

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**AHLAK ve İKTİSAT İLİŞKİSİ TEMELİNDE İSLAM AHLAK
DEĞERLERİNİN İKTİSADİ DAVRANIŞA OLAN ETKİLERİ:
KAZANMA ve *HARCAMA* KONULARINDA İŞ DÜNYASI ÜZERİNE
AMPİRİK BİR İNCELEME**

DOKTORA TEZİ

HAKAN KALKAVAN

DANIŞMAN

DOÇ. DR. HÜSEYİN KAYA

AĞUSTOS 2018

BİLDİRİM

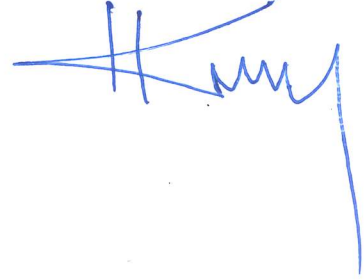
Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Hakan Kalkavan



Danışmanlığımı yaptığım işbu tezin tamamen öğrencinin çalışması olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı taahhüt ederim.

Doç. Dr. Hüseyin Kaya



İMZA SAYFASI

Hakan Kalkavan tarafından hazırlanan ‘Ahlak ve İktisat İlişkisi Temelinde İslam Ahlak Değerlerinin İktisadi Davranışa Olan Etkileri: Kazanma ve Harcama Konularında İş Dünyası Üzerine Ampirik Bir İnceleme’ başlıklı bu doktora tezi, İktisat Anabilim/bilim Dalında hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı:

[Doç. Dr. Hüseyin Kaya]

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Üyeler:

[Doç. Dr. Faruk Bal]

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi

[Doç. Dr. M. Lütfi Arslan]

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi


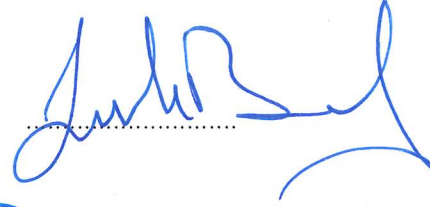
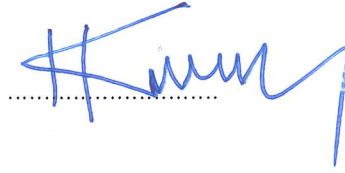
[Prof. Dr. Ahmet Faruk Aysan]

Kurumu: İstanbul Şehir Üniversitesi

[Dr. Öğr. Üyesi Ömer Erdem Koçak]

Kurumu: İstanbul Medipol Üniversitesi

İMZA



Tez Savunma Tarihi: 08/08/2018

ÖZET

AHLAK ve İKTİSAT İLİŞKİSİ TEMELİNDE İSLAM AHLAK DEĞERLERİNİN İKTİSADİ DAVRANIŞA OLAN ETKİLERİ: KAZANMA ve HARCAMA KONULARINDA İŞ DÜNYASI ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME

Kalkavan, Hakan

Doktora Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Hüseyin Kaya

Ağustos, 2018. 156 Sayfa.

İslam dindarlığı, ahlaki değerler ve bireyin iktisadi davranışları arasındaki ilişkiyi araştıran bu çalışma, genel kapsamda teorik bölüm ve uygulama-analiz bölümü olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Teorik bölümde din-ahlak-iktisat ilişkisi birey ve toplum açısından tarihten bugüne incelenirken, uygulama bölümünde İslam ahlakının Müslüman bireyin iktisadi davranışına olan etkisi teorik bölümdeki araştırma dahilinde hazırlanan ampirik bir çalışmayla analiz edilmiştir.

Bu çalışmada yöntem olarak; nicel ilişkisel (correlational) araştırma türü uygulanmış, anket (survey) yöntemi kullanılmak suretiyle veriler toplanmıştır. Bu şekilde iş insanlarının dini tutum ve değerleri, iktisadi tutum ve davranışları arasındaki ilişkiler araştırma modeline uygun şekilde incelenmiştir. Araştırmanın evreni iktisadi faaliyetini İstanbul’da yapan İTO’ya kayıtlı işletme sahibi olan iş insanlarıdır ve buna göre 478 geçerli örneklem sayısına ulaşılmıştır.

Üzerinde çalışılan olguyu (fenomeni) ve faktörler arası ilişkiyi köklerine inerek daha iyi anlamak için regresyondaki etkilerin işleyiş mekanizmasını veya aracılık eden koşulları ortaya koymak gerekir. “*Dindarlık, Kazanma/Harcama üzerinde nasıl etki gösterir?*” sorusuna ancak aracı değişken (mediator) olarak kavramsallaştırılan, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini başka bir ilişki üzerinden açıklayan mekanizmanın analizi ile cevap vermek mümkündür. Çalışmanın amacına uygun olarak araştırma modellerinde; *İslam Dindarlığı* bağımsız değişken, *İslam İktisat Değerleri* ve *İktisadi Rasyonalite* faktörleri aracı (mediator) değişkenler, *Kazanma* ve *Harcama* bağımlı değişkenler olarak tasarlanmıştır.

Din-ahlak-iktisat ilişkisi temelinde inşa edilmiş bu çalışmayla, *nasıl* sorusu ile girişimcilerin iktisadi tutum ve davranışları tanımlanmaya, *neden* sorusu ile de anlamlandırılmaya çalışıldı. Araştırmanın önemli bulgusu: Müslüman bir girişimcinin dindarlığının, kazanma (İslam’a uygun) davranışı üzerinde doğrudan anlamlı etkisinin zayıf olduğu, ancak bireyin *İslam İktisat Değerlerini* benimsemesi ve *İktisadi Rasyonalite* yaklaşımına karşıt olmasıyla birlikte güçlü bir anlam kazandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İktisadi Davranış, İslam İktisat Değerleri, İktisadi Rasyonalite, Kazanma, Harcama, Din-Ahlak-İktisat İlişkisi, İş Ahlakı

ABSTRACT

This study investigates the relationship between Islamic religiosity, ethical values and economic behavior of the individual, and it consists of two parts as the theoretical part and the data analysis part in grounded theory. While in the theoretical section; the relation between religion, morality and economy is examined in terms of individual and society from past to present, and in the analysis section, the effect of Islamic ethics on the economic behavior of the Muslim individual has been analyzed by an empirical study which is prepared in accordance with the theoretical framework.

In this research; quantitative correlational research type has been applied and data were collected by using the survey method. In this way, the relationship between religious attitudes, values, economic attitudes and behaviors of business people has been investigated in accordance with the research model. The population of the research is businesspeople who make economic activity in Istanbul and registered in İstanbul Chamber of Commerce, and according to population sample size, the number of 478 valid samples has been reached.

To better understand the phenomenon studied and inter-factorial relations, it is necessary to establish the mechanism of the effects in the regression model or the conditions mediating it. "How does religiosity influence Earning/ Consumption?" it is only possible to answer this question with the analysis of the mechanism that explains the effect of the independent variable on the dependent variable through another relation, which is conceptualized as mediator. In accordance with the purpose of the study; in research models, *Islamic Religiosity* as independent variable, *Islamic Economic Values* and *Economic Rationality* factors as mediator variables, *Earning* and *Consumption* as dependent variables designed.

It is attempted to characterize the economic attitudes and behaviors of the entrepreneurs with the question of *how* and to be explained the meaning with the question of *why*. Significant finding of the research: It has been found that religiosity of a Muslim entrepreneur has a weak sense of meaning at direct influence on earning (according to Islam) behavior, however religiosity acquires a strong sense of meaning with the adoption of the Islamic Economic Values and contrary to the approach of Economic Rationality.

Key Words: Economic Behavior, Islamic Economic Values, Economic Rationality, Earning, Consumption, Religion-Ethics-Economics Relationship, Business Ethics

ÖNSÖZ

Geçmişten günümüze din ile iktisat arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar hem ilgi çekici olmuş hem de çokça tartışılmıştır. Bazı çalışmalar dinin ekonomik gelişmeye ve toplumsal refaha olumlu katkı yaptığını ortaya koyarken, bazı çalışmalar ise bunun aksini öne sürmüştür. Modern dönemde Max Weber’le birlikte başlayan bu alandaki çalışmaların Türkiye’deki ilk örneği, din ile iktisat ilişkisini zihniyet üzerinden araştıran Sabri Ülgener’in çalışmalarıdır. Bu çalışmalardan ilham alarak iktisat ve ahlak ilişkisini inanç-değer-davranış bütünlüğü içinde ele alan bu çalışma ile Müslüman müteşebbislerin iktisadi faaliyetlerinde İslam’a uygun olarak iş yapış yapmadıklarını tespit etmeye ve bunun hangi şartlarda nasıl gerçekleştiğini tanımlamaya çalıştık. İktisat sosyolojisi ve iş ahlakı alanlarıyla benzer görülebilecek multidisipliner bir araştırmanın ürünü olan bu çalışma ile İslam iş ahlakı alanına mütevazı bir katkı sağlamayı ve ileride iş ahlakı konusunda yapmayı öngördüğümüz çalışmalara zemin oluşturmalarını amaçladık.

İktisat-ahlak ilişkisi temelinde gerçekleştirilen bu çalışmanın ortaya çıkmasında birçok değerli kişinin emeği olduğunu belirtmem ve teşekkür etmem gerek. Öncelikle ahlak ve iktisat ilişkisi üzerine yaptığımız dersler sonucunda tez konusunu birlikte belirlediğimiz Prof. Dr. Gülfettin Çelik’e, tez danışmanım Doç. Dr. Hüseyin Kaya’ya, Doç. Dr. Faruk Bal’a, Doç. Dr. M. Lütfi Arslan’a tez sürecinde verdikleri katkılardan dolayı teşekkürü borç bilirim.

Gerek tezi yazma sürecinde gerekse de veri toplama sürecinde pek çok değerli hocamın ve çalışma arkadaşımın katkısı oldu. Ahlak konusunda yapılan değerli çalışmalarını takip ederek faydalandığım İslam Ahlak Düşüncesi Projesine ve başta değerli büyüğüm Prof. Dr. İhsan Fazlıoğlu olmak üzere projeye katkı veren tüm hocalara “marifet iltifata tabiidir” sözünün gereği olarak teşekkür ediyorum. Tezin konusuna verdiği önemli katkılara binaen Prof. Dr. Fatih Savaşan’a, Doç. Dr. Lütfi Sunar’a ve Arş. Gör. Dr. Taha Eğri’ye; konu içeriğinin belirlenmesinde, analiz ve veri toplama sürecinde önemli katkılar sunan Doç. Dr. Nihat Alayoğlu’na, Doç. Dr. Nurullah Gür’e, Sıtkı Abdullahoğlu’na, Sercan Karadoğan’a, M. Akif Berber’e, Fikri Çiçek’e, Dr. Emre Yıldız’a, Zeynep Kalkavan’a, Dr. Öğr. Üyesi Selman Duran’a, Öğr. Gör. Gökhan Şener’e, Öğr. Gör. Serkan Eti’ye, Öğr. Gör. İrfan Ersin’e, Öğr. Gör. Halim Baş’a, İbrahim Akkuş’a, Adem Türkan’a, Arş. Gör. Ahmet Murat Ermiş’e, Arş. Gör. Recep Özsurunç’a teşekkürü borç bilirim.

Son olarak bu çalışmayı yapma sürecinde bana maddi-manevi yönden yardımcı olan kıymetli eşime, yetişmemde büyük emekleri olan ve bana her zaman destek olan değerli aileme; anneme, babama ve kardeşlerime saygı, sevgi ve şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER	ix
TABLOLAR	x
GİRİŞ	1
1. AHLAK VE İKTİSAT İLİŞKİSİ.....	5
1.1. AHLAK: KONUSU, TEMELİ VE GEREKÇESİ.....	5
1.2. EKONOMİK FAALİYET VE İKTİSADİ DAVRANIŞ	10
1.3. İKTİSAT DİSİPLİNİNİN FELSEFİ TEMELLERİ VE OLUŞUM DİNAMİKLERİ	11
1.3.1. <i>Oikonomia'dan Ekonomi'ye İktisat Düşüncesinin Değişimi</i>	11
1.3.2. <i>İktisat Disiplininin Oluşum Dinamikleri: Merkantalizm, Sanayi Devrimi, Newton Fiziki ve İskoç Aydınlanması</i>	12
1.4. İKTİSAT BİLİMİNİN OLUŞUMU VE GELİŞME SÜRECİ	17
1.4.1. <i>Ahlak Felsefesinden İktisat Bilimine</i>	17
1.4.2. <i>Neo Klasik Düşünce: Soyutlama Yöntemi ve İktisat'ın Doğa Bilimlerine Öykünmesi</i>	19
1.4.3. <i>İktisat'ta Amaç ve Metodoloji Tartışmaları (19. Yüzyıldan Günümüze)</i> ..21	
1.5. AHLAK VE İKTİSAT ETKİLEŞİMİ	24
1.5.1. <i>Rasyonalite Kavramı ve Ahlakdışı (Amoral) Homo Economicus Figürü</i>24	
1.5.2. <i>Ahlakın Ekonomiye Etkileri</i>	27
1.5.2.1. <i>Weber'in Tezi: Protestan Sofu (Asketik) Ahlakı, Meslek Kavramı ve Kapitalizmin Ruhü</i>	27
1.6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	31
1.6.1. <i>İktisadi Davranış ve Ahlaki Konular</i>	31
1.6.2. <i>Ahlak ile Ekonomi: Öncelik ve Birliklilik</i>	33
2. İSLAM AHLAKI VE İKTİSAT İLİŞKİSİ	37
2.1. İSLAM DÜŞÜNCESİNDE AHLAK.....	37
2.1.1. <i>İslam Ahlakının Tanımı</i>	37
2.1.2. <i>İslam Düşüncesinde Ahlak İlminin Konusu ve Gayesi</i>	39
2.1.3. <i>İslam Ahlak Esasları</i>	41
2.1.3.1. <i>İslam Ahlakının Önemi, Kaynağı ve Kapsamı</i>	41
2.1.3.2. <i>Ahlaki Değerlerin Mutlaklığı/İzafiliği ve İrade Hürriyeti</i>	43
2.1.3.3. <i>İslam Ahlakına Göre İnsan, Ahlaki Davranış ve Faziletler</i>	44
2.1.4. <i>Kuran ve Sünnette Temel Ahlaki Değerler ve Kavramlar</i>	46
2.1.5. <i>İlm-i Tedbir-i Menzil</i>	52
2.2. İSLAM AHLAKININ İKTİSADİ DAVRANIŞA ETKİLERİ	58
2.2.1. <i>İslam'da İş ve Ticaret Ahlakı: İlk Dönem Uygulaması Medine Pazarı</i>	58
2.2.1.1. <i>Medine Pazarının Kuruluşu</i>	58
2.2.1.2. <i>Medine Pazarının Kuralları ve Uygulamaları</i>	60
2.2.1.3. <i>Muhtesib</i>	64
2.2.2. <i>Şeybani'nin Kitab-ül Kesbi</i>	65
2.2.3. <i>İslam İktisadının Temel İlkeleri</i>	69
2.2.3.1. <i>Faiz Sorunu ve Faizsiz Ekonomi</i>	69
2.2.3.2. <i>Helal ve Haram Geçim Yolları</i>	70
2.2.3.3. <i>Zekât ve Sosyal Yardım</i>	70

2.2.3.4. Adil Dağılım, Fırsat Eşitliği ve Toplumsal Denge.....	72
2.2.3.5. Mülkiyet Hakkı-Sınırları ve Servet Birikimi.....	73
2.2.3.6. Ölçülü Harcama ve İnfak.....	74
3. İSLAM AHLAK DEĞERLERİNİN İKTİSADİ DAVRANIŞA ETKİLERİ:	
KAZANMA ve HARCAMA KONULARINDA GÜNÜMÜZ İŞ DÜNYASI	
ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME.....	76
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	76
3.2. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE KAPSAMI.....	76
3.3. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ.....	79
3.3.1. <i>Dindarlık Ölçeği</i>	79
3.3.2. <i>Dindarlık ve İktisadi Davranış</i>	81
3.4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ.....	85
3.4.1. <i>İlişkisel (Correlational) Nicel Araştırma</i>	85
3.4.2. <i>Araştırmanın Evreni ve Örneklemi</i>	85
3.4.3. <i>Araştırma Modeli ve Hipotezleri</i>	86
3.4.4. <i>Anket Tasarımı</i>	88
3.4.4.1. <i>Anketin Hazırlanması ve Pilot Çalışma</i>	88
3.4.4.2. <i>İktisadi Davranışa Etki Ölçeği</i>	89
3.4.4.3. <i>Dindarlık Ölçeği</i>	93
3.4.4.4. <i>Demografik ve Sosyo-Ekonomik Bilgiler</i>	94
3.4.5. <i>Veri Toplama ve Uygulama Süreci</i>	95
3.5. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	96
3.5.1. <i>Demografik ve Sosyo-Ekonomik Tanımlayıcı İstatistikler</i>	96
3.5.2. <i>Geçerlilik ve Güvenilirlik</i>	99
3.5.2.1. <i>Yapı Geçerliliği: Keşfedici Faktör Analizi (EFA)</i>	99
3.5.2.2. <i>Güvenilirlik Analizi: Cronbach's Alpha</i>	102
3.5.2.3. <i>Korelasyon Analizleri</i>	104
3.5.3. <i>Regresyon Analizleri ve Hipotez Testleri</i>	104
3.5.3.1. <i>Aracı (Mediator) Değişken ve Düzenleyici (Moderator) Değişken</i>	104
3.5.3.2. <i>İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi</i>	106
3.5.3.3. <i>İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi</i>	110
3.5.3.4. <i>Hipotez Sonuçları Özeti</i>	114
SONUÇ.....	115
KAYNAKÇA.....	119
EKLER.....	140
EK-1. VERİ SETİ EK ANALİZ SONUÇLARI.....	140
EK-2. ANKET ÖRNEĞİ.....	143
EK-3. ÖZGEÇMİŞ.....	145

ŞEKİLLER

ŞEKİL 1. ARAŞTIRMA MODELİ: İKTİSADİ DAVRANIŞA (KAZANMA VE HARCAMA) ETKİ	86
ŞEKİL 2. ARACI DEĞİŞKEN (MEDIATOR) MODELİ.....	104
ŞEKİL 3. MODERATÖR DEĞİŞKEN MODELİ.....	105
ŞEKİL 4. İSLAM DİNDARLIĞININ KAZANMAYA ETKİSİ.....	106
ŞEKİL 5. İSLAM DİNDARLIĞININ HARCAMAYA ETKİSİ	110



TABLÖLAR

TABLO 1. ARAŖTIRMA HİPOTEZLERİ.....	87
TABLO 2. FAKTÖRLERDEKİ MADDE SAYISI, PİLOT ÇALIŖMA ÖNCESİ-SONRASI	89
TABLO 3. İSLAM İKTİSADININ TEMEL İLKELERİ VE İŖ AHLAKI ÖLÇÜLERİ	89
TABLO 4. KAZANMA (İSLAM'A UYGUN) MADDELERİ	90
TABLO 5. HARCAMA (İSLAM'A UYGUN) MADDELERİ.....	91
TABLO 6. İSLAM İKTİSAT DEĞERLERİ MADDELERİ	92
TABLO 7. İKTİSADİ RASYONALİTE MADDELERİ	92
TABLO 8. İSLAM DİNDARLIĞI MADDELERİ	93
TABLO 9. DEMOGRAFİK VE SOSYO-EKONOMİK SORULAR VE TÜRÜ.....	94
TABLO 10. DEMOGRAFİK İSTATİSTİKİ BİLGİLER.....	96
TABLO 11. SOSYO-EKONOMİK İSTATİSTİKİ BİLGİLER.....	97
TABLO 12. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER.....	98
TABLO 13. KMO VE BARLETT'S TESTİ	100
TABLO 14. KEŖİFSEL FAKTÖR ANALİZİ (EFA) SONUÇLARI	101
TABLO 15. CRONBACH'S ALPHA İÇ TUTARLILIK ANALİZİ	103
TABLO 16. FAKTÖRLER ARASI KORELASYONLAR.....	104
TABLO 17. KAZANMA MODELİ REGRESYON KATSAYILARI	107
TABLO 18. KAZANMA MODELİ TOPLAM, DOĞRUDAN VE DOLAYLI ETKİLER.....	108
TABLO 19. KAZANMA MODELİ: DEMOGRAFİK & SOSYO-EKONOMİK DEĞİŖKENLERİN MODERATÖR DEĞİŖKEN ETKİLERİ VE DOĞRUDAN ETKİLERİ	109
TABLO 20. HARCAMA MODELİ REGRESYON ETKİ KATSAYILARI.....	111
TABLO 21. HARCAMA MODELİ TOPLAM, DOĞRUDAN VE DOLAYLI ETKİLER	112
TABLO 22. HARCAMA MODELİ: DEMOGRAFİK & SOSYO-EKONOMİK DEĞİŖKENLERİN MODERATÖR DEĞİŖKEN ETKİLERİ VE DOĞRUDAN ETKİLERİ	113
TABLO 23. HİPOTEZ SONUÇLARI ÖZETİ	114

KISALTMALAR

Akt.	- Aktaran
ASRIAD	- Asrın İşadamları Derneği
İİD	- İslam İktisat Değerleri,
İR	- İktisadi Rasyonalite
İTO	- İstanbul Ticaret Odası
İGİAD	- İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği
GİV	- Girişimci İşadamları Vakfı
KOBİ	- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
MÜSİAD	- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
Ort.	- Ortalama



GİRİŞ

İnsanların davranışlarını yönlendiren etmenlerin başında sahip oldukları ahlaki değerler büyük önem arz etmektedir. Bu değerlerin kaynağı ister dini inanç sistemleri ister başka ideoloji ve sistemler olsun, sahip olunan değerler insanın yaşantısındaki tüm fiil ve davranışlarına önemli ölçüde etki gösterir. Dünya yaşamının en önemli meselelerinden biri olan iktisadi faaliyetlerde de bu değerler aynı şekilde etki göstermektedir. İslam dini, müntesiplerine hayatın her sahasında olduğu gibi ticari ilişki ve iktisadi faaliyetlerinde de emir, yasak ve tavsiye olarak belirli önermeler getirmektedir.

İslam'ın fıkhi boyutu Şeriata uygunluğu açısından davranışların sınırlarını belirlemekte, takva boyutu ise fıkhi boyutunu kapsamakla birlikte daha da hassaslaşan davranışları içermektedir. İslam Ahlakı denilince hem fıkhi boyutu kapsaması hem de niyet olarak İslam'ın ruhuna uygun olarak hareket edilmesi anlaşılmalıdır. Sadece şekli olarak fıkhı uygun olmasını gözetmek, ahlaki davranışa uygun hareket edilmesine hizmet etmeyebilir (Asutay, 2007: 8-14).

Ahlakın din ile eş anlamlı kullanılması ve imanın güzel ahlakla mükemmelleşmesi¹ üzerinde durulması gereken hususlardır. İslam ahlakının önemi ve tanımını, takva boyutu ve ihsan kavramı ile birlikte incelemek gerekmektedir. İhsan kavramı ahlak literatüründe genellikle, "iyiliklerde farz olan asgari ölçünün ötesine geçip isteyerek ve severek daha fazlasını yapmak" (Çağrı, 2000: 544-545) olarak kullanılmakta, ayrıca Hz. Peygamber'in "*İhsan Allah'ı görür gibi ibadet etmendir; çünkü sen O'nu görmeden de O seni görmektedir*" (Buhari, "Tefsir", 31/2, "İman", 37; Müslim, "İman", 1) hadisiyle de insanın tüm fiil ve davranışlarında Allah'ı görüyormuşçasına hareket etmesi anlamına gelmektedir. Böylelikle ihsan kavramı, İslam ahlakının, hem teorik hem pratik yönüyle bir bütün olarak anlaşılması açısından önem taşımaktadır. İslam ahlakının tanımı ve kapsamını temel kaynaklar ve alimlerin görüşlerinden belirlemek gerekmektedir. Buna göre İslam dininin değerlerine göre iktisadi davranışa

¹"Müminlerin iman açısından en mükemmel olanı, ahlâkı en iyi olanıdır." (Buhari, "Edeb", 39).

etki gösteren ahlaki önermeleri yapmak elzem olacak, bu önermeler doğrultusunda da İslam ahlakının iktisadi davranışa olan etkilerini analiz edebilmek mümkün olacaktır. Rasyonel hareket eden (homo-economicus) standart insan modelinin aksine, insanların her zaman çıkarıcı ve rasyonel hareket etmeyebileceği, insanların değer dünyasının olduğu gerçeğini vurgulamak gerekmektedir. Ana-akım iktisat düşüncesine göre insanın aldığı her kararın kendi çıkarına göre olması yönüyle rasyonel olması gerektiği savı, sosyal bir varlık olan insanın psikolojik ve sosyal dürtülerle hareket edebileceği gerçeğini görmezden gelmektedir. Halbuki insanın mal telakkisi, dünya ile kurduğu ilişki sahip olduğu inanç ve değerler ile şekil almaktadır. İnsanın ruhunu gözden kaçırarak, sadece açıklanmış kararlar ile onu değerlendirmek, bireyin toplumla olan çift yönlü etkileşimli ilişkisini görmezden gelmek eksik bilgi üretecektir. İnsanların iktisadi ve sosyal davranışlarını daha doğru anlayabilmek için psikoloji, sosyoloji, felsefe, ilahiyat ve tarih gibi alanlardan faydalanılarak disiplinler arası araştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu çalışma böyle bir multidisipliner yaklaşımın sonucu olarak ortaya konulmuştur.

Çalışma genel kapsamda teorik bölüm ve uygulama-analiz bölümü olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Teorik bölümün ilk konusu olan “Ahlak” başlığı altında öncelikle felsefi açıdan ahlakın tanımı, temeli ve kaynağı konuları araştırıldı. İnsanın davranışlarını belirleyen ahlakı araştırabilmek için de ahlakın tanımını ve kaynağını belirlememiz gerekmektedir. Ahlak insanla alakalıdır, bu sebepten ötürü ahlakı tanımlamak için öncelikle insanın ne olduğu sorusunu araştırmamız gerekmektedir. İnsanın mahiyeti hakkında öne sürülen fikirleri incelediğimizde nihayetinde dinlerin ve felsefelerin bu konuda söyledikleri karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda hem dinler hem felsefi akımlar ahlak meselesini insanın mahiyetine getirdikleri açıklamalara göre tanımlamaktadırlar (Görgün, 2016: 2). Her inanç sisteminin kendine özgü bir ahlak anlayışına sahip olması, temelinde insana getirdiği tanımla alakalıdır. Ahlakın pratik yansımaları olarak, davranış anlamak için insan tanımı, ahlak ve davranışın birbiriyle ilişkili olduğunu bilerek araştırma yapmak gerekecektir. Bu çalışmanın temelinde ahlaki değerler olduğu için bilhassa “ahlak” konusunun derinlemesine araştırılması gerekiyordu. Bu sebepten ilk olarak ahlakın felsefi olarak tanımı ve temellendirilmesi konularında belli başlı klasik eserler değerlendirildi.

Ahlakın ekonomiye etkileri konu başlığında Weber'in meşhur "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" kitabıyla dinin iktisadi davranışa nasıl yön verdiği, Sabri Ülgener'in "İktisadi Çözümlemenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası" eseriyle de zihniyetin iktisadi anlayışa nasıl etki ettiği anlamlandırılmaya çalışıldı. Bunun haricinde iktisadi sistemlerin yapısını anlayabilmek için başta devrin ekonomik şartlarıyla birlikte modern kapitalist sistemin teşekkülünü ve neo-liberalizme evrimini araştırmak, tarihsel süreçteki iktisadi gelişmeler üzerine derinleşmek gerekiyordu. Modern kapitalizmin çıkış sürecinde Protestan ahlakının etkili olduğu düşüncesini ortaya koyan Weber, kapitalizmin tarih içinde var olduğunu kabul etmekle birlikte modern kapitalizmin kendine özgü bir ruhu olduğu ve bunun da Protestan ahlakıyla ilişkili olduğundan bahsetmektedir (Weber, 2011: 16, 23). Mevcut iktisadi yapının kökenlerinde dini ve ahlaki değerlerin etkisini aramak orijinal bir araştırma konusudur ve diğer sistemler için de böyle bir ilişki tespit etmek ahlak ile iktisadi faaliyetler arasındaki ilişkiyi anlamak ve karşılaştırmasını yapabilmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Ahlak ve iktisat ilişkisini anlamak için ilk olarak iktisadi davranışın tanım ve kapsamını incelemek gerekir. "İktisadi davranış nedir?", "Ne tür işler ve faaliyetler iktisadi davranışın kapsamına girer?" gibi soruların cevapları araştırılarak insanlık tarihi içinde iktisadi davranışın temeli belirlenmeye çalışıldı. "Ahlak" ve "İktisadi Davranış" konularının birbiriyle etkileşimiyle oluşan araştırma sorumuz olan "Ahlak ve İktisat İlişkisi" konusunda iktisat disiplininin felsefi temelleri ve oluşum dinamiklerine temas edilmekte, bilim felsefesi perspektifinde iktisat disiplinindeki metod tartışmaları ve değişime değinilmektedir. Bu tartışmalar neticesinde ahlaktan ayrılan iktisat biliminin içinde şekillenen rasyonalite kavramı irdelenecektir. Böylelikle ahlak ile ekonomi arasındaki ilişkiyi konu edinen üçüncü bölüm; ahlak felsefesi, iktisat tarihi, bilim felsefesi, din sosyolojisi ve son olarak da davranışsal iktisat yaklaşımı doğrultusunda değerlendirmeler yapılarak bitirilecektir.

Dördüncü bölüm "İslam Ahlakı ve İktisat İlişkisi" başlığında ilk olarak İslam ahlakının tanımı ve kapsamının belirlenmesi, dini kaynaklardaki yeri ve öneminin tespit edilmesi gerekecektir ve böylece temel İslam ahlak değer ve kavramlarının

muhteviyatına temas edilecektir. Sonrasında Hz. Peygamber ve Hulefa-i Raşidin dönemi, bilhassa Medine Pazarı iktisadi faaliyet ve uygulamalar açısından incelenecektir. Naslarla belirtilmiş iktisadi hükümler ve uygulamada gerçekleşen olaylar temel kaynaklar ve ikincil kaynaklar yardımıyla derinlemesine araştırılacaktır. Bu minvalde araştırma konumuzun temel taşı olan İslam iktisat düşüncesi bağlamında belli başlı eserler tetkik edilerek günümüze kadar olan tarihi süreç içerisinde seçilmiş dönemlerde, İslam devletleri ve toplumlarında gerçekleşen iktisat politikaları ve uygulamalar genel boyutlarıyla incelenerek önemli hususlar tespit edilecektir. Böylelikle tüm bu araştırmalar sonucunda İslam iktisat düşüncesine (sistemine) uygun ölçütler belirlenebilecektir.

Çalışmanın nihai hedefi günümüz iktisadi faaliyetlerini tespit edebilmektir. İslam ahlakının Müslüman bireyin iktisadi davranışına olan etkisinin ampirik bir çalışmayla analiz edilmesi hedeflenmektedir. Bunun için “İslam dindarlığı, ahlaki değerler ve bireyin iktisadi davranışları” arasındaki ilişki İslami değerler sistemi kapsamında oluşturulacak parametreler ile belirlenecek ve bu doğrultuda tüm bu çalışmadaki araştırmalar ile temellendirilmiş kapsamlı bir anket çalışması hazırlanacaktır. Buna yönelik dindarlık ve İslam ahlakına göre iktisadi davranış (kazanma ve harcama) ölçekleri kullanılacaktır. En sonunda bütün bu nicel veriler yardımıyla, İslam ahlak değerlerinin Müslüman bireyin iktisadi davranışına olan etkisi analiz edilecek ve böylelikle araştırma sorularına cevap verilmeye çalışılacaktır.

1. İslam ahlak değerleri Müslüman bireylere iktisadi faaliyetlerinde ne tür önermeler (emir, yasak ve tavsiyeler) bildiriyor?
2. Günümüz dünyasında, İstanbul örneğinde, iş insanları iktisadi faaliyetlerini, mensup oldukları İslam dininin ahlaki öğretilerine uygun olarak gerçekleştiriyorlar mı? Nasıl gerçekleştiriyorlar?

1. AHLAK VE İKTİSAT İLİŞKİSİ

1.1. Ahlak: Konusu, Temeli ve Gereğesi

1.1.1. Ahlakın Tanımı ve Konusu

Ahlak kelimesi Arap dilinde “tabiat, huy, seciye (karakter)” gibi manalara gelen *hulk* kelimesinin çoğulu olup İngilizcede ise buna karşılık ‘*moral*’ ve ‘*ethik*’ kelimeleri kullanılmaktadır. Moral kelimesi köken olarak “hal, karakter, hareket tarzı” anlamlarını içeren Latince ‘*moralis*’ kelimesinden gelmiştir (Çağrıcı, 1989: 1; Kılıç, 2012: 1). Ahlakın Latince karşılığı ‘*moral*’ iken Grekçede bu kavramı aynı manayı ihtiva eden ‘*ethik*’ kavramı karşılmaktadır. Karakter ve alışkanlık manasına gelen *ethos*’dan türetilen etik, Aristoteles tarafından karakter ilmi olarak tanımlanmıştır. Etimolojik köken ve anlamsal yakınlıklarına mukabil genellikle eş anlamda kullanılan ‘*moral*’ ve ‘*ethik*’ kavramları zaman zaman da farklı anlamlarda kullanılabilir. Ayrım farklılığı ahlakın (moral) yaşanan olgusal bir şey olması, etiğin ise ahlak üzerine düşünme yani ahlak felsefesi olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır (Poyraz, 2016: 45-46).

Felsefe insan ile alem arasındaki ilişkiye dair düşüncelerden doğan bir ilmi disiplin olarak insanın üç davranış tarzına (bilmek, etmek ve yapmak) tekabül eder. Klasik Yunan felsefesinde (Aristoteles) kabul edilen sınıflandırmaya göre, bilmek üzerine fikir yürütme: teorik felsefe (Fizik, Matematik ve Metafizik); etmek üzerine fikir yürütme: pratik felsefe (Ethika, Oikonomia ve Politika); yapmak üzerine düşünceden de: estetik yani sanat felsefesi (Şiir, Müzik ve Mimari) meydana gelir (Ülken, 2016: 11-13). Teorik ilimlerin amacı ilk ilkeyi bulmak iken pratik ilimler insanın eylemlerini konu edinir. Aristo'ya göre, pratik alanda bilgi eylemden önce gelir ve elde edilen bilginin eyleme etki etme imkânına sahip olması bakımıyla pratik ilimler, teorik ilimlerden farklılaşır. Böylelikle pratik ilimlerin amacı, elde edilen bilginin mahiyetine göre insan davranışlarını açıklamak ve düzenlemek olur (Bıçak, 1997: 183, 187).

Ahlak, bilmekten icra etmeye yani teorik felsefeden pratik felsefeye geçmektir ve öncelikle insanın, iyi ve kötünün mahiyetini bilmesi ve ahlaki davranışını

temellendirmesi ve gerekçelendirmesi gerekmektedir. Ahlak insanla birlikte ortaya çıkar. Toplumun içinde yaşayan birey olarak insan, sosyal ve iktisadi sistemler içinde yaşamak için birtakım değerlere ihtiyaç duymaktadır. Nitekim toplum düzeninin sağlanabilmesi için de çeşitli kural ve yaptırımlar gerekmektedir (Demir, 2013b: 83; Görgün, 2016: 8; Ülken, 2016: 29-30). Dolayısıyla ahlak, bir yandan bireyin varoluşsal anlamı ile yaşam tarzı arasındaki tutarlılığın gerekliliğini ortaya koyarken, diğer yandan da toplumsal yaşantının sonucu olarak diğer bireylerle belirli düzen ve uyum halinde yaşamak için gerekli düzenin sağlanmasına yardımcı olmaktadır.

1.1.2. Ahlakın Temeli, Gerekçesi ve Müeyyidesi

"İyi ve kötünün temellendirilmesi nasıl yapılmaktadır?", "İyi neye göre iyi, kötü neye göre kötü olarak nitelendirilmektedir?" gibi sorular ahlakın temeline ait sorular olup "Neden ahlaklı olmalıyım?" sorusuna ise her ahlak teorisi kendine özgü açıklama yapmakta ve yaptırım önermektedir. Ahlakın temeli konusunda çeşitli felsefi düşünceler tarafından farklı temellendirmeler öngörölmüş, literatürde ise ahlakın temeline yönelik *haz, fayda, akıl, duygu, toplum, tanrı/din* gibi çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu çalışmada ilgili literatürden (Arslan, 2012; Cevizci, 2014; Kılıç, 2012; Özturan, 2015; Ülken, 2016) faydalanılarak hususi bir tasnif yapılmıştır.

i. Duygu: Haz, Fayda

Ahlakın temel kaynağı olarak insan tabiatındaki duyguları gören görüşün en önemli temsilcisi David Hume'dur. Hume, herhangi bir eylemin olgusunda ahlakiliğin olamayacağını ve eylemin kendisinde erdemliliğin bulunamayacağını, eyleme yönelik ancak geri plandaki duygular, tutkular, düşünceler ve hazların varlığının olduğunu belirtir. Eyleme yönelik gerçekleşen olgunun akılla değil duygu ile bir onaylama-onaylamama şeklinde gerçekleştiğinden söz eder (Hume, 2009: 316).

Hedonizm olarak adlandırılan hazcı anlayışa göre insan davranışlarının temel amacı acı ve endişelerden kurtularak mutlak hazzı ulaşmaktır. Haz verenin iyi, acı verenin kötü olduğu düşüncesi hedonist ahlak düşüncesinin temel varsayımdır. Ahlaklı olmanın gerekçesini; hazzı ulaşma ve elemenden kaçınma olarak tanımlayan bu ahlak

düşüncesinde yaptırım ise insan için sonucunda yaşadığı acı veya haz duygusuna bağlı olarak gerçekleşen duruma ulaşma veya kaçınma durumudur. (Kılıç, 2012: 8-9).

En önemli temsilcileri Jeremy Bentham ve John Stuart Mill olan, ayrıca Yunan hedonizminin modern versiyonu olarak da tanımlanan faydacılıkta ise ‘*utilitarizm*’ ahlakının esası, ahlakı hazda aramak suretiyle faydaya ulaşılacağı fikridir. Faydayı ahlaklılığın temel gerekçesi olarak alan bütün faydacı ahlak düşünceleri; zararlı olanın kötü, faydalı olanın da iyi olduğunu kabul ettiklerinden dolayı faydalı olanı yapma zararlı olandan kaçınmayı telkin ederler Bu ahlak teorilerinde haz anlayışı ile benzer olarak faydadan mahrum kalmak ve zarara uğramak şeklinde bir yaptırım düşüncesi vardır (Ülken, 2016: 87, 277).

ii. Akıl: Mutluluk, Vazife

Sokrates’ten itibaren, Platon ve Aristo'nun ahlak anlayışlarının ortak gayesi insan mutluluğudur, objektif doğruluk esastır. Eudaimonia (mutluluk) düşüncesi bu dünya ile ilgilidir (Ülken, 2016: 35, 38). Bu ahlak düşüncesinde ahlak, akıl ile temellendirilir. İyi, güzel ve doğru aynı olarak görülür. Mutluluğa erişmek temel gayedir ve ona ulaşmak için çeşitli araç ve yöntemler vardır. Aristo’ya göre mutluluğa, her şeyde itidali gözeterek erdemli olmak ile ulaşılır. Erdem eylemin sürekli tatbik edilerek alışkanlık kazanılması ve bu durumun karakter halini alması ile mümkündür. Erdemli olmak aşırılıklardan uzaklaşarak ölçülü hareket etmeyle, mutedil olma ile mümkün olur. Böylelikle insan erdemli olmak suretiyle mutluluğa erişir. Toplumsal mutluluk da ancak insicama uygun hareket etmek ve adalet ile sağlanır (Aristoteles, 2015: 1104a 27; Ülken, 2016: 36, 38).

Ahlak yasasının insan tarafından ancak *a priori* olarak akıl ile bulunabileceğini belirten Immanuel Kant'a göre ahlaklı olmanın en önemli sebebi kesin buyruğa başka bir şey gözetmeksizin uymaktır. Kesin buyruk tektir ve evrensel bir ilke olmasını isteyebileceğin bir maksime (ilke) göre eylemde bulunmaktır: “*Öyle bir davranışta bulun ki, eyleminin maksimi bu davranışla evrensel bir yasa olabilsin*” (Kant, 1995: 4, 38). Vazife ahlakı; yapılan eylemlerin bireysel eğilimden dolayı değil, vazife bilinciyle sadece yasaya uyma niyetiyle yapılmış olmasıdır (Kant, 1995: 15, 58). Kant’a göre

ahlaki eylemler sadece kişinin otonomisine, özgürce kendi aklıyla yasa belirleyip ona uymasına bağlı olmalıdır. Bu otonomi anlayışı içerisinde harici bir ahlaki yaptırım öngörülmemektedir (Özturan, 2015: 185).

iii. Toplum ve Devlet

Toplum ile birey arasındaki ilişki; bir taraftan toplumun bireyin üzerinde buyurgan ve bireyin üzerinde otorite sahibi bir kurum olması, diğer taraftan bireyin toplumun parçası bir kişi olarak onu sevmesi ve ona ait hissetmesi şeklindedir. Böylelikle toplum harici ve üstün bir kurum halini alarak bireye ahlaki talimatlar verir ve bireyin iradesini kendi otoritesine bağımlı hale getirir (Özturan, 2015: 92).

Esasında birey toplum tarafından ayıplanmaktan ve dışlanmaktan çekinir, diğer insanların beğenisini ve takdirini kazanmak ister. Bundan dolayı kişi toplumun tepkisine sebep olacak davranışlardan kaçınmaya çalışır. Ahlaka mugayir bir davranış yaparken herkes başkaları “ne düşünür/der” endişesini taşır. Bu yönüyle toplum tarafından ayıplanma ve beğenilme kaygısının bireyin ahlaki davranmasında önemli bir yaptırım rolü vardır (Çağrı, 2015: 187; Güngör, 1995: 148).

iv. Din: Tanrı ve Ahiret İnancı

Din ile temellendirilen ahlak teorilerinin ayırt edici özelliği, ahlaki ilkeleri ve teorilerini, Tanrı varlığına ve Tanrı buyruğu olan vahye bağlayarak inşa etmiş olmalarıdır. Bununla birlikte bu teoriler ahlaki prensiplerin belirlenmesinde, akıl ve vahye verdikleri öneme göre farklılık gösterebilmektedirler (Kılıç, 2012: 85).

İnsanlara ahlak ilkelerini, insani sorumluluk ve mesuliyetlerini, toplumsal yaşam için gerekli kanun ve düzenlemeleri ilk olarak uygulayarak gösteren dindir. Dini temel haricinde sadece akli temellendirmeye oluşturulmuş ahlaki kurallar, bu teoriye inanmış fikir adamları için kanun hükmünde olsa da geçici arzu ve heveslerine göre yaşayan geniş halk kitleleri için bu kurallara göre hareket etmek gerekli görülmez. Ahlak prensiplerinin en önemli yaptırım gücü dindedir. Ahlak kurallarının tatbik edilmesine yönelik en kuvvetli müeyyide; mutlak güç sahibi olan Allah'ın, insanları

bu dünyada yaptıklarına karşılık öbür dünyada hesaba çekeceğine olan ahiret inancıdır (Babanzade, 2014: 5-6).

1.1.3. Ahlak Meselesi: Değerlendirme

İnsan sosyal bir varlık olarak birlikte yaşadığı insanlarla sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. Ne kadar yukarıda irdelenen bazı ahlak teorilerine göre insan tabiatının sadece kişisel haz/fayda peşinde olduğu kabul edilse de, esasen insan sosyal bir varlık olması sebebi ve birlikte yaşamın ona dayattığı şartların gereği olarak kişisel fayda ile toplum arasında dengeyi bulma ve toplumun öngördüğü ahlaki kurallara uyma eğilimindedir. Toplumsal ahlak kurallarına uyarak kişi, insanlar nezdinde itibarlı ve beğenilen biri olurken aksi şekilde davranmasıyla da çevresindeki insanlar tarafından ayıplanma, kınanma ve hatta dışlanma yaptırımlarına maruz kalmaktadır.

Ahlak, din ve hukuk gibi insani değerler sistemleri, insan özgürlüğüne getirdikleri sınırlamalar ve düzenlemeler ile birlikte insanlara, toplum içinde beraber huzur ve güven içinde yaşama imkânı oluştururlar (Kılıç, 2015: 28). Toplum ve devlet; bireyin, içinde yaşadığı toplumun ahlaki kurallarına göre hareket etmesini sağlar, onu birlikte yaşadığı insanlarla huzur ve barış içinde hayat düzeni kurması için teşvik eder, aksi davranışlara karşı da çeşitli yaptırımlar uygular. Bununla birlikte toplumda ahlaki bilinç yeterince güçlenmemişse, sadece hukuki yaptırımlar uygulayarak toplumsal barış ve huzur ortamını oluşturmak mümkün olmaz (Çağrı, 2015: 176).

Ne kadar felsefi öğretilerin toplumlar üzerinde etkisi çok ise de felsefi kuramlar insanların zihin dünyasına derinlik katmakla birlikte manevi dünyalarına yeterince etki gösterememekte, ahlaki öğretilerin içten bir şekilde uygulanıp yaşanması yönüyle din ve inanç kadar etkin ve başarılı olamamaktadırlar. Zira dini temellendirme dışındaki ahlak teorilerinde ölümden sonra hesap verme müeyyidesi (cennet mükafatı ve cehennem caydırıcılığı) ve Tanrı'nın rızasını kazanma gibi daha ulvi bir amaca ulaşma motivasyonu yoktur. Dahası Tanrı ve ahiret inancı, hukuk zoru ve toplumsal baskının olmadığı durumlarda dahi insanların akıllarına ve kalplerine erdemli olmayı yerleştirerek, ahlaki davranışı daha etkin ve sürekli hale getirir. (Babanzade, 2014: 5; Yaran, 2015a: 100).

1.2. Ekonomik Faaliyet ve İktisadi Davranış

İnsanın hayatını idame ettirebilmesi için başta yiyecekler olmak üzere çeşitli ihtiyaç maddelerine muhtaç olduğunu belirten İbn Haldun'a göre insan, hayvan ve bitkiler gibi kendi başına etrafındaki şeylerden doğrudan faydalanarak hayatını devam ettiremez. Bu sebepten dolayı insanlar bir araya gelir ve toplum içinde birlikte yaşarlar. Böylelikle insanlar çeşitli ihtiyaçlarını birbirleriyle yardımlaşmak suretiyle iş bölümü yaparak görürler (Kozak, 1999: 20-21).

İnsanlar ihtiyaçlarını karşılamak ve isteklerini tatmin etmek için doğal çevrede bulunan eşyayı/materyalleri kullanarak ekonomik eylem güderler. Dünyada her insan tüketici, pek çoğu da üretici konumundadır (Srivastava, 1992: 1). En düşük düzeydeki gereksinimler için dahi insan başkalarının ürettiği mal veya hizmetlere ihtiyaç duymakta ve bunun karşılığı olarak da kendisi mal veya hizmet sunmak zorundadır, bu değişim de ancak mübadele yoluyla gerçekleşir. Mübadele, tarafların karşılıklı anlaşmaları neticesinde mal veya başka avantajları bir bedel karşılığı değiştirmeleridir. İnsanın ihtiyaçlarını karşılamak için bir şeyler üreterek varlığını devam ettirmesi, iktisadi faaliyetin insan için öncelikli ve zorunlu bir eylem olduğunu göstermektedir (Kozak, 1999: 21; Smith, 2016: 14-19; Weber, 1978: 72). Bundan mütevellit ekonomik faaliyetler insanlık tarihiyle birlikte başlamış; üretim, tüketim ve bölüşüm meseleleri ekonomik faaliyetlerin temel unsurlarını oluşturmuştur.

Max Weber'e göre eylem, ancak fayda sağlamak isteğiyle yapılır ve bu fayda üzerinden kişisel tatmin (nutzleistungen) elde edilirse iktisadi yönelimli olur. İktisadi davranış; bir kişinin, eyleminin ardındaki temel dürtüsü, ekonomik amaçlar doğrultusunda kaynaklar üzerinde barışçıl yolla kontrol sağlamasıdır. Rasyonel iktisadi davranış ise iktisadi amacın gerçekleşmesi için üzerinde düşünülmüş planlı bir eylem tarzı ile yapılmasını gerektirir. İktisadi davranış sadece doğrudan tüketim ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların tatmini temelinde ele alınmaz, bunun yerine fayda talebi ve bu talebi karşılamaya yönelik tedarikin sağlanması gerçeğinden hareket etmek gerekir. Böylelikle iktisadi davranış, ekonomik sonuçları elde etme bilinciyle tedarikin sağlanması eylemidir (Weber, 1978: 63-64).

1.3. İktisat Disiplininin Felsefi Temelleri ve Oluşum Dinamikleri

1.3.1. Oikonomia'dan Ekonomi'ye İktisat Düşüncesinin Değişimi

Ekonomik düşünce (economic thought) ve ekonomik analiz (economic analysis) ayrımı yapan Joseph Alois Schumpeter, ekonomik düşünceyi herhangi bir zaman diliminde insanların ekonomik konulara ve kamu politikalarına gösterdiği ilgi ve toplum nezdinde yaygın olan ekonomik düşüncenin toplamı olarak tanımlamaktadır. Schumpeter'e göre ekonomik analizde, analizi yapan kişinin yaşadığı dönemin ekonomik düşüncesi kenara atılmamakla birlikte tarihsel değişimler ve dönem şartları ana odak noktası olmamalıdır. Rekabetçi fiyata getirilen açıklamaların bilimsel ilerlemeye bağlı olarak kullanılan tekniklerin değişimiyle birlikte farklılaştığını vurgulayan Schumpeter, bilimsel çalışmanın ürünü olan ekonomik analizde, rekabetçi fiyat örneğinde olduğu gibi (ekonomik düşüncenin tarihsel gelişiminden bağımsız olarak) ekonomik konularda yapılan analizlerin zaman içinde değişimini incelemektedir. Ekonomik düşüncenin antik zamanlardaki teokrasilerde ortaya çıktığını söyleyen Schumpeter, ekonomik analizin tarihinin ise Grek dönemiyle birlikte başladığını belirtmektedir (Schumpeter, 1994: 38-39, 52).

Aristoteles'te kabul edilen sınıflandırmaya göre pratik ilimler; Ethika, Oikonomia ve Politika olarak tasnif edilmiştir. *Ethika/Ahlak* insanın tekamülüyle ilgilenirken, *oikonomia/ilm-u tedbiru'l-menzil* ev idaresi ve aile ilişkisi konularıyla alakalı ve *politika/siyaset* ilminin içeriği ise, ülkenin ve toplumun faziletli yönetimine dairdir (Aydın, 1989: 10). Pratik felsefenin altındaki bu üç konunun bireyden topluma doğru birbirlerini tamamlar bir bütünlük içinde olmaları, pratik felsefenin hayatla olan ilişkisinin ne denli kapsamlı bir fonksiyona sahip olduğunu göstermektedir. Aristo'ya göre, pratik ilimler insanın eylemlerini konu edinir ve pratik alanda bilgi eylemden önce gelir. Pratik ilimlerin amacı da elde edilen bilgi mahiyetine göre insan davranışlarını açıklamak ve düzenlemektir (Bıçak, 1997: 183, 187).

Hem oikonomia hem de ilm-i tedbir-i menzil konusunu ele alan müellifler ekonomi konusuna, insanın diğer varlıklardan yapısal farklılığına, antropolojik açıyı ele alarak başlamışlardır. Evin varoluş sebebi; insanın kendi başına yaşamaya yeterli olmadığı,

gıda ve barınma ihtiyacını ve elde ettiği yiyeceği saklamak için bir meskene ihtiyaç duyduğu gibi antropolojik gerekçelerle açıklanmıştır. Bu dönemlerde ekonomi; herkesin hayatını idame ettirmek için gerekli gıdaya, ailesiyle birlikte yaşayabileceği bir eve, evin içinde güven duyup evine göz kulak olacak bir eşe ihtiyacı temel alınarak incelenmiştir (Orman, 2011: 330-331).

Aristo'ya göre khremastik (servet edinme) ile oikonomia (ev idaresi) farklı hususlardır. Ev idaresinde gaye, hane için gerekli ihtiyacı temin etmek iken, servet edinmede ise elde edilen şeyi kullanmaktır (Aristoteles, 1963: 1256a, 3-12). Bununla birlikte servet edinmenin, khremastikin iki türü olduğundan bahseden Aristo, ilkinin ev idaresi altında elde edilen doğal zenginlik olarak görür. İkincisini ise malın kullanımı için olmayan, mübadele için yapılan ticari zenginlik olarak hoş görmeyen Aristo'ya göre para kazanmak için yapılan böyle bir servet edinmenin sınırı da yoktur (Aristoteles, 1963: 1257b, 18-24).

Aristo ile Adam Smith arasındaki iki bin yıllık dönemde iktisadi meseleler daha çok ahlak ve politik konular üzerinden incelenmiştir. Örneğin faiz konusu hem doğudaki hem batıdaki filozoflar tarafından hakkaniyet ilkesi bağlamında incelenmiştir (Hausman, 1998: 211). Grek döneminden modern zamana geline süreçte ekonomi; oikonomia ve ilm-i tedbir-i menzil kavramları önceki bölümde incelendiği üzere, insanın evinin ve ailesinin ihtiyaçlarını temin etmesi anlamında kullanılırken, modern zamanla birlikte ekonomi kavramı, oikonomia'dan khremastik'e dönüşerek çok geniş iktisadi ilişki ve kurumları bünyesine katarak başlı başına bir disiplin haline gelmiştir.

1.3.2. İktisat Disiplinin Oluşum Dinamikleri: Merkantalizm, Sanayi Devrimi, Newton Fiziği ve İskoç Aydınlanması

i. Merkantalizm, Sanayi Devrimi ve Newton Fiziği

Modern iktisat düşüncesinin oluşumuna tarihsel perspektiften baktığımızda dünya tarihi iki ekonomik devrimle büyük değişim geçirmiştir. Bunların ilki M.Ö. 8 binli yıllarda ortaya çıktığı düşünülen avcılık ve toplayıcılık ile geçinen insanları, toprağı ve hayvanları kullanmak suretiyle ürün elde eden insan topluluklarına dönüştüren tarım devrimidir. İkincisi ise 18.yy'da başlayan ve süreç içerisinde tarımla uğraşan

toplulukları, fabrikalarda mamul ürün üreten yahut çeşitli şekilde hizmet veren insan topluluklarına dönüştüren sanayi devrimidir (Güran, 2014: 8). Geleneksel toplumdan modern topluma geçiş, üretim tekniklerinin değişmesi sonucunda sanayileşmenin gerçekleşmesi ile mümkün olmuştur. Toplumların iktisadi gelişiminin merhalelerini beş kategoriye ayırarak inceleyen Rostow, geleneksel toplumu Newton öncesi bilim ve teknolojiye dayanan sınırlı üretim fonksiyonlarına sahip, modern tekniklerin olmadığı zirai faaliyetlerin sürdürüldüğü dönem olarak tanımlamaktadır (Rostow, 1999: 17-18).

16. yüzyıl itibariyle, merkantilist dönemle etkileşim içerisinde, Avrupa'da iktisadi, dini ve toplumsal değişiklikler olmuştur. Bunlar kısaca feodal düzenin yıkılıp merkezi devletlerin güçlenmesi, Katolik kilisesinin din anlayışına karşı Luther ve Kalvin gibi din adamlarının öncülüğünde yeni dini görüşlerin (reform hareketi) ortaya çıkarak bireyselliğin önem kazanması, coğrafi keşifler ile elde edilen kıymetli madenler, yeni ticaret yolları, değişen ekonomik yapı ve ticari kapitalizmin ortaya çıkmasıdır (Savaş, 2007: 139-143; Spiegel, 1971: 76-80).

Orta çağın feodal toplum düzeni ve doğal ekonomi anlayışını reddeden merkantilistler daha akılcı düzenlemeler oluşturmaya çalıştılar ve bu yönüyle politik iktisadın kurucusu görülen fizyokratların öncüsü sayıldılar. Dönemin ticarete dayalı iktisadi sistem anlayışının etkisiyle merkantilizm ismi genel kabul görmüştür. Bununla birlikte ticaret sisteminin etkili olduğu ve devletlerin buna bağlı uyguladığı korumacı sistemi, para ve ticaret politikalarını eleştiren Adam Smith, *Ulusların Zenginliği* eserinin IV. kitabında bu dönemi merkantilizm “the commercial or mercantile system” olarak tanımlayarak döneme ismini veren kişi olmuştur (Savaş, 2007: 137-138; Spiegel, 1971: 98). Merkantilizm olarak adlandırılan 16. ve 18. yüzyılları arasındaki dönemde dış ticareti önemseyen devlet politikaları tartışılırken, 18. yüzyılda ise üretim, dağıtım ve değişim gibi insanın iktisadi etkileşimlerini inceleyen otonom ekonomik sistemlerden bahsedilmeye başlanıyordu. Smith'in *Milletlerin Zenginliği* kitabı da bu tür ekonomik düşüncelerden türetilmiş bir ekonomik sistem inşa ediyordu (Hausman, 1998: 211).

Ticari kapitalizmin etkin olduğu süreçte merkantilist düşünce yapısı etkili olmuş, bununla beraber 18. yüzyılda sanayileşme ile birlikte merkantilizm yerini *laissez faire*, liberal iktisat düşüncesine dayanan sanayi kapitalizme bırakmaya başlamıştır (Kazgan, 2014: 48). 18. yüzyıl itibariyle İngiltere ve Fransa’da yeni gelişen müteşebbis sınıf, merkantilizmin devlet kontrollerine, tekellerine, ayrıcalıklı soylu sınıflarına karşı kendi menfaatlerine yönelik özgürlük ve bireysel girişim olanakları istiyorlardı. Merkantilizme karşıt olarak biriken bu düşünceler perspektifinde liberal iktisat düşüncesi gelişti. Daha sonrasında sırasıyla ortaya çıkan fizyokratlar, klasik ve neo-klasik okullar, iktisat teorisi ve metodolojideki değişikliklere rağmen liberal iktisat düşüncesinin ilkelerini sürdürmüşlerdir (Kazgan, 2014: 51).

Newton’ın fizik bilimi içinde keşfettiği nedensellik ilişkisi olan evrensel doğa yasalarını, fizyokratlar da aynı şekilde ekonomik olaylara uygulamak istiyorlardı². Böylelikle fizik yasaları gibi her yerde geçerli olacak evrensel kurallar keşfedilmiş olunacaktı. “Doğa yasası” anlamına gelen fizyokraside, tabiat alemindeki fizik kanunlarına göre düzenin devam ettiği gibi toplumun da doğal yasalara göre devam etmesi görüşü esas alınmıştır. Merkantilistler zenginliği ticaretle eşdeğer kabul ederken, fizyokratlara göre zenginlik ise doğal düzenin işleyişi olarak gördükleri tarımsal sistem dahilinde üretimdi. Fizyokratlar insanın kişisel çıkarını gözetmesini doğal yaşama uygun kabul etmiş ve ekonomik faaliyetlerin altındaki temel dürtünün de kişisel çıkar olduğunu belirtmişlerdir. Fizyokratlara göre insan kendi menfaatine yönelik kar-zarar hesabını en iyi yapan kişidir ve diğer insanlarla iş birliği yapmasının da kendi menfaatine olduğu bilincindedir. Devletin rolü toplumun güvenliğinin sağlanması, insanların özgürlüğünün ve özel mülkiyetlerinin korunması vazifesi ile sınırlandırılmalıdır. Bunun ötesinde devlet yasalarının değil doğal yasaların işlemesi gerektiğini savunan fizyokratlar, “Laissez faire; Laissez passer (bırakınız yapınlar; bırakınız geçsinler)” sloganları ile de iktisadi sisteme yönelik temel bakış açılarını belirtmiş ve liberal iktisat düşüncesini bu minvalde etkilemişlerdir (Savaş, 2007: 225-230).

² Newton’ın yaptığı keşif dönem düşünürlerini oldukça etkilemiştir. Fizyokratların yaptıklarının bir benzerini de ünlü felsefeci Kant, Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi adlı kitabında, evrensel ahlak yasalarını bulmaya çalışarak yapmıştır.

ii. İskoç Aydınlanması

18. yüzyılın önemli gelişmelerinden biri de İskoç aydınlanması olarak adlandırılan; başta ahlak felsefesi olmak üzere tarih ve ekonomi alanları üzerine yoğunlaşmış düşünce okuludur. Bu düşünce okulunun önde gelen isimleri sırasıyla Francis Hutcheson (ö.1746), Lord Kames (ö.1782), David Hume (ö.1776), Adam Smith (ö.1790), Thomas Reid (ö.1796), John Millar (ö.1801), Adam Ferguson (ö.1816) ve Dugald Stewart (ö.1828)'tir. Lord Kames dışında bu isimlerin hemen hepsinin üniversitede ders veren akademisyen olmalarının da etkisiyle İskoç aydınlanması düzenli bir gelişim göstererek modernleşme sürecinde kıta düşüncesinde etkili olmuştur (Sunar, 2017: 134).

İskoç aydınlanması Hutcheson'ın etik tartışması ile başlamıştır. Etik üzerine tartışmalar, Hutcheson'ın fikirlerinden çokça etkilenen Hume ile daha da derinlik kazandı. Akademisyen olmasının yanında din adamı da olan Hutcheson, “erdemın bizim doğal ve doğuştan ahlaki duygularımıza uyduğu için mutluluk, ahlaksızlığın da doğal ve fitri bir şey olmadığı için acı verdiğini...hazzı istemeyi ve acıdan kaçınmayı, Tanrı tarafından doğaya yerleştirilmiş ilahi emirler” olduğunu belirtti. Hume ise Hutcheson'ın bu görüşlerini esas almakla birlikte, ahlakı Tanrısal bir kaynağa bağlamaktan kaçınarak revize etti (Başdemir, 2005: 28-29).

David Hume ahlakın temel kaynağı olarak insan tabiatındaki duyguları görmüştür. Herhangi bir eylemin olgusunda ahlakiliğin bulunamayacağını, eyleme yönelik ancak geri plandaki duygular, tutkular, düşünceler ve hazların varlığının olduğunu belirtti. Hume'a göre ahlaki davranışın iyi veya kötü olarak değerlendirilmesi, beğenme ve tikslenme duygusundan başka bir şey değildir. Erdem; bir eylemin, kişinin veya düşüncenin bize verdiği haz ile, erdemsizlik de verdiği elem ile birbirinden ayrılırlar. Hume hiçbir eylemin insan tabiatında o davranışı üreten güdüden bağımsız olarak ahlaki iyi olarak nitelendirilemeyeceğini belirtmiştir (Hume, 2009: 316, 321). Hutchison'ın öğrencisi ve Hume'ın yakın arkadaşı olan Adam Smith ise halefi olduğu bu düşünürlerin görüşlerinden de etkilenerek insan ilişkilerinin temel yapısını “doğal sempati” ve “tarafsız gözlemci” gibi kavramlar ile tanımlamıştır (Başdemir, 2005: 29).

Sanayileşmenin başladığı ve ticaretin geliştiği İskoç aydınlanması döneminde geleneksel toplum yapısı değişime uğramaktaydı. Farklılaşan sosyal ve ekonomik sistem hâlihazırdaki ahlak anlayışını sarsmış, iktisadi rasyonelliği baz alan bencil insan davranışlarının şekillendirdiği yeni bir piyasa düzeni ortaya çıkmıştı (Sunar, 2016: 134-135). Arılar Masalı: Veya Kişisel Ahlaksızlar ve Sosyal Yararlar (1714) adlı kitabın yazarı Bernard de Mandeville'e (ö.1733) göre insanların bencilce davranması, kendi menfaatleri peşinde koşmaları, ahlaksızlıklarıyla birlikte gösteriş ve tüketime gösterdikleri meyil, üretimin ve talebin artmasına, dolayısıyla da toplumun zenginleşmesine sebep oluyordu (Buğra, 2013: 95).

Kendi menfaatine koşan insan davranışının kamunun faydasına olduğu düşüncesi İskoç aydınlanması düşünürlerini etkilemekle birlikte onlara göre ahlaki sadece kişisel menfaatle ilişkilendirmek eksiktir; zira kişisel menfaat ile beraber yardımseverlik ve başkalarının duygularına ortak olma (sempati/empati) gibi duyguların da insan davranışlarına etkisi vardır. Bu şekilde inşa ettikleri ahlak teorisinden hareketle Mandeville'nin düşüncelerini revize ederek kamu yararı ile bireysel faydanın çatışmadığını öne sürdüler ve böylelikle değişen iktisadi yapıda yaşayan toplumun da ahlaklı olabileceğini ahlaki olarak temellendirmiş oldular (Başdemir, 2005: 42; Sunar, 2017: 135).

Hutchison ve Hume'ın geliştirdiği ahlak teorisini ekonomiye uygulayan Smith, “doğal sempati” ve “tarafsız gözlemci” gibi kavramları kullanarak, Newton fiziğinden de esinlenerek ahlakın doğal bir çekim yasasına dayalı olduğu düşüncesini öne sürdü. Nihayetinde İskoç aydınlanma dönemi düşünürleri değişen sosyal ve iktisadi düzenle birlikte ortaya çıkan fayda ve üretime dayalı modern piyasa toplumuna, geleneksel zihniyet karşısında kendine özgü, ahlaki temellendirme imkânı sağlamış oldular (Sunar, 2016: 136).

Hülasa İskoç aydınlanması ahlak filozofları insan tabiatındaki duyguları ve bu duygularla oluşan ve gelişen toplumsal geleneği ahlakın kaynağı olarak görmüşlerdir. Bu ekolün temsilcileri tarafından geliştirilen ahlak teorisi, sonrasında

ayrı bir disiplin olarak şekillenecek olan iktisat düşüncesinin oluşumuna zemin hazırlamıştır.

1.4. İktisat Biliminin Oluşumu ve Gelişme Süreci

Adam Smith'in *Milletlerin Zenginliği* (1776) kitabını yazana değin ekonomi pratik felsefenin içinde ethika ve politika birlikte, toplumsal hayatın içine yerleşik (embedded) olarak ele alınırken, genel kabul gören görüşe göre iktisat *Milletlerin Zenginliği* kitabıyla birlikte felsefeden ayrılarak bağımsız bir disiplin haline gelmiştir (Buğra, 2013: 45).

1.4.1. Ahlak Felsefesinden İktisat Bilimine

Glasgow Üniversitende ahlak felsefesi profesörü olan ve 12 yıl boyunca ahlak felsefesi kürsü başkanlığı da yapan Adam Smith, ilk eseri olan *Ahlaki Duygular*'da (1759) sempati üzerine oluşturulmuş olan ahlaki yargıların tabiatını araştırırken, *Milletlerin Zenginliği* (1776) adlı eserinde ise iş bölümü temelinde iktisadi büyümeyi incelemiştir. Smith bu eserde iktisadi büyüme esasında iki temel konu üzerinde durmaktadır, ekonomi işleyişinin analizi ve ekonomide *laissez-fair* politikası. Ekonominin işleyişini analiz ederken zenginliğin nasıl oluştuğunu serbest ticarete ve *laissez fair*'e vurgu yaparak açıklayan Smith, devletlerin doğal düzene uygun hareket ederek ekonomiye müdahale etmemeleri halinde, ekonominin daha başarılı olacağını belirtmiştir (Kazgan, 2012: 70; Raphael, 1985: 40, 57, 73).

Smith ekonomik kalkınmanın, milletler için servetin oluşumu ve refahın artması için iş bölümü fikrine oldukça önem vermiştir ve üniversite döneminde atölye ve fabrikalara ziyarette bulunmuştur (Raphael, 1985: 75). *Milletlerin Zenginliği* kitabının işbölümü üzerine ilk konusunda toplu iğne fabrikası örneğinden bahseden Smith; iş bölümü yaparak çalışan 12 insanın böylelikle 48 bin toplu iğne üretebildiğini, ama eğer işçiler böyle bir iş bölümü yapmayıp tek başlarına çalışsalar her biri günde ancak 20 iğne yapabileceklerini, böylelikle işbölümü verimliliği ile ürettiklerinin en fazla 240'ta birini yapabileceklerini vurgular (Smith, 2016: 6-7).

İş bölümünün verimliliğini toplumsal boyuta taşıyan Smith, iş birliğini sosyolojik bir realite olarak karşılıklı bağımlılıkla ilişkilendirir. İş bölümünün temelinde kişisel çıkarların yattığını ifade eden Smith, böylelikle insanın toplumsal iş birliğinden hem kendisinin hem de diğer insanların avantaj sağladığını belirtir.

“Bir başkasına herhangi bir alışveriş önerisinde bulunanın, yapmak istediği budur: ‘Gereksindiğimi bana verin, siz de benden şu gereksindiğinizi alın.’ Buna benzer her önerinin anlamı, budur.’ Gereksindiğimiz bu lütufların en çoğunu böyle elde ederiz. Yemeğimizi, kasabın, biracının ya da fırıncının iyilikseverliğinden değil, kendi çıkarlarını kollamalarından bekleriz. Onların insan severliğine değil, bencilliğine sesleniriz...Karşılıklı gereksindiğimiz lütufların çoğunu, birbirimizden böyle anlaşma, trampa, satın alma ile elde ettiğimiz gibi, kökeninde iş bölümüne yol açan da bu aynı alışveriş eğilimidir.” (Smith, 2016: 16).

Das Adam Smith problemi olarak bilinen, Alman akademisyenler tarafından ele alınan bu husus; Smith’in Ahlaki Duygular’da insan davranışını temellendirmede en temel dürtü olarak sempatiyi görürken, Milletlerin Zenginliği’nde ise bu dürtüyü kişisel çıkar olarak belirtmesidir (Raphael, 1985:121). Milletlerin Zenginliği kitabından çokça aktarılan yukarıdaki meşhur alıntı ile Smith’in bireysel çıkarı ekonomik işleyin merkezine koyduğu değerlendirmesi yapılır. Smith, döneminde etkili olan bilim mantalitesine uygun olarak insan ilişkileri ve toplumsal yaşam hakkında birleştirici evrensel bir yasaya ulaşma çabasıyla kendiliğinden düzen fikrini esas aldı. Smith böylelikle insanların bencil olduklarını değil, bencillikleri sebebiyle kendi menfaati peşinde koşmalar dahi herkesin çıkarına işleyecek, toplumsal ve ekonomik sistemin var olduğunu ispatlamaya çalışıyordu. Sadece kendi kişisel çıkarı peşinde koşan insan düşüncesini, Smith’in ahlaki olarak doğru kabul etmediğini Mandeville’ye³ verdiği cevaptan anlaşılıyor. Smith’e göre insanların şerefli ve saygın olma isteği ahlaki duyguları yansıtırken, şeref ve saygınlık kazanma isteği bencil dürtüleri gösterir ve Mandeville bu iki duygunun farkını görmezden gelerek, ikisini de bencillik temelinde addederek hata yapmıştır (Buğra, 2013: 94-97). Ahlaki Duygular adlı eserinde

³ Mandeville’e göre insanların bencilce davranması, kendi menfaatleri peşinde koşmaları, ahlaksızlıklarıyla birlikte gösterişe ve tüketime gösterdikleri meyil, üretimin ve talebin artmasına, dolayısıyla da toplumun zenginleşmesine sebep oluyor (Buğra, 2013: 95).

kendiliğinden düzenin etkili olan ilkesi sempatiyen⁴, Milletlerin Zenginliği kitabında kendiliğinden düzeni açıklayan ve toplumsal düzeni birleştiren ilke ise kişisel çıkar arayışı beraberinde mübadele eğilimidir (Yılmaz, 2009: 67).

Adam Smith iktisatı iki amaç üzerine kurgulamıştı. Bunlardan birincisi doğa bilimlerindeki metotları iktisata uygulamak olan bilimsel amaç, ikincisi ise insan üzerinde yaptırım ve baskı yapmadan, doğal işleyişinde seyreden toplumsal düzeni *laisse fair* temelinde kavramlaştırmak olan ahlaki/siyasi amaçtır. 17. yüzyılla birlikte fizik biliminde yaşanan önemli gelişmeler neticesinde sosyal bilimlerle uğraşan düşünürler, Newton'ın fizik bilimi içinde nedensellik ilişkisi dahilinde evrensel doğa yasalarını keşfetmesinden etkilenmişler ve toplumu da evrensel yasalardan yola çıkarak tanımlama çabasına girmişlerdi. Smith'in ilk yazdığı eser astronomi tarihi⁵ üzerineydi ve bu makalede Newton'ın bilimsel teorisini de değerlendiriyordu. Smith, Newton'ın fizik biliminde kullandığı metodu önce ahlak felsefesine sonra da ekonomik olaylara uygulamaya ve böylece fizik yasaları gibi her yerde geçerli olacak evrensel kurallar keşfetmeye çalışıyordu (Buğra, 2013: 91-92; Raphael, 1985: 146).

1.4.2. Neo Klasik Düşünce: Soyutlama Yöntemi ve İktisat'ın Doğa Bilimlerine Öykünmesi

Smith'den sonra iktisatı sistemli bir disiplin haline getiren Ricardo, formel eğitim almamış borsa işiyle uğraşan biriydi. Belki de pratik sahayla bu ilişkisi onu insanın mahiyeti ve buna mukabil ortaya çıkan yöntem sorunlarıyla ilgilenmeyip indirgemeci yaklaşımla daha rahat biçimde soyut iktisadi insan modellemesi yapmasını mümkün kılmıştır. Ricardo'nun yakın arkadaşı Malthus'un, insanların tam bilgi sahibi olmasının mümkün olmadığını ve bu sebeple dış müdahale olmadan arz-talep dengesiyle kendiliğinden düzen içinde işleyişinin mümkün olamayacağı eleştirisine, Ricardo gerçek dünya ile bilim arasındaki farklılığa müracaat ederek cevap vererek gerçeklik ile bilimsel bilgiyi ayırıyordu. Ricardo'nun soyutlama yoluyla kurduğu

⁴ İnsanlar başkalarının mutluluk ve hüznüne ortak olma ve başkalarını da kendi mutluluk ve hüznelerine ortak etme meylindedirler (Buğra, 2013: 97). Smith'in sempati kelimesini kullandığı mana bu tanımla empati kelimesine benzemektedir.

⁵ Eserin tam ismi şudur: "The Principles Which Lead and Direct Philosophical Inquires; Illustrated by the History of Astronomy".

ekonomik modelin, gerçek hayattaki karmaşık durumlara uygulanması ile ortaya çıkan yöntem sorununu göz ardı etmesi, kendisinden sonraki iktisatçılar arasında metod tartışmalarının çıkmasına sebebiyet vermiştir (Buğra, 2013: 115-117).

Ricardo günahı olarak adlandırılan, soyutlamalarla nesnel gerçeklik oluşturma iddiası sonucu soyut ve gerçekliğin birbirine karışması ile ortaya çıkan yöntem sorunu en bariz olarak *homo economicus* ile gerçek insan arasındaki farkta ortaya çıkmaktaydı. 19. Yüzyılın iktisatçıları *homo economicus* figürünün gerçek insanı ve toplumu açıklamada yetersiz olduğunun farkındaydılar. Teori ile pratik arasındaki bu farklılık iktisatı, bilim olarak iktisat (science of political economy) ve sanat olarak iktisat (art of political science) ayırımına götürdü. Böylelikle dönemin iktisatçıları Ricardo'nun günahı olarak adlandırılan hatadan kurtulmuşlardı (Buğra, 2013: 119).

Neo-klasik düşünce ile birlikte iktisat bilimi soyut, tek tip, tarihsiz ve felsefesiz bir söyleme doğru evrilirken, sosyal yapıları dikkate almayan fen bilimlerine öykünen bir sosyal bilim haline dönüşmüştür (İşler & Yılmaz, 2011: 10).

Neo-klasik iktisat düşüncesinin Carl Menger ve W. Stanley Jevons'la birlikte üç büyük isminden biri olan Leon Walras, 1874 yılında yayınladığı Elements of Pure Economics adlı kitabında pür ekonomiyi mekanik gibi görmüş; bireyleri ekonomik molekül, ekonomiyi de sosyal fizik olarak ele almıştır (Eren, 2011: 141). İktisatta ve mekanikte denk gelen terimler karşılaştırmak amaçlı yan yana koyulmuştur (Turk, 2006: 202).

Mekanik

Bir molekül

Uzay

Kuvvet

Enerji

Enerji= Kuvvet x mesafe

İktisat

Birey

Mal ve Hizmetler

Marjinal fayda veya faydasızlık

Fayda

Fayda= Marjinal fayda x mallar

Walras'ın, iktisatın fizik ve astronomi gibi matematiksel bir bilim olması gerektiğini düşünmesinin temelinde Newton'ın fiziği vardır. Nasıl ki evrensel geçerliğe sahip yer

çekimi yasaları ve gezegenler arasında denge var ise, iktisat biliminde de buna benzer yasaların olması gerekir (Eren, 2011: 142). (Ahmed, 2004; Mehmet, 1990)

Elements of Pure Economics (1874) kitabında pür iktisata getirdiği tüm bu yaklaşımlarla birlikte, 1896'da Sosyal Ekonomi (etik) ve 1898'de Uygulamalı İktisat (sanat) adlı kitapları yazarak, Walras iktisatı üç bölüme ayırmıştır. Ona göre bilim (pür iktisat) realiteleri idealleştirerek, gözlem ve açıklama suretiyle gerçekte; ahlak ekonomisi (sosyal ekonomi) iyi-kötü ile ve yeniden bölüşümün adaletli paylaşımı sorunuyla; sanat (uygulamalı iktisat) ise ideallerin gerçekleştirilmesi, faydalı ve faydasız olan şeylerle ilgilenmektedir (Eren, 2011: 145, 147). Bütün bunlarla birlikte Walras pür iktisatta, fizik bilimine öykünerek yaptığı fiyat teorisi ve denge teorisi gibi soyutlamalara ve normatif faktörlerle birlikte, pozitif iktisat yapma uğraşındadır ve ona göre insan soyut ekonomik bireydir (Eren, 2011: 144, 153).

Marjinalistlerin meşhur ismi olan Jevons, Mill'in yeniden şekillendirdiği Bentham'ın faydacı felsefesinden de etkilenecek, iktisatı "fayda ve kişisel çıkar bilimi", en az zahmetle en çok hazzı nasıl ulaşılacağını inceleyen bir bilim olarak nitelendiriyordu. Marjinalistlerin bir diğer meşhur ismi Avusturya okulunun kurucusu olan Menger, soyut-bilimsel ve ampirik-gerçekçi olarak iktisatı iki alana ayırıyordu. Menger'e göre bilimsel iktisat "amaçlarla araçlar arasındaki ilişkiyi, nedret ve seçim olguları temelinde açıklayan bir disiplindir" (Buğra, 2013: 171-174).

1.4.3. İktisat'ta Amaç ve Metodoloji Tartışmaları (19. Yüzyıldan Günümüze)

Marjinalist dönem ile birlikte iktisatta *methodenstreit* (yöntem tartışmaları) süreci yaşandı. Marjinalistlerin soyut, *apriori* yöntemini kullanarak tümdengelim dayalı, gerçek hayattan kopuk iktisat anlayışı Alman tarihçi okulu ve Amerikan kurumsalcı ekol tarafından ciddi şekilde eleştiriliyordu. Tarihçi okulun önemli temsilcisi Schomoller'e göre toplum, sosyal kurumlar ve dolayısıyla iktisatın siyaset ve ahlaktan bağımsız olarak ele alınması mümkün değildi. Bütün bunları gözardı ederek oluşturulacak iktisat anlayışı indirgemeci ve hayatın gerçekliğinden kopuk olacak, dolayısıyla ne uygulama alanında ne de kurumsal alanda geçerli olamayacaktır.

Tarihçi okula göre iktisat İngiliz iktisatçıların belirttiği gibi pozitif bir bilim değil, sosyal düzenlemeler gibi konularla da ilgili ahlaki bir bilimdi (Buğra, 2013: 149-152).

Metot tartışmalarının yaşandığı bu dönemde İngiliz bir iktisatçı olan Marshall ara bulucu bir tavır gösterdi. Ona göre iktisat bilimi kendi başına amaç değildi, ahlakın yardımcısı, uygulama sahasının aracıydı. Marshall, matematiksel modeller kullanılmasıyla beraber aşırı soyutlama yaparak gerçeklikten uzaklaşımamasının gerektiğini belirtiyordu. Marshall'a göre iktisat biliminde ideal olan çalışma; soyutlamaları aşarak gerçek insanın hayatına yaklaşmak ve pratik gerçeklerle uğraşmaktır⁶. Paranın bir amaç değil, araç olduğunu belirten Marshall, paranın insanlar tarafından neden istendiğini ve nasıl kazanıldığının incelenmesi gerektiğini savunuyordu. Marshall'a göre iktisatçı için ahlak hem teorik hem de uygulama sahasındaki çalışmalarında olması gereken bir parçaydı. Bu yüzden iktisatçı insanların sadece iktisadi faaliyetlerindeki amaçlarının ne olduğuyla değil, aynı zamanda neler olması gerektiği üzerinde de çalışmalıdır. Aynı zamanda iktisatın sadece bireysel davranışlar ve amaçlarla ilgilenmesinin yeterli olmayacağını belirten Marshall, toplumlar ve topluluklar içinde insanların davranışları arasındaki farkların incelenmesinin gerekliliğini de vurguluyordu (Buğra, 2013: 155-164).

Lionel Robbins'in 1932 yılında Ekonomi Biliminin Doğası ve Önemi (The Nature and the Significance of Economic Science) adlı çalışmasıyla zenginlik kavramının incelenmesi ile beraber seçim ve kıtlık (scarcity) temelli ve tüm insanları maddi kişisel çıkar dürtüsüyle aynı kabul eden anlayış iktisatta hâkim haline geldi ve bu anlayış bugüne değin iktisatın ders kitaplarındaki temel anlatımı oldu. Böylelikle iktisat, Marshall'ın iktisadi davranış ve ekonomik faaliyetlerin açıklanmasında birçok dürtü ve faktörün incelenmesi tavsiyesi yerine giderek bütün insanların aynı dürtü temelinde iktisadi davranışları yaptığı düşüncesine evrildi (Buğra, 2013: 168).

Felsefeden kopuş sürecinde sosyal bilimciler, doğa bilimlerinin metodolojisini kullanmak suretiyle bilimsel bir disiplin olunabileceği düşüncesinde hareket

⁶ Buğra'nın aktardığı şekilde "Marshall'a göre iktisat, bildiğimiz yaşam uğraşı içinde yaşadıkları ve davrandıkları biçimiyle insanların incelenmesiydi." (Buğra, 2013: 161).

etmişlerdir. Bu durum ilkin 19. Yüzyılda Alman düşüncesinden, ikinci olarak da 1950'lerde ortaya çıkan yoğun bilim felsefesi tartışmalarından etkilenerak, sosyal bilimlerin kendine mahsus kriterlerinin olması gerektiği fikrinin ağırlık kazanması ile ortaya çıkmıştır. Böylelikle sosyal bilimler köklerinde doğdukları felsefe ile bağlarını yeniden kurmuşlardır. Bu süreçte bilimsel çalışmanın sadece rasyonel değerlendirmeler ile yapılamayacağını, doğru bir bilimsel araştırma için sosyolojik gerçeklerin anlaşılması gerektiği düşüncesi bilim felsefesinde etkin olmuştur (Yılmaz, 2011: 39-42).

20. yüzyılın başında pozitivistler, tarihsel ve toplumsal olanın dışlandığı, doğa bilimlerinin metodolojisi doğrultusunda doğrulanabilir bilginin temel alındığı bir bilimsel düşünce dünyası inşa etme çabasına girdiler. Mantıksal pozitivistlere göre bilgi ampirik olarak sınanmalı ve ancak öyle kabul edilmeliydi. Ampirik olarak doğrulama kriteri dışında olan her türlü konu (tarih, toplum, metafizik vb.) bilim dışıdır ve araştırma açısından anlamlı değildir. Pozitivistlerin bu anlayışı kısmen Karl Popper'ın bilimsel araştırma metodolojisi kitabında, bilimsel metotta yanlışlamacılık görüşü ile eleştirilmiş olsa da daha etkili eleştiri Thomas Kuhn tarafından Bilimsel Devrimlerin yapısı kitabıyla gelmiş ve bilim camiasında büyük yankı uyandırmıştır. Kuhn bilimsel ilerleyişte asıl olanın doğrulama ya da yanlışlama yöntemiyle analiz edilen bir birikimin değil, tarihsel ve toplumsal etki ve gerçekliklerle etkilenen paradigma değişimleri olduğu görüşünü belirtmiştir. Böylelikle Kuhn bilimsel araştırmalarda kullanılan tek bir metot olduğu görüşünü eleştirmiş ve böylelikle sosyal bilimlerin kendine özgü metodoloji geliştirmelerine alt yapı hazırlamıştır (Yılmaz, 2011: 46-47).

Bununla birlikte bilim felsefesinde önemli bir çığır açan Kuhn, iktisat metodolojisinde Popper ve Lakatos'a göre daha az etkili olmuştur. Böylelikle ana akım iktisat söylemi kısmen değişse de tümdengelimci, toplumsal ve ekonomik gerçekliğin ontolojisine uzak pozitivist anlayışta devam etmiştir (Yılmaz, 2011: 50).

1.5. Ahlak ve İktisat Etkileşimi

İktisat'ın felsefeyle, dolayısıyla ahlakla ilişkisinin gerek konu gerek isim olarak Grek dönemindeki felsefeye kadar gittiği önceki bölümlerde incelendi. Modern döneme kadar, *Milletlerin Zenginliği* (1776) kitabı yazılana kadarki süreçte, iktisat pratik felsefenin içinde ethica ve politika birlikte, insanın çevresiyle ilişkisini ve ahlaki değerlerini dikkate alan, toplumsal hayatın içine yerleşik (embedded) olarak ele alınan bir alandı. Modern dönemle birlikte iktisat, toplumsal değer ve yaşamla bağlantısız kendi kurallarına göre hareket eden piyasa ekonomisi kavramı çerçevesinde, kişisel çıkarını maksimize etme güdüsüyle hareket eden ekonomik bir toplum varsayımıyla bilimsel anlamda bağımsız bir disiplin haline dönüştü (Buğra, 2013: 49-50, 56; Polanyi, 1957: 43-44, 57).

1.5.1. Rasyonalite Kavramı ve Ahlakdışı (Amoral) Homo Economicus Figürü

Modern iktisat bilimi diğer birçok bilim disiplininden farklı olarak hem ahlak hem de rasyonalite kavramıyla ilişkilidir. Her ne kadar pek çok ekonomist iktisatı, sosyal fenomenleri inceleyen pozitif bir bilim olarak kabul etse de iktisat disiplini normatif bir rasyonalite teorisi etrafında kurulmuş, bununla birlikte bilhassa politika ve toplumsal kurumlar ile belirgin bir ilişki içinde olmuştur. Modern ekonominin insan tasavvurunun temelinde tam bilgi sahibi ve geçişli (transitive) tercihler yapan rasyonel birey anlayışı vardır. İktisatçılar bu tarz rasyonalite kavramlaştırmasının insan davranışlarını açıklamada yetersiz kalacağını belirtmeleriyle birlikte, bu varsayımlardan hareketle inşa edilen rasyonalite anlayışının da esasen normatif bir düşüncenin sonucu olduğu ve ahlak filozoflarının düşüncelerinden doğrudan etkilenecek ortaya çıktığı açıklığa kavuşmuştur (Hausman & McPherson, 1998: 205).

19. yüzyıl iktisatçıları, Smith'in kişisel çıkar temelinde kendiliğinden işleyen doğal düzenine, ampirik bir nitelik katmışlardır. Bunu faydacı felsefenin aracılığıyla kendiliğinden bilme unsurunu kullanarak yapmışlardır. İnsanın, tabiatı gereği varlığı yokluğa tercih etmesi iktisatçıların ampirik olarak kendilerinden bildikleri bir realiteydi. Faydacı felsefe temelinde, insan davranışları hakkında soyutlama yaparak genellemelere ulaşıyorlardı ve bunu kendilerinden biliyorlardı. İnsanın tabiatı gereği

acılarından kaçınması, lezzet duyduklarını artırması temelinde insanı değerlendiren faydacı felsefe, 18. yüzyılda Bentham tarafından geliştirildi. Faydacı felsefenin temel ilkesi de en çok sayıda insana, en çok fayda sağlamak olarak belirlendi. Başta Mill olmak üzere 19. yüzyıl iktisatçıları, fayda temelli ele alınan psikolojik yaklaşım ile kişisel çıkar temelli çıkar uyumunu birleştirdiler ve böylelikle Smith'in bilimsel ve ahlaki iki amacını faydacı felsefeden yararlanarak, beraber gerçekleştirme imkanına sahip oldular. Fizyokratlardan mülhem Smith'in doğal düzen fikri ile elde edilen ilkeler ile faydacı felsefeden elde edilen ilkeler eşleştirildi. Böylelikle kişilerin çıkarlarını maksimize etmesi ile toplumun refahı da artırılmış olacağı düşüncesi doğrultusunda rasyonalite kavramı şekillendi ve *laisse fair* anlayışına uygun biçimde piyasanın en verimli çalışacağı fikri benimsenmiş oldu (Buğra, 2013: 134-137; Kazgan, 2012: 60-62).

Mill'in iktisata en büyük etkisi faydacı felsefenin “insanların hazlarını maksimize etmesi, acılarını ise minimize etmesi” güdüsüyle hareket ettiği yargısını iktisata intibak ettirmesiydi. Daha sonra iktisat marjinalist devrimle birlikte faydacı felsefe anlayışından seçim teorisine evrilse de “hazı maksimize etme” prensibi insan davranışını açıklamasında, iktisat biliminin temel ilkesi olarak kanıksanmıştır (Yılmaz, 2009: 70).

İnsanı, istekleri sonsuz, kaynakların ise sınırlı olduğundan rasyonel seçim yaparak en uygun şekilde yöneten ekonomik insan figürüne indirgeyen *homo economicus* figürü; ahlaki değerlerden azade, toplum ve kültürden izole, kendi kurallarına göre işleyen soyutlanmış bir piyasa toplumunun temel önceliği ekonomik davranmak olan bireyidir. Halbuki hayatın içindeki gerçek insan, toplumsal ilişkiler ile etkileşim içinde olan, ekonomik faaliyetlerini toplumsal yaşam içinde gerçekleştirirken ahlaki değerlerin ve toplumsal kurumların etkisiyle hareket eden bireydir (Buğra, 2013: 35-36).

Asıl mesele iktisat disiplininin soyutlamalar yaparak insanı, *homo economicus* figürü ile sosyal dokudan ayırıştırarak incelemesi olmuştur. Her zaman rasyonel davranan bu ekonomik insan figürü, kişisel çıkar dürtüsü ile hareket ederek faydasını maksimize etme peşindedir. Disiplinin kabul ettiği bu varsayımlar insanın iktisadi davranışını,

insan davranışlarından ayırma temeline dayanmaktadır. Bu ayrımla birlikte toplum, tarih ve ahlakla ilişkisiz *homo economicus* figürü sayesinde, bilimsel metotları kullanarak insanın ekonomik davranışları iktisatçılar tarafından bilimsel amaçları doğrultusunda incelenebilmiştir. Oysa bu figürü ortaya çıkaran iktisatçılar da, ahlakdışı davranan ve sadece kendi çıkarını düşünen *homo economicus* karakterinin, hem insani olarak sevimsiz hem de insan doğasını yansıtmada konusunda sınırlı olduğunu biliyorlardı. Ancak bu tür soyutlamalar aracılığıyla tümdengelimsel, hipotetik yöntemlerle iktisat adına bilimsel çalışma yapılabileceğini düşünüyorlardı (Buğra, 2013: 13-15, 87; Eröz, 1973: 103-105) Ayrıca *homo economicus* figürü sayesinde köylü, şehirli, girişimci veya işçi ayrımı yapmadan çıkar peşinde koşan kişiler olarak herkes aynıydı. Böylelikle ahlak, toplum, sosyal statü ve psikolojik faktörlerden bağımsız olarak iktisadi davranışı incelemek daha kolay ve disiplin açısından mümkün oluyordu (Ülgener, 1940: 352).

Yöntem tartışmalarından 1950'lere kadarki süreçte iktisattaki yöntem anlayışı, rasyonalite kavramı ve *homo economicus* figürü çokça eleştirildi. Ana akım iktisatın önemli temsilcisi Milton Friedman 1953'te "Pozitif İktisadın Yöntemi" adlı makalesiyle rasyonalite kavramını disiplin içerisinde sağlamlaştırdı. Friedman'a göre pozitif iktisadın temel gayesi gözlenmemiş olaylara anlamlı öngörüler yapabilmek için kuramlar geliştirmektir. Böylelikle ana akım İktisat bilimi felsefe ve ahlaki konuları dışarda bırakarak gerçek insan davranışlarıyla uğraşmaktan ziyade doğa bilimlerinin metotlarını kullanarak pozitif bilim olma şeklinde yoluna devam etti (Buğra, 2013: 277-280, 289).

Rasyonel davranan *homo economicus* figürü şu varsayımlarla birlikte kabul edilir (Buğra, 2013: 41):

- i. Kendi kurallarına göre işleyen piyasa mevcudiyeti
- ii. İnsan davranışları kendi çıkarını/faydasını maksimize etmeye yöneliktir
- iii. İnsanlar faydalarını maksimize edebilmek için gerekli tüm bilgiye sahiptirler

1970'lere gelindiğinde ana akım iktisatın yukarıda bahsedilen rasyonalite kavramı davranışsal iktisatın kurucu ismi olan Simon tarafından geliştirilen insanın psikolojik yönlerini de hesaba katan sınırlı rasyonalite (bounded rationality) kuramıyla eleştirilir.

Simon, gerçek hayatta insanın eksiksiz tam bilgi sahibi olmayacağı gerçeğinden hareket ederek, insanın kendi için en iyi olanı seçmesinin de çoğu zaman mümkün olmadığını, dahası en iyi olanı yapmak gibi bir gayesinin de olmayabileceğini öne sürmektedir (Buğra, 2013: 297-299). Bununla birlikte davranışsal iktisatçılar, ana akım iktisatın rasyonalite kavramını ve bencil insan varsayımını eleştirirken neo klasik temelli rasyonel varsayımlar yerine psikolojik temelli açıklamalar yapmakta, fayda fonksiyonunu eksik rasyonalite kavramı temelinde revize ederek seçim teorisini psikolojik gözlemler sonucunda geliştirmektedirler (İşler, 2011: 87-88).

1.5.2. Ahlakın Ekonomiye Etkileri

İnsan yaşadığı toplumun kültüründen ve ahlaki değerlerden tamamen ayrı olarak değerlendirilemez. Ne kadar ekonomik faaliyetler, pozitif iktisat yöntemleri ile manevi öğelerin tesirini yok sayarak incelenmeye çalışılsa da insan eylemleri, içinde yaşadığı toplumdan, inandığı dinden ve sahip olduğu ahlaki değerlerden tesirsiz ve bağımsız olarak ele alınamaz. Dolayısıyla ahlaki değerler ekonomik faaliyet ve iktisadi davranışların biçimine ve muhtevasına etki eder (Ülgener, 1940: 357-358).

Modern kapitalist döneme kadar ekonomik faaliyet yetecek miktarda, maişet temini şeklindeydi. Nitekim Aristo ev idaresi (oikonomia) için geçimlik kazanma ile servet edinme (chremastik) için yapılan mübadele ve ticareti karşılaştırmış ve sadece para kazanmak ve servet elde etmek için yapılan *chremastik*'ayı doğal düzene aykırı bulmuştur. Modern kapitalist için mevzu bahis olan kar elde etme amacı ise basit bir arzudan fazla, *chremastik*'in de ötesindedir. Durmadan çalışma ve neticesinde başlı başına gaye halini alan servetten daha çok servet edinme idealidir (Ülgener, 1940: 359-363).

1.5.2.1. Weber'in Tezi: Protestan Sofu (Asketik) Ahlakı, Meslek Kavramı ve Kapitalizmin Ruhü

Protestanlıkla⁷ birlikte, Katolik mistik sofuluk (asketizm) hayatın dışında manastırlarda yaşanan bir arınma pratiği olmaktan çıkıp, manastırlardan çarşıya

⁷ Lutheryanizm haricinde diğer Protestanlar mezhepler, en başta Kalvinizm ve Püritanizm de bu kavram altında değerlendirilmektedir.

hayatın merkezine sistemli olarak çalışan, zamanını verimli kullanarak mesleğini icra eden dünyevi sofuluğa dönüşmüştür. Kalvinizmle birlikte insan murakabe ile iç alemine kapanarak Tanrı'ya ulaşmak yerine, hayatın içinde Tanrı'nın irade ve emirlerinin aktif bir uygulayıcısı olarak O'nun şanını yüceltmek için düzenli, sistemli ve saati saatine hesaplı bir şekilde çalışan, yani Tanrı'nın onu vazifelendirdiği mesleğine çağrılan insana dönüşmüştür (Ülgener, 2015: 46-47).

Protestanlığın kurucu ismi Martin Luther, meslek kavramını dinsel bir göreve dönüştürmüştür. Almanca "beruf (meslek)" kelimesi "rufen (çağırma)" kökünden gelmektedir. Weber'e göre bu anlamda meslek sözcüğü kullanımı İncilin ruhundan ziyade, o günkü çevirilerden kaynaklanmakta ve meslek sözcüğünün dini görev anlamında kullanımına da ilk defa Luther'in İncil çevirisinde rastlanmaktadır. Protestanlara göre insanın Tanrı'nın rızasını kazanması için dünya hayatındaki aracı; uzlete çekilip sofuluk yoluyla ahlaklılığı aşmak değil, tersine sosyal hayatın gerçeği olan ve üzerine vazife olmuş⁸ olan mesleğini en iyi şekilde yerine getirmektir (Weber, 2011: 45-46). Dikkat edilecek önemli bir husus da Protestanlığın Katoliklikten farklı olarak ahlaki vurgu ve dini mükafatlandırmayı, bu dünyadaki meslek uğraşısı üzerinde yoğunlaştırmış olmasıdır (Weber, 2011: 48).

Hristiyan sofuluğu (asketizm) Protestanlık öncesi dünyadan uzaklaşıp manastırlara yerleşerek inzivaya çekilmiş, dünyayı kilisenin hakimiyetine bırakmıştır. Bu sofuluk anlayışı dünya hayatına çok karışmamış, geçimlik hayatı idealize etmiştir. Sonrasında Protestanlık (en başta Kalvinist ve Püritenler) ile sofuluk anlayışı uzlet hayatından, dünyanın içine hayatı yeniden düzenleme görevine düşüncesine evrildi. Bu bahsedilen dünyevi sofuluk, hayatın içinde işini/mesleğini en iyi şekilde yapmaya çalışmak ama bunu dünya için değil, görev bilinciyle Tanrı'nın şanını yüceltmek için yapmaktır (Weber, 2011: 13, 141).

⁸ Luther'e göre insanın mesleği Tanrı'nın takdir ettiği kaderiydi. O yüzden insan mesleğini değiştirmemeli, ona uyum sağlamalıydı. Kalvinist ve püritenler için ise en verimli yapılabilecek meslek seçilebilirdi. Hatta Püritenler için daha kazançlı bir meslek yapma imkanı, Tanrı'nın o kişiye o işi yapma çağrısıdır (Weber, 2011: 51, 147-148).

Esasen Kalvinizm ve Püritanizm'in itikadi inancı mutlak manada kadercidir ve "Tanrı'nın sonsuz buyruğu" öğretisine dayanır. Bu öğretiye göre, Tanrı dünyanın kuruluşundan önce kimlerin kurtuluşa ereceklerini ve kimlerin ise mahrum bırakılacaklarını değişmez şekilde kesin hükümle belirlemiştir. İnsan kendi hakkında verilmiş bu hükmü yaptıklarıyla değiştirmez. Ancak kendi hakkında verilmiş kararı anlayabilmek için kendi durum ve davranışlarına bakabilir. Eğer kişi Tanrı'nın şanını yüceltmek için çağırıldığı görevi (meslek) hakkını vererek, düzenli ve alçakgönüllülükle yapıyorsa, bu durum onun Tanrı tarafından seçilmiş ve sevilen bir kul olduğuna işaret eder (Ülgener, 2015: 47-48; Weber, 2011: 95-96).

İşte bu yüzden Kalvinist ve Püritene göre dünyada insan vaktini boşa harcamamalı, kurtuluşunu garantilemek için görevini en iyi şekilde yapmalıdır. Zamanını boş geçirmek ve çalışmamak günahların en büyüğüdür. Tanrı'nın şanını yüceltmekten alıkoyan her saat kayıptır. Baxter'a göre zaman Tanrı'ya hizmet etmek için verildiğinden kendi mesleğini yapmayan veya tembellik gösterenler Tanrı'ya hizmet etmeye zamanı olmayanlardır. Zenginleşmek, mesleki sorumluluğun ifası olarak Tanrı için çalışmak gayesiyle ahlaki görülmüştür (Weber, 2011: 144, 148).

"Tüketimi, özellikle lüks tüketimi sınırlandırmış; buna karşılık mal edinmeyi, geleneksel ahlaktaki psikolojik duyguların engellemelerinden kurtarmıştır. Bu sofuluk, kazanma çabasının zincirlerini, mal edinimini hem yasal hale getirerek hem de doğrudan doğruya Tanrı'nın isteği olarak görmek suretiyle parçalamıştır...Sofuluk mülkiyet sahibinin utanç duymasını değil, onların servetini zorunlu ve pratikte yararlı şeyler için kullanılmasını istemektedir." (Weber, 2011: 155-156).

Dünyevi sofuluğu bu şekilde özetleyen Weber, ayrıca süreklilik içinde sistemli bir şekilde mesleğini dini bir görev olarak icra etmenin "kapitalizmin ruhu" olan meslek anlayışını doğurduğunu belirtmektedir. Weber'e göre bu yaşam biçimi; çalışmanın teşviki, servet edinimin serbestiyeti ve tüketimin sınırlandırılması tavsiyeleri sonucunda kazanılan servetler birikerek çoğalmıştır. Böylelikle harcanmadan biriken bu servetler kapitalist üretim için yatırım sermayesi olarak kullanılmıştır (Weber, 2011: 157).

Zenginliğin artması ile gurur, kibir ve dünya sevgisinin kaçınılmaz olarak artacağı, dinin de hem çalışmayı hem de tasarrufu teşvik ederek zenginliğin oluşmasını zemin hazırladığını Wesley'den aktaran Weber, zenginleşmeyle birlikte dünyevileşmenin artacağını, böylelikle dinin şekli olarak devam etse de ruhunun giderek kaybolacağını eklemektedir. Dini hareketlerin iktisadi gelişmeye etkisi verdikleri sofu/zahidane (asketic) eğitim ve terbiye doğrultusundaki yaşam anlayışlarında yatmaktadır. İbadet şevkiyle yoğun çalışma ve tasarruf belirli bir tepe noktaya gelince, artık Tanrı'nın rızasını arama düşüncesi gitgide mesleki fazilete dönüşmekte, dini köken zayıflamakta ve sonuç olarak dünyevi nitelikte faydacılık ortaya çıkmaktadır (Weber, 2011: 159-160).

Weber'e göre Protestan sofuluk; bir yandan işçilere ebedi kurtuluşları⁹ için en önemli vasıta olarak mesleklerini iyi şekilde icra etmelerini telkin ederken, diğer taraftan ibadet şevkiyle çalışan, vicdanlı ve maharetli bu işçileri kapitalist işverenlerin emrine amade ederek iş verimliliğinin artmasına yardımcı olmuştur (Weber, 2011: 161-162).

Protestan sofu anlayış, öncesinde dinsel vazife temelinde "iş ahlakı" ve "meslek sorumluluğu" fikriyatı ve pratiği ile ekonomik faaliyetlere etki ederek kapitalist iş sürecinin oluşumuna yardımcı olmuştur. Durmadan sistemli bir şekilde çalışma ve aynı zamanda tüketim ve gösterişten kaçınma sonucu biriken kapital; bu sermaye ile gittikçe daha çok yatırım yapma ve bu yatırımlar sonucu daha çok kazanç elde etme ve daha da çok zenginleşme neticesini getirmiştir. Bu zenginleşmenin sonucu asketik ruhun dini ve ahlaki anlamlarından ayrılarak profesyonelleşen, mal tutkusu ve kazanma hırsı ile hareket eden modern kapitalist zihniyet ortaya çıkmıştır (Ülgener, 2015: 49; Weber, 2011: 164-165).

⁹ Protestanlık ebedi kurtuluş vaadiyle, işçilere kurtuluşları adına en önemli güvenceyi verdi ve işlerini yapmalarında onlara en güçlü psikolojik motivasyonu sağlamış oldu.

1.6. Sonuç ve Değerlendirme

1.6.1. İktisadi Davranış ve Ahlaki Konular

Sokrates “insan nasıl yaşamalı” sorusunu “insanın itidalli yaşayacak kadar serveti olmalı” diyerek cevaplar. Bu cevaba karşı çıkan Aristo, insanın hem itidalli hem de cömertçe yaşamasına yetecek kadar servet sahibi olması gerektiğini söylemekte ve insanın mal ile olan ilişkisinde bu iki erdemin ortaya çıktığını vurgulamaktadır (Aristoteles, 1963: 1265a, 32-35).

İktisat, geçirdiği değişime bağlı olarak ahlak ilişkisiz (amoral) bir yöne evrilmesi neticesinde ekonomik modellerde insanın düz, basit ve duygusuz olarak addedilmesi gerçek insanı anlamaktan uzaklaşmıştır. Halbuki iktisat biliminin amacı gerçek insanların davranışlarını incelemek olmalıdır. Aslında Sokrates’in sorduğu “İnsan nasıl yaşamalı?” sorusu sadece ahlak felsefesi için değil, 19. yüzyıla kadar ahlakın içinde değerlendirilmiş olan iktisat bilimi için de büyük önem arz etmektedir (Sen, 1987: 1-2).

Esasen iktisatın temelde iki menşei vardır. Bunlardan ilki ahlaki anlayıştır; pratik felsefenin içinde iktisatın, ahlak ve toplum yönetimi olan (ahlakla ilişkili olarak) siyasetle bağlıdır. İkincisi ise mühendislik yaklaşımıdır; “insan nasıl yaşamalı?” ve “insan için iyi olan nedir?” gibi sorularla ilgilenmeyen, amaçları tartışmadan sadece olaya teknik açıdan yaklaşarak belirlenmiş amaçlar doğrultusunda uygun olan araçları bulmaktır (Sen, 1987: 3-4).

İktisat’ın doğasına ve disiplin olarak oluşumuna bakılacak olursa, insan davranışlarının ardındaki güdeleri, toplumsal ilişkileri ve başarı örneklerini anlamak için ahlak ilişkili (moral) açıklamaların modern iktisat biliminde yer alması gerekmektedir. Pozitif iktisat anlayışı ile birlikte gelişen; iktisadi davranış üzerindeki ahlaki etkileri yadsıma ve normatif analizlerden kaçınma eğilimi, iktisat ve ahlak arasındaki ilişkinin azalmasına yol açarak iktisat biliminin kısırlaşmasına sebebiyet vermiştir (Sen, 1987: 6-7).

İnsanın ahlaki kaygılarını ve güdülerini dikkate almayan soyut teorik modellemelerle bile ekonomik faaliyetlerin yapısını anlamada belirli oranda pratik yararlar sağlamıyorsa, eğer insan davranışlarını ve yargılarını biçimlendiren ahlaki hususlar dikkate alınırsa iktisat bilimi çok daha faydalı ve üretken hale gelebilecektir (Sen, 1987: 9).

Her sanat ve bilimin amaçlarının pek çok olduğunu söyleyen Aristo, mesela askerliğin amacının zafer, hekimliğinkinin sıhhat, iktisadınkinin refah olduğunu belirtir. Bütün sanatlar ile uğraşanların ortak bir amacı vardır, o da iyiyi arzulamaktır. İyi kelimesi de "her şeyin arzu ettiği şey" olarak tanımlanır (Aristo, 1997: 1094a 1-9). Bütün ilgi ve bilgiler iyiliği arzu ettiğine göre, iyilikten ne anlamalıdır? Sıradan yahut soylu kimselere sorulacak olursa hepsinin buna cevabı mutlu olmak olacaktır. Peki mutluluğun tarifini nasıl yaparlar? Mutluluk iyi olmak, iyi yaşam sürmek ile özdeş kullanılmakla birlikte herkesin mutluluktan anladığı mana aynı olmamaktadır. Kimisi mutluluğu haz, zenginlik ve saygınlık olarak tarif ederken kimisi aynı anda farklı anlamları bile anlayabiliyor. Sağlığını kaybetmiş biri için sıhhat mutluluk olabilirken, yoksul için zengin olmak pekala mutlu olmanın emsali yerine geçebiliyor (Aristo, 1997: 1095a 14-26). Ayrıca iyiliğin ne olduğu sorusunu araştıran Aristo, zenginlik, zafer vb. olmadığını, bunların ancak en iyi için bir araç olduğunu belirtiyor. Yalnız kendisi için amaç olan her ne ise asıl amacın o olduğunu ve mutluluğun böyle bir durumu olduğunu yalnız kendisi için tercih edildiğini söylüyor (Aristo, 1997: 1097a 25-30).

Ekonomik meseleler, Aristo'nun yukarıda bahsedilen "iyilik nedir" ve "insan nasıl yaşamalı" gibi konulara getirdiği yaklaşımlar ile birlikte geniş perspektifte değerlendirilirse, iktisat biliminin insanı daha iyi tanıyabilmesi ve iktisadi davranışları daha iyi anlamlandırabilmesi için ahlak ile daha yakın ilişki içerisinde olması gerektiği anlaşılacaktır (Sen, 1987: 10).

1.6.2. Ahlak ile Ekonomi: Öncelik ve Birliktelik

İktisatta rasyonel davranan insan figürü temel bir rol oynamaktadır. Rasyonellik; insanın isteklerinin sınırsız, kaynakların ise sınırlı olduğu varsayımından hareketle verili şartlar altında bireyin en uygun olan aracı seçerek amacına ulaşması olarak tanımlanmaktadır. İktisadi insan her zaman rasyonel davranan, kişisel çıkar dürtüsü ile hareket ederek faydasını maksimize etme peşindedir (Buğra, 2013: 13; Demir, 2013a: 50).

Disiplinin kabul ettiği bu varsayımlar insanın iktisadi davranışını, insan davranışlarından ayırma temeline dayanmaktadır. İnsanı ahlaki değerlerden azade, toplum ve kültürden izole, kendi kurallarına göre işleyen soyutlanmış bir piyasa toplumunun temel önceliği ekonomik davranmak olan bireye indirger. Halbuki hayatın içindeki gerçek insan, toplumsal ilişkiler ile etkileşim içinde olan, ekonomik faaliyetlerini toplumsal yaşam içinde gerçekleştirirken ahlaki değerlerin ve toplumsal kurumların etkisiyle hareket eden bireydir (Buğra, 2013: 35-36). Bu bağlamda kişisel çikara dayanmayan ama birey için değerli olan amaçları irrasyonel saymanın ve bencil insan tanımını rasyonelitenin bir şartı olarak kabul etmenin gerçek hayattaki insan davranışlarını açıklamada yetersiz kalacağı aşıkardır (Demir, 2013b: 58; Sen, 1987: 15-16).

“Ekonomi mi yoksa ahlak mı önceliklidir” konusunda George Stigler: “Kendi çıkarlarının peşinde koşan, akıllıca davranan oldukça iyi bilgilendirilmiş insanların dünyasında yaşıyoruz” demekte ve böylelikle rasyonel insan düşüncesini baz alarak, kişisel çıkar ile fikri olarak bağlılık ifade edilen ahlaki değerler çatışır, eğer kapsamlı ve sistemli araştırmalar yapılacak olursa, büyük oranda kişisel çıkar teorisinin üstün geleceğini öngörmektedir (Stigler, 1981: 176). Amartya Sen’e göre Stigler bu tahmini yaparken sağlam bulgulara dayanarak kaynak gösterememekte, özel teorilere dayanan her zaman kişisel çıkarın üstün geleceği varsayımına yaslanmaktadır (Sen, 1987: 17-18).

Tam bilgi sahibi, duygusal davranmayan, yanılmayan ve her şeyi hatırlayan gibi Stigler’in varsaydığı tam rasyonel insan figürü niteliklerinin, belirli oranda her insanda

gerçekliği olsa da bu tasavvurun gerçek insandan farklılaştığı açıktır. Bu sebepten insanı “kişisel çıkarını maksimize etme peşinde koşan” olarak tek bir saik ile değerlendirmek eksik olacaktır. Elbette insanı yönlendiren güdülerden biri belki de en önemlilerinden biri kişisel çıkarını gözetmedir, lakin bunun yanında kaynağı din, toplum, aile ve duygular olan çok çeşitli saikler vardır (Demir, 2013b: 68; Sen, 1987: 19).

İnsanlar içinde yaşadığı topluluk ve bağlantı içinde oldukları grupla olan ilişkilerine bağlı olarak eylemlerinde bazı durumlarda kişisel çıkarı öncülerken, bazı durumlarda da şahsi çıkarlarından feragat edip topluluğun faydası için fedakarlıkta bulunurlar. Kişi amacına, duygularına ve ahlaki değerlerine göre iktisadi davranışlarına tesir eden bencillik ve faydacılık saikleri arasında durum ve şartlara göre tutumunda değişkenlik gösterir (Sen, 1987: 20). Bu yüzden kişisel çıkarın insan davranışında temel belirleyici etken olduğu varsayımı sorunludur. Bu sebepten dolayı ekonomik faaliyetlerinde insan için kişisel maddi çıkarlarının haricinde ahlaki ve dini kaygıların da olduğu gerçeğini yadsımamak gerekir. Bu bağlamda iktisatın ahlak ile olan ilişkisinin incelenmesi elzem olacaktır, bu da ancak gerçek hayatta iktisadi davranışların ardında ne tür inanç, değer, müeyyide ve insiyakların olduğunu araştırmakla mümkündür.

Hem ahlak hem de kişisel çıkara yönelik iktisadi rasyonellik, insana neyi yapması yahut neyi yapmaması gerektiğini bildirir. Ahlaki değerler ve iktisadi çıkarlar aynı yönde örtüşüyorsa kişinin karar vermesinde zorluk yaşamayacağı aşikardır. “Ahlaki olan ile kişisel çıkara yönelik iktisadi açıdan rasyonel olan çatışırsa, birey hangisini tercih eder? sorusunun cevabı, kişinin kendisi açısından en iyi seçeneği hangi kıstaslara göre tercih edeceğiyle alakalıdır (Demir, 2013b: 87).

İktisadi rasyonellik içinde hareket eden bir kişi fayda-maliyet değerlendirmesine göre, en az maliyet ve en fazla fayda olan seçeneği tercih ederken; ahlaki değerlere önem veren bir kişi için inandığı ve önem verdiği değerler doğrultusunda davranması gerekecektir. Bu basit ayrım insan-toplum ilişkilerinde çok daha karmaşık bir hale gelmektedir. Ahlakilik ve iktisadi rasyonellik arasında kalan birey, kısa vadede ahlaki değerlere mugayir tercihler ile kişisel çıkarı adına daha çok fayda edebileceğini

düşünse de uzun vadede ahlaklı davranmak hem kendi hem de toplum lehinedir. Aksi durumda birey içinde yaşadığı topluluk tarafından ayıplanmak ve dışlanmak gibi yaptırıma maruz kalarak dışsal, inandığı değerlere mugayir davranmakla da kendi içinde sıkıntı yaşayarak ve vicdan azabı duyarak içsel bedel ödemek zorunda kalır (Demir, 2013b: 89-91).

Ahlak hukukla birlikte toplumların tümünde insan hayatını tanzim eden en önemli işleve sahip kurumlardandır. Ahlak, hukuka nazaran kanuna göre resmi müeyyide gücü olmayan, bireyin sahip olduğu değerler, inanç ve içerisinde yaşadığı toplumla olan etkileşimine göre şekillenen kurallardan oluşmaktadır. Bununla birlikte toplumda bulunan birçok ahlak kuralı aynı zamanda hukukun uygulama alanına da girmiştir. Misalen insanların malını gasp etmek ahlaken kötü görüldüğü gibi hukuken de yanlış görülür ve yaptırım uygulanır. Bununla birlikte kişinin ihtiyacı olan bir arkadaşına maddi olarak yardım etmesi ahlaken doğru olanken, durumu müsait olduğu halde yardım etmemesi ahlaken yanlış, hukukun ise konu olarak ilgilenmediği ve yaptırım uygulamadığı bir davranıştır (Demir, 2013b: 75-76).

Piyasa-ahlak etkileşiminde, ahlak hukuksal işlemlerin azalmasıyla birlikte işlem maliyetini düşürmek, çatışmaları azaltarak daha verimli piyasa işleyişine zemin hazırlamak, bireyler arası adaletli dağılımı sağlamak, nesiller arası istikrarı ve bilgi akışını sürdürmek, hukuk içi veya dışı olsun ahlak dışı kazanç yollarını azaltmak ve toplumsal güven ortamını iyileştirmek suretiyle iktisadi faaliyetlerin ve ekonomik verimliliğin artmasına sebep olacaktır. Bununla birlikte Weber'in tezinde de belirttiği üzere işinde düzgün ve etkin çalışmayı vaaz eden ahlaki öğretiler; üretimin artmasını, tüketim ve gösterişin azalmasını tavsiye ederek tasarruf ve yatırımın artmasına yardımcı olacaklar, böylelikle iktisadi gelişmeye ve toplumsal refahının artmasına olumlu yönde katkı sağlayacaklardır (Demir, 2013b: 224-225; Weber, 2011: 164-165).

Ahlakın piyasa etkinliğini artırmasının yanında piyasa da ahlakı evrenselleştirerek, grup dışı mesuliyet bilincinin artmasına ve milletler üstü ahlaki değerlerin toplumlar arasında yaygınlaşmasına katkı verir. Böylelikle insanlar dar topluluklardan global dünyaya entegre olarak, sadece içinde yaşadığı grubu veya toplumu esas alan ahlak kaidelerinden dünyadaki tüm insanları dikkate alan ahlak esaslarına geçiş yaparlar.

Ayrıca serbest piyasa sistemi kişisel özgürlük alanını genişleterek, insanlara ahlaki değerlerini özgürce tercih edip yaşayabileceği ortamı oluşturur (Demir, 2013b: 244).

Toplumsal ilişkilerde insan davranışlarına düzenleme getiren ve yaptırım uygulayan ahlak, din, ekonomi ve hukuk kurumları eğer birbirleriyle çatışmadan birbirlerini tamamlarcasına uyumlaştırılırlarsa toplumsal sistem daha verimli hale dönüşecektir. Hal böyleyken ahlaki ekonomiden ayırtırmak insanı ve gerçek hayatı anlama hususunda iktisat bilimini yoksunlaştırdığı gibi yardımlaşma, adaletli gelir dağılımı ve insan hakları gibi ahlaki konulara duyarsızlaşmaya yol açmaktadır. Bireylerin arasında güven duygusunun güçlü bir şekilde yaşandığı sağlam bir sosyal yapı ve adil gelir dağılımının sağlandığı üretken bir iktisadi sistem için ahlaki değerler vazgeçilmezdir.

2. İSLAM AHLAKI VE İKTİSAT İLİŞKİSİ

İslam dini, müntesiplerine, hayatın her sahasında olduğu gibi ticari ilişki ve iktisadi faaliyetlerinde de emir, yasak ve tavsiye olarak belirli önermeler getirmektedir. İslam'ın fıkhi boyutu davranışların Şeriat'a uygunluğu açısından sınırlarını belirlemekte, takva boyutu ise fıkhi boyutunu kapsamakla birlikte daha da hassaslaşan davranışları içermektedir. İslam Ahlakı denilince hem fıkhi boyutu kapsaması hem de niyet olarak İslam'ın ruhuna uygun olarak hareket edilmesi anlaşılmalıdır. Sadece şekli olarak fıkhı uygun olmasını gözetmek, ahlaki davranışa uygun hareket edilmesine hizmet etmeyebilir.

Ahlakın din ile eş anlamlı kullanılması ve "*Müminlerin iman açısından en mükemmel olanı, ahlâkı en iyi olanıdır.*" (Buhari, "Edeb", 39) imanının güzel ahlakla mükemmelleşmesi, üzerinde durulması gereken önemli hususlardır. İslam ahlakının önemi ve tanımını, takva boyutu ve ihsan kavramı ile incelemek gerekmektedir. İhsan kavramı ahlak literatüründe genellikle, "iyiliklerde farz olan asgari ölçünün ötesine geçip isteyerek ve severek daha fazlasını yapmak" (Çağrı, 2000: 544) olarak kullanılmakta, ayrıca Hz. Peygamber'in "*İhsan Allah'ı görür gibi ibadet etmendir; çünkü sen O'nu görmesen de O seni görmektedir*" (Buhari, "Tefsir", 31/2, "İman", 37; Müslim, "İman", 1) hadisiyle de ihsan kavramı insanın tüm fiil ve davranışlarında Allah'ı görüyormuşçasına hareket etmesi anlamına gelmekte ve böylelikle ihsan kavramı, İslam ahlakının hem teorik hem pratik yönüyle anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır.

2.1. İslam Düşüncesinde Ahlak

2.1.1. İslam Ahlakının Tanımı

Ahlak Arap dilinde "tabiat, huy, seciye (karakter)" gibi manalara gelen ve insanın manevi yapısı için kullanılan hulk kelimesinin çoğulu olup, Kuran-ı Kerim'de çoğunlukla hulk olarak geçmekte, hadislerde ise hem hulk hem de ahlak kelimesi bulunmaktadır. İslami literatürde ahlak kavramı altında iyi huylar fazilet, kötü huylar ise rezilet olarak ifade edilir. İslami kaynaklarda ahlak kavramına benzer şekilde aynı kapsamda edep veya adap adı verilen günlük hayatın davranış ve görgü kurallarına

dair nasihat edici eserler önemli yer tutmaktadır (Akseki, 1968: 15; Çağrııcı, 1989: 1). Bununla birlikte İslam düşüncesinde ahlak kelimesi İslam ahlakı ile eş anlamda kullanılmamıştır.

Ahlakın muhtelif tanımları arasında en yaygın olanı Gazzali (ö.1111), Cürcani (ö.1413), Kınalızade (ö.1572) ve Kâtip Çelebi (ö.1658) gibi ilim adamları tarafından benimsenen şu açıklamadır. “*Ahlak, nefiste iyice yerleşen bir melekedir ki, fiil ve davranışlar fikri bir zorlamaya ihtiyaç olmadan, bu meleke sayesinde kolaylıkla ortaya çıkar.*” (Kandemir, 1986: 28). Ahmet Hamdi Akseki’ye göre ahlak; nefiste var olan temayüllere bağlı olarak ortaya çıkan fiillerin, zorluk çekmeden bir nevi alışkanlık halinde ortaya çıkıp meleke halini almasıdır. Nefiste ortaya çıkan nitelikler iki kısımdır; birincisi gülmek ve yüzü kızarmak gibi tabii ve geçici olan hallerken, meleke halini alan iffet, şecaat ve haya gibi nitelikler ise sabit ve sağlamdır. İşte bu sebepten insanın karakterinde sabit olmayan, meleke halini almamış davranışlar ahlaki olarak kabul edilmez. İslam ahlakı, faziletli davranışların eğitim ve sürekli tatbiki sayesinde meleke haline gelmesiyle ortaya çıkar (Akseki, 1968: 15-16, 20).

Ahlak kitaplarında ahlak tanımları birbirinden farklılık gösterse de ortak ve kapsamlı bir açıklama olarak şu tanım verilebilir: “*İnsan hareketlerini idare eden ideal kanunların (kuralların) ilmi ve bunları hayatın çeşitli durumlarına en iyi şekilde uygulayabilmek sanatıdır.*” Bu tanımdan ahlakın, ideal olarak belirttiği kuralları insanlara vazederek, neyi/nasıl yapmaları gerektiğini onlara bildirmek suretiyle normatif karakter taşımaktadır (Pazarlı, 1980: 11-13).

İslam alimlerine göre ahlak, dinin üzerine kuruludur. Bundan dolayı İslam dini ahlak dini denilmiştir. Bununla birlikte ahlak kuralları akılla değil, aklın yol göstermesiyle dinden öğrenilir. Din ile ahlak arasında kuvvetli bir bağ vardır. Öyle ki ahlak din ile ortaya çıkmıştır ve dine dayanmayan ahlak gerçekte yok hükmündedir. Bu yüzden ahlakın dinden ayrı olduğunu söylemek İslam’ın özünü bilmemek manasına gelir. Zira İslam dini; insan özgürlüğünü en başta tanıyan, sorumluluk ve görevlerini belirleyen, nefisleri akıl ve kalp ile terbiye eden, toplumları iyiliğe yöneltmek için yol gösteren ve müntesiplerine düşünmeyi emreden fazilet ve ahlak dinidir. Tarihte hangi toplumda

dini inanç zayıflamış ise ahlak ilkeleri de etkisini kaybederek akabinde kötülük ve çirkinlikler o toplumda hâkim olmuştur (Akseki, 1968: 13).

2.1.2. İslam Düşüncesinde Ahlak İlminin Konusu ve Gayesi

İslam dini, üzerine çokça tartışılan hürriyet, sorumluluk ve vazife gibi ahlak ilkelerini detaylı şekilde açıklayarak ahlak felsefesinin önemli konularına değinmiştir (Akseki, 1968: 13). İbn-i Sina gibi İslam filozofları ahlakı pratik felsefi ilimler içinde görmekte birlikte pratik felsefenin ilkelerinin nebevi prensipler doğrultusunda belirlendiği fikrini kabul etmişlerdir. Bu çerçevede ahlakı teorik ve pratik olarak ikiye ayıran filozoflar ahlakın bilhassa teorik boyutunda ahlak felsefesinin problemlerini tartışmış, pratik tarafında ise Platon-Aristo-Galen merkezli erdemler düşüncesini dile getirmekle birlikte bu tartışmalara nasıldaki açıklamaları da dahil etmişlerdir (Arıcı, 2016: 7-8).

Ahlak hakkında rasyonel ve kapsamlı bir sistem oluşturan İslam filozofları, temeli Kur'an ve Hadise dayanan İslam ahlakını Grek felsefesinde yapılan tanım ve yorumlardan faydalanarak sistemli bir şekilde açıklamaya çalışmışlardır. İslam filozofları felsefeyi Aristo'nun sınıflandırmasına uygun olarak nazari ve ameli felsefe olarak ayırmışlardır. Ameli felsefe başlığı altında üç konu vardır, bunlar sırasıyla; ahlak, ilm-u tedbiru'l-menzil ve ilmu's-siyase / siyasetu'l-müdün'dür. Ahlak insanın tekamülüyle ilgilenirken, ilm-u tedbiru'l-menzil ev idaresi ve aile ilişkisi konularıyla alakalıdır. Üçüncü konu olan siyaset ilminin içeriği ise, ülkenin ve toplumun faziletli yönetimine dairdir (Aydın, 1989: 10).

Gazzali'ye göre ahlak ilmi “*nefsin özellikleri ve huylarını bilmeye, huyların nasıl tasnif edileceğini tespit etmeye, kötü huyların nasıl tedavi edileceğini ve nefisle mücadelenin nasıl olacağına yarayan*” bir ilimdir. Gazzali İhya-u Ulumi'd-Din adlı kitabında, felsefi ahlakı tasavvufî bir yöne büründürerek ahlâkın özünde tasavvuf olduğunu belirtmiştir. Bu durum da Gazzali ve benzeri alimlerin eserlerinde felsefi içerikli ahlak anlayışı tasavvuf olarak ortaya çıkmıştır (Arıcı, 2016: 8).

Ahlakın teorik ve pratik iki yönü vardır. Ahlak bir yönden mantık, matematik gibi prensipleri akla dayandırarak inceleyen teorik bir ilimdir. Diğer yönden insanın

hayatını iyi yönetebilmesi için gerekli olan kaideleri bildiren pratik bir ilimdir. Bu sebepten ahlak teori ve pratik parçaların birleşiminden ortaya çıkan hem metafiziği hem de pratik hayatı konu edinen bir ilimdir. Ahlak; iyilik, görev ve mesuliyet gibi metafizik konular üzerine fikri planda meşgul olurken, diğer taraftan tüm bu kavramların üzerine sadece düşünmeyi yeterli görmeyip hayata tatbik edilmesini elzem görür. Zira vazife ve iyi düşüncesi olmadan sadece bir fiilin yapılması ahlaki olarak değerlendirilmediği gibi sadece akılda fikir olarak kalan ve davranışa dönüşmeyen vazife ve iyilik düşüncesi de ahlaki bir değer ifade etmez. İslami açıdan bir davranış iyi olarak ancak vazife bilinciyle yapılırsa ahlaki davranış olur. Vazife duygusunun haricinde başka bir menfaat için ya da alışkanlık gereği öylesine yapılan bir davranış ahlaki olarak addedilmez (Pazarlı, 1980: 13).

İslam alimleri ahlak ilmini “hikmet-i ameliye”, “ilm-ül-edep” ve “ilm-i tehzib-ün-nefs” gibi başlıklar altında ele almışlar, ahlaki davranışları anlatmak için ise huy, edep, adap, seciye ve terbiye gibi kavramları kullanmışlardır (Pazarlı, 1980: 11). Kitaplarda ahlakın tanım ve konusu benzer muhtevaya sahip olmakla birlikte farklı hususiyetlere de sahiptir. Mesela Kadı Adudeddin el-İci (ö.1355) ahlakın tanımı, konusu ve amacını şöyle açıklamıştır: “İyi ahlak ve kötü ahlakı bilip iyi ahlakı elde etmek ve kötü ahlakı terke ait ilimden ibarettir. Ve konusu kötü ahlakın iyi ahlaka çevrilmesi cihetiyle ahlak-ı insaniyedir. Amacı ve faydası, dünya ve ahirette üstün saadete sebep olan şeyayı elde ederek nefs-i natıkanın (insan ruhunun) olgunlaşmasıdır.” (Pazarlı, 1980: 15).

Ahlakın konusu ve amacına dair Kâtip Çelebi (ö.1658) de benzer olarak şu görüşü yazmıştır. “İlm-i ahlak, hikmet-i ameliyenin bir kısmıdır. Ahlak; faziletler ve onları kazanma, rezillikler ve onlardan kaçınma ilmidir. Konuları nefs-i natıkaya ait olan seciyeler ve kazanılan faziletlerdir.” (Çelebi, 2007: 35).

Genel kabul gören bu tavsifler birlikte değerlendirilecek olursa ahlak ilminin konusu; insan karakter yapısını anlamak, iyilik ve kötülüklerin belirlenmesi, faziletleri kazanma ve kötülüklerden kaçınma yolları; amacı ise din esaslarına göre vazifelerin ifası, dünya ve ahiret saadetine vesile olan hakikat bilgisiyle ruhu olgunlaştırmaktır.

2.1.3. İslam Ahlak Esasları

2.1.3.1. İslam Ahlakının Önemi, Kaynağı ve Kapsamı

İnsan için ahlakın önemi; bireysel mutluluk ve huzurun sağlanması, birlikte yaşanılan toplumda güvenin sağlanması ile doğrudan alakalıdır. Ahlak insanın varoluşsal mahiyetiyle ilgilidir. Zira kendi özgür iradesiyle, üzerinde düşünerek tercihler arasından birini seçme imkânı, insanın diğer varlıklardan farklı hususiyete sahip olduğunu göstermektedir. İrade sahibi ve hür bir varlık olan insan aynı zamanda kendini koruma insiyakına sahip ve topluluk içinde bir arada yaşama gereksiniminde olan sosyal bir varlıktır (Kılıç, 2015: 27-28).

İnsanın yukarıda bahsedilen bu özellikleri birlikte düşünülecek olursa ahlakın insan ve toplum için neden ihtiyaç olduğu daha iyi anlaşılır. Misalen insan özgürlüğünü menfi kullanarak kişisel çıkarını öncelemek suretiyle başkalarının hakkını gözetmeyerek onlara zarar verebilir. Böylece birlikte yaşam alanı zarar görür ve bundan hem diğer insanlar hem de kendisi zarar görür. Ahlak, din ve hukuk gibi insani değerler sistemleri, insan özgürlüğüne getirdikleri sınırlamalar ve düzenlemeler ile birlikte insanlara toplum içinde beraber huzur ve güven içinde yaşama imkânı oluştururlar. Ahlak toplumsal hayatın vazgeçilmez unsurlarından biridir. Zira ahlakın olmadığı bir toplumda, neyin iyi neyin kötü olduğu konusunda ortak bir anlayışın bulunmadığı kaos ortamı yaşanır. Bu yüzden huzur ve güvenli bir toplumun inşası için ahlakın varlığı elzemdir (Kılıç, 2015: 28-29; Topçu, 1999: 285).

İnsanlara ahlak ilkelerini, insani sorumluluk ve mesuliyetleri, toplumsal yaşam için gerekli kanun ve düzenlemeleri ilk olarak uygulayarak gösteren dindir. Toplumlara refah, ilerleme ve mutluluğa ulaştıran bu kanun ve kurallar hangi dinde daha sarih ve ayrıntılı ise o toplum dünyada daha etkin ve başarılı olmuştur. Hangi toplumda insanların refah ve mutluluğunu sağlamada bu öğretiler yetersiz kalırsa, bu eksikliği o milletin münevverleri ve filozofları tamamlamaya çalışırlar. Ne kadar felsefi öğretilerin toplumlar üzerinde etkisi çok ise de felsefi kuramlar insanların zihin dünyasına derinlik katmakla birlikte manevi dünyalarına yeterince etki

gösterememekte, ahlaki öğretilerin içten bir şekilde uygulanıp yaşanması yönüyle din ve inanç kadar etkin ve başarılı olamamaktadır (Babanzade, 2014: 5).

Dini temel haricinde sadece akli temellendirmeye oluşturulmuş ahlaki kurallar, bu teoriye inanmış fikir adamları için kanun hükmünde olsa da geçici arzu ve heveslerine göre yaşayan geniş halk kitleleri için bu kurallara göre hareket etmek gerekli görülmez. Ahlak prensiplerinin en önemli yaptırım gücü dindedir. Ahlak kurallarının tatbik edilmesine yönelik en kuvvetli müeyyide; kâinatın sahibi ve mutlak güç sahibi olan Allah'ın, insanları bu dünyada yaptıklarına karşılık öbür dünyada hesaba çekeceğine olan ahiret inancıdır (Babanzade, 2014: 6).

Müslüman toplumlarda ahlakın esası İslam dinidir. Güzel ahlakın ve faziletlerin toplumun her kesimi tarafından benimsenmesine sebep olan Kitap ve Sünnet kaynaklı İslam Şeriatıdır. İslam dini ahlak dinidir. Kuran'da herhangi bir ayet incelense, insanlığı hayra ve kurtuluşa yönlendirecek tavsiyeleri ve mutluluğa engel olan davranış ve alışkanlıklardan sakınmayı öğütleyen uyarıları fark etmemek mümkün değildir. İslam dininde en önemli amaç ve maksat insanın ahlakını güzelleştirmek ve günahlardan arındırmaktır (Babanzade, 2014: 7). İslam ahlakının kaideleri Kur'an-ı Kerim ve Sünnet-i Seniyye'de belirtilmiştir. Akseki'nin belirttiği üzere evrensel bir din olan İslam'ın esasları; bütün insanlığın iyiliğini, mutluluğunu ve insicamını sağlayacak şekilde geniş ve anlaşılır tarzdadır (Akseki, 1968: 22).

“Sen elbette yüce bir ahlâk üzeresin.” (Kalem 68/4) ayeti ile *“Ben ancak ahlaki güzellikleri tamamlamak için gönderildim”* (el-Muvatta, “Hüsnu'l-huluk”, 8) hadisi birlikte düşünüldüğünde İslam dininde ahlakın önemi, Hz. Peygamberin gönderiliş sebebi ve ahlaki üstünlüğünün dindeki yeri ve önemi daha iyi anlaşılacaktır. Bununla birlikte Müslümanlara hitaben *“Andolsun, Allah'ın Resulünde sizin için; Allah'a ve ahiret gününe kavuşmayı uman, Allah'ı çok zikreden kimseler için güzel bir örnek vardır.”* (Ahzâb 33/21) ayeti Hz. Peygamberin inananlar için ahlaki örnekliğini açıkça bildirmektedir. Ayrıca Hz. Ayşe, Resulullah'ın ahlakı sorulduğu vakit *“Sen hiç Kuran okumuyor musun? Onun ahlakı, Kuran'dan ibarettir.”* (Müslim, “Müsafirin”, 139) demiştir. Kuran ve Sünnetin bütünlüğünü bildiren bu rivayetin de vurguladığı üzere Kuran'ın faziletleri muhafaza edip, kötülükleri sakındırma düsturunu esas alan

Resulullah'ın, ahlaki kaideleri pratik hayata tatbiki sayesinde sahabe ve tabiin gibi erdemli ve hayırlı insanlar ortaya çıkmış ve bu ahlaki donatılarla yetişen Müslüman nesiller yüzyıllar boyunca varolagelmıştır. İslam dininin esası insan ruhunun güzel ahlak ile ahlaklanmasından müteşekkildir ve bu önemli gayeye ulaşmak için insana her türlü bilgilendirme (Kuran ve Sünnet) yapılmıştır. İslam'da ahlaki vazifeler ve dini yükümlülükler iç içe, ahlak ile din birleşiktir (Babanzade, 2014: 7-8; Kılıç, 2015: 30).

2.1.3.2. Ahlaki Değerlerin Mutlaklığı/İzafiliği ve İrade Hürriyeti

Ahlakın dini temeli konusunda değinildiği üzere İslam dünyasında ahlak felsefesi üzerine yapılan tartışmalar “iyilik, kötülük ve adalet” değerlerinin varlıksal özellikleri ve bilgi kaynağı üzerine yoğunlaşmıştır. Mutezile, Eşari ve Maturidi kelam mezhepleri bu meseleleri farklı ahlak teorileri geliştirerek açıklamışlardır. Mutezileye mensup kelmacılar göre ahlaki değerlerin objektif nitelikleri vardır. Bir davranışın iyi veya kötü olması Allah'ın onu bildirmesi sebebiyle değil, onun özünde iyi veya kötü olması sebebiyledir. Bu sebepten dolayı Allah o davranışın yapılmasını emreder veya yasaklar. Bununla birlikte Mutezileye göre ahlaki değerler insan aklıyla da bilinebilir (Kılıç, 2012: 88-89).

Eşari kelamına göre ahlaki değerlerin kendi başlarına objektif anlamları yoktur. Ancak Allah'ın yapılmasını emrettiği davranışlar ahlaken iyi, yasakladıkları ise ahlaken kötüdür. İyilik ve kötülüğün ontolojik özellikleri yoktur, ancak Tanrı buyruğu ile anlam kazanırlar. Buna ilave olarak vahiy olmadan insan ahlaki değerlerin bilgisine aklıyla ulaşamaz. Ahlakı İslam dini ile temellendirerek ahlak teorilerini oluşturan bu iki kelam ekolü “*Bir şey Tanrı istediği için mi iyidir, yoksa iyi olduğu için mi Tanrı onu istemiştir?*” Euthyphro ikileminde olduğu gibi farklılaşmışlardır. Bu farklılaşmanın temel sebebi Kuran ayetlerini Mutezile'nin Allah'ın adalet sıfatına, Eşari'nin de kudret sıfatına ağırlık vererek yorumlamalarından kaynaklanmaktadır (Kılıç, 2012: 89).

Mutezilenin vahyin önemini azaltması ve Allah'ın gücünü sınırlamasına karşı ortaya çıkan Eşarilik düşüncesi de insan iradesinin özgürlüğüne karşı kadercı anlayışa yakın bir teori geliştirmiştir. Bu iki kelam ekolünün geliştirdiği ahlak teorilerinden oluşan

felsefi ve dini problemleri çözüme kavuşturmak adına üçüncü bir kelam ekolü olarak Maturidilik ortaya çıkmıştır. Maturidilere göre “iyi” ve “kötü” gibi mutlak ahlaki değerler varoluşsal olarak objektiftirler ve bunlar insan aklı ile de bulunabilirler (Kılıç, 2012: 90, 122).

Maturidilikte mutlak ve görelî olarak iki tür ahlaki değer vardır. Mutlak ahlaki değerlerde akıl ile vahiy tamamen uyum içerisinde. Ancak şartlara göre değişen görelî ahlaki değerler ancak Allah’ın buyruğuyla belirlenebilir. Böylece görelî olan bu değerler ilahi buyrukla mutlak değer kazanmış olurlar. (Kılıç, 2012: 125). Sonuç itibarıyla Maturidi kelam düşüncesi Allah’ın kudretini sınırlandırmadan, aynı zamanda irade özgürlüğünü de kısıtlamadan, Mutezile ve Eşarilik arasında kendine özgü yeni bir ahlak teorisi geliştirmiştir.

2.1.3.3. İslam Ahlakına Göre İnsan, Ahlaki Davranış ve Faziletler

İslam ahlak düşüncesinde insan tasavvuru; iyilik ve kötülük hakkında bilgi sahibi, her ikisine de meyketme potansiyeline sahip, hayr ve şer arasında gerilim halinde yaşayan çift boyutlu bir yapıyı haizdir. Potansiyelini iyilik yönünde yetkinleştirirse güzel ahlaklı, kötülük yönünde ilerletirse kötü ahlaklı olur. İslam dininin maksadı insanı güzel ahlak ile yetiştirmek ve yaşatmaktır. Bunun için de insana kötü davranışlardan kaçınmasını, iyiliğe yönelerek iyi davranışlar yapmasını öğütlemektedir. İslam dininde iman ile ahlak irtibat halindedir. İnsan için teorik olarak iman ve ahlak esaslarını sadece bilmesi yetmez, bildiklerine göre ahlaki yaşaması/davranması da gerekir (Kılıç, 2015: 31-32). Asr Suresinde bu durum şu şekilde belirtilmiştir: “*Andolsun zamana ki, insan gerçekten ziyan içindedir. Ancak, iman edip de sâlih ameller işleyenler, birbirlerine hakkı tavsiye edenler, birbirlerine sabrı tavsiye edenler başka (Onlar ziyanda değillerdir).*” (Asr 103/1-3).

İslam kişiye içinde yaşadığı toplumla iyi ilişkiler kurmasını ve çevresindeki insanlar ile uyumlu olmasını vazeder. İnsanın toplumla ahenk içinde yaşayabilmesi için birtakım değerlere ihtiyaç vardır. İslam ahlakında bu değerler ahlaki faziletler/erdemler olarak isimlendirilmektedir. Adalet, doğruluk, sadakat, emanet, güvenilirlik, kanaat, cesaret, dürüstlük, tevekkül, şükür, cömertlik, infak etmek, diğerkâmlık İslam ahlakının temel faziletlerindedir. İslam dini bu değerler/faziletler

ile yetişmiş ve bunları içselleştirmiş fertlerden müteşekkil, erdemli bir toplum ihdas etmeyi amaçlamaktadır (Kılıç, 2015: 39).

Ahlaki davranış hem insanın duygu ve düşünce gibi içsel durumunu ifade eden “örtülü davranış” olarak hem de “açık davranış” olarak tanımlanan dışardan gözlemlenebilen hareket ve eylemi kapsar. Ahlak prensiplerine uygun olan davranışlara ahlaki davranış denmektedir. Dolayısıyla Müslüman bireyin davranışlarındaki temel ölçüt İslam dini olduğu için ancak İslam ahlakına uygun olan eylemleri ahlaki davranış olarak nitelendirilmektedir. İslam’a göre ahlaki davranışın ölçütleri ise en başta Kuran ve Sünnet olmak üzere sonrasında akıl ve vicdan sahibi birey, nassa aykırı olmamak şartıyla toplum tarafından kabul, insanlığa fayda ve müşterek vicdan olarak evrensel değer ve ilkelerdir (Yaran, 2015b: 72, 84-89).

Bir davranışının ahlakiliği ancak bazı özelliklere sahip olmasıyla mümkün olur. İlk olarak davranışın iyi veya kötülüğe konu olacak bir eylem veya düşünce içermesidir. İkinci olarak davranışı gerçekleştiren bireyin akıl baliğ olmasıdır. Üçüncü olarak eylemi yapan kişinin özgür iradesiyle bilinçli olarak davranışı gerçekleştirmesidir. Son olarak da davranışı yapan kişinin yaparken içinde taşıdığı niyettir (Yaran, 2015b: 80-83). “*Ameller (başka değil) ancak niyetlere göredir*” (Buhari, “Bed’ül-Vahy”, 1; Müslim, “İmare”, 155) hadisi davranışlardaki ahlakiliğin ancak niyet ile anlam kazandığını belirtir. Niyetlerin “örtülü davranış” içinde değerlendirildiği düşünülürse İslam’a göre ahlaki davranışın örtülü ve açık davranış olarak bir bütünlük içerdiği söylenebilir.

Ahlaken yüksek vasıfları tanımlamak için “erdem” yahut Arapça kökenli “fazilet” kelimesi kullanılmaktadır. Ahlaken iyi ve kıymetli görülen vasıflara erdem, bu vasıfları taşıyan bireylere erdemli kişi, davranışlara da erdemli davranış denmektedir. İslam ahlakında faziletlerin asli kaynağı Kuran ve Sünnettir, pek çok ayet ve hadiste faziletlere ve reziletlere (erdemsizlik) değinilmiştir (Yaran, 2015a: 103-105). Kuran ve Sünnette güzel ahlaka ve ahlaki değerlere dair iktibaslar ileriki bölümlerde daha detaylı olarak paylaşılacaktır.

2.1.4. Kuran ve Sünnette Temel Ahlaki Değerler ve Kavramlar

En başta Kuran ve Sünnet olmak üzere İslam kaynaklarında ahlaki konular üzerine çokça değinilmektedir. Ahlaki olarak iyi olanları yapma ve kötü olanlardan sakınmaya yönelik pek çok ayet ve hadis vardır. Bunlardan bazıları önemine istinaden aşağıda alıntılanmıştır:

- *“Şüphesiz Allah, adaleti, iyilik yapmayı, yakınlarla yardım etmeyi emreder; hayasızlığı, fenalık ve azgınlığı da yasaklar. O, düşünüp tutasınız diye size öğüt veriyor.”* (Nahl 16/90).

- *“Sen elbette yüce bir ahlâk üzeresin.”* (Kalem 68/4).

- *“Müminlerin iman açısından en mükemmel olanı, ahlâkı en iyi olanıdır.”* (Buhari, “Edeb”, 39).

- *“İmanın en değerlisi, halkın senden emin olmasıdır: Müslüman olmanın en yüksek derecesi, halkın senin dilinden, elinden güvende olmasıdır. Hicretin en değerlisi de kötülükleri terk etmektir.”* (Feyzu'l Kadir, I/1066)”.
- *“Nerede olur isen ol, Allah Teala'dan takva üzere bulun. Bir fenalık yaptığında derhal ardından bir güzel iş yap ki, yapılan kötülüğü gidersin. Bir de insanlarla iyi ahlak sahibi olarak geçim yap.”* (Tirmizi, “Ebvabü'l Birri ve's-Sıla”, 2053).

- *“El-birr (iyilik) ahlak güzelliğidir, el-ism (günah) de, nefsinde iz bırakan ve başkalarınınca bilinmesini istemediğin şeydir.”* (Müslim, “Birr ve's-Sıla”, 2553)”.
- *“Allah'ım! Ahlakın en güzeline ulaşmak için bana yol göster. En güzel ahlaka vardıracak olan ancak sensin. Rabbim, kötü ahlakı benden uzak tut. Ahlakın kötüsünü benden uzaklaştıracak olan da ancak sensin.”* (İbn Ebü'd-Dünya, “Mekarimü'l-ahlak”, 9).

Hz. Peygamberin güzel ahlaka dair şu duaları yaptığı rivayet edilmiştir:

- *“Allah'ım! Ahlakın en güzeline ulaşmak için bana yol göster. En güzel ahlaka vardıracak olan ancak sensin. Rabbim, kötü ahlakı benden uzak tut. Ahlakın kötüsünü benden uzaklaştıracak olan da ancak sensin.”* (İbn Ebü'd-Dünya, “Mekarimü'l-ahlak”, 9).

- *“Rabbim senden sıhhat, afiyet, bir de güzel ahlak dilerim.”* (Süyûtî, “Camiu'l-ahâdîs”, 4039).

İslam dini ile güzel ahlak arasında aynı yönde çok yüksek bir ilişki olduğu temel kaynaklara bakınca dahi apaçık görünmektedir. İslam dini ahlaki değerlerle birlikte bir

bütündür ve ancak güzel ahlak ile İslam dinine uygun yaşam tarzı insanlarda mümkün olabilir.

2.1.4.1. Takva

Kuran’da iman kavramı takva ve şükür kavramları temelinde açıklanmaktadır (Izutsu, 2011: 299). Lügatte “korunmak, sakınmak, saygı göstermek, itaat etmek, korkmak” anlamları bulunan takva kelimesine İslam alimleri esas olarak “Allah’tan sakınmak” manasını vermişlerdir. Ama bu korku sadece “haşyet (dehşet)” anlamında değildir, o anlamı da içermekle birlikte kulun Allah’a karşı sorumluluk bilinciyle yaşaması, Rabbinin sevgisini kaybetmekten korkarak saygıyla hareket etmesi ve O’na sığınmasıdır. Takva kelimesi Kuran’da “ittika, taki, etka, muttaki” gibi türevleriyle birlikte 285 yerde, orijinal haliyle de 17 yerde geçmektedir. Takva kelimesinin Kuran’da çokça zikredilmesi takva kavramının İslam dinindeki önemini göstermektedir (Uludağ, 2010: 484).

“Ey insanlar! Şüphesiz Allah katında en değerli olanınız, O’na karşı gelmekten en çok sakınanınızdır. Şüphesiz Allah hakkıyla bilendir, hakkıyla haberdâr olmandır.” (Hucurât 49/13).

“Eğer yolculukta olur da bir yazıcı bulamazsanız, o zaman alınmış rehinler yeterlidir. Eğer birbirinize güvenerseniz kendisine güvenilen kimse emanetini (borcunu) ödesin ve Rabbi Allah’tan sakınsın. Bir de şahitliği gizlemeyin. Kim şahitliği gizlerse şüphesiz onun kalbi günahkârdır. Allah yaptıklarınızı hakkıyla bilendir.” (Bakara 2/283).

Alıntı yapılan ilk ayette takva sahibi olmanın Allah katında en değerli olmak anlamına geldiği belirtilmekte, ikinci ayette de takva ile adil olma arasındaki ilişki vurgulanmaktadır. Sonuç olarak takva kavramı, müminin Allah’tan korkarak ve saygı duyarak yaşamayı kendisine şiar edinerek bütün davranışlarını O’nun emirlerine riayet edecek şekilde ayarlamasıdır. Bunun içinde hem her tür batıl inançtan uzak durmak hem de Allah’ın nehyettiği kötü fiil ve davranışlardan kaçınmak vardır (Çağrı, 2014: 47-48).

2.1.4.2. İhsan

Lügatte ihsan kelimesi “hüsn” kökünden türemiş olup “başkasına iyilik yapmak”, “yaptığı işi güzel yapmak” anlamlarını kapsamaktadır. İhsan kavramı ahlak literatüründe ekseriyetle, "iyiliklerde farz olan asgari ölçünün ötesine geçip isteyerek ve severek daha fazlasını yapmak” (Çağrı, 2000: 544-545) olarak kullanılmakta, insanın davranışlarında zorunlu olmadığı halde yaptığı iyilikleri de içermektedir.

“Şüphesiz Allah, adaleti, iyilik yapmayı, yakınlarla yardım etmeyi emreder; hayasızlığı, fenalık ve azgınlığı da yasaklar. O, düşünüp tutasınız diye size öğüt veriyor.” (Nahl 16/90).

Ahlak felsefesinin de önemli soruları olan “iyi” ve “kötü” nedir hususuna değinen bu ayet, müfessirler tarafından Kuran’ın bu konuya değinen en kapsamlı ayeti olarak görülmüştür. İbnul-Arabi, Fahreddin Razi ve Kurtubi gibi müfessirler bu ayete göre “ihsan” kavramını insanın davranışlarında farz kısıtları ve adalet muvazenesinin ötesine geçip daha erdemli insan olunması olarak tefsir etmişlerdir (Çağrı, 2000: 545).

Ayrıca Hz. Peygamber’in “İhsan Allah’ı görür gibi ibadet etmendir; çünkü sen O’nu görmesen de O seni görmektedir” (Buhari, “Tefsir”, 31/2, “İman”, 37; Müslim “İman”, 1) hadisinde ihsan kavramı insanın tüm fiil ve davranışlarında Allah’ı görüyormuşçasına hareket etmesi anlamına gelmektedir. Allah’ın kendisini gördüğünün bilincinde olan insan, hareket ve davranışlarına böylelikle çok daha fazla dikkat edecek ve İslam ahlakına uygun bir hayat sürdürecektir. Bu bakımdan ihsan ile takva kavramları benzer içeriğe sahip olup kulluk mertebesinin aşkın ahlaki boyutunu temsil etmektedir.

2.1.4.3. Adalet ve Sıdk

Adâlet kelimesi lügatte “davranış ve hükümde doğru olmak, hakka göre hüküm vermek” anlamlarını içerir. Kuran ve Hadislerde adalet kavramı “düzen, denge, denklik, eşitlik, gerçeğe uygun hükmetme, doğru yolu izleme, takvaya yönelme, dürüstlük, tarafsızlık” manalarına sahip olarak kullanılmıştır (Çağrı, 1988: 341).

“Allah size, emanetleri mutlaka ehline vermenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emrediyor. Doğrusu Allah, bununla size ne güzel öğüt veriyor! Şüphesiz ki Allah hakkıyla işitendir, hakkıyla görendir.” (Nisâ 4/58).

Alıntı yapılan bu ayet ile yukarıda geçen (Nahl 16/90) ayetini birlikte düşünecek olursak Müslümanların adil olması emredilmekte, takva sahibi olmak için de adil hareket edilmesinin gerektiği aşağıdaki ayetten açıkça anlaşılmaktadır.

“Ey iman edenler! Allah için hakkı titizlikle ayakta tutan, adalet ile şahitlik eden kimseler olun. Bir topluma olan kininiz sizi adaletsizliğe itmesin. Adil olun. Bu, Allah'a karşı gelmekten sakınmaya daha yakındır. Allah'a karşı gelmekten sakının. Şüphesiz Allah yaptıklarınızdan hakkıyla haberdardır.” (Mâide 5/8).

Adalet kavramıyla birlikte değerlendirilebilecek sıdk (doğruluk) kavramı esas olarak “gerçeği söylemek” anlamına gelmekle birlikte “içtenlik, kararlılık, dürüstlük, güvenilirlik ve mümin” gibi manalarda da kullanılır (Izutsu, 2011: 159-161). Sıdk kelimesi Kuran’da “doğru sözlü” manasında üç yerde olmak üzere salt haliyle toplam 15 kez, türevleriyle birlikte 50’den fazla yerde geçmektedir (Çağrı, 2009: 99).

“(Birisi hakkında) konuştuğunuz zaman yakınınız bile olsa adil olun. Allah'a verdiğiniz sözü tutun. İşte bunları Allah size öğüt almanız diye emretti.” (En’âm 6/152).

“Rabbinin kelimesi (Kur'an) doğruluk ve adalet bakımından tamdır. Onun kelimelerini değiştirebilecek yoktur. O, hakkıyla işitendir, hakkıyla bilendir.” (En’âm 6/115).

Adil olmak ve Allah’a verilen sözün tutulmasının birlikte geçtiği alıntılanan ilk ayetle Müslümanın doğru sözlü ve adil olmasının önemini göstermekte, ikinci ayette ise Kuran’ın doğruluk ve adalet bakımından tam olduğu ve değişmeyen bir gerçekliğe sahip olduğu belirtilmektedir. Böylelikle Müslüman bireyin, Kuran hakikatlerine inanmak suretiyle, doğru sözlü olması ve adil davranmasının gerekliliği açıkça anlaşılmaktadır.

2.1.4.4. **Birr, Hasene, Maruf ve Hayr**

Birr kelimesi Kuran'da "her türlü iyilik, ihsan, itaat, doğruluk" anlamlarında kullanılan İslam'ın iman, ibadet ve ahlak boyutlarının bütününe dair iyi nitelikleri kapsayan bir kavramdır (Çağrı, 2014: 61; Toksarı, 1992: 205). *Birr* kavramının en geniş tanımı aşağıdaki ayette verilmiştir.

"İyilik, yüzlerinizi doğu ve batı taraflarına çevirmeniz(den ibaret) değildir. Asıl iyilik, Allah'a, ahiret gününe, meleklerle, kitap ve peygamberlere iman edenlerin; mala olan sevgilerine rağmen, onu yakınlarla, yetimlere, yoksullara, yolda kalmışa, (ihtiyacından dolayı) isteyene ve (özgürlükleri için) kölelere verenlerin; namazı dosdoğru kılan, zekâti veren, antlaşma yaptıklarında sözlerini yerine getirenlerin ve zorda, hastalıkta ve savaşın kızıştığı zamanlarda (direnip) sabredenlerin tutum ve davranışlarıdır. İşte bunlar, doğru olanlardır. İşte bunlar, Allah'a karşı gelmekten sakınanların ta kendileridir." (Bakara 2/177).

Takva, *birr* ve *sıdk* kavramları birbirleriyle ilişkili kavramlardır. Hz. Peygamberin "Doğruluk *birr*'e, *birr* de cennete ulaştırır" hadisi *birr* ile *sıdk* arasında sebep sonuç ilişkisi olduğunu belirtirken; *birr* ve *takvanın* birlikte geçtiği aşağıdaki ayet ise bu iki kavramın birbirini tamamlayan özelliğe sahip olduklarının göstermektedir (Toksarı, 1992: 205).

"İyilik ve takva (Allah'a karşı gelmekten sakınma) üzere yardımlaşın. Ama günah ve düşmanlık üzere yardımlaşmayın. Allah'a karşı gelmekten sakının. Çünkü Allah'ın cezası çok şiddetlidir." (Mâide 5/2).

Hasene kelimesinin sıfat hali olan *hasen* "hoşa giden, tatmin edici, güzel, takdire şayan" anlamlarına gelmekte, isim hali olan *hasene* kavramı ise bütün bu anlamları kapsamakla birlikte aynı *hayr* kavramında olduğu gibi dünyevi ve uhrevi olarak en geniş anlamda her türlü iyilik anlamına sahiptir (Izutsu, 2011: 333-335). Aşağıdaki ayette iyilik kelimesi bu geniş anlamıyla *hasene* kelimesiyle bildirilmiştir.

"Onlardan, 'Rabbimiz! Bize dünyada da iyilik ver, ahirette de iyilik ver ve bizi ateş azabından koru' diyenler de vardır." (Bakara 2/201).

Lügatte kelime manası “bilinen, benimsenen” olan *maruf* kelimesi Kuran’da geçen “emir bil-maruf nehiy anil-münker (iyiliği emredip kötülükten nehyetmek)” (Âl-i İmrân 3/104) kalıbıyla kötünün (münker) karşıtı olarak iyi anlamında kullanılmıştır (Izutsu, 2011: 323-324). Lügatte “iyi” manasına gelen *hayr* kelimesi tıpkı *hasene* kavramında olduğu gibi iyi olarak hem dünyevi işleri hem de dini meseleleri kapsamaktadır (Izutsu, 2011: 328). *Hasene*, *hayr* ve *maruf* kavramları tutum ve davranışların nitelik olarak iyiliğini tanımlamak için eşanlama sahiptirler. Bununla birlikte *hasene* kavramı bir eylem veya amacın hoşça giden ve hayranlık uyandıran estetik tarafını nitelendirirken, *maruf* kavramı daha çok bunların kabul görülen ve benimsenen tarafını, *hayr* kavramı ise fayda ve iyilik mahiyetini vurgular (Çağrı, 1997: 376)

2.1.4.5. Şükür, Sabır ve Hilim

Lügatte “yapılan iyiliği bilmek, iyilik edeni iyiliğiyle övmek; minnettarlık” manalarına gelen *şükür* kelimesi, Kuran’da Allah’ın insanlara yaptığı ihsanlardan, verdiği sayısız nimetlerin şükürünü eda etmesinin gerekliliğinden ve bunu gereğiyle yapanlara verilecek ödüllerden bahsedilmek suretiyle geçmektedir. (Çağrı, 2010: 259-260).

“Hani Rabbiniz şöyle duyurmuştu: Andolsun, eğer şükrederseniz elbette size nimetimi artırırım. Eğer nankörlük ederseniz hiç şüphesiz azabım çok şiddetlidir.” (İbrâhîm 14/7).

Yukarıda ayette belirtildiği üzere insana verilen sayısız kıymetli nimetler karşısında ondan beklenen, bu nimetleri kendisine bahşeden sonsuz merhamet ve lütuf sahibi Rabbine şükretmesidir. Ancak böyle yaparsa inkardan kurtularak Rabbini tanımış ve şükretmiş olur.

“Tahammüllü olmak, sebatkarlık veya dayanıklılık” anlamlarına sahip olan *sabr* kavramı sözcük biliminde kolayca öfkelenme anlamına gelen *cezae* kelimesinin zıddı olarak zorlu ve meşakkatli şartlarda, karşılaşılan sıkıntılı durumlarda dahi itidali koruyarak metanet göstermek demektir. İslam dini ile bu erdem Allah yolunda sabretmeye dönüşmüştür (Izutsu, 2011: 177).

İslam'ın en temel yapıtaşlarından biri olan *sabr* erdemi, yaşanan zorluklara göğüs gererek direniş göstermek, imanını muhafaza etme azmine sahip olmaktır (Izutsu, 2011: 179).

"Yavrum! Namazı dosdoğru kıl. İyiliği emret. Kötülükten alıkoy. Başına gelen musibetlere karşı sabırlı ol. Çünkü bunlar kesin olarak emredilmiş işlerdendir." (Lokmân 31/17).

Lügatte kelime anlamı “sabırlı ve temkinli, akıllı ve ağır başlı olmak” olarak açıklanan *hilm* kavramı Kuran'da çoğul haliyle akıl anlamında bir kez, halim (hilm sahibi) olarak 11 ayette geçmektedir. Kuran'da hilm kavramı lafzi olarak az geçse de *hilm* kavramının kapsadığı “basiret, öfkesine hakim olma, ihsan ve adaletle hareket etme, affetme, sabır, vakar, rıfk” gibi ahlaki faziletlere çokça değinilmiştir (Çağrı, 1998: 33-34). Sabır ile hilm arasında anlam benzerliği olmakla birlikte, *hilm* kavramı *sabra* göre basiret, bağışlama ve tahammül erdemlerini de içeren daha kapsamlı bir anlam dağarcığı vardır (Çağrı, 2008: 339).

2.1.5. İlm-i Tedbir-i Menzil

Felsefe insanın üç davranış tarzına, yani; bilmek, etmek ve yapmak, tekabül eder. Aristoteles'te kabul edilen sınıflandırmaya göre, bilmek üzerine fikir yürütme teorik felsefe, etmek üzerine fikir yürütme pratik felsefe, yapmak üzerine düşünceden de poesis yani sanat felsefesi meydana gelir. (Ülken, 2016: 13) Aristoteles'te genel kabul görmüş felsefi ilimlerin sınıflandırılması aşağıdaki gibidir (Çağrı, 2008):

- I. Teorik ilimler: Fizik, Matematik ve Metafizik
- II. Pratik ilimler: Ethika, Oikonomia ve Politika
- III. Poetik (Üretici) ilimler: Şiir, Müzik ve Mimari

Teorik ilimlerin amacı ilk ilkeyi bulmak iken pratik ilimler insanın eylemlerini konu edinir. Aristo'ya göre, pratik alanda bilgi eylemden önce gelir. Elde edilen bilginin eyleme etki etme imkânına sahip olması bakımıyla pratik ilimler, teorik ilimlerden farklılaşır. Böylelikle pratik ilimlerin amacı elde edilen bilgi mahiyetine göre insan davranışlarını açıklamak ve düzenlemektir (Bıçak, 1997: 183, 187).

İslam filozofları felsefeyi Aristo'nun sınıflandırmasına uygun olarak nazari ve ameli felsefe olarak ayırmışlardır. Ameli felsefe başlığı altında sırasıyla üç konu vardır:

- i. Ahlak
- ii. İlm-u tedbiru'l-menzil
- iii. İlmu's-siyase / siyasetu'l-müdün'dür.

Aristo'daki sınıflandırmayı temel alarak ilimleri sınıflandıran İslam filozofları ameli felsefe başlığı altında oikonomia'nın karşılığı olarak ilm-u tedbiru'l-menzili ele almışlardır. İlm-u tedbiru'l-menzil ya da ilm-i tedbir-i menzil, ev yönetimi ve aile ilişkisi konularıyla ilgilenmektedir (Aydın, 1989: 10). Lisanül Arab'da “bir kimsenin işini çekip çevirmesi, sonunu hesap etmesi” anlamına gelen tedbir ile ev anlamına gelen menzilin birleşiminden meydana gelen tedbir-i menzil, oikonomia kelimesinde olduğu gibi ev yönetimi manasına gelmektedir (Çağrı, 2011: 260). Ameli felsefenin altındaki bu üç konunun bireyden topluma doğru birbirlerini tamamlar bir bütünlük içinde olmaları, ameli felsefenin pratik hayatla olan ilişkisinin ne denli kapsamlı bir fonksiyona sahip olduğunu göstermektedir.

İlm-i tedbir-i menzil kavramı; Harizmi'nin (ö.997) Mefatihü'l-Ulum, Taşköprüzade'nin (ö.1561) Mevzuatü'l-Ulum, Kâtip Çelebi'nin (ö.1657) Keşfu'z-Zunun ve et-Tehanevi'nin (ö.1745) Keşşafu Istılahati'l-Fünunu gibi 10.yy'dan sonra yazılmış ansiklopedik eserlerde ortak teorik tanım içerisinde işlenmiştir. Söz konusu bu eserlerin hepsinde ilm-i tedbir-i menzil ameli felsefenin içinde ahlak ve siyaset ile birlikte ele alınmıştır (Orman, 2011: 304-305).

İbn Sina (ö.1037) ilimleri tasnif ettiği el-Medhal, et-Tabiiyyat min Uyuni'l Hikme ve Aksamu'l Ulumi'l Akliyye eserlerinde felsefeyle hikmeti eş anlamlı kullanarak, meşşai felsefeye uygun şekilde nazari ve ameli olarak ikiye ayırmaktadır. Pratik hikmetin amacının insan eylemlerinin hayra yönelik hareket etmesi konusunda doğru bilgiye ulaşmak olduğunu belirten İbn Sina ameli hikmeti üç alt başlık altında; ahlak, ev yönetimi ve siyaset olarak adlandırır, ev yönetimini insanın eşi, çocukları ve sahip olduğu şeylerle birlikte ortak yaşam yeri olan evi nasıl yöneteceği olduğu tanımıyla açıklar. Kendisinden sonra gelen alimler de İbn Sina'nın tasnifine benzer şekilde ilm-

i tedbir-i menzilin ilimler içindeki yeri, konusu ve tanımını yapmışlardır (Alper, 2008: 58-59; Orman, 2011: 205-307).

İslam filozoflarının en büyük temsilcilerinden olan Farabi'nin ilm-i tedbir-i menzil konusuna pek değinmeyerek el-Medinetü'l Fazıla adlı eseriyle toplumsal ve siyasi konuları araştırması, bu yönüyle Yunan felsefesinin önemli ismi olan Platona benzerliğini gösterirken, meşşai felsefenin önemli temsilcilerinden diğer bir ismi İbn Sina ise ilm-i tedbir-i menzil konusuna ilimler tasnifinde yer vererek ve bu konu üzerine es-Siyasetu'l Menziliyye adıyla hususi bir eser yazmak suretiyle ev yönetimi konusuna değinmesi Yunan felsefesinin diğer önemli bir temsilcisi olan Aristo ile benzerlik taşır (Orman, 2011: 327-328).

İlm-i tedbir-i menzil konusunda yazdıklarıyla kendisinden sonraki Tusi'nin Ahlak-ı Nasirisi, Celaleddin Devani'nin Ahlak-ı Celalisi, Kınalızade'nin Ahlak-ı Ala'isi, Taşköprüzade'nin Şerhul Ahlak-ul Adudiyyesi gibi başlıca eserlere kaynaklık eden İbn Sina, konuyu "Kişinin Gelir ve Giderini Yönetmesi Üzerine" başlığı altında inceler. İbn Sina ev yönetiminin temel çıkış noktasını gıda ihtiyacını karşılamak olarak görür ve ona göre böylelikle insanlar bu ihtiyacı karşılamak için çeşitli mesleklere yönelmektedirler. Evin geçimini temin etmenin ticaret ve zanaat olarak iki yolu olduğunu belirten İbn Sina'ya göre zanaat, ticaretin tabiatında bulunan risk durumu ve malın tahribata uğrama ihtimali sebebiyle daha sürekli ve güvenilirdir. Zanaatları akla dayanan, eğitime dayanan ve bilek gücüne dayananlar olarak sınıflandıran ve bunlar hakkında ahlaki tavsiyeler de veren İbn Sina, evin gelirlerinin bir kısmını gelecekteki belirsizlikler için saklanmasını tavsiye etmektedir (Orman, 2011: 342-343).

İlm-i tedbir-i menzil konusunu el alan müelliflerin benzeyen eğilimi, menzil konusunu insanın diğer varlıklardan yapısal farklılığına, antropolojik açıdan değinerek başlamalarıdır. Menzilin varoluş sebebini insanın kendi başına yaşamaya yeterli olmadığı, gıda ve barınma ihtiyacını ve elde ettiği yiyeceği saklamak için bir meskene ihtiyaç duyduğu gibi antropolojik sebeplerle açıklayan İbn Sina, herkesin hayatını idame ettirmek için gerekli gıdaya, ailesiyle birlikte yaşayabileceği bir eve, menzilin içinde güven duyup evine göz kulak olacak bir eşe, yaşlanınca kendisine bakacak

çocuklara gereksinim içinde olduğunu vurgular (Orman, 2011: 330-331). İbn Sina'nın belirtmediği ama Tusi ve Kınalızade'nin özellikle vurguladığı eş ihtiyacının sebebi sadece evine göz kulak olmak için değil, esasen kişinin soyunun devam etmesi için birlikte çocuk yaparak aile kurmaktır (Orman, 2011: 333).

İbn Miskeveyh'in Tezhibü'l Ahlak isimli ahlak kitabını referans alarak Ahlak-ı Nasiri kitabını yazan Tusi'nin esas amacı İbn Miskeveyh'in eksik bıraktığı ameli felsefesinin diğer iki konusu olan ilm-i tedbir-i menzil ve ilm-i siyaseti de inceleyerek ameli felsefenin üç bölümünü bütün olarak değerlendirmektir. Tusi eserinin ilk bölümünde Miskeveyh'in Tezhibü'l Ahlak konu başlığını aynen kullanarak aslı Arapça olan eseri Farsçaya kendi yorumuyla aktarmış, sadece düzenlemede bir takım değişiklikler yaparak aile ahlakı ve siyaset ahlakı konularını ilgili konu başlıklarına havale etmiştir (Oktay, 2005: 25-26).

Tusinin Ahlak-ı Nasiri kitabının ikinci bölümü olan ilm-i tedbir-i menzil konu başlığı altında ev yönetimi konusu beş fasıl içinde işlenmiştir. İnsanın malla ilişkisini gelir elde etme, harcama ve kazancı muhafaza etme olarak üçe ayıran Tusi, gelir etme yollarını sınıflandırırken İbn Sina gibi sabitlik ve daimilik açısından zanaatları ticarete yeğler. Tusiye göre gelir elde edilirken ev halkının geçimine hanel getirmeme, cimri ve açgözlü davranmama, haysiyete uygun onurlu yaşamak gibi üç şartı yerine getirdikten sonra kazancın muhafazası söz konusu olur. Malın muhafazası da giderin gelirden daha az olması, kıymetli madenlerin elde tutulması ve sürekli gelir getiren bir işte çalışılmasıyla mümkün olur (Tûsî, 2005: 208-211). Sonraki fasıllarda aile kurma ve ev geçindirme kurallarını tafsilatlı olarak ele alan Tusi, çocuk yetiştirme hakkında eğitim metodundan bahsettikten sonra adab-ı muaşeret kurallarını ve en sonunda da hizmetçi ve işçileri idare etme kurallarından bahsederek ev yönetimi bölümünü bitirmektedir (Tûsî, 2005: 213-237).

Devvani tarafından yazılan Ahlak-ı Celali, Ahlak-ı Nasiri gibi ameli felsefenin her üç bölümünü incelemiş ve ilm-i tedbir-i menzil konusunu ayrı bir bölüm olarak ele almıştır. Ahlak'ı Nasiri'yi esas alan Devvani, eserini tasavvuf ve işrak felsefesinin de

tesiriyle, dini açıklama ve delillendirmelerle içerik olarak zenginleştirmiştir (Oktay, 2005: 30).

Farsça olarak yazılan Ahlak-ı Nasiri ve Ahlak-ı Celali'den esinlenerek, Kınalızade Ali Çelebi tarafından Türkçe olarak yazılan Ahlak-ı Ala'i adlı eser bu alandaki en önemli eserlerden biridir (Oktay, 2005: 17). Kınalızade kitabını referans aldığı ahlak kitaplarındaki gibi ameli felsefeye uygun şekilde üç bölüme ayırmıştır; ilk bölümde ahlak ilmi, ikinci bölümde ilm-i tedbir-i menzil ve üçüncü bölümde de ilm-i tedbir'ül medine işlenmiştir. Ahlak-ı Ala-i'nin yazılma sebebi ahlak adına yazılmış olan başlıca eserlerin Farsça ve Arapça olması sebebiyle Kınalızade'nin Türkçe bir eser yazmanın lüzumunu hissetmiş olmasıdır (Kınalızade, 2012: 32)

Eserin ilk kitabı olan Ahlak ilminin konusunu açıklayarak ve ilimler tasnifindeki yerini belirterek başlayan Kınalızade, sırasıyla insanın alemdeki yerini ve mahiyetini araştırır, faziletlerin ve reziletlerin tanımlarını yaparak itidalli ve adaletli olmayı tavsiye eder. Eserin ikinci kitabı ilm-i tedbir-i menzil hakkındadır. Kitapta ilk olarak insanın menzil ihtiyacı ve menzilin niteliği anlatıldıktan sonra evin geçimi için gereken mal temini konusu, mal idaresi başlığı altında işlenir. Ev halkının terbiyesi başlığı altında aile ilişkileri ve herkese gerekli olan adabı irdeleyen Kınalızade, son olarak devlet ahlakı konusuna değinerek kitabı tamamlar (Oktay, 2002: 214-215).

Kınalızade Ahlak-ı Ala'i adlı eserini yazarken, felsefe ve dini derinliği bir bütünlük içerisinde değerlendirmiş, adaletli bir toplumun nasıl inşa edileceğine cevap aramıştır. Bu maksatla kendinden önce yazılmış eserlerin birikimlerinden faydalanmış, bir nevi sentez yaparak kendi çağını aşan istisnai bir eser ortaya koymuştur (Beşer, 2014: 21; Oktay, 2002: 229).

Kınalızade ilm-i tedbir-i menzil konusunda İbn Sina ve Tusi'nin görüşlerine benzer muhteva içeren fikirler belirtmiştir. Böylelikle birbirini takip eden benzer içerik sayesinde ilm-i tedbir-i menzil düşünce geleneğinin oluşması mümkün olmuştur (Kınalızade, 2007; Orman, 2011: 349).

İlm-i tedbir-i menzil gerek anlam olarak gerekse de muhteva olarak Grekçe Oikonomia kavramıyla benzerlik taşısa da bilginin kaynağı ve amaç yönünden farklılık taşır. Müslüman alimlerin Grek felsefesiyle karşılaşmalarıyla birlikte takındıkları genel tutum, İslam paradigması çerçevesinde bu bilgi ve birikimi değerlendirmek olmuştur. Daha sonra karşılaşılan medeniyet ve kültürler, tıpkı cahiliye dönemindeki kültür ve uygulamaların toptan reddedilmeyip İslam'ın prensiplerine uygun olanların kabul edilerek devam etmesi, uygun olmayanların ret edilmesi, bazılarının da içeriğinin düzeltilerek kabul edilmesi, şeklinde bir muameleye tabi tutulmuşlardır. Pratik felsefenin alt başlıkları olan ahlak, ekonomi ve siyaset konusunda da aynı tavrı gösteren İslam alimleri, oikonomia kavramına "seçerek özümseme" biçiminde yaklaşarak bilginin İslamileştirilmesi, kendi paradigması çerçevesinde yeniden üretilmesi usulünde diyebileceğimiz ilm-i tedbir-i menzil disiplinini ortaya koymuşlardır. İlm-i tedbir-i menzil'de amaç ev halkının hem bu dünyadaki geçim ve mutluluğunu sağlamak hem de öte dünyadaki mutluluğa erişmesine yol göstermek iken, Oikonomia düşüncesindeyse ev idaresi ile, hane halkının salt bu dünya merkezli bir mutluluk anlayışı amaçlanır (Orman, 2011: 352-354).

2.2. İslam Ahlakının İktisadi Davranışa Etkileri

2.2.1. İslam’da İş ve Ticaret Ahlakı: İlk Dönem Uygulaması Medine Pazarı

Tarihsel süreç içerisinde şehirlerin kurulmasıyla birlikte şehir merkezlerinde ticari faaliyetlerin yapılması için pazarlar kurulmuştur. Kurulan pazarlar vasıtasıyla şehrin insanları iktisadi faaliyetlerini gerçekleştirme ortamı bulur, alıcı ve satıcılar bu merkezlerde buluşarak alış-veriş yapma imkanına sahip olurdu.

Pazar kelimesi Türkçeye, “alıcı ve satıcıların ticaret için belirli bir alanda bulunduğu yer” anlamına gelen Farsça bazar kelimesinden geçmiştir. Pazar için Arapçada “mal sevk edilen yer” manasına gelen suk kelimesi, Grekçede ise Türkçede de kullanılan etimolojik olarak “toplanma yeri” anlamına gelen panayır kelimesi kullanılır. Özellikle paranın bulunmasıyla birlikte pazarlar daha da önem kazanmış ve şehirdeki iktisadi faaliyetlerin merkezi haline gelmiştir. Ticari işlemlerin takas usulü yerine para kullanılarak yapılmaya başlanmasıyla beraber kent merkezlerinde pazar ekonomileri etkili hale gelmiştir (Kallek, 2007: 194). Pazar İslam şehrinde ticari faaliyetlerin ve haberleşmenin merkezi olmasının yanında yerleşim bölgelerinden uzakta, mahremiyet alanı dışında tutulmuştur (Kallek, 2007: 198).

Medine’ye hicret ile birlikte Müslümanların ticari faaliyetlerini İslam’ın kurallarına uygun olarak yapabilecekleri bir pazar ihtiyacı hissedilmişti. Medine pazarı olarak adlandırılacak bu pazar bizzat Hz. Peygamber’in vaz ettiği emir ve yasaklara göre oluşturulmuştur. Medine pazarının kendine özgü kuralları ve uygulamaları vardı. Çarşı ve pazarda yapılan ticari işlemlerin İslami kurallara ve ahlaka uygunluğunu denetleyen müessesenin adı hisbe olarak tanımlanmış, devlet tarafından görevlendirilen denetçiler ise muhtesib kelimesiyle adlandırılmıştır. Hisbenin ilk tatbikatçısı, muhtesibi olarak Hz. Peygamber kabul edilmektedir (Kallek, 2015: 132-133).

2.2.1.1. Medine Pazarının Kuruluşu

Hz. Peygamber Medine’ye hicret ettikten hemen sonra Müslümanların ilk mabedi olan Mescid-i Nebevi’yi inşa ettirdi. Mescit sadece ibadet edilen bir yer değildi, aynı

zamanda Müslümanların sosyal ve siyasi hayatının merkezinde, toplumsal buluşma yeri ve devletin idari merkeziydi (Hamidullah, 2011: 158).

Nasıl ki yeni kurulan İslam devletinin dini, sosyal ve siyasi yapısının merkezi olarak Mescit binası inşa edildiyse, devlet ve toplumun önemli bir yapısı olan iktisadi hayatın da inşa edilmesi gerekiyordu. Hz. Peygamber Medine'ye geldiğinde ticari faaliyetlerin yapıldığı mevcut bulunan pazarlar vardı. Bu pazarlarda Yahudiler veya müşrikler hâkim durumdaydılar. Bu pazarlarda yapılan faaliyetler İslam öncesi anlayışa göre yapılmaktaydı. İslam tüm konularda olduğu gibi ticari meselelerde de bazı yasaklar getirmekte ve bazı yeni standart uygulamalar oluşturmaktadır. Bununla beraber yeni bir devletin inşası yeni bir iktisadi sistemin kurulmasıyla, bu da ancak Müslümanların hâkim olacağı ve İslam'ın kurallarının etkin olacağı bir piyasa kurulmasıyla mümkündür. Bu gerekçeler doğrultusunda bizzat Hz. Peygamber'in emriyle sonrasında "Medine Pazarı" olarak adlandırılacak olan bir pazar kurulmuştur (Kallek, 1992: 30-31).

Hz. Peygamber, Nebit pazarına giderek "*Bu asla sizin pazarınız olamaz*" dedi. Sonra başka bir pazara gitti yine "*Bu asla sizin pazarınız olamaz*" dedi. Sonra (Medine pazarı olarak adlandırılacak olan) bu pazara döndü, etrafını dolaştı ve "*Sizin pazarınız budur: bu pazar daraltılmayacak ve burada vergi alınmayacaktır*" dedi (İbn Mace, "Ticaret": 40).

Bu pazar yeri seçilmeden önce Hz. Peygamber Baki ez-Zubeyr bölgesinde bir çadır kurmuştu. Yahudilerin lideri Kab b. El-Eşref geldi ve çadırın iplerini kesti. Bunun üzerine Hz. Peygamber "*Gerçekten ben bunu, onu daha da delirtecek bir yere nakledeceğim.*" dedi ve sonrasında pazarı Medine pazarı olacak yere taşıyarak şu emri verdi: "*İşte bu sizin pazarınızdır, burada devamlı sabit köşeler, yerler edinmeyin, burada hiçbir vergi de alınmayacaktır.*" (Semhudi, "Vefaul-Vefa", I/540). Hz. Peygamber'in gelişinden kısa bir süre sonra pazarın kurulması büyük önem taşımaktadır. Kab b. El-Eşref'in Müslümanların kuracakları pazarı Ben-i Kaynuka'nın mevcut pazarına rakip görerek çadırın iplerini kesmesi aslında Medine'deki

Müslümanlar ile Yahudilerin ekonomik sahadaki mücadelesinin bir yansımasıdır (Kister, 1965: 276).

Pazar yerinin stratejik önemini düşünürsek; Hz. Peygamberin uygun gördüğü bu pazar açık meydanlık bir yer idi, pazar yerinin herhangi bir yerinden her yer görülebilirdi. Ayrıca yeni kurulan bu pazarın konumu Medine'nin merkezinde, Mescid-i Nebevi'nin yakınında, şehrin giriş ve çıkış yollarının üzerindeydi. Yeni kurulan İslam devletinin Medine pazarı da stratejik olarak önemli bir konuma sahipti. Zira alışlagelmiş diğer pazarların yerine geçmesi için yeni tesis edilen bu pazarın bazı avantajlara sahip olması gerekiyordu. Stratejik konum olarak ulaşılabilirliğe sahip olmanın yanında Hz. Peygamberin pazarın kurulmasıyla birlikte söylediği "Burada hiçbir vergi alınmayacaktır." uygulaması bu pazarı diğer pazarlar karşısında oldukça avantajlı bir konuma getirmiş ve çoğunluk itibarıyla bir çeşit pazar vergisi alınan diğer pazarlara karşı rekabet açısından görece üstünlük elde etmiştir. Verginin olmamasından dolayı fiyatlar da düşecek, böylelikle halk pazara daha çok ilgi gösterecekti (Kallek, 1992: 34-35).

2.2.1.2. Medine Pazarının Kuralları ve Uygulamaları

Bütün iktisadi faaliyetlerde faizden uzak durmanın yanında İslam'a göre uygun olmayan tüm ürünlerin ticaretinin yapılmaması da İslam'ın izin verdiği ticaretin ölçülerini oluşturmaktadır.

Faizin Arapça karşılığı riba olarak kullanılır. İslam faiz üzerinden yapılan kazancı yasaklarken, bunun yerine ticaret üzerinden kazanılan karı uygun görmüştür. İslam iktisat düşüncesinde faiz yasak olduğu gibi İslam şeriatına göre yasak olan alkollü ürünler, domuz, fuhşiyat ve kumar oyunları gibi işlerin de yapılması yasaktır (Bakara 2/173, 219, 275; Mâide 5/90; Nisâ 4/16).

Klasik iktisat teorilerinde faiz için yapılan genel tanım paranın kullanım değeri olduğudur. Ama İslam'a göre faiz yasaktır, ancak ticaret yapmak helaldir. İslam, pazar ekonomisine izin verir. Hz. Peygamber tabii şartlarda işleyen piyasaya yapılacak müdahalelere izin vermemiş ve sahabeden bazılarının fiyatların artmasından ötürü

narh koyması yönündeki müracaatlarını kabul etmemiştir. Bununla birlikte piyasaya hâkim bazı güçlerin piyasa düzenine suni müdahalelerde bulunmasını ve İslam'a göre uygun olmayan alışverişleri engellemek için devletin müdahalesi gerekebilir. Bir pazarın düzgün bir şekilde işleyebilmesi ancak o pazara suni müdahalelerin engellenmesi suretiyle mümkün olabilmektedir. Piyasa denetimi, Medine pazarı örneğinde olduğu gibi başlangıcında Hz. Peygamber'in ilk muhtesib olarak bizzat görev yapması sonrasında ise teşkilatlı bir yapıya dönüşen "Hisbe" müessesisiyle sağlanmıştır (Kallek, 1992: 87,126).

i. Faiz Yasası

"Faiz yiyenler, ancak şeytanın çarptığı kimsenin kalktığı gibi kalkarlar. Bu, onların, 'Alışveriş de faiz gibidir' demelerinden dolayıdır. Oysa Allah alışverişini helal, faizi haram kılmıştır. Bundan böyle kime Rabbinden bir öğüt gelir de (o öğüte uyarak) faizden vazgeçerse, artık önceden aldığı onun olur. Durumu da Allah'a kalmıştır. (Allah onu affeder.) Kim tekrar (faize) dönerse, işte onlar cehennemliklerdir. Orada ebedi kalacaklardır." (Bakara 2/275).

"Ey iman edenler! Allah'a karşı gelmekten sakının ve eğer gerçekten iman etmiş kimselerseniz, faizden geriye kalanı bırakın. Eğer böyle yapmazsanız, Allah ve Resul'üyle savaşa girdiğinizi bilin. Eğer tövbe edecek olursanız, ana paralarınız sizindir. Böylece siz ne başkalarına haksızlık etmiş olursunuz ne de başkaları size haksızlık etmiş olur." (Bakara 2/278-279).

Ana paradan fazlasının caiz görülmediği kısım olan faiz bu ayetlerle yasaklanırken, ticaret ise helal kılınmıştır. Müşrikler tarafında alışveriş de faiz gibidir denilmesine faizin tanımı yapılmamakla birlikte, net bir şekilde alışverişin helal, faiz haram kılındığının bildirilmesi, o dönem itibariyle faizin bilinen bir uygulama olduğunu göstermekte ve ticaretteki artışın faiz gibi olmadığı vurgulanmaktadır (Kallek, 1992: 41).

ii. Narh

Hız. Peygamber döneminde fiyatlar yükselmişti. Bunun üzerine Sahabeden bazıları dedi ki: “*Ya Resulullah, fiyatlar arttı, bizim için narh koy*”. Bunun üzerine Hız. Peygamber: “*Şüphesiz fiyatları ayarlayan, rızkı eksilten, çoğaltan, rızık veren Allah'tır. Ben Allah'a hiç kimsenin benden ne mal ne de kan konusunda isteyeceği bir hakkı olmadığı halde ulaşmak isterim.*” buyurdu (Ebu Davud, “İcare”, 49).

Piyasa koşulları doğal seyrinde işlediği müddetçe fiyatlara herhangi bir müdahalede bulunulmaması gerekir. Böylece seyrinde işleyen serbest bir piyasada fiyatlar arz-talep dengesine göre oluşur. Satıcının tüketiciyi istismar etmediği bir pazarda narh koymak fiyatların dengesini bir taraf lehine yahut aleyhine bozmaya sebep olup, mağduriyet oluşmasına neden olacaktır (Kallek, 1992: 87).

Bu sebeple Hız. Peygamberin “*narhı koyanın Allah olduğu*” sözünden pazardaki fiyatlara müdahalede bulunmadan tabii seyrine bırakmak gerektiğini anlamaktayız. Ancak doğal piyasa koşullarını bozan durumları bertaraf etmek için müdahalede bulunulabileceği ise farklı yorumlar olmakla birlikte gerek Hız. Ömer zamanı yapılan uygulamalardan gerekse de alimlerin maslahata binaen verdiği fetvalardan anlaşılmaktadır (Bal, 2015: 106; Kallek, 1997: 166).

İbn Teymiye narhı zulüm ve adil olarak ikiye ayırarak; satıcıyı razı olmadığı fiyattan satmaya zorlamanın zulüm ve haram olduğunu, meşru olmayan bir kar durumunu ortadan kaldırmak için halkın menfaatini düşünerek satıcıları birbirine denk fiyattan satmaya zorlamanın ise meşru bir narh uygulaması olduğunu söylemektedir (İbn Teymiye, 2001: 37-38).

iii. Karaborsacılık

“*Karaborsacı ne fena bir kuldür; fiyatların düştüğünü öğrenince üzülür, yükseldiğini duyunca da sevinir.*” (Beyhaki, “Şuabul İman”, 11215).

“*(Stokçuluk etmeyip malını) satışa arz eden kimse rızıklandırılmış, ihtikar eden (karaborsacı) de lanetlenmiştir.*” (İbn Mace, “Ticaret”, 6).

Bu hadislerden anlaşılacağı üzere karaborsacılık yapmak, halkın ihtiyacı olan maddeleri stoklayıp iç piyasadaki arz-talep dengesini bozarak fiyatları kendi lehine artırarak menfaat sağlamak Hz. Peygamber tarafından uygun görülmemiştir. İhtikar, stokçuluğu sadece yiyecek maddeleriyle sınırlandıran Ebu Hanife, Şeybani ve Şafi gibi alimler olduğu gibi, Malik, Ebu Yusuf gibi ihtikarı mutlak anlamda anlayan ve yokluğunda halkın sıkıntı çekeceği tüm maddeleri kapsayacak şekilde tanımlayan alimler de vardır (Kallek, 1992: 58).

iv. Telakkir-rukban

Abdullah ibn Ömer şöyle demiştir. *“Biz mal getiren binicileri (şehir içinde pazarın üst tarafında) karşılar ve onlardan yiyecek maddesi satın alırdık. Hz. Peygamber satın aldığımız şeyleri pazara ininceye kadar satmamızı yasakladı.”* (Buhari, “Buyu”, 72).

Köylü veya üreticinin pazara gelmeden onun mallarını ucuza satın almak olan cahiliye dönemi uygulaması *Telakkir-rukban*, Hz. Peygamber tarafından yasaklanmıştır. *“Celeb (mal getiren ticaret kafilesini) malı yolda karşılamayın; kim karşılar da ondan bir şey satın alırsa, (malın ilk) sahibi pazara geldiği vakit muhayyer olur.”* (Müslim, “Buyu”, 17). Bu hadisten de anlaşılacağı üzere şehir dışından mal getiren köylü veya tüccar, eğer böyle bir duruma maruz kaldıysa ve bu ticarettten mağdur olduğunu düşünüyorsa, kendisine yapılan ticaret akdinin iptal edilmesi hakkı verilmiştir. Böylelikle şehrin zenginlerinin dışarıdan gelen tüccar veya üreticilerin mallarını ucuza satın alıp sömürmeleri engellenmektedir (Kallek, 1992: 63-64).

v. Simsarlık

“Şehirli, bedevi namına satış yapmasın! Bırakın insanları Allah birbirlerinden rızıklandırsın!” (Müslim, “Buyu”, 20). Malını bir an önce satmak isteyen köylü üreticiyi daha iyi bir fiyata zaman içinde satma vaadi veren şehirli simsar, komisyonculuk yapar ve böylelikle hem fiyatların artışına sebep olarak şehir halkının malları daha pahalı fiyattan almasına sebep olur hem de üreticiye muhtemel satacağı fiyattan daha düşük bedel ödeyeceği için de köylünün kârının düşmesine sebep olur. Böylece simsar kârını iki kesimin zararından elde eder. Simsarlık bizzat Hz.

Peygamber tarafından yasaklanmıştır, ancak köylü biri danışırsa ona ücretsiz danışmanlık yapılmasını teşvik etmiştir. (Kallek, 1992: 68).

vi. Kabzdan Önce Satış

“Yanında bulunmayan, sahip olmadığın bir malı satman helal değildir, teslim almadan önce satılan malın kârı da helal değildir.” (Ebu Davud, “Buyu”, 68). Hz. Peygamber bir malın teslim alınmadan satılmamasını emretmiş, böylelikle aracılık yaparak risksiz bir ticaret yapılmasını men etmiştir (Kallek, 1992: 72). Ayrıca teslim edilmeden, reel olmayan ve üst üste yapılan satışlar fiyatların yükselmesine sebep olmaktadır. Böylelikle fiyatların yükselmesine sebebiyet veren aracı bir rant sınıfının oluşmasına imkan vermektedir.

2.2.1.3. Muhtesib

Hisbe kelimesi Müslüman alimler tarafından iki anlamda kullanılmıştır. İlk manası, İslam devletinin dini fonksiyonlarından olan bir kurum olarak, emir bil-maruf ve nehiy anil-münker (iyiyi tavsiye etme ve kötülükten sakındırma) görevini ifa etme anlamında, ikinci manası ise spesifik olarak iktisadi anlamda kullanılmıştır. Çarşı ve pazarda yapılan ticari işlemlerin İslami kurallara ve ahlaki davranışlara uygunluğunu denetleyen müessesenin adı hisbe olarak tanımlanmış, devlet tarafından görevlendirilen denetçiler ise muhtesib kelimesiyle adlandırılmıştır (Buckley, 2000: 1; Ghazanfar, 2004: 241).

Kaynaklardan tespit edildiğine göre hisbe teşkilatı *amilus-suk*, yani pazar denetçisi ismiyle ilk olarak kullanılmış, Hz. Peygamber’in vazettiği iktisadi hükümleri uygulamak üzere pazarlarda görevlendirilen memurlar *amilus-suk* sıfatıyla anılmışlardır (Kallek, 1998: 134). Daha sonra ise Abbasi halifesi Ebu Cafer el Mansur dönemi ile birlikte *amilus-suk* yerine *muhtesib* kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Buckley, 2000: 7).

Çarşı ve pazardaki meslek erbaplarının görevlerini, ticari işlemlerini, ölçü ve tartılarını denetlemek muhtesibin başlıca görevleri olmakla birlikte pazardaki huzur ve güven

ortamının devamlılığını sağlamak, ahlaki durumun dine uygunluğunu kontrol etmek de onun mesuliyeti içindeydi (Duri, 1991: 75).

Hız. Peygamber İslam'ın emir ve yasaklarını risaleti ile birlikte vaz etmiş ve iktisadi işlemlerde de belirli kurallar ve düzenlemeler getirmişti. Ticaret alım-satımlarının İslam'a göre uygun yapılıp yapılmadığını bizzat kendisi pazara çıkarak kontrol ederdi. Bu sebeple hisbenin ilk tatbikatçısı, muhtesibi olarak Hız. Peygamber kabul edilmektedir (Kallek, 2015: 132-133).

Pazardaki malların kalitesinin denetlenmesi de muhtesibin görevleri arasındadır. Bu duruma emsal teşkil edecek hadise olarak; Hız. Peygamber çarşıya çıktığı bir gün bir buğday yığınının olduğu çuvala elini daldırdı ve altının ıslak olduğunu fark etti ve sebebini sordu. Satıcının yağmur ıslattı cevabına karşı *“Öyleyse insanların görmeleri için ıslak olan kısmı üste koyman gerekmez miydi? Bizi aldatan, bizden değildir.”* dedi (Müslim, “el-İman”, 165). Hız. Peygamber satıcıya iki malı birbirinden ayırmasını emretmiştir (Kallek, 1997: 202).

Pazarda yapılan alışverişlerde ölçü ve tartının kullanılması görevini Hız. Peygamberin *“Bir şey sattığın zaman sen ölç, satın aldığın zaman da ölçtür”* (Buhari, Buyu 51) emrinden alan muhtesib, aletlerin doğru tartıp tartmadığını denetlemesi görevini de *“Doğru terazilerle tartın”* (Şuarâ 26/182) ayetinden aldığı anlaşılmaktadır. Hız. Peygamber pazarda kendi denetim yaptığı gibi başkalarını da pazarlarda denetim yapması için görevlendirdi. Medine çarşısında Hız. Ömer, Abdullah b. Said ve Semra binti Nuheykil-Esediyye'yi, Sad b. El-As'ı da fethedildikten sonra Mekke çarşısında muhtesip olarak görevlendirmiştir (Kallek, 1997: 182-183). Hisbe icra ettiği vazife olarak Hız. Peygamber zamanında başlamış olsa da kurum olarak teşkilatlanması Hız. Ömer devrine dayandırılmaktadır (Kallek, 1997: 177).

2.2.2. Şeybani'nin Kitab-ül Kesbi

Kitab-ül Kesb kazanma ve harcama konularını ele alarak iktisadi meselelerle ilgilenen İslam tarihinde ilk eserlerden biridir. Aynı dönemde Ebu Hanife'nin talebelerinden olan Ebu Yusuf'un bugünkü anlamıyla makro iktisadi içerikte olan Kitab-ül Harac

eserinin aksine, Kitab-ül Kesb bugünkü anlamıyla mikro iktisat konularını ele alan bir eser olması sebebiyle de istisnai bir kitaptır (Orman, 2015a: 26-27).

Kitab-ül Kesb'in bir ilginç özelliği de şerh geleneğine dayalı çok yazarlı bir kitap olmasıdır. Kitabın ilk ve esas yazarı İmam Muhammed Şeybani (ö.805) olmak üzere aktaranı Muhammed b. Sema (ö.847) ve şerh eden/açıklayan yazarı da Şemsul-eimme Serahsi'dir (ö.1090). Hangi kısımların hangi yazara ait olduğu konusu belirsizdir, zira Şeybani'ye ait olan metin ile Serahsi'nin şerh ettiği bölümler belirgin atıflar hariç tam olarak ayırt edilemeyecek şekilde birbirleriyle iç içe geçmiş durumdadır (Orman, 2015a: 4-5, 16).

Kitab-ül Kesb eserinin iki temel meselesi vardır. İlki terim olarak çalışma manasına gelen kesb faaliyetinin amacı, meşru yolları ve kapsamıyla ilgili iken, ikincisi ise kazanılmış gelirin nasıl kullanılacağına/harcanacağına dair iktisadi meseleler üzerinedir (Orman, 2015a: 3, 24).

Kitab-ül Kesb kitabında ilk olarak “iktisab/kesb” kelimesinin lügatteki anlamı, genel manada “mal kazanma”, özel terim olarak da helal kazanç olarak açıklanmıştır. Hz. Peygamber'in “kazancı aramak her Müslümana farzdır” hadisini aktaran müellif, çalışıp geçimini sağlamanın hayatı devam ettirmek ve kulluk vazifelerini gerçekleştirmek için gerekli olduğunu, bunun da farz ibadetleri gerçekleştirmek gibi farz olduğunu belirtmektedir (Şeybani & Serahsi, 1993: 40-41).

Kazancın helal ve haram olarak iki kısmı olduğundan bahseden müellif, akabinde çalışmanın haram olduğunu savunan kaderiyye mezhebinin bu görüşüne şu şekilde cevap vermektedir: Peygamberlerin dahi çalıştıklarını ama diğer insanlar gibi bütün vakitlerini kesbe harcamadıklarını belirten yazar, sahabenin de kesble meşgul olduğunu, hatta Hz. Ömer'in çalışmayıp “tevekkül ediyoruz” diyen bir topluluğa “insanların mallarını yiyorlar” dediğini ve asıl tevekkül edenin “Tohumu toprağa atıp sonra da Allah'a tevekkül edendir” dediğini aktarmaktadır (Şeybani & Serahsi, 1993: 45-49).

Sonraki bölümde “Zaruri olan rızkın temininden sonra da çalışmaya devam etmek caiz olur mu?” sorusunun cevabını araştıran müellif, ilk görüşe göre zekat, infak, ihsan gibi maddi imkanla yapılan ibadetlerin insanlara faydalı olma faziletlerinden bahsedip bunların ancak çalışmaya devam etmek ve kazanmayı sürdürmekle mümkün olduğunun üzerinde dururken, diğer görüşte ise Peygamberlerin bütün zamanlarını çalışmaya hasretmediklerini, bilakis ibadet yaptıkları vakitlerin kesble uğraştıklarından daha fazla olduğundan bahsediyor. Dünyevi işlerle uğraşmanın insanın nefesine hoş gelen tarafının da olduğunu belirten müellif, iki görüşün makul görülecek delillerini bildirdikten sonra, münzevi bir ibadet hayatını evliliğe tercih etmemek kaydıyla ikinci görüşün daha efdal olduğunu söylüyor (Şeybani & Serahsi, 1993: 57-59).

Akabinde “Fakirlik mi daha faziletlidir, yoksa zenginlik mi?” konusunda şerh eden yazar olan Serahsi, Şeybani’nin “Eğer insanlar, kendilerine yetecek kadarına kanaat etseler, fazla olanını bıraksalar, sonra da ahiret işlerine yönelseler, onlar için daha hayırlı olur” görüşünü aktarıyor. İlaveten zenginliğin fakirliğe göre daha ayartıcı olduğundan bahseden müellif, (yokluk derecesinde olmayan) fakirliğin zenginliğe nispetle daha emniyetli olduğunu vurguluyor (Şeybani & Serahsi, 1993: 59-61). Fakirliğe sabretmeyle zenginliğe şükretmenin faziletlerinin karşılaştırıldığı benzer bir meselede, müellif kendi benimsediği görüş olarak fakirliğe sabretmenin daha faziletli olduğunu söylese de her ikisinin de kendine göre hayırlara sahip olduğunu belirtmektedir (Şeybani & Serahsi, 1993: 63-66).

Mal biriktirmenin yanlışlığını hadislerden alıntı yaparak ortaya koyan müellif , malın ancak Allah’a yaklaşmak için bir aracı olduğunu Şeybani’nin dilinden aktarmaktadır. Sonrasında meşru kazanç konusuna değinen müellif, kazanç yöntemi olarak “işçilik, ticaret, ziraat ve sanatın” mubahlık açısından aynı olduğunu, bununla birlikte insanlara daha çok fayda veren bir üretim biçimi olması sebebiyle ziraatın ticaretten daha faziletli olduğundan bahsetmektedir (Şeybani & Serahsi, 1993: 70-75).

Kitab-ül Kesb’in kesb haricindeki diğer konu olan harcama meselesine “yeme, içme, giyinme ve barınma gibi varoluşsal insan ihtiyaçlarını tanımlayarak yaklaşan müellif,

hayatı devam ettirmek ve ibadetleri yapabilmek için yeterli beslenme ve giyinmenin şart olduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte israfın haram olduğunu, hem yiyecek hem de giyecek olarak israf edilmemesi gerektiğini nâstan getirdiği referanslarla anlatmaktadır (Şeybani & Serahsi, 1993: 85-91).

Bir sonraki konuya önce dilenmenin zilletine değinerek başlayan müellif, “Veren elin alan elden daha hayırlıdır” (Buhari, “Zekat”, 18) hadisini insanlardan bir şey istememe (Ebu Davud, “Zekat”, 27) nebevi tavsiyesiyle birlikte açıkladıktan sonra “*Onların mallarından, onları kendisiyle arındıracağın ve temizleyeceğin bir sadaka (zekat) al ve onlara dua et*” (Tevbe 9/103) ayetini aktararak sadaka vermenin manevi temizlenme açısından önemine vurgu yapmaktadır (Şeybani & Serahsi, 1993: 101, 104-108).

Kitab-ül Kesb’in son kısmında yenilecek miktar bahsinde Hz. Peygamber’in dünya nimetlerini anlattığı “Onun helalinin hesabı, haramının da azabı vardır.” (Keşful-Hafa, II/368 akt. Şeybani & Serahsi, 1993: 111) hadisini aktaran müellif, peygamberlerin mubah olanın aızıyla yetindiklerini vurgulamıştır. Yemenin sınırlarını inceleyen müellif, insanın hayatını devam ettirebilmesi ve ibadetlerini yapabilmesi için yetecek kadar yemenin sevap, bunun ötesinde doyana kadar yemenin mubah, doyduktan sonra yemenin ise haram olduğunu bildirmiştir. Bununla birlikte helal kazançla elde edilen dünya nimetlerinden faydalanmak mubah olsa da kişi bunların hesabının olduğu bilinciyle hareket etmeli, şükretmeli ve ihtiyaç sahiplerini de gözetmelidir (Şeybani & Serahsi, 1993: 111-115).

Son bir değerlendirme yapmak gerekirse iktisadi faaliyetleri dini hayat ile ilişkilendiren, böylelikle iktisadi ve dini hayatı da öteki dünya ile bütünleştiren Kitab-ül Kesb, araç-amaç ilişkisi bağlamında iktisadi meseleleri dini perspektif adına araçsallaştırarak uhrevi amaç için değerlendiren bir takva ve zühd kitabıdır (Orman, 2015b: 49). Bu yönüyle Müminlere iktisadi hayat içinde nasıl tavır alıp davranacaklarına dair; ilk dönemlerden bugüne değin geçerli olan temel meseleleri, İslam ahlakı ekseninde değerlendiren önemli bir eserdir.

2.2.3. İslam İktisadının Temel İlkeleri

2.2.3.1. Faiz Sorunu ve Faizsiz Ekonomi

Liberal ekonomik sistem için İslam ekonomisiyle ilgili olarak herhalde en tartışmalı konu faizin yasak olmasıdır. Zira ana akım iktisat anlayışına göre faiz, paranın kullanım değeri olarak görülmektedir (Algaoud & Lewis, 2001: 28; Diwany, 2011: 53). Ama yukarıda *Faiz Yasağı* konu başlığında belirtildiği üzere iktisadi faaliyetlerde yapılan işlemlerde faizin alınması veya verilmesi, Kuran-ı Kerim’de kesin bir şekilde yasaklanmıştır. Kuran’da (Bakara 2/277-278) faiz yasağına kim uymazsa onların Allah ve Peygamberine savaş açmış olacağı belirtilmiştir.

“Faiz yiyenler, ancak şeytanın çarptığı kimsenin kalktığı gibi kalkarlar. Bu, onların, ‘Alış veriş de faiz gibidir’ demelerinden dolayıdır. Oysa Allah alışverişi helal, faizi haram kılmıştır.” (Bakara 2/275).

Yukarıda ayette belirtildiği üzere faiz ile alışverişin aynı olmadığı Allah tarafından vurgulanmakta, faizin haram alıverişin ise helal kılındığı belirtilmektedir. İslam iktisadında faizsiz borç *karz-ı hasen*, ortaklık esasına dayalı ticari faaliyet uygulamaları *mudarebe* (sermaye ve emek ortaklığı) ve *müşareke* (iki tarafın da sermaye koyduğu ortaklık), ticari alım-satım uygulaması¹⁰ olarak murabaha ve kiralama olarak da *icaredir* (Bayındır, 2008: 213-218, 264-268; Taqi Usmani, 2002: 12).

Faiz yasağı, Kuran’da en sert şekilde uyarılan konulardan biridir. Üzerinde bu kadar önemle durulan bu mesele hakkında Müslümanların hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Faiz yasağı açıkça alışlagelmiş kredi (faizli) sistemini, İslam ahlakına göre gayri meşru kılmakta, Müslümanları ortaklık sistemine göre iktisadi faaliyetlerini yapmaya zorlamaktadır. Ortaklık sisteminde yapılan kar ve zarar, ortaklık kurulan kişilerle paylaşıldığı için sermaye, sahibinden ayrılmaz ve sermaye yatıran herkes kardan veya zarardan payını alır. Kredi sisteminde ise belirli bir faiz oranı belirlenmekte, ona göre sermaye sahiplerine parasının kullanım bedeli olarak karşılığı

¹⁰ Ayrıca *selem* (para peşin, mal veresiye) ve *istisna* (sipariş sözleşmesi) uygulamaları vardır.

verilmektedir. Yalnız kapitalist yatırımcı ne kadar kazanırsa kazansın yaptığı karı değil, yalnızca finansman bedelini dolaylı olarak parasını kullandığı insanlara vermektedir. Bu da servetin belirli ellerde birikmesine zemin hazırlamaktadır (Bayındır, 2008: 19-22; Mevdudi, 2016: 190-191).

2.2.3.2. Helal ve Haram Geçim Yolları

Yukarıda “Medine Pazarının Kuralları ve Uygulamaları” konusunda değinildiği üzere İslam dininde helal veya haram kabul edilen ürün, uygulama ve ticaret yolları vardır. Bir şeyin helal olduğunu anlamak ilk olarak Kuran ve Sünnet’te doğrudan helalliğinin belirtilmesi ile olur. Mesela ticaretin helal kılınması (Bakara 2/275), Ehl-i kitabın kestiğinin ve yiyeceklerinin helal olması (Mâide 5/5) doğrudan bildirilen helal hususlardır. İkinci olarak, bir hususun helal olduğunu anlamak, haram olduğuna dair nasta bir yasağın ve delilin bulunmamasıyla olur. “Eşyada aslolan ibahadır” fıkıh kaidesine göre haramlığına dair bir yasak belirtilmemişse o mubah kabul edilmektedir (Beekun, 1997: 31; Koca, 1998: 176-177).

Alkollü ürün üretimi, tüketimi ve alışverişi (Mâide 5/90); fuşşiyat ve müstehcenlik ile ilgili tüm ticari faaliyetler (Nûr, 24/33; İsrâ 17/32); kumar, fal ve şans oyunları yoluyla yapılan tüm meslek ve ticaret çeşitleri (Mâide 5/90); haksız yere başkasının malına el koymak (Bakara 2/188); yetimlerin malını zulümle yemek (Nisâ 4/10); emanete hıyanet etmek (Bakara 2/283; Âl-i İmrân 3/161); ticarete haksızlık yapmak (Nisâ 4/29); rüşvetle ve usulsüzlükle iş yapmak (Bakara 2/188); dolandırıcılık ve hırsızlık (Mâide 5/38); faizle ticari faaliyet yapmak, faizle çalışan finans kurumu işletmek, bu kurumlardan kredi çekmek yahut faiz geliri elde etmek (Bakara 2/275, 278-279) İslam’a göre haram geçim yollarıdır ve Allah katında batıldır. İslam dini geçimin batıl yollardan yapılmasını kesin bir şekilde nehyetmekte, tüm kazançların ancak helal yollardan kazanılması gerektiğini emretmektedir (Mevdudi, 2016: 105-109).

2.2.3.3. Zekât ve Sosyal Yardım

Lügatte “artma, arıtma; övgü ve bereket” anlamlarına gelen zekât kelimesi, dini ıstılah olarak zengin Müslümanların mallarından bir kısmını (en az 1/40) aşağıda alıntı yapılan ayette belirtilen sekiz sınıfa tasadduk etmesi anlamında kullanılmaktadır.

İslam'ın en temel beş şartından biri olan zekât ibadeti zorunlu bir yardım faaliyeti olarak mali durumu yeterli olan Müslümanlara farzdır. Bunun haricinde istekle yapılan yardımlar ise sadaka olarak isimlendirilmekte, nafîle ibadet hükmünde kabul edilmektedir. Devletin kurumsal ve sosyal harcamalarını karşılamak için alınan vergiden farklı olan zekât; maddi durumu düşük olan, geçici veya sürekli olarak yardıma ihtiyaç duyan kimselere doğrudan verilen toplumsal bir yardım faaliyetidir (Erkal, 2013: 197, 200; Mevdudi, 2016: 184-185).

“Sadakalar (zekâtlar), Allah'tan bir farz olarak ancak fakirler, düşkünler, zekât toplayan memurlar, kalpleri İslam'a ısındırılacak olanlarla (özgürlüğüne kavuşturulacak) köleler, borçlular, Allah yolunda cihad edenler ve yolda kalmış yolcular içindir. Allah hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir.” (Tevbe 9/60).

Kuran'da zekât kelimesi 30 ayette geçerken bunların 27 tanesi namazla birlikte geçmekte; bu durum birinin bireysel diğerinin toplumsal yönü olmak üzere bu iki ibadetin birbirleriyle kuvvetli ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Örnek olarak Müminlerin sıfatlarının tanımlandığı aşağıdaki ayette, kurtuluşa ermek için Allah'a inanmakla beraber namaz kılma ve zekâtı vermek gerektiği anlaşılmaktadır (Erkal, 2013: 197)

“Mü'minler gerçekten kurtuluşa ermişlerdir. Onlar ki, namazlarında derin saygı içindedirler. Onlar ki, faydasız işlerden ve boş sözlerden yüz çevirirler. Onlar ki, zekâtı öderler.” (Mü'minûn 23/1-4).

Zekât Allah rızası için yapılan bir ibadet olmakla birlikte, onun ifasında birey-toplum arasında etkileşimi sağlayan, toplumsal birlikteliği güçlendiren ve ekonomiyi etkinleştiren hikmetler vardır. Zekât müessesesi ile zengin kazandığı gelirden fakirin hakkı olan payı verip servetini temizler, böylelikle mal sevgisinden ve cimrilik halinden kurtulur ve kazandığı servetin şükrünü eda etmiş olur. Böylelikle zekât kurumu sayesinde devletin gerek maddi imkansızlık gerek habersizlikten ötürü erişemediği ihtiyaç sahibi kimselere mali durumu yeterli olan kişiler ulaşmış olur. Böylece sosyal birliktelik güçlenmekte, toplumsal kardeşlik duyguları gelişmektedir. Ayrıca atıl duracak sermaye ihtiyaç sahiplerine aktarılmak suretiyle yeni yatırım ve

harcamalara dönüşerek ekonomiye katılmış olmakta, böylelikle toplumun ekonomik refahını artırmaktadır (Erkal, 2013: 197; Mevdudi, 2016: 152, 322).

2.2.3.4. Adil Dağılım, Fırsat Eşitliği ve Toplumsal Denge

İslam iktisat anlayışına göre dengeli bir toplum eşit paylaşım ile değil adil paylaşım ile mümkündür. Zira zeka, yetenek, bilgi, fiziksel görünüm ve sosyo-ekonomik şartlar ve çevre gibi pek çok yönden eşit olması mümkün olmayan insanların eşit kabul edilmesi nasıl mümkün değilse ekonomiden eşit pay alması da aynı şekilde mümkün olmaz. Doğrusu, İslam'ın uygun gördüğü helal yollardan olmak kaydıyla, herkesin kendi gayret, yetenek ve girişimciliğine (üstlendiği riske) göre eşit rekabet koşullarında özgür iradesiyle ekonomiden çalıştığı karşılığını almasıdır. Bununla birlikte İslam eşit rekabet koşullarını engelleyecek kartel ve tekel oluşturulmasına, stokçuluk yaparak bundan kazanç sağlamaya müsaade etmemekte, böylelikle ayrıcalıklı sınıfların oluşmasına da engel olmaktadır (Beekun, 1997: 14-16; Mevdudi, 2016: 178-182; Naqvi, 1994: 89-90).

“Allah'ın, (fethedilen) memleketlerin ahalisinden savaşılmaksızın peygamberine kazandırdığı mallar; Allah'a, peygambere, onun yakınlarına, yetimlere, yoksullara ve yolda kalmışlara aittir. O mallar, içinizden yalnız zenginler arasında dolaşan bir servet (ve güç) haline gelmesin diye (Allah böyle hükmetmiştir). Peygamber size ne veriyse onu alın, neyi de size yasak ettiyse ondan vazgeçin. Allah'a karşı gelmekten sakının. Şüphesiz, Allah'ın azabı çetindir.” (Haşr 59/7).

Yukarıda alıntı yapılan ayette belirtilen prensiplere göre, İslam servetin belirli zenginler zümresinin ellerinde dolaşmasını doğru bulmamaktadır. Öyle ki zenginlerin daha da zenginleşmesinin, fakirin de gitgide daha fakirleşmesinin önüne geçilmektedir. İslam bilakis servetin toplumsal dengeye yönelik adil dağıtılmasını emretmekte, varlıklı insanların zekat dışında da toplumsal ihtiyaçlara destek olmalarını ve ihtiyaç sahiplerine infak etmelerini tavsiye etmektedir. Böylelikle toplumun varlıklı insanlarından görece fakir insanlarına servet transferi gerçekleşmiş olacak, zenginlik belirli bir zümrede toplanmayacak ve sonuç olarak daha dengeli bir toplum yapısı oluşacaktır. Aynı şekilde İslam miras hukuku, servetin bölüşümünde

mal ve servetin az sayıda kişinin elinde birikmesine mani olmakta, servetin aileler vasıtasıyla topluma yayılmasına yardımcı olmaktadır (Mevdudi, 2016: 209-211; Naqvi, 1981: 86-87).

2.2.3.5. Mülkiyet Hakkı-Sınırları ve Servet Birikimi

İnsan maişetini temin için çalışmak ve üretmek zorundadır. Böylelikle yaşamını sürdürmek için eşyayı edinmek ve kullanmak suretiyle insanın eşya ile mülkiyet ilişkisi söz konusu olmaktadır. Mülkiyet konusunda üç temel görüş vardır; ilki tamamen serbest özel mülkiyet anlayışı, ikincisi özel mülkiyete karşı toplumsal/devlet mülkiyet düşüncesi ve üçüncüsü de özel mülkiyetin sınırlandırılarak olması gerektiği görüşüdür. İslam'da özel mülkiyet hakkı meşru kabul edilip korunmakla birlikte mülkün kazanımı ve kullanımı ahlaki ilkeler ile denetim altına alınmıştır. İslam'da insanın mülk sahibi olma isteğinin fitri olduğundan bahsedilmekte, ancak mülkün gerçek sahibinin Allah olduğu bilinciyle, kendisinin ve ailesinin ihtiyaçlarını toplumsal denge içinde meşru yollarla gidermesi gerektiği belirtilmektedir (Hacak, 2006: 543).

“Göklerdeki, yerdeki bu ikisi arasındaki ve toprağın altındaki her şey, yalnızca O'nundur.” (Tâhâ 20/6)

Yukarıda alıntılanan ayette belirtildiği üzere kainatta bulunan her şeyin mutlak sahibi Allah'tır. Allah'ın faydalanmaları ve ihtiyaçlarını gidermeleri için ihsan ettiği malları kullanan/sahiplenen insanoğlu ancak mecazi olarak mülkiyet sahibi olmaktadır. Bu yüzden insanın emanetçi olarak kullanım hakkına sahip olduğu mallar ancak Allah'ın meşru saydığı helal-haram sınırları içinde kazanılmalı ve tasarruf edilmelidir.

Literatürde İslam alimleri özel mülkiyetin verimli ve düzenli bir toplumsal hayat için vazgeçilmez olduğunu belirtmişler, kişisel mülkiyet hakkının korunmasını da Allah'ın hükmü olarak görmüşlerdir. İslam hukukunda mülkiyet konusu insanının en temel haklarından sayılmakta, korunması gereken beş asli “can, akıl, din, nesil ve mal”¹¹ unsurdan biri olarak kabul edilmektedir. Mülk sahibi malı üzerinde dilediği gibi

¹¹ Literatürde “Zaruriyyat-ı hamse veya makasid-ı hamse” olarak isimlendirilmektedir.

tasarrufta bulanabilmekle birlikte mülkü İslam'a göre uygun olmayan işlerde kullanmak, mülkün sorumluluğunu yerine getirmemek ve toplumun zararına olacak faaliyette bulunmak gibi durumlarda bu mülkiyet hakkı sınırlandırılmaktadır (Boynukalın, 2003: 425 ; Hacak, 2006: 544-547).

Allah'ın belirlediği sınırlara bağlı kalmak kaydıyla, İslam kişinin mülk edinmesini onaylamakta; ister kendi çalışması ister miras yoluyla yahut ticari ortaklıklar vasıtasıyla olsun fark etmemektedir. İslam'da kişinin mülk edinmesi ve tasarruf hakkı ancak İslam kaidelerine uygun yöntemlerle kazanması ve harcaması yönüyle sınırlandırılmıştır. Zekatını verdikten sonra, servet birikimine yönelik bir sınırlandırma olmamakla beraber, Kuran'ın (Haşr 59/7) ayetinde belirtildiği üzere servetin zenginlerin ellerinde dolaşan bir devlet haline gelmemesi sağlanırsa ve Kuran'da sıkça vurgulandığı üzere ihtiyaç üstü servetten Allah yolunda infak edilirse sermaye yalnızca zengin zümrede birikmeyip kümülatif olarak tüm topluma yayılarak büyüyecektir (Mevdudi, 2016: 177-178; Yeniçeri, 1980: 104-105).

2.2.3.6. Ölçülü Harcama ve İnfak

İslam'a göre helal yollardan kazanç elde etmek ve geçimini sağlamak nasıl şart ise, kazandığını helal daire içinde harcamak da şarttır. Kuran'da helal olmayan şeylerin tüketilmesi doğru kabul edilmediği gibi israf etmek ve ölçüsüz harcamak da hoş görülmemektedir. Mali durumu müsait olduğu halde kendisinin ve maişetini sağladığı ailesinin ihtiyaçlarını karşılamakta eli sıkı davranmak, toplum için yapılacak hayır işlerine infakta bulunmayıp pintilik etmek dinen hoş görülmeyen, tefrit bir davranış biçimi olan cimriliktir. Cimriliğin ifratı olan, tasvip edilmeyen diğer bir davranış biçimi de israftır. Haram tüketim, lüks ve gösteriş için yapılan masraf ve ihtiyacı olmadığı halde yapılan harcamalar israf kapsamına girmektedir. Kuran'da insanın ne cimri davranması ne de savurgan davranıp israf etmesi hoş görülmeyip ölçülü olması gerektiği şu şekilde belirtilmektedir (Mevdudi, 2016: 206-208; Şeybani & Serahsi, 1993: 90-91).

“Yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü o, israf edenleri sevmez.” (A'râf 7/31).

“Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır.” (Furkân 25/67).

Lügatte “para veya malı elden çıkarmak, harcamak” anlamında kullanılan infak kelimesi, dini bir kavram olarak “Allah’ın hoşnutluğunu kazanma niyetiyle kişinin kendi servetinden harcama yapması, muhtaçlara ayni ve nakdi yardımda bulunması” manasına gelmektedir. Esasında herkes kendi ve ailesinin nafakasını temin etmekten sorumlu olsa da birlikte yaşadığı toplum içindeki ihtiyaç sahiplerini koruyup gözetmek onlara yardım etmek, imkanı olanlar için toplumsal bir görevdir. Bu şekilde zorunlu verilen zekat, gönüllü olarak verilen sadaka ve her türlü hayır, infak kavramının içinde yer almaktadır. (Çağrıcı, 2000: 289).

Bakara suresinin aşağıda referans verilen ilgili ayetlerinde, infak etmenin önemi ve kapsamı detaylı olarak anlatılmıştır. Allah yolunda infak edenlerin Allah’ın lütfuna mazhar olacağı (Bakara 2/261), başa kakmayarak infak edenlerin Allah tarafından ödüllendirileceği (Bakara 2/262), gönül kırarak ve gösteriş olsun diye yapılan infakın kabul olmayacağı (Bakara 2/264) ve Allah’ın rızasını kazanma arzusuyla yapılan infakları Allah’ın bereketlendireceği zikredilmektedir (Bakara 2/265).

Dini bir kavram olarak infak; israf, gösteriş ve lüks tüketim için yapılan harcamaları içermemekte, Allah’ın lütfettiği rızıklardan ölçülü bir şekilde harcama yapmaktır. Bu şekilde insanın öncelikle kendisi ve ailesinin ihtiyaçlarını karşılaması ve sonrasında yakınlarından başlayarak ihtiyaç sahibi kimselere yardım etmesidir. Bununla birlikte insanlara istihdam oluşturarak, nafakalarını temin etmelerine yardımcı olmak da infak kapsamında değerlendirilmektedir. Nitekim Gazzali “serveti atıl bırakmak” anlamına gelen *kenz*’e karşı mal veya parayı piyasaya sürerek iş yapmanın da Allah yolunda harcama olduğunu söylemiştir (Çağrıcı, 2000: 290; Mevdudi, 2016: 202-203).

3. İSLAM AHLAK DEĞERLERİNİN İKTİSADİ DAVRANIŞA ETKİLERİ: KAZANMA ve HARCAMA KONULARINDA GÜNÜMÜZ İŞ DÜNYASI ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı İslam ahlakının Müslüman birey ve toplumun iktisadi davranışına etkisini araştırmaktır. Önceki bölümlerde, buna yönelik ilk olarak öncelikli mesele olan ahlakın, spesifik olarak da İslam ahlakının tanımı ve kapsamı belirlendi, dini kaynaklardaki yeri ve önemi tespit edildi. Akabinde Hz. Peygamber ve Hulefa-i Raşidin dönemi, bilhassa Medine Pazarı, naslarla belirtilmiş iktisadi hükümler ve uygulamada gerçekleşen olaylar temel kaynaklar ve ikincil kaynaklar yardımıyla derinlemesine araştırıldı. Sonrasında günümüze kadar olan tarihi süreç içerisinde seçilmiş dönemlerde, İslam devletleri ve toplumlarında gerçekleşen iktisat politikaları ve uygulamalar genel boyutlarıyla incelenerek önemli hususlar belirlendi. Böylelikle tüm bu araştırmalar sonucunda İslam iktisat düşüncesine uygun ölçütler belirlenebilmiştir.

Çalışmanın nihai hedefi günümüzdeki uygulamaları tespit edebilmektir. İslam ahlakının Müslüman bireyin iktisadi davranışına olan etkisi, ampirik bir çalışmayla araştırılması hedeflenmektedir. Bunun için “İslam dindarlığı, ahlaki değerler ve bireyin iktisadi davranışları” arasındaki ilişki İslami değerler sistemi kapsamında oluşturulacak parametreler ile belirlenecek ve bu doğrultuda tüm bu çalışmadaki araştırmalar ile temellendirilmiş kapsamlı bir anket çalışması hazırlanacaktır. Buna yönelik dindarlık ve İslam ahlakına göre iktisadi davranış (kazanma ve harcama) ölçekleri kullanılacaktır. En sonunda bütün bu nicel veriler yardımıyla, İslam ahlak değerlerinin Müslüman bireyin iktisadi davranışına olan etkisi analiz edilecek ve böylelikle araştırma sorularına cevap verilmeye çalışılacaktır.

3.2. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

İnsanların davranışlarını yönlendiren etmenlerin başında sahip oldukları ahlaki değerler büyük önem arz etmektedir. Bu değerlerin kaynağı ister dini inanç sistemleri

ister başka ideoloji ve sistemler olsun, sahip olunan değerler insanın yaşantısındaki tüm fiil ve davranışlarına önemli ölçüde etki gösterir. Dünya hayatının en önemli meselelerinden olan iktisadi faaliyetlerde de bu değerler aynı şekilde etki ve önem göstermektedir. İslam dini, müntesiplerine hayatın her sahasında olduğu gibi ticari ilişki ve iktisadi faaliyetlerinde de emir, yasak ve tavsiye olarak belirli önermeler getirmektedir. İslam'ın fıkhi boyutu, davranışların Şeriatı uygunluğu açısından sınırlarını belirlemekte, takva boyutu ise fıkhi boyutunu kapsamakla birlikte daha da hassaslaşan davranışları içermektedir. İslam Ahlakı denilince hem fıkhi boyutu kapsaması hem de niyet olarak İslam'ın ruhuna uygun olarak hareket edilmesi anlaşılmalıdır. Sadece şekli olarak fıkhı uygun olmasını gözetmek, ahlaki davranışa uygun hareket edilmesine hizmet etmeyebilir (Asutay, 2007: 8-14).

Ahlakın din ile eş anlamlı kullanılması ve imanın güzel ahlakla mükemmelleşmesi¹² üzerinde durulması gereken hususlardır. İslam ahlakının önemi ve tanımını, takva boyutu ve ihsan kavramı ile birlikte incelemek gerekmektedir. İhsan kavramı ahlak literatüründe genellikle, "iyiliklerde farz olan asgari ölçünün ötesine geçip isteyerek ve severek daha fazlasını yapmak" olarak kullanılmakta, ayrıca Hz. Peygamber'in "İhsan Allah'ı görür gibi ibadet etmendir; çünkü sen O'nu görmeden de O seni görmektedir" (Buhari, "Tefsir", 31/2, "İman", 37; Müslim, "İman", 1) hadisiyle de insanın tüm fiil ve davranışlarında Allah'ı görüyormuşçasına hareket etmesi anlamına gelmektedir. Böylelikle ihsan kavramı, İslam ahlakının, hem teorik hem pratik yönüyle bir bütün olarak anlaşılması açısından önem taşımaktadır. İslam ahlakının tanımı ve kapsamını temel kaynaklar ve alimlerin görüşlerinden belirlemek gerekmektedir. Buna göre İslam dininin değerlerine göre iktisadi davranışa etki gösteren ahlaki önermeleri belirlemek, bu önermeler doğrultusunda da İslam ahlakının iktisadi davranışa olan etkilerini analiz edebilmek mümkün olacaktır.

Çalışma genel kapsamda teorik bölüm ve uygulama-analiz bölümü olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Teorik bölümün ilk konusu olan "Ahlak" başlığı altında öncelikle felsefi açıdan ahlakı tanımı, temeli ve kaynağı konuları araştırıldı. İnsanın davranışlarını belirleyen ahlakı araştırabilmek için de ahlakın tanımını ve kaynağını belirlememiz

¹² "Müminlerin iman açısından en mükemmel olanı, ahlâkı en iyi olanıdır." (Buhari, "Edeb", 39).

gerekmektedir. Ahlak insanla alakalıdır, bu sebepten ötürü ahlakı tanımlamak için öncelikle insanın ne olduğu sorusunu araştırmamız gerekmektedir. İnsanın mahiyeti hakkında öne sürülen fikirleri incelediğimizde nihayetinde dinlerin ve felsefelerin bu konuda söyledikleri karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda hem dinler hem felsefi akımlar ahlak meselesini insanın mahiyetine getirdikleri açıklamalara göre tanımlamaktadırlar (Görgün, 2016: 2). Her inanç sisteminin kendine özgü bir ahlak anlayışına sahip olması, temelinde insana getirdiği tanımla alakalıdır. Ahlakın pratik yansıması olarak, davranışı anlamak için insan tanımı, ahlak ve davranışın birbiriyle ilişkili olduğunu bilerek araştırma yapmak gerekecektir.

Rasyonel hareket eden (homo-economicus) standart insan modelinin aksine, insanların her zaman çıkarıcı ve rasyonel hareket etmeyebileceği, insanların değer dünyasının olduğu gerçeğini vurgulamak gerekmektedir. Ana-akım iktisat düşüncesine göre insanın aldığı her kararın kendi çıkarına göre olması yönüyle rasyonel olması gerektiği savı, sosyal bir varlık olan insanın psikolojik ve sosyal dürtülerle hareket edebileceği gerçeğini görmezden gelmektedir. Halbuki insanın mal telakkisi, dünya ile kurduğu ilişki sahip olduğu inanç ve değerler ile şekillenmektedir. İnsanın ruhunu gözden kaçırarak, sadece açıklanmış kararlar ile onu değerlendirmek, bireyin toplumla olan çift yönlü etkileşimli ilişkisini görmezden gelmek eksik bilgi üretecektir. İnsanların iktisadi ve sosyal davranışlarını daha doğru anlayabilmek için psikoloji, sosyoloji, felsefe, ilahiyat ve tarih gibi alanlardan faydalanılarak disiplinler arası araştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu çalışma böyle bir multidisipliner yaklaşım sonucu gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca iktisat disiplinin içinde davranışsal iktisadın gittikçe önem kazanması ve insanların davranışlarını anlamak için psikolojiyle etkileşim içine girmesi, insan davranışlarını anlamlandırmadaki yeni eğilimleri keşfetmek adına “Dindarlık” ve “Dindarlık ve İktisadi Davranış” gibi alanlarda yapılmış ampirik çalışmalar incelendi. Böylelikle araştırmanın uygulama kısmına perspektif kazandırması adına, hem metodoloji hem de içerik olarak din/ahlak-iktisat ilişkisi hakkında mevcut literatürden faydalanıldı.

3.3. Literatür Değerlendirmesi

Yaptığımız çalışmanın temelde iki boyutu vardır; dindarlık ve din-iktisadi davranış ilişkisi. Literatür değerlendirmesinin ilk bölümü olan “Dindarlık (Yönelim/Tutum) Ölçeği” başlığında; ilk olarak dindarlığın ölçüm çalışmalarının başladığı ve geliştiği batıda, Hristiyanlık bazlı geliştirilen ve akabinde evrensel kullanıma dönüştürülen ölçek geliştirme çalışmaları, ikinci olarak da İslam dindarlığı üzerine yapılan dünyadaki çalışmalar ve son olarak da Türkiye özelinde yapılan çalışmalar incelenmiştir. İkinci bölüm olan “Dindarlık ve İktisadi Davranış” başlığında ise ilkin din-ekonomi ilişkisi bağlamında makro ölçekte dinin toplumun ekonomik zihniyetine ve çalışma ahlakına tesiri, ülkenin ekonomik gelişimi ve refahına etkisi; ikinci olarak ise bireysel ölçekte, dindarlığın tüketici davranışlarına olan etkisi, helal tüketim ve İslam bankacılık hizmetlerinin kullanımı üzerine çalışmalar değerlendirilmiştir.

3.3.1. Dindarlık Ölçeği

Dindarlığın ölçüm çalışmaları 1900’lü yılların başından itibaren psikoloji disiplinin ilgi alanına girmiştir ve çeşitli teorik araştırmalar yapılmıştır. Allport ve Ross tarafından “Kişisel Dindarlık Yönelimi ve Önyargı (Personal Religious Orientation And Prejudice)” (1967) yapılan çalışma dindarlık ölçeklerinin ilk sistemli örneği olarak literatürde önemli bir yere sahip olmuştur.

Dindarlığın önyargıya etkisini araştıran bu araştırmada, kiliseye gidenlerin gitmeyenlere göre daha çok etnik önyargıya sahip oldukları, bununla birlikte içsel dindar olanların dışsal dindarlara göre daha az önyargıya sahip oldukları tespit edilmiştir. İçsel (intrinsic) dindarlık ve dışsal (extrinsic) dindarlık ayrımını kavramsallaştıran Allport ve Ross; dışsal dindarlığa sahip kişinin dini kendi menfaati için araçsallaştırdığını, böylelikle sosyalleşme, güvenlik ve statü sağladığını, diğer tarafta içsel dindarlığa sahip kişinin yaşama motivasyonunu dinde bulduğunu, dini inançlar ile dini buyruklar arasında uyumlu bir anlayışı benimsediğini ve dinini gerçek anlamda yaşadığını belirtmektedirler. Böylelikle içsel dindarlığın toleransla, dışsal dindarlığın da önyargıyla ilişkili olduğuna vurgu yapılmıştır. Araştırmanın önemli bir sonucu da kişinin dindar olmasının tek başına çok anlamlı olmadığını, ancak dinin

kişinin ekonomik hayatını etki ettiği düzeyde anlamlı olduğu çıkarımının yapılması olmuştur (Allport & Ross, 1967).

Sonrasında Gorsuch & Venable (1983), Allport & Ross'un (1967) geliştirdiği dindarlık ölçeğini eğitim durumundan bağımsız hale getirerek genele uygulanabilir şekilde revize etmişlerdi. Daha sonra Kirkpatrick (1988) çeşitli araştırmalar neticesinde dışsal dindarlığın kişisel (EP) ve toplumsal (ES) iki alt boyutu olduğu sonucuna varmış ve böylelikle biri içsel ikisi dışsal olmak üzere üç boyutlu bir dindarlık ölçeği geliştirmiştir (Gorsuch & McPherson, 1989).

Bunun dışında Glock ve Stark (1962, 1988) dindarlığı çok boyutlu olarak ele alan çalışmalar yaparken, dini davranışın temelinde dini tutum olduğunu belirten ve dini tutumu tespit etmeye çalışan Francis (1978, 1987, 1995) ise "Francis Hristiyanlık Dini Tutum Ölçeği (Francis Scale of Attitude toward Christianity)" geliştirmiştir. Bu ölçek çeşitli ülkelerde ve dillerde test edilerek geçerlilik kriterlerini sağlamış, dünya çapında kullanımı yaygınlaşmıştır (Ok, 2016).

Hristiyanlık bazlı geliştirilen bu ölçeklerin dışında İslam dindarlığı için de pek çok ölçek geliştirilmiştir (Wilde & Joseph, 1997; Sahin & Francis, 2002; Ghorbani, Watson, Ghramaleki, Morris, & Hood Jr, 2002; Ji & Ibrahim, 2007; El-Menouar, 2014; Ok, 2016). Bu ölçeklerin büyük ölçüde teorisi (Allport & Ross, 1967; Francis & Stubbs, 1987; Glock, 1962) çalışmalarından tercüme edilerek ya da uyarlanarak geliştirilmiştir. Bunların dışında (Jana-Masri & Priester, 2007; Krauss, Hamzah, & Idris, 2007; Mahudin, Noor, Dzulkifli, & Janon, 2016) İslam dini temelli geliştirilen hususi ölçekler de vardır.

Türkiye'de teorik olarak dindarlık mefhumunu çok boyutlu bir fenomen olarak irdeleyen ilk eser (Yaparel, 1987) olup, geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılan ilk dindarlık ölçeği de (Mutlu, 1989)'dur. İslam dünyasında yapılan çalışmalara benzer şekilde çoğunluğu (Allport & Ross, 1967; Francis & Stubbs, 1987; Glock, 1962) çalışmalarından uyarlanarak Türkiye içinde uygulanmak üzere süreç içerisinde çeşitli (Mutlu, 1989; Uysal, 1995; Arslan, 2003; Yıldız, 2006; Coştu, 2009; Ok, 2011; Özer, Özbek, Elçi, & Aydın, 2013; Seyhan, 2015) dindarlık ölçekleri geliştirilmiştir. Gerek

yerel kimliğe uygun dindarlık ölçeği geliştirme ihtiyacı, gerek mevcut uluslararası literatürdeki yüksek geçerliliğe sahip örneklerin; zamanın ruhuna, toplumsal ve dini yapıya uyumlaştırılmasının lüzumu ve son olarak da evrensel bir İslam dindarlığı oluşturma çabası yeni bir dini ölçek geliştirmeyi ihtiyaç haline getirmektedir. Bu minvalde (Ok, 2011) “Ok Dini Tutum Ölçeği” Türkiye’nin yerel kimliğini ve İslam dinini dikkate alan, yüksek geçerliliğe sahip olan, uluslararası geçerliliğe sahip diğer ölçeklerle¹³ karşılaştırılarak geliştirilen bir ölçektir. Bu ölçek sonrasında (Ok, 2016) “*The Ok-Religious Attitude Scale (Islam): introducing an instrument originated in Turkish for international use*” başlığıyla yayınlanarak uluslararası kullanıma uygun hale getirilmiştir. Yakın zamanda alanın önemli isimleriyle birlikte yapılan “*Religion and happiness: A study among university students in Turkey*” (Francis, Ok, & Robbins, 2017) adıyla yayınlanan bu çalışmada, dindarlık ve mutluluk ilişkisinin araştırılmasında Ok-Dindarlık (İslam) ölçeği kullanılmıştır.

3.3.2. Dindarlık ve İktisadi Davranış

Modern dönemde dindarlık ve iktisadi davranış ilişkisi üzerinde hem teorik hem de ampirik olarak yapılan ilk çalışma Max Weber’in “*Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu (Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus)*” başlıklı 1904 yılında yayımlanan meşhur eseridir. Bu çalışma iktisat sosyolojisi alanının en önemli örneklerinden biri olarak kabul edilmekte, din-iktisat-ahlak ilişkilerini konu edinen çalışmalarda muhakkak bu esere referans verilmektedir. Türkiye’de din-iktisat, ahlak-zihniyet ilişkilerini “*İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*” (Ülgener, 1981) ve “*Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*” (Ülgener, 2015) eserlerinde Weberci bir yöntemle tarihi metinleri analiz edip değerlendiren iktisatçı ilk isim Sabri Ülgener’dir. Ülgener toplumların ekonomik durumunu din ve zihniyet üzerinden anlamaya çalışmış, buna yönelik iktisadi ve sosyolojik analizler yapmıştır.

¹³ “1.Sekülerizm Ölçeği, 2.İnançta/Dünya Görüşünde Dönüşüm Ölçeği, 3.Kesin İnanç veya Dünya Görüşü Ölçeği, 4.İç-Güdümlü Dindarlık Ölçeği, 5.Dış-Güdümlü Dindarlık Ölçeği ve 6.Francis Hristiyanlığa Yönelik Tutum Ölçeği (Kısa Formu)” (Ok, 2011)

Dinlerin ekonomik davranışa etkisini ülkeler arası “*World Values Survey*” verilerini kullanarak araştıran “People's opium? Religion and economic attitudes” (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2003) başlıklı makalede dini inançların daha yüksek kişi başı milli gelir ve büyümeye sebep olduğunu, bu pozitif ilişkinin de en çok Hristiyanlık dinlerinde, Protestanlık ve sonrasında Katoliklikte, olduğu sonucu paylaşılmaktadır. Böylelikle “1.5.2.1. Weber’in Tezi” bölümünde üzerinde durulduğu üzere Weber’in ekonomik büyümenin Protestanlıkla pozitif ilişkili olduğuna dair tezi, bu araştırmada da küçük farklılıklarla birlikte doğrulandığı sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte “*Religion and Economic Performance*” (Noland, 2005) başlıklı çalışmada dinin ekonomik performansı etkilemediği sonucu hem ülke içi hem de ülkeler arası yapılan ekonometrik analizlerle ortaya koyulurken, spesifik olarak Müslüman ülkeler için de İslam dininin ekonomik performansı negatif etkilemesinin söz konusu olmadığı belirtilmiştir.

Son yıllarda ülke bazlı yapılan araştırmalarda ise (Landes, 1999; Putnam, Leonardi, & Nanetti, 1994; Stulz & Williamson, 2003) Weber’in aksine, dinle ekonomik refah arasındaki korelasyon doğrudan ilişkilendirilmek yerine toplumun temel kurumları (güven, farklılığa hoşgörü vb.) üzerinden tanımlanmaya çalışılmıştır (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2003: 226-230). Bu minvalde yakın zamanda yayınlanan bir esere göre (Acemoglu & Robinson, 2013) ülkelerin ekonomik yapısı ve refahındaki farklılığın sebebi; dil, coğrafya yahut kültürden ziyade mülkiyet hakkı, serbest piyasa düzeni ve etkin adalet sistemine sahip kurumların ve bu ilkeleri hakkaniyetli uygulayan bir devlet mekanizmasının olup olmadığıyla ilişkilidir.

2010 yılında Scheherazade Rehman ve Hossein Askari tarafından yayınlanan “İslam ülkeleri ne kadar İslami? (How Islamic are Islamic Countries?)” adlı çalışma önemli bir tartışma başlatmıştır. Araştırmanın iki temel amacı vardır. İlki İslam ülkesi olarak nitelendirilen bir ülkenin politikalarını belirlemesi gereken önemli İslami öğretileri incelemek, ikincisi bu öğretiler doğrultusunda geliştirilen “İslamilik (Islamicity)” derecesi endeksiyle İslami olarak etiketlenen ülkelerin ne kadar İslami öğretilere uygun olduğunu ölçmektir (Rehman & Askari, 2010a: 2). Bu minvalde ekonomi, hukuk ve yönetim, insani ve siyasi haklar ve uluslararası ilişkiler gibi dört boyutlu olarak geliştirilen İslamilik Endeksi (Islamicity Index) 2010 yılından itibaren 208

ülkenin İslamiliği ölçülerek belirli yıl aralıklarıyla güncellenmektedir. 2010 ve 2013 yıllarında Yeni Zelanda, 2015 yılında Hollanda, 2016 ve 2017 yıllarında tekrar Yeni Zelanda İslamilik endeksinde ilk sırada yer almıştır. Listede en yüksek sıralamayı alan Müslüman ülke 43. sıralamasıyla Malezya olurken, onu takiben 47. Birleşik Arap Emirlikleri, 48. Arnavutluk ve 51. Katar olmuştur. Türkiye bu listede 81. sırada yerini almıştır.¹⁴

Rehman ve Askari tarafından aynı metodoloji ile geliştirilen “Ekonomik İslamilik Endeksi (Economic Islamicity Index)” (Rehman & Askari, 2010b), ülkelerin ekonomik sistem ve politikalarının; ekonomik-sosyal adalet konsepti, refahın topluma yayılması ve İslam İktisadı ve Finansal uygulamalarının benimsenmesi çerçevesinde, İslami açıdan incelendiği bir çalışmadır. İslam Ekonomik Endeksinde 2010 yılında İrlanda ilk sırayı almıştır. Bu endekse göre ilk otuza herhangi bir Müslüman ülke girememiştir. En yüksek dereceyi 33. olan Malezya alırken, Türkiye listede 71. sırada yer almıştır.

İnsan davranışları üzerine araştırma yapan sosyal bilimcilerin davranış konusunda genellikle iki temel yaklaşımı vardır. Bunların ilki bireylerin davranışını anlamaya çalışan mikro yaklaşım, ikincisi de bireylerin toplu olarak (toplumsal) davranışını konu edinen makro yaklaşımdır. Mikro yaklaşım tüketici davranışı olarak, makro yaklaşım ise tüketim davranışı olarak isimlendirilmektedir (Glock & Nicosia, 1964: 51). Dindarlığın tüketici tutum ve davranışını etkilediğine dair (Burkett, 1980; Delener, 1990; McDaniel & Burnett, 1990; Bahr, Maughan, Marcos, & Li, 1998; Mattila, Apostolopoulos, Sonmez, Yu, & Sasidharan, 2001; Essoo & Dibb, 2004; Vitell, Paolillo, & Singh, 2005; De Noble, Galbraith, Singh, & Stiles, 2007) pek çok çalışma olduğu gibi, dinin gıda tüketimi alışkanlıklarını ve satın alma kararlarını etkilediğine ilişkin (Asp, 1999; Engel, 1995; Steenkamp, 1993; Swanson, 1996) birçok çalışma da vardır. Hususi olarak İslam dindarlığı ve helal tüketim üzerine (Bonne, Vermeir, Bergeaud-Blackler, & Verbeke, 2007; Shaari & Mohd Arifin, 2009; Khraim, 2010) de birçok araştırma yapılmıştır.

¹⁴ <http://islamicity-index.org/wp/wp-content/uploads/2018/06/Isamicity-Indices-2017.pdf> (28.06.2018 tarihinde erişim sağlandı).

Dindarlık ile İslami bankacılık arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar da vardır. Bunlardan bir kısmı (Erol & El-Bdour, 1989; Erol, Kaynak, & Radi, 1990; Haron, Ahmad, & Planisek, 1994; Dusuki & Abdullah, 2007; Al-Ajmi, Abo Hussain, & Al-Saleh, 2009) dindarlığın İslami bankacılık hizmetlerinin müşteriler tarafından tercih edilmesine etki göstermediği ya da çok az etki gösterdiği sonucuna erişirken, diğer kısmı (Metwally, 1996; Metawa & Almosawi, 1998; Al-Sultan, 1999; H. Okumus, 2005; H. S. Okumus & Genc, 2013) da etki gösterdiğine dair bulguları paylaşmışlardır. Bu konuda Türkiye’de yapılan dikkate değer bir çalışmada (Savaşan, Saraç, & Gürdal, 2013) ise Türkiye’de muhafazakar işadamları derneklerine üye olan iş insanlarının Katılım bankacılığı ve İslam ekonomisi algısı araştırılmıştır. Son dönemde yapılan bazı çalışmalara bakılacak olursa, dindarlığın tüketici davranışlarına etkisini Tunus’taki İslami bankaların hizmetlerini satın alma talebi konusunda araştıran “Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity” (Nizar Souiden & Marzouki Rani, 2015) başlıklı çalışmada dindarlığın tüketicilerin İslami banka hizmetlerini satın alma isteğini ancak bu kişilerin bu bankalara olan tutumu üzerinden dolaylı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Mısır’da yapılan (Abou-Youssef, Kortam, Abou-Aish, & El-Bassiouny, 2015) benzer bir çalışmada da potansiyel müşterilerin dindarlığının İslami bankacılık hizmetlerini kullanmada etkili olduğu sonucu ortaya konmuştur.

3.4. Araştırma Metodolojisi

3.4.1. İlişkisel (Correlational) Nicel Araştırma

İnsanlar, olaylar arasındaki ilişkiyi zihinsel faaliyetlerinin ürünü olarak, neden-sonuç ilişkisi içinde algılamaktadırlar. Bu açıdan bir olay veya olguyu anlamlandırabilmek, ancak etkileyen ve etkilenen değişkenlerin nedensellik ilişkilerinin tespiti ve analizi ile mümkün olmaktadır (Türkdoğan, 2012: 229).

Bu araştırmada yöntem olarak; nicel, deneysel olmayan (nonexperimental), ilişkisel (correlational) araştırma türü uygulanmıştır. Araştırmada anket (survey) yöntemi kullanılmak suretiyle veriler toplanmıştır. Bu şekilde iş insanlarının dini tutum, değer, iktisadi tutum ve davranışları arasındaki nedensellik ilişkisi araştırma modeline uygun şekilde araştırılacaktır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2014: 189-192; Creswell, 2014: 11-13).

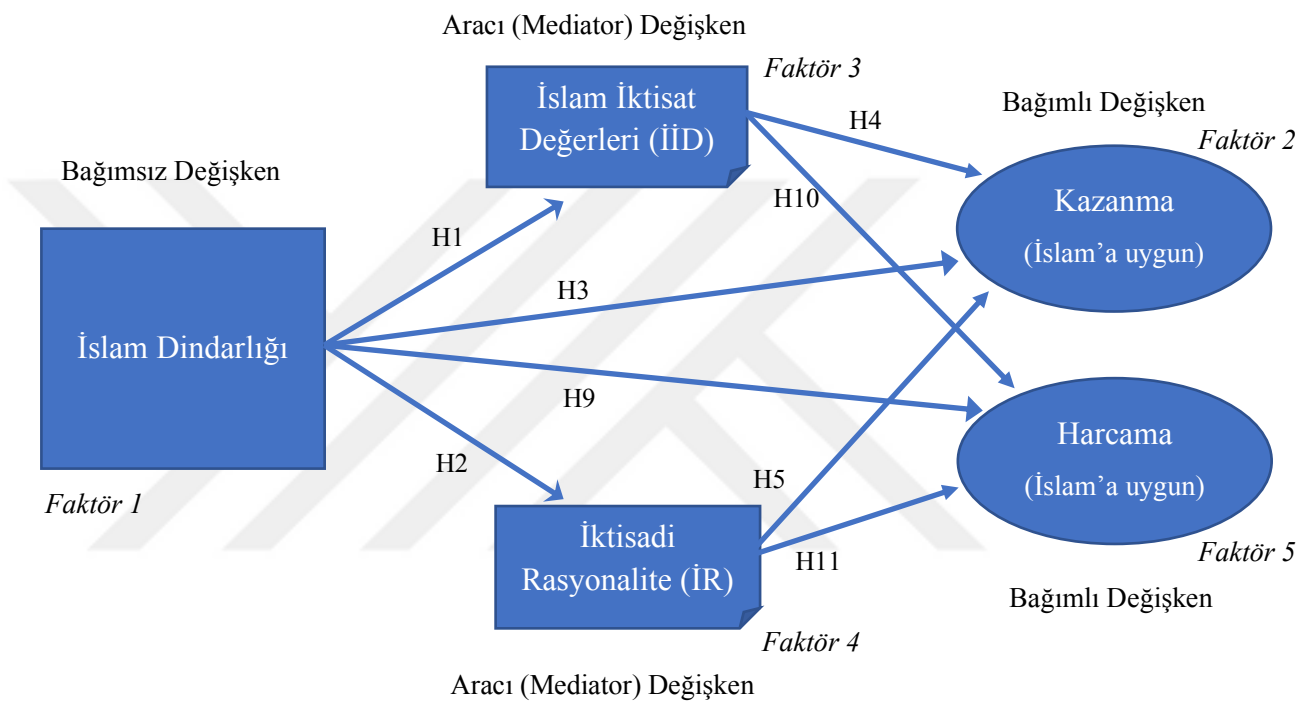
Araştırma modeli ve anket bir bağımsız değişkenin iki bağımlı değişkene, iki aracı değişkeni dikkate alarak, etkisini araştırmak üzere tasarlanmıştır. Bununla birlikte sosyo-ekonomik değişkenlerin etkisi moderatör değişkenler olarak kontrol edilmektedir (Creswell, 2014: 52-53).

3.4.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni iktisadi faaliyetini İstanbul'da yapan, İstanbul Ticaret Odasına (İTO) kayıtlı işletme sahibi olan iş insanlarıdır. Spesifik bir zümre araştırıldığı için bu çalışmada rastlantısal olmayan kolayda örnekleme (convenience sampling), küme (cluster sampling), amaçsal (purposive sampling) ve kartopu (snowball sampling) örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıca örnekleme seçiminde sosyo-ekonomik sınıflandırmaların ana kütleyle uygunluğu gözetilmiştir (Karasar, 2017: 152-154; Neuman, 2007: 336-340).

İTO'ya kayıtlı 400 bin üye vardır.¹⁵ 500 bin ve üzeri evren kütlesi için, %95 güven düzeyinde %5 hata payında 384 örneklem sayısı gereklidir (Büyüköztürk vd., 2014: 98; Creswell, 2014: 158-159). Bu araştırmada bu sayının üstünde bir rakama, 478 geçerli örneklem sayısına ulaşılmıştır.

3.4.3. Araştırma Modeli ve Hipotezleri



Şekil 1. Araştırma Modeli: İktisadi Davranışa (Kazanma ve Harcama) Etki

Çalışmanın amacına uygun olarak araştırma modelinde; *İslam Dindarlığı* bağımsız değişken, *İslam İktisat Değerleri* ve *İktisadi Rasyonalite* faktörleri aracı (mediator) değişkenler, *Kazanma* ve *Harcama* bağımlı değişkenler olarak tasarlanmıştır.

¹⁵<http://www.ito.org.tr/wps/portal/odamiz?name=KurulustanBugune&initView=true&prmPageId=B M16.9.2> (Erişim tarihi 19.06.2018)

Tablo 1. Araştırma Hipotezleri¹⁶

<u>H1</u>	İslam Dindarlığının “İslam İktisat Değerleri” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H2</u>	İslam Dindarlığının “İktisadi Rasyonalite” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H3</u>	İslam Dindarlığının “Kazanma” üzerinde doğrudan (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H4</u>	İslam İktisat Değerlerinin “Kazanma” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H5</u>	İktisadi Rasyonalitenin “Kazanma” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H6</u>	İslam Dindarlığının “İİD” üzerinden “Kazanma” üzerinde dolaylı (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H7</u>	İslam Dindarlığının “İR” üzerinden “Kazanma” üzerinde dolaylı (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H8</u>	“İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi” modelinde “İİD” ve “İR” aracı değişkenleri üzerinden aracılık (mediation) etki vardır.
<u>H9</u>	İslam Dindarlığının “Harcama” üzerinde doğrudan (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H10</u>	İslam İktisat Değerlerinin “Harcama” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H11</u>	İktisadi Rasyonalitenin “Harcama” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H12</u>	İslam Dindarlığının “İİD” üzerinden “Harcama” üzerinde dolaylı (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H13</u>	İslam Dindarlığının “İR” üzerinden “Harcama” üzerinde dolaylı (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.
<u>H14</u>	“İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi” modelinde “İİD” ve “İR” aracı değişkenleri üzerinden aracılık (mediation) etki vardır.
<u>H15</u>	Ciro arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi azalır, cironun şartlı (moderatör) değişken etkisi vardır.
<u>H16</u>	Ciro arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi azalır, cironun şartlı (moderatör) değişken etkisi vardır.
<u>H17</u>	İş yerinde çalışan sayısı arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi azalır, çalışan sayısının şartlı değişken etkisi vardır.
<u>H18</u>	İş yerinde çalışan sayısı arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi azalır, çalışan sayısının şartlı değişken etkisi vardır.
<u>H19</u>	İş sahibinin yaşı arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi artar, yaşın şartlı değişken etkisi vardır.
<u>H20</u>	İş sahibinin yaşı arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi artar, yaşın şartlı değişken etkisi vardır.

¹⁶ İİD: İslam İktisat Değerleri, İR: İktisadi Rasyonalite

3.4.4. Anket Tasarımı

3.4.4.1. Anketin Hazırlanması ve Pilot Çalışma

Bu çalışma temelde iki konu arasında; İslam Dindarlığı ile İktisadi Davranış arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Bu minvalde önceki bölümlerde incelendiği üzere, başta Kuran ve Sünnet olmak üzere klasik dönem İslam alimlerinin eserlerinden ve modern dönem eserlerinden faydalanılarak çeşitli sorular konuya uygun olacak şekilde uyarlanmış ve derlenmiştir. Derlenen bu sorular gerek içerik olarak gerekse de dil ve anlam olarak uzman isimler ile birlikte değerlendirilmiş; bazıları uygun görüldüğü üzere değişiklik yapılmadan kabul edilmiş, bir kısmı elenmiş ve büyük bir kısmı revize edilerek kabul edilmiştir. Geliştirilen anket çalışmasında beşli Likert “1. Hiç Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3. Kararsızım 4. Katılıyorum 5. Tamamen Katılıyorum” ölçek tipi kullanılmıştır. Düzenleme yapılmış haliyle anket, pilot uygulama yapılmak suretiyle test edilmiştir. 63 işletme sahibi ile yapılan pilot anket çalışmasında sekiz soruluk dindarlık ölçeği dışında 36 sorudan oluşan iktisadi davranışa etki ölçeği uygulanmıştır. Pilot çalışma 2017 yılı Aralık ayında yapılmıştır.

Verilerin analiz sonuçları, anketi yapanların geri bildirimleri ve nihai olarak danışman hocalarla yapılan değerlendirmeler sonucunda “iktisadi davranışa etki” ölçeği 26 soruya düşürülmüş ve birkaç soru da gramatik ve mantıki açıdan daha anlaşılır hale dönüştürülmüştür. “Demografik ve sosyo-ekonomik bilgiler” bölümünde ufak bir değişiklik yapılması öngörülmüştür. “İşletmenin yıllık cirosu” sorusunun pilot çalışmada rakamsal olarak sorulmasının, işletme sahiplerinin bu soruya net bir cevap vermekten çekinmelerine yahut doğru cevap vermekten kaçınmalarına sebep olduğu tespit edilmiştir. Verilen bilgilerin güvenilirliğini ve anket sorularının hepsinin doldurulmasını sağlamak açısından, sektörde uzman kişilerin de tavsiyesiyle esas çalışmada, KOBİ’lerin dördü sınıflandırmasını (mikro, küçük, orta ve büyük işletme)¹⁷ baz almak suretiyle büyük işletmeleri ve pilot çalışmadaki dağılımı da dikkate alarak ciro bilgisinin, dokuz kategori ile sınıflandırılarak sorulmasına karar verilmiştir.

¹⁷ 04.11.2012 tarihinde yürürlüğü giren, KOBİ’lerin tanımını ve niteliklerini belirleyen yönetmelik için bakınız www.kobi.org.tr (18.06.2018 tarihinde erişim sağlandı).

Tablo 2. Faktörlerdeki Madde Sayısı, Pilot Çalışma Öncesi-Sonrası

Faktörler	Öncesi	Sonrası
Kazanma	10	9
Harcama	9	8
İslam İktisat Değerleri	12	6
İktisadi Rasyonalite	5	3

Pilot çalışma yapmaktaki amaç dindarlık ile iktisadi davranış (İslam'a uygun) arasındaki ilişkinin analizinde; yeterince anlaşılır olmayan, geçerliliği ve güvenilirliği sağlamayan maddelerin tespit edilerek anketten çıkartılmasıydı. Böylelikle anketin daha rafine ve anlaşılır hale gelmesi amaçlanmıştır.

3.4.4.2. İktisadi Davranışa Etki Ölçeği

“İslam ahlakına uygun iktisadi davranışa etki ölçeği” dört faktörlü bir yapıdan oluşmaktadır. Bu ölçek tezin 3.2.4. bölümünde araştırılan, Tablo 2’ de “İslam İktisadının Temel İlkeleri ve İş Ahlakı Ölçüleri” başlığında gösterilen, konular baz alınarak geliştirilmiştir. Temel kaynaklardan referans alınmak suretiyle soru maddeleri oluşturulmuştur. Aşağıdaki tablolarda görüldüğü üzere her bir madde için, hem tezin içinde değinilen konu başlığına hem de direkt olarak alıntı yapılan kaynağa referans verilmektedir. *Kazanma (İslam'a Uygun)*, *Harcama (İslam'a Uygun)*, *İslam İktisat Değerleri* ve *İktisadi Rasyonalite* faktörlerinin maddeleri ve referansları sırasıyla Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 3. İslam İktisadının Temel İlkeleri ve İş Ahlakı Ölçüleri

Tezin İçinde	Konu Başlığı
4.2.4.1.	Faiz Sorunu ve Faizsiz Ekonomi
4.2.4.2.	Helal ve Haram Geçim Yolları
4.2.4.3.	Zekât ve Sosyal Yardım
4.2.4.4.	Adil Dağılım, Fırsat Eşitliği ve Toplumsal Denge
4.2.4.5.	Mülkiyet Hakkı-Sınırları ve Servet Birikimi
4.2.4.6.	Ölçülü Harcama ve İnfak

Tablo 4. Kazanma (İslam'a Uygun) Maddeleri

No.	Madde İfadesi, Tezdeki İlgili Bölümü ve Referansı
1.	Finansman ihtiyacımı karşılarken mevcut kredi oranlarından en makul olanını seçerim. (-) 4.2.4.1. - 4.2.4.2. (Bakara 2/275-278) (Hausman & McPherson, 1998: 205) (Buğra, 2013: 41)
2.	Bankalardan kredi kullanmak yerine ortaklık esasına dayalı iktisadi faaliyette bulunurum. 4.2.4.1. - 4.2.4.2. - 4.2.4.4. (Bakara 2/275) (Ebu Davud, "Buyu", 26) (Orman, 2014: 85)
3.	Ticari faaliyetlerimi sürdürebilmek için geleneksel (faizli çalışan) banka kredisi kullanırım. (-) 4.2.4.1. - 4.2.4.2. (Bakara 2/275)
4.	İşlerimde faiz kullanmaktansa ticari faaliyetlerimi küçültürüm. 4.2.4.1. - 4.2.4.2. - 4.2.4.5. (Bakara 1/278-279) (İbn Mace, "Ticaret", 2)
5.	İşçi ücretlerini piyasa şartlarını esas alarak belirlerim. (-) 4.2.4.4. - 4.2.4.5. (Kallek, 2015: 99-100) (Nakvi, 1985: 119)
6.	Daha maliyetli olmasına rağmen Katılım bankalarıyla çalışırım. 4.2.4.1. - 4.2.4.2. (Bakara 2/275-278)
7.	Banka kredisi kullanmam. 4.2.4.1. - 4.2.4.2. (Bakara 2/275-278) (Orman, 2014: 75)
8.	Çalışanlarıma işletmenin kârından pay veririm. 4.2.4.4. - 4.2.4.5. (Nakvi, 1985: 77-78,201)
9.	Ticari bir mal veya hizmet satışından maksimum kâr elde etmeye çalışırım. (-) 4.2.4.5. (Orman, 2014: 146) (Kallek, 2015: 17, 118) (Nakvi, 1985: 76)

(-) Ters Sorulmuş Maddelerdir.

Dokuz maddeden oluşan "Kazanma" faktörü işletme sahiplerinin iktisadi kazançlarını İslam'a uygun olarak elde edip etmediklerini ölçülemektedir. Ayrıca modelde birinci faktör olan "Kazanma (İslam'a Uygun)" faktörünün beşinci faktör olan "İslam Dindarlığı" ile pozitif yönlü nedensellik ilişkisi içinde olması öngörülmektedir.

Tablo 5. Harcama (İslam'a Uygun) Maddeleri

No.	Madde İfadesi, Tezdeki İlgili Bölümü ve Referansı
1.	Zekâtını verdikten sonra kazandığım parayı dilediğim gibi kullanırım. (-) 4.2.4.4. - 4.2.4.6. (Müzzemmil 73/20; Haşr 59/7; Nahl 16/71)
2.	İhtiyaç fazlası kazançlarımı biriktirmek yerine infak ederim. 4.2.4.3. - 4.2.4.5. (Bakara 2/3, 219, 261; Ra'd 13/22; Haşr 59/7; Leyl 92/17-20; Hümeze 104/2-3) (Orman, 2014: 146)
3.	Ne kadar gelirim varsa o ölçüde lüks hayat yaşarım. (-) 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Furkân 25/67; Enfâl, 8/67; Âl-i İmrân 3/14-15) (Buhari, "Rikak", 3) (Tirmizi, "Zühd", 25) (Nakvi, 1985: 80, 93)
4.	Borcunu ödeyemeyen birinin borcunu, durumum müsaitse silerim. 4.2.4.3. (Bakara 2/280) (Buhari, "Mezalim", 3; Müslim, "Birr", 59)
5.	İhtiyacım olmadığı halde alışveriş yaparım. (-) 4.2.4.6. (Kallek, 2015: 26) (Nakvi, 1985: 80,93)
6.	Önemli bir iş yemeği için, misafirimi alkollü bir restorana götürürüm. (-) 4.2.4.2. - 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Bakara 2/219; Mâide 5/90)
7.	Dünya için gereğinden fazla harcama yapıyorum. (-) 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Münâfikûn 63/8-9; Âl-i İmrân 3/14-15; Nûr 24/37-38) (Nakvi, 1985: 94-96)
8.	Yardım faaliyetlerine özellikle vakit ayırıp, fiili olarak katılırım. 4.2.4.3. - 4.2.4.4. (Zâriyât 51/19; Meâric 70/24-25) (Mevdudi, 2016: 182-183) (Nakvi, 1985: 108)

(-) Ters Sorulmuş Maddelerdir.

Sekiz maddeden oluşan "Harcama" faktörü işletme sahiplerinin servetlerini İslam'a uygun olarak harcıyıp harcamadığını ölçümlemektedir. Ayrıca modelde ikinci faktör olan "Harcama (İslam'a Uygun)" faktörünün beşinci faktör olan "İslam Dindarlığı" ile pozitif yönlü nedensellik ilişkisi içinde olması öngörülmektedir.

Tablo 6. İslam İktisat Değerleri Maddeleri

No.	Madde İfadesi, Tezdeki İlgili Bölümü ve Referansı
1.	Para kazanma yöntemi dinin bildirdiği ahlaki ilkelere uygun olmalıdır. 4.2.4.2. (İbn Mace, “Ticaret”, 2) (Babanzade, 2014: 6) (Nakvi, 1985: 28,31,47,99)
2.	İnsanın kendi ihtiyacının fazlası olan malında, başkasının da hakkı vardır. 4.2.4.4. (Bakara 2/219; Zâriyât 51/19; Meâric 70/24-25) (Şeybani, 1993: 91) (Nakvi, 1985: 108)
3.	İslam’ın kendine özgü ekonomik ilkeleri vardır. 4.2.4. (Nakvi, 1985: 27,214)
4.	Geçimini sağladıktan sonra, mal ve servet hayır işlerine sarf etmek için kazanılmalıdır. 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Nahl 16/71; Kasas 28/77; Münâfikûn 63/10; Talâk 65/7) (Şeybani, 1993: 108) (Mevdudi, 2016: 117-120)
5.	İnsanın çalışması fiili duadan ibarettir, rızık veren Allah’tır. 4.2.4.2. - 4.2.4.5. (İsrâ 17/30; Âl-i İmrân 3/26-27)
6.	Geçimini sağladıktan sonra, ahiret işleriyle meşgul olmak gerekir. 4.2.4.3 - 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Şeybani, 1993: 57-59)

Tablo 7. İktisadi Rasyonalite Maddeleri

No.	Madde İfadesi, Tezdeki İlgili Bölümü ve Referansı
1.	*İş dünyasının kendine özgü şartları vardır, bu yüzden dini kurallar ile çelişmesi normaldir. 4.2.4.2. (Ülgener, 1940: 359- 363) (Nakvi, 1985: 23)
2.	*İktisadi faaliyet, sadece kişisel faydayı artırmak için yapılır. 4.2.4.4. - 4.2.4.5. - 4.2.4.6. (Hausman & McPherson, 1998: 205) (Yılmaz, 2009: 70) (Buğra, 2013: 41)
3.	*Mal ve servet, insanların kendi çalışması ve başarılarının sonucudur. 4.2.4.5. (Kasas 28/78; İsrâ 17/30) (Lokmân, 31/18-19)

Üçüncü ve dördüncü faktörler modelde aracı değişken olarak yer almaktadır. Altı maddeden oluşan “İslam İktisat Değerleri” faktörünün model içerisinde beşinci faktör olan “İslam Dindarlığı” faktörüyle pozitif yönlü nedensellik ilişki içinde olması

öngörülürken, üç maddeden oluşan “*İktisadi Rasyonalite*” faktörüyle negatif yönlü nedensellik ilişkisi içinde olması öngörülmektedir.

3.4.4.3. Dindarlık Ölçeği

Araştırma konusuna uygun olacak bir dindarlık tutum ölçeğinin seçilmesi gerekiyordu. Buna yönelik önceki bölümde değinildiği üzere pek çok ölçek geliştirilmiştir. Ancak araştırma evreni İstanbul’daki iş insanları olduğu için Türkiye’nin yerel kimliğini dikkate alan, İslam dinine uyarlanmış bir ölçek gerekiyordu. Bu minvalde uluslararası geçerliliğe sahip diğer ölçeklerle¹⁸ karşılaştırılarak geliştirilen ve sonrasında (Ok, 2016) uluslararası kullanıma da uyarlanmış olan “Ok Dini Tutum Ölçeği” bu araştırmada bağımsız değişken olarak kullanılmak üzere seçilmiştir.

*Tablo 8. İslam Dindarlığı Maddeleri*¹⁹

No.	Madde İfadesi
1.	İnanđığım dinin gereklerini yerine getirmeye çalışırım.
2.	Ezan, dua veya ayet gibi dini okumaları dinlediğimde duygulanırım.
3.	Dinin gereksiz olduğunu düşünüyorum. (-)
4.	Allah'ın bana çok yakın olduğunu hissediyorum.
5.	Yaşantımın dini değerlere uygun olup olmadığına dikkat ederim.
6.	Dini etkinliklere katıldığımda gerçekten zevk alırım.
7.	Dini inancın insanlara yararından çok zararı olduğunu düşünüyorum. (-)
8.	Zor zamanlarda Allah'ın bana yardım ettiğini düşünüyorum.

(-) Ters Sorulmuş Maddelerdir.

¹⁸ “1.Sekülerizm Ölçeği, 2.İnançta/Dünya Görüşünde Dönüşüm Ölçeği, 3.Kesin İnanç veya Dünya Görüşü Ölçeği, 4.İç-Güdümlü Dindarlık Ölçeği, 5.Dış-Güdümlü Dindarlık Ölçeği ve 6.Francis Hristiyanlığa Yönelik Tutum Ölçeği (Kısa Formu)” (Ok, 2011).

¹⁹ Ok, Üzeyir, (2011). “*Dini tutum ölçeği: ölçek geliştirme ve geçerlik çalışması (religious attitude scale: scale development and validation)*”. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi,8(2), 528-549.

Ok, Ü. (2016), “*The Ok-Religious Attitude Scale (Islam): Introducing an Instrument Originated in Turkish for International Use*”. Journal of Beliefs and Values, 37(1), 55-67.

3.4.4.4. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Bilgiler

Araştırmaya katılan kişilerin demografik ve sosyo-ekonomik bilgileri Tablo 8’de aktarıldığı biçimde sorulmuştur. Bu soruları belirlemekte iki amaç vardır. İlki anket uygulamasına katılan örneklem kitlesi hakkında tanımlayıcı (descriptive) istatistiki bilgiler vermek. İkincisi ve daha önemlisi nedensellik analizleri yapılırken demografik ve sosyo-ekonomik bilgilerin analizlerde fark yapıp yapmayacağını moderatör değişken analizi ile denetlemektir. Bu şekilde literatür değerlendirmesi bölümünde değinilen çeşitli araştırmalar baz alınarak; demografik, işletme büyüklüğü, sektör, rekabet seviyesi ve aile şirketi gibi durum ve konular temelinde aşağıdaki bilgilerin sorulmasına karar verilmiştir.

Tablo 9. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Sorular ve Türü

No.	Sorular	Türü
1.	Yaş	Numerik
2.	Cinsiyet	Kategorik (2’li)
3.	Medeni Durum	Kategorik (2’li)
4.	Çocuk Sayısı	Numerik
5.	Eğitim Bilgisi	Kategorik (5’li)
6.	İşletmenin Yıllık Cirosu (2017)	Kategorik (9’lu)
7.	İşletmenin Çalışan Sayısı	Numerik
8.	Faaliyet Gösterdiğiniz Sektör	Yazılı
9.	Sektördeki Rekabet Seviyesi (1-10)	Kategorik (10’lu)
10.	İşveren Olarak Toplam Tecrübe (Yıl)	Numerik
11.	İşletme Sahibi olarak Şirketinizde Kaçınıcı Kuşaksınız	Numerik
12.	Şirket Yönetiminde, Kaç Aile Üyesi Söz Sahibi Yönetici Pozisyonundadır? (Sizin Dışınızda)	Numerik
13.	Şirket Sermayesinin Çoğunluğu (%50’den fazlası) Aile Üyelerine mi Aittir?	Kategorik (2’li)

3.4.5. Veri Toplama ve Uygulama Süreci

Pilot çalışmayla birlikte yeterince anlaşılır olmayan, geçerliliği ve güvenilirliği sağlamayan maddeler tespit edilerek anketten çıkartıldı. Böylece daha rafine ve anlaşılır hale dönüştürülen anket esas uygulamaya hazır hale getirildi.

Araştırma konusunun incelediği zümre İstanbul’da işletme sahibi bireyler olduğu için anket uygulamasına *kolayda örnekleme* (convenience sampling) yöntemi ile başlanmıştır. Böylece kişisel bağlantılar üzerinden iş insanlarına anketlerin doldurulması ve onların iş çevrelerindeki bağlantılarından başka işletme sahiplerine ulaşarak *kartopu* (snowball) yöntemiyle doldurtmaları sağlanmıştır. Ayrıca MÜSİAD, ASRIAD, İGİAD ve GİV muhafazakar işadamları dernekleriyle irtibata geçilerek *küme* (cluster sampling) örnekleme yöntemiyle, bu derneklere mensup yaklaşık 100 iş insanına anketler doldurtulmuştur. Bununla birlikte çeşitli sektörlerden olmak üzere farklı işletme büyüklerinden (ciro, çalışan sayısı) işletme sahipleri *amaçsal örnekleme* yöntemi dahilinde seçilmiştir. Böylece örnekleme seçiminde işletme büyüklüğünün, İstanbul’daki işletme sahibi olan ana kütleyle uygunluğu gözetilmiştir.

Anket uygulaması hem yazılı form üzerinden hem de online versiyonu üzerinden uygulanmıştır. Toplam 550 anket doldurulmuştur. Bunların bir kısmı verilerin eksik, rastgele ya da belirgin biçimde çelişkili doldurulması, önemli bir kısmı ise sosyo-ekonomik bilgilerin doldurulmaması sebebiyle toplam 72 anket iptal edilmiştir. Sosyo-ekonomik bilgileri doldurmamaları ya bu bilgileri paylaşmak istemedikleri için boş bırakmışlardır ya da aslında işletme sahibi olmadıkları sebebiyle dolduramamışlardır. Bu belirsizlikten ötürü bu tür anketlerin veri analizine dahil edilmesi uygun görülmemiştir. Araştırmanın sıhhati açısından yapılan tüm bu elemelerden sonra geriye 478 tane geçerli anket kalmıştır. Bunların 276 tanesi yazılı, 202 tanesi online veri olarak elde edilmiştir. Anketlerin uygulanması ve veri toplama süreci, 2018 şubat-mart tarihleri arasında yaklaşık iki ay sürmüştür. Yukarıda 3.4.2. bölümünde değinildiği üzere bu araştırma için 384 örnekleme sayısı gereklidir. Bu çalışmada ise bu rakamın üstünde 478 anket/örnekleme sayısına ulaşılarak, “Dindarlık” ile “İktisadi Davranış (İslam’a uygun)” arasındaki ilişkinin analizi için gerekli, veri toplama süreci başarıyla tamamlanmıştır.

3.5. Araştırma Bulguları

3.5.1. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Tanımlayıcı İstatistikler

Anket uygulamasına katılan işletme sahiplerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı ve eğitim durumuna dair demografik istatistikler aşağıda Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 10. Demografik İstatistik Bilgileri

Demografik Bilgiler	Frekans	Yüzde	
Yaş	18-29 arası	57	11,9
	30-39 arası	166	34,7
	40-49 arası	138	28,9
	50-59 arası	92	19,2
	60 ve üzeri	25	5,2
	Toplam	478	100,0
Cinsiyet	Erkek	457	95,6
	Kadın	21	4,4
	Toplam	478	100,0
Medeni Durum	Bekar	85	17,8
	Evli	393	82,2
	Toplam	478	100,0
Çocuk Sayısı	0	115	24,1
	1	66	13,8
	2	123	25,7
	3	112	23,4
	4 ve üzeri	62	13,0
	Toplam	478	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	56	11,7
	Lise	100	20,9
	Önlisans	37	7,7
	Üniversite	203	42,5
	Lisansüstü	82	17,2
	Toplam	478	100,0

Anket uygulamasına katılan müteşebbislerin işletme yıllık cirosu, çalışan sayısı, sektör ve aile şirketi olmasına sosyo-ekonomik istatistikler aşağıda Tablo 10’da gösterilmektedir.

Tablo 11. Sosyo-Ekonomik İstatistik Bilgiler

	Ekonomik Bilgiler	Frekans	Yüzde
İşletmenin Yıllık Cirosu (2017 - TL)	50.000 - 149.999 ₺	67	14,0
	150.000 - 499.999 ₺	102	21,3
	500.000 - 999.999 ₺	69	14,4
	1.000.000 - 2.999.999 ₺	70	14,6
	3.000.000 - 7.999.999 ₺	66	13,8
	8.000.000 - 19.999.999 ₺	42	8,8
	20.000.000 - 39.999.999 ₺	29	6,1
	40.000.000 - 99.999.999 ₺	11	2,3
	100.000.000 ₺ ve üzeri	22	4,6
	Toplam	478	100,0
Çalışan Sayısı	1-3	139	29,1
	4-9	137	28,7
	10-49	144	30,1
	50-249	40	8,4
	250 ve üzeri	18	3,8
		Toplam	478
Sektör	Sanayi	125	26,2
	Ticaret	120	25,1
	Hizmet	144	30,1
	İnşaat	89	18,6
		Toplam	478
Şirket Aile Üyelerine mi Ait	Evet	359	75,1
	Hayır	119	24,9
		Toplam	478

Bu istatistiklere göre; ciroya göre her kategoriden işletmelerin olduğu ve gerçek duruma uygun dağıldığı görülmektedir. İşletmelerin büyüklüğünü tespit etmek için diğer bir kategori çalışan sayısıdır. Çalışan sayısı ve ciro arasındaki korelasyon oranı sektörlere göre değişebilse de genel olarak birbiriyle yüksek ilişki içindedir. Çalışan sayısı ve ciro sınıflandırmaları yukarıda 3.4.4.1. başlığında değinildiği üzere KOBİ’lerin yaptığı kategorizasyon dikkate alınarak yapılmıştır. Türkiye’de

işletmelerin sayısının %99,8'inin²⁰ KOBİ sınıflandırması içinde yer aldığını hesap edecek olursak buradaki dağılımın da iş dünyasına benzer olduğu kabul edilecektir. Sektör oranları da TÜİK'in²¹ yaptığı yıllık sektör istatistiklerine benzer bir dağılım göstermektedir. Ankete katılan işletme sahiplerinin sektörlerinin frekans oranları sırasıyla Hizmet %30,1 Sanayi %26,2, Ticaret %25,1, ve İnşaat %18,6'dır. Araştırmaya konu olan işletmelerin %75,1'i şirket/firma hisselerinin yarısından fazlasının aile üyelerine ait olduğunu belirtmiştir.

Tablo 12. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	n	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sap.
Yaş	478	19	74	41,16	10,78
Çocuk Sayısı	478	0	7	1,92	1,46
Çalışan Sayısı	478	1	5800	51,41	297,24
Sektördeki Rekabet Düzeyi	478	1	10	7,45	2,34
İşveren Olarak Tecrübe (Yıl)	478	1	47	15,50	10,51
Aile Üyesi	478	0	10	1,10	1,32

Araştırmanın örneklem kitlesinin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 11'de detaylıca verilmektedir. Buna göre örneklem kitlesinin ortalama yaşı 41,16; çocuk sayısı 1,46; çalışan sayısı 51,41; sektördeki rekabet düzeyi görüsü 7,45; işveren olarak tecrübesi 15,50 ve işletmede kendi dışında çalışan aile üyesi 1,10'dur.

²⁰ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540> (28.06.2018 tarihinde erişim sağlandı).

²¹ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21528> (28.06.2018 tarihinde erişim sağlandı).

3.5.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Bir ölçek veya ölçek setinin bir araştırma kavramını, herhangi bir sistematik ya da rassal olmayan hatadan arınmış, doğru bir şekilde temsil etmesine geçerlilik (validity) denmektedir. Güvenirlik (reliability) ise bir değişken veya değişken grubunun ölçmeyi amaçladığıyla tutarlı olmasıdır. Böylelikle güvenirlik ölçüm değerleri, tekrarlanan ölçümler ile elde edilen değerler ile tutarlılık gösterecektir. Yüksek güvenilirlilik derecesine sahip ölçekler düşük güvenirliliğe sahip olanlara göre daha yüksek tutarlılık gösterecektir. Güvenirlik, bir faktörün nasıl ölçüldüğüyle ilgilenirken; geçerlilik ise neyin ölçülmesi gerektiğiyle ilgilenir. Geçerlilik ilgili kavramın ölçek/faktör(ler) tarafından ne kadar iyi tanımlandığı ve temsil edildiği ile ilişkiliyken, güvenilirlilik ölçek/faktör(ler)in kendi içinde ne kadar tutarlılığa sahip olduğuyla ilişkilidir (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2013: 2-3, 8).

3.5.2.1. Yapı Geçerliliği: Keşfedici Faktör Analizi (EFA)

Yapı geçerliliğini sağlayan bir yöntem olan Keşfedici Faktör Analizi ile ölçeğin faktör yapısı açığa çıkarılarak faktörler arasındaki bileşim ve ayırım tespit edilmeye çalışılır. Faktör analiziyle, bir faktörün diğer faktörlerle karışmadan ne derece doğru yapılabildiği test edilmekte, ayrıca olgu ve kavramların yapı geçerliliği içinde ne kadar ölçülebilir olduğu gösterilmektedir. Değişkenler arası ilişkiyi karşılıklı bağımlılık tekniği ile tespit etmeye çalışan faktör analizinin esas amacı, analizdeki değişkenler arasındaki temel ilişki yapısını tanımlamaktır (Büyüköztürk vd., 2014: 119; Hair, vd., 2013: 192).

Faktör analizi, faktörler olarak bilinen, birbiriyle güçlü ilişki içinde olan değişken gruplarını tanımlamak için çok sayıda değişken (anket cevapları, test soruları vb.) arasındaki karşılıklı ilişkilerin (korelasyonlar) analiz edilmesine yönelik araçlar sağlar. Bu analize bağlı olarak birbiriyle yüksek ilişkili (highly intercorrelated) değişken gruplarının (faktörler), araştırma içindeki boyutları temsil ettiği varsayılmaktadır. Eğer değişkenler arasındaki ilişkileri anlamak için kavramsal bir temel mevcutsa, boyutlar (faktörler) kolektif olarak temsil ettikleri manaya sahiptirler. Keşfedilen faktörler

kendi içindeki değişkenlerle kolektif bir mana içeriyor ve araştırma modeliyle uyum gösteriyorsa yapı geçerliliği sağlanmış olur (Hair vd., 2013: 92).

Faktör analizinde değişkenler arası ilişkilere dayanarak çok sayıda değişken az sayıya indirilerek boyutlar oluşturulur. Böylelikle doğrudan ölçülemeyen bir olgu veya kavram, bu şekilde oluşturulan boyutlar vasıtasıyla gizil (latent) değişken olarak incelenebilmektedir. Faktör analizi yapılabilmesi için örneklem sayısının uygulamadaki değişken sayısının en az 5 katı, idealde 10 katı olması gerekir (Hair vd., 2013: 100; İslamoğlu & Alınacıık, 2016: 415). Uygulanan bu anket çalışmasında 34 değişken vardır, on katı ise 340'tır. Bu çalışmada ise bu sayıdan daha fazla bir rakama, 478 örnekleme ulaşılmıştır.

Tablo 13. KMO ve Barlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü Yeterlilik Testi		,899
Bartlett's Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	3913,749
	Serbestlik Derecesi	253
	Anlamlılık	,000

Verilerin faktör analizini yapabilmek için öncelikle KMO ve Barlett's testlerinin yeterliliği ve geçerliliği sağlanması gereklidir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem büyüklüğü yeterlilik testi sonucunun 0,6'dan büyük olması gerekmektedir. Barlett's Küresellik testi değişkenler arasındaki ilişkilerin (korelasyon) genel anlamlılığını ölçen bir testtir (Hair vd., 2013: 102; İslamoğlu & Alınacıık, 2016: 423). Bu araştırmanın KMO katsayısı 0,899 değerinde çok iyi bir örneklem yeterliliğine sahiptir, Barlett's Küresellik testine göre de değişkenler arası korelasyonlar $p < .000$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 14. Kişisel Faktör Analizi (EFA) Sonuçları

Sorular	Faktörler				
	1	2	3	4	5
Dindarlık					
28. Ezan, dua veya ayet gibi dini okumaları dinlediğimde duygulanırım.	,817				
32. Dini etkinliklere katıldığımda gerçekten zevk alırım.	,760				
31. Yaşantımın dini değerlere uygun olup olmadığına dikkat ederim.	,662				
30. Allah'ın bana çok yakın olduğunu hissediyorum	,641				
27. İnanduğım dinin gereklerini yerine getirmeye çalışırım.	,638				
34. Zor zamanlarda Allah'ın bana yardım ettiğini düşünüyorum.	,595				
33. Dini inancın insanlara yararından çok zararı olduğunu düşünüyorum.	,530				
Kazanma (İslam'a Uygun)					
3. Ticari faaliyetlerimi sürdürebilmek için geleneksel (faizli çalışan) banka kredisi kullanırım.		,773			
7. Banka kredisi kullanmam.		,746			
4. İşlerimde faiz kullanmaktansa ticari faaliyetlerimi küçültürüm.		,738			
1. Finansman ihtiyacımı karşılarken mevcut kredi oranlarından en makul olanını seçerim.		,715			
6. Daha maliyetli olmasına rağmen Katılım bankalarıyla çalışırım.		,519			
2. Bankalardan kredi kullanmak yerine ortaklık yöntemiyle iş yaparım.		,513			
İslam İktisat Değerleri					
20. İnsanın kendi ihtiyacının fazlası olan malında, başkasının da hakkı vardır.		,693			
23. Geçimini sağladıktan sonra, mal ve servet hayır işlerine sarf etmek için kazanılmalıdır.		,620			
22. İslam'ın kendine özgü ekonomik ilkeleri vardır.		,501			
18. Para kazanma yöntemi dinin bildirdiği ahlaki ilkelere uygun olmalıdır.		,495			
İktisadi Rasyonalite					
21. İktisadi faaliyet, sadece kişisel faydayı artırmak için yapılır.				-,756	
19. İş dünyasının kendine özgü şartları vardır, bu yüzden dini kurallar ile çelişmesi normaldir.				-,720	
24. Mal ve servet, insanların kendi çalışması ve başarılarının sonucudur.				-,667	

Harcama (İslam'a Uygun)					
14. İhtiyacım olmadığı halde alışveriş yaparım.					,796
16. Dünya için gereğinden fazla harcama yapıyorum.					,722
15. Önemli bir iş yemeği için, misafirimi alkollü bir restorana götürürüm.					,606
Özdeğer (Initial Eigenvalues)	6,79	2,49	1,56	1,26	1,07
Açıklanan Varyans (%)	15,99	13,32	10,36	8,94	8,68
Toplam Açıklanan Varyans (%)			57,28		

Yukarıda Tablo 13'te yapılan Keşifsel Faktör Analizi (EFA) sonuçları verilmiştir. Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemi Equamax dik (orthogonal) döndürme işlemi sonucunda öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük olan beş faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Araştırma konseptine ve modeline uygun olarak faktör maddeleri ayrıştırılmıştır. Birçok faktörle benzer korelasyon içinde olan maddeler ile bulunduğu faktörle anlamlı korelasyon içinde olmayan 0,40'dan düşük faktör yüküne sahip maddeler analizden çıkartılmıştır (Hair vd., 2013: 105-115). Faktör analizi sonucunda 23 değişkenden oluşan 5 faktörlü toplam açıklanan varyans oranı %57,28 olan bir ölçek yapısı ortaya çıkmıştır. Regresyon analizlerinin ve hipotez testlerinin yapılabilmesi için yapı geçerliliğini sağlayan faktörlerin, güvenilirlik analizlerini de sağlaması gerekmektedir. Bir sonraki bölümde EFA sonucu oluşturulan faktörlerin güvenilirlik analizleri yapılacaktır.

3.5.2.2. Güvenirlik Analizi: Cronbach's Alpha

Güvenirlik (reliability) bir değişken veya değişken setinin ölçmeyi amaçladığıyla tutarlı olması anlamına gelir. Güvenirlik ölçüm değerlerinden beklenen, tekrarlanan ölçümler ile elde edilen değerler ile tutarlılık göstermesidir. Analiz sonucuna göre yüksek güvenilirlik derecesine sahip ölçekler düşük güvenilirliğe sahip olanlara göre daha yüksek tutarlılık gösterecektir. Güvenirlik analizi, bir ölçeğin/faktörün kendi içinde ne kadar tutarlılığa sahip olduğuyula ilişkilidir. Bir ölçeğin ya da faktörün güvenilirliği onun geçerliliği ile yakından ilişkilidir. Bir ölçek güvenilir olmadıkça geçerli de olamaz. Bununla birlikte bir ölçeğin güvenilirliği, geçerliliğine bağlı değildir. Bir faktörün güvenilirliği objektif olarak ölçülmesi ve kendi içinde tutarlı sonuçlar vermesine bağlıdır (Hair vd., 2013: 2-3; Tavakol & Dennick, 2011: 53).

Cronbach's Alpha katsayısı (Cronbach, 1951) bir ölçek veya faktörün iç tutarlılık (internal consistency) ölçümünü sağlamak için geliştirilmiştir. İç tutarlılık, bir faktörde yer alan tüm öğelerin aynı kavramı veya yapıyı ne düzeyde ölçtüğünü, öğelerin birbirleriyle olan ilişkisine bağlı olarak açıklamaktadır. İç tutarlılık ölçüsü olarak Cronbach's α katsayısı 0 ile 1 arasında bir değer alır. Cronbach's Alpha analizi yapabilmek için faktör/ölçek maddelerinin tek boyutlu (unidimensional) olması gerekir. Kabul edilen ideal eşik değeri 0,70 olsa da az madde sayısına (ondan az) sahip faktörler için bu eşik 0,60 olarak kabul edilmektedir. Çünkü ölçekteki madde sayısı arttıkça, benzer iç-korelasyona sahipeler bile, α değeri yükselmektedir (Cortina, 1993: 98; Hair vd., 2013: 123-125). Cronbach's Alpha formülü aşağıda gösterildiği şekildedir (Cronbach & Shavelson, 2004: 396).

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

k: ölçekteki madde sayısı
s_i: maddenin varyansı
s_t: toplam skorun varyansı

Tablo 15. Cronbach's Alpha İç Tutarlılık Analizi

Faktör	Madde Sayısı	Ortalama	Cronbach's Alpha Katsayısı
Dindarlık Tutumu	7	4,401	,860
Kazanma	6	3,358	,810
İslam İktisat Değerleri	4	3,997	,689
İktisadi Rasyonalite	3	2,395	,638
Harcama	3	3,790	,604

Yapılan analizler sonucu her bir faktörün tek boyutlu (unidimensional) olduğu görülmüş, faktörler Cronbach's Alpha analizi yapmaya uygun bulunmuştur. Tablo 14'te faktör analizi sonucunda oluşturulan boyutların/faktörlerin herbirinin madde sayısı ve iç tutarlılık analizi sonucu olarak Cronbach's α katsayıları verilmektedir. Bu sonuçlara göre tüm faktörlerin katsayıları kabul edilebilir 0,60 eşliğinden büyüktür ve Cronbach's Alpha güvenilirliğini sağlamaktadır.

3.5.2.3. Korelasyon Analizleri

Tablo 16. Faktörler Arası Korelasyonlar

Değişkenler	1	2	3	4	5
1.Dindarlık	1,000				
2.Kazanma	,315**	1,000			
3.İslam İktisat Değerleri	,503**	,425**	1,000		
4.İktisadi Rasyonalite	-,273**	-,432**	-,393**	1,000	
5.Harcama	,293**	,281**	,176**	-,263**	1,000

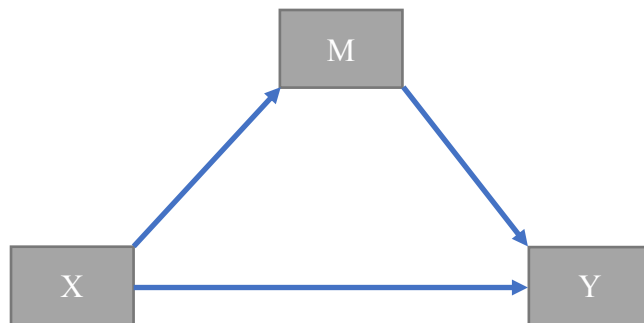
** Korelasyon .01 düzeyinde anlamlıdır. Spearman's rho

Tablo 16’da görüldüğü üzere korelasyon analizine göre değişkenler arasındaki ilişki düzeyleri iki yönlü (two tailed) .01 düzeyinde anlamlı olup, ilişki kuvveti en düşük .176 ile en yüksek .503 arasındadır.

3.5.3. Regresyon Analizleri ve Hipotez Testleri

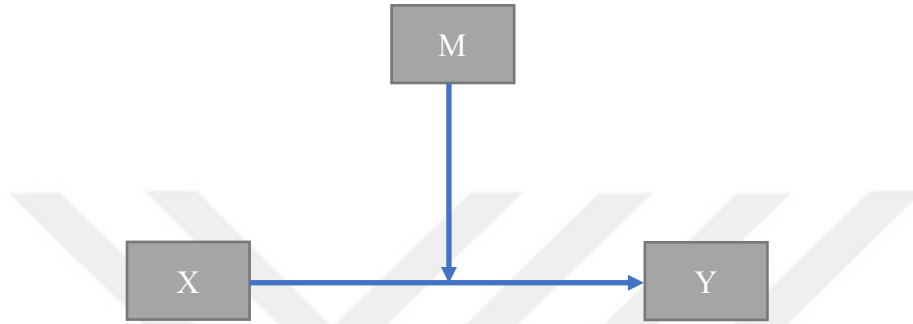
3.5.3.1. Aracı (Mediator) Değişken ve Düzenleyici (Moderator) Değişken

Üzerinde çalışılan olguyu (fenomeni) ve faktörler arası ilişkiyi derinlemesine daha iyi anlamak için regresyondaki etkilerin işleyiş mekanizmasını veya bu etkileri artıran, aracılık eden ya da engel olan koşulları ortaya koymak gerekir. Aracı değişken (mediator) analizi ve moderatör değişken analizi bu türden mekanizmaların ve koşulların kanıtlanması ve hipotezlerin test edilmesi için kullanılmaktadır. Araştırma amacı bir değişkeninin etkisini bir başka değişkenin üzerine ilettiği mekanizmaları anlamak veya sınırlı koşullarını tanımlamak olduğunda, bu şekilde koşullu süreç modellemesi kullanılmaktadır (Hayes, 2013: 3).



Şekil 2. Aracı Değişken (Mediator) Modeli: M değişkeni nedensellik ilişkisinde X ve Y arasında yer almaktadır.

“X, Y üzerinde nasıl etki gösterir?” sorusuna ancak aracı değişken (mediator) olarak kavramsallaştırılan mekanizmaların analizi ile cevap verilebilir. Şekil 2’de görüldüğü üzere X, Y’yi M üzerinden etkilemektedir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi başka bir ilişki üzerinden daha derinlemesine açıklanması ancak regresyon analizi ile birlikte yapılan aracı değişken (mediator) analiziyle mümkün olmaktadır (Hayes, 2013: 7).



Şekil 3. Moderatör Değişken Modeli: M değişkeni, X’in Y üzerindeki etkisinin büyüklüğüne tesir etmektedir.

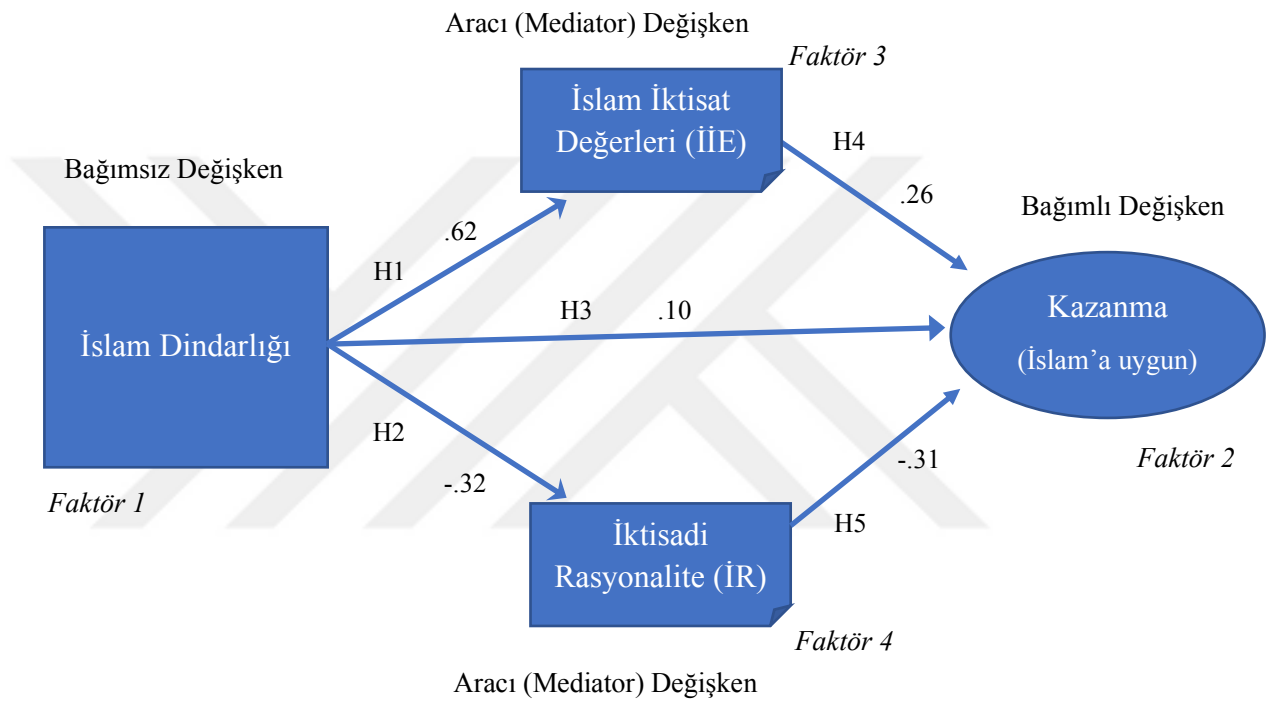
“X hangi koşullar altında Y üzerinde etki gösterir ya da hangi tür insanlara etki göstermez?” gibi sorulara ancak moderatör değişken olarak kavramsallaştırılan analiz ile cevap verilebilir. Regresyon analizinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini artıran/azaltan değişkene moderatör değişken denmekte ve bu koşullu durum etkileşim olarak da adlandırılmaktadır. İki değişken arasındaki ilişkinin sınır koşullarını ortaya çıkarmak için moderatör analizi kullanılır. X ve Y arasındaki ilişkinin büyüklüğü veya işareti M, üçüncü bir değişkene bağlı olarak değişiyorsa, modelde moderatör etkisi var demektir (Hayes, 2013: 7-9).

Bir değişken, araştırılan olgunun nasıl kavramsallaştırıldığına ve test edildiğine bağlı olarak aracı değişken veya moderatör değişken olarak işlev görebilir. Bu araştırmada Şekil 4’deki “İslam dindarlığının Kazanmaya Etkisi” ve Şekil 5’teki “İslam dindarlığının Harcamaya Etkisi” modellerinin regresyon, aracı değişken (mediator) ve moderatör değişken analizleri Hayes’in SPSS için geliştirdiği Process v3.0 Makro²² uygulaması üzerinden (Hayes, 2017) önerdiği şekilde *bootstrapping* (bias-corrected

²² <http://www.processmacro.org/index.html> (erişim tarihi 20.06.2018)

confidence intervals) yöntemiyle 5000 bootstrap örneklemeyle gerçekleştirilmiş, hipotezler test edilmiştir. Araştırma modelinin amacına uygun olarak “İslam İktisat Değerleri” ve “İktisadi Rasyonalite” faktörleri modellerde aracı değişkenler (mediator) olarak kullanılmış, demografik ve sosyo-ekonomik değişkenler ise moderatör değişkenler olarak kontrol edilmiştir.

3.5.3.2. İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi



Şekil 4. İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi²³

$$Y_{\text{Kazanma}} = 1,977 + .169(\text{Dindarlık}) + .358(\text{İİE}) - .331(\text{İR})$$

Şekil 4’deki modelde; “İslam Dindarlığı” bağımsız değişken, “İslam İktisat Değerleri” ve “İktisadi Rasyonalite” aracı (mediator) değişkenler ve “Kazanma” bağımlı değişken olarak tasarlanmıştır. İslam dindarlığının kazanmaya olan etkisi aracı değişken analizi yapılarak anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Böylelikle ilk olarak dindarlık fenomeninin tek başına bu ilişkiyi açıklayabilip açıklayamadığı test edilmekte, ikinci olarak aracı faktörlerin nedenle sonuç arasındaki ilişkinin açıklanmasında ne tür bir derinlik sağladığı belirlenmektedir.

²³ Şekil üzerindeki katsayılar standardize edilmiş değerlerdir.

- H1: “İslam Dindarlığı” => “İslam İktisat Değerleri”
H2: “İslam Dindarlığı” => “İktisadi Rasyonalite”
H3: “İslam Dindarlığı” => “Kazanma”
H4: “İslam İktisat Değerleri” => “Kazanma”
H5: “İktisadi Rasyonalite” => “Kazanma”
H6 (H1xH4): “İslam Dindarlığı” => “İİD” => “Kazanma”
H7 (H2xH5): “İslam Dindarlığı” => “İR” => “Kazanma”
H8 (H6+H7): “İslam Dindarlığı” => “İİD + İR” => “Kazanma”

Modeldeki hipotezler yukarıda gibi tanımlanmıştır. Tablo 17 ve Tablo 18’de aktarılan regresyon analizlerinin katsayıları da Şekil 4 üzerinde gösterilmiştir.

Tablo 17. Kazanma Modeli Regresyon Katsayıları

(Bağımlı Değişken) Harcama <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.350	.122		66.296	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		.577	.344	1.675	.094	-.100	1.254
Dindarlık	.350	.632	.078	8.142	.000	.479	.784

(Bağımlı Değişken) İslam İktisat Değerleri <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.615	.378		289.763	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		.497	.207	2.394	.017	.089	.904
H1 Dindarlık	.615	.796	.047	17.022	.000	.704	.887

(Bağımlı Değişken) İktisadi Rasyonalite <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.320	.103		54.464	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		4.772	.325	14.697	.000	4.134	5.410
H2 Dindarlık	-.320	-.540	.073	-7.380	.000	-.684	-.396

(Bağımlı Değişken) Kazanma <= (Bağımsız Değişkenler) Dindarlık, İİD ve İR							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.527	.278		60.730	3.000	474.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		1.977	.388	5.096	.000	1.215	2.740
H3 Dindarlık	.095	.169	.090	1.873	.062	-.008	.346
H4 İİD	.260	.358	.071	5.008	.000	.217	.498
H5 İR	-.313	-.331	.046	-7.247	.000	-.420	-.241

Şekil 4 ve Tablo 17 birlikte değerlendirilecek olursa, H1 hipotezine bağlı olarak oluşturulan modelin, “Dindarlık” faktörünün “İslam İktisat Değerleri” değişkeni üzerinde $\beta=.796$ etki gücünde, $(.704<\beta<.887)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. H2 hipotezine bağlı olarak oluşturulan modelin de “Dindarlık” faktörünün “İktisadi Rasyonalite” değişkeni üzerinde $\beta=-.540$ etki gücünde, $(-.684<\beta<-.396)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Aracı değişken (mediator) analizine bağlı olarak oluşturulan modelde; H3 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “Kazanma” değişkeni üzerindeki doğrudan etkisi $\beta=.169$ gücünde, $(-.008<\beta<.346)$ güven aralığında ve $p=.062$ düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir. H4 hipotezinin, aracı değişken (mediator) olan “İİD” faktörünün “Kazanma” değişkeni üzerindeki etkisi $\beta=.358$ gücünde, $(.217<\beta<.498)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. H5 hipotezinin, aracı değişken (mediator) olan “İR” faktörünün “Kazanma” değişkeni üzerindeki etkisi $\beta=-.331$ gücünde, $(-.420<\beta<-.241)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu analizler dahilinde Şekil 4. “İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi” modeline göre H1, H2, H4 ve H5 hipotezleri kabul edilmiş, H3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 18. Kazanma Modeli Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etkiler

(Bağımlı Değişken) Kazanma <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık (Aracı Değişkenler) İslam İktisat Değerleri(İİD) & İktisadi Rasyonalite(İR)							
Etki	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
Toplam	.353	.632	.078	8.142	.000	.479	.784
H3 Doğrudan	.093	.169	.090	1.873	.062	-.008	.346
Dolaylı	.260	.463					
H8 Aracılık Etkisi (Mediation)		Dolaylı Etki		katsayı	Boot se	Boot LLCI	Boot ULCI
	.260	Toplam		.463	.064	.338	.595
H6 H1 x H4	.160	İİD üzerinden		.285	.061	.170	.403
H7 H2 x H5	.100	İR üzerinden		.179	.035	.115	.250

Aracı değişken (mediator) analizine bağlı olarak oluşturulan modelde; H3 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “Kazanma” değişkeni üzerindeki doğrudan etkisinin anlamlı olmadığı görülmektedir. H6 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “İİD” üzerinden

“Kazanma” değişkeni üzerinde $\beta=.285$ etki gücünde, $(.170<\beta<.403)$ %95 güven aralığında anlamlı olduğu görülmektedir. H7 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “İR” üzerinden “Kazanma” değişkeni üzerinde $\beta=.179$ etki gücünde, $(.115<\beta<.250)$ %95 güven aralığında anlamlı olduğu görülmektedir.

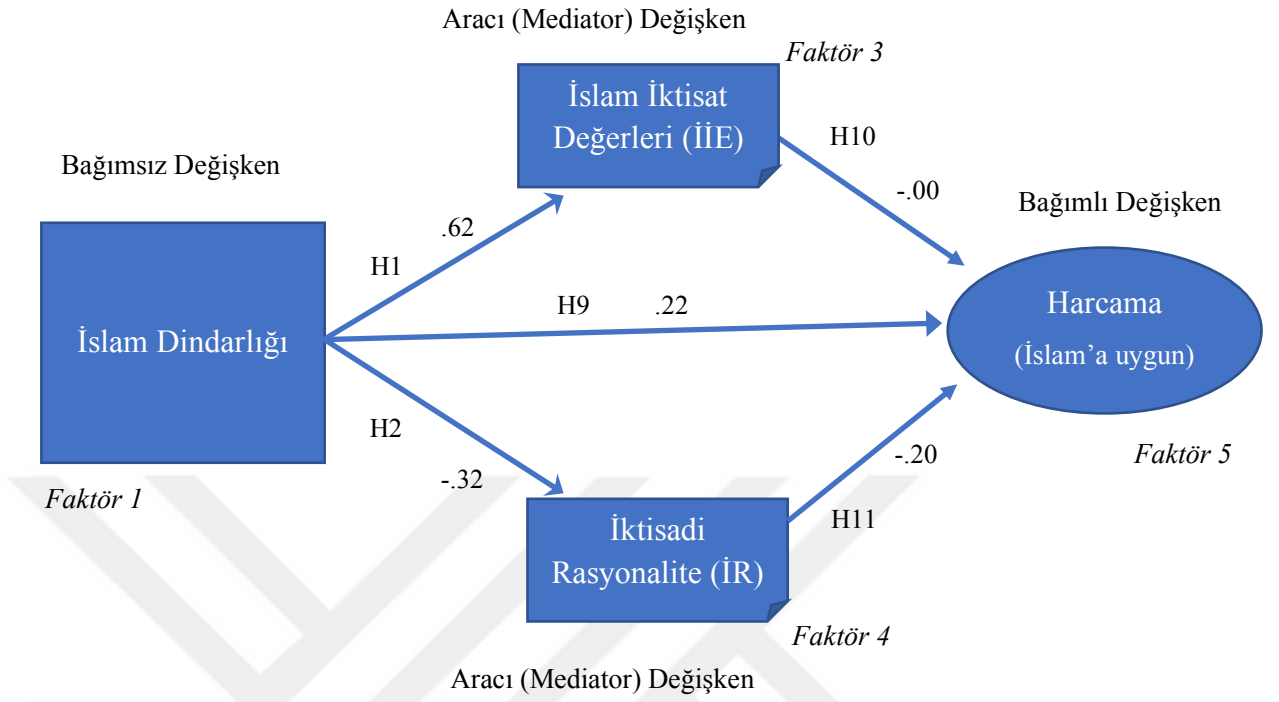
“Dindarlık” faktörünün aracı değişkenler “İİD” ve “İR” üzerinden dolaylı olarak “Kazanma” değişkeni üzerinde toplam $\beta=.463$ etki gücünde, $(.338<\beta<.595)$ %95 güven aralığında anlamlı olduğu görülmektedir. Tüm bu analizlere göre H3 hipotezinin anlamlı olmayıp, H6 ve H7 hipotezlerinin her ikisinin de anlamlı olması sonucunda H8 hipotezi, Şekil 4. **“İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi”** modelinde **tam aracılık (mediation) etkinin olduğu** doğrulanmaktadır.

Tablo 19. *Kazanma Modeli: Demografik & Sosyo-Ekonomik Değişkenlerin Moderatör Değişken Etkileri ve Doğrudan Etkileri*

(Bağımlı Değişken) Kazanma <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık (Aracı Değişkenler) İslam İktisat Değerleri(İİD) & İktisadi Rasyonalite(İR)							
Değişken	R ² Değişim	F	katsayı	p	Moderatör Etki	Doğrudan Etki	
						katsayı	p
d1Yaş	.001	.374	.004	.541	Yok	-.021	.461
d2Cinsiyet	.000	.214	.200	.643	Yok	-.759	.688
d3Medeni	.000	.282	-.086	.595	Yok	.467	.503
d4Çocuk	.000	.176	.020	.675	Yok	-.099	.641
d5Eğitim	.001	.977	-.058	.324	Yok	.197	.453
d6Ciro	.000	.097	-.011	.755	Yok	-.013	.935
d7çalışan	.004	2.955	.001	.086	Yok	-.003	.075
d8Sektör	.005	1.053	Int_1: -.035 Int_2: -.205 Int_3: -.317	.369	Yok	.450	.139
d9Rekabet	.005	3.451	-.060	.064	Yok	.247	.089
d10Tecrübe	.000	.001	.000	.980	Yok	-.007	.836
d11Kuşak	.002	1.015	-.101	.314	Yok	.477	.283
d12Aileüye	.000	.206	.025	.662	Yok	-.166	.520
d13Şrkaile	.001	.567	-.155	.452	Yok	.668	.474

“Kazanma Modelinde” Demografik ve Sosyo-Ekonomik değişkenlerin hiçbirisinin anlamlı bir moderatör etkisinin olmadığı ve hiçbirisinin anlamlı doğrudan etkisinin olmadığı Tablo 19’da verilen analiz sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Moderatör değişken analizlerine göre H15, H17 ve H19 hipotezleri reddedilmiştir.

3.5.3.3. İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi



Şekil 5. İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi²⁴

$$Y_{\text{Harcama}} = 2,775 + .341(\text{Dindarlık}) - .003(\text{İİE}) - .186(\text{İR})$$

Şekil 5'teki modelde; "İslam Ahlakı/Dindarlığı" bağımsız değişken, "İslam İktisat Değerleri" ve "İktisadi Rasyonalite" aracı (mediator) değişkenler ve "Harcama" bağımlı değişken olarak tasarlanmıştır. İslam dindarlığının harcamaya olan etkisi aracı değişken analizi yapılarak anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Böylelikle ilk olarak dindarlık olgusunun tek başına bu ilişkiyi açıklayabilip açıklayamadığı test edilmekte, ikinci olarak aracı faktörlerin nedenle sonuç arasındaki ilişkinin açıklanmasında ne tür bir derinlik sağladığı belirlenmektedir.

H1: "İslam Dindarlığı" => "İslam İktisat Değerleri":

H2: "İslam Dindarlığı" => "İktisadi Rasyonalite":

H9: "İslam Dindarlığı" => "Harcama"

H10: "İslam İktisat Değerleri" => "Harcama"

H11: "İktisadi Rasyonalite" => "Harcama"

H12 (H1xH10): "İslam Dindarlığı" => "İİD" => "Harcama"

H13 (H2xH11): "İslam Dindarlığı" => "İR" => "Harcama"

H14 (H12+H13): "İslam Dindarlığı" => "İİD + İR" => "Harcama"

²⁴ Şekil üzerindeki katsayılar standardize edilmiş değerlerdir.

Modeldeki hipotezler yukarıda gibi tanımlanmıştır. Tablo 20 ve Tablo 21’de aktarılan regresyon analizlerinin katsayıları da Şekil 5 üzerinde gösterilmiştir.

Tablo 20. Harcama Modeli Regresyon Etki Katsayıları

(Bağımlı Değişken) Harcama <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.284	.080		41.624	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		1.856	.302	6.143	.000	1.263	2.450
Dindarlık	.284	.439	.068	6.452	.000	.306	.573

(Bağımlı Değişken) İslam İktisat Değerleri <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.615	.378		289.763	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		.497	.207	2.394	.017	.089	.904
H1 Dindarlık	.615	.796	.047	17.022	.000	.704	.887

(Bağımlı Değişken) İktisat Değerleri <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.320	.103		54.464	1.000	476.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		4.772	.325	14.697	.000	4.134	5.410
H2 Dindarlık	-.320	-.540	.073	-7.380	.000	-.684	-.396

(Bağımlı Değişken) Harcama <= (Bağımsız Değişkenler) Dindarlık, İİE ve İR							
	R	R-kare		F	df1	df2	p
	.342	.117		20.933	3.000	474.000	.000
Model	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
sabit		2.745	.368	7.465	.000	2.023	3.468
H9 Dindarlık	.220	.341	.085	3.993	.000	.173	.509
H10 İİD	-.002	-.003	.068	-.039	.969	-.136	.130
H11 İR	-.202	-.186	.043	-4.301	.000	-.271	-.101

H1 ve H2 hipotezlerine bağlı olarak oluşturulan modellerin anlamlı olduğuna dair analiz sonuçları hem Tablo 17’de hem de Tablo 19’deki gösterilmiş, değerlendirmeleri Tablo 17’nin altında yapılmıştır.

Şekil 5 ve Tablo 19 birlikte değerlendirilecek olursa, aracı değişken (mediator) analizine bağlı olarak oluşturulan modelde; *H9 hipotezinin*, “Dindarlık” faktörünün “Harcama” değişkeni üzerindeki doğrudan etkisi $\beta=.341$ gücünde, $(.173<\beta<.509)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. *H10 hipotezinin*, aracı değişken (mediator) olan “İİD” faktörünün “Harcama” değişkeni üzerindeki etkisi $\beta=-.003$ gücünde, $(-.136<\beta<.130)$ güven aralığında ve $p=.969$ düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir. *H11 hipotezinin*, aracı değişken (mediator) olan “İR” faktörünün “Harcama” değişkeni üzerindeki etkisi $\beta=-.186$ gücünde, $(-.271<\beta<-.101)$ güven aralığında ve $p<.001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu analizler dahilinde Şekil 5. “İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi” modeline göre (H1 ve H2 hipotezleri zaten önceki analizde kabul edilmişti) H9 ve H11 hipotezleri kabul edilmiş, H10 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 21. Harcama Modeli Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etkiler

(Bağımlı Değişken) Harcama <= (Bağımsız Değişken) Dindarlık (Aracı Değişkenler) İslam İktisat Değerleri & İktisadi Rasyonelite								
Etki	standart katsayı	katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI	
H8	<u>Toplam</u>	<u>.284</u>	<u>.439</u>	.068	6.452	.000	.306	.573
	Doğrudan	.220	.341	.085	3.993	.000	.173	.509
	Dolaylı	.064	.098					
H14	<i>Aracılık Etkisi (Mediation)</i>		Dolaylı Etki	katsayı	Boot se	Boot LLCI	Boot ULCI	
			<u>Toplam</u>	<u>.098</u>	.060	-.016	.217	
H12	H1 x H10	-.001	İİD üzerinden	-.002	.057	-.113	.111	
H13	H2 x H11	.065	İR üzerinden	.100	.028	.049	.160	

Aracı değişken (mediator) analizine bağlı olarak oluşturulan modelde; H8 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “Harcama” değişkeni üzerindeki doğrudan etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir. H12 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “İİD” üzerinden “Harcama” değişkeni üzerinde $\beta=-.002$ etki gücünde, %95 güven aralığında $(-.113<\beta<.111)$ anlamlı olmadığı görülmektedir. H13 hipotezinin, “Dindarlık” faktörünün “İR” üzerinden “Harcama” değişkeni üzerinde $\beta=.100$ etki gücünde, %95 güven aralığında $(.049<\beta<.160)$ anlamlı olduğu görülmektedir.

“Dindarlık” faktörünün aracı değişkenler “İİD” ve “İR” üzerinden dolaylı olarak “Harcama” değişkeni üzerinde toplam $\beta=.098$ etki gücünde, %95 güven aralığında

($-.016 < \beta < .217$) anlamlı olmadığı görülmektedir. Tüm bu analizlere göre H8 hipotezinin anlamlı olup, H12 hipotezinin anlamlı ve H13 hipotezinin anlamsız olması sonucunda H14 hipotezi, Şekil 5. “İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi” modelinde **aracılık (mediation) etkinin olmadığı** sadece H13 üzerinden dolaylı etkinin olduğu ispatlanmaktadır.

Tablo 22. *Harcama Modeli: Demografik & Sosyo-Ekonomik Değişkenlerin Moderatör Değişken Etkileri ve Doğrudan Etkileri*

(Bağımlı Değişken) Harcama \leq (Bağımsız Değişken) Dindarlık (Aracı Değişkenler) İslam İktisat Değerleri(İİD) & İktisadi Rasyonalite(İR)							
Değişken	R ² Değişim	F	katsayı	p	Moderatör Etki	Doğrudan Etki	
						katsayı	p
d1Yaş	.000	.011	.001	.918	Yok	.007	.809
d2Cinsiyet	.000	.121	-.142	.728	Yok	.308	.863
d3Medeni	.000	.221	-.072	.638	Yok	.510	.438
d4Çocuk	.000	.012	.005	.913	Yok	.067	.737
d5Eğitim	.001	.499	-.039	.480	Yok	.057	.815
d6Ciro	.000	.094	.011	.760	Yok	-.081	.598
d7çalışan	.005	2.761	.001	.097	Yok	-.003	.079
d8Sektör	.006	1.074	Int_1: -.278 Int_2: -.085 Int_3: -.001	.360	Yok	-.281	.330
d9Rekabet	.002	.843	.028	.359	Yok	-.157	.255
d10Tecrübe	.005	2.884	-.012	.090	Yok	.063	.047
d11Kuşak	.001	.567	-.072	.452	Yok	.282	.504
d12Aileüye	.001	.536	-.040	.464	Yok	.149	.543
d13Şrkaile	.001	.418	.127	.518	Yok	-.622	.482

“Harcama Modelinde” Demografik ve Sosyo-ekonomik değişkenlerin hiçbirinin anlamlı bir moderatör etkisinin olmadığı ve d10Tecrübe haricinde hiçbirinin anlamlı doğrudan etkisinin olmadığı Tablo 22’de verilen analiz sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Tecrübe değişkeni modelde doğrudan $\beta=.063$ etki gücünde $p=.047$ düzeyinde sınırdan anlamlıdır. Moderatör değişken analizlerine göre H16, H18 ve H20 hipotezleri reddedilmiştir.

3.5.3.4. Hipotez Sonuçları Özeti

Tablo 23. Hipotez Sonuçları Özeti

H1	İslam Dindarlığının “İslam İktisat Değerleri” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H2	İslam Dindarlığının “İktisadi Rasyonalite” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H3	İslam Dindarlığının “Kazanma” üzerinde doğrudan (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Ret
H4	İslam İktisat Değerlerinin “Kazanma” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H5	İktisadi Rasyonalitenin “Kazanma” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H6	İslam Dindarlığının “İİD” üzerinden “Kazanma” üzerinde dolaylı (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H7	İslam Dindarlığının “İR” üzerinden “Kazanma” üzerinde dolaylı (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H8	“İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi” modelinde “İİD” ve “İR” aracı değişkenleri üzerinden aracılık (mediation) etki vardır.	Kabul
H9	İslam Dindarlığının “Harcama” üzerinde doğrudan (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H10	İslam İktisat Değerlerinin “Harcama” üzerinde (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Ret
H11	İktisadi Rasyonalitenin “Harcama” üzerinde (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H12	İslam Dindarlığının “İİD” üzerinden “Harcama” üzerinde dolaylı (pozitif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Ret
H13	İslam Dindarlığının “İR” üzerinden “Harcama” üzerinde dolaylı (negatif yönlü) anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H14	“İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi” modelinde “İİD” ve “İR” aracı değişkenleri üzerinden aracılık (mediation) etki vardır.	Ret
H15	Ciro arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi azalır, cironun şartlı (moderatör) değişken etkisi vardır.	Ret
H16	Ciro arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi azalır, cironun şartlı (moderatör) değişken etkisi vardır.	Ret
H17	İş yerinde çalışan sayısı arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi azalır, çalışan sayısının şartlı değişken etkisi vardır.	Ret
H18	İş yerinde çalışan sayısı arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi azalır, çalışan sayısının şartlı değişken etkisi vardır.	Ret
H19	İş sahibinin yaşı arttıkça Dindarlığın “Kazanma” üzerindeki etkisi artar, yaşın şartlı değişken etkisi vardır.	Ret
H20	İş sahibinin yaşı arttıkça Dindarlığın “Harcama” üzerindeki etkisi artar, yaşın şartlı değişken etkisi vardır.	Ret

SONUÇ

Geçmişten günümüze din ile iktisat arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar hem ilgi çekici olmuş hem de çokça tartışılmıştır. Bazı çalışmalar dinin ekonomik gelişmeye ve toplumsal refaha olumlu katkı yaptığını ortaya koyarken, bazı çalışmalar ise bunun aksini öne sürmüştür. Modern dönemde Max Weber’le birlikte başlayan bu alandaki çalışmaların Türkiye’deki ilk örneği, din ile iktisat ilişkisini zihniyet üzerinden araştıran Sabri Ülgener’in çalışmalarıdır. Bu çalışmalardan ilham alarak iktisat ve ahlak ilişkisini inanç-değer-davranış bütünlüğü içinde ele alan bu çalışma ile Müslüman müteşebbislerin iktisadi faaliyetlerinde İslam’a uygun olarak iş yapış yapmadıklarını tespit etmeye ve bunun hangi şartlarda nasıl gerçekleştiğini tanımlamaya çalıştık. İktisat sosyolojisi ve iş ahlakı alanlarıyla benzer görülebilecek multidisipliner bir araştırmanın ürünü olan bu çalışma ile İslam iş ahlakı alanına mütevazı bir katkı sağlamayı ve ileride iş ahlakı konusunda yapmayı öngördüğümüz çalışmalara zemin oluşturmasını amaçladık.

Üzerinde çalışılan olguyu (fenomeni) ve faktörler arası nedensellik ilişkisini köklerine inerek daha iyi anlamak için regresyondaki etkilerin işleyiş mekanizmasını veya bu etkileri artıran, aracılık eden ya da engel olan koşulları ortaya koymak gerekir. “Dindarlık, Kazanma/Harcama üzerinde nasıl etki gösterir?” sorusuna ancak aracı değişken (mediator) olarak kavramsallaştırılan, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini başka bir nedensellik ilişkisi üzerinden açıklayan mekanizmanın analizi ile cevap vermek mümkün olurdu.

Çalışmanın amacına uygun olarak araştırma modellerinde; “İslam Ahlakı/Dindarlığı” bağımsız değişken, “İslam İktisat Değerleri” ve “İktisadi Rasyonelite” faktörleri aracı (mediator) değişkenler, “Kazanma” ve “Harcama” bağımlı değişkenler olarak tasarlanmıştır. Demografik ve sosyoekonomik değişkenler ise moderatör değişkenler olarak kontrol edilmiştir.

İslam dindarlığının kazanmaya/harcamaya olan etkisi aracı değişken analizi yapılarak anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Böylelikle ilk olarak dindarlık fenomeninin tek başına bu nedenselliği açıklayabilip açıklayamadığı test edilmiş, ikinci olarak aracı

faktörlerin neden-sonuç arasındaki ilişkinin açıklanmasında ne tür bir derinlik sağladığı belirlenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda “Dindarlık” faktörünün “Kazanma” değişkeni üzerinde doğrudan anlamlı etkisinin olmadığı, ancak aracı değişkenler olan “İslam İktisat Değerleri” ve “İktisadi Rasyonalite” üzerinden dolaylı olarak “Kazanma” bağımlı değişkeni üzerinde anlamlı etkisi olduğu ve modelde tam aracılık (mediation) etkinin olduğu doğrulanmıştır. Kazanma faktörünü oluşturan maddelerin güvenilirlik katsayısının yüksek yeterliliğe sahip olması da Şekil 4’te gösterilen “İslam Dindarlığının Kazanmaya Etkisi” modelinin yeterince açıklayıcı ve güçlü bir model olduğunu göstermektedir.

Bağımlı değişkenin harcama olduğu araştırma modelinde dindarlığın, harcama (İslam’a uygun) üzerinde doğrudan etkisinin anlamlı ve dolaylı etkilerden çok daha güçlü olduğu, aracı değişkenlerden “İslam İktisat Değerleri” üzerinden anlamlı bir etkinin olmadığı, “İktisadi Rasyonalite” üzerinden ancak dolaylı bir etkinin olduğu ortaya konmuştur. Harcama faktörünü oluşturan maddelerin güvenilirlik katsayılarının sınırda yeterliliğe sahip olması da Şekil 5’te gösterilen “İslam Dindarlığının Harcamaya Etkisi” modelinin yeterince açıklayıcı ve güçlü bir model olmadığını göstermekle birlikte, harcama konusunun günümüz insanları için karmaşıklaşmış, belli başlı tüketim maddeleri haricinde belirgin bir şekilde ayırt edilemeyen, bir mesele haline gelmesi ve kişisel yaklaşıma dayalı olarak değişebilmesinden dolayı onun İslam iktisat değerlerinden bağımsız bir halde doğrudan dindarlık mefhumuna bağlı olarak etkilenmesine sebep olmuş olabilir.

Kazanma ve Harcama modellerinde Demografik ve Sosyo-ekonomik değişkenlerin hiçbirisinin anlamlı bir moderatör etkisinin olmadığı yapılan analizler sonucunda tespit edilmiştir. İşletme büyüklükleri açısından bunun olası sebebi, küçük veya büyük işletme sahiplerinin bu faktörler çerçevesinde kayda değer bir farklılık göstermemesi yahut girişimcilerin işletmenin ekonomik bilgilerine yönelik doğru bilgi vermekten kaçınmasıdır.

Araştırmanın en önemli sonucu; Müslüman bir girişimcinin dindarlığının, kazanma (İslam'a uygun) davranışı üzerinde doğrudan anlamlı etkisinin zayıf olup, ancak bireyin İslam İktisat Değerlerini benimsemesi ve İktisadi Rasyonalite yaklaşımına karşıt olması koşullarıyla, Dindarlık fenomeninin İslam'a uygun olarak kazanma davranışına anlamlı ve güçlü etki göstermesidir.

Bu sonuç bize şunu göstermektedir; bir kişinin kendi başına dindarlığı, ticari faaliyetlerini İslam'ın vazettiği şekilde yapmasına, spesifik olarak faizli işlerden uzak durmasına, anlamlı bir etki göstermemektedir. Her din ve ideolojinin kendine özgü bir ahlak anlayışı vardır. İslam düşüncesinde din ile ahlak özdeş olarak kullanılmaktadır. Her kim İslam ahlak değerlerini benimser ve uygularsa, böylelikle İslam'ın maksadına uygun yaşamaya çalışır. Eğer ahlak değerleri olmazsa din özünden kopmuş kültürel bir forma ya da toplumsal norma dönüşebilir. Ahlak-din ilişkisinin bir alt boyutu olarak değerlendirilecek İslam dindarlığı-İslam iktisat değerleri ile iktisadi faaliyet ilişkisi için de aynı durum geçerlidir. İslam'ın iktisat değerlerini benimsemeyen bir Müslüman ticari girişimlerinde para kazanırken İslam'ın maksadına uygun hareket etmeyip iktisadi rasyonaliteye uygun şekilde şahsi menfaatini önceleyen bir tutum ve davranış sergileyebilmektedir.

Dindarlığın ahlaki değerlerle bütünlük içinde yaşanması neticesinde kamil Mümin olduğu gibi, ancak İslam iktisat değerlerini benimseyerek ve uygulayarak İslam'ın maksadına uygun iktisadi faaliyetler yürütülebilir. Hedonist/faydacı felsefi temelleri olan hakim iktisadi paradigmanın rasyonalitesi ile İslam'ın iktisat değerleri ve ilkeleri çoğunlukla zıtlaşmaktadır. Yapılan bu araştırmada bu kutuplaşma doğrulanmıştır. Haddizatında bir kutup bu dünya merkezli faydacı anlayışı öncelerken, diğer kutup iki dünya saadeti bakış açısıyla İslam'ın belirlediği ahlaki değerleri önemsemektedir. Allah'a ve ahirete inananların, Allah rızası ve hesap kaygısı doğrultusunda iktisadi faaliyetlerini sürdürmesi beklenir, lakin hem ahlaki zafiyetler hem dinin iktisadi hükümlerindeki bilgisizlik, müteşebbisleri "olması gerekenle - olan arasında" büyük boşluğa sürüklemektedir. Bu boşluğun kapatılması için İslam'ın iktisadi hükümlerinin bilhassa işletme sahipleri olmak üzere tüm topluma etraflıca anlatılması ve halihazırdaki yaşama tatbik edilebilirliğinin gösterilmesi lazım gelir.

Din-ahlak-iktisat ilişkisi temelinde inşa edilmiş bu araştırmayla, *nasil* sorusu ile girişimcilerin iktisadi tutum ve davranışlarını tanımlamaya, *neden* sorusu ile de anlamlandırmaya çalıştık. Nedensel (causal) nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırma neticesinde yukarıda bahsedildiği üzere anlamlı ve önemli sonuçlar ortaya konulmuştur. Dahası bu çalışmayla “İslam-ahlak” ve “iş ahlakı-iktisadi faaliyet” konularında ileride yapılacak nicel ve nitel araştırmalara mesnet oluşturulması ve yeni bir perspektif sunulması hedeflenmiştir.



KAYNAKÇA

- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 786-807.
- Acemoglu, D., & Robinson, J. (2013). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. New York: Currency.
- Adanalı, A. H. (2015). İnsan İradesi ve Ahlaki Sorumluluk. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Akseki, A. H. (1968). *Ahlak Dersleri* (C. 290 s.). İstanbul: Üçdal Neşriyat.
- al-Shayzari, A. A.-R. b N. (2000). *The Book of The Islamic Market Inspector : Nihayat Al-rutba fi talab al-hisba (the utmost authority in the pursuit of hisba)*. (R. P. Buckley, Çev.) (C. V, 217 s.). Oxford: Oxford University Press.
- Al-Ajmi, J., Abo Hussain, H., & Al-Saleh, N. (2009). Clients of conventional and Islamic banks in Bahrain: How they choose which bank to patronize. *International Journal of Social Economics*, 36(11), 1086-1112.
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of personality and social psychology*, 5(4), 432-443.
- Alper, Ö. M. (2008). *İbn Sina*. (C. 175 s.). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezi (İSAM).
- Al-Sultan, W. (1999). *Financial characteristics of interest-free banks and conventional banks* (Doctor of Philosophy thesis, Department of Accounting and Finance). University of Wollongong, Wollongong.

- Al-Tamimi, H. A. H., Lafi, A. S., & Uddin, M. H. (2016). Bank Image in the UAE: Comparing Islamic and Conventional Banks. İçinde T. Harrison & E. Ibrahim (Ed.), *Islamic Finance: Principles, Performance and Prospects* (ss. 46-65). Cham: Springer International Publishing.
- Arıcı, M. (2015). Ahlâk Neyi Bilmektir? Bir İlim Olarak Ahlâk. İçinde *İslâm Ahlâk Literatürü: Ekoller ve Problemler*, Ömer Türker, Kübra Bilgin (Ed.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Arıcı, M. (2016). İlimler Tasnifi Literatüründe Ahlâk İlmi. *MUKADDİME*, 7(1), 1-29.
- Aristoteles. (1963). *Aristotle's Politics*. (C. 355 s.). Oxford: Clarendon Press.
- Aristoteles. (1997). *Nikomakhos'a Etik*. (S. Babür, Çev.) (C. VIII, 286 s.). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Aristoteles. (2015). *Eudemos'a Etik*. (S. Babür, Çev.). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Arslan, M. (2003). Popüler dindarlık ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 3(4), 97-116.
- Asp, E. H. (1999). Factors affecting food decisions made by individual consumers. *Food Policy*, 24(2-3), 287-294.
- Asutay, M. (2007). A Political Economy Approach to Islamic Economics: Systemic Understanding for an Alternative Economic System. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 1(2), 3-18.
- Aydın, M. (1989). Ahlâk. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 2, ss. 10-14). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Babanzade, A. N. (2014). *İslam Ahlakının Esasları* (C. 165 s.). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.

- Bahr, S. J., Maughan, S. L., Marcos, A. C., & Li, B. (1998). Family, Religiosity, and the Risk of Adolescent Drug Use. *Journal of Marriage and Family*, 60(4), 979-992.
- Bal, F. (2015). *Arap Yarımadasında Ticaret: Hz. Peygamber ve Dört Halife Dönemi*. İstanbul: Beka Yayıncılık.
- Başdemir, H. Y. (2005). İskoç Aydınlanma Etiği: Hutcheson, Hume ve Smith. *Liberal Düşünce*, (37), 27-44.
- Bayındır, A. (2008). *Ticaret ve Faiz* (C. 367 s.). İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics* (1st edition). Herndon, Va: The International Institute of Islamic Thought.
- Beşer, A. H. (2014). Ahlakta İktisat: Ahlâk-i Alâî'de İktisadi Meseleler. *İş Ahlakı Dergisi/ Turkish Journal of Business Ethics*, 7(1), 5.
- Beyhaki, E. B. A. b el-H. b A. (1990). *Şuabü'l-İman*. (C. 1. (551 s.)). Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Bıçak, A. (1997). Aristoteles' in Pratik Bilim Anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Felsefe Arkivi Dergisi*, (30).
- Bishop, J. D. (1995). Adam Smith's invisible hand argument. *Journal of Business Ethics*, 14(3), 165-180.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367-386.
- Boynukalın, E. (2003). Makasidü'ş-Şeria. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 27, ss. 423-427). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Buğra, A. (2013). *İktisatçılar ve İnsanlar: Bir Yöntem Çalışması*. (C. 407 s.). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Burkett, S. R. (1980). Religiosity, beliefs, normative standards and adolescent drinking. *Journal of Studies on Alcohol*, 41(7), 662-671.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Canan, İ. (1994). *Kütüb-i Sitte: Muhtasarı Tercüme ve Şerhi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Cevizci, A. (2014). *Etik: Ahlak Felsefesi* (C. 512 s.). İstanbul: Say Yayınları.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of applied psychology*, 78(1), 98.
- Coştu, Y. (2009). Dine Normatif ve Popüler Yaklaşım: "Bir Dini Yönelim Ölçeği Denemesi. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(15), 119-139.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th edition). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Cronbach, L. J., & Shavelson, R. J. (2004). My Current Thoughts on Coefficient Alpha and Successor Procedures. *Educational and Psychological Measurement*, 64(3), 391-418.
- Çağrı, M. (1988). Adalet. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 1, ss. 341-343). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrı, M. (1989). Ahlâk. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 2, ss. 1-9). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrı, M. (1997). Hasene. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 16, ss. 376-377). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- Çağrııcı, M. (1998). Hilim. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 18, ss. 33-36). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2000a). İhsan. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 21, ss. 260-261). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2000b). İnfak. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 22, ss. 289-290). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2008). Sabır. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 35, ss. 337-339). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2009). Sıdk. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 37, ss. 98-100). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2010). Şükür. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 39, ss. 259-261). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2011). Tedbîrü'l-menzil. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 40, ss. 544-545). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2014). *İslam Düşüncesinde Ahlak* (C. 298 s.). İstanbul: Dem Yayınları.
- Çağrııcı, M. (2015). Ahlaki Müeyyide. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Çelebi, H. H. M. b A. K. (2007). *Keşfü'z-Zunûn An Esâmi'l-Kütüb ve'l-Fünûn*. (C. 1. c. (404 s.)). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Davudoğlu, A. (1980). *Sahih-i Müslim Tercemesi ve Şerhi*. İstanbul: Sönmez Neşriyat.
- De Noble, A., Galbraith, C. S., Singh, G., & Stiles, C. H. (2007). Market justice, religious orientation, and entrepreneurial attitudes: An empirical study. *Journal of enterprising communities: people and places in the global economy*, 1(2), 121-134.

- Delener, N. (1990). An examination of the religious influences as predictors of consumer innovativeness. *Journal of Midwest Marketing*, 5(167-178).
- Demir, Ö. (2013a). *Akıl ve Çıkar: Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği*. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Demir, Ö. (2013b). *İktisat ve Ahlak* (C. 259 s.). Ankara: Liberte Yayınları.
- Dierksmeier, C., & Pirson, M. (2009). Oikonomia versus chrematistike: Learning from Aristotle about the future orientation of business management. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 417–430.
- Doğan, L. (2015). *Sünnetin Işığında İslam Ahlakının Esasları: 63 Hadis-i Şerif ve Açıklamaları*. (C. 378 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Duri, A. (1991). *İslam İktisat Tarihine Giriş*. (S. Orman, Çev.). İstanbul: Endülüs Yayınları.
- Durkheim, E. (1974). *Sociology and Philosophy* (C. LXX, 97 s.). New York: The Free Press.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142-160.
- El-Menouar, Y. (2014). The five dimensions of Muslim religiosity. Results of an empirical study. *methods, data, analyses*, 8(1), 26.
- Engel, J. F. ; B., R. D. ; Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behaviour* (International 8 Revised Ed edition). Fort Worth: Harcourt Education.
- Eren, E. (2011). L. Walras'ın İktisadi Düşüncesi ve Yansımaları. İçinde *İktisadi Felsefeyle Düşünmek*. Ozan İşler, Feridun Yılmaz (Der.). (C. 228 s.). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Erkal, M. (2013). Zekat. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 44, ss. 197-207). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Erol, C., & El-Bdour, R. (1989). Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6), 31-37.
- Erol, C., Kaynak, E., & Radi, E.-B. (1990). Conventional and Islamic banks: patronage behaviour of Jordanian customers. *International Journal of Bank Marketing*, 8(4), 25-35.
- Eröz, M. (1973). *İktisat Sosyolojisine Başlangıç*. (C. XV, 378 s.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi.
- Essid, Y. (1995). *A Critique of The Origins of Islamic Economic Thought*. (C. 257 s.). Leiden: E.J. Brill.
- Essoo, N., & Dibb, S. (2004). Religious influences on shopping behaviour: An exploratory study. *Journal of Marketing Management*, 20(7-8), 683-712.
- Foster, B. R. (1970). Agoranomos and Muhtasib. *Journal of the Economic and Social History of the Orient*, 13(1), 128-144.
- Francis, L. J. (1978). Attitude and longitude: A study in measurement. *Character Potential: a record of research*.
- Francis, L. J., Lewis, J. M., Philipchalk, R., Brown, L. B., & Lester, D. (1995). The internal consistency reliability and construct validity of the Francis scale of attitude toward Christianity (adult) among undergraduate students in the U.K., U.S.A., Australia and Canada. *Personality and Individual Differences*, 19(6), 949-953.
- Francis, L. J., Ok, Ü., & Robbins, M. (2017). Religion and happiness: A study among university students in Turkey. *Journal of religion and health*, 56(4), 1335-1347.

- Francis, L. J., & Stubbs, M. T. (1987). Measuring attitudes towards christianity: from childhood into adulthood. *Personality and Individual Differences*, 8(5), 741-743.
- Ghazanfar, S. M. (2004). *Medieval Islamic economic thought: Filling the great gap in European economics*. Newyork; London: Routledge.
- Ghorbani, N., Watson, P. J., Ghramaleki, A. F., Morris, R. J., & Hood Jr, R. W. (2002). Muslim-Christian religious orientation scales: Distinctions, correlations, and cross-cultural analysis in Iran and the United States. *The International Journal for the Psychology of Religion*, 12(2), 69-91.
- Glock, C. Y., & Nicosia, F. M. (1964). Uses of Sociology in Studying "Consumption" Behavior. *Journal of Marketing*, 28(3), 51-54.
- Glock, Y. C. (1962). On the Study of Religious Commitment. *Religious Education*, 57, 98.
- Gorsuch, R. L., & McPherson, S. E. (1989). Intrinsic/Extrinsic Measurement: I/E-Revised and Single-Item Scales. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 28(3), 348-354.
- Gorsuch, R. L., & Venable, G. D. (1983). Development of an "Age Universal" I-E Scale. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 22(2), 181-187.
- Görgün, T. (2016). İnsan Olmak ve Ahlak. İçinde *Ahlakın Temeli*. (C. X, 146 s.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2003). People's opium? Religion and economic attitudes. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 225-282.
- Güngör, E. (1995). *Ahlak Psikolojisi ve Sosyal Ahlak*. (C. 221 s.). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Güran, T. (2014). *İktisat Tarihi*. (C. 231 s.). İstanbul: Der Yayınları.

- Hacak, H. (2006). Mülkiyet. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 31, ss. 543-548). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Hadislerle İslam: Hadislerin Hadislerle Yorumu.* (2013). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition* (7th edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Hamidullah, M. (2011). *İslam Peygamberi* (C. 975 s.). İstanbul: Beyan Yayınları.
- Haron, S., Ahmad, N., & Planisek, S. L. (1994). Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers. *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), 32-40.
- Hatipoğlu, H. (1983). *Sünen-i İbn Mace Tercemesi ve Şerhi*. İstanbul: Kahraman Yayınları.
- Hausman, D. (1998). Economics, Philosophy of. İçinde *Routledge Encyclopedia of Philosophy* (C. 3. c. (XXII, 868 s.), ss. 211-222). London: Routledge.
- Hausman, D., & McPherson, M. S. (1998). Economics and Ethics. İçinde *Routledge Encyclopedia of Philosophy* (C. 3. c. (XXII, 868 s.), ss. 205-211). London: Routledge.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis, First Edition: A Regression-Based Approach* (First edition). New York: The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis, Second Edition: A Regression-Based Approach* (Second edition). New York: The Guilford Press.

- Hirschman, E. C. (1981a). American Jewish ethnicity: Its relationship to some selected aspects of consumer behavior. *The Journal of Marketing*, 102-110.
- Hirschman, E. C. (1981b). American Jewish Ethnicity: Its Relationship to Some Selected Aspects of Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 45(3), 102-110.
- Hume, D. (2009). *İnsan Doğası Üzerine Bir İnceleme*. (C. 423 s.). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- İslamoğlu, A. H., & Almiaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (C. XVI, 514 s.). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- İşler, O. (2011). Anaakım İktisadın Temelden Eleştirisine Doğru: Gizli Felsefi Varsayımların Somutlaşması Üzerine Bir Deneme. İçinde *İktisadi Felsefeyle Düşünmek*. Ozan İşler, Feridun Yılmaz (Der.). (C. 228 s.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- İşler, O., & Yılmaz, F. (2011). *İktisadi Felsefeyle Düşünmek*. (C. 228 s.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Izutsu, T. (2011). *Kur'an'da Dini ve Ahlaki Kavramlar* (C. 384 s.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Jana-Masri, A., & Priester, P. E. (2007). The development and validation of a Qur'an-based instrument to assess Islamic religiosity: The religiosity of Islam scale. *Journal of Muslim Mental Health*, 2(2), 177-188.
- Ji, C.-H. C., & Ibrahim, Y. (2007). Islamic doctrinal orthodoxy and religious orientations: Scale development and validation. *The international journal for the psychology of religion*, 17(3), 189-208.
- Kallek, C. (1992). *Hız. Peygamber (s.a.v) Döneminde Devlet ve Piyasa*. (C. XI, 155 s.). İstanbul: Bilim ve Sanat Vakfı Yayınları.

- Kallek, C. (1997). *Asr-ı Saadet'te Yönetim-Piyasa İlişkisi*. (C. 332 s.). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Kallek, C. (1998). Hisbe. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 18, ss. 133-143). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kallek, C. (2007). Pazar. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 34, ss. 194-203). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kallek, C. (2015). *Sosyal Servet: İslam'da yönetim-piyasa ilişkisi*. (C. XIII, 251 s.). İstanbul: Klasik Yayınları.
- Kandemir, M. Y. (1986). *Örneklerle İslam Ahlakı* (C. 453 s.). İstanbul: Nesil Yayınları.
- Kant, I. (1995). *Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi = Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (C. 95 s.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Karaman, Hayreddin. (1988). Adalet. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 1, ss. 343-344). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Karaman, Hüseyin. (2015). İslam Ahlakının Kaynakları. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar-İlkeler-Teknikler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kazgan, G. (2012). *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi* (C. 448 s.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Khraim, H. (2010). Measuring religiosity in consumer research from an Islamic perspective. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 26(1), 52-78.
- Kılıç, R. (2012). *Ahlakın Dini Temeli* (C. 249 s.). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- Kılıç, R. (2015). İslam Ahlakının Tanımı ve Kapsamı. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Kınalızade, A. Ç. (2007). *Ahlâk-ı Alâ'î* (C. XIV, 568 s.). İstanbul: Klasik.
- Kirkpatrick, L. A. (1989). A psychometric analysis of the Allport-Ross and Feagin measures of intrinsic-extrinsic religious orientation. *Research in the social scientific study of religion, 1*, 1-30.
- Kister, M. J. (1965). The Market of the Prophet. *Journal of the Economic and Social History of the Orient, 272-276*.
- Koca, F. (1998). Helal. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 17, ss. 175-178). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kozak, İ. E. (1999). *İbn Haldun'a Göre İnsan Toplum İktisat*. (C. 379 s.). Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Krauss, S. E., Hamzah, A., & Idris, F. (2007). Adaptation of a Muslim Religiosity Scale for Use with Four Different Faith Communities in Malaysia. *Review of Religious Research, 49*, 147.
- Kur'an-ı Kerim Meali*. (2011). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Landes, D. S. (1999). *Wealth And Poverty Of Nations* (New Ed edition). London: Abacus.
- Mahudin, N., Noor, N., Dzulkifli, M., & Janon, N. (2016). Religiosity among muslims: A scale development and validation study. *Makara Hubs-Asia, 20(2)*, 109-121.
- Mannan, M. A. (1970). *Islamic economics: Theory and practice: A comparative study*. Kazi Pubns Inc.

- Mattila, A. S., Apostolopoulos, Y., Sonmez, S., Yu, L., & Sasidharan, V. (2001). The impact of gender and religion on college students' spring break behavior. *Journal of Travel Research, 40*(2), 193-200.
- McCleary, R. M., & Barro, R. J. (2006). Religion and Economy. *Journal of Economic Perspectives, 20*(2), 49-72.
- McDaniel, S. W., & Burnett, J. J. (1990). Consumer religiosity and retail store evaluative criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science, 18*(2), 101-112.
- Metawa, S. A., & Almosawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing, 16*(7), 299-313.
- Metwally, M. (1996). Attitudes of Muslims towards Islamic banks in a dual-banking system. *American Journal of Islamic Finance, 6*(1), 11-17.
- Mevdudi, E. A. (2016). *İslam Ekonomisinin Temel İlkeleri*. İstanbul: Çıra Yayınları.
- Mevdudi, S. A. A. (1984). *Economic System of Islam* (C. 310 s.). Lahore: Islamic Publications Ltd.
- Mutlu, K. (1989). Bir dindarlık ölçeği: Sosyolojide yöntem üzerine bir araştırma [A Religiosity Scale: A Study on Method in Sociology]. *İslami Araştırmalar Dergisi, 3*, 194.
- Naqvi, S. N. H. (1981). *Ethics and Economics: an Islamic Synthesis* (C. 176 s.). Leicester: The Islamic Foundation.
- Naqvi, S. N. H. (1994). *Islam, Economics, and Society* (C. 176 s.). London & New York: Kegan Paul International.

- Naser, K., Jamal, A., & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International journal of bank marketing*, 17(3), 135-151.
- Neuman, W. L. (2007). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (C. 1. c. (XI, 355 s.)). Ankara: Yayınodası.
- Nietzsche, F. (2016). *İyinin ve Kötünün Ötesinde* (C. 250 s.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Noland, M. (2005). Religion and Economic Performance. *World Development*, 33(8), 1215-1232.
- Ocak, H. (2012). Kınalızade Ali Efendi'de Mutluluk Ahlâkı Kavramının Felsefi Temelleri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 115-136.
- Ok, Ü. (2009). Dini şemalar ölçeğinden inanç veya dünya görüşü şemaları ölçeğine [From the Scale of Religious Schemas to the Scale of Faith or Worldview Schemas]. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 149.
- Ok, Ü. (2011). Dini tutum ölçeği: Ölçek geliştirme ve geçerlik çalışması [Religious Attitude Scale: Scale Development and Validation]. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8, 528.
- Ok, Ü. (2016). The Ok-Religious Attitude Scale (Islam): introducing an instrument originated in Turkish for international use. *Journal of Beliefs & Values*, 37(1), 55-67.
- Oktay, A. S. (2002). Kınalızâde Ali Efendi'nin hayatı ve Ahlâk-ı Alâî isimli eseri. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, (12), 185-233.
- Oktay, A. S. (2005). *Kınalızade Ali Efendi ve Ahlak-ı Alai = Ahlâk-ı Alâî*. (C. 544 s.). İstanbul : İz Yayıncılık.

- Okumus, H. (2005). Interest-free banking in Turkey: a study of customer satisfaction and bank selection criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51–86.
- Okumus, H. S., & Genc, E. G. (2013). Interest free banking in Turkey: a study of customer satisfaction and bank selection. *European Scientific Journal, ESJ*, 9(16).
- Orman, S. (2015a). İslam Entelektüel Geleneğinde İktisadi Boyutun Teşekkülü: Şeybânî, Serahsî ve Kitâbu'l-Kesb (I). *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 1(1), 1-36.
- Orman, S. (2015b). İslam Entelektüel Geleneğinde İktisadi Boyutun Teşekkülü: Şeybânî, Serahsî ve Kitâbu'l-Kesb (II). *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 1(2), 23-68.
- Orman, S. (2011). *İktisat Tarih ve Toplum*. (C. XVI, 380 s.). İstanbul: Küre Yayınları.
- Orman, S. (2014). *İslami İktisat, Değerler ve Modernleşme Üzerine*. (C. 287 s.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Orman, S. (2016). İslam Entelektüel Geleneğinde İktisadi Boyutun Teşekkülü: Şeybânî, Serahsî ve Kitâbu'l-Kesb (III). *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2(1), 19-54.
- Özer, G., Özbek, V., Elçi, M., & Aydın, K. (2013). Concurrent Validity of Different Religiosity Scales Used in Researches of Marketing Ethics and A Proposal For A New Religiosity Scale. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 13(4).
- Özturan, H. (2015). *Ahlak Felsefesinin Temel Problemleri* (C. XIII, 217 s.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Pazarlı, O. (1980). *İslamda Ahlak* (C. 339 s.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Pettinger, C., Holdsworth, M., & Gerber, M. (2004). Psycho-social influences on food choice in Southern France and Central England. *Appetite*, 42(3), 307-316.

- Platon. (2016). *Sokrates'in Savunması: Euthyphron, Apologia, Kriton, Phaidon*. (A. Çokona, Çev.) (8. bs). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Polanyi, K. (1957a). Aristotle discovers the economy. *Trade and market in the early empires*, 64-94.
- Polanyi, K. (1957b). *The Great Transformation*. (C. XII, 315 s.). Boston: Beacon Press.
- Polanyi, K. (1986). *Büyük Dönüşüm : Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri*. (C. 300 s.). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Poyraz, H. (2005). Ahlaklı Olmanın Gerekeşi Nedir? *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 18-19.
- Poyraz, H. (2016). *Dil ve Ahlak* (C. 284 s.). İstanbul: Dergah Yayınları.
- Privitera, G. J. (2012). *Statistics for the Behavioral Sciences*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Pseudo-Aristoteles. (2016). *Oikonomika - Antik Dönemde Ekonomi Kavramı Üzerine 1*. (B. Takmer, Çev.) (C. 674 s.). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Putnam, R., Leonardi, R., & Nanetti, R. (1994). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (1 edition). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Raphael, D. D. (1985). *Adam Smith*. Oxford Oxfordshire ; New York: Oxford University Press.
- Rehman, S. S., & Askari, H. (2010b). An Economic Islamicity Index (EI2). *Global Economy Journal*, 10(3).
- Rehman, S. S., & Askari, H. (2010a). How Islamic are Islamic Countries? *Global Economy Journal*, 10(2).
- Rostow, W. W. (1999). *İktisadi gelişmenin merhaleleri*. (C. 223 s.). İstanbul: Ötüken Neşriyat.

- Routledge Encyclopedia of Philosophy : nihilism - quantum mechanics, interpretation of.* (1998) (C. 7. c. (XXII, 895 s.)). London: Routledge.
- Sahin, A., & Francis, J. L. (2002). Assessing Attitude toward Islam among Muslim Adolescents: The Psychometric Properties of the Sahin-Francis Scale. *Muslim Education Quarterly*, 19, 35.
- Samuelsson, K. (1993). *Religion and Economic Action: The Protestant Ethic, the Rise of Capitalism and the Abuses of Scholarship.* (E. G. French, Ed.). Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division.
- Savaş, V. (2007). *İktisat Tarihi* (C. XVI, 1048 s.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Savaşan, F., Saraç, M., & Gürdal, T. (2013). Exploring the demand side issues in participation banking in Turkey: Questionnaire survey on current issues and proposed solutions. *Afro Eurasian Studies*, 2(1-2), 111-125.
- Schumpeter, J. A. (1994). *History of Economic Analysis.* (C. LV, 1260 s.). London: Oxford University Press.
- Semhudi, E.-H. N. A. b A. b A. (1908). *Vefai'l-vefa bi ahbari dari'l-Mustafa.* (C. 1. c. (556 s.)). Kahire: Matbaatü'l-Âdâb ve'l-Müeyyed.
- Sen, A. (1987). *On Ethics and Economics.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Seyhan, B. Y. (2015). Dini Şuur Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *EKEV Akademi Dergisi*, 61(61), 399-414.
- Shaari, J. A. N., & Mohd Arifin, N. (2009). Dimension of halal purchase intention: A preliminary study.
- Smith, A. (2016). *Milletlerin Zenginliği.* (H. Derin, Çev.) (C. XXVI, 1094 s.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sofuoğlu, M. (1987). *Sahih-i Buhari ve Tercemesi.* İstanbul: Ötüken Neşriyat.

- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143-161.
- Spiegel, H. W. (1971). *The Growth of Economic Thought*. (C. XIV, 816 s.). Durham: Duke University.
- Srivastava, S. K. (1992). *History of Economic Thought* (C. XVI, 660 s.). Ramnagar : S.Chand Co.
- Steenkamp, J.-B. E. (1993). Food consumption behavior. *ACR European Advances*.
- Stigler, G. (1981). Economics or Ethics? *The Tanner lectures on human values*, 2, 143-191.
- Stulz, R. M., & Williamson, R. (2003). Culture, openness, and finance. *Journal of Financial Economics*, 70(3), 313-349.
- Subaşı, N. (2002). Türk(iye) dindarlığı: Yeni tipolojiler [Turkish/Turkey Religiosity: New Typologies]. *İslamiyat*, 5, 17.
- Sunar, L. (2017). İskoç Ahlak Teorisi ve Öteki: Aydınlanma ve Avrupamerkezci Modernitenin Oluşumu. İçinde *Ahlak ve Başkası: Modern Felsefe ve İslam Düşüncesinde Öteki*, Lütfi Sunar & Selami Varlık (Ed.). (C. 232 s.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Suyuti, E.-F. C. A. b E. B. (1994). *Câmiü'l-ehâdis*. (C. 1. (739 s.)). Beyrut: Daru'l-Fikr.
- Swanson, L. A. (1996). 1.19850+ billion mouths to feed: food linguistics and cross-cultural, cross-“national” food consumption habits in China. *British Food Journal*, 98(6), 33-44.
- Şeybani, İ. M., & Serahsi, Ş.-E. (1993). *İslam İktisadında Helal Kazanç = Kitabü'l-Kesb el-İktisâb fi Rızkı'l-Müstetâb*. (M. Baktır, Çev.) (C. 143 s.). İstanbul: Seha Neşriyat.

- Taqi Usmani, M. (2002). *An introduction to Islamic finance* (C. 140 s.). The Hague: Kluwer Law International.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Teymiyye, İ. (1989). *Bir İslam Kurumu Olarak Hisbe*. (V. Akyüz, Çev.) (C. 179 s.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Tirmizi, E. İ. M. b İ. b S. es-Sülemi. (1981). *Sünen-i Tirmizi tercemesi*. (O. Z. Mollamehmetoğlu, Çev.) (C. 3. c. (511 s.)). İstanbul: Yunus Emre Yayınevi.
- The Encyclopedia of Philosophy*. (1972) (C. 1 c'de 5-6. c. (553, 521 s.)). New York: Macmillan.
- Toksarı, A. (1992). Birr. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 6, ss. 204-205). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Toksoy, A. C. (2013). İslam Ahlak Felsefesinde Et-Tedbiru'l-Menzil/Ev İdaresi Kavramı. *Journal of Intercultural and Religious Studies*, 6, 85–118.
- Topçu, N. (1999). *Ahlak Nizamı* (C. 304 s.). İstanbul: Dergah Yayınları.
- Topçu, N. (2011). *Felsefe* (C. 132 s.). İstanbul: Dergah Yayınları.
- Turk, M. H. (2006). The fault line of axiomatization: Walras' linkage of physics with economics. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 13(2), 195-212.
- Tûsî, E. C. N. (2005). *Ahlak-ı Nasiri*. (C. 335 s.). Ankara: Fecr Yayınları.
- Türkdoğan, O. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi* (C. XIV, 418 s.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Uludağ, S. (2010). Takvâ. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 39, ss. 484-486). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- Uysal, V. (1995). İslami dindarlık ölçeği üzerine bir pilot çalışma [A Pilot Study on Islamic Religiosity]. *İslami Araştırmalar*, 8, 263.
- Ülgener, S. F. (1940). İktisadi Hayatta Zihniyetin Rolü ve Tezahürleri. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 2(3-4), 351-380.
- Ülgener, S. F. (1981). *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası* (C. 208 s.). İstanbul: Der Yayınları.
- Ülgener, S. F. (2006). *Makaleler* (C. XIV, 682 s.). İstanbul: Derin Yayınları.
- Ülgener, S. F. (2015). *Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı* (C. 186 s.). İstanbul: Derin Yayınları.
- Ülken, H. Z. (1972). *Genel Felsefe Dersleri*. (C. 143, 5 s.). Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi.
- Ülken, H. Z. (2016). *Ahlak* (C. 314 s.). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Vitell, S. J., Paolillo, J. G., & Singh, J. J. (2005). Religiosity and consumer ethics. *Journal of business ethics*, 57(2), 175-181.
- Weber, M. (1925). *Grundriss der Sozialökonomik : III. abteilung Wirtschaft und Gesellschaft*. (C. 2. c. (VIII, 387-892 s.)). Tübingen: Verlag von J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: an outline of interpretive sociology*. (C. 1. c. (CX, 640 s.)). Berkeley: University of California.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (M. Köktürk, Çev.) (C. 358 s.). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Wilde, A., & Joseph, S. (1997). Religiosity and personality in a Moslem context. *Personality and Individual Differences*, 23(5), 899-900.

- Yaparel, R. (1987). Dinin tarifi mümkün mü? [Is It Possible to Define Religiosity?]. *D. E. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4, 403.
- Yaran, C. S. (2015a). İslam Ahlakında Erdem. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Yaran, C. S. (2015b). İslam'a Göre Ahlaki Davranış ve Kıstasları. İçinde M. Ş. Aydın & A. H. Adanalı (Ed.), *İslam Ahlakı: Temel Konular Güncel Yorumlar*. (C. 266 s.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Yeniçeri, C. (1980). *İslam İktisadının Esasları* (C. 491 s.). İstanbul: Şamil Yayınevi.
- Yeniçeri, N., & Kayapınar, H. (1987). *Sünen-i Ebû Dâvûd Terceme ve Şerhi*. İstanbul: Şamil Yayınevi.
- Yıldız, M. (2006). Ölüm kaygısı ve dindarlık. *İzmir: İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları*.
- Yılmaz, F. (2009). *Rasyonalite: İktisat Özelinde Bir Tartışma*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Yılmaz, F. (2011). Düşünceden Kaçış Çabasının Öyküsü: İktisadın Felsefeden Kopuşu. İçinde *İktisadi Felsefeyle Düşünmek. Ozan İşler, Feridun Yılmaz (Der.)*. (C. 228 s.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Zebidi, E.-A. Ş. A. b A. b A. (1981). *Sahih-i Buhari Muhtasarı Tecrid-i Sarih Tercemesi ve Şerhi*. (K. Miras, Çev.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

EKLER

Ek-1. Veri Seti Ek Analiz Sonuçları

Araştırma Bulguları bölümünde geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucu yapı geçerliliğini ve iç tutarlılık sağlayamayan soru maddeleri analizden çıkartılmıştı. Bu maddeler her ne kadar Keşfedici Faktör Analizi (EFA) ve Cronbach's Alfa testinde yeterli sonuçları almasalar da, ilgili soru maddelerinin frekans analizi sonuçları ilgi çekici olabileceği düşüncesiyle ek bölümde paylaşılmaktadır.

5. Soru: İşçi ücretlerini piyasa şartlarını esas alarak belirlerim.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	19	4,0	4,0
(2) Katılmıyorum	55	11,5	15,5
(3) Kararsızım	49	10,3	25,7
(4) Katılıyorum	257	53,8	79,5
(5) Tamamen Katılıyorum	98	20,5	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 3,75</i>

8. Soru: Çalışanlarıma işletmenin kârından pay veririm.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	95	19,9	19,9
(2) Katılmıyorum	124	25,9	45,8
(3) Kararsızım	94	19,7	65,5
(4) Katılıyorum	123	25,7	91,2
(5) Tamamen Katılıyorum	42	8,8	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 2,78</i>

9. Soru: Ticari bir mal veya hizmet satışından maksimum kâr elde etmeye çalışırım.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	121	25,3	25,3
(2) Katılmıyorum	209	43,7	69,0
(3) Kararsızım	58	12,1	81,2
(4) Katılıyorum	76	15,9	97,1
(5) Tamamen Katılıyorum	14	2,9	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 2,27</i>

10. Soru: Zekâtını verdikten sonra kazandığım parayı dilediğim gibi kullanırım.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	51	10,7	10,7
(2) Katılmıyorum	139	29,1	39,7
(3) Kararsızım	58	12,1	51,9
(4) Katılıyorum	143	29,9	81,8
(5) Tamamen Katılıyorum	87	18,2	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 3,16</i>

11. Soru: İhtiyaç fazlası kazançlarımı biriktirmek yerine infak ederim.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	35	7,3	7,3
(2) Katılmıyorum	117	24,5	31,8
(3) Kararsızım	169	35,4	67,2
(4) Katılıyorum	132	27,6	94,8
(5) Tamamen Katılıyorum	25	5,2	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 2,99</i>

12. Soru: Ne kadar gelirim varsa o ölçüde lüks hayat yaşarım.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	70	14,6	14,6
(2) Katılmıyorum	156	32,6	47,3
(3) Kararsızım	66	13,8	61,1
(4) Katılıyorum	138	28,9	90,0
(5) Tamamen Katılıyorum	48	10,0	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 2,87</i>

13. Soru: Borcunu ödeyemeyen birinin borcunu, durumum müsaitse silerim.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	30	6,3	6,3
(2) Katılmıyorum	76	15,9	22,2
(3) Kararsızım	99	20,7	42,9
(4) Katılıyorum	196	41,0	83,9
(5) Tamamen Katılıyorum	77	16,1	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 3,45</i>

17. Soru: Yardım faaliyetlerine özellikle vakit ayırıp, fiili olarak katılıyorum.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	20	4,2	4,2
(2) Katılmıyorum	97	20,3	24,5
(3) Kararsızım	98	20,5	45,0
(4) Katılıyorum	204	42,7	87,7
(5) Tamamen Katılıyorum	59	12,3	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 3,39</i>

25. Soru: İnsanın çalışması fiili duadan ibarettir, rızkı veren Allah'tır.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	13	2,7	2,7
(2) Katılmıyorum	19	4,0	6,7
(3) Kararsızım	31	6,5	13,2
(4) Katılıyorum	131	27,4	40,6
(5) Tamamen Katılıyorum	284	59,4	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 4,37</i>

26. Soru: Geçimimi sağladıktan sonra, ahiret işleriyle meşgul olmak gerekir.

	Frekans	(%)	Kümülatif (%)
(1) Hiç Katılmıyorum	32	6,7	6,7
(2) Katılmıyorum	64	13,4	20,1
(3) Kararsızım	57	11,9	32,0
(4) Katılıyorum	181	37,9	69,9
(5) Tamamen Katılıyorum	144	30,1	100,0
<i>Toplam</i>	<i>478</i>	<i>100,0</i>	<i>Ort. Değer: 3,71</i>

Ek-2. Anket Örneği

Değerli Katılımcı,

Araştırma konusu "AHLAK ve İKTİSAT İLİŞKİSİ: KAZANMA ve HARCAMA KONULARINDA İŞ DÜNYASI ÜZERİNE BİR İNCELEME (İSTANBUL ÖRNEĞİ)" olan bu anket, İstanbul Medeniyet Üniversitesi İktisat Anabilim dalında sürdürülen Doktora Tez araştırmasına veri sağlamak üzere hazırlanmıştır.

Ankette yer alan her bir sorunun cevaplanması anketin doğru analiz edilebilmesi için büyük önem taşımaktadır. Anket formuna **isim yazmaya gerek yoktur**. Anket verileri sadece bilimsel araştırmada kullanılacak olup başka hiçbir amaç için kullanılmayacaktır.

Anket, cevapları 5 seçenekli olarak ölçeklendirilmiş 34 sorudan ve demografik bilgilerden oluşmaktadır. Cevaplamak yaklaşık **7 dakikanızı** alacaktır.

Değerli vaktinizi ayırdığınız ve katkılarınız için teşekkür ederim.
Saygılarımla, Hakan Kalkavan.

	Aşağıda sizinle ilgili bazı ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyunuz. Bu ifadelere ne derece katıldığınıza ilişkin görüşünüzü "5 - Tamamen Katılıyorum"dan "1 - Hiç Katılmıyorum"a doğru uzanan ölçek üzerinde belirtiniz.					
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	
	1	2	3	4	5	
1	Finansman ihtiyacımı karşılarken mevcut kredi oranlarından en makul olanını seçerim.	1	2	3	4	5
2	Bankalardan kredi kullanmak yerine ortaklık yöntemiyle iş yaparım.	1	2	3	4	5
3	Ticari faaliyetlerimi sürdürürebilmek için geleneksel (faizli çalışan) banka kredisi kullanırım.	1	2	3	4	5
4	İşlerimde faiz kullanmaktansa ticari faaliyetlerimi küçültürüm.	1	2	3	4	5
5	İşçi ücretlerini piyasa şartlarını esas alarak belirlerim.	1	2	3	4	5
6	Daha maliyetli olmasına rağmen Katılım bankalarıyla çalışırım.	1	2	3	4	5
7	Banka kredisi kullanmam.	1	2	3	4	5
8	Çalışanlarımı işletmenin kârından pay veririm.	1	2	3	4	5
9	Ticari bir mal veya hizmet satışından maksimum kâr elde etmeye çalışırım.	1	2	3	4	5
10	Zekâtını verdikten sonra kazandığım parayı dilediğim gibi kullanırım.	1	2	3	4	5
11	İhtiyaç fazlası kazançlarımı biriktirmek yerine infak ederim.	1	2	3	4	5
12	Ne kadar gelirim varsa o ölçüde lüks hayat yaşarım.	1	2	3	4	5
13	Borcunu ödemeyen birinin borcunu, durumum müsaitse silerim.	1	2	3	4	5
14	İhtiyacım olmadığı halde alışveriş yaparım.	1	2	3	4	5
15	Önemli bir iş yemeği için, misafirimi alkollü bir restorana götürürüm.	1	2	3	4	5
16	Dünya için gereğinden fazla harcama yapıyorum.	1	2	3	4	5
17	Yardım faaliyetlerine özellikle vakit ayırıp, fiili olarak katılırım.	1	2	3	4	5
18	Para kazanma yöntemi dinin bildirdiği ahlaki ilkelere uygun olmalıdır.	1	2	3	4	5
19	İş dünyasının kendine özgü şartları vardır, bu yüzden dini kurallar ile çelişmesi normaldir.	1	2	3	4	5
20	İnsanın kendi ihtiyacının fazlası olan malında, başkasının da hakkı vardır.	1	2	3	4	5
21	İktisadi faaliyet, sadece kişisel faydayı artırmak için yapılır.	1	2	3	4	5
22	İslam'ın kendine özgü ekonomik ilkeleri vardır.	1	2	3	4	5
23	Geçimini sağladıktan sonra, mal ve servet hayır işlerine sarf etmek için kazanılmalıdır.	1	2	3	4	5
24	Mal ve servet, insanların kendi çalışması ve başarılarının sonucudur.	1	2	3	4	5
25	İnsanın çalışması fiili duadan ibarettir, rızkı veren Allah'tır.	1	2	3	4	5
26	Geçimini sağladıktan sonra, ahiret işleriyle meşgul olmak gerekir.	1	2	3	4	5

Aşağıda sizinle ilgili bazı ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyunuz. Bu ifadelere ne derece katıldığınıza ilişkin görüşünüzü "5 - Tamamen Katılıyorum"dan "1 - Hiç Katılmıyorum"a doğru uzanan ölçek üzerinde belirtiniz.		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
		1	2	3	4	5
27	İnanđığım dinin gereklerini yerine getirmeye çalışırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28	Ezan, dua veya ayet gibi dini okumaları dinlediğimde duygulanırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29	Dinin gereksiz olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30	Allah'ın bana çok yakın olduğunu hissediyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31	Yaşantımın dini değerlere uygun olup olmadığına dikkat ederim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32	Dini etkinliklere katıldığımda gerçekten zevk alırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33	Dini inancın insanlara yararından çok zararı olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34	Zor zamanlarda Allah'ın bana yardım ettiğini düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Demografik ve Sosyo-Ekonomik Bilgiler

1	Yaş:	
2	Cinsiyet:	<input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın
3	Medeni Durum:	<input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli
4	Çocuk Sayısı:	
5	Eğitim Bilgisi: (En son mezun olunan okul)	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Lisansüstü
6	İşletmenin Yıllık Cirosu (2017 Yılı - ₺ TL): (Aşağıdaki değer aralıklarından ciro olarak en uygun olanını işaretleyiniz)	
	<input type="checkbox"/> 50.000 - 149.999 ₺	<input type="checkbox"/> 150.000 - 499.999 ₺
	<input type="checkbox"/> 1.000.000 - 2.999.999 ₺	<input type="checkbox"/> 3.000.000 - 7.999.999 ₺
	<input type="checkbox"/> 20.000.000 - 39.999.999 ₺	<input type="checkbox"/> 40.000.000 - 99.999.999 ₺
	<input type="checkbox"/> 500.000 - 999.999 ₺	<input type="checkbox"/> 8.000.000 - 19.999.999 ₺
	<input type="checkbox"/> 100.000.000 ₺ ve üzeri	
7	İşletmenin Çalışan Sayısı: (Net bir rakam veremiyorsanız, ortalama çalışan sayısını yazınız)	
8	Faaliyet Gösterdiğiniz Sektör:	
9	Sektördeki Rekabet Seviyesini azdan çoğa, 1 - 10 arası bir sayı ile belirtiniz:	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9 <input type="radio"/> 10
10	İşveren Olarak Toplam Tecrübeniz (Yıl):	
11	İşletme Sahibi olarak Şirketinizde/Firmanızda Kaçınıcı Kuşaksınız?	
12	Şirket Yönetiminde, Kaç Aile Üyesi Söz Sahibi Yönetici Pozisyonundadır? (Sizin Dışınızda)	
13	Şirket Sermayesinin Çoğunluğu (%50'den fazlası) Siz Dahil Aile Üyelerine mi Aittir?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır

Ek-3. Özgeçmiş

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Hakan KALKAVAN
Uyruğu: T.C.
E-Posta: hakankalkavan61@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Yılı
Doktora	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı	2018
Yüksek Lisans	İstanbul Şehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme	2013
Lisans	HS Osnabrück (Almanya), Ekonomi ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası İşletme ve Yönetim	2011

İŞ TECRÜBESİ

Tarih	Kurum	Görev
2015-2018	İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü	Öğr. Görevlisi
2011-2013	İstanbul Şehir Üniversitesi, İşletme Bölümü	Arş. Görevlisi

YABANCI DİLLER

İleri düzeyde İngilizce ve Almanca; başlangıç düzeyinde Arapça ve İspanyolca.

YAYINLAR

Kalkavan, H. (2017). Medine Pazarı Perspektifinde Muhtesib ve Agoranomos Karşılaştırması. İçinde: Turgay Anar (EDS) *Makaleler – I*, 89-99, *İstanbul Bilimler Akademisi Vakfı*.

Kalkavan, H. (2016). İktisat ve Ahlâk - Ömer Demir. *İsam*. (36) : 197-201.

Coban, A., Yigit, F., Kalkavan, H., Kizil, C., & Seker, S. E. (2016). Macroeconomic facts for Telecom Industry in MINT Countries. *Procedia Economics and Finance*, 39, 156-164.

ARAŞTIRMA ALANLARI

İslam İktisadı, İş Ahlakı, İktisat Sosyolojisi, Ahlak Felsefesi, Yönetim Bilimleri, İktisat Tarihi, İktisadi Düşünceler Tarihi,