlarına karşı yapılan itiraz üzerine tüketici mahkemesinin vereceği karar kesindir.¹⁰⁰⁷

Tüketicilerin uyuşmazlıkla ilgili başvuruları en geç üç ay içerisinde görüşülüp karara bağlanır.¹⁰⁰⁸ Hakem heyeti dosya üzerinden inceleme yapar gerekli görürse tarafları dinleyebilir.¹⁰⁰⁹ Hakem heyetlerinin kararları yalnız verdikleri uyuşmazlıklar için hüküm ifade eder.¹⁰¹⁰

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun uygulanmasıyla ilgili olarak çıkacak her türlü ihtilaflara bakmak üzere “**tüketici mahkemeleri**”¹⁰¹¹ kurulmuştur. Tüketici mahkemelerinin yargı çevresi, Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenmektedir.

¹⁰⁰⁵ TKHK, md. 22.

¹⁰⁰⁶ TKHK, md. 22.

¹⁰⁰⁷ TKHK, md. 22.

¹⁰⁰⁸ Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, md. 12.

¹⁰⁰⁹ Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, md. 19.

¹⁰¹⁰ Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, md. 20.

¹⁰¹¹ TKHK, md. 23.

Bakanlık ve tüketici örgütleri münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde bu Kanunun ihlali nedeniyle kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilirler. Gerekli hallerde tüketici mahkemeleri ihlalin tedbiren durdurulmasına karar verebilir.¹⁰¹²

¹⁰¹² TKHK, md. 23.

SONUÇ

Bir kavram olarak sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan tüketici terimi, “bir mal veya hizmeti ticarî veya meslekî olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişi”yi ifade etmektedir.

Tüketmek ve tüketici olmak herkesin paylaştığı ortak kimlik ve her zaman yaşadığı bir süreçtir. Bu bağlamda “tüketicinin korunması” aslında, evrenselliğini ve güncelliğini hiçbir zaman kaybetmeyen yaşamsal öneme sahip bir konudur.

Sanayi devrimiyle beraber ortaya çıkan “tüketici” kavramının ardından “tüketici hakları” da ilk olarak 1962 yılında dönemin ABD Başkanı J. F. Kennedy tarafından dünya gündemine taşınmıştır. Bundan sonra yıllar içerisinde geliştirilen tüketici hakları en son 1985 yılında Birleşmiş Milletler tarafından sekiz tüketici hakkı ortaya konmuştur.

Hak kavramı bağlamında tüketici hakları İslâm Hukuku’nda, “kul hakkı” ve “malî haklar” içerisinde değerlendirilmektedir. Tüketicinin korunması da öncelikle bu hakların korunması anlamına gelmektedir. Bu anlamda, Kâsânî’nin, “müşteriyi hıyanetten korumak meşruttur” sözünde özetlediği üzere tüketicinin korunması, “tüketici haklarına zarar veren uygulamalara karşı bu hakları korumayı amaçlayan, ahlakî, idarî, teknik, hukukî ve ekonomik önlemleri” kapsamaktadır.

İhtiyaçlarını gidermek için tüketmek zorunda olan insan, tüketim faaliyetlerini adalet, doğruluk, temizlik, itidal, kanaat gibi ahlakî ilkeler doğrultusunda gerçekleştirmelidir. İnsanın bir tüketici olarak korunabilmesi için öncelikle ahlakî ilkeler doğrultusunda hareket ederek isteklerini zarûriyyât, hâciyyât ve kemâliyyât dediğimiz ihtiyaçlarla sınırlandırmalıdır.

İslâm Hukuku tüketicinin, üretimden tüketime kadar sürecin her aşamasında korunmasını amaçlamaktadır. Bu sebeple İslâm Hukuku; tüketicinin bilgilendirilmesi, üretimde kalite ve standardizasyonun sağlanması gibi yollarla pazar öncesinde; çarşı ve pazar denetlemeleri ve düzenlemeleri, serbest piyasa oluşturma gayretleri ve haksızlığa neden olabilecek alış-verişlerin yasaklanması gibi

yöntemlerle pazar aşamasında; muhayyerlikler ve ikâle ile pazar sonrasında tüketicinin korunmasını sağlamaktadır. Tüm bu süreçlerin kontrol ve denetimi de hisbe gibi idarî ve kazaî yetkilere haiz bir kurum eliyle gerçekleştirilmiştir.

İslâm Hukuku açısından tüketici haklarının korunmasında öncelikle sözleşmelerin sağlam ve sağlıklı yapılması çok önemlidir. Zira sözleşmeler tek taraflı olarak satıcı menfaatlerini koruyan nitelikteki standart sözleşmelerle değil, tüketicinin hür iradesi ile yapılmalıdır. Böylece tüketicinin rızası ikrah, hezl, garar, zarar, cehalet, fasid şart ve riba gibi hususlarla da zedelenmemelidir. Aksi halde bu sözleşmelerden zayıf taraf olan tüketici zarar görebilecektir.

Tüketiciyi koruma çabaları içinde en önemli hususlardan biri de hiç kuşkusuz üretimde standardizasyonun sağlanması ile üretilen mal ve hizmetlerde kalitenin sağlanmasıdır. Zira kalite, tarih boyunca insanoğlunun ulaşmak için çaba harcadığı hedeflerden biri olmuştur. Bu sebeple kalite için belli standartlar geliştirilmiştir. Ucuz ve kaliteli üretimle tüketici tatminini hedef alan bu standartlar, tüketiciye sağladığı yararlar nedeniyle pazarlamada en etkin araç olmuştur.

İslâm Hukuku'nun tüketici haklarının korunmasında önem verdiği konulardan biri de çarşı ve pazarların düzenlenmesi, denetlenmesi ile ölçü ve tartı kontrolü olmuştur. Hz. Peygamber'in "ölçek Medine'nin ölçeği, tartı ise Mekke'nin tartısıdır" talimatıyla ölçü ve tartıya bir standart getirilmiş, "bizi aldatan bizden değildir" hadisiyle de çarşı ve pazarda ahlakî denetim sağlanmıştır. Ayrıca Hz. Peygamber çarşı ve pazar kontrollerine bizzat çıkmış ve bunun sürekliliğini sağlamak için erkek ve kadınlardan oluşan görevliler de tayin etmiştir. Çarşı-pazar ile ölçü ve tartı kontrolleri İslâm tarihi boyunca hisbe teşkilatının en önemli görevleri arasında yer almıştır.

Hz. Peygamber, neceş alış-verişini, malların yolda karşılanmasını, şehirlinin köylü adına satış yapmasını ve aldatici reklam ile ihtikârı yasaklayıp fiyatlara geliş güzel müdahale etmeyip, serbest rekabetin teminini ve tekelleşmenin önlenmesini hedefleyerek pazar aşamasında tüketicinin korunmasını sağlamıştır. Hz. Peygamber'in, serbest rekabetin oluşması ve ekonomik hayatın Yahudilerin kontrol

ve baskısından kurtarılması için Medine de ayrı bir pazar yeri kurdurması da tüketicinin korunmasında önemli bir gelişme olmuştur.

İslâm Hukuku, Hz. Peygamber'in "Kişinin malında bir kusur varsa, söylemeden satması ona helal olmaz" ifadesinde olduğu gibi tüketicilerin aldatılmasına karşı çıkarak ürünle ilgili doğru bilgi verilmesini istemiştir. Zira kusurun gizlenerek ürünün olmayan özellikle övülmesi şeklindeki yanıltıcı tanıtım ve bilgi tüketicinin hür iradesini yanlış yönlendirmekte ve rızayı zedelemektedir. Bu nedenle kusur ve eksiklik asla gizlenmemeli doğru tanıtım ve bilgilendirme yapılmalıdır. Dolayısıyla müslüman tacir, ürününün reklamını doğru bir tanıtımla yapmalıdır. Aynı şekilde İslâm Hukuku, alış-verişte yalan yemini yasaklayıp, aldatıcı reklamda olduğu gibi satıcının tüketici üzerinde psikolojik baskı kurmasına karşı çıkarak, tüketicinin hür iradesini yanlış yönlendirecek ve rızasını zedeleyecek her türlü faaliyetlerden tüketicileri korumuştur.

İslâm dini, "mallar, içinizden yalnız zenginler arasında dönüp dolaşan bir servet olmasın" emri ile servetin topluma karşı tahakküm aracı olarak kullanılması anlamına gelen kartel, tröst vb. tekelleşmeye karşı olduğunu belirterek, piyasaya hâkim olma ve serbest rekabet şartlarını ortadan kaldırma sonucunu doğuran ve tüketicilerin zarar veren tekelleşmelere karşı önlemler almıştır. Bu bağlamda piyasaya hâkim büyük iktisadî teşekküllerin, fiyatları insanlara zulüm derecesinde belirleyerek, haksız şekilde bir malı rıza göstermediği bir fiyatla tüketicilere satmaya zorlamaları durumunda "Zarar-ı âmmı def için zarar-ı hâs ihtiyar olunur" kaidesi gereği devlet, kamu yararı ve sedd-i zerîa gibi prensipler ışığında zamanın genel ekonomi politikası çerçevesinde piyasaya müdahalede bulunma yetkisine sahiptir.

İslâm Hukuku'nda, tüketiciler fahiş fiyatlar karşısında da korunmaktadırlar. İslâm hukukçuları dinin genel esasları ve tüccar örfüne dayanarak bir malın, bilirkişilerin belirleyeceği fiyattan oldukça fazla bir fiyatla satılmasını fahiş fiyat olarak kabul etmişlerdir. İslâm hukukçuları fahiş fiyatla aldanmanın satıcının hile ve aldatmaları sonucu oluşması durumunda akdin fasid olup aldanmaya maruz kalan tüketici tarafından feshedilebileceğinde görüş birliği içerisindeyler.

İslâm Hukuku, tüketicilere pazar aşaması sonrasında muhayyerlikler yoluyla etkin bir koruma sağlamıştır. Bu bağlamda her ne şekilde olursa olsun tüketicilerin sözlü veya fiilî olarak aldatılması yasaklanmış ve aldatılan tüketiciye uğradığı zarardan kurtulmak için tek taraflı olarak akdi feshetme muhayyerliği tanınmıştır.

Tüketicinin korunmasının sağlıklı işleyebilmesi için etkin kontrol ve denetim mekanizmasının oluşturulması ve tüketici şikâyetlerinin iletilebilmesi çok önemlidir. Bu bağlamda İslâm Hukuk tarihinde, tüketicinin korunması sürecini kontrol ve denetim altında tutan ve tüketici hak kayıplarını ve şikâyetlerini alarak karara bağlayan, hem idarî hem de kazaî bir görev üstlenen hisbe kurumu çok başarılı bir kontrol ve denetim mekanizması olmuştur. Hz. Peygamber döneminden başlayıp 20. yüzyıl başlarına kadar varlığını devam ettiren hisbe kurumu ile aynı şekilde Selçuklu ve Osmanlılarda görülen ahilik ve lonca teşkilatları da asırlarca İslâm dünyasında hem pazar öncesinde hem de pazar aşamasında esnafî kontrol ve denetim yoluyla tüketicinin korunmasında çok etkin görev icra etmişlerdir.

Günümüzde ise bu kurumlara benzer etkin kurumların bulunmayışı tüketicinin korunması açısından büyük bir boşluk oluşturmaktadır. Bu nedenle hisbe örneğinden yola çıkılarak sadece tüketici menfaatlerini koruyucu bir kurumun hayata geçirilmesi tüketicilerin korunmasında önemli bir basamak olacaktır. Aksi takdirde çıkarılan yasal mevzuatın uygulamada fazla bir işlerliği olamayacaktır.

BİBLİYOGRAFYA

- Abdulbâkî, Muhammed Fuad (1982). *Mu'cemü'l-Müfehres li-Elfâzi'l-Kur'ân-i'l-Kerîm*. İstanbul: Mektebetü'l-İslâmiyye Yayınevi.
- Abdurrezzâk es-San'ânî, Ebû Bekir Abdurrezzâk b. Hemmâm b. Nâfi [211/855] (1983). *el-Musannef fi'l-Hadis*. Beyrut.
- Ahmed b. Hanbel [241/855] (1992). *el-Müsned*. İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Akan, Perran (1995). *Tüketici ve Tüketicinin Korunması*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Akar, Muhlis (2000). *Sosyal Siyaset Açısından Tüketime Farklı Bir Yaklaşım*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akdağ, Mustafa (1971). *Türkiye'nin İktisadi ve İçtimai Tarihi*. Ankara.
- Akgündüz, Ahmed (1990). *Osmanlı Kanunnameleri ve Hukukî Tahlilleri*. İstanbul: Fey Vakfı Yayınları.
- Akşit, Mustafa Cevad (2004). *Modern Ticaret Hukuku ve İslâm Ticaret Hukuku'nda Haksız Rekabet*. İstanbul:Gaye Vakfı Yayınları.
- Aktan, Hamza (1993). *Daman*. *DİA*, 8, 450-453. İstanbul: TDV Yayınları.
- Akyüz, Vecdi (1996). Hz. Peygamber Dönemi Şehir ve Yerel Yönetim Hizmetleri. *İslâm, Geleneğinden Günümüze Şehir ve Yerel Yönetimler*, 1, İstanbul: İlke Yayınevi, 56-57.
- Ali Haydar Efendi, Eminefendizâde[1354/1935] (1330 R.). *Dürrerü'l-Hukkâm Şerhi Mecelleti'l-Ahkâm*, (3. Baskı). İstanbul: Matbaa-i Tevsi-i Tıbaat.
- Apaydın, Yunus (1995). *Fesad*. *DİA*, 12, 417-422. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1996). *Galat*. *DİA*, 13, 297-300. İstanbul: TDV Yayınları.

- _____, (1998). *Hezl. DİA*, 17, 306-311. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (2000). *İhtiyâr. DİA*, 21, 575-576. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (2000). *İrade. DİA*, 22, 384-387. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (2006). *Muhayyerlik. DİA*, 31, 25-30. İstanbul: TDV Yayınları.
- Arıyörük, M. Yılmaz (1993). “*Standard Uygulamalarında Belediyelerin Önemi*”. Standart Dergisi, 388.
- Armağan, Servet (1996). *İslâm Hukuku'nda Temel Hak ve Hürriyetler* (3. Baskı). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- _____, (2010). İslâm'da Çevre ve Korunması. *İslâm Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 15, 39-56.
- Arslan, Hüseyin (1994). *İslâm'da Tüketici Hakları* (1. Baskı). Ankara: TDV Yayınları.
- Asım Efendi [1235/1819] (1305 H.). *Kâmus Tercümesi*. İstanbul: Cemal Efendi Matbaası.
- Aslan, İsmail Yılmaz (1992). *Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku*. Ankara: Bankacılık ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- _____, (2006). *Tüketici Hukuku*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Aşkın, Aydemir (1981). Tüketicinin Korunması. *II. Türkiye İktisat Kongresi İç Ticaret ve Hizmetler Komisyonu Tebliğleri*, 2-7 Kasım İzmir, Ankara: DPT Yayınları.
- Atar, Fahrettin (1988). *Fıkıh Usûlü*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Bâcî, Ebu'l-Velîd Süleyman b. Halef b. Sa'd el-Endelûsî [474/1081] (1332 H.). *el-Muntekâ Şerhu'l-Muvatta' el-İmâm Mâlik*. Kahire: Matbaatü's-Saade.

- Baer, Gabriel (1970). The Administrative, Economic and Social Functions of Turkish Guilds, *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 1, No. 1. (January, 1970), pp. 28-50. İngiltere: Cambridge University Pres.
- Bağrıaçık, Atila (1989). *Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Ortaboy Firmalar* (Dünyada ve Türkiye’de). İstanbul: Dünya Yayınevi.
- Baloğlu, Filiz (1997). *Tüketim Eğilimi ve Tüketimi Etkileyen Unsurlar*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bardakoğlu, Ali (1991). *Ayıp*. *DİA*, 4, 246-247. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1995). *Fesih*. *DİA*, 12, 427-436. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1992). *Bey*. *DİA*, 6, 13-19. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1996). *Gabn*. *DİA*, 13, 268-273. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1997). *Hak*. *DİA*, 15, 139-151. İstanbul: TDV Yayınları.
- Bayraktar, Mehmet (1994). Asr-ı Saadette Çevre Bilinci. (Editör: Vecdi Akyüz). *Bütün Yönleriyle Asr-ı Saadet’te İslâm*. İstanbul: Beyan Yayınevi, 5, 213-239.
- Belâzurî, Ebu'l-Hasen Ahmed b. Yahyâ [279/892] (1932). *Futûhu'l-Buldân*. Kahire.
- Berberoğlu, Necat (1989). Temel İktisat Kavramları ve Sorunları. *İktisada Giriş*, II. Fasikül, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Berkün, İ. Taner (1975). *Standartlaşma ve Türkiye'deki Uygulamaları*. Ankara: Saim Toraman Matbaası.
- Beyhakî, Ebu Bekr Ahmed b. el-Hüseyin b. Ali [458/1066] (1992). *es-Sünenü'l-Kübrâ*. Beyrut: Dâr’ul-Ma’rife.
- _____, (1410). *Şağbü'l-İman*. Beyrut: Darü'l-Kütübi'l-İlmiyye

- Bilmen, Ömer Nasuhi (1985). *Hukukî İslâmiyye ve Istılahatı Fıkhiyye Kamusu*. İstanbul: Bilmen Basımevi.
- Buhârî, Muhammed b. İsmail b. İbrahim [256/870] (1981). *Sahîhu'l-Buhârî*. İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- _____, (1971). *Edebü'l-Müfred*. İstanbul: Sönmez Neşriyat.
- Buhûtî, Şeyh Mansur b. Yunus b. Selahaddin el-Hanbelî [1051/1641] (1982). *Keşşâfu'l-Kınâ an Metni'l-İknâ*. Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- Cevherî, İsmail b. Hammâd [400/1009] (1984). *es-Sihâh Tâc'ul-Lüga ve Sihâhu'l-Arabiyye*. Beyrut: Dâr'ul-İlm li'l-Melâyîn.
- Cezîrî, Abdurrahman [1360/1941] (1989). *Dört Mezhebe Göre İslâm Fıkhı*. (Çeviren: Mehmet Keskin). İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Cin, Halil-Akgündüz, Ahmet (1989). *Türk Hukuk Tarihi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Cürcânî, Seyyîd Şerif Ali b. Muhammed [816/1413] (1983). *Kitabu't-Ta'rifât*. Beyrut.
- Çağatay, Neşet (1952). Fütüvvet-Ahi Müessesesinin Menşei Meselesi I, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, Cilt: I, Sayı: 1, s: 59-68
- Çağrı, Mustafa (1993). *Cimrilik*. *DİA*, 8, 4-5. İstanbul: TDV Yayınları.
- Çalış, Halit (2001). *İslâm Hukuku'nda Özel Mülkiyete Getirilen Sınırlamalar*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çeker, Orhan (1997). *Havâic-i Asliyye*. *DİA*, 16, 504-507. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1994). *Fıkıh Dersleri I*. İstanbul: Seha Neşriyat.
- _____, (2006). *İslâm Hukuku'nda Akidler*. İstanbul: A.H.İ. Yayınları.

- Çelik, Tuncer (1992). *Çevre ve Tüketici. III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu*. İstanbul: Türk Standartları Enstitüsü Yayınları.
- Çınar, Ömer (2009). *Tüketici Hukuku'nda Haksız Şartlar*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Çınar, Recai (1981). *Pazarlamada Standardizasyonun Yeri*. Doktora Tezi, Erzurum.
- Dâmâd, Şeyhzâde Abdurrahman [1078/1667] (1991). *Mecmau'l-Enhur fi Şerhi Mülteka'l-Ebhur*. İstanbul: Edâ Neşriyat.
- Dârimî, Ebû Muhammed Abdullah b. Abdurrahman b. Fazl [255/868] (1981). *Sünenü'd-Dârimî*. İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Demirci, Rasih (1996). *Ekonominin Temelleri*. Ankara: TDV Yayınları.
- Derdîr, Ebu'l Berekât Ahmed b. Muhammed b. Ahmed Adevi [1201/1786] (1974). *eş-Şerhu's-Sağîr Alâ Ekrabu'l-Mesâlik İlâ Mezhebi'l-İmâm Mâlik*. Kahire: Dâru'l-Meârif.
- Dirînî, Muhammed Fethi (1994). *Buhûs Mukârene fi'l-Fıkhi'l-İslâmî ve Usûlih*. Beyrut: Müessesetü'r-Risale.
- Doğan, D. Mehmet (1990). *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara: Rehber Yayınevi.
- Döndüren, Hamdi (1993). *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*. İstanbul: Erkam Yayınları.
- Döndüren, Hamdi (1984). *İslâm Hukuku'na Göre Alım-Satımda Kâr Hadleri*. Balıkesir: İnce Matbaacılık.
- Dönek, Ekrem (1998). *Türk Toplumunun İş Ahlâkı ve Ekonomik Gelişmesinde Ahîlik Kültürünün Yeri ve Önemi. Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*. Adapazarı: Sakarya Üniversitesi ve Adapazarı Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.

- Dönmez, İbrahim Kâfi (1993). *Cehalet. DİA*, 7, 219-222. İstanbul: TDV Yayınları.
- Dönmez, İbrahim Kâfi (1996). *Garar. DİA*, 13, 366-371. İstanbul: TDV Yayınları.
- DPT (2000). *Rekabet Hukuku ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara: DPT Yayınları.
- _____, (2001). *Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, No:2541, Ankara: DPT Yayınları.
- _____, (1995). *Türkiye - At Mevzuat Uyumu Sürekli Özel İhtisas Komisyonu Raporları Tüketicinin Korunması Alt Komisyonu*, Cilt:2, Ankara: DPT Yayınları.
- _____, (2003). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planları (2001-2005), 2003 Yılı Programı Destek Çalışmaları*, Ankara: DPT Yayınları.
- Ebû Dâvûd, Süleyman b. el-Eş'as es-Sicistânî el-Ezdî es-Sicistânî [275/889] (1988). *el-Merâsîl*, Beyrut: Müessesetü'r-Risâle.
- _____, (1981). *Süneni Ebî Dâvûd*, İstanbul: Çağrı Yayınları.
- Ebû Gudde, Abdussettâr (1985). *el-Hıyâru ve Eseruhû fi'l-Ukûd*, Kuveyt.
- Ebû Ubeyd, Kasım b. Selâm el-Herevi el-Ezdi [224/838] (1981). *el-Emvâl*, Kahire: Mektebetü'l-Külliyati'l-Ezher.
- Ebû Yusuf, Ya'kub b. İbrahim b. Habib [182/798] (1973). *Kitabu'l-Harac*, (Çeviren:Ali Özek), İstanbul: Hisar Yayınevi.
- Ekinci, Yusuf (1988). *Ahî Birlikleri*, İstanbul: Türk Standartları Enstitüsü Yayınları.
- Ergin, Feridun (1961). *İktisat*, İstanbul: Sermet Matbaası.
- Ergin, Osman Nuri (1995). *Mecelle-i Umûr-ı Belediye*, İstanbul: Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Bşk. Yayınları

- Erkan, Hüsnü (1994). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, Türkiye İş Bankası Yayınları
- Ertiryaki, İbrahim (1992). *Kalite Kontrolü*, İTÜ Yayınları Sakarya: Sakarya Mühendislik Fakültesi Matbaası.
- Ertunhan, Sabri (2010). İslâm Ticaret Hukuku'na Vücut veren Ahlâkî Esaslar, *İslâm Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 16 (İslâm İktisadî Özel Sayısı), 213-246.
- Evliyaoğlu, Kemal (1970). Tüketici Menfaatlerinin Korunmasıyla İlgili Mevzuat ve Özel Sektör Meslekî Kuruluşlarının Bu Yöndeki Direkt ve Endirekt Çalışmaları, *Tüketici Sorunları Semineri*, Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- Fendoğlu, Hasan Tahsin (1992). *Osmanlı Hukuku'nda Temel Hak ve Özgürlükler İçinde Mülkiyet Kavram ve Olgusu*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Feyyûmî, Ebü'l-Abbas Ahmed b. Muhammed b. Ali el-Hamevi [770/1368] (1898). *el-Misbahü'l-Münir fî Garibi'sh-Şerhi'l-Kebir li'r-Rafîi*. (3. Baskı). Kahire: el-Matbaatü'l-Kübra'l-Emiriyye.
- Fîrûzâbâdî, Ebü't-Tahir Mecdüddin Muhammed b. Yakub b. Muhammed [817/1415] (1986). *el-Kâmûsu'l-Muhît*, Beyrut: Müessesetü'r-Risâle.
- Gazzâlî, Muhammed b. Muhammed b. Muhammed [505/1111] (1974), *İhyâu Ulûmi'd-Dîn*, (Çeviren:Ahmed Serdaroğlu). İstanbul:Bedir Yayınevi.
- _____, (1994). *El-Mustasfa min İlmi'l-Usul: İslâm Hukuku'nda Deliller ve Yorumlar Metodolojisi*. (Çeviren: Yunus Apaydın). Kayseri: Rey Yayınevi.
- _____, (1997), *el-Vasît fi'l-Mezheb*, Kahire: Dâru's-Selâm
- Gomes, Helio (1998). *Kalite'li Sözler*, (Çeviren: Nurdoğan Arkış, Hazırlayan: Belkıs Çorakçı) İstanbul: Sistem Yayınları.

- Gökmenoğlu, Hüseyin Tekin (1991). *İslâm Hukuku'nda Şahsiyet Hakları*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Göle, Celal (1983). *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklâmlara Karşı Tüketicinin Korunması*, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Güler, Zekeriya (1985). *Türkiyede Tüketicinin Korunmasında Reklamın Rolü ve Önemi*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Güler, M. Hilmi (1986). Dünden Bugüne Kalite Kontrol ve Standardizasyon, *İlim ve Sanat Dergisi*, Sayı:5, 74-78.
- Günay, Enver (1998). Dinî Sosyal Bir Kurum Olarak Ahilik, *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 10, 69-78
- Güngör, Gülin (2000). *Milletlerarası Özel Hukukta Tüketicinin Korunması*, Ankara: Yetkin Yayınları.
- Hacak, Hasan (2000). *İslâm Hukuku'nun Klasik Kaynaklarında Hak Kavramının Analizi*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hallâf, Abdulvahhâb (1973). *İslâm Hukuk Felsefesi*, (Çeviren: Hüseyin Atay). Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Hamidullah, Muhammed [1423/2002] (1990). *İslâm Peygamberi* (5. Baskı). (Çeviren: Salih Tuğ). İstanbul: İrfan Yayıncılık.
- _____, (1985). *el-Vesâiku's-Siyâsiyye*, (5. Baskı). Beyrut: Daru'n-Nefais.
- Hammâd, Nezih (1996). *İktisadî Fıkıh Terimleri*, (Çeviren: Recep Ulusoy). İstanbul: İz Yayıncılık.

- Haraşî, Ebû Abdullah Muhammed b. Abdullah el-Mâlikî [1101/1689] (t.y.). *el-Haraşî alâ Muhtasari Seyyidî Halîl*, Beyrut: Dâru Sadır.
- Hasenî, Ahmed Hasan Ahmed (1996). *Tedavvürü'n-Nükûd Fi Dav'iş-Şerîati'l-İslâmî: İslâm'da Para*, (Çeviren: Adem Esen). Doktora Tezi Ümmü'l-Kura Üniversitesi, İstanbul: İz Yayıncılık.
- Heytemî, Ebu'l-Abbas Şehabeddin Ahmed ibn Hacer [974/1567] (t.y.). *el-Fetava'l-Kübra'l-Fıkhiyye*, Kahire: el-Mektebetü'l-İslâmiyye.
- _____, (1996). *Tuhfetü'l-Muhtâc bi Şerhi'l-Minhâc*, Beyrut: Dâru'l-Kütübü'l-İlmiyye (Şîrvânî haşiyesi ile birlikte).
- Hullî, Ebu Kasım Necmüddîn Ca'fer b. El-Hasen (1969). *Şerâiul-İslâm fî Mesâili'l-Helâl ve'l-Haram*, Necef
- Irakî, Ebü'l-Fazl Zeynüddin Abdürrahim b. Hüseyin [806/1404] (t.y.). *Tarhu't-Tesrîb fî Şerhi't-Takrîb*, Beyrut: Dâru İhyâü't-Türâsi'l-Arabî.
- İbn Abdülber en-Nemerî, Ebû Ömer Cemalüddîn Yûsuf b. Abdillâh b. Muhammed [463/1071] (1328). *el-İstî'âb fî Ma'rifeti'l-Ashâb*, Kahire: Daru Nehdati Mısır.
- İbn Âbidîn, Muhammed Emin [1252/1836] (1984). *Hâşiyetü Reddû'l-Muhtâr ale'd-Dürri'l-Muhtâr*. İstanbul: Kahraman Yayınları.
- İbn Âşûr, Muhammed Tâhir [1394/1973] (1996). *İslâm Hukuk Felsefesi* (2. Baskı). (Çeviren: Vecdi Akyüz, Mehmet Erdoğan). İstanbul: İz Yayıncılık.
- İbn Cüzey, Ebü'l-Kâsım Muhammed b. Ahmed b. Muhammed el-Kelbi 741/1340, (t.y.). *el-Kavânînu'l-Fıkhiyye*, Beyrut: Dârü'l-Kalem.
- İbn Ebû Şeybe, Ebû Bekr Abdullah b. Muhammed b. İbrahim [235/849] (1995). *el-Musannef fî'l-Ehâdis ve'l-Âsâr*, Beyrut: Dâr'ul-Kütübi'l-İlmiyye.

İbn Hacer el-Askalâni, Ebü'l-Fazl Şihabüddîn Ahmed b. Ali b. Muhammed [852/1449] (1328). *el-İsâbe fî Temyîzi's-Sahâbe*, Kahire: Mektebetü'l-Külliyeti'l-Ezheriyye.

_____, (1991). *Fethu'l-Bârî bi Şerhi Sahihi'l-Buhârî*, Beyrut: Dârü'l-Fikr.

İbn Haldûn [808/1406] (1989). *Mukaddime*, (Çeviren: Zakir Kadiri Ugan). İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

İbn Hazm, Ebu Muhammed Ali b. Ahmed b. Said [456/1064] (t.y.). *el-Muhallâ*, Beyrut: Darü'l-Fikr.

İbn Hibbân, Ebû Hatîm Muhammed b. Ahmed [354/965] (1987). *es-Sîretü'n-Nebeviyye ve Ahbâru'l-Hulefâ*, Beyrut: Müessesetü'l-Kütübi's-Sakafiye.

İbn Kayyim el-Cevziyye, Şemseddin Ebi Abdullah Muhammed Bin Ebubekir [751/1350] (1961). *et-Turuku'l-Hükmiyye fi's-Siyâseti'ş-Şer'iyye*, Kahire: el-Müessesetü'l-Arabiyye li't-Tıbbâati ve'n-Neşr.

_____, (1967). *İ'lâmü'l-Muvakkîn an Rabbi'l-Âlemîn*, Kahire: Mektebetü'l-Külliyati'l-Ezheriyye.

İbn Kesîr, Ebu'l-Fidâ İmâmuddîn İsmâîl b. Şihabiddîn Ömer b. Kesîr [774/1373] (1932). *el-Bidâye ve'n-Nihâye*, Kahire: Matbaatü's-Saade.

İbn Kudâme, Ebû Muhammed Muvaffakuddîn Abdullah b. Ahmed b. Muhammed [620/1223] (1985). *el-Muğnî*, Beyrut: Dârü'l-Fikr Yayınları.

İbn Mâce, Ebû Abdillâh Muhammed b. Yezîd el-Kazvinî [273/887] (1981). *es-Sünen*, İstanbul: Çağrı Yayınları.

İbn Manzûr, Ebü'l-Fazl Muhammed b. Mükerrrem b. Ali b. Ahmed el-Ensârî [711/1311] (1990). *Lisânü'l-Arab*, Beyrut: Daru's-Sadr Yayınları.

_____, (1987), *Muhtasarü Tarihi Dimaşk li-İbn Asâkir*, Dimaşk: Dârü'l-Fikr.

- İbn Nüceym, Zeynüddin Zeyn b. İbrâhim b. Muhammed 970/1563 (1311), *el-Bahrü'r-Raik Şerhu Kenzi'd-Dekaik*,. Kahire: El-Matbaatü'l-İlmiyye.
- İbn Rüşd el-Cedd, Ebü'l-Velîd Muhammed b. Ahmed b. Ahmed [520/1126] (1984). *el-Beyan ve't-Tahsîl*, Beyrut: Darü'l-Garibi'l-İslâm.
- _____, (1988). *el-Mukaddimât*, Beyrut: Dâru'l-Ğarbu'l-İslâm.
- İbn Rüşd el-Hafîd, Ebü'l-Velîd Muhammed b. Ahmed b. Muhammed [595/1198] (t.y.). *Bidâyetü'l-Müctehid ve Nihayetü'l-Muktesid*, (Tahkik: Ebu Abdurrahman Abdulhakim b. Muhammed). Mektebetü't-Tevfîkiye.
- İbn Sa'd, Ebu Abdullah Muhammed b. Sa'd b. Meni' [230/845] (t.y.). *et-Tabakâtü'l-Kübrâ*, Beyrut: Dâru'l-Sâdr.
- İbn Şebbe, Ebû Zeyd Ömer b. Şebbe b. Abide en-Nemeri [230/845] (1973). *Târîhu'l-Medîneti'l-Münevvere: Ahbârü'l-Medîneti'l-Münevvere*, (2. Baskı). Cidde: Dâru'l-İsfahani.
- İbn Teymiyye, Ebü'l-Abbas Takıyyüddîn Ahmed b. Abdilhalim [728/1328] (1991). *Mecmu'u Fetâvâ*, Riyad: Dâru'l-Âlimü'l-Kütüp Yayınları.
- _____, (2001). *Bir İslâm Kurumu Olarak Hisbe*, (Çeviren: Vecdi Akyüz). İstanbul: İnsan Yayınları.
- İbnü'l-Cevzî, Ebü'l-Ferec Cemaleddin Abdurrahman b. Ali [597/1201] (1987). *Menâkıbu Emîri'l-Mü'minîn Ömer b. el-Hattâb*, (3.Baskı). Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- İbnü'l-Esîr, Ebu'l-Hasen İzzüddîn Ali b. Muhammed b. Abdülkerim [630/1233] (1992). *el-Kâmil fi't-Târih*, Beyrut: Dâru'l-Beyrut.
- _____, (1997). *Üsdü'l-Gâbe fi Ma'rifeti's-Sahâbe*, Beyrut: Dâru'l-Ma'rife.
- İbnü'l-Hâc, Ebu Abdullah Muhammed b. Muhammed [737/1336] (1293 H.). *Medhal*, İskenderiye.

İbnü'l-Hümâm, Kemâlüddîn Muhammed b. Abdilvâhid b. Abdilhamîd [861/1457] (1316 H.). *Fethu'l-Kadîr*, Beyrut: Dârü's-Sadr Yayınları.

İbnü'l-Uhuvve, Muhammed b. Muhammed b. Ahmed el-Kureşî [729/1329] (1937). *Meâlimü'l-Kurbe fî Ahkâmi'l-Hisbe*, (Neşreden: Reuben Levy). London: The Cambridge University Pres.

İktisada Giriş (1987). Ankara: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

İslâm Fıkıh Akademisi (1988), Kararlar ve Tavsiyeler, 5. Dönem, 8 Nolu Karar, Kuveyt. <http://www.fiqhacademy.org.sa/qrarat/5-7.htm>, Erişim Tarihi:05.09.2011.

İslâmoğlu, Hilmi (Şubat 1988). TSE'nin Günümüze ve Geleceğe Yönelik Çalışma Programı, *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Sayı: 314, Ankara: TSE Yayınları.

Juran, J.M. (1998). *Quality Control Handbook*, Fourth Editions, Mc Graw Hill International Editions, New York: Industrial Engineering Servis.

Kal'a, Ahmet (2003). *Lonca*. *DİA*, 27, 211-212. İstanbul: TDV Yayınları.

Kallek, Cengiz (1998). *Hisbe*. *DİA*, 18, 133-143. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (2000). *İhtikâr*. *DİA*, 21, 560-565. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (2001). *İsraf*. *DİA*, 23, 178-180. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (2006). *Müzayede*. *DİA*, 32, 236-238. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (2006). *Narh*. *DİA*, 32, 387-389. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (1994). *İslâm'ın İlk Devirlerinde Devlet Piyasa İlişkisi*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karaalioğlu, Mustafa (1995). *Tüketim Virüsü*. İstanbul: Yeni Şafak Yayınları.

Karacan, Aynur (1996). *Standardlaşmanın Üretici Açısından Ekonomik ve Sosyal Yararları*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karaman, Hayreddin (1989). *Akid. DİA*, 2, 251-256. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (1981). *İslâm'da İşçi İşveren Münasebetleri*, İstanbul: Marifet Yayınları.

_____, (1991). *Mukayeseli İslâm Hukuku*, İstanbul: Nesil Yayınları.

Kardâvî, Yûsuf (1997). *İslâm Hukuku, Evrensellik-Süreklilik*, (Çevirenler: Yusuf İşicik-Ahmet Yaman). İstanbul: Marifet yayınları.

_____, (1996). *Devru'l-Kiyem ve'l-Ahlâk fi'l-İktisâdi'l-İslâmî*, Beyrut: Müessesetü'r-Risale.

_____, (1974). *İslâm'da Helal ve Haram*, (Çeviren: Mustafa Varlı). İstanbul: Kültür Basın yayın birliği.

Kâsânî, Alauddîn Ebû Bekir b. Mes'ûd b. Ahmed [587/1191] (1974). *Kitabu Bedâiu's-Sanâi Tertîbü'ş-Şerâi*, Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-Arabî Yayınları.

Kavakcı, Yusuf Ziya (1975). *Hisbe Teşkilatı*, Doçenlik Tezi, Atatürk Üniversitesi İslâmî İlimler Fakültesi Yayınları, Ankara: Baylan Matbaası.

Kayadibi, Fahri, *Dinimizde Kaliteye Verilen Önem*, Diyanet Dergisi, Sayı:83.

Kazııcı, Ziya (1988). *Ahilik. DİA*, 1, 540-542. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (1998). *Hisbe. DİA*, 18, 143-145. İstanbul: TDV Yayınları.

_____, (1987). *Osmanlılarda İhtisab Müessesesi*, İstanbul: Kültür Basın Yayın Birliği.

_____, (1999). *İslâm Medeniyeti ve Müesseseleri Tarihi*, İstanbul: Kayıhan Yayınevi.

- Kettânî, Muhammed Abdulhay b. Abdilkebîr b. Muhammed [1382/1962] (1990). *et-Terâtibü'l-İdâriyye: Hz.Peygamber'in Yönetiminde Sosyal Hayat ve Kurumlar*, (Çeviren: Ahmet Özel), İstanbul: İz Yayıncılık.
- Kılıkış, Yıldırım (1970). Başka Memleketlerde Tüketici Teşekkülleri ve Türkiye'ye Uygun Bir Kuruluş Örneği Araştırması, *Tüketici Sorunları Semineri*, Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- _____, (1977). *Tüketicinin Korunması: Pazarlamacı Karşısında Tüketici*, İstanbul: Arpaz Yayınları.
- Kocacık, Faruk (1998). *Tüketim Eğilimleri ve Sorunları: Sivas Merkez İlçe Örneği*, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi.
- Koray, Meryem (2000). *Sosyal Politika*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Köksal, Mustafa Asım (1987). *İslâm Tarihi*, İstanbul: Şamil Yayınevi.
- Köse, Saffet (1998). *Hile. DİA*, 18, 28-29. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1997). *İslâm Hukuku'nda Hakkın Kötüye Kullanılması*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Kudûrî, Ebu'l-Hasen Ahmed b. Muhammed el-Bağdâdî [428/1037] (2000). *Muhtasaru'l-Kudûrî*, Tahran: Mektebetü'l-Faruk.
- Kur'ân-ı Kerîm (1993). *Kur'ân-ı Kerîm ve Açıklamalı Meâli*, Hazırlayanlar: Ali Özek Başkanlığındaki Heyet, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kutlutan, İbrahim (1973). *Standard ve Kalite Uygulamalarının Yaşamımıza Etkileri*, Ankara: Gürsoy Matbaacılık.
- Kuyucuklu, Nazif (1982). *İktisadi Olaylar Tarihi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Kuzgun, Şaban (1988). Ahilikte Kalite Kontrolü ve Tüketicinin Korunması, *Standard*, Eylül 1988, Sayı 321.

- Lale, Betül (1994). *Tüketicinin Korunması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mâlik, Ebu Abdullah el-Ashabi el-Himyari Mâlik b. Enes [179/795] (1982). *el-Muvatta*, (Çeviren: Ahmet M.Büyükçınar). İstanbul: Al-Tuğ Yayınevi.
- Mannan, M.A. (1976). *İslâm Ekonomisi*, (Çevirenler: Bahri Zengin-Tevfik Ömeroğlu). İstanbul: Fikir Yayınevi.
- Mâverdî, Ebu Hasan Ali b. Muhammed b. Habîb [450/1058] (1994a). *el-Ahkâmü's-Sultaniyye*, (Çeviren: Ali Şafak). İstanbul: Bedir Yayınevi.
- _____, (1994b). *el-Hâvi'l-Kebîr*, Beyrut: Daru'l-Kutubi'l-İlmiyye.
- Mecelle (1982). Kontrol Ali Himmeth Berki, İstanbul: Hikmet Yayınları.
- Mergînânî, Ali b. Ebu Bekir [593/1197] (1990). *el-Hidâye Şerhu Bidâyetü'l-Mübtedî*, Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Mevsîlî, Abdullah b. Mahmûd b. Mevdûd [683/1284] (1989). *el-İhtiyâr li-Ta'lîli'l-Muhtâr*, İstanbul: Pamuk Yayınları.
- Meydan Larousse (1981). *Büyük Lûgat ve Ansiklopedi*, İstanbul: Meydan Yayınları
- Mısrî, Refik Yunus (1993). *İslâm İktisad Metodolojisi*, (Çeviren: Hüseyin Arslan). İstanbul: Birleşik Yayınevi.
- Miras, Kâmil (1978). *Sahîhi Buhârî Muhtasarı Tecrîd-i Sarîh Tercemesi ve Şerhi*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.
- Molla Hüsrev, Hüsrev Mehmed Efendi [885/1481] (1300). *Dürerü'l-Hukkâm fî Şerhi Gurerü'l-Ahkâm*, İstanbul: Matbaa-i ve Kitabhane-i Mehmed Esad.
- Mucuk, İsmet (1990). *Avrupa Topluluğunda Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, Nisan, 1990.

- Muhibbuddîn et-Taberî, Ebû'l-Abbas Muhibbüddin Ahmed b. Abdillâh b. Muhammed [694/1295] (1984). *er-Riyâzü'n-Nazire fî Menâkibi'l-Aşere*, Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Mukbilî, Salih b. Mehdi el-Kevkabanî [1108/1696] (1988). *el-Menâr fî'l-Muhtâr min Cevahiri'l-Bahri'z-Zahhâr*, Beyrut: Müessesetü'r-Risâle.
- Munzirî, Ebû Muhammed Abdulazîm b. Abdilkavî [656/1258] (1979). *et-Tergîb ve't-Terhîb*, Kahire: Darü'l-Fikr.
- Mutlu, Cem (2004). *Sosyal Politikalar Açısından Tüketicinin Korunması*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Müslim, Ebu'l-Hüseyin Müslim b. Haccâc [261/875] (1977). *Sahîhi Müslim*. (Çeviren: Ahmed Davudoğlu). İstanbul: Sönmez Yayınevi.
- Nebhân, Muhammed Faruk (1985). *el-İtticâhu'l-Cemâi fî't-Teşrü'l-İktisâdi el-İslâmî*, Beyrut: Müessesetü'r-Risale.
- Nesâî, Ebû Abdurrahman Ahmed b. Şuayb b. Ali b. Bahr b. Sinan b. Dinâr [303/915] (1981). *Sünenü'n-Nesâî*, İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Nevevî, Ebu Zekerîya Muhyiddin b. Şeref [676/1277] (t.y.). *el-Mecmu' Şerhu'l-Mühezzeb liş-Şîrâzi*, Cidde: Mektebetü'l-İrşad
- _____, (1995). *Ravzatü't-Tâlibîn ve Umdetü'l-Müftîn*, Beyrut: Dârü'l-Fikr.
- Nuveyrî, Şehâbeddîn Ahmed b. Abdîlvehhâb b. Muhammed [733/1333] (1975). *Nihâyetü'l-Ereb fî Fünûni'l-Edeb*, Kahire: el-Hey'etü'l-Mısriyyetü'l-Amme li'l-Kitâb.
- Ocak, Ahmet Yaşar (1996). *Fütüvvet. DİA*, 13, 261-263. İstanbul: TDV Yayınları.
- Odabaşı, Yavuz (1998). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Oluç, Mehmet (1970). *Pazarlamanın İlkeleri ve Türkiye'de Uygulamaları*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Orman, Sabri (1987). Modern İktisat Literatüründe Para, Kredi ve Faiz. *Para, Faiz ve İslâm*, İstanbul: İlmî Neşriyat.
- Ortaylı, İlber (1977). *Türkiye İdare Tarihi*, Ankara.
- Özdemir, İbrahim-Yükselmiş, Münir (1995). *İslâm ve Çevre Sorunları*, Ankara.
- Özevren, Mina (1997). *Toplam Kalite Yönetimi* (Temel Kavramlar ve Uygulamalar), İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Özgüven, Ali (1983). *İktisat Bilimine Giriş*, İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özkazanç, Önder (1990a). “*Monopol Piyasasında Firma Dengesi*”, İktisadî Analiz I, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- _____, (1990b). *Tüketim Kuramına Giriş. İktisadî Analiz*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özsoy, İsmail (1993). *Faiz ve Problemleri*, İzmir: Nil Yayınevi.
- Öztan, Bilge (1982). *İmalatçının Sorumluluğu*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Öztürk, Tanju (1981). *Pazarlama Ekonomisi ve Tüketicinin Korunması*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Enstitüsü Yayınları.
- Pala, Mehmet – Topal, Semir (1992). *Gıda Kalite Kontrolü ve Yasal Düzenlemeler*, İstanbul: Ticaret Odası Yayınları.
- Poroy, Reha (1978). *Tüketicinin Korunmasına İlişkin Bazı Özel Hukuk Sorunları*, İstanbul.
- Râğıb el-İsfahânî, Ebü'l-Kâsım Hüseyin b. Muhammed b. Mufaddal [502/1108] (1986). *el-Müfredât fî Ğarîbi 'l-Kur'ân*, İstanbul.

- Remlî, Şemsüddîn Muhammed b. Ahmed b. Hamza el-Ensârî [1004/1596] (1976). *Nihayetü'l-Muhtâc ilâ Şerhi'l-Minhâc*, Beyrut: Mektebetü ve Matbaatü Mustafa el-Bâbî.
- Rana, İrfan Mahmud (1985). *Hız. Ömer Döneminde Ekonomik Yapı*, İstanbul: Akabe Yayınevi.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat-Tokol, Tuncer (1997). *İşletme*, Bursa.
- Sahnûn, Abdusselâm b. Saîd Tenuhi [240/854] (t.y.). *el-Müdevvenetü'l-Kübrâ*, Beyrut: Dâru'l-Sâdr.
- Sakallı, Talat (1995). Hadisler Açısından İsrâf ve Tasarruf. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Yıl:1994, Sayı: 1, Isparta.
- Salman, Ersin (1992). Türkiye'de Reklâmcılık. *Reklâmcılık ve Satış Yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sâmi, Şemseddin [1322/1904] (1317). *Kâmûs-i Türkî*, (Neşreden: Ahmed Cevdet). Dersaadet: İkdâm Matbaası.
- Sanders, T.R.B. (1980). *The Aims and Principles Of Standardization*, ISO, Switzerland.
- Sarıkamış, Cevat (1977). Tüketicinin Korunması Açısından Tüketici Kredisi. *Pazarlama Dergisi*, Sayı:4, Haziran 1977.
- Seçim, Hikmet (1992). Reklâmcılığa Genel Bir Bakış. *Reklâmcılık ve Satış Yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Senhûrî, Abdurrezzâk Ahmed [1391/1971] (1998), *Masâdiru'l-Hakki fi'l-Fıkhî'l-İslâmî*, Beyrut: el-Halebi'l-Hukukî Yayınları.
- Serahsî, Ebu Bekir Muhammed b. Ahmed b. Ebi Sehl [483/1090] (1983). *Kitabu'l-Mebcut*, İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- _____, (1984). *Usûlü's-Serahî*, İstanbul: Kahraman Yayınları.

- Sevim, Adnan (1999). *Toplam Kalite Yönetiminde Bir Araç Olarak Toplam Kalite Maliyet Sisteminin Kurulması ve Bir Uygulama*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Soluk, Mehmet (1995). *Çevre Bibliyografyası*. Ankara: T.C. Başbakanlık Yayınları.
- Sübki, Takıyyuddîn Ali b. Abdülkâfi b. Ali [756/1355] (t.y.). *Tekmiletü'l-Mecmu Şerhu'l-Mühezzeb*, Cidde: Mektebetü'l-İrşâd.
- Suyûtî, Ebü'l-Fazl Celaleddin Abdurrahman b. Ebî Bekr [911/1505] (t.y.). *el-Hâvî li'l-Fetâvâ*, Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-Arabî.
- Şafak, Ali (1987). İslâm Hukuku'nda Alış-Verişte Kâr Haddi. *İslâm Hukuku'na Göre Alış Veriş'te Vâde Farkı ve Kâr Haddi*, İstanbul: İSAV Yayınları.
- _____, (1979). İslâm İktisadında Enflasyon ve Getirilen Önleyici Tedbirler. *Diyanet Dergisi*, Cilt: VIII, Sayı:1 Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- _____, (1983). Enflasyon Olayı ve İslâm'da Getirilen Önleyici Tedbirler. *İslâm Açısından Enflasyon ve Çözüm Yolları*, İstanbul: Ensar Neşriyat.
- Şâfiî, Ebu Abdullah Muhammed b. İdris b. Abbas [204/820] (t.y.). *el-Ümm*, Beyrut: Daru'l-Marife.
- Şa'rânî, Abdülvehhâb b. Ahmed b. Ali el-Mısrî [793/1565] (1998). *Kitâbü'l- Mîzân*, Beyrut: Dâr'ul-Kütübi'l-İlmiyye.
- Şâtübî, Ebû İshak İbrâhim b. Musa b. Muhammed el-Gırnati [790/1388] (1990). *el-Muvâfakât: İslâmî İlimler Metodolojisi*, (Çeviren: Mehmed Erdoğan). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Şer'îye Sicilleri (1988-1989). Mahiyeti Toplu Kataloğu ve Seçme Hükümler, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayınları.

- Şerif er-Radî, Ebu'l-Hasan Muhammed b. Hüseyin b. Musa (1387). *Nehcu'l-Belâga*, Kum.
- Şerkâvî, Ali Bedri (1990). *el-Hıyârât fi'l-Bey*, Esyut: Camiatü'l-Evsat.
- Şevkânî, Muhammed b. Ali b. Muhammed [1250/1834] (t.y.). *Neylü'l-Evtâr Şerhu Münteka'l-Ehbâr Min Ahadisi Seyyidi'l-Ehyâr*, Mısır: Mustafa Babü'l-Halebî.
- Şeybânî, Ebû Abdillâh Muhammed b. Hasen [189/805] (1986). *el-Câmiu's-Sağîr*, Beyrut: Âlemü'l-Kütüb.
- _____, (1990). *Kitâbu'l-Asl*, Beyrut: Âlemü'l-Kütüb.
- Şeyzerî, Ebü'n-Necib Celaleddin Abdurrahman b. Nasr b. Abdullah [774/1372] (1936). *Nihayetü'r-rütbe fî talibi'l-hisbe*, Kahire: Lecnetü't-Telif ve't-Terceme.
- Şimşek, Muhittin (2002). *Ahilik*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Şîrâzî, Ebû İshak Cemaleddin İbrâhim b. Ali b. Yusuf [476/1083] (1959). *el-Mühezzeb fî Fıkhi'l-İmam eş-Şâfiî*, (2. Baskı). Kahire: Mustafa el-Babi el-Halebi.
- Şîrbînî, Muhammedü'l-Hatîb [977/1570] (1994). *Muğni'l-Muhtâc ilâ Mağrifeti Meânî Elfâzi'l-Minhâc*, Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- Şîrvânî, Abdülhamîd (1996). *Havâşî alâ-Tuhfetü'l-Muhtâc bi Şerhi'l-Minhâc*, Beyrut: Dâru'l-Kütübü'l-İlmiyye.
- Şurbacî, el-Bişrî (1973). *et-Tes'îr fi'l-İslâm*, İskenderiye.
- T.C. Anayasası (1982). T.C. Resmi Gazete, 17863, 09 Kasım 1982.
- Tabakoğlu, Ahmed (1988). *İslâm ve Ekonomik Hayat*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

- _____.(2010). Bir İlim Olarak İslâm İktisadı, *İslâm Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 16 (İslâm İktisadı Özel Sayısı), 11-34.
- Taberî, Ebu Ca'fer Muhammed b. Cerir b. Yezid [310/923] (2007). *Tarih-i Taberî*, (Çeviren: M. Faruk Gürtunca). İstanbul: Sağlam Yayınevi.
- _____. (1984). *Câmiu'l-Beyân fi Tefsîri'l-Kur'ân*, Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- Tahâvî, Ebu Ca'fer Ahmed b. Muhammed Selâme [321/933] (1996). *Muhtasarı İhtilâfî'l-Ulemâ*, (Tahkîk: Abdullah Nezîr Ahmed). Beyrut: Dâru'l-Beşâiri'l-İslâmiyye.
- Tayyar, Abdullah b. Muhammed b. Ahmed (1979). *Hıyâru'l-Meclis ve'l-Ayb fi'l-Fikhi'l-İslâmî*, Riyad: Câmîatü'l-İmâm Muhammed b. Suûd el-İslâmiyye.
- TDK (1989). *Türkçe Sözlük*, Türk Dil Kurumu, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Telegani, Mahmut (1989). *İslâm ve Mülkiyet*, (Çeviren: Ahmed Saidoğlu). İstanbul: Yöneliş Yayınevi.
- Ticari Reklam Esaslarına Dair Yönetmelik (2003). T.C. Resmi Gazete, 25138, 14 Haziran 2003.
- Tirmizî, Ebû İsâ Muhammed b. İsâ b. Sevre s-Sülemî [279/892] (1981). *Sünenü't-Tirmizî*, İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Tiryaki, Betül (2007). *Tüketicinin Korunması Hukuku Açısından Ayıplı Hizmetten Doğan Sorumluluk*, Ankara: Yetkin Yayınevi.
- TKHK (1995). *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun*, T.C. Resmi Gazete, No:4077, 22221, 23 Şubat 1995.
- Tokol, Tuncer (1976). *Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması Sorunu*, Bursa: İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.

- Toprak, Muhsin, (2005). *İslâm'ın Çevre Bilincine Katkısı*, Yeni Ümit Dergisi, 69, http://www.yeniunit.com.tr/arsiv.php?ARSIVGOSTER&sayi_id=69, Erişim Tarihi: 09.07.2011.
- TSE, (1998). *Kanunnâme-i İhtisâb-ı Bursa*, Ankara: Türk Standartları Enstitüsü Yayınları.
- Tüketici Konseyi Yönetmeliği (2003). T.C. Resmi Gazete, 25186, 01 Ağustos 2003.
- Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği (2003). T.C. Resmi Gazete, 25186, 01 Ağustos 2003.
- Tümer, Yusuf Ziya (1992). Otomobil Sanayiinde Tüketici Meseleleri. *III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu*, İstanbul: TSE Yayınları.
- Türk Hukuk Lugâtı (1991). Hazırlayan: Türk Hukuk Kurumu, Ankara: Başbakanlık Yayınları.
- Türkel, A. Uluçınar (2000). *Toplam Kalite Bağlamında Gurup Dinamiği ve Çatışma Yönetimi*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Uludağ, Süleyman (1996). Fütüvvet. *DİA*, 13, 259-261. İstanbul: TDV Yayınları.
- Uysal, Bekir (1992). Metroloji- Kalibrasyon. *III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu*, Ankara: TSE Yayınları.
- Uzunpostalcı, Mustafa (1990). *Hukuk ve İslâm Hukuku*, Konya.
- Ülgener, Sabri F. (1974). *Milli Gelir, İstihdam ve İktisadî Büyüme*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul: Sermet Matbaası.
- Ünlüönen, Kurban (1999). Turistik Tüketicinin Korunması ve Turizm Sektöründe Tüketici Hakları. *Tüketici Bülteni*, Sayı: 130 (Özel Sayı), Ankara: TSE Yayınları.

- Wensinck, Arent Jean (1986). *el-Muğcemü'l-Müfehres li-Elfâzi'l-Hadisi'n-Nebevî: Concordance et Indices de la Tradition Musulmane*, İstanbul: Çağrı Yayınevi.
- Ya'kûbî, Ahmed b. İshak B. Cafer [292/905] (1883). *Târihü'l-Yâkubî*, Leiden.
- Yaran, Rahmi (2000). İhtiyaç. *DİA*, 21, 573-574. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (2007). *İslâm Fıkhdında İhtiyaç Kavramı ve Kurumsallaşması*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Yavuz, Cevdet (1994a). *Dâva*. *DİA*, 9, 12-16. İstanbul: TDV Yayınları.
- _____, (1994b). *Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım Anonim Şirketi.
- Yazıcı, Nesimi (1996). Lonca Sisteminin İşsizlik Sigortasıyla İlgisi Üzerine Bazı Düşünceler, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Ankara, cilt: XXXV, 155-165
- Yazır, Elmalılı Muhammed Hamdi [1361/1942] (1992). *Hak Dini Kur'ân Dili*, (Çevirenler: İsmail Karaçam-Emin Işık-N. Bolelli-A. Yücel). İstanbul: Azim Dağıtım Yayınevi.
- Yeniçeri, Celâl (1996). *İslâm Açısından Tüketim Tüketicinin Korunması ve Ev İdaresi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlâhiyât Fakültesi Yayınları.
- _____, (1980). *İslâm İktisadının Esasları*, İstanbul: Şamil Yayınevi.
- Zaim, Sabahattin (1999). Yükselme Devrinde Osmanlı Devleti'nin İktisadî Durumu. *Osmanlı*, Ankara: Yeni Türkiye Yayınevi.
- Zebîdî, Ebü'l-Feyz Murtaza Muhammed b. Muhammed [1205/1790] (1965). *Tâc 'ul-Arûs min Cevâhiri'l-Kâmus*, Kuveyt: Dâr'ul- Hidâye.

- Zebîdî, Zeynü'd-Dîn Ahmed b. Ahmed b. Abdullatif [893/1488] (1978). *Sahîh-i Buhârî Muhtasarı Tecrîd-i Sarîh Tercemesi ve Şerhi*. (Çevirenler: Ahmed Naim, Kâmil Mîras) Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Zemahşerî, Ebu'l-Kasım Carullah Mahmud b. Ömer b. Muhammed [538/1144] (1983). *el-Keşşâf an Hakâiki't-Tenzîl ve Uyûnü'l-Ekâvil fi Vücûhi't-Te'vîl*, Beyrut: Dârü'l-Fikr.
- Zerka, Enes (1998). İslâm İktisadı: İnsan Refahına Bir Yaklaşım. *İslâm İktisadi Araştırmaları*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Zerka, Mustafâ Ahmed (1967). *el-Fikhü'l-İslâmî fi Sevbihî'l-Cedîd: el-Medhalü'l-Fikhiyyi'l-Âmm Nazariyyeti'l-İltizami'l-Âm fi'l-fikhi'l-İslâmî*. Dımaşk: Dârü'l-Fikr.
- Zevkliler, Aydın - Aydoğdu, Murat (2004). *Tüketicinin Korunması Hukuku*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zeylâî, Ebû Muhammed Cemaleddin Abdullah b. Yusuf b. Muhammed [762/1360] (1973). *Nasbu'r-Raye li Ehâdîsi'l-Hidâye*, (2. Baskı). el-Mektebetü'l-İslâmiyye.
- Zeylâî, Faruddin Osman b. Ali b. Mihcen [743/1342] (1313). *Tebyînü'l-Hakâik Şerhu Kenzü'd-Dekâik*, el-Bulak: Matbaatü'l-Kübra el-Emiriyye.
- Zuhaylî, Vehbe (1989). *el-Fıkhü'l-İslâmî ve Edilletuhû*, Dımaşk: Dârü'l-Fikr.
- _____, (1982). *Nazariyyetü'd-Damân ev Ahkâmü'l-Mes'ûliyyeti'l-Medeniyye ve'l-Cinâiyye Fi'l-Fıkhü'l-İslâmî*, Dımaşk: Dârü'l-Fikr.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Alpaslan ALKIŞ			
Doğum Yeri:	Göksun			
Doğum Tarihi:	15/01/1971			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	İstiklâl İlkokulu	İlkokul	Göksun	1979
Ortaöğretim	İmam Hatip Lisesi	Orta Okul	Göksun	1982
Lise	İmam Hatip Lisesi	Lise	Göksun	1986
Lisans	İlahiyat Fakültesi	Fakülte	Konya	1991
Yüksek Lisans	Sakarya Üniversitesi	Sosyal Bil. Ens.	Sakarya	1999
Becerileri:				
İlgi Alanları:				
İş Deneyimi:	15 yıl öğretmenlik, 6 yıl okul yöneticiliği			
Aldığı Ödüller:	Milli Eğitim Bakanlığında maaş ödülü ve 5 adet Teşekkür			
Hakkımda bilgi				
Tel:	505 6707935			
E-Posta:	alpaslan.alkis@hotmail.com			
Adres	5 Nisan Mah. Köle Hafız Bul. Biad Apt. A Blok No:43/14 Kahramanmaraş			