

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADİ ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADİ BİLİM DALI

**SATIN ALMA HİYERARŞİSİNİN İSLAM İKTİSADINDAKİ YANSIMASI:
HARCAMADA İSRAFI AZALTMANIN BİR YÖNTEMİ**

EMİNE MÜBERRA NAS

17812201002

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:

PROF. DR. ABDULKADİR BULUŞ

KONYA-2022



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Emine Müberra Nas		
	Numarası	17812201002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İslam İktisadı/İslam İktisadı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	x	
		Doktora		
	Tezin Adı	Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması: Harcamada İsrafi Azaltmanın Bir Yöntemi		

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

Öğrencinin Adı Soyadı
İmzası

Emine Müberra Nas

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM VE İSRAF KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İhtiyaç ve Tüketim.....	5
1.1.1. İhtiyaç Kavramı.....	5
1.1.2. Tüketim Kavramı	8
1.1.3. Tüketim Türleri	12
1.1.3.1 Rasyonel(Faydacı) Tüketim	12
1.1.3.2 Hedonik(Hazcı) Tüketim	13
1.1.3.3 Sembolik Tüketim.....	14
1.1.3.4 Gösterişçi Tüketim	15
1.1.4. Din ve Tüketim İlişkisi.....	16
1.2. İsraf.....	20
1.2.1. İsraf Kavramı	20
1.2.2. İsrafın Muhtemel Sebepleri	22
1.2.2.1 Dünyevileşme ve İnanç Boşluğu	22
1.2.2.2 Pazarlama ve Reklam Etkileri.....	24
1.2.2.3 Moda Kavramı ve Sosyal Medyanın Etkileri	26
1.2.3. İsraf Çeşitleri.....	27
1.2.3.1 Gıda ve Su İsrafı	27
1.2.3.2 Para İsrafı	29
1.2.3.3 Zaman İsrafı.....	31
1.2.4. İsraf ile Mücadele Girişimleri.....	33
1.2.4.1 Geri Dönüşüm.....	34

1.2.4.2 Gıda İsrafiyla Mücadele Girişimleri	35
1.2.4.3 Tasarruf Tedbirleri	36

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM İKTİSADINDA TÜKETİM VE İSRAF

2.1. İslam İktisadı: Genel Bakış.....	38
2.1.1. İslam İktisadı'nın Kaynakları.....	39
2.1.2. İslam İktisadı'nın Temel İlkeleri.....	41
2.1.3. İslam İktisadı'nın Amaç ve Araçları	43
2.1.4. İslam İktisadı'nın Tarihsel Gelişimi.....	47
2.2. İslam İktisadında İhtiyaç ve Tüketim	49
2.2.1. İslam İktisadında Mal Kavramı.....	50
2.2.2. İslam İktisadında İhtiyaç	54
2.2.3. İslam İktisadında Tüketim.....	60
2.3. İslam İktisadında İsrâf	67
2.2.1. Kur'an-ı Kerim'de İsrâf	71
2.2.2. Sünnette İsrâf	76

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İSLAM'DA İSRAFIN ÇARELERİ VE SATIN ALMA HİYERARŞİSİNİN İSLAM İKTİSADINDAKİ YANSIMASI

3.1. İslam'da İsrâf'ın Çareleri.....	79
3.1.1. İsrâf'a Karşı İktisat.....	79
3.1.2. İsrâfa Karşı İnfak.....	82
3.1.3. İsrâfa Karşı İsar ve Sosyal Dayanışma.....	85
3.2. Satın Alma Hiyerarşisi Kavramsal Çerçeve	89
3.2.1. Sahip Olduklarını Kullan	92
3.2.2. Ödünç Al	93
3.2.3. Takas Yap.....	93
3.2.4. İkinci El Ürünlere Yönel	94
3.2.5. Kendin Yap	95

3.2.6. Satın Al.....	95
3.3. Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması.....	96
3.3.1. Kanaat Et.....	97
3.3.2. Ödünç Al	99
3.3.3. Değiş-Tokuş Yap	101
3.3.4. Kendi Emegınle Yap	103
3.3.5. Satın Al.....	104
SONUÇ	106
KAYNAKÇA.....	108





T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



ÖZET

ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Emine Müberra Nas		
	Numarası	17812201002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İslam İktisadı Anabilim Dalı / İslam İktisadı Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Abdulkadir Buluş		
	Tezin Adı	Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması: Harcamada İsrafı Azaltmanın Bir Yöntemi		

Tüketim insanoğlunun varoluşundan beri hayatını devam ettirebilmek için gerçekleştirdiği eylemlerden biridir. İlk başlarda yeme-içme, giyinme ve barınma gibi temel ihtiyaçları karşılamak için tüketen birey, zaman içerisinde gelişen imkânlarla ihtiyaçları bunlarla sınırlı kalmamış, psikolojik ve sosyo-kültürel amaçlarla da tüketim yapmaya başlamıştır. Bu gelişmeler toplumda aşırı tüketim atmosferi oluşturarak bireyleri sınırsız ve sorumsuz tüketimye yönlendirmiştir. Son dönemlerde tüketim bağımlılığını azaltarak tüketimi sınırlandırmak ve bireylere sakın tüketim alışkanlıkları kazandırmak için çeşitli savlar ve yöntemler oluşturulmuştur. “The Buyerarchy of Needs” grafiği de Sarah Lazarovic tarafından bireylerin satın alma davranışı sergilemeden önce başka alternatiflere yönelebileceğini hatırlatmak amacıyla oluşturulmuştur. Türkçe literatürde Satın Alma Hiyerarşisi olarak kendine yer bulan grafik, bireylerin ihtiyaç duydukları şeyi satın almadan önce sırasıyla sahip olduklarını kullanma, ödünç alma, takas yapma, ikinci el ürünlere yönelme ve kendin yapma seçeneklerini sunmaktadır. İslam dini inananlara dengeli davranmalarını tavsiye etmiş, hayatlarının her anında itidali elden bırakmamalarını öğütlemiş ve bu doğrultuda israfı yasaklamıştır. Nitekim İslam iktisadının temel ilke ve prensiplerinden sayılan toplumda sosyal adalet, yardımlaşma ve dayanışmanın sağlanması israfın bertaraf edilmesi ile gerçekleşecektir. Bu çalışmada tüketim ve israfın kavramsal çerçevesi oluşturulmuş, İslam iktisadında tüketim, ihtiyaç ve israf olguları incelenmiş ve İslam iktisadının bu prensibi doğrultusunda harcamada israfı azaltmanın alternatif bir yöntemi olarak kabul edilebilen Satın Alma Hiyerarşisi incelenmiş ve İslam iktisadındaki yansıması aktarılmıştır. Bu çalışmanın ortaya çıkmasındaki motivasyon bireylerin sınırsız ve sorumsuz tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesine yardım etme ümididir. Bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazanılmasına imkân sağlayarak toplumsal ve kültürel değerleri bozan ve ekolojik ve ekonomik dengeleri etkileyen israfın azaltılmasına katkıda bulunmak hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İslam İktisadı, İsraf, Tüketim, Satın Alma Hiyerarşisi



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



ABSTRACT

ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Emine Müberra Nas		
	Student Number	17812201002		
	Department	Islamic Economics		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Prof. Dr. Abdulkadir Buluş		
	Title of the Thesis/Dissertation	Reflection of The Buyerarchy of Needs in Islamic Economic Framework: A Method to Reduce Excessive Behavior(Israf) in Spending		

Consumption is one of the actions that human beings have taken to maintain their lives since their existence. In the beginning, the individual consuming to meet basic needs such as eating and drinking, dressing and shelter, has started to consume for psychological and socio-cultural purposes. These developments created an atmosphere of excessive consumption in the society and led individuals to unlimited and irresponsible consumption. In recent years, various arguments and methods have been created to limit consumption by reducing consumption addiction and to provide individuals with calm consumption habits. The graphic “The Buyerarchy of Needs” was created by Sarah Lazarovic to remind people that they can turn to other alternatives before exhibiting purchasing behavior. The graphic presents the options of using what they have, borrowing, swapping, thrifting and making it yourself, respectively, before buying what they need. The religion of Islam forbids excessive consumption(israf) in the direction of the principle of responsibility and the principle of balance. As a matter of fact, the provision of social justice, cooperation and solidarity in the society(the concept of falah in Islamic Economics), which is considered one of the basic principles of Islamic economics, will be realized by eliminating waste. In this study, the conceptual framework of consumption and waste was created, consumption, need and israf phenomena in Islamic economics were examined and The Buyerarchy of Needs, which can be considered as an alternative method of reducing waste in spending in line with this principle of Islamic economics, was examined and its reflection in Islamic economics was conveyed. The motivation for the emergence of this study is the hope of helping individuals change their unlimited and irresponsible consumption habits. It is aimed to contribute to the reduction of waste, which disrupts social and cultural values and affects ecological and economic balances, by enabling the acquisition of conscious consumption habits.

Keywords: Islamic Economics, Waste, Excessive Consumption(Israf), The Buyerarchy of Needs

ÖNSÖZ

“Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne israf ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.”

Furkan Suresi 25/67

Günümüz postmodern toplumunda bireyler sadece fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere değil arzu ve istekleri neticesinde oluşan suni ihtiyaçlarını da gidermek için tüketmektedirler. Tüketicinin bilgi eksikliği, tüketim toplumunun kişiye empoze ettiği aşırı tüketme isteği, sembolik ve gösterişçi tüketim tarzları gibi faktörler kişileri daha çok tüketmeye yöneltmekte, dolayısıyla israfa yaklaştırmaktadır. İsrâf neden olduğu sonuçlar bakımından sadece bireysel değerlendirilebilecek bir olgu değildir. Toplumsal ve kültürel değerleri sarstığı gibi ekolojik ve ekonomik dengeleri de bozmaktadır. İslam iktisadındaki israfın bertaraf edilmesi prensibi bireylerin bencillik, hırs, açgözlülük, tamah gibi hasletlerden uzaklaşmasını kolaylaştırırken, toplumda da sosyal adalet, yardımlaşma ve dayanışmanın oluşmasını ve sürdürülmesini kolaylaştırmaktadır. Bu çalışmada Satın Alma Hiyerarşisi harcamada israfı azaltmanın bir yöntemi olarak kabul edilmiş ve İslam iktisadındaki yansıması incelenmiştir. Çalışmanın amacı toplumda dayatılan sınırsız ve sorumsuz tüketim alışkanlıklarının ve bağımlılığının azaltılmasına katkı sağlamaktır.

Tez çalışmam boyunca görüş, öneri ve destekleriyle tezin tamamlanmasına katkı sağlayan danışman hocam Prof. Dr. Abdulkadir Buluş’a, yüksek lisans eğitimim boyunca yönlendirmeleri ve teşvikleri ile bana yol gösteren kıymetli hocam Doç. Dr. Suna Akten Çürük’e, eğitim hayatım boyunca benimle birlikte her türlü meşakatlere katlanan değerli anneme, üzerimdeki emeklerini ödeyemeyeceğim kıymetli aileme şükranlarımı sunuyorum. Tez yazım aşamasında maddi ve manevi desteklerini esirgemeyip her daim yanımda olan, elinden gelen her türlü imkanı sunan değerli eşime gösterdiği fedakarlık, anlayış ve sabrından dolayı teşekkür ederim. Ve son olarak tez hazırlama aşamasında ondan ayrı kalmak durumunda kaldığım zamanlarda beni idare ettiği için biricik oğlum, kıymetlim Furkan Yiğit’e teşekkürü bir borç bilirim.

O iyi kullardan olabilmek duasıyla

Emine Müberra Nas

KISALTMALAR LİSTESİ

b.	: bin
vb.	: Ve benzeri
sav.	: Sallallahu aleyhi ve selem
bkz.	: Bakınız
(cc)	: Celle celalühu
H.	: Hazreti
(ra)	: Radıyallâhu anh
s.	: Sayfa
TDV	: Türkiye Diyanet Vakfı
vs.	: Vesaire

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	6
Şekil 2. Gıda Kullanım Hiyerarşisi	28
Şekil 3. Tatmin ve Tüketim Düzeyi Arasındaki İlişki.....	69
Şekil 4. The Buyerarchy of Needs by Sarah Lazarovic	90
Şekil 5. Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması.....	97



SATIN ALMA HİYERARŞİSİNİN İSLAM İKTİSADINDAKİ YANSIMASI: HARCAMADA İSRAFI AZALTMANIN BİR YÖNTEMİ

GİRİŞ

İktisat bilimi sınırlı kaynaklar ile sınırsız ihtiyaçlar arasında oluşturulan denge olarak kabul görmektedir. Bir başka tanıma göre ise iktisat, insanın yaşamını sürdürebilmek için ihtiyaçlarını üretme, üretilenleri tüketme ve bu faaliyetlerden doğan ilişkilerin bütünüdür. İnsanlık tarihi boyunca iktisadi ihtiyaçların karşılanması amacıyla çeşitli iktisadi sistem ve kurumlar meydana getirmişlerdir. Toplumlar bu sistem ve kurumları kendi dünya görüşlerine göre şekillendirmiş ve geliştirmişlerdir. Dayandığı dünya görüşüne göre toplumlar iktisadi faaliyetleri düzenler ve ortaya çıkan sorunlara çözüm üretir. Son yıllarda İslam iktisadına ilginin artışının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Batı toplumunun ihtiyaçlarından kaynaklanan ve zaman içerisinde gelişen kapitalist ve sosyalist iktisat uygulamalarının son yıllardaki başarısızlığı, insanlığın karşılaştığı iktisadi sorunlara çözüm aranırken alternatif olarak İslam inançlarının belirlediği İslam iktisadını da gündeme getirmektedir. Ayrıca İslam iktisadının ekonomik sorunlara ana akım iktisadın aksine daha gerçekçi bir cevap geliştirme potansiyeline sahip olması İslam iktisadına olan ilginin artmasını kolaylaştırmıştır. Küresel iktisadi mekanizmanın gelişmiş ülkelerin egemenliğini devam ettirecek şekilde tasarlanması, az gelişmiş ülkelerin sömürülmesini kurumsallaştırmıştır. Bu durum dünya üzerindeki toplumlar arasında eşitsizliğe sebep olmaktadır. Az gelişmiş ülkelerin bu durumun bilincine varmasıyla sürdürülebilir kalkınma ve daha adil bir ekonomik düzen arayışı İslam iktisadına olan yönelimin artmasına sebep olacaktır.

Çağdaş iktisadi sistemlerin 20. yüzyılın başından itibaren insanoğlunun karşılaştığı ekonomik sorunları çözmede başarısız olduğu aşîkârdır. Karşılaşılan ekonomik sorunların çözümsüz kalmasıyla kapitalist ve sosyalist düzenler dışında alternatif bir ekonomik düzen arayışı İslam iktisadının göz önüne çıkmasını kolaylaştırmıştır. İslam iktisadı insanın ekonomik sorunlarına kapsamlı bir şekilde yaklaşarak çözüm üretir. Bazı zümrelerin belirli kaynaklar üzerindeki tekeli reddederek bütün insanlığı kapsayan adil ve sorumlu bir ekonomik düzen vadeder. Konvansiyonel iktisadi sistemlerde insanın doğası bencil kabul edilerek kişinin kendi faydasını artırmaya çalışırken toplumun faydasını da artıracığı varsayılmaktadır. Bu sebeple toplumların ve kişilerin bencil davranışları meşru görülmekte ve hatta teşvik edilmektedir. Ancak İslam'a göre bireyin bencilliğini kontrol etmesi, kendi

çıkarlarını korumasının yanında toplumun diğer kesimlerine de yardım ederek kamu yararına katkıda bulunması beklenmektedir. Böylece İslam iktisadi düzeninde sosyal yardımlaşma ve dayanışma sistemin vazgeçilmez bir parçası olmaktadır. Serbest piyasa ekonomisi teşvik edildiği halde sınırlı devlet müdahalesiyle ekonomik gücün bir kesimin elinde yoğunlaşmasının engellenmesi sağlanmaktadır. Diğer sistemlerdeki materyalist ilerlemeci anlayışın aksine İslam iktisadı ahlaki ve manevi gelişimi ön plana çıkarmaktadır. Maddi mülkiyet geçici dünya hayatının bir süsü olarak kabul edilmekte, bunların tasarrufunda kesin ahlaki sınırlar çizilmektedir. Kaynakların israf edilmesine ve aşırı tüketime izin verilmemesi, kişinin mülkiyetini tasarruf etmesinde topluma ve Allah'a karşı sorumlu olduğunun kanıtıdır.

Teknolojik gelişmeler sayesinde kitlesel üretim kolaylaşmış, ihtiyaç fazlası ürün üretilerek piyasaya sunulmuştur. Üretici firmaların oluşan bu ürün bolluğunu eritmek için yürüttükleri reklam stratejileri bireylere tüketimi cazip hale getirmiştir. Tüm bu sürecin sonunda oluşan tüketim toplumunda tüketim artık sadece ihtiyacı karşılamak üzere değil sosyal kimlik oluşturmak için de gerçekleştirilmektedir. Tüketim hayatı idame ettirmek için bir araç iken oluşturulan aşırı tüketim atmosferinde bir amaç haline gelmiştir. Hayatı anlamlandırmak, sosyal kimliğini oluşturmak, toplum tarafından kabul görme isteği, vb. bireyin tüketimdeki temel motivasyonu haline gelmiştir. Tüketicinin ihtiyaç ile istek arasındaki ayrımı yapamayarak ihtiyaç fazlası tüketimde bulunması ve zamanla empoze edilen aşırı tüketim isteğine karşı koymaması bireyin tüketimde israfa düşmesine sebep olmuştur. Pazarlanan daha çok tüketimin daha çok mutluluk getireceği fikri sebebiyle birey tüketimde ölçüyü kaybetmiş böylece israf etmeye başlamıştır. Günümüzde gıda, su, enerji gibi pek çok tüketim alanında bireylerin israf davranışı sergilediği görülmektedir. Tüketicinin bilgi eksikliği, tüketim toplumunun kişiye empoze ettiği aşırı tüketme isteği, sembolik ve gösterişçi tüketim tarzları gibi faktörler kişileri daha çok tüketmeye yöneltmekte dolayısıyla israfa yaklaştırmaktadır.

Kâinatın önemli bir parçası olan insanın dünya üzerindeki yaşamında da dengeyi koruması gerekmektedir. İslam'ın önemli öğretilerinden birisi de kişinin mutedil olması yani orta yolu tutmasıdır. Yine kişinin yaşamının her alanında aşırıya kaçılmaması ve doğru yolda ilerlemeleri tavsiye edilmiştir. İslam kişiyi iki yönlü aşırılıktan men etmiş ikisi arasında dengede olunması gerektiği aktarılmıştır. İsrafa varan bir harcama yasaklanırken harcamadan tamamen kesmek yani cimrilik de hoş görülmemiştir. Kişiyi ve toplumu sınırsız tüketime sevk eden bir iktisadi gelişim adaletsiz gelir dağılımına ve kaynakların israfına sebebiyet

vermektedir. İslam iktisadına göre iktisadi gelişim, nüfus artışına paralel artan ihtiyaçların karşılanmasına yönelik üretimin artırılması yönünde ilerlemektir. İslam'da özel mülkiyet ve servet birikimi toplumun refah seviyesi düşünülerek sınırlanmış böylece gelir düzeyleri arasındaki farkın artmasına imkân verilmemiştir. Zekât ve infak gibi uygulamalarla toplumun farklı gelir seviyesindeki kişilerin birbirleri ile iletişimi sağlanmakta ve adalet, cömertlik, merhamet ve kanaat gibi ahlaki öğretiler yaygınlaşmaktadır.

İsraf neden olduğu sonuçlar bakımından sadece bireysel değerlendirilebilecek bir olgu değildir. Toplumsal ve kültürel değerleri sarstığı gibi ekolojik ve ekonomik dengeleri bozmaktadır. Bu açıdan israf yasağı bireylerin bencillik, hırs, açgözlülük, tamah gibi hasletlerden uzaklaşmasını kolaylaştırırken, toplumda da sosyal adalet, yardımlaşma ve dayanışmanın oluşmasını ve sürdürülmesini kolaylaştırmaktadır. İslam dini inananların israf yapmamalarını tavsiye ederken bireylerin israfa düşmekten nasıl geri kalacakları konusunda da yol göstermiştir. İsrafa çare olarak sunulan iktisat, infak ve isar ruhu fertlere ve toplumlara sirayet ederse israfın yıkıcı etkilerinden uzak sosyal adalet, dayanışma ve yardımlaşmanın hâkim olduğu bir toplumsal hayat gerçekleşecektir.

Çağdaş tüketim kültürü sınırsız ve sorumsuz tüketimi teşvik ederken diğer taraftan bu anlayışa muhalif davranış ve savlar da ortaya çıkmaktadır. Tüketim bağımlılığına karşı koymak için gönüllü sadelik akımı ve bilinçli modernleşme görüşü tüketim miktarını azaltarak bireyi özgürleştirmeyi ve ekonomik, ekolojik, toplumsal, kültürel dengeleri korumayı hedeflemektedir. Bu adımlardan biri de Kanadalı illüstratör Sarah Lazarovic'in oluşturduğu 'The Buyerarchy of Needs' piramididir. Bu piramit bireylerin satın almadan önce başka alternatifleri değerlendirerek bir taraftan tasarruf etmesini ve bireysel bütçesini korumasını kolaylaştırırken diğer taraftan da sınırsız ve sorumsuz tüketimi düşürerek bireylere sakın tüketim alışkanlıkları kazandırmayı hedeflemektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde olduğu gibi piramit şeklinde tasarlanan bu grafikte satın alma, kendinde olanı kullanma, ödünç alma, takas yapma, ikinci el ürünlere yönelme ve kendin yapma seçenekleri tükenince yapılacak bir eylem olarak tasarlanmıştır. Bir ürüne ihtiyaç duyulduğu zaman piramitin tabanından başlanarak seçenekler değerlendirilecek, olmadığı takdirde kişi o ihtiyacını satın alarak giderecektir. Satın Alma Hiyerarşisi katı bir kurallar dizisi değil ihtiyaçların nasıl sürdürülebilir bir şekilde karşılanacağı ve aşırı tüketimin nasıl önleneceğine dair rehberlik sunun bir öneriler bütünüdür.

Bu çalışmada bahsedilen yönleriyle İslam iktisadının israfın bertaraf edilmesi prensibine yardım edeceği düşünülerek Satın Alma Hiyerarşisinin İslam iktisadındaki yansıması incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde tüketim ve israf kavramları ve ilişkili olduğu olgular incelenecektir. İlk bölümde kavramsal çerçeve çizildikten sonra ikinci bölümde İslam iktisadının israfa, tüketime, ihtiyaca nasıl yaklaştığı aktarılacaktır. Son bölümde ise İslam’da israfın çarelerinden bahsedilecek, Satın Alma Hiyerarşisinin kavramsal çerçevesi aktarıldıktan sonra Satın Alma Hiyerarşisinin İslam iktisadındaki yansıması anlatılacaktır. Çalışmanın amacı gerek bireysel, toplumsal ve kültürel değerleri yıpratana gerekse ekonomik ve ekolojik dengeleri bozan sınırsız ve sorumsuz tüketimin azaltılmasına katkı sağlamaktır. İsrafın bertaraf edilmesine katkı sağlayacağını düşündüğümüz Satın Alma Hiyerarşisinin İslam iktisadındaki yansımasını aktararak fert ve topluma bu yolda yardımımızın dokunabilmesi temel gayemizdir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM VE İSRAF: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İhtiyaç ve Tüketim

Barınma, yeme-içme, giyinme gibi temel ihtiyaçlar insanlığın varlığından beri değişmemiş olsa da değişen imkânlar ile bu ihtiyaçları giderme biçimleri farklılaşmış, değişen zamana uyum sağlamıştır. Gelişen teknolojik imkânlar ile ihtiyaçların tatmini için sunulan ürün ve hizmetlere ulaşım kolaylaşmıştır. İhtiyaçlar tüketim olgusunun altında yatan temel motivasyondur. Çalışmanın bu bölümünde tüketimin temel amacı olan ihtiyaç kavramına değinilecek ardından tüketim kavramı kapsamlı olarak aktarılacaktır. İnsanların hayatlarını idame ettirebilmek için gerçekleştirdikleri temel faaliyet olan tüketimin her yönüyle anlaşılması için tüketim türlerinden bahsedilecektir. Son olarak bireylerin tüketim alışkanlıkları üzerinde etkisi yadsınamaz olduğu için dinin tüketimle olan ilişkisi irdelenecektir.

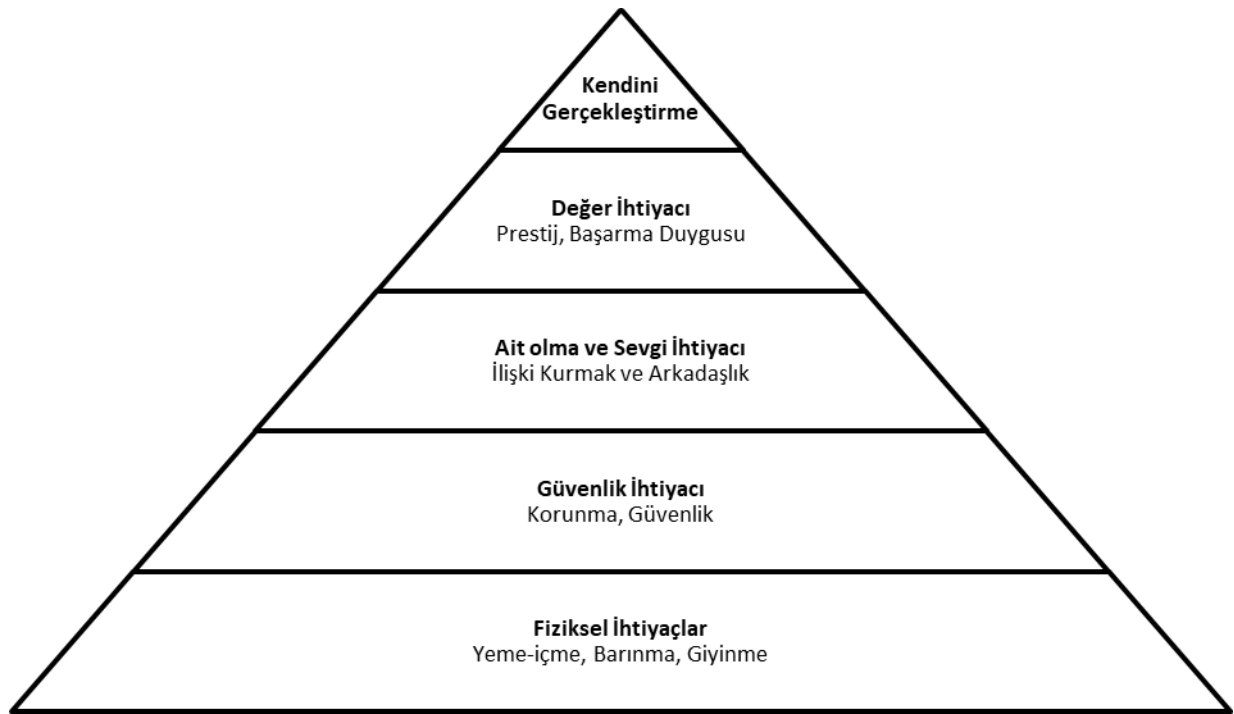
1.1.1. İhtiyaç Kavramı

Gereksinim, ihtiyaç birey veya toplum olarak hissedilen yokluk olarak adlandırılmaktadır. Bireyler hayatlarını idame ettirirken çeşitli ihtiyaçlarının giderilmesi gerekmektedir. Ancak bu ihtiyaçların sınırının belirlenmesi tartışmalı bir konudur. Örneğin yemek, uyku ve barınma gibi ihtiyaçların hayatta kalmak için karşılanması gereken temel ihtiyaçlardan olduğu aşıkardır. Fakat bu ihtiyaçların hangi seviyede karşılanması gerektiği, zamanla nasıl değişime uğradığını belirlemek güçtür (Köroğlu, 2014, s. 93-94). İhtiyaçlar zorunlu, kültürel ve lüks olarak üç bölüme ayrılmıştır. Beslenme, giyinme ve barınma zorunlu ihtiyaç iken bu ihtiyaçlarını karşılayan bireyler eğitim, spor ve sosyal etkinlik gibi kültürel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelirler. Sonrasında otomobil ve teknolojik aletler gibi lüks ihtiyaçlarını gidermeye çalışırlar (Tabakoğlu, 2013, s. 288-289). Hangi ihtiyacın zorunlu, kültürel ve lüks olduğu zamana ve mekâna göre değişmektedir. Kişinin yaşadığı ortamın ekonomik refah seviyesine veya içinde bulunduğu durumun gereklerine göre lüks kabul edilen ihtiyaçlar zorunlu görülebilir.

Bireylerin ihtiyaç ve isteklerini hangi şekilde, ne zaman ve nasıl karşılayacağına dair karar alma süreçleri çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Psikolojik, sosyal, ekonomik ve

kişisel faktörlerle tüketicinin satın alma karar süreci şekillenmektedir. Kişisel faktörler yaş, meslek, gelir durumu, cinsiyet ve öğrenim düzeyi gibi etkenlerdir. Bireyin sergilediği tutumlar, kişilik ve davranış şekilleri gibi etkenler tüketici satın alma sürecini etkileyen psikolojik faktörlerdendir. Sosyal faktörler aile, sosyal statüler, fiziki çevre iken ekonomik faktörler bireylerin gelir düzeyi ve mali durumlarından oluşmaktadır (Aktaran Ak & Görmüş , 2020, s. 1487).

İhtiyaç kavramı denilince akla ilk gelen Maslow'un 'ihtiyaçlar hiyerarşisi' kuramıdır. İnsan ihtiyaçlarını hiyerarşik bir yaklaşımla sınıflandıran Maslow bunları beş temel kategoride toplamıştır. Bu kategorilerden ilki beslenme ve uyuma gibi fizyolojik ihtiyaçlardan oluşmaktadır. Bu kategoriyi güvenlik ihtiyacı izlemektedir. Sonrasında sevmek, sevilme ve bir gruba ait olma ihtiyacı gelmektedir. Dördüncü kategoride Tanınma, sosyal statü sahibi olma gibi ihtiyaçları ihtiva eden saygı duyulma ihtiyacı bulunmaktadır. Hiyerarşinin son basamağında kendini gerçekleştirme ihtiyacı bulunmaktadır. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı diğer tüm ihtiyaçlar karşılandıktan sonra ortaya çıkmaktadır. Maslow'a göre ihtiyaçlar temel ihtiyaçlardan üst düzeylere doğru ilerlemektedir ve alt basamaklardaki ihtiyaçlar karşılanmadan bir üst basamağa geçmek mümkün değildir (Maslow, 1943, s. 370-396).



Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Kaynak Maslow, 1943

İhtiyaçları gidermek için yürütülen iktisadi faaliyetler kültür ve inanç sistemleri tarafından yönlendirilirler. Kapitalist iktisadi anlayış, bireyin istek ve hırslarının sonsuzluğuna dayanan bir üretim mekanizması oluşturmuştur. Gelişen teknolojik imkânlarla gerçekleşen kitlesel üretim sonucu ortaya çıkan ürünlerin tüketilmesi gerekmektedir. İletişim ve haberleşme araçlarının yaygınlaşmasıyla artan reklam ve pazarlama olanakları bireye yeni ihtiyaç kalemleri oluşturmakta ve böylece kitlesel üretimi sınırsız tüketim izlemektedir. Sosyal statü kazanma, takdir edilme, göz önünde olma gibi isteklerin yönlendirmesiyle birey ihtiyaç adı altında sınırsız tüketim yapmaktadır (Sırım, 2018, s. 912). İhtiyaçlar zaman içerisinde karşılandıkça tatmin etme şiddeti düşmektedir. İhtiyaç duyulan şeyin tüketilmesiyle elde edilen fayda tüketimin devamında azalarak bitecektir. Azalan marjinal fayda kanununda da anlatıldığı gibi talep edilen miktar arttıkça elde edilen tatmin ve fayda azalmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 290). Ancak kapitalist ekonomik sistem tüketimin sürekliliği üzerine kurulduğu için ihtiyacın sınırlanması sistemi olumsuz etkileyecektir. Dolayısıyla yeni ihtiyaç kalemleri oluşturarak talebi sürekli artırmak mevcut sistemin devamı için gereklidir.

Herbert Marcuse ihtiyaçları gerçek ve sahte olarak iki sınıfa ayırmıştır. Yeme-içme, giyinme ve barınmayı gerçek ihtiyaç olarak kabul ederken, dinlenme, eğlenme ve reklamların yönlendirmesiyle tüketmeyi sahte ihtiyaçlardan saymaktadır (Aktaran Hatipler, 2017, s. 38). Tüketim sadece ihtiyaçların tatmini ile değil giderek artan isteklere göre de şekillenmektedir. Burada ihtiyaç ve istek kavramının her ne kadar sıklıkla birbiri yerine kullanılsa da farklı olduğunu belirtmek gerekmektedir. İhtiyaç bir yokluk durumu olarak ifade edilmekte olup bu yokluk giderildiği zaman tatmin oluşmaktadır. Ancak istekler objektif bir olgu olup bireyin amaçlarına göre çeşitlenmektedir (Odabaşı & Barış, 2010, s. 20-21). Bu durumda ihtiyacın sınırlı, isteklerin sınırsız olduğu anlaşılmaktadır.

14. yüzyılda yaşamış ünlü İslam âlimi sosyolog İbn Haldun¹'un 'umran ilmi'nin temelinde de ihtiyaç olgusuna rastlanılmaktadır. Umran ilmi insan toplumunu, ona ait halleri, bu hallerden ortaya çıkan tarihi konu edinmektedir (Görgün, 2022). İbn Haldun toplumsal hayatı göçebelik ve yerleşik hayat olmak üzere ikiye ayırmıştır. İnsanoğlunun büründüğü toplumsal roller ile birlikte yaşamaya teşvik eden yaşamını sürdürmek için birçok şeye gereksinim duymasıdır. İnsanların bulundukları farklı coğrafi ve fiziki şartlara göre ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarını karşılama yöntemleri de farklılaşmaktadır. Göçebeler sadece 'zaruri' ihtiyaçlarını karşılayabilirken, yerleşik düzende yaşayanlar zaruri ihtiyaçlarının yanı

¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/ibn-haldun>

sıra ‘haci’ ve ‘kemali’ ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. ‘Zaruri’ hayatta kalmak için gereken yeme-içme, giyinme ve barınma ihtiyacından ibaretken, ‘haci’ zaruret olmadığı halde bulunması bireyi rahat hissettirecek, ileride ihtiyaç duyulabilecek şeylerdir. ‘Kemali’ ise mevcuttaki ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilecek seviyedeki bireyin estetik ve başka kaygılarla geliştirdiği ihtiyaçlardır. Göçebelerin ‘zaruri’ ihtiyacını karşıladıktan sonra ‘haci’ ihtiyaçlarını düşünerek çevresini kontrol altına almaya başlaması yerleşik düzene geçmesi demektir. Bireyin yerleşik yaşam tarzından şehirler ve devletler oluşturan uygarlık seviyesine geçmesi tamamlayıcı nitelikteki ‘kemali’ ihtiyaçlarının tatmini ile ilişkilidir (Pekcan, 2003, s. 530-531). Buradan hareketle toplumların değişim süreçleri ihtiyaçlarını dolayısıyla tüketimlerini de etkilemektedir.

1.1.2. Tüketim Kavramı

İnsanın ihtiyaçları, istek ve arzuları bireyi tüketime yönlendirmektedir. İnsanlığın varlığıyla birlikte tüketim de var olmuş, piyasanın ve farklı ekonomik sistemlerin oluşmasına olanak sağlamıştır. Bu sebeple iktisadi dünyanın oluşum ve gelişiminde bu derece önemli rol oynayan tüketim olgusunu açıklamak gerekmektedir. Tüketim, üretilen bir ürün veya hizmeti belirli bir ihtiyacın giderilmesi amacıyla edinme, sahip olma, kullanma veya yok etme olarak tanımlanmaktadır. Bu eylemi gerçekleştiren kişi ise tüketicidir (Odabaşı, 1999, s. 4).

İhtiyacın giderilmesi için gereken mal ve hizmetlerin elde edilmesi için yapılan her türlü faaliyete üretim denilmektedir. Temel anlayışta ihtiyacı karşılamak üzere üretim yapılırken, ilerleyen dönemde bu olgu değişime uğramıştır. İnsanların gitgide çoğalan mallar bütününe satın alarak sınırsız doyuma ulaşmaya çalıştıkları koşullarda üretimin tek amacı tüketim olmuştur. Bu bağlamda tüketim artık ihtiyaçların karşılanmasından ziyade statü belirlemeye yarayan bir araç, üretim sonucu elde edilen ürün ve hizmetler ise bu anlamların taşındığı kanallar haline gelmiştir (Köroğlu, 2012, s. 33). Bireyler önceden ihtiyaçlar doğrultusunda tüketirken değişen zaman ve şartlarla birlikte tüketim davranışları bireyin psikolojik ve sosyal gereksinimlerini de içermeye başlamıştır. Bireyin istek ve arzuları, korkuları, inançları tüketim davranışlarını şekillendirmektedir (Bakır & Çelik, 2013, s. 47-48). Tüketim bireylerin kendilerini başkalarına nasıl tanıtmak istediğiyle şekillenmiş, artık sosyal kimlik ve statünün önemli bir göstergesi haline gelmiştir.

Tüketimin amacının sadece fizyolojik ihtiyaçlarının tatmininden ibaret olmadığını savunun Veblen, Aylak Sınıfı Teorisi(The Theory of Leisure Class) adlı eseriyle tüketim

olgusuna getirdiği eleştirilerle bu alana önemli katkılarda bulunmuştur. Tüketimin ihtiyacı karşılamaktan farklı olarak bireyin sosyal statüsünü gösteren bir özelliğe sahip olduğunu vurgulayan Veblen, statü kazanmak için tüketim aracılığıyla mal varlığını ortaya sermek isteyen aylak bir sınıfın varlığından bahsetmektedir. Gösterişçi tüketim olarak adlandırılan bu durum, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaktan öte kendilerini ait olmadıkları daha üst gruba dâhil etmek ve dikkat çekmek için tüketmektir (Aktaran Güleç, 2015, s. 71). Tüketicilerin satın alarak kendilerini tanımladıkları ürünler oluşturdukları prestij ve imajla bireyleri daha çok tüketmeye sevk etmektedir. Oluşturulan sembollerle toplumsal değerler satın alınabilen metaların bir parçası olarak yansıtılmaktadır. Tüketim biçimi ve derecesine göre nesneler, bazı grupların ilgi alanlarını temsil ederek diğer gruplardan ayrılmasına sebep olmaktadır. Bireyin benzerleri arasında özellikleri ile öne çıkan nesneleri tüketmesi ayrıcalıklı niteliğe sahip seçkin kesimden olmasının yolunu açmaktadır. Böylece tüketim kendi tüketim ideolojisini oluşturmuştur (Mengü, 2005, s. 155-156). Tüketim artık itibar görme, saygı duyulma, üstün bir gruba ait olma gibi motivasyonlarla gerçekleştirilmektedir. Tüketilen ürünler artık bireylerin kimliklerinin bir parçası haline gelmiştir.

Illich Tüketim Köleliği adlı eserinde tüketim olgusunu kaçınılması imkânsız bir kölelik biçimi olarak tanımlayarak tüketimi ekonomik bir faaliyet ve insani bir ihtiyaç olmaktan çıkarmaktadır. Dahası tüketim toplumunda hayatın metalar etrafında düzenlendiğini, toplumsal ilerlemenin bu metalara ulaşabilmekle değerlendirildiğini aktarmaktadır. Bireyi ‘tiryaki tüketici’ olarak tanımlayan Illich, tüketim toplumunun dayatmaları yüzünden tüketicinin çevresindeki geleneksel imkânlardan yararlanamadığını iddia etmektedir (Illich, 1978, s. 6-10). Baudrillard ise tüketimin ürünler yerine sembollerin ve değerlerin tüketimi olduğunu aktarmaktadır. Her istek, ihtiyaç, arzu, amaç ve ilişki satın alınan ve tüketilen bir meta ve sembol haline gelmiştir. Tüketim toplumunda nesnelerin yanı sıra fikirlerin de tüketildiğini aktaran Baudrillard tüketimi etkin ve sosyal bir davranış ve sosyal değerler sistemi olarak tanımlamaktadır (Aktaran Hatipler, 2017, s. 38-39).

Tüketim olgusunun ahlaki değerlendirilmeye tabi olup olmayacağı uzun süredir tartışılan bir durumdur. Değer yargılarının ve ideolojilerin birbirleriyle rekabet halinde olduğu bir ortamda tüketimi ahlaki değerlendirmeden bağımsız düşünmek olası değildir. Geleneksel toplumlarda sınırsız tüketim ahlaki bir sorun olarak algılanırken tüketim toplumunda bireylerin sınırsız ihtiyaçlarının olması kabul edilebilir bir durumdur (Dal, 2017, s. 5).

Kapitalizm ile bireyin sonsuz ihtiyaçlarının olabileceğinin kabul görüldüğü tüketim kültüründe tüketimin ahlaki durumu göz ardı edilmiştir.

Fromm'a göre tüketim kültüründe birey kendini "sahip olduğum ve tükettiğim şeyim" sloganıyla tanımlamaktadır. Bu yönelim ve hırs tüketim çılgınlığı ve israfla kendini göstermektedir. Daha çok tüketmek var olmanın ve görünür olmanın en etkin yolu olarak kabul edilirken giderek artan hırs ve tüketme güdüsüyle birey kendine ve değerlerine yabancılaşmaktadır. Ayrıca Fromm günümüz insanının tüketme güdüsünün altında 'bir şeye sahip olarak özgür olma' anlayışının yattığını aktarmaktadır. Birey ne kadar çok şey satın alıyor ve ne kadar çok şeye sahip oluyorsa o kadar özgür olduğunu düşünmektedir (Fromm, 1978'den aktaran Ayten, 2018, s. 16-17). Görünür ve özgür olmak için sahip olma ve tüketme yönelimi sınırsız tüketime yol açmaktadır.

Tüketim kültürü üç farklı yaklaşımla ele alınmaktadır. Birinci yaklaşımın temelinde ekonomi yatmaktadır. Kitlel üretim artmasıyla birlikte genişleyen ürün yelpazesi ve alışveriş alanlarının tüketim kültürünün oluşumuna etkisinden bahsetmektedir. Tüketimle yeni ürünlerin üretilmesi ihtiyacı ortaya çıkmış ve böylece piyasa genişlemiştir. İkinci yaklaşım tüketim kültürüne sosyolojik olarak yaklaşmakta olup toplumsal statünün ve farklılıkların sergilenmesi ve korunması tüketim kültürünü beslemektedir. Üçüncü yaklaşım daha bireysel duygu ve durumları ön plana almaktadır. Bireylerin duyguları, hazları ve arzuları tüketimi yönlendirmektedir (Featherstone, 2007, s. 36-37). Tüketim kültürünün oluşum, gelişim ve ilerlemesinde tüketime meylettiren ekonomik şartların, neyi ve nasıl tükettiğinin sosyal statünün bir belirleyicisi konumunda olmasının ve bireylerin mutluluk ve hazzı tüketerek bulabileceğine dair yanılgılarının etkisi büyüktür.

Featherstone tüketim kültüründe sıradan mallara orijinalliğini ve işlevselliğini yitirmesine rağmen eklenen farklılık ile oluşan imajın tüketiminin öne çıktığını aktarmaktadır. Ona göre tüketim kültüründe tüketim, fayda sağlayacak ihtiyacın değil göstergelerin tüketilmesidir. Ayrıca farklılaşma tüketim kültürünün en önemli silahıdır. Tüketim kültürünü postmodern bir kültür olarak tanımlayan Featherstone, popüler kültürün oluşturduğu yeni tüketim kalıplarını sosyal tabakalaşmanın altında yatan temel nedenlerden kabul etmektedir (Featherstone, 2007, s. 14-18).

Tüketim kültürünün postmodern bir kültür olarak tanımlandığından bahsetmiştik. Bu bağlamda postmodern olgusu hakkında detay vermek yerinde olacaktır. En temel anlatımla

postmodernizm modern ötesi, modernizm sonrası olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle postmodernizm sanayi sonrası toplumun bütün kargaşa ve belirsizliğini içeren bir harekettir. Featherstone postmodernizmi “*kendine özgü örgütlenme ilkelerine sahip yeni bir toplumsal bütünlüğün ortaya çıkışını içeren moderniteden bir kayma ya da kopuş*” olarak tanımlamaktadır (Featherstone, 2007, s. 3). 1950’li yıllarda ABD’de ortaya çıkan bu görüş kimilerine göre kapitalizmden bir kopuş iken kimilerine göre ise kapitalizm içindeki bir değişiklik ve evredir. Bu evrenin başlıca özellikleri, kapitalist etkinin çok uluslu şirketler aracılığıyla uluslararası boyuta ulaşması, tüketime doğru bir hareketlenmeyi kapsaması, üretim kültüründen tüketim kültürüne geçilmesidir (Hatipler, 2017, s. 34-35). Bu dönüşümden sonra postmodern tüketici ihtiyaca yönelik ürün seçimini göz ardı ederek marka ve imajına göre ürün tercih etmeye başlamıştır. Dolayısıyla postmodern toplumda fonksiyonel tüketimden ziyade sembolik tüketim ağır basmaktadır.

Postmodernizmin etkisi ile birlikte bireylerin motivasyonu üretim değil tüketim yapmaktır. Tüketim kavramı geçmişe dönük incelendiğinde insanlar için farklı dönemlerde farklı anlamlar ifade etmiştir. Postmodern kültürün etkisi ile tüketime yüklenen anlamlar değişmiş bireyin satın alma kararları da bu değişime göre şekillenmiştir. Yaşanan bu sosyal değişim süreci pazarlama ve reklam stratejilerinde de değişime sebep olmuş bu durum bireylerin tüketim süreçlerini etkilerken, son dönemde önemi artan sosyal medyanın yardımıyla tüketicilerin bireysel tercihleri de firmaların üretim süreç ve stratejilerini etkilemiştir (Azizağaoğlu & Altunışık, 2012, s. 35). Postmodern dönemde toplumsal yapı tüketmeye dayalıdır. Postmodern tüketici tüketimi artık sadece ihtiyaca yönelik değil bireyin diğer insanlara kendi kimliği ve statüsü hakkında önemli bilgiler iletebildiği bir iletişim aracı olarak kullanmaktadır (Terzi, 2016, s. 21-22). Bireyin neler tükettiğini başkaları ile paylaşması bireyin ait olmak istediği sosyal grupların bir parçası olduğunun imajını oluşturmaya için önemli hale gelmiştir.

Tüketim kültüründe oluşturulan etkisi kısa süren ve doyumsuz tatmin duyguları ile her şeyin alınıp satılabilen birer metaya dönüşmesi kaçınılmazdır. Ürünün sadece kendisinin değil içerdiği sembolik anlamın da tüketiliyor oluşu bireyin kendini diğerlerinden farklı olmasını sağlayacak ürünlere yönelmesine, bu ürünleri tüketmesine ve böylece tüketim kültürüne hizmet etmesine sebep olmaktadır. Doğadan uzaklaşarak kent yaşamının gerginliği, kaosu, telaşı ve karmaşası içinde kaybolan tüketici kendini sınırsız özgürlük içinde hissetmekte, oluşturulan yapay ihtiyaçlarını karşılamak için bencilce düşünerek hareket etmektedir (Akbaş,

2018, s. 149-151). Kent yaşamı içerisinde kendine daha geniş yer edinebilen kapitalizmin oluşturduğu kurumlar ile bireyi tüketime dayalı sistemin içerisinde tutması metalara yüklenen sembolik anlamlar ile bireyi kısa süreli hazlar için tüketmeye motive etmesine olanak sağlamaktadır.

Bireylerin satın alma karar sürecini etkileyen en önemli araç, bireylerin bulunduğu sosyal statüyü teşhir etmek için tüketimi önerme işlevi açısından reklamlardır. Reklamlar üretilen ürünlerin pazarlanmasına yardımcı olarak oluşturulan suni ihtiyaçlarını gideren bireyin tüketim ve yaşam tarzını tanımlamaktadır (Hatipler, 2017, s. 40). Normal bir fonksiyonu ve değeri olan ürünlere reklam ve pazarlama stratejileri aracılığıyla yapılan aşırı iltifatlar bireyi o ürünü tüketmeye sevk etmektedir. Reklamlar tüketicilerin satın alma karar süreçlerini etkilemiş ve tüketim tarzlarını değiştirmiştir. Böylece artık ürünlerde fonksiyonellik yerine simgesellik hâkimdir (Featherstone, 2007, s. 21). Tüketiciler artık ihtiyacı karşılayacak özelliklere sahip ürünler yerine daha pahalı ve popüler olan ürünleri tercih etmektedir. Popüler kültür ve medyanın ürünlere yüklediği sembolik anlamlar ile tüketim artık ihtiyacın giderilmesinden bireye haz vermeye, bireyin kimliğini oluşturma ve bunu sergilemeye doğru evrilmiştir.

1.1.3. Tüketim Türleri

Tüketim geçmişten günümüze bireysel ve sosyal yaşamı şekillendiren etkin bir faaliyettir. Postmodern dönemde tüketim olgusundaki değişim beraberinde tüketici kimlikleri ve tüketim tarzlarında da değişimi beraberinde getirmiştir. Tüketim artık sadece hayatı devam ettirebilmek için gerekli olan bir araç değil aynı zamanda bireylerin sosyal kimliklerinin oluşumuna ve sergilenmesine olanak sağlayan bir hayat tarzıdır. Ürünlere ve tüketimine yüklenen sembolik anlamlar ile arzu ve isteklere ve de gösterişe yönelik yapılan tüketim kavramın dönüşüme uğramasına sebep olmuştur. Son yıllarda isimlendirilen farklı tüketim türleri tüketim olgusundaki değişim ve dönüşümün göstergesidir. Bu bölümde son yıllarda literatürde sıkça rastlanan tüketim türlerinden rasyonel(faydacı) tüketim, hedonik(hazcı) tüketim, sembolik tüketim ve gösterişçi tüketim incelenecektir.

1.1.3.1. Rasyonel(Faydacı) Tüketim

Tüketicilerin satın alma karar süreçlerini neye göre ve nasıl belirledikleri, belirlerken hangi iç ve dış faktörlerden etkilendikleri yönünde pek çok çalışma yapılmış ve halen yapılmaktadır. Bu çalışmalar tüketici davranışlarının çok boyutlu karmaşık bir yapıda

olduğunu ortaya koymuştur. Genel kaniya göre tüketicilerin fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılarken sergiledikleri tutumlar hedonik veya rasyonel olarak betimlenmektedir. Hedonik(hazcı) tüketim davranışı bireyin duygusal hazlarına göre şekillenirken rasyonel tüketici tutumu bireyin beklentileri ile ürünün fonksiyonelliği arasındaki uyuma odaklanmaktadır (Batra & Ahtola, 1990, s. 161). İnsanoğlunun yaşamının devam ettirebilmesi açısından zaruri olan ihtiyaçların giderilmesi için yapılan alışverişe rasyonel tüketim denilmektedir. Rasyonel tüketim aynı zamanda ekonomik ve akılcı bir eylemdir (Özcan, 2007, s. 43). Yani rasyonel tüketiciler ihtiyaçlarını giderirken akılcı yöntemler kullanarak kendilerine en uygun mal ve hizmeti satın alma uğraşı içerisindeyler. Satın alma sürecinde ihtiyaç duyulan ürünü hem ekonomik hem de fonksiyonellik açısından irdelemektedirler.

Tüketicinin rasyonel olup olmadığını anlamak üzere oluşturulan modele göre tüketim aşamaları şunlardır:

1. İhtiyacın ortaya çıkışı
2. İhtiyacın istek haline dönüşmesi
3. Mal ve hizmet alternatiflerinin değerlendirilmesi
4. Satın alma kararı
5. İhtiyacın tatmini veya tatminsizliği

Tüketicinin rasyonel olup olmadığını tüketicinin üçüncü aşamadaki davranışı belirlemektedir. Mal ve hizmet alternatiflerinin değerlendirilmesi aşamasında tüketici fiziksel, sosyal ve psikolojik etkenlerle satın alma karar sürecini düzenlemektedir. Eğer bu süreçte doğru karar alındıysa tüketici tatmin olmuş ve kişisel refahı artmıştır. Bir tüketimin rasyonel olması için satın alınan ürünün ihtiyaca karşılık gelmesi, ücretinin tüketicinin gelir seviyesine uyması ve ürünün kaliteli olması gibi kriterlere uygun olması beklenmektedir. (Yıldız & Kuru, 2015, s. 661-662). Demek oluyor ki rasyonel tüketicinin dikkat ettiği ölçütler gelir düzeyine uygun olması, araştırmalar sonucunda ürünün kaliteli ve ihtiyaca hitap ettiğinin anlaşılmasıdır. Ürünün fiyatı, kalitesi ve değeri rasyonel tüketicilerin ürün seçimlerinde belirleyici rol oynamaktadır.

1.1.3.2. Hedonik (Hazcı) Tüketim

Faydacı tüketimin fonksiyonel tutumunun aksine bir tür duygusal deneyim hali olarak yansıtılan hedonik tüketim kişiye keyif veren duygusal ihtiyaçların tatminidir. Hedonist

tüketicinin duygusal güdülerini faydacı ve akılcı yaklaşıma baskın gelmektedir. Geleneksel anlayışta tüketim ihtiyaçlarla sınırlı iken postmodern tüketim toplumunda arzularına göre ihtiyacından fazlasını tüketen, bireysel mutluluk amaçlı tüketim yapan bir tüketiciye rastlanılmaktadır (Özcan, 2011, s. 139). Tüketim hedonist yaklaşımda ihtiyaçların giderilmesi olarak görülmekten çıkmış sınırsız arzularla şekillenmiş, yok ederek tüketme durumuna gelmiştir. Yapılan tüketimle alınan keyif bireyin tüketim yapmaktaki temel motivasyonu olmuştur.

Hazcı tüketimin en belirgin özelliği yapılan tüketim sonrası oluşan tatminin hemen ardından yeni bir arayışın içine girilmesidir. Hedonist tüketici duygusal uyarılma ile bir nesnenin arayışı içine girdikten sonra o nesneye ulaşarak tüketir. Tüketim sonrası elde edilen tatmin tüketicinin arzusunun bir müddet için yok olmasına sebep olur ancak daha sonra daha güçlü bir uyarılma ile yeni bir arayışın içine girmesine yol açmaktadır (Hirschman & Holbrook, 1982, s. 93). Böylece tüketici sürekli bir arayış içerisinde elindeki nesneler ile yetinememe durumundadır. Bu şekilde yapılan tüketimin verdiği tatmin ancak bir diğer arzuyu tetiklemektedir.

Bauman sürekli tüketim arzusu içinde olma durumunu şu şekilde özetlemiştir:

"Adına layık bir tüketim toplumunda, tüketiciler aktif olarak baştan çıkarılma peşindedir. Ataları olan üreticiler, ömürlerini üretim bandının bir devrinden ötekine koşarak geçirmişlerken; onlar bir değişiklik uğruna, çekici bir şeyden ötekine, bir ayartmadan diğerine, küçük bir yiyecek kırıntısından bir başkasına, bir yemi yutmaktan diğerini yutmaya koşturup duruyor; her bir ayartma, çekicilik, kııntı ve yemin yem olmasıyla kendinden öncekilerden farklı ve daha dikkat çekici oluyor." (Bauman, 1998, s. 75-76).

Kimliğini ve sosyal statüsünü tüketimle oluşturan postmodern hazcı tüketici için nesneleri tüketmek ve her an tüketim yapmaya arzu duymak bir görev haline gelmiş ve tüketim toplumunun ayrılmaz bir parçası olmuştur.

1.1.3.3. Sembolik Tüketim

Tüketim kavramı tüketilen ürünlerin özelliklerine göre ekonomik ve sembolik olmak üzere iki farklı şekilde tanımlanmıştır. Ekonomik açıdan tüketim belli yararlar sunan nitelikler bütünü olarak ifade edilirken sembolik tüketim ise tüketilen ürünlerin bütün tüketiciler tarafından aynı şeyi simgelediği tüketimdir (Holt, 1995, s. 14). Bir başka deyişle ürünlerin

taşıdıkları sembolik özelliklere göre değerlendirilip satın alınması ve tüketilmesi sembolik tüketimdir. Postmodern toplumda tüketim sadece ihtiyaçların tatmini için gerekli bir faaliyet değil bireyin yaşam tarzlarının şekillenmesinde önemli rol oynayan bir araç haline gelmiştir. Tüketicinin sürdürülebilirliğini ve sürekliliğini sağlamak adına bazı göstere ve semboller ile tüketici manipüle edilerek tüketime teşvik edilmektedir. Ürünlerin fonksiyonel özellikleri değil soyut ve sembolik özelliklerine göre tüketmek postmodern tüketicinin temel özelliklerindendir (Yıldırım, 2019, s. 258).

Ürünlerde kullanılan sembollerin potansiyel tüketicilerin isteklerine uygun olması, onlar için bir anlam ifade etmesi gerekmektedir. Pazarlama stratejileri ve reklamlar potansiyel tüketicinin üründe aradığı anlamları içeren sembollerini iyi yansıtmalı, firmalar da bu istekler doğrultusunda ürün piyasaya sunmalıdır (Azizağaoğlu & Altunışık, 2012, s. 41). Bu yolla yapılan tüketimin fizyolojik ihtiyaçları karşılamaktan ziyade simgesel hale gelerek sosyal statünün yansıtılması, prestij göstergesi ve imaj kaygısı için yapılmaya başlandığı gözlenmektedir. Bu simgeler reklamlar aracılığıyla insanlara empoze edilerek bir nevi sembol pazarlaması yapılmakta, zamanla bu simge pazarlaması ise toplumsal kültüre dönüşmektedir (Featherstone, 2007, s. 165).

Sembolik tüketimde birey sadece kim olduğunu yansıtan benliğine uygun ürünleri değil kim olmak istediğini yansıtan ideal kimliğine uygun ürünleri de tüketerek toplumda ait olmak istediği sosyal grubun içindeymiş imgesi aksettirmeyi amaçlar (Azizağaoğlu & Altunışık, 2012, s. 40). Tüketim bir anlamda kişinin kim olduğunu ve kim olarak görülmek istediğini yansıttığı bir iletişim aracıdır. Ürünlerin simgesel çağrışımları kişinin hayat tarzını, diğer kişilerden farklılığını ve sahip olduğu prestij ve ayrıcalığını yansıtarak sosyal yaşamdaki rekabet duygusunu körüklemektedir.

1.1.3.4. Gösterişçi Tüketim

Sanayi Devrimi sonrası yoğun olarak görülen köyden kente göç ile birlikte tüketim çeşitliliği artmış, ihtiyaca yönelik rasyonel tüketimden uzaklaşmaya başlanmıştır. Geçmişten günümüze yaklaşıldıkça tüketim artık fonksiyonel bir fayda sağlama faaliyeti olarak görülmekten çıkmış kişinin benliğini ve sosyal kimliğini başkalarına göstermek için kullandığı bir iletişim aracı haline gelmiştir. Bireyin tükettikleri aracılığıyla başkalarını etkileme, kendini onlar ile kıyaslama ve gösteriş yapmasına gösterişçi tüketim denilmektedir (Tan, 2019, s. 195). İtibar kazanarak psikolojik tatmin sağlamak, kişinin çevresine sosyal statüsünü yansıtmak amacı ile yapılan tüketimde genellikle lüks ve pahalı ürünler tercih

edilmektedir. Tüketim tarzlarını zenginlikleri ve sosyal statüsünü yansıtmak üzere şekillendiren gösterişçi tüketici kendi ihtiyaçlarını fayda sağlayan ürünler arasından değil prestij sağlayan ürünler arasından seçmektedir. Bu yönüyle gösterişçi tüketim, tarihin her döneminde servet göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüketimin gösteriye dayalı bir eylem olduğu toplumlarda marka ve modanın etkisi de yadsınamaz bir durumdur. Bireylerin sahip oldukları gücü ve statüyü çevreye göstermesi iletişim çağıyla birlikte tüketicilerin ve markaların arasındaki rekabeti artırmıştır (Güleç, 2015, s. 70). Gösteriş için tüketen toplumlarda tüketilen ürünlerin çevre tarafından prestijli bir ürün olarak algılanması gerektiği için markalara ve ürünlerin özelliklerine yapılan vurgu giderek artmıştır. Bu aşamada bireyler yalnızca ürünün faydasını değil popüler kültür, medya ve reklam aracılığıyla kendisine yansıtılan cezbedici sembol ve imajlara imrenerek daha çok tüketmiştir. Sadece tüketmesi yetmemiş, hangi ürünleri tükettiğini yine bu araçlarla başkalarının da bilmesini sağlamıştır.

Gösterişçi tüketimi bilimsel olarak ilk inceleyen Veblen, ABD'nin toplumsal tüketim alışkanlıklarını temel alarak tüketimin sadece ihtiyacı gidermek için değil gösteriş amacıyla da yapıldığını aktarmıştır. Gösterişçi tüketimin sınıfsal farklılaşmaya etkisini toplumu üst sosyal grup ve bunlara benzemeye çalışan alt gruplar olarak sınıflandırarak anlatmıştır. “Conspicuous consumption” (gösterişçi tüketim) kavramıyla gösterişçi tüketimin üst sınıflara has olmadığını alt sınıfların da gösteriş yapmak için harcama yaptığının altını çizen Veblen, tüketim arzusunun kıskançlıktan kaynaklandığını aktarmıştır. Gösteriş amaçlı alışverişler yapan ve üretken bir çalışmada yer almayan kişileri “Aylak sınıf” olarak tanımlarken yapılan bu alışveriş israf, aylak sınıfı ise müsrif olarak betimlemektedir (Açıkalın & Erdoğan, 2004, s. 8-9).

1.1.4. Din ve Tüketim İlişkisi

Din sözlükte “inanılıp çok bağlanılan düşünce, inanç veya ülkü”² olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). İnsanların hayatlarını düzenleyebilecekleri değerler sistemini içeren, dünyaya, insan ilişkilerine nasıl yaklaşılması gerektiğini aktaran ve insanlara bir anlam dünyası kazandıran toplumsal bir kurumdur. İnsanları manevi bir doyuma ulaştıran, sosyal ve ahlaki hayatın bir düzenleyicisi konumunda olan din, koyduğu ilke ve prensipler ile hayatın her alanını olduğu gibi iktisadi hayatı da şekillendirmektedir (Delener, 1990, s. 27-

² <https://sozluk.gov.tr/din>

28). Ekonomik faaliyetlerin toplumun manevi birlik ve beraberliğinin sağlayıcısı olarak kabul edilen dinin tersine bir ilerleyiş göstermemesi beklenmektedir. Hırsızlığın ve başkalarının hakkını yemenin, sınırsız tüketim davranışında bulunmanın, para kazanmada aşırı hırs yapmanın yasak olması, sosyal yardımlaşmanın, kendisine ait olan varlıklardan fedakârlık yapmanın ve kontrollü bir yaşamın tavsiye edilmesi dinin iktisadi hayat üzerindeki baskın etkisinin göstergesidir (Pehlivan, 2016, s. 32). Rasyonel seçim teorisine göre inançlar ve tercihler bağımsız olarak değerlendirilirken bireyin verdiği tüketim kararında inançlarının önemli rol oynadığı dikkate alınmamaktadır. Bireylerin tüketim tercihleri inançlarının ve değerler sisteminin şekillendirdiği bireysel tercihlerinin tercümesidir (Cosgel & Minkler, 2004, s. 13).

Seküler bilimin ortaya çıkmasının akabinde bilim en üstün değer, tapılacak bir sistem olarak kabul görmüştür. Pozitivizmin etkisiyle mantıkçı yaklaşım deneye dayalı bilimi yücelterek sosyal bilimlere bilime hizmet eden birer etkinlik olarak kabul etmiştir. Bilimlerin içerisinde ayrıma gitmeyi hoş görmeyen pozitivist akıma göre felsefe bile akıl gibi deneysel bilime bir araç olmaktan öteye geçememektedir. Bu durum değerlerin ve inançların bilimsel düzeyde kendilerine yer bulmakta zorlanmalarına sebep olmuştur (Pehlivan, 2016, s. 24-25). Ekonomik düzenin din ile olan ilişkisine değinerek ideal sistem olarak gördükleri komünizmi sunan Marx ve Engels batı toplumlarının gelişme aşamalarını oluştururken dinin toplum üzerindeki etkisini esas almıştır. Dinin etkisinin toplum üzerinde baskın olduğu feodalizm ve işçi devrimiyle beraber oluşturulan sınıfsız, mülkiyetsiz ve eşit bir toplum olarak tanımlanan komünizm Marx'ın din ve ekonomik düzeni yansıttığı iki gelişim aşamasıdır. Dini en büyük afyon olarak tanımlayan Marx felsefi ve ideolojik olarak da karşı çıktığı din olgusunun baskın olduğu dönemlerde ekonomik açıdan ilerleyici bir gelişmeye imza atılmadığını savunmaktadır. İnsanın tanrıya önem gösterirken kendini değersizleştirdiğinden bahsederken ekonomik yabancılaşmanın dinden dolayı insanın kendine yabancılaşmasından kaynaklandığını belirtmektedir (Özyurt, 2014, s. 215-220). Pozitivizmin seküler bilim savı, komünizmin dinin insanlık ve düşünce tarihinin gelişmesindeki en büyük engel olarak görmesi bilimin yanında din, estetik, felsefe ve sezgi gibi faktörlerin de etkin rol oynamasıyla ilerlemenin gerçekleşeceği düşüncesine ket vurmuştur.

Din, kültür, inanç ve toplumsal ve bireysel değerler sistemi toplumların ve bireylerin hayatının her alanını temelinden etkileyen önemli değişkenlerdir. Bu değişkenlerin bireylerin davranışlarını koyduğu temel ilke ve prensiplerle etkilediği, bireylerin kendi çıkarlarına ters

düşmesine rağmen başkaları için fedakârlık yapması, başkasının yararına çalışması, karşılıksız yardım yapması çağdaş anlayışta kendi çıkarlarını düşünen insan profiliyle çatışmaktadır (Efe, 2017, s. 41-42). Kendi iç dinamikleri ve değer yargılarından etkilenen insan kendisi için tasarlanmış suni düzenin bir parçası olamamış ve kendi düşünce yapısı ve manevi boyutunu hayatının her alanında göstermeye çalışmıştır. Öyle ki Müslüman düşünürlerin ilmin tek kaynağının Allah olduğunu aktarmaları dinin her alanda söz sahibi olmasının bir göstergesidir (Pehlivan, 2016, s. 23).

Her dinin iktisadi konulara yaklaşımı zamana ve toplumlara göre değişiklik gösterebilmektedir. İlahi dinlerde iktisadi konularla ilgili genel bir çerçeve çizilmiş, bazı temel esaslar üzerinde durulmuş, kalan konular ise yoruma ve zaman içerisinde değişime açık bırakılmıştır (Köroğlu, 2014, s. 93-94). İslam’da olduğu gibi Yahudilik ve Hristiyanlıkta da bazı tüketim maddelerinin yasaklandığı ve faizin haram olduğu göze çarpmaktadır. Kitab-ı Mukaddes’de³ yer alan tüketimin esaslarını ve faizin yasak olduğunu belirten bölümler:

“İğrenç sayılan hiçbir şey yemeyeceksiniz. Çatal ve yarık tırnaklı, geviş getiren her hayvanın etini yiyebilirsiniz..... bütün kanatlı böcekler sizin için kirli sayılır. Hiçbirini yemeyeceksiniz. Ama temiz sayılan kanatlı yaratıkların tümünü yiyebilirsiniz..... kendiliğinden ölen hiçbir hayvanın etini yemeyeceksiniz. Ölü hayvanı yemesi için kentlerinizde yaşayan bir yabancıya verebilir ya da öteki yabancılara satabilirsiniz. Siz Tanrınız Rab için kutsal bir halksınız.” (Kitab-ı Mukaddes, Levililer 11,1-21).

“Kardeşinize para, yiyecek ya da faiz getiren başka bir şey ödünç verdiğinizde, ondan faiz almayacaksınız. Yabancıdan faiz alabilirsiniz ama kardeşinizden almayacaksınız. Böyle yapın ki, mülk edinmek için gideceğiniz ülkede el attığınız her işte Tanrınız Rab sizi kutsasın.” (Kitab-ı Mukaddes, Yasanın Tekrarı 23,19-20).

Görüldüğü üzere ilahi dinlerde yenmesi yasak olan gıdaların belirtilmesi ve iktisadi faaliyetlerin merkezinde olan faizin yasaklanması din ve ekonomik hayatın iç içe geçtiğinin ve dinin ekonomik hayat üzerindeki etkisinin bir göstergesidir.

Dinin iktisadi faaliyetlere etkisi aktarıldıktan sonra temelini oluşturan tüketime etkisini açıklarken Max Weber’in “The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism” adlı eserine değinmek gerekmektedir. Weber dini ekonomik ilişkilerin temel belirleyicisi ve toplumları

³ Kitâb-ı Mukaddes, Hristiyanların dinî alanda otorite kabul ettikleri, Yahudilerin kutsal kitabını da kapsayan yazılar koleksiyonuna verdikleri isimdir. Detaylı bilgi için bkz: <https://islamansiklopedisi.org.tr/kitab-i-mukaddes>

kapitalistleştiren bir faktör olarak yansıtmaktadır. Protestanların ‘Protestan ahlakı’ olarak adlandırdığı bir düşünce sistemi geliştirerek kapitalizmin temel felsefesini oluşturduğunu aktaran Weber, iş disiplini bir buyruk olarak gören Protestanların kapitalizmin erken dönem değerler sistemine hizmet ettiğini aktarmaktadır. Üreten ve ürettiğinden elde ettiği birikimini rasyonel bir yatırımla değerlendiren bireyin kapitalizmin oluşumuna ve gelişimine katkı sağladığı söylenebilir (Köroğlu, 2012, s. 66). Ancak her ne kadar kapitalizmin oluşum ve büyümesinde ‘Protestan Ahlakı’nın etkisi kabul edilse de yükselme aşamasında dini değerlerde gerileme olduğu da gözlenmiştir (Efe, 2017, s. 40). Bu demektir ki kapitalizmin doğuşunda dinin etkisi görülse de tüketim toplumuyla özdeşleşen yükselme aşamasında etkisini kaybettiği açıktır. Kapitalist ekonomik sistemin zamanla dini düşüncelere yer bırakmayan akılcı yaklaşımıyla bireyleri modern tüketicilere dönüştüren yolun önü açılmıştır.

Ne var ki din zamanla kaybolacak bir olgu değildir. Evrensel bir ihtiyaç olan din metafizik ihtiyaçlara sahip insanoğlunun dünyayı anlamlandırma amacına hizmet eden ve hayatına anlam katan bir olgudur. Toplumu düzenleyen dinler bireyin karşılaştığı zorlukları aşmasında bireyi daha dirençli hale getirmektedir (Demirzen, 2010, s. 105). Ancak tüketim kültürü toplumsal düzenin bozulmasına sebep olduğu gibi kişiye verdiği geçici hazlar ile bireylerde bikkınlığa sebep olarak tatminsizliğe yol açmaktadır.

Dini bir kimliğe sahip olduğunu aktaran bireyin aynı zamanda sınırsız tüketim yapması Miller Vincent’in savunduğu tüketim toplumunun insanlar üzerinde yanlış yönlendirme ve kafa karışıklığına sebebiyet verdiği tezine örnektir. Tüketim toplumunun yapısı bireylerin samimi bir şekilde içselleştirdiği inançlarını yaşamasında bile yanlış yönlendirmelerde bulunabilmektedir (Aktaran Demirezen, 2010, s. 105-106). Dini sembollerin ve değerlerin metalaştırıldığı tüketim toplumunda inançlı bireylere yönelik oluşturulan ve pazarlanan ürünler içi boşaltılarak sınırsız tüketim düzeninde bir parça olarak yer almaktadır. Ancak böylesi bir tüketimin sahip olduğu manevi mesajı vermekte yetersiz kaldığı için bireyin tüketim eylemi ile inancı arasında kopukluğa sebep olduğu aşikârdır.

Bireyin dindarlık düzeyinin tüketim alışkanlıklarına ne derece etki ettiği üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Birey mensubu olduğu dinin ilke ve prensiplerini ne kadar kabul edip uyguluyorsa tüketim alışkanlıkları değişkenlik göstermektedir. Köroğlu’nun İzmir ve Konya ilinde yaptığı kişilerin dindarlık düzeyi ile tüketim davranışlarının incelendiği bir araştırmaya göre dindarlığın tüketimi azaltmakla beraber bazı dönem ve sektörlerde artırdığı da gözlenmiştir (Köroğlu, 2014, s. 117-118). Dini bütün diye tanımlanan kişilerin tüketirken

daha ihtiyatlı ve düşünerek hareket ettiğini, daha sorumlu ve disiplin sahibi olduğunu aktaran Küçük ve Ayyıldız, dindar tüketicilerin alışverişi ihtiyaç giderme faaliyeti olarak gördüğünü aktarmışlardır. Farklı dinlere mensup tüketicilerin tüketim alışkanlıkları da farklılık göstermektedir. Aynı dinden tüketicilerin bile farklı tutum sergileyebildikleri gözlenirken bu farklılığın kişinin bireyselliğinden ve dinlerin kendi içindeki mezhepsel farklılıktan kaynaklandığı düşünülmektedir (Ayyıldız & Öztürk Küçük, 2020, s. 429). Ayrıca bireylerin dini ilke ve prensiplerine bağlı olmasına göre sergilediği savurganlık durumları da farklılık göstermektedir. Dindar insanların daha az savurgan ve elindeki kaynakları daha idareli kullandığı saptanmıştır (Yeniaras, 2015, s. 58).

1.2. İsrâf

Günümüz postmodern toplumunda bireyler sadece fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere değil arzu ve istekleri neticesinde oluşan suni ihtiyaçlarını da gidermek için tüketmektedirler. Gelişen teknolojilerle ilerleyen reklam ve pazarlama stratejileri sunduğu cezbedici tekliflerle bireyi daha çok tüketime sevk etmektedir. Hayatı idame ettirmek için yürütülen bir faaliyet olmaktan çıkan tüketim bir hayat gayesi konumuna gelmiş, ürünlere yüklenen sembolik anlamlarla bu durum pekiştirilmiştir. Tüketimin bir gösteriş malzemesi haline gelmesi bireyin tüketimde sınır tanımamasına neden olmuştur. Pazarlanan daha çok tüketimin daha çok mutluluk getireceği fikri sebebiyle birey tüketimde ölçüyü kaybetmiş böylece israf etmeye başlamıştır. Günümüzde gıda, su, enerji gibi pek çok tüketim alanında bireylerin israf davranışı sergilediği görülmektedir. Tüketicinin bilgi eksikliği, tüketim toplumunun kişiye empoze ettiği aşırı tüketme isteği, sembolik ve gösterişçi tüketim tarzları gibi faktörler kişileri daha çok tüketmeye yöneltmekte dolayısıyla israfa yaklaştırmaktadır. Çalışmamızın bu bölümünde öncelikle israf kavramı incelenecek ve israfın muhtemel sebepleri irdelenecektir. İsrâfın çeşitleri hakkında bilgi verildikten sonra israf ile mücadele girişimleri aktararak günümüz problemlerinden israfın kavramsal çerçevesi çizilecektir.

1.2.1. İsrâf Kavramı

Günümüz tüketim toplumunda bireylerin temel zafiyetlerinden olan israf, Arapça ‘serefe’ kökünden türetilmiş olup “haddi aşma, hata, cehalet, gaflet” anlamlarına gelmektedir (Kallek, 2022). Sözlükte “gereksiz yere para, zaman, emek harcama, savurganlık” olarak tanımlanan israf bireye ve topluma zararı dokunan ekonomik ve ahlaki bir çöküntüdür (www.tdk.gov.tr). Daha geniş tanımla israf “herhangi bir konuda aşırı gitmeyi, dinin ve aklın

belirlediği ölçülerin dışına çıkmayı, imkânları meşru olmayan amaçlar için kullanmayı ve saçıp savurmayı” ifade eder (Erbaş, 2018, s. 4). İsrâf kavramının zamanla anlamı daraltılmış bahsi geçtiği yerlerde sadece maddi savurganlığı ifade edilir şekilde kullanılmıştır. Günümüzde sadece metaların savurganlığı olarak kullanılan israf kavramı, yaşamın, potansiyelin ve zamanın da boşa harcanmasını karşılamaktadır (Kayhan, 2006, s. 152). Sadece maddi kaynakların boşa giderilmesi ile sınırlı olmayan israf kavramı kişinin manevi kazançlarını savurmasını da içermektedir. Maddi savurganlığın bir geri dönüşü olurken zamanın, ömrün ve potansiyelin israfının telafi edilebilir bir yönü bulunmamaktadır.

Ayten israfı, “ölçülü tutum ve hareketten uzaklaşma durumu” olarak tanımlamaktadır. Dinlere ve erdemi esas alan felsefi yaklaşımlara göre israfın hoş karşılanmama sebebi israfın bu yönüyle bir erdemsizlik hali olmasıdır (Ayten, 2018, s. 17). İsrâfın sabit ve sınırları net bir şekilde çizilmiş bir tanımının yapılmaması, israfın zamana, kültüre, mekâna ve bireyin içinde bulunduğu sosyal sınıfa göre değişiklik arz etmesinden kaynaklanmaktadır. Bireylerin yaşadıkları zaman, mekân ve içinde bulundukları sosyal sınıflar bireylerin habituslarını (yatkınlık) oluşturmaktadır. Bireylerin beğenileri ve yatkınlıkları sosyal konumuyla bağlantılıdır (Aktaran Demirezen, 2017, s. 220). Tüketicinin yatkınlıkları neyi, ne şekilde, ne zaman ve ne kadar tüketeceğini etkilemektedir. İçinde bulunduğu sosyal konuma göre başka birisi için gereksiz sayılabilecek bir harcama bireyin kendisi için temel ihtiyaç olarak addedilebilir. Dolayısıyla farklı sosyal sınıflardaki kişilerden aynı tüketim davranışını beklemek beğenin sınırlarını aşmaktadır. Bu sebeple israf tanımının net ve keskin sınırları bulunmamakla birlikte herhangi bir konuda aşırı davranış tanımı kavramın temelini oluşturabilir.

Tüketimin bir yaşam biçimi olarak görüldüğü günümüz tüketim toplumunda bireyin doğaya, ahlaki ilkelerine ve kendi değerler sistemine yabancılaşması, israfın toplumda geniş yer bulmasına olanak sağlamıştır. Tüketimin bir hayat tarzı haline gelmesi ve bireyin satın alma kararlarını alırken giderek bencilleşmesi israfın yaygınlaşmasının yolunu açmıştır (Sancaklı, 2013, s. 53). İhtiyacın fayda sağlama amacından çıkarak bireyin arzu ve isteklerine göre şekillenmesi bireyi gereksiz tüketime yöneltmiştir. Firmaların pazarlama stratejileri her adımda ürünü yeni bir yüzle sunarak gündemde kalmayı amaçlarken, ürüne yeni eklenen özelliklerle oluşturulan imajlar bireylerdeki isteği artırmaktadır. Tüketimin mutluluğa ulaşmadaki araç olarak görülmesi bireyleri aşırı tüketime dolayısıyla israfa sevk etmektedir. Tüketim toplumunda karşılaşılan israfa yol açan aşırı tüketim tüketicinin tüketmekten ziyade

tüketim toplumunun vaatlerinin peşine düşmesinin ve sahip olma hırsının baskın olmasının sonucudur (Tan, 2019, s. 199). Firmaların reklam stratejilerinin yanı sıra tüketicilerin tüketim alışkanlıkları, moda kavramı, topluma yerleşen tüketimcilik ahlakı, bireyin bencil düşünce tarzı da israfı besleyen sebeplerdir.

Veblen'in gösterişçi tüketim savı israf ile iç içedir. Bireyin zor durumda olmasına rağmen başkalarına gösteriş yapabilmek için lüks tüketim mallarını almaya çalışması ihtiyacını değil tüketim ideolojisinin taleplerini öncelediğine kanıttır. Bireyin bulunduğu veya bulunmak istediği sosyal sınıfa kendini göstermesi için ölçsüz harcamalar yapması ve bu israfı da sergilemesi gerekmektedir. Zenginliğin toplum yararına kullanılması gerekirken israfa yönlendirilmesi ve bunun her kesim tarafından taklit edilmesi sosyal statü arayışının bireysel tatmine götüreceği anlayışının bir tezahürüdür (Açıkalın & Erdoğan, 2004, s. 10). Veblen israfı harcamaların bir kısmının insanlığın gelişimine kullanılmaması olarak yorumlamaktadır. Hem boşa geçirilen zamanın hem de gösteriş amacıyla mal ve hizmetlerin satın alınması üretkenlikten kaynak kaçırmak manasına geldiği için israfı oluşturmaktadır (Güleç, 2015, s. 73). Zengin kesimin gösteriş amacıyla zamanı satın alarak çalışmaması ve lüks eşyalara hesapsız harcamalar yapması zaman ve para israfıdır. Bu durum diğer insanların da gösterişçi tüketim anlayışından kaynaklanan israfa yönelmesine sebep olmaktadır.

1.2.2. İsrafın Muhtemel Sebepleri

Modern insanın temel davranış biçimlerinden biri haline gelen israf zaman içerisinde artarak devam etmektedir. İnsanları israfa yönlendiren muhtemel sebepler, inanç boşluğu ve dünyevileşme, pazarlama ve reklam etkileri ve moda kavramı ve sosyal medyanın etkisi ana başlıklarında incelenecektir.

1.2.2.1. Dünyevileşme ve İnanç Boşluğu

Dünyevileşme “dünyanın dinden ve dinî düşüncenin dünyayı anlamlandırmasından arındırılması” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2018, s. 48). Dünyevileşme özellikle modern sanayi toplumlarında gelişmiş, oluşan bu sürece ise sekülerleşme denmiştir. Bu toplumlarda dini inanışlar ve kurumlar önemini yitirmiş, ibadet, dini inanç ve cemaat algısı toplum ahlakından uzaklaştırılmıştır (Ekinci, 2018, s. 326). Başka bir yaklaşımda dünyevileşme iki ayrı kategoride ele alınmıştır: ilk olarak laiklik veya sekülerizm de denilebilen inançla alakalı tüm düşüncelerin yok sayılması ve dışlanması, ikincisi ise inançlı olduğu halde bu inancın zayıflaması sebebiyle dünyevi meselelere daha fazla ağırlık verilmesi

(Oruçhan, 2018, s. 238). Her iki durumda da bireyin inanç ve değerler sistemi etkisiz hale gelmiş, tüketim toplumunun daha fazla elde etme, mutluluk amacıyla tüketme, tüketerek sosyal benliği oluşturma gibi diktelerine karşı savunmasız hale gelmiştir.

Dünyevileşme Müslüman toplumlar için aşılması gereken bir problem olarak görülmüştür. Dünya ve ahiret dengesinin bozulması, Allah'ı ve ahireti unutarak dine karşı ilgisizleşme ve ahlâkî ve dinî değerleri önemsememe Müslüman toplumlar için bir girdaptır (Yıldırım, 2018, s. 51). Kur'an-ı Kerim'de, *"Ey iman edenler! Size ne oldu ki, "Allah yolunda seferber olun" denilince yerinize çakılıp kaldınız; yoksa ahiretten vazgeçip de dünya hayatıyla yetinmeye razı mı oldunuz? Hâlbuki dünya hayatının sağladığı fayda ahiretinkine göre pek azdır."*⁴ ayetiyle dünyevileşme tehlikesine dikkat çekilmiş, Müslümanlar uyarılmıştır. Kur'an-ı Kerim'de dünyevileşme üzerinde durulurken, Karun kıssasında olduğu gibi⁵, insanların psikolojik olarak dünya nimetlerine düşkün olması örneklendirilmiştir (Yıldırım, 2018, s. 51). İbn Haldun'un Mukaddime' sinde bahsettiği gibi servetin artması beraberinde israfın çoğalmasını da getirecektir. Servetin artmasıyla lüks ve israfa meyil artacak, bu durum zenginler ile fakirler arasındaki gerginliği artıracak ve toplumda zayıflığa hatta milletlerin yıkılmasına sebep olacaktır (Aktaran Döndüren, 2014, s. 44).

Yapılan araştırmalar gelir seviyesi arttıkça israf davranışının da arttığını göstermektedir. Terzi ve Altunışık tarafından Endonezya, Katar ve Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre Arap katılımcıların diğerlerinden daha fazla israf davranışı sergileme eğiliminde olduğu saptanmış, bunun sebebi olarak da Arap katılımcıların gelir seviyesinin daha yüksek olduğu aktarılmıştır. Ayrıca aynı araştırma sonucunda ulaşılan bir diğer çıktı, geliri 340 dolardan yüksek olan katılımcıların geliri 170 dolardan yüksek olan katılımcılara göre daha fazla israf etme eğiliminde olduğudur (Terzi & Altunışık, 2016, s. 100-101). Aralık 2018'de Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye İsrar Raporu'na göre kişilerin gelir seviyesi arttıkça içecek ve gıda alışverişinin ve gıdaların tüketilmeden çöpe atılma eğiliminin arttığı aktarılmıştır. Ayrıca kişilerin gelir seviyesi yükseldikçe giyim alışverişine daha fazla harcama yapıldığı saptanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 230-233).

⁴ Tevbe Suresi 9/38 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Tevbe-suresi/1273/38-41-ayet-tefsiri>

⁵ "Kârûn, "Bu serveti sahip olduğum bilgi sayesinde elde ettim" diye karşılık verdi. Bilmiyor muydu ki Allah ondan önceki kuşaklardan, ondan daha güçlü ve daha çok servet biriktirmiş kimseleri helâk etmişti. Ama suçluluğu kesinleşmiş olanlara artık günahları sorulmaz! Kârûn gösterişli bir şekilde kavminin karşısına çıkardı. Dünya hayatını arzulayanlar, "Keşke Kârûn'a verilenin bir benzeri bize de verilseydi! Doğrusu o çok şanslı!" derlerdi." Kasas Suresi 28/78-79 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Kasas-suresi/3330/78-82-ayet-tefsiri>

Modern anlayışta malın sahibi olmak onu istendiği gibi harcama imkânı verirken bu durum İslam'da bazı prensiplerle sınırlandırılmıştır (Köksal, 2003, s. 204). İslam inancında mülkün asıl sahibi Allah (c.c)'dir⁶. İnsanlar yeryüzünde onun halifesi konumundadır⁷. Dolayısıyla kişinin mal üzerinde niyabeten bir sahipliği bulunmaktadır (Köksal, 2003, s. 205). Modern anlayışta insana tanınan tüketim özgürlüğü kısıtlanacak, tüketimin sadece meşru yollardan meşru yerlere yapılması gerekecektir. Böylece israfa varan aşırı tüketim davranışı yasaklanacaktır. Ancak modern tüketen insan profilinin sonucu olan aşırı ve lüks tüketim düşkünlüğü, toplum tabakaları arasındaki farkı genişletmektedir. Mülkün mutlak sahibinin kendisi olduğunu sanan insan, modern seküler anlayışın etkisiyle ve yaşadığı inanç boşluğu sebebiyle hiçbir sınır tanımaksızın tüketmeye devam eder (Köksal, 2003, s. 204-205).

Küçük ve Ayyıldız'ın yaptığı araştırmaya göre kişilerin Allah (c.c)'a olan imanı tüketici davranışlarına pek yansımamaktadır. Ancak ibadet boyutunun yani inanmanın gereklerini yerine getirenlerin helal kazanç, bireysel israf ve helal tüketim üzerinde hassas davrandıkları tespit edilmiştir. Yine araştırmaya göre İslami dindarlık seviyesine göre kişilerin ölçülü bir tüketim yaptığı ve abartılı bir yaşam yerine kendine yetebilecek bir yaşam sürmek istedikleri saptanmıştır (Ayyıldız & Öztürk Küçük, 2020, s. 441-442). Yeniaras'ın yaptığı araştırmaya göre İslami dindarlık ve tutumluluk davranışı arasında doğrusal ve olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir. Araştırmaya göre kişilerin dindarlık seviyeleri arttıkça savurganlık davranışını göstermedikleri, ellerindeki imkânları idareli şekilde kullandıkları aktarılmıştır (Yeniaras, 2015, s. 58).

1.2.2.2. Pazarlama ve Reklam Etkileri

Sanayi devrimiyle beraber işbölümü ve uzmanlaşmanın etkisiyle seri üretime geçilmiştir. Üretimin artması ve bu artışın devamlılığı tüketimin artışına ve devamlılığına bağlıdır. Üretimin artmasıyla var olan tüketim potansiyelinin artırılması için yeni yollar aranmıştır. Bireylerin tüketim alışkanlıklarının değişmesi için belirli bir süre gerekmektedir. Yeni bir ürünün toplumda bilinirliğini artırmak ve kişilerin o ürüne ihtiyacı olduğuna ikna etmek için reklamlar oluşturulmuş, pazarlama sektörü ortaya çıkmıştır. Yine moda ve stil

⁶ “Mutlak hükümlerinde elinde olan Allah aşkıdır, cömerttir ve O'nun her şeye gücü yeter.” Mülk Suresi, 67/2
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Mülk-suresi/5242/1-5-ayet-tefsiri>

⁷ “Hani rabbın meleklere, “Ben yeryüzünde bir halife yaratacağım” demişti. Onlar, “Biz seni eksiksiz bilirken ve durmadan övgü ile tenzih ederken orada fesat çıkaracak ve kan dökecek birini mi yaratacaksın?” dediler. Allah “Şüphe yok ki, ben sizin bilmediklerinizi bilirim” buyurdu.” Bakara Suresi 2/30
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/37/30-ayet-tefsiri>

kavramları, reklam yoluyla kişiye aktarılmış ve sosyal değişim yavaş yavaş başlamıştır. 20. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren tüketicinin kendi başına karar vermesini engellemek ve de ihtiyaç fazlasını harcatmak için reklamlar ortaya çıkmıştır. İlk dönemde reklamlar sadece sloganlardan oluşurken ilerleyen zamanlarda ürünün kalitesi ve özelliklerini belirtmek için konulu film tarzına bürünmüştür (Kaya & Oğuz, 2010, s. 150-151).

Zamanla pazarlama politikaları kişilerin temel arzularına hitap edecek şekilde geliştirilmiştir. Firmaların kar maksimizasyonu birincil amaç olarak görülmektedir. Zamanla kişi kendi sosyal kimliğini tükettiği şeylerle oluşturan ve kendini ancak o kadar değerli hisseden biri haline dönüşmektedir (Terzi & Altunışık, 2016, s. 89). Ekonomik gelişmenin sebep olduğu üretim fazlalığı, tüketim toplumunun empoze ettiği aşırı tüketme arzusu ve gösterişçi tüketim alışkanlıklarıyla birlikte gitgide artmıştır. Firmaların tüketimi körükleyen reklamları, tüketimin ve tüketim tarzının sosyal kimliği oluşturan en önemli etken olarak görülmesi yeni ihtiyaçları ortaya çıkarmakta ve mutluluğun ikamesi için tüketmenin gerekliliği vurgulanmaktadır. Kredi kartı ve ihtiyaç kredisi gibi imkânlarla tüketiciler var olan varlıklarını kullanmakla yetinmeyip geleceğe dönük borçlanarak harcama yapmaktadırlar. Bankalararası Kart Merkezi'nin açıkladığı verilere göre kartlı ödeme tutarı 2021 yılında geçtiğimiz yıla göre %49 oranında büyüme göstermiştir. Aralık ayı sonu itibariyle Türkiye'de kredi kartı sayısı 84 milyon adete ulaşarak geçen seneye göre %11 oranında artmıştır. Türkiye bu rakamlarla kredi kartı sayısında Avrupa'da birinci sırada yer almaktadır (Bankalararası Kart Merkezi, 2021). Ersin ve Eti'nin İstanbul Medipol Üniversitesi'nde yürüttükleri araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin %30'u kredi kartı kullanmaktadır ve %10'u kredi kartı borçlarının asgari ödeme tutarını ödemektedir. Ulaşılan sonuçlara göre kredi kartı kullanımının gençlerin harcama alışkanlıkları üzerinde negatif etkisi olduğu saptanmıştır (Ersin & Eti, 2017, s. 48).

Tüketim günümüzde bir araç değil amaç haline gelmiştir. Tüketim fonksiyonel faydalar için değil aynı zamanda sembolik faydalar için de yapılmaktadır. Kendini ifade etmek isteyen tüketicinin istek ve arzularına daha iyi cevap verebilmek için firmalar pazarlama stratejilerinde yarış halindedirler. Pazarlama stratejileriyle oluşturulan reklamlar sayesinde kişinin tüketime anlam yüklediği görülmektedir. Tüketimin çoğunluğu artık gereksinimden değil arzulardan kaynaklanmaktadır (Dal, 2017, s. 15). Pazarlama ve reklam sektörü aşırı tüketimi teşvik etmekte, dolayısıyla dünyanın sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğine zarar vermektedir. Yaşanan fiziksel ve psikolojik zararlar neticesinde

toplumsal hasarlar meydana gelmektedir (Terzi & Altunışık, 2016, s. 89). Ancak İslam'daki israf yasaklığı prensibi sayesinde toplumda refah seviyesi yükselmekte, kişinin tüketimi amaç değil geçici dünya hayatını devam ettirebilmesi için bir araç olarak görmesi sağlanmaktadır.

1.2.2.3. Moda Kavramı ve Sosyal Medyanın Etkileri

Tüketicinin zamanla neyi, nerede ve nasıl harcayacağı konusunda yönlendirmek için kitle iletişim araçları ve bu araçların kullanıldığı reklam, stil ve moda gibi yöntemler oluşturulmuştur. Birey harcama yapacağı zaman etki altında bırakılır ve ihtiyacından fazla harcama yapmaya sevk edilir. Tüketimi takiben yeni üretim pazarları da ortaya çıkar. Asli ihtiyaçların yanında yeni taleplerin oluşması ve böylece ürünlerin kısa ömürlü olması sağlanarak birey devamlı tüketime mecbur bırakılır. “Demode” kavramıyla ürünlerin ömürleri kısaltılır ve birey hızlı ve devamlı tüketime yönelir. Tüketim ahlakının egemen olduğu bir toplumda ürünlerin işlevselliğinden çok yeni ve modaya uygun olması önemlidir. Tüketmeyi sosyal kimliğin bir parçası olarak gören toplum için yeni ürünlerin ortaya çıkması eskisinin miadını doldurmasına sebeptir. Eski ürünü kullanan kişi ise psikolojik olarak kendini de eskiye ait görmeye başlamaktadır. Yine kişi toplumun çoğu tüketmeye devam ederken diğerleri gibi tüketemiyorsa itibarını yitireceği veya kültürel olarak alçalacağı hissine kapılır (Tükel, 2014, s. 6-7).

Modern toplumlarda tüketim toplumsal statünün bir göstergesi olarak kabul görmüştür. Böylece birey sürekli bir tüketime maruz bırakılır. Birçok ürün işlevselliğini kayb ettikleri için değil, modaya uymadıkları için değerlerini yitirmektedirler. Modern tüketim toplumunda moda, insanın kendisini ifade etmeye yarayan kısa süreli bir olgudur. Modaya uyarak kişi, kendisinin toplumun bir parçası olarak kabul gördüğünü ve başkalarından farkının ortaya çıktığını zannetmektedir (Kaya & Oğuz, 2010, s. 151). İslam'da israfın yasaklığı prensibinden dolayı sürekli tüketimi amaçlayan moda anlayışı kabul görmemektedir. İslami anlayışta malı elde etmek onu istendiği gibi tüketilebileceği anlamına gelmemektedir. Bu noktada aşırı tüketim ve israfa varan harcamalar kısıtlanmıştır (Köksal, 2003, s. 204).

Üretimi sürdürmek için tüketimi devamlı kılmak modern pazarlama anlayışının temelini oluşturmaktadır. Kişiyi ihtiyacından fazlasına tüketmeye meylettirmek için ürün çeşitliliğine, bunu da tüketiciye tanıtmak için kitle iletişim araçlarına ihtiyaç vardır (Kaya & Oğuz, 2010, s. 152). Günümüzde tüketiciler sosyal medyada daha fazla vakit geçirmekte ve sosyal medya ünlülerinin yaşam tarzı, giyim, dekorasyon ve teknoloji alanındaki tavsiyelerini

dikkate almaktadırlar (Baş & Keskin, 2015, s. 68). Son yıllarda firmalar sosyal medya pazarlamasından yararlanmaya başlamıştır. Sosyal medya platformları üzerinde satın alma işlemlerinin başlamasıyla tüketiciler takip ettikleri kişilerin yönlendirmelerine direkt olarak maruz kalmaktadır. Türkiye nüfusunun %25'ini oluşturan Y kuşağı olarak adlandırılan 16-32 yaş arası genç nüfusun tüketim alışkanlıkları incelenirken internetteki kampanya ve reklamlardan daha fazla etkilendikleri, tüketim faaliyetlerini yerine getirirken yine teknolojiyi kullandıkları saptanmıştır (Tükel, 2014, s. 15-16).

1.2.3. İsrif Çeşitleri

Modern tüketici yaşamın her alanında israfa meyillidir. Sadece maddi varlıkların değil zaman ve emek gibi soyut kaynakların da israfı yapıldığı açıktır. İsrafın en çok yapıldığını düşündüğümüz gıda ve su, para ve zaman kalemlerinde konu incelenecektir.

1.2.3.1. Gıda ve Su İsrafı

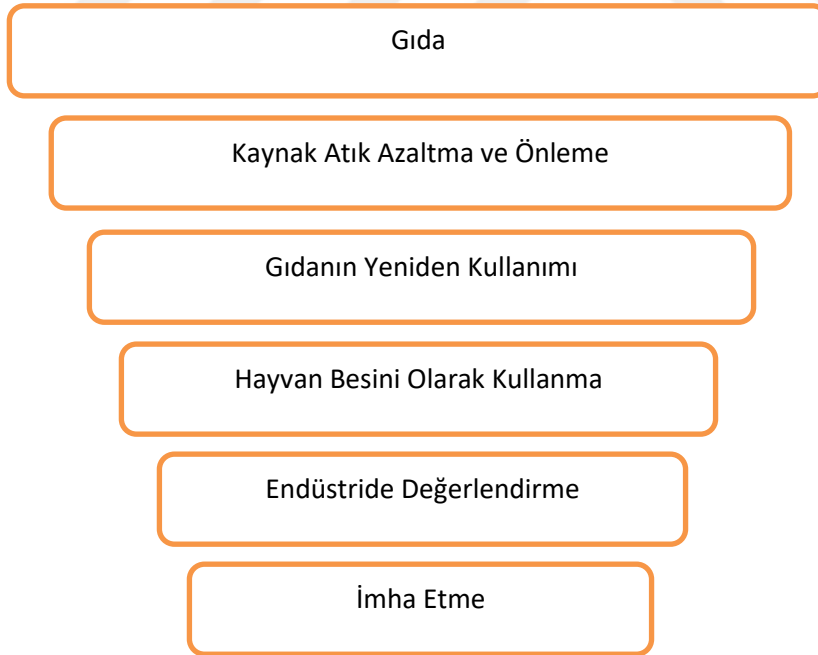
İnsanların tüketmesi için üretilen gıdaların tarladan sofraya ulaşıncaya kadar miktar ve kalite bakımından kayıp vermesine gıda israfı veya gıda kaybı denmektedir (Dölekoğlu, 2017, s. 180). Dünya üzerindeki gıda israfının %56'sı ise gelişmiş ülkelerde gerçekleşmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki gelir artışına paralel olarak artan tüketim miktar ve çeşidindeki artış, alışveriş merkezleri, oteller ve restoranlardaki aşırı tüketim ve israf gıda israfını artıran önemli etkenlerdendir. Gıda israfı gelişmiş ülkelerde dağıtım, pazarlama ve tüketici aşamasından daha yoğun olarak gerçekleşmektedir (Dölekoğlu, 2017, s. 181). Food and Agriculture Organization (FAO) açıkladığı rakamlara göre gelişmiş ülkelerde her yıl 222 milyon ton gıda israf edilmekte ve bu rakam Güney Afrika'daki gıda üretiminin tamamına denk gelmektedir. Pazarlama tekniklerinin gelişmesi ve marketlerin yaygınlaşması ile beraber raf ömrü biten ve tüketime sunulamayan ürünlerin miktarı ise 1,3 milyar tondur⁸.

Dünya üzerindeki tüm insanlara yetecek düzeyde gıda bulunmasına rağmen 815 milyon insan günümüzde halen gıdaya ulaşım sağlayamamaktadır. 2050 yılında 10 milyara ulaşması beklenen küresel nüfusun beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için daha fazla gıdaya ihtiyaç duyulması beklenmektedir. Ancak eğer şimdiden gıda israfının önüne geçilmeye çalışılmazsa iklim, su, toprak ve çevrenin yanı sıra biyoçeşitlilik de risk altında olacaktır ve

⁸ https://www.save-food.org/en/Press/News/Avoiding_Food_Losses_and_Waste

bu dünyanın gıda arzının sürdürülebilirliğine engel olacaktır (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 18).

Gıda israfına sebep olan bireysel tüketici tutumları fazla satın alma, kötü hazırlama, uygunsuz muhafaza ve porsiyon fazlalığı olarak aktarılmaktadır (Dölekoğlu, 2017, s. 181). Restoranlarda tabaklarda yemek kalması, serpmeye kahvaltı konseptiyle ve otellerdeki açık büfelerle kişinin yiyebileceğinden fazla miktarda yiyeceğin sunulmasıyla israfı yol açan işletmeler gıda israfında büyük rol oynamaktadırlar. Gıda israfını önlemek için alınabilecek tedbirler hem devlet destekli projelerle, hem de bireysel teşviklerle gerçekleştirilebilmektedir. Sivil toplum örgütlerinin ve küresel kuruluşların son yıllarda gıda israfını düşürmeye yönelik yaptıkları çalışmalar umut vericidir. Raf ömrü dolmak üzere olan tüketilebilen gıdaların ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması için gıda bankalarının faaliyetlerinin artırılması güzel bir başlangıç olacaktır. Bunun dışında gıda atıklarının enerji veya gübreye dönüştürülmesi sağlanarak gıda israfının çevreye verebileceği zarar azaltılacaktır. Bu noktada Bagherzadeh ve çalışma arkadaşlarının ortaya çıkardığı “Gıda Kullanım Hiyerarşisi” izlenebilecek bir yoldur (Bagherzadeh, Inamura, & Jeong, 2014, s. 10).



Şekil 2. Gıda Kullanım Hiyerarşisi

(Kaynak: Bagherzadeh, 2014)

Ekmek israfı, gıda israfında birinci sırada gelmektedir. Yüksek düzeyli gelir gruplarında daha çok rastlanan ekmek israfı genellikle ekmeğin bayatlamasından kaynaklanmaktadır. Ülkemize günde 1486, yılda ise 542 bin ton ekmeğin israf edildiği belirtilmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 20). Bir diğer ifadeyle günlük üretilen ekmeğin %7'si yani 6 milyon ekmek çöpe gitmektedir (TİSVA, 2019, s. 8). Ekmek israfını önlemek için öncelikle bilgilendirici ve farkındalık düzeyini artırıcı reklam, kamu spotu vb. uygulamalara önem verilmelidir. Okullarda küçük yaşlardan itibaren ekmek israfına karşı neler yapılabileceği üzerine eğitimler verilmelidir.

Bir diğer önemli israf kalemi su israfıdır. 21.yy'da artan su talebine karşılık dünyanın karşılaştığı küresel ısınma ve yanlış su tüketiminden dolayı kullanılabilir su kaynakları sürekli olarak azalmaktadır. Kişi başına günlük asgari tüketilmesi gereken su miktarı 25 litre iken Türkiye'de günlük tüketim 217 litredir. Türkiye su zengini bir ülke değilken günlük tüketimin bu kadar fazla olmasının 2050 yılı itibarıyla su krizine sebep olacağı düşünülmektedir (TİSVA, 2019, s. 3-4). Peygamber Efendimiz' in abdest alan bir sahabeyi uyarması ve akabinde akan bir nehirde bile su tüketimine dikkat edilmesinin gerektiğini vurgulaması İslam'ın su israfına nasıl yaklaştığını göstermektedir⁹. Su israfı problemine engel olunması için tarım, sanayi ve bireysel konutlardaki su kullanımlarındaki israf önlenmelidir. Bunun için bilinçli su tüketimini teşvik edici eğitimler, reklamlar gerçekleştirilmelidir.

1.2.3.2. Para İsrafı

Günümüzde mal ve hizmetlerin kişinin gerçek ihtiyacını karşılamaya yönelik değil sosyal kimliğin belirlenmesi ve gösteriş için harcanması toplumda israfın artmasına sebep olmaktadır. Pazarlama teknikleri ile tüketim kavramına yeni anlamlar kazandırılmış, tüketim sosyal statünün belirleyici bir parçası haline gelmiştir. Pazarlama stratejileri ile bireyin tüketim yaparken tek başına karar vermesi engellenerek birey yönlendirilir (Dal, 2017, s. 15). Birey, satın aldığı mallara sahip olmaktan ziyade tüketim davranışından elde ettiği psikolojik faydaya önem vermektedir. Bireyin temel ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmeyi bir araç olarak görmesi gerekirken ona yeni anlamlar yüklemesi ve sosyal kimliğini oluşturan bir etken kabul etmesi kişinin israf ile ihtiyaç ayrımını yapamamasına yol açmaktadır (Türkiye İsraf Raporu, 2018, s. 12-13).

⁹ İbn Mace, Taharet, 48

Kapitalizm dönemin koşullarına göre bireyi yeni hazlarla kandırarak sürekli tüketim yapmaya itmektedir. Yeni ihtiyaç kalemleri oluşturularak tüketim özendirilmektedir. Kapitalist toplumlarda tüketicilerin ihtiyacının ötesinde harcama yapması için moda, stil ve reklam gibi pazarlama stratejileri kullanılmaktadır. Bu toplumlarda bireyin, tüketim davranışında bulunurken bu stratejilerle tek başına karar vermesi engellenir (Tükel, 2014, s. 6). Kapitalist sistemde tüketim sürekliliği önemli bir etken olduğu için tüketim duygusu ile haz alma ve mutluluk hissi arasında bir ilişki oluşturulur. Bireyin sürekli tüketmesini isteyen kapitalist düzende bireyin haz alması satın alma davranışına bağımlı hale getirilir. Gelecek gelirlerin şimdiden harcanabildiği kredili yaşam tarzının ortaya çıkmasıyla bu bağımlılık artmaktadır (Dal, 2017, s. 10).

İslam ekonomisindeki harcama anlayışı iki ölçek arasında sınırlandırılmıştır. Kişi cimriliğe varmayan minimum harcama ile israfa varmayan maksimum harcama arasındaki meşru alanlarda harcama yapabilmektedir. Diğer bir deyişle İslami tüketim ahlakı israf ile cimrilik arasında bir dengededir (Muttaqin, 2018, s. 6). Modern toplumlardaki aşırı para harcama ve tüketim davranışı İslam tarafından kınanmıştır. Kişinin hayatını kolaylaştıran ve iyileştiren, memnuniyet düzeyini artıran mal ve hizmetlerin yeterli miktardan fazla harcanması yine israfa girmektedir. İsrif, aşırı harcama İslam'da sınırı aşan bir davranış olarak nitelendirilir. Cehaletten kaynaklanan aşırı harcama eğilimi kişinin ihtiyacını karşılamaktan çok arzularını tatmin etmektedir (Muttaqin, 2018, s. 9).

Kaynakların verimli kullanılmaması sonucu ihtiyaç ve isteklerin karşılanmasında sorunlar baş göstermekte ve bu durum israfa yol açmaktadır. Özellikle düğün veya nişan gibi toplu organizasyonlar gösteriş için ihtiyaç fazlası harcamaların en çok görüldüğü alanlardır. Ayrıca sosyal yaşantıya yön veren gelenek ve görenekler bireyin tüketim davranışını da etkilemektedir. Özellikle giyim eşyası veya çeyiz alımlarından israfa varan harcamalar göze çarpmaktadır. Tüketicuyu olumsuz yönde etkileyen bu geleneklerin sonucunda gerçek ihtiyacın karşılanmasından çok para, zaman ve emek israfı ortaya çıkmaktadır. Gelenek ve göreneklerin baskısı ile alışveriş yapanların oranı %27,9 iken (Türkiye İsrif Raporu, 2018, s. 174), nişan, düğün veya sünnet gibi özel günlerde fazla harcama yapanların oranı %55,8'dir (Türkiye İsrif Raporu, 2018, s. 178). Bir başka ifadeyle yaklaşık her iki kişiden biri bazen veya her zaman özel günlerde bütçeyi zorlayan harcamalarda bulunmaktadır.

Türkiye İsrif Raporunda açıklanan verilere göre bireyin isteğe bağlı keyfi tüketim olduğunu düşündüğü alanlar sırasıyla “bisküvi, çikolata, gofret gibi abur cubur tüketimi”

(%76,2), “tiyatro, sinema, sahne sanatları gibi kültür-sanat konularına para harcama” (%69,9), “gezme, eğlence ve sosyalleşme için para harcamak” (%66,4), “tatile gitme” (%65,6), “dışarıda yemek yeme” (%63,4)’dir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 230). Ayrıca yüksek gelire sahip bireylerin giyime daha fazla harcama yapma eğiliminde olduğu saptanmıştır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 233).

Rekabet tüketimine dönüşen günümüz harcamaları gelirin yetmediği durumlarda ileriye dönük borçlanmayla son bulmaktadır. Bireylere “giderlerinin gelirlerinden fazla olması durumunda aradaki farkı nasıl kapattığı” sorulduğunda %28,8’i yakınlarından borç aldığını, %22’si kredi kartı kullandığını ifade etmiştir (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 233). Katılımcıların kredi borcu bulunma oranı bir önceki seneye göre artmıştır. 2017 yılında bu oran %10,4 iken, 2018 yılında artış göstererek %33,9’a yükselmiştir. İhtiyaç kredisi %23,8 ile ilk sırada yer almaktadır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 212).

Bireylerin aşırı harcama davranışlarının disipline edilmesi ve tüketici davranışlarının geliştirilmesi toplumda bilinçli tüketim davranışlarının yaygınlaşmasına olanak sağlayacaktır. Bu nedenle gelirlerin rasyonel kullanımı ve ihtiyaç ile israf arasındaki farkın kavranması konularında tüketiciler bilinçlendirilmelidir. Nitekim finansal bilinç düzeyi arttıkça kredi borcu ve ihtiyaç kredisi borcu olan tüketici oranı azalmaktadır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 209). Finansal bilinç düzeyi düşük gelirli ailelerde finansal kuruluş veya eğitimlere erişimin sınırlı olmasından dolayı düşüktür. Bu aileler veya bireylerin gelir planlaması ve tasarruf konusunda devlet tarafından bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Harcama ve finansal eğitimler ile toplumun tüketici davranışı gelişecek, kredi kartları, tasarruf araçları ve bilinçli borçlanma gibi alanlarda bireyler daha akılcı karar verebileceklerdir. Tüketicuyu olumsuz etkileyen gelenek ve göreneklere göre aşırı harcama yapmanın gerçek ihtiyacın karşılanmasından uzak olduğu fark edilmelidir. İsrafa yol açan bu geleneklerin ihtiyacı karşılama durumları dikkate alınmalı ve mevcut gelire göre tavır sergilenmelidir.

1.2.3.3. Zaman İsrarı

Zaman satın alınamayan ve harcadığı zaman geri dönüşü olmayan bir kaynaktır. Kapitalist tüketim anlayışına göre üretim artırılarak tüketimin maksimize edilmesi hedeflenmektedir. Tüketim ve alışveriş yüceltilerek hayatın merkezine tüketim konulmakta ve böylece tüketimin yaşam tarzını ve sosyal kimliği oluşturduğu kabul edilmektedir (Aytaç, 2006, s. 29). Zaman da kapitalizmin tüketilebilen meta kavramına girmiştir. Çünkü tüketimin

artırılabilirdiği zamanlar iş dışında boş zamanlardan oluşmaktadır. Bu durumda kapitalizmin hedefi boş zamanı ele geçirerek boş zaman anlayışına yeni anlamlar yüklemektir (Aytaç, 2006, s. 29-30).

Boş zamanın bir tüketim zamanına dönüştürülmek istenmesiyle tüketiciye sunulan seçenek ve tercihler artırılmış, boş zamanın tüketimi yeni bir pazar oluşturmuştur. Paket turlar, müzik veya spor etkinlikleri ile boş zaman ticari bir boyut kazanmıştır. Kapitalizmin önemli bir enstrümanı haline gelen boş zaman endüstrisi ile bireyin tüketim alışkanlığı tatmin olmak amacı taşımaz aksine daha fazla mutluluk ve haz için daha fazla tüketmeye kapı aralamaktadır. Dahası iyi yaşamın iyi tüketmekten kaynaklanacağı algısıyla tüketim sürekliliği sağlanmış olur (Aytaç, 2006, s. 49-51). Tüketim ve arzular arasında kurulan bağlantı sayesinde tüketicide boş zamanı değerlendirme şekillerinin kişinin sosyal kimliğini oluşturduğu yanılsaması oluşturulur (Dal, 2017, s. 5-6).

Dış mekân etkinliklerinin yanı sıra kapitalist sistem televizyon, internet, bilgisayar oyunları vb. gibi araçlar ile ev içi boş zamanın üzerinde de egemenlik kurmuştur (Aytaç, 2006, s. 50). Modern teknolojik imkânların artmasıyla artan ürün çeşitliliği sayesinde birey evinin içindeyken bile boş zamanını harcayarak tüketim sürekliliğini sağlamaktadır (Aytaç, 2006, s. 38). Teknolojik gelişimler kişinin hayatını kolaylaştırmış ve makineleşme sayesinde kişiye daha fazla zaman olanağı tanımıştır. Ancak zamanla kişinin boş zamanını teknolojiye bağımlı halde geçirmesi bir fırsatın dezavantaja dönüşmesine örnektir. Akıllı telefonlar ve internetin yaygınlaşmasıyla bireyin mekândan bağımsız tüketmesine olanak sağlanmıştır. Bu imkânlarla erişim kolaylığı bireylerde boş zamanın değerlendirilmesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Türkiye İsrar Raporuna göre cep telefonu sahiplik oranı %98,5 olup akıllı telefon sahipliği ise bu oranın %93,8'lik büyük bir kısmıdır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 51-53). Ayrıca TÜİK'in 2020 yılında yaptığı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım araştırmasına göre 16-74 yaş grubu arasındaki internet kullanım oranı %79, evden internete erişim oranı ise %90,7'dir. Katılımcıların %98,5'lik kısmı düzenli internet kullanıcısıdır. Ayrıca internet kullanıcılarının kişisel kullanım alanları sıralamasında mesajlaşma (%95,1), internet üzerinden arama yapma (%88,1), sosyal medya kullanımı (%80,2) ilk üç sırada gelmektedir (TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2020). Ayrıca 10 yaş üzeri fertlerin boş zamanlarını değerlendirmek üzere yaptığı faaliyetlerin başında %94,6 ile televizyon izlemek gelmektedir (TÜİK, Zaman Kullanımı Araştırması,

2014-2015). Bu oranlar bireyin boş zamanını hangi alanlarda harcadığının göstergesidir. Oranlardan yola çıkarak bireyin boş zamanını etkin ve verimli kullanamadığı, bu durumun da geri dönüşü mümkün olmayan zaman israfına yol açtığı saptanabilir.

İslami anlayışta zaman kavramına ayrı önem verilmektedir. Kur'an-ı Kerim'de bazı ayetlerde üzerine yemin edilmesinden¹⁰, hadislerde sık sık bahsedilmesinden anlaşıldığı üzere zaman insana bahşedilen önemli nimetlerindendir. Allah(cc) zaman israfını önlemek için çıkış yolunu göstermiş ve *“O halde bir işi bitirince, hemen başka işe giriş, onunla uğraş.”*¹¹ tavsiyesiyle bireye zamanı boş geçirmemesi öğütlenmiştir. İnsanın zaman kavramına bakışı ve psikolojik yaklaşımına dikkat çekmek isteyen Peygamber Efendimiz(sav) *“İki nimet vardır ki insanların çoğu bunlarda aldanmışlardır. Bunlar, sıhhat ve vakittir.”*¹² buyurmuşlardır. Maddi kayıp gibi gözükmeyen zaman bireyin üzerinde israf etmiş hissi uyandırmamaktadır. Ancak zaman hadiste de ifade edildiği üzere bir ganimettir ve değerlendirilmesi gerekmektedir.¹³ *“Lüzumsuz söz ve filleri terk etmek kişinin dininin güzelliğindendir.”*¹⁴ hadisi ile Müslümanın artan zamanını boş olarak görmemesi ve geçirmemesi gerektiği açıktır.

Zaman israfıyla mücadele etmek için bireyin öz kontrolünü geliştirmesi gerekmektedir. *“Rabbinin senin üzerinde hakkı var, nefsinin senin üzerinde hakkı var, ailenin de senin üzerinde hakkı vardır. O halde her hak sahibine hakkını ver!”*¹⁵ hadisinde buyrulduğu gibi kişi zamanını etkin, verimli ve iktisatlı kullanmalıdır. Zaman planlaması yapmak ve sürekli yararlı işlerle meşgul olmak kişiyi kapitalist anlamda bir boş zaman algısına düşürmez. Ayrıca teknolojik programları yararına kullanarak ekran süresini kısıtlamak, uyarı verilmesini sağlamak ve hatırlatıcılar ekleyerek internette boş zaman geçirimi azaltılabilir.

1.2.4. İsrâf ile Mücadele Girişimleri

Günümüzde israf ile ilgili toplum bilincinin artması yönünde çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Ayrıca sivil toplum kuruluşlarının ve devlet destekli organizasyonların israfı

¹⁰ “Yemin olsun zamana, muhakkak ki insan hüsrandır. Ancak iman edip iyi dünya ve ahiret için yararlı işler yapanlar, birbirlerine hakkı tavsiye edenler ve sabrı tavsiye edenler başkadır.” Asr Suresi 103/1-3

<https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Asr-suresi/6177/1-3-ayet-tefsiri>

¹¹ İnşirâh Suresi 94/7 <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/İnşirâh-suresi/6095/5-8-ayet-tefsiri>

¹² Buhari, Rikak, 1

¹³ “Beş şey gelmeden önce şu beş şeyi ganimet say: İhtiyarlıktan önce gençliğinin, hastalıktan evvel sıhhatinin, fakirliğinden önce varlıklı olmanın, meşguliyetten önce zamanın ve ölümünden önce de hayatının (kıymetini bil)!” el-Hâkim, el-Müstedrek, Cilt 4, s. 328.

¹⁴ Tirmizi, Zühed, 11

¹⁵ Buhârî, Savm, 51

azaltmaya yönelik girişimleri artmaktadır. Bu bölümde israfı azaltmaya yönelik girişimler geri dönüşüm, gıda israfını azaltma girişimleri ve tasarruf tedbirleri başlıkları altında incelenecektir.

1.2.4.1. Geri Dönüşüm

Son yıllarda sanayileşme sonucu artan üretimi karşılayabilmek için doğal kaynakların hızlı tüketimi önlemlerin alınması gerektiğini hatırlatmaktadır. Artan nüfusa bağlı olarak artan tüketim üretim kapasitesini de artırmaktadır. Bu durumun ortaya çıkardığı yeni durum ise atık fazlalığıdır. Atık fazlalığının çevre ve ekonomiye negatif etkilerinin önüne geçebilmek için atığın oluşum sebebi tespit edilerek engellenmeli, oluşan atıklar maksimum oranda geri kazanılmalı ve önceki aşamalardan geçmiş olan atıkların çevreye zarar vermeyecek şekilde yok edilmelidir. Atıklar geri dönüşüm yoluyla yeniden üretim sürecine dâhil olabilmektedir. Örneğin, kâğıt ve karton ambalajlardan tekrar kâğıt, plastik ambalajlardan elyaf ve elektronik atıklardan ise demir, bakır ve alüminyum gibi malzemeler geri kazanılmaktadır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 26).

Geri dönüşüm uygulamalarının artması atıkların ekonomik ve çevresel etkilerinin en aza inmesine olanak sağlamaktadır. Atık ayrıştırma sistemi ile meyve ve sebze kabukları gibi organik atıklar yakılarak biyogaz elde edilmektedir. Üretilen biyogaz ile enerji üretimi sağlanmakta ve seralarda kullanılabilir. Kâğıt geri dönüşümünün ise hava kirliliğini %74-94 ve su kirliliğini %35 oranında azalttığı ve bir ton kâğıt geri dönüşümünün yapılmasıyla sekiz ağacın kesilmesinin önlendiği saptanmıştır (Türkiye İsrar Raporu, 2018, s. 26-27). Bir ton plastiğin geri dönüşümü sayesinde iki insanın bir yıl boyunca tükettiği miktarda enerji tasarrufu ve 16,3 varil petrol tasarrufu sağlanabilmektedir (TİSVA, 2019, s. 34). Geri dönüştürülen her bir milyon telefonda, 16 ton bakır, 350 kg gümüş, 34 kg altın ve 15 kg paladyum geri kazanılabilmektedir. Ayrıca hurda otomobillerin geri dönüştürülmesiyle 14 milyon ton çelik geri kazanılmaktadır (TİSVA, 2019, s. 24-25).

1991 yılında Türkiye’de ambalaj atıklarını düzenleme sistemine katkı sağlaması için 14 tane paketleme, içecek ve deterjan şirketinin içinde bulunduğu ÇEVKO kurulmuştur. ÇEVKO, doğal kaynakların korunması, enerji tasarrufu, çevre kirliliğinin azaltılması ve ambalaj maddelerinin geri dönüşümünün sağlanması amaçları ile sürdürülebilir gelişme prensibine sahiptir. Sonraki yıllarda belediyelerin öncülüğünde oluşturulan atık toplama kumbaraları, poşetli toplamalar ve geri kazanım noktaları gibi çeşitli geri dönüşüm projeleri

ile birlikte bu konudaki toplumsal bilinç artmaya başlamıştır (Gündüzalp & Güven, 2016, s. 10-11).

Dünya üzerinde son yıllarda dikkat çeken geri dönüşümü teşvik projesi Endonezya’da hayata geçen “Waste Bank” uygulamasıdır. Waste Bank, bankacılık sistemi gibi işleyen atıkları geri satın alarak atıkların işlenmesini sağlayan bir kampanyadır. Waste Bank, Endonezya’nın çeşitli illerindeki şubeleriyle bölge halkının geri dönüştürülebilir atıklarını bankaya yatırması ve geri dönüşüme sağladıkları katkı kadar para kazanmasına olanak sağlamaktadır. Atık bankası yönetim modeli sadece çevre kirliliğini önlemekle kalmayıp, aynı zamanda dar gelirli aileler için ekonomik ve sosyal bir fayda sağlamaktadır (Wulandari, Utomo, & Narmaditya, 2017, s. 36-37).

İleride oluşabilecek doğal kaynak israfından kaynaklanan enerji krizleriyle baş edebilmek için en etkili yöntemlerden birisi geri dönüşümdür. Atıkların geri dönüştürülmesi ve tekrar kullanılabilmesiyle hava ve su kirliliği gibi çevresel etkiler azaltılabildiği gibi geri dönüştürülen atıklar sayesinde ülkelerin ekonomik gelişmelerine de fayda sağlanabilecektir. Türkiye’de kâğıt geri dönüşüm oranı %40 iken, elektronik atıklarda Avrupa’ya oranla 4 kat azalarak bu oran %5’e düşmektedir (TİSVA, 2019, s. 24). Türkiye’de bu konudaki çabaların artırılması ve halkın bu konuda eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi yararlı olacaktır.

1.2.4.2. Gıda İsrafiyla Mücadele Girişimleri

Dünyada aç nüfusa da yetecek gıda üretimi bulunmasına rağmen adil bölüşümün olmamasından ve gıda israfından dolayı açlık sınırı altında yaşayan kişi sayısı hala yüksektir. Son yıllarda gıda israfını önlemeye ve azaltmaya yönelik resmi çabaların yanında sivil toplum kuruluşlarının girişimleri de küresel boyut kazanmıştır. FeedBack 2009 yılında kurularak market reyonlarında alınmayan ve ‘çirkin gıda’ olarak adlandırılan gıdaların hayvanların beslenmesinde kullanılmasına yönelik projesiyle bilinmiştir. Sonrasında faaliyetlerini artırarak gıda atıklarının ortadan kaldırılması için çeşitli girişimlerde bulunmaktadır (<https://feedbackglobal.org>). Inglorious Fruits-Vegetables Fransa’da market zinciri Intermarche tarafından başlatılmıştır. Bu projeye ‘çirkin gıda’ olarak tanımlanan sebze ve meyvelerin indirimli olarak satılmasını ve böylece gıda atığının oluşmasının engellenmesi sağlanmıştır(<https://goodvertising.site>). Yine 1998 yılında İtalya’da kurulan Last Minute Market, son kullanım tarihleri yaklaşmış, görünüşlerinden dolayı hasat edilmeyen ürünlerin

ve satılmayan ilaçların ihtiyaç sahiplerine ulaşmasını sağlamaktadır (<http://www.lastminutemarket.it>).

Hidden Harvest ise 2001 yılında Kanada’da üretim fazlası ürünleri her ay düşük gelirli 50 bin kişiye dağıtan bir uygulamadır (<http://www.hiddenharvest.org>). Hindistan’da faaliyet gösteren Dabba Wala Vakfı, yenmeyen öğlen yemeklerinin sokakta yaşayan ve yetersiz beslenen yaklaşık 200 bin çocukla paylaşılmasına yönelik yürütülen bir projedir (<http://www.dandad.org>). Robin Hood Army Hindistan ve Pakistan’da restoran ve düğünlerden artan gıdaların yoksul nüfusa ulaşmasını sağlayan bir projedir (<https://robinhoodarmy.com>). DC Central Kitchen ABD’de yürütülen, eğitim kurumlarından veya yerel gıda marketlerinden sağlam gıdaları toparlayarak düşük gelirli ailelere dağıtan bir projedir (<https://dccentralkitchen.org>). Lübnan’da 2012 yılında kurulmuş Food Blessed organizasyonu atılan gıdaların ihtiyaç sahiplerine ulaşmasını sağlamaktadır (<http://foodblessed.org>).

Türkiye’de gıda israfını önlemeye karşı çalışmalar olmasına rağmen yeterli düzeyde değildir. En yaygın örneği Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) Ocak 2004 tarihinde tarafından kurulan gıda bankacılığı sistemidir. Gıda bankacılığının amacı israfı önleyerek, açlık sınırında bulunan vatandaşların ihtiyacı olan temel gıda maddelerini zamanında ulaştırmaktır. İHH, TİDER, Boğaziçi Vakfı gibi vakıfların da girişimleriyle gıda bankası sayısı artmıştır. Türkiye’de farklı illeri kapsamak üzere 50 gıda bankası olduğu aktarılmaktadır. (<http://www.israf.org>).

Gıda israfı sadece ekonomik değil toplumsal ve çevresel problemlere de sebep olmaktadır. Resmi kurumlar, STK’lar ve en önemlisi bireysel çabalarla gıda israfının azaltılması sağlanmalıdır. Hasat, depolama, pazarlama, dağıtım ve tüketici boyutunda gerçekleşen her türlü gıda israfı engellenmelidir. Gerek üretici ve tüketicinin bilinçlendirilmesi gerekse ihtiyaç sahiplerine ulaştırılma altyapılarının iyileştirilmesi gıda israfını engellemeye yönelik atılacak önemli adımlardandır.

1.2.4.3. Tasarruf Tedbirleri

Tasarruf tüketilecek şeyi dikkatli harcama demektir.¹⁶ Tasarruflu davranmak ve kanaat etmek israfı önlemeye yönelik atılacak önemli adımlardandır. Hz. Peygamber (sav) “İktisat

¹⁶ Daha fazlası için bkz. <https://www.tasarruf.com.tr/tasarruf-nedir/>

*eden (tasarruf eden), ailesini geçindirme hususunda darlık çekmez.”*¹⁷ buyurarak kişinin gelirini harcama konusunda itidalli davranması öğütlenmiştir. Tüketicinin disipline edilerek israfın önlenmesi ve finansal zorluklardan korunmak için tasarruf tedbirlerinin alınması gerek bireysel gerekse ülke ekonomisi açısından önemli hale gelmiştir.

2014-2018 yıllarının kapsayan 10. Kalkınma Planında israfın azaltılmasına yönelik tedbirler bulunmaktadır. Sürekli tüketimin önlenmesi, israfın azaltılması ve tasarruf tedbirleriyle mevcut kaynakların daha verimli kullanılması hedeflenmiştir. Ülke çapında yüksek büyüme hedefinin gerçekleştirilmesi için ulusal tasarrufların istikrarlı ve yüksek düzeyde olması gerektiği de vurgulanmıştır. Bu plan çerçevesinde finansal okuryazarlığı artırıcı tedbirler, kamuda verimsiz harcamaların kesilmesi ve tasarrufu cazip kılacak fırsatların oluşturulması bulunmaktadır. GSYH’ye bağlı artan hane halkı tüketim harcamaları tasarruf tedbirlerinin önemini vurgulanması gerektiğini hatırlatmaktadır. Tüketici kredileri ve kredi kartları gibi alternatif harcama kanallarının kullanımının artmasıyla tasarruf oranları düşmüştür (Karagöl & Özcan, 2014, s. 9-15).

Türkiye’nin enerji tasarruf potansiyeli %25, konutlarda ise bu oran %35’dir. Diğer bir deyişle Türkiye’de kullanılan enerjinin %25’i, bireysel konutlarda ise %35’i israf edilmektedir (TİSVA, 2019, s. 26). Gereksiz kullanımların önüne geçilerek ve tasarruf ampul ve muslukları kullanılarak evlerdeki aydınlatma ve su israfı önlenabilmektedir. Gereksiz yazışmalardan kaynaklanan kâğıt israfının önüne geçmek için metinler ve yazışmalar dijitale aktarılmalıdır. Bu tür tasarruflarda bulunurken sadece bireysel değil aynı zamanda milli servet de düşünülmelidir. Ancak bireylerin bu konularda bilinçlendirilmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir. Bir diğer deyişle tasarrufları artırarak israfı azaltmanın yolu bireylerin bilinçlendirilerek harcama konusunda eğitilmesidir. Tasarruf yolları ve kredi kartı kullanımı gibi konularda bireylerin bilgilendirilmesi ve tüketim alışkanlıklarını şekillendirilmesinde yardımcı olacak kamu spotlarının hazırlanması toplumsal bilincin artırılmasını sağlayacaktır. Nitekim Türkiye İsfat Raporunda finansal bilinç düzeyi arttıkça tasarruf yapma eğiliminin de arttığı saptanmıştır (TİSVA, 2019, s. 195-196).

¹⁷ Ahmed b. Hanbel, el-Müsneid, Cilt 1, s. 447.

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM İKTİSADINDA TÜKETİM VE İSRAF

2.1. İslam İktisadı: Genel Bakış

Klasik İslami İlimler tasnifinde İslam iktisadı diye bir bilim dalı bulunmamaktadır. Bu sebeple İslam iktisadı “ulum-i dâhile” yani İslam ilim tasnifine sonradan girmiş bir ilim olarak kabul edilmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 25). İslam âlimleri ilk dönemlerde ve sonrasında iktisadı ayrı bir bilim dalı olarak geliştirmemişler, İslam hukuk ve ahlakının bir bölümü olarak ele almışlardır. İlk günlerden itibaren iktisadi meselelerle ilgili çalışmalar yapılmış, sorunlara çözüm aranmıştır. Fıkhi eserlerin yanı sıra siyasi ve tarihi eserlerde de iktisadi meselelere rastlanmaktadır (Ersoy, 2015, s. 40). Özellikle Hz. Peygamber’in nübüvvetinden itibaren zaman içerisinde uygulanan iktisadi pratikler ve İslam âlimlerinin iktisadi meselelerle ilgili yaptığı çalışmalar günümüzde İslam iktisat bilgi birikiminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Günümüzde İslam iktisadı alanındaki literatürün yetersiz kalması Batı medeniyetinin politik egemenliğinin bir sonucudur. Bütün disiplinlerdeki belgelerin toplanması, tasnifi ve teorik çalışmaların yayınlanmasında Batı’nın hegemonyası mevcuttur. Ayrıca kapitalist ve sosyalist ekonomik sistemlerden etkilenen bazı İslam iktisadı araştırmacılarının İslam iktisadını bu ekonomik düzenlere uyarlamaya çalışmaları ve çeşitli benzerliklerini ortaya koymaları İslam iktisadının müstakil bir bilim dalı olarak ele alınmasını zorlaştırmaktadır (Khan M. A., 2017, s. 34-35).

Son yıllarda Batı’da ve Müslüman dünyada İslam iktisadına karşı artan ilginin, araştırmaların ve akademik çalışmaların, İslam iktisadının müstakil bir bilim dalı olarak ele alınmasını sağlayacaktır. Üstelik mevcut ve gelecek ekonomik sorunların çözümsüz kalmasından dolayı, daha adil ve insancıl bir ekonomik düzen arayışının bir sonucu olarak toplumların bu disiplini benimsemeleri kolaylaşacaktır. İslam tarihi boyunca, İslam ekonomisi İslami yasal çerçevenin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmiştir. İslam iktisadi kaideleri, Kur'an ve Hz. Muhammed'in sünneti ve bu ikisinin ışığında ulemanın çıkarımları (ictehat) ile elde edilen İslam Hukukunun (Şeriat) bir ürünü olarak görülmüştür. Sistemin araçları, araçları, hukuki ve idari düzeni, İslam hukukunun ana kaynakları olan Kuran-ı Kerim, sünnet, icma ve kıyasın yanında, istihsan, istislah, istishab ve sedd-i zera'i gibi tali kaynaklar ile de belirlenmiştir. Zaman içerisinde İslam İktisadının akademik dünyada incelenmeye başlanmasıyla temel ilke ve esasları son halini almıştır. Tarih içerisindeki gelişimi ise İslam

İktisadının temel amaçlarına uygun olarak oluşturulan araçların gelişimiyle doğru orantılı olarak ilerleme göstermiştir. Bu bölümde İslam iktisadının kaynakları, temel ilkeleri ve amaç ve araçları anlatılacak ve bölüm tarihsel gelişimi de aktararak sonlandırılacaktır.

2.1.1. İslam İktisadının Kaynakları

İslam iktisadı İslam'ın temel kaynak, ilke ve prensiplerinden ayrı olarak ele alınamamaktadır. Dolayısıyla İslam iktisadının kaynakları aynı zamanda İslam hukukunun yani fıkıh ilminin kaynaklarından oluşmaktadır. Bir şeyi iyice anlamak ve derinlemesine kavramak kelime manalarına gelen fıkıh ilmi, “ibadetlere ve toplum hayatının gerektirdiği bütün hukuki, idari, siyasi ve ekonomik konulara ilişkin olarak müçtehitlerin ana kaynaklardan zihni çabalarıyla çıkarttıkları somut kurallar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Çalış & Yaman, 2017, s. 20). Fıkıhta kaynaklar hükmün nereden ve nasıl çıkarıldığını ifade etmektedir. Hükmü içeren yazılı veya yazısız delillerin yanında hükme ulaşmayı sağlayan yöntemler de İslam hukukunun kaynaklarını oluşturmaktadır. Buna göre fikhin kaynakları asli ve fer'i olarak ikiye ayrılmaktadır. Asli deliller hükmü doğrudan içeren ve fer'i delillere temel oluşturan birincil kaynaklardır. Fer'i deliller ise asli delillerden hareketle hükme ulaştıran ikincil kaynaklardır (Çalış & Yaman, 2017, s. 41).

Asli kaynaklar genel kabule göre kitap, sünnet, icma' ve kıyastır. Kitap ve sünnet temel, icma' ve kıyas ise tamamlayıcı kaynaklar olarak kabul edilmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 54). Kitaptan kasıt bilindiği üzere, Allah(cc) tarafından Hz. Muhammed'e vahiy aracılığıyla indirilmiş olan Kur'an-ı Kerim'dir. Kur'an, lafzı ve manası Allah katından doğrudan indirildiği için diğer bütün kaynaklara da esas teşkil ettiği kabul edilmiştir. Bu sebeple kitaba “asl'ül-usul” yani usullerin aslı denilmiştir (Çalış & Yaman, 2017, s. 42). Sünnet ise Hz. Muhammed'in söz, fiil ve onaylarının bütünü olarak açıklanmaktadır. Kur'an'ın hükümlerini ayrıntısıyla aktarması ve bırakılan boşlukları yine Allah'ın vahyettiği şekilde doldurması Kur'an ve sünnetin aynı kaynaktan çıkarak aynı işlevi gördüğünün kanıtıdır. Dolayısıyla Kur'an ve sünnetin hüküm içeren metinlerine “nass” denilmektedir (Çalış & Yaman, 2017, s. 44). İcma', Hz. Peygamber'in vefatından sonraki bir zaman diliminde müçtehitlerin belirli bir konu üzerinde ittifak etmeleridir. İcmanın en önemli şartı nassa aykırı olmamasıdır (Tabakoğlu, 2013, s. 55). Son olarak kıyas, Kitap, Sünnet veya icma' ile belirlenmiş bir hükmü aralarındaki illet benzerliğinden dolayı yeni karşılaşılan ve hakkında hüküm bulunmayan meseleye vermektedir. Kıyas yönteminde illetin tespiti önem arz etmektedir (Çalış & Yaman, 2017, s. 52-55).

Asli delillerde kesin hüküm bulunmadığı zaman başvurulacak fer'i deliller, örf, sahabe sözü, önceki semavi şeriatler, istihsan, istislah, istishab ve sedd-i zeraidir. Örf nassa tamamen karşı olmamak şartıyla bilinen ve iyi karşılanan geleneklerin şer'i bir delil olarak kullanılmasını ifade etmektedir. Özellikle toplumsal ve iktisadi meselelerde yerel gelenekler esas alınabilmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 56). Sahabe, Hz. Peygamber'le uzun süre beraber bulunmuş olan kimselere denmektedir. Dolayısıyla vahyin inişine şahit olmaları, Hz. Peygamber'in hüküm koyma yöntemlerine yakından şahit olmaları sebebiyle sahabenin kendine özgü yaklaşımı ve içtihatları şer'i delillere kaynaklık etmiştir (Çalış & Yaman, 2017, s. 47). İslam tarafından ortadan kaldırılmayan İslam'dan önceki semavi dinlerin şeriatleri de İslam hukuku tarafından delil kabul edilmiştir (Tabakoğlu, 2013, s. 59). Önceki semavi dinlerin kitapları tahrife uğramış olmalarına rağmen Kur'an ile aynı kaynaktan gelmiş olmaları ve bazı hükümlerin özgünlüklerini koruma ihtimali sebebiyle fıkıhta göz ardı edilmemiştir (Çalış & Yaman, 2017, s. 49). Sözlükte bir şeyi iyi ve güzel bulmak anlamına gelen istihsan, "kıyasa göre hükme bağlanması halinde hukuk düzeninin istemediği katılıkları ve adaletsizlikleri doğuracak bir sorunun, örf ve maslahat gibi gerekçelerle değerlendirilip kanun koyucunun hedefleri doğrultusunda hakkaniyet esaslarına göre çözümlenmesidir" (Çalış & Yaman, 2017, s. 54). Kamu yararı olarak da adlandırılan istihsanın uygulanmasındaki zaruret durumunun giderilmesiyle ortadan kalkmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 57). İstislah ise çözümü asli ve fer'i diğer kaynaklarda bulunmayan bir konuyu maslahata göre hükme bağlamaktır. Maslahat ise yararları elde etmek, zararları ise yok etmek anlamına gelmektedir (Çalış & Yaman, 2017, s. 56). Önceden var olduğu bilinen bir hükme aykırı bir delil bulunmadıkça geçerli saymak ve/veya daha önce var olmadığı bilinen bir durumun da sonradan ortaya çıktığına dair bir delil bulunmadıkça yok saymak olarak tanımlanan istishab, kısaca bir şeyin bulunduğu hal üzere kalması esasıdır (Çalış & Yaman, 2017, s. 59). Son olarak, aslında yapılmasında sakınca olmayan bir fiilin, sakıncalı bir sonuca götüreceği ihtimalinden dolayı yasaklanması anlamına gelen sedd-i zera'i, zararlı sonuçların ortaya çıkmasına sebep olan durumların yasaklanması ve harama giden yolların kapatılması olarak da tanımlanmaktadır (Çalış & Yaman, 2017, s. 58).

İslam iktisadının kaynakları söz konusu olduğu zaman İslam toplumlarının tarihi gelişmelerini göz ardı etmemek gerekmektedir. Müslüman toplumların zaman içerisinde oluşturduğu tecrübeler İslam iktisadi uygulamaları için bir karşılaştırma kaynağı olarak önem arz etmektedir. Yani Müslümanların geçmiş iktisadi tecrübeleri İslam iktisadının bir kaynağı olarak kabul edilebilir (Tabakoğlu, 2013, s. 62-63). Ancak İslam iktisat tarihinin belgelerinin

dağınık durumda olması ve konu hakkında kapsayıcı literatür eksikliği İslam iktisadi sisteminin uygulanmasına katkı sağlayacak yararlı bilgilere erişimi engellemektedir (Khan M. A., 2017, s. 54-55). Ayrıca İslam ahlakı İslam iktisadının kaynakları söz konusu olduğu zaman tamamlayıcı bir unsurdur. Fedakârlık, merhamet, paylaşmak ve affetmek gibi ahlaki ilkeler kimi zaman hukuki kuralların uygulanmasının önüne geçmiştir. Örneğin borçlunun alacağını tahsil etmesi haktır ancak hibe etmesi daha hayırlı kabul edilmiştir (Tabakoğlu, 2013, s. 60-61).

2.1.2. İslam İktisadının Temel İlkeleri

İslam iktisadı 1500 yıllık bir bilgi birikiminin izlerini taşımaktadır. Temeli sosyal adalet olan İslam iktisadının iktisadi kutuplaşma ve haksız rekabeti engellemesi, israfın bertaraf edilmesi, sınıfsal ayrıma karşı olan tutumu, adil gelir dağılımını ve iktisadi istikrarı sağlaması ve zekât ve vakıflar gibi kurumlarla toplumsal dayanışmayı güçlendirmesi İslam iktisadının ahlaki yönüne de dikkat çekmektedir. İktisat, fıkıh ve ahlak bir bütünlük içerisinde İslam iktisadının temel ilke ve uygulamalarını oluşturmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 79-95). Temelde Kur'an ve sünnete dayanan İslam iktisadının ilkeleri fıkıhın hem toplumsal hem ekonomik hayata ilişkin ortaya koyduğu temel prensiplerle örtüşmektedir.

İslam dininin ekonomik hayata ilişkin bilinen en yaygın yasağı riba yasağıdır. Türkçede “faiz” veya “nema” kelimesi ile ifade edilen kavram, aslında daha geniş kapsamlı olarak, parasal mübadelelere ek olarak mal mübadelelerini de içermektedir. Borç ve/veya kredi olarak verilen tutarın anaparasına eklenen ilave anlamına gelen faiz kavramı, mevcut konvansiyonel finans sisteminin en önemli aktörüdür (Yanpar, 2015, s. 59). Toplum yapısının korunması, sosyal ve ekonomik düzenin korunması, eşitlik ve istikrarın sağlanması İslam dinindeki faiz yasağının altında yatan temel sebeplerdendir. Faiz yasağıyla amaçlanan, gelirin tekelleşmesini önleyerek, toplumun refah seviyesini artırmak ve toplumsal adaletin tesisini sağlamaktır. Faiz, toplumun gelir seviyesinde dalgalanmalara sebep olurken, ekonomik sistem içerisinde karşılanamayacak bir borç yükü de meydana getirir (Görmüş vd, 2019, s. 48).

Faiz yasağı hakkında Kur'an-ı Kerim'de yer alan ayetlerden bazıları şunlardır:

“Ey iman edenler! Kat kat artırılmış olarak faiz yemeyin. Allah'a karşı gelmekten sakının ki kurtuluşa eresiniz.” (Ali İmran, 3:130)

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

“Allah, faiz malını mahveder, sadakaları ise artırır (bereketlendirir)...” (Bakara, 2:276)

“...menedildikleri halde faizi almaları ve haksız (yollar) ile insanların mallarını yemeleri yüzünden... (onların) içlerinden inkâra sapanlara acı bir azap hazırladık.” (Nisa,4:161).

Sözlükte, “tehlike ve risk” olarak geçen garar, “İslami sözleşmelerin konusunda veya meblağında meydana gelen aşırı belirsizlik” anlamına gelmektedir (Yanpar, 2015, s. 68). Tarafların sözleşme ile alakalı sorumluluğunun belirsizlik veya şansa dayanması, kişinin hak ve hürriyetlerinin korunması kapsamında yasaklanmış ve garar bulunduran sözleşmelerin uygulanması men edilmiştir. İslami finans ilkelerine göre akitler, ileride anlaşmazlığa sebep olacak her türlü belirsizlikten, aldanma veya aldatma ihtimalinden arındırılmış olmalıdır. Yanlış bilgi verilerek yapılan satış, tam olarak bilinmeyen bir malın satışı, alınmak istenen bir mala bilinmeyen bir bedel biçmek veya malın incelenme imkânı sunulmadan satışı akitte garar oluşturan hallerdendir. Bu duruma mahal vermemek için, akdin konusu, bedeli, şekil ve şartları, nicelik ve niteliği, tarafların hak ve sorumlulukları beyan edilmelidir (Yanpar, 2015, s. 68-71).

Arapça’da, “kumar” anlamına gelen meysir ise İslami finans literatüründe, “meşru bir emek harcanmadan ulaşılabilen her türlü servet” olarak değerlendirilir (Yanpar, 2015, s. 72). Sözleşmede karşı tarafın hakkının göz ardı edilerek yüksek kazanç elde edilmesinin amaçlanması İslami finans sisteminde yasaklanmıştır. Ayrıca sözleşme şekil, şart ve işleyişinin İslami açıdan sıkıntılı olmadığı halde, sözleşme konusu varlığın İslami açıdan yasak olduğu ticari faaliyetler yasaklanmıştır. İçki, domuz ürünleri, pornografi vb. gibi malların ticari faaliyetlerde kullanılması, sözleşme yapısının şeklen İslam’a uygunluğuna bakılmaksızın yasaklanmıştır. Aynı şekilde akdin konusunun meşru olması halinde, sözleşmenin şekli yapısının İslam hukukuna aykırı olması, örneğin borcun karşılığında herhangi bir menfaat talep edilmesi de yasaklanmıştır (Görmüş vd, 2019, s. 223-225).

İslam’da ihtiyaç maddelerinin fiyatların yükselmesi amacıyla uzun süre piyasaya sürülmeyip bekletilmesi anlamına gelen karaborsacılık (ihtikâr) yolu ile fiyatlara müdahale

edilmesi yasaklanmıştır. İslam iktisadında fiyatlara kar haddi koyulmaması esastır. Ancak hayati önemi olan malların stoklanarak karaborsaya düşmesinin önüne geçmek için devlet kâr haddi uygulayarak piyasada dengeyi sağlamaya çalışabilir (Çeker, 2016, s. 107-108). İslam ekonomisi tüketim odaklı bir ekonomi değildir. Kişinin kazanç yönteminin helal olması gerektiği gibi harcama şeklinin de helal olması gerekmektedir. İslam’da mülkün sahibi Allah(c.c)’tır ve kulları emanetçi konumundadırlar. İslamiyet’e göre kişinin mal ve servetinde toplumun diğer kesimlerinin de hakkı bulunmaktadır. Dolayısıyla israf ve lükse düşkünlük İslam’da aynı zamanda kul hakkı olarak da değerlendirilmektedir. Ayrıca israf ve lükse düşkünlük İslam iktisadının sosyal adaleti sağlamak için benimsenen mülkiyetin tabana yayılması ilkesine aykırı kabul edilmiştir (Görmüş vd, 2019, s. 397-398).

2.1.3. İslam İktisadının Amaç ve Araçları

Kâinat Kur’an-ı Kerim’de de ifade edildiği üzere bir denge üzerine kurulmuştur. İktisadi yaşamda da üretim ile tüketim ve arz ve talep gibi konularda dengenin sağlanması İslam iktisadının temelini oluşturmaktadır (Ersoy, 2015, s. 39). İktisat haddi aşmamak, aşırılıklardan uzak olmak ve gelir ve gider arasındaki dengeyi sağlamak olarak tanımlanmaktadır (Kubbealtı Lugatı). Nitekim Latin kökenli “ekonomi” kelimesi yerine Arapça kökenli sözlükte “dengeli, mutedil olmak” anlamlarına gelen iktisat kelimesinin kullanımı İslam iktisadi görüşüne daha uygun düşmektedir. İnsanın dünya üzerindeki yaşamında da dengeyi koruması, aşırıya kaçılmaması, doğru yolda ilerlemesi ve mutedil olması yani orta yolu tutması öğütlenmiştir¹⁸. İslam kişiyi aşırılıktan men ederek, israfa varan bir harcamayı yasaklarken cimrilik de hoş görülmemiş kısaca ikisi arasında dengede olunması gerektiği aktarılmıştır¹⁹. Dolayısıyla İslam iktisadının temel amacının mutedil kişilerin aktörleri olduğu iktisadi düzenin içerisinde sosyal adaletin tesis edilerek felaha yani toplumsal refaha ulaşmak olduğu söylenebilmektedir (Khan, 2017, s. 36-38).

İslam iktisadi düzeninde İslam iktisadının temel ilkelerine uydukça, başkasının zararına yol açmadıkça ve sosyal hayatı olumsuz etkilemedikçe bireylerin özgür irade ve rızalarıyla yaptıkları iktisadi faaliyetler meşru kabul edilmiştir. Bu faaliyetleri kendi başına

¹⁸“(Ey Müslümanlar!) Böylece sizi dengeli bir ümmet kıldık...” Bakara Suresi 2/143

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/150/143-ayet-tefsiri>

“Ey insanlar! Orta yolu tutun!” İbn Mâce, Zühd, 28.

¹⁹ “Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.” Furkan Suresi 25/67 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furkân-suresi/2922/67-ayet-tefsiri>

“Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!” İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İsrâ-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

yürütebildiği gibi aracı kurum ve kuruluşlarla da gerçekleştirebilmektedir. İslam iktisadi kurumlarının temel işlevi iktisadi yaşamda kaynakları israf etmeden üretim-tüketim dengesini sağlamak ve böylece adaletli gelir bölüşümüyle sosyal ve ekonomik hayatın istikrarını temin etmektir (Ersoy, 2015, s. 40-42). Günümüzde mevcut olan temel İslam iktisadi kurumları İslami bankalar, tekafül (sigorta), zekât, vakıf ve hisbedir.

İslami finans sektöründe en yüksek paya sahip olan İslami bankaların ilk örnekleri 1960'lı yıllardaki kooperatif bankacılık uygulamalarına dayanmaktadır. Ancak İslami bankacılığın fiili ilk uygulaması İslam Konferansı Örgütü'nce Cidde'de kurulan İslam Kalkınma Bankası olarak kabul edilmektedir. İzleyen yıllarda Mısır, Sudan, Malezya gibi çeşitli Müslüman ülkelerin de aralarında bulunduğu ülkelerde özel İslami bankalar kurulmuş, Pakistan ve İran gibi ülkelerde ise faiz içeren her türlü işlem yasaklanarak bankacılık sistemini tamamıyla İslamileştirilmiştir (Khan, 2017, s. 88). 2000'li yıllardan itibaren İslami bankalar evrensel ilkelerinin yanı sıra global kriz zamanlarındaki başarılı performansı ile sürdürülebilirliğini kanıtlamış ve finans sektörünün ilgisini çekmiştir. Zamanla konvansiyonel bankaların kendi bünyelerinde İslami bankacılık penceresi oluşturma girişimleri bu durumu kanıtlamaktadır. İslami bankaların uygulamaları mudaraba ve muşaraka gibi ortaklık esasına ve icara, murabaha, istisna, selem ve sukuk gibi ticari işlemlere dayalı yöntemler olarak ikiye ayrılmaktadır (Yanpar, 2015, s. 140).

Günümüzde İslami bankaların tevrruk ve murabaha gibi işlemlere ağırlık vermesi ve piyasaya uyum sağlamak için geliştirilen yeni ürünler sebebiyle konvansiyonel bankalara yakınlaştıkları görülmektedir. Kar-zarar ortaklığı esasına dayanması gereken İslami finans uygulamalarının %78'ini murabaha işlemi oluşturmaktadır. Leasing ve kiralama sözleşmeleri %11 ile ikinci en yaygın kullanılan İslami finans uygulamaları iken, kar paylaşım temelli uygulamalar toplam İslami Finansmanın sadece %8'ini oluşturmaktadır.²⁰ Klasik İslam iktisadi temelini öz sermayeye dayandığı dolayısıyla mudarebe ve muşareke araçlarının kullanılması gerektiği savunula gelmiştir. Ancak mevcut uygulamalarda borç temelli murabahanın daha yaygın olarak kullanılması Tarık Yousef tarafından murabaha sendromu olarak adlandırılmıştır (Yousef, 2004, s. 76).

Tekafül kelimesi Arapça "kök" anlamına gelen 'kafala' kelimesinden gelmektedir. Tekafül, sosyal dayanışma, işbirliği ve üyelerin kayıplarının müşterek tazminatı fikrine

²⁰ Global Report on Islamic Finance Bkz. <https://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Global-Report-on-Islamic-Finance-Islamic-Finance-A-Catalyst-for-Shared-Prosperity-Dr-AhmedMohamedAli.pdf>

dayanan geleneksel sigortaya İslami bir alternatiftir (Yanpar, 2015, s. 257). İslami sigortanın kökeni “Akile”, Peygamber Efendimiz(sav) döneminden önce başlayan ve İslam’dan sonra da devam eden kabile üyeleri arasındaki karşılıklı işbirliğine dayanan bir sistemdir. Sistem sonraki süreçte sürekli olarak uygulanmış ve hatta ikinci halife Hz. Ömer zamanında bazı durumlar için zorunlu hale getirilmiştir. Tekafül sistemi temelde karşılıklı garanti ve karşılıklı iş birliği (Teavün) olarak tanımlanmış ve ancak bu amaçları taşıdığı müddetçe İslam hukukuna göre uygulanabilir olarak kabul edilmiştir. Başka bir deyişle Tekafül sistemi, belirli varlıkların zarar görmesi durumunda söz konusu kayıpları paylaşmayı kabul eden katılımcılar arasında dayanışma, iş birliği, ortak sorumluluk ve kardeşliğe dayanmaktadır (Yanpar, 2015, s. 255). İslam Sigorta Şirketi olarak bilinen ilk İslami sigorta şirketi 1979 yılında Sudan’da kurulmuş ve bu şirketin başarısının ardından Tekafül şirketlerinin sayısı hızla artmıştır. (Demirci, 2019, s. 28). Dünya çapında Tekafül şirketlerinin sayısı şu anda 84 olarak tahmin edilmektedir. Tekafül, sigortanın en hızlı büyüyen segmentlerinden biridir. Tekafül’ün toplam finansal sistem içerisindeki payının 3 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (EYGM, 2014).

İslam’ın beş şartından biri olan zekât, servet ve mülkiyetin yaygınlaşmasındaki rolünden dolayı İslam iktisadının da önemli bir aracıdır. Zekât, kişinin temel ihtiyaçları çıktıktan sonra geride kalan artan nitelikteki malının üzerinden belirli bir süre geçtikten sonra asgari geçim çizgisinin altında olanlara bazen devlet bazense bireysel olarak aktarılan gelir transferidir (Tabakoğlu, 2013, s. 69). Zekât vergi uygulaması gibi algılansa da arada farklılıklar bulunmaktadır. Peygamber Efendimiz(sav), Hz. Ebu Bekir ve Hz. Ömer zamanında bizzat devlet tarafından, sonraki dönemlerde ise devlet veya kuruluşlar tarafından toplanmış ve bireyin inisiyatifine bırakılmıştır. Ayrıca toparlanan zekât sadece kamu harcamaları için kullanılmamış zekât verilebilen sekiz gruba da dağıtılmıştır. Bütün bu uygulamalar zekâtın kapsamının vergiden daha geniş olduğunun kanıtıdır (Sırım, 2018, s. 115,). Hicretin 2. yılında yani İslam Devleti kurulduktan sonra farz olan zekât, nisab²¹ miktarını aşmayan mal varlığı olanlara sağladığı satın alma gücü ile iktisadi faaliyetleri canlandırmakta ve ekonomik eşitsizlikleri önlemektedir (Khan M. A., 2017, s. 90). Alt gelir gruplarına verilen zekât gelir dağılımında adaleti sağlayarak sınıf ayrımını engellemektedir.

Müslüman toplumların sosyal hizmet kurumlarının temelini oluşturan vakıf müessesesi, toplumun eğitim, sağlık, bayındırlık ve sosyal yardım ihtiyaçlarının

²¹ Zekât yükümlülüğünde esas alınan zenginlik ölçüsü anlamında fıkıh terimi. Ayrıntılı bilgi için: <https://islammansiklopedisi.org.tr/nisab>

karşılanmasında kullanılan sabit sermayeyi ifade etmektedir. Vakfa esas olan mal Allah'ın mülkü hükmünde kabul edilerek insanların faydalanmasına sunulmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 193). Sosyal refahı yükselten vakıflar, hayır işlerinin sürekliliğini sağlamaktadır. Hz. Peygamber döneminden beri var olan vakıf uygulamaları sonraki dönemde de artarak devam etmiştir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde cami, medrese, aşevi, han ve çeşmeler gibi toplumun kullanımına sunulan çoğu hizmetin temelinde vakıf müessesesi bulunmaktadır (Khan M. A., 2017, s. 91). İlk dönem vakıf uygulamalarında vakfa konu mallar gayrimenkuller gibi taşınamaz nitelikte olurken sonraki dönemlerde para gibi taşınabilir malların vakfa konu olabileceği de gündeme gelmiştir. Paranın vakfedilebilir olması kimi görüşe göre caiz görülmezken kimi görüşe göre ise İmam Züfer'in içtihadıyla caiz görülmüştür (Tabakoğlu, 2013, s. 195). İmam Züfer'in paranın vakfedilmesi konusundaki görüşünde mudarebe usulü paranın işletilip karın vakfa aktarılması önerilmekte iken uygulamada mudarebeye daha az rastlanılmıştır (Güney, Osmanlı'da PAra Vakfı Uygulamasına Güçlü Bir İtiraz: İmam Birgivi'nin Para Vakfı Aleyhindeki Görüşleri, 2019, s. 29). İlk uygulamasına 15. yüzyılda Osmanlı Devletinde rastlanan para vakıfları dönemin önemli finansman kurumu haline gelmiştir. Osmanlı döneminde paranın vakfedilebilir olması tartışılırken sonraki dönemde para vakıflarının muamele-i şer'iyye gibi faizli işlemlere yakın yöntemlerle yürütülmesi eleştirilmiştir (Güney, 2019, s. 31).

Hisbe, temelleri Hz.Peygamber zamanında atılmış, teşkilat yapısı ise Hz. Ömer zamanında geliştirilmiş denetleme kurumudur. Hz. Peygamber bizzat pazar denetimlerinde bulunması, gayri meşru davranışlar karşısında gereken ikazları yapmasıyla ilk muhtesip olarak kabul edilmiştir. İlerleyen zamanlarda alanında yetkin sahabeleri denetimlere devam etmek üzere görevlendirmiştir (Kallek, Sosyal Servet: İslam'da Yönetim Piyasa İlişkisi, 2018, s. 132-133). Halifeler, daimi görevliler, zabıtarlar, valiler, komutanlar ve kolluk kuvvetleri de piyasaları denetlemiş ve küçük uyuşmazlıkları çözüme kavuşturmuşlardır (Kallek, Sosyal Servet: İslam'da Yönetim Piyasa İlişkisi, 2018, s. 133-141). Pazar nizamı ve düzeni, pazarda satılan malların fiyat denetimi, haram kılınmış malların ticaretinin önlenmesi, serbest rekabetin temini, ölçü-tartı alet ve birimlerinin denetimi, pazardaki malların kalite kontrolü, haksız rekabetin önlenmesi, yeni pazar yerlerinin kurulması ve çevre düzenlemesi muhtesibin temel görevlerinden kabul edilmektedir (Kallek, Sosyal Servet: İslam'da Yönetim Piyasa İlişkisi, 2018, s. 141-158).

2.1.4. İslam İktisadının Tarihsel Gelişimi

İslam tarihi boyunca, İslam İktisadı müstakil bir ilim olarak ele alınmamış ancak İslami yasal çerçevenin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmiştir. İslam iktisadi kaideleri, Kur'an ve Hz. Muhammed'in sünneti ve bu ikisinin ışığında ulemanın çıkarımları ile elde edilen İslam Hukukunun (Şeriat) bir ürünü olarak görülmüştür. Fıkhi eserlere ek olarak tarih ve siyaset eserlerinde de İslam İktisadının izine rastlamak mümkündür. Kur'an, Sünnet ve Müslüman âlimlerin Nas'a²² atıfta bulunarak çeşitli sosyal ve ekonomik kalıplara uygulanabilir şekilde(içtihat) ve bilinenden hareketle bilinmeyeni kavrayarak(kıyas) çıkarım yapmak ilk dönem İslam iktisadının temellerini oluşturmuş ve sonraki gelişimi için bir çerçeve çizmiştir.

İslam Devleti'nin kuruluşundan itibaren İslam iktisadi prensipleri oluşmaya başlamıştır. Hz.Peygamber(sav)'in zamanında temelleri atılan haraç, fidyeye ve zekât gibi vergi düzenlemeleri ve çeşitli devlet müesseseleri Hulefa-i Raşidin ve Emeviler döneminde uygulanmış ve geliştirilmiştir. Fetihlerle genişleyen tarım arazileri, büyük şehirlerin oluşumu, ticari merkezlerin fethedilmesi

20.yy'ın başından itibaren İslam İktisadı modern iktisat bilimine uygun şekilde incelenmeye başlanmıştır. Ancak 1950'li yıllardan sonra çeşitli Müslüman ilim adamlarının konuya değinmesiyle yaygınlık kazanmıştır. Ebu'l-Âlâ Mevdûdi (1903-1979) ile Muhammed Hamidullah(1908- 2002)'ın İslam İktisadının bilimsel olarak gelişimine öncülük ettikleri kabul edilmektedir (Tabakoğlu, 2010, s. 15). 1950'li yıllarda Arap ülkeleri ve Hindistan, Pakistan ve Bangladeş gibi ülkelerde yoğunlukla karşılaşılan İslam İktisadı çalışmalarına 1980'li yıllardan itibaren Malezya ve Endonezya gibi ülkeler dâhil olmuştur (Güney, Durmuş, & Koçoğlu, 2015, s. 76).

1975 yılında kurulan İslam Kalkınma Bankası(IDB) İslam İktisadının gelişiminde önemli bir paya sahiptir. 1976 yılında Mekke'de toplanan I. Milletlerarası İslam İktisadı Konferansı'nda üretim, tüketim, zekât, bankacılık, kalkınma, sigortacılık ve mali politika gibi İslam İktisadının önemli konularına değinilmiştir. Bu toplantıyı 1983 yılında Pakistan'da yapılan II. Milletlerarası İslam İktisadı Konferansı ve 1992 yılında Malezya'da gerçekleştirilen III. Milletlerarası İslam İktisadı Konferansı izlemiştir (Tabakoğlu, 2010, s.

²² Genelde, hüküm kaynağı olması yönüyle Kitap ve sünnetin ifadeleri anlamında, fıkıh usulünde lafzın açıklık düzeyini belirtmek üzere Nas terimi kullanılır. İslâm ilimlerinde nas denilince genellikle Kur'an ve sünnetin lafızları kastedilir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://islamansiklopedisi.org.tr/nas>

17). Son iki konferansta yoğunlukla İslami finans ve bankacılık konuları gündeme alınmış, mudarebe, selem, istisna gibi faizsiz finans araçlarının kullanıldığı bankacılık sistemi teşvik edilmiştir.

Türkiye’de ise İslam iktisadı öncesinde Arapça eserlerin çevrilmesi ile ilerlerken 1980’li yıllardan sonra hem akademik hem de sektörel düzeyde gelişme göstermiştir. 1978 yılında İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde İslâm Ülkeleri İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi (SESTRIC)’nin kurulması, 1983 yılında Albaraka Özel Finans Kurumunun faaliyete geçmesi, çeşitli üniversitelerde İslam İktisadı ve İslam Ekonomisi ve Finansı adlı lisans ve lisansüstü eğitim programlarının açılması İslam İktisadının Türkiye’deki gelişiminde önemli adımlardır.

Kâinat Kur’an-ı Kerim’de de ifade edildiği üzeri bir denge üzerine kurulmuştur. Yeri ve göğü bir uyum içerisinde yaratan, yarattığında herhangi bir uyumsuzluğa rastlanmayan²³ ve dengeyi ve ölçüyü kendisi belirleyen, insanlara ise ölçüyü düzgün tutmanın ve dengeden sapmamanın emrini²⁴ veren Allah(cc)’ın iktisadi yaşamda da dengenin korunmasını istemesi tabiidir. Dolayısıyla kapitalizmde olduğu gibi talebi manipüle edecek bir üretim stratejisiyle tüketimi ekonominin en önemli etkeni görmek İslam’a aykırıdır. Çünkü İslam iktisadında üretim tüketimi artırmaya yönelik bir araç değildir (Tabakoğlu, 2013, s. 87-88). İslam’da üretimin temel amacı ihtiyaçtır ve İslam iktisadı bir ihtiyaç ekonomisidir. Neoklasik yaklaşımda İktisat kavramı “sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların arasındaki ilişki” olarak ifade edilmektedir. Ancak İslam’a göre kaynaklar sınırsız²⁵, ihtiyaçlar ise lüks ve israf yasağıyla, kanaat ve infak etmenin teşvik edilmesiyle sınırlı tutulmuştur (Tabakoğlu, 2013, s. 289-291). Modern iktisat kavramında sınırlı kabul edilen kaynakların verimli kullanılması yerine israf edilmesi ise mevcut sistemin ikilemidir.

Kişiyi ve toplumu sınırsız tüketime sevk eden bir iktisadi gelişim adaletsiz gelir dağılımına ve kaynakların israfına sebebiyet vermektedir. İslam iktisadına göre iktisadi gelişim, nüfus artışına paralel artan ihtiyaçların karşılanmasına yönelik üretimin artırılması yönünde ilerlemektir. İslam’da özel mülkiyet ve servet birikimi toplumun refah seviyesi

²³ “Yedi göğü birbiriyle tam bir uygunluk içinde yaratan O’dur. Rahmânın yaratışında hiçbir uyumsuzluk göremezsin. Gözünü çevir de bir bak, bir bozukluk görebiliyor musun?” Mülk Suresi 67/3
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Mülk-suresi/5242/1-5-ayet-tefsiri>

²⁴ “Göğü O yükseltti, denge ve ölçüyü O koydu ki dengeden sapmayasınız. Ölçüyü düzgün tutasınız ve eksik tartmayasınız.” Rahman Suresi 55/7-9 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Rahmân-suresi/4906/5-13-ayet-tefsiri>

²⁵ “O yeryüzünü canlıların altına serdi. Orada meyveler ve tomurcuklu hurma ağaçları var. Çimlenen taneler ve hoş kokulu bitkiler var. Artık rabbinizin nimetlerinden hangisini inkâr edebilirsiniz?” Rahman Suresi 55/10-13
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Rahmân-suresi/4906/5-13-ayet-tefsiri>

düşünülmüş böylece gelir düzeyleri arasındaki farkın artmasına imkân verilmemiştir. Zekât ve infak gibi uygulamalarla toplumun farklı gelir seviyesindeki kişilerin birbirleri ile iletişimi sağlanmakta ve adalet, cömertlik, merhamet ve kanaat gibi ahlaki öğretiler yaygınlaşmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 294-295).

Kâinatın önemli bir parçası olan insanın dünya üzerindeki yaşamında da dengeyi koruması gerekmektedir. İslam'ın önemli öğretilerinden birisi de kişinin mutedil olması yani orta yolu tutmasıdır²⁶. Yine kişinin yaşamının her alanında aşırıya kaçılmaması ve doğru yolda ilerlemeleri tavsiye edilmiştir²⁷. İslam kişiyi iki yönlü aşırılıktan men etmiş ikisi arasında dengede olunması gerektiği aktarılmıştır²⁸. İsrafa varan bir harcama yasaklanırken harcamadan tamamen kesmek yani cimrilik de hoş görülmemiştir²⁹.

İslam dininde bireysel, toplumsal ve toplumlararası hayata ilişkin ameli hükümleri belirleyen ve yorumlayan ilim dalına fıkıh denmektedir. Kur'an-ı Kerim ve Hz. Peygamber'in Sünneti ise fıkıhın yani İslam hukukunun asli kaynaklarından kabul edilmiştir. Kur'an öğretileri, tarih ve mekânı aşan, tarih dışı öğretiler olarak kabul edilmiş ve insanların bu öğretileri anlaması, yorumlaması ve uygulaması tavsiye edilmiştir. Bu öğretileri anlama, yorumlama ve uygulama kısmında ise sünnete ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle Müslüman âlimler, bu iki kaynağı iktisadi araştırma ve detaylandırma için temel başlangıç noktası kabul etmişlerdir (Yaman & Çalış, 2017, s. 41-46). İzleyen bölümlerde ihtiyaç, tüketim ve israf konusu bu iki temel kaynak açısından incelenecektir.

2.2. İslam İktisadında İhtiyaç ve Tüketim

İnsanlar hayatlarını idame ettirebilmek için çeşitli mal ve hizmetlere gereksinim duymaktadırlar. Bu yokluğun yani ihtiyacın giderilmesi için yapılan faaliyetlere üretim, üretim sonucu ortaya çıkan mal ve hizmetler ile ihtiyacın karşılanmasına ise tüketim denmektedir. Neoklasik iktisat anlayışında kaynaklar sınırlı kabul edilirken ihtiyaçlar sınırsız kabul edilmektedir. Dolayısıyla tüketimin de sınırsız olduğu öngörülebilir. Ancak İslam dininde israfın yasak olması, kanaat ve infak etmenin teşvik edilmesiyle tüketim sınırlı

²⁶ “Ey insanlar! Orta yolu tutun!” İbn Mâce, Zühd, 28.

²⁷ “Aşırıya kaçmayın, dosdoğru yolu tutun ve böyle davrandığınız için alacağınız mükâfattan dolayı sevinin.” Buhârî, İmân, 29.

²⁸ “Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.” Furkan Suresi 25/67 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furkân-suresi/2922/67-ayet-tefsiri>

²⁹ “Eli sıkı olma, ölçsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!” İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İsrâ-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

tutulmuştur. Bu bölümde öncelikle mal kavramına, İslam İktisadının ihtiyaç ve tüketim olgularına nasıl yaklaştığına bakılmıştır.

2.2.1. İslam İktisadında Mal Kavramı

İnsanlar hayatlarını sürdürürken çeşitli ihtiyaçları hâsıl olmaktadır. İhtiyaçlarını gidermek üzere faydalı görüp edinmek istedikleri şeyler mal ismini almaktadır. Yani mal, insanların ihtiyaçlarını gideren ve bu suretle faydalı olarak kabul gören şeylerdir. Bir diğer tabirle iktisadi değeri olan her şey maldır. Maddi varlığı olup olmamasına bakmaksızın insanların ihtiyaçlarına yönelik olan ve insanlar tarafından rağbet edilen her şey mal kapsamına girmektedir (Dalgın, 1999, s. 102). Mal kelimesi toplumlara ve kültürlere göre farklı anlamlar kazanabilmektedir. Göçebe toplumlar için mal kavramı hayvanları kapsarken Arap toplumu için mal denilince altın ve gümüşten sahip olunan şeyler ve develer anlaşılmaktaydı. Sonrasında Arapçada kavramın kapsamı genişlemiş ve malik olunan her türlü şey olarak kullanılır olmuştur (Yıldız M. S., 2017, s. 42). Mal kavramının tanımlarının ve kapsamının kültürlere göre değişmesinin sebebi mala sahip olanlar için o malın önceliği ve önemi ile alakalıdır.

İslam hukuku açısından mal kavramı fıkıh ekollerinin yaklaşımına göre farklı tanımlanmıştır. Hanefi fıkıhına göre mal “insan tabiatının kendisine meylettiği ve ihtiyaç vakti için biriktirilmesi mümkün olan şey” olarak tanımlanmaktadır (Yaman & Çalış, 2017, s. 283). Dolayısıyla hak ve menfaatler mal kabul edilmemekle birlikte bir akde yani satım sözleşmesine konu olması halinde mal değeri kazanmaktadır. Ancak zaman içerisinde Hanefi âlimler mal kavramının kapsamını genişletmiş ve iktisadi değeri bulunan ve sahip olunabilen hak ve menfaatler dâhil her şeyi mal kapsamı içerisine almışlardır (Yaman & Çalış, 2017, s. 283-284). Maliki, Şafi ve Hanbeli fıkıh âlimleri ise malı insanlar arasında iktisadi bir değere sahip ve faydalanılması dinen ve hukuken mümkün olan her şey olarak tanımlamışlardır. Buna göre somut varlıklara ek olarak hak ve menfaatler gibi iktisadi değerlere sahip nesneler de mal olarak kabul edilmektedir (Dalgın, 1999, s. 104-106). Ayrıca bir şeyin mal kabul edilebilmesinin o toplumun iktisadi ve sosyal gelişimine göre değişim göstereceği kısacası örfe bağlı olduğu kabul edilmektedir.

İslam hukukunda farklı ölçütlere göre mallar sınıflandırılmıştır. Mülkiyet açısından mallar kimsenin mülkiyeti altında olmayan serbest mallar ve özel mülkiyete haiz sahipli mallar olarak ayrılmıştır. Hava, su ve toprak gibi nadir olmayan mallar mübah mal olarak da

anılan serbest mallara örnektir. İktisadi mal olarak da nitelendirilen üretim ve tüketime tahsis edilebilen sahipli mallar ise özel mallar, kamu malları, devlet malları ve vakıf mallarıdır (Tabakoğlu, 2013, s. 313). Nakil açısından mallar ise nakit para, eşya gibi menkul(taşınabilir) ve arsa, bina gibi gayrimenkul(taşınamaz) mallardır. Aralarında fark bulunmayan aynı özellikteki misli mallar ve farklılıkları fazla olan kıyemi mallar nitelik açısından malların tasnifine girmektedir. Fabrika üretimi standart mallar misli mallara örnekken hayvanlar, antika ve el işçiliği ürünleri kıyemi malları oluşturmaktadır (Yaman & Çalış, 2017, s. 285).

Fıkıh âlimleri değer açısından malları mütekavvim ve gayri-mütekavvim olarak sınıflandırmışlardır. Mütekavvim mallar kullanım ve mübadele değeri taşıyan mallar olarak tanımlanmıştır. Mahiyeti itibariyle dinin ve hukukun temel ilke ve hükümlerine uyan ve faydalanılması mübah olan mütekavvim mallar bir insanın mülkiyeti altına girdikten sonra belli ölçüde dokunulmaz olmaktadır. Bu sebeple mütekavvim malların yok edilmesi durumunda tazmin edilmesi gerekmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 313). İslam hukukuna göre bir malın tazmin edilebilmesi için o işleme konu malın mütekavvim olması şarttır, aksi durumda hukuki olarak bu işlem dikkate alınmayacaktır (Bayraktar, 2016, s. 118). Malın hukuki değer taşıması yani hukuki işlemlerin konusu olabilmesi için faydalanılmasının helal olması ve kullanılmasının şer'an yasal olması vasıflarını taşıması gerekmektedir. Müslümanların kullanımının mübah olması, malın temiz ve helal olması o malın mütekavvim mal niteliği taşıyabilmesi için yeterlidir (Hacak, 2022). Hem kullanım hem de piyasa değerine sahip nakit para, ticaret eşyası, helal gıdalar ve hayvanlar gibi mallar mütekavvim mallardandır. İslam hukuku açısından satış, hibe, rehin ve vasiyet işlemlerine konu olabilecek mallar mütekavvim olmalıdır.

İslam fıkının faydalanmayı haram kıldığı her türlü şey gayri mütekavvim malın kapsamına girmektedir. İslam'a göre alım satımı ve tüketilmesi yasak olan domuz, içki, hayvan leşi ve gasp edilen mallar gibi mallar zaruret olması halinde kullanılması mübah kapsamına girmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 313). Söz konusu zaruret hali ise açlık ve susuzluk gibi hayati tehlike içeren durumlardır. Bu durumda hayati tehlike ortadan kalkacak derecede gayri mütekavvim malın tüketilmesi caiz görülmüştür. Gayri mütekavvim mallar tazmine mahal değildir. Ancak gayrimüslimler için mütekavvim olan Müslümanlar için gayri mütekavvim malların itlafı tazmini gerektirmektedir (Hacak, 2022). Eti yenmeyen ve insan için başka türlü faydalı kullanımı olmayan domuz, kurt, kartal gibi hayvanlar, şer'i usullere

göre kesilmeyen hayvanlar, her türlü alkollü içki, haram olan oyun ve eğlencelerde kullanılan malzemeler gayri mütekavvim mallara örnektir (Dalgın, 1999, s. 116-119).

Mal bir başka tanımda mülkiyet altına alınabilen, kullanım, mübadele ve fiyat değerine sahip faydalı şey olarak da aktarılmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 312). İnsanlar ilk devirlerden itibaren ihtiyaç duydukları malları ihtiyaç fazlası olarak elinde bulunduran kişilerle mübadele yoluyla edinmişlerdir. İmkânların farklılaşması ile iki malın değiş tokuşu yerini para ile alım-satım işlemine yani ticarete bırakmıştır. İslam şeriatında üretici, tüketici ve malın kapsamı belirlenmiş, alım-satım ilişkilerinin buna göre düzenlenerek gerçekleştirilen ticaret tavsiye edilmiştir³⁰. Ticarete konu olan satılık malların(mebi') şer'an kendisinden istifade edilebilir olması, İslam hukukuna göre temiz kabul edilmesi, satan kişinin mülkünde olması, satım anında mevcut olması, malın taraflarca bilinmesi ve tesliminde sıkıntı olmaması gerekmektedir (Çeker, 2016, s. 53-57). Satım sözleşmesinin ana konusu olan mal meta kavramı ile de ifade edilmektedir. Meta bir insanın iktisadi değer ifade eden bir malının başka bir kişideki iktisadi değeri olan ve ihtiyaç duyulan bir mal ile başka bir kişinin aracılığıyla değiştirilmesi durumundaki mallardır. Yani bir nesnenin meta olarak kabul edilmesi için; o nesneye ihtiyaç duyulması, aynı zamanda estetik bir görünüme sahip olması, ihtiyaç sahibi olan bireyin beğenisine hitap etmesi ve bireyin o nesneyi satın alabilecek ekonomik durumda olması gerekmektedir (Tunalı,1996, s. 89'dan aktaran Mutluel, 2014, s. 688-689).

İslam ticareti tavsiye ettiği gibi ticari ortamın ve mal piyasasının güvenliğini ve sürdürülebilirliğini devam ettirmek için de çeşitli düzenlemeler getirmiştir. Örneğin Asr-ı Saadet'te savaşmayan müşrik tüccarın öldürülmesi yasaklanmış, mal ve can güvenliği koruma altına alınmış, iç gümrük vergileri kaldırılmıştır. Mal akışını tehlikeye sokan durumlar karşısında müdahale edilmiş ve kervan yollarının güvenliği sağlanmıştır. Mal akışının sekteye uğradığı ve piyasada fahiş fiyatlara rastlanıldığı durumlarda İslam devleti fiyatların düşmesi için sevkiyatlar düzenlemiştir (Kallek, 2018, s. 102-105). Yani İslam devleti serbest rekabet nizamı içerisindeki mal piyasasına müdahale etmemekle birlikte suni müdahaleler ile spekülasyon faaliyetlere rastlanılan ortama da izin vermemektedir.

³⁰ "Ey iman edenler! Mallarınızı aranızda haksızlıkla yemeyin; ancak karşılıklı rızânıza dayanan ticaret böyle değildir ve kendinizi öldürmeyin. Şüphesiz Allah size karşı çok merhametlidir." Nisa Suresi 4/29
<https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Nis%C3%A2-suresi/522/29-ayet-tefsiri>

“Yeryüzünde ne varsa tamamını sizin için yaratan O’dur...”³¹ ayetiyle Kur’an her şeyin insan için yaratıldığı, “Ayrıca O, göklerde ve yerde ne varsa hepsini kendinden bir lütf olarak emrinize vermiştir. Bütün bunlarda düşünenler için işaretler vardır.”³² ayetiyle de insanların hizmetine sunulduğuna vurgu yapmaktadır. İslam insanların dünyada mal ve mülk edinmesine karşı çıkmamıştır. İnsanların huzur ve saadeti için servet elde etmek istemesinin ve dünya malından faydalanmasının insan fıtratında var olduğunu “Nefsânî arzulara, (özellikle) kadınlara, oğullara, yığın yığın biriktirilmiş altın ve gümüşe, soylu atlara, sağlam hayvanlara ve ekinlere düşkünlük insanlara çekici kılınmıştır...”³³ ayetiyle aktarmıştır. İslam mal ve serveti kötü görmemekle birlikte kişinin ona karşı takındığı tavrı eleştirmiştir. İnsanın malın mülkünün asıl sahibini unutarak kendini mutlak malik zannetmesini ve mal ve servetin insana hâkim olmasını yermektedir (Temel, 2007, s. 201). Özetle İslam dini insan tabiatının mala meyletmesini doğal kabul ederken ölçsüz kazanma hırsını, mal ve servete aşırı düşkünlüğü ve açgözlülüğü yermektedir³⁴.

Dünya hayatını “...Dünya hayatı sadece aldatıcı bir yararlanmadan başka bir şey değildir.”³⁵ olarak tanımlayan Kur’an dünya malının ahiret hayatının kazanılması için bir aracı olarak görmektedir. Bu dünyada sahip olunan her türlü şey kalıcı olan ahiret yurdu için harcadığı vakit insan için yararlı olmaktadır. “Servet ve oğullar, dünya hayatının süsüdür; kalıcı olan iyi davranışlar ise rabbinin nezdinde hem sevapça daha hayırlı hem de ümit bağlamaya daha lâyıktır.”³⁶ ayeti dünya malının güzel ve kalıcı hale getirilmesine vurgu yapmaktadır. Kur’an dünya mallarının cezbine kapılıp ahiret hayatına tercih edenleri sapkın

³¹ “Yeryüzünde ne varsa tamamını sizin için yaratan, sonra göğe yönelerek onları, yedi gök olarak tamamlayıp düzene koyan O’dur ve O, her şeyi hakkıyla bilmektedir.” Bakara Suresi 2/29

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/36/29-ayet-tefsiri>

³² Casiye Suresi 45/13 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/C%C3%A2siye-suresi/4485/12-13-ayet-tefsiri>

³³ “Nefsânî arzulara, (özellikle) kadınlara, oğullara, yığın yığın biriktirilmiş altın ve gümüşe, soylu atlara, sağlam hayvanlara ve ekinlere düşkünlük insanlara çekici kılınmıştır. İşte bunlar dünya hayatının geçici menfaatleridir. Hâlbuki varılacak güzel yer, Allah’ın katındadır.” Ali İmran Suresi 3/14

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C3%82l-i-%20%C4%B0mr%C3%A2n-suresi/307/14-ayet-tefsiri>

³⁴ “O, aşırı derecede mal sevgisine kapılmıştır.” Adiyat Suresi, 100/8

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C3%82diy%C3%A2t-suresi/6152/6-8-ayet-tefsiri>

“Âdemoğlunun iki vadi dolusu malı olsa üçüncüsünü ister. Âdemoğlunun karnını ancak toprak doldurur. Tövbe edenin tövbesini Allah kabul eder” Buhari, Rikak, 10; Müslim, Zekat, 116.

³⁵ “Bilin ki dünya hayatı, bir oyun, bir eğlence, bir gösteriş, aranızda bir övünme, mal ve evlâta birçokluk yarışından ibarettir. Tıpkı bir yağmur gibi ki bitirdikleri çiftçileri imrendirir, sonra kurumaya yüz tutar, bir de bakarsın ki sararmıştır, ardından da çerçöp haline gelmiştir. Ahirette ise ya çetin bir azap yahut Allah’ın bağışlaması ve hoşnutluğu vardır. Dünya hayatı sadece aldatıcı bir yararlanmadan başka bir şey değildir.” Hadid Suresi 57/20 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Had%C3%AEd-suresi/5095/20-ayet-tefsiri>

³⁶ Kehf Suresi 17 /46 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Kehf-suresi/2185/45-46-ayet-tefsiri>

olarak tanımlamaktadır.³⁷ Yaratılan dünya malları insanların sadece ihtiyaçlarını gidermek için değil aynı zamanda insanların beğeni ve haz duygularına hitap etmesi için de insanların emrine sunulmuştur. “Binmeniz ve güzelliğini seyretmeniz için atları, katırları, eşekleri de yarattı. O, sizin bilmediğiniz başka şeyler de yaratır.”³⁸ ayeti yaratılanların süs ve güzellik aracı olarak insanların beğeni ve estetik duygularına da hitap ettiğini aktarmaktadır.

Kınalızade³⁹ dünya malı için kazanma, koruma ve harcama olmak üzere üç durumdan bahsetmektedir. Kazanma aşamasında insanın zulüm ve haksızlıktan, dilencilik ve maskaralıktan uzak durması gerektiğini ifade etmektedir. Malı korumada ise kazancın ve harcamanın belirli bir dengede olması gerektiğine vurgu yapar. Eğer kişinin kazandığı harcamasından az ise geçim olmayacağını, kazancı ve harcaması birebir denk ise kıtlık ve ihtiyaç zamanlarında dara düşüleceğini, çokça mal biriktiren kişinin ise malı satamaması veya toplumda fiyat yükselmesine sebebiyet vermesi açısından uygun olmadığını aktarmaktadır. Harcama yaparken ise insanın harcamada cimrilik etmezken israfa da düşmemesi gerekmektedir. Gösteriş amacıyla harcamamalı, malının bir kısmını da Allah yolunda tasadduk etmelidir (Aktaran Mutluel, 2014, s. 692-693).

Özetle İslam dini insanların mal ve mülk sahibi olmasına karşı çıkmazken malı edinme, muhafaza etme ve harcama konularında şeriate uygun davranılması gerektiğini öğütlemektedir. İslam fıkına göre helal ve şer'an temiz olan malların yine helal yollardan kazanılması ve sahip olunan malın Allah'ın haram kıldığı alanlarda harcanmaması gerekmektedir. Dünya malına meyletmenin normal olduğu ancak mala olan aşırı düşkünlükten sakınılması tavsiye edilirken harcamalarda orta yolun tutulması, cimrilikten sakınılarak israfa yaklaşılmaması öğütlenmiştir.

2.2.2. İslam İktisadında İhtiyaç

Batı kaynaklı iktisadi yaklaşıma göre ihtiyacın fert veya toplum tarafından hissedilen yokluk olarak tanımlandığından bahsetmiştik. Bu yaklaşıma göre tüm ekonomik faaliyetlerin amacı ihtiyaçları tatmin etme dürtüsüdür. İktisat ilmi ise bu ihtiyaç ile ihtiyaçların karşılanacağı mal ve hizmetler arasındaki gerginlik olarak yansıtılmaktadır. Ayrıca neoklasik iktisadi anlayışta ihtiyaçlar sınırsız ancak ihtiyaçların giderileceği kaynaklar sınırlıdır. Yine

³⁷ “Onlar, dünya hayatını ahirete tercih eden, Allah yolundan alıkoyan ve onu eğri göstermek isteyenlerdir; işte onlar derin bir sapkınlık içindedirler.” İbrahim Suresi 14 /3

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0br%C3%A2h%C3%AEm-suresi/1753/3-ayet-tefsiri>

³⁸ Nahl Suresi 16 /8 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nahl-suresi/1904/3-8-ayet-tefsiri>

³⁹ Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/kinalizade-ali-efendi>

neoklasik iktisadi anlayışta ihtiyaçlar sınırsız kabul edilirken temelinde ihtiyaca dayanan talep faktörü sınırlı kabul edilmektedir. Talep faktörüne sınır çekilerek talebin dayanağı olan ihtiyacın da sınırsız olmadığı dolaylı olarak kabul edilmiş denilebilir.

İslam’a göre ihtiyaçlar sınırlı iken bu ihtiyaçların karşılanacağı kaynaklar sınırsızdır. “*O yeryüzünü canlıların altına serdi. Orada meyveler ve tomurcuklu hurma ağaçları var. Çimlenen taneler ve hoş kokulu bitkiler var. Artık rabbinizin nimetlerinden hangisini inkâr edebilirsiniz?*”⁴⁰ ayetiyle yeryüzündeki kaynakların bolluğundan bahsedilmiş, “*O size istediğiniz her şeyi verdi. Allah’ın nimetlerini saymaya kalksanız başa çıkamazsınız. Şu bir gerçek ki insanoğlu çok zalim, çok nankördür!*”⁴¹ ayetiyle de bu kaynakların insanların emrine sunulduğu söylenmiştir. Ayrıca İslami anlayışta ihtiyaçlar sınırsız olarak kabul edilmemektedir. Ayrıca ihtiyaçlar giderildikçe şiddetlerini kaybetmektedir. İhtiyaç duyulan bir mal ve hizmetin tüketilmesinden sonra elde edilen fayda tüketimin devam etmesiyle bir yerden sonra sıfırlanacaktır. Azalan marjinal fayda olarak ifade edilen bu durum ihtiyaçların bir sınırının olduğuna kanıttır (Pekcan, 2003, s. 525-526).

“*Ona (insanın nefesine, öz benliğine) kötülük ve iyiliği idrak kabiliyetini ilham edene yemin olsun ki...*” ayetinde olduğu gibi Kur’an insanın özündeki iyilik ve kötülüğe olan meylinde bahsederken bireyin istekleri, arzuları ve hırsları gibi nefsi yönlendirmelerini heva⁴² kavramıyla aktarmıştır. Sözlük anlamı istek, heves, meyil olan heva nefsin kötü arzulara karşı olan eğilimi olarak tanımlanmaktadır. İslam’a göre temel ve zaruri ihtiyaçlardan fazla yapılan tüketim kişinin nefsi yönlendirmelerinden, yani hevasından kaynaklanmaktadır. “*Bayağı arzularını tanrılaştıran kişiyi gördün mü?*”⁴³ ayeti bireylerin ahiret yolculuğunda bir aracı konumunda olan dünya hayatını bir amaç olarak görmesi ve arzu ve isteklerine buna göre şekil verdiğini söylemektedir. Kişinin ihtiyaçları sınırlı, hevası, arzu ve istekleri ise sınırsızdır. Bireyin ihtiyaçları fizyolojik olarak ortaya çıkarken arzularının arkasında psikolojik bir dürtünün olduğu gözlemlenmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 289). Fizyolojik ihtiyaçların bir sonu varken psikolojik yönlendirmelerle şekillenen arzular sınırsız olabilmektedir.

⁴⁰ İbrahim Suresi 14/34 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0br%C3%A2h%C3%AEm-suresi/1782/32-34-ayet-tefsiri>

⁴¹ Rahman Suresi 55/10-13 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Rahmân-suresi/4906/5-13-ayet-tefsiri>

⁴² Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/heva>

⁴³ “Bayağı arzularını tanrılaştıran kişiyi gördün mü? Şimdi sen, bu adamı da doğru yola getirmekle yükümlü olabilir misin?” Furkan Suresi 25/43 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furk%C3%A2n-suresi/2898/43-44-ayet-tefsiri>

İslam dini insanın doğasından gelen arzu ve hırslarına bir sınır getirmiştir. Bu sınır kanaati, infakı, isarı teşvik etmekle, maddi tatminin geçiciliği yerine manevi tatminin sonsuzluğunu tavsiye etmekle yapmıştır. “...Yine sana Allah yolunda ne harcayacaklarını soruyorlar. De ki: İhtiyaçtan arta kalanı. Allah size ayetleri böyle açıklıyor ki düşünesiniz.”⁴⁴ ayeti bireye sosyal sorumluluk yüklemekte, ihtiyacı kadarını tüketirken arta kalanı da din kardeşleri ile paylaşmasını öğütlemektedir. Batı kaynaklı iktisadi sistem içerisinde ihtiyaç ferdi bir olgudur. Ancak İslam İktisadında ihtiyaç kavramı sosyal açıdan ele alınmaktadır. İslam kişiye komşusuna, akrabasına, yoksullara sürekli olarak iyilikte bulunması, onların ihtiyacını gözetmesi konusunda telkinde bulunmaktadır⁴⁵. Bir toplumda zorunlu ihtiyaçlarını gideremeyen insanlar mevcutken bireyin kültürel ve lüks ihtiyaçlarını karşılaması söz konusu değildir (Tabakoğlu, 2013, s. 289). Toplum çıkarları her zaman bireylerden önce gelmektedir. “Müslümanlar, kendileri fakirlik ve ihtiyaç içerisinde olsalar bile diğer kardeşlerini kendi öz canlarına tercih ederler”⁴⁶ ayetinde olduğu gibi din kardeşini kendine tercih etmek Müslüman ahlakı olarak tasvir edilmektedir.

Kapitalizmle üretim odaklı bir sosyal yapılanma tüketim merkezli ihtiyaç ve isteklerin olduğu bir sisteme dönüşmüştür. Yetersiz kaynaklar ile karşılanmaya çalışılan ihtiyaç ve isteklerin oluşturduğu üretim merkezli bir ekonomik yapılanmadan suni ihtiyaç ve isteklerin oluşturularak tüketim merkezli bir yapılanmaya geçiş kapitalist sistemin tüketim toplumunun oluşumundaki etkisinin göstergesidir (Demirezen, 2010, s. 102). Kapitalist iktisadi düşüncede sınırsız ihtiyaçlar göz önüne alınarak yapılan üretim israfa yol açmaktadır. Kıt kaynakların sınırsız addedilen ihtiyaçlar için israf edilmesi kaynakların verimli kullanılmamasına sebep olmaktadır (Pekcan, 2003, s. 526). Temel ihtiyaçlardan fazla yapılan tüketim kişiyi tatminsizliğe götürmektedir. Ancak İslam ekonomisi manevi tatminin sınırsızlığını esas alan bir ihtiyaç yaklaşımı ile üretim, tüketim ve bölüşüm ilkelerini oluşturmuştur. İslam’da

⁴⁴ “Sana içkiyi ve kumarı soruyorlar. De ki: Bu ikisinde insanlar için büyük zarar ve bazı faydalar vardır; zararları da faydalarından büyüktür. Sana neyi infak edeceklerini de soruyorlar. De ki: İhtiyaç fazlasını. Allah sizin için ayetlerini işte böyle açıklıyor ki düşünesiniz.” Bakara Suresi 2/219

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/226/219-ayet-tefsiri>

⁴⁵ “Allah’a kulluk edin ve O’na hiçbir şeyi ortak koşmayın. Ana-babanıza iyilikte bulunun. Akrabaya, yetimlere, yoksullara, yakın komşuya, uzak komşuya, yakın arkadaşta, yolda kalmışlara, elinizin altında bulunan köle, câriye, hizmetçi ve işçilere iyilik yapın. Çünkü Allah, kendini beğenen ve çokça övünüp duran kimseleri kesinlikle sevmez.” Nisa Suresi 4/36 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nis%C3%A2-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

“Çorba pişirdiğin zaman suyunu çok koy. Sonra da komşularını gözden geçir ve gerekli gördüklerine güzel bir şekilde sun!” Müslim, Birr 143

⁴⁶ “Onlardan önce bu yurda yerleşmiş ve gönülden inanmış olanlar, kendilerine göç edip gelenleri severler, onlara verilenlerden dolayı içlerinde bir rahatsızlık duymazlar; ihtiyaç içinde olsalar bile onları kendilerine tercih ederler. Kim nefsinin bencilliğinden korunmayı başarırsa işte kurtuluşa erecekler onlardır.” Haşr Suresi 59/9 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Ha%C5%9Fr-suresi/5132/6-10-ayet-tefsiri>

ihtiyacı sınırlayan en önemli etkenler lüks ve israfın yasak olması ve kanaat ve infak etmenin teşvik edilmesidir. İsrâf yasağı ihtiyaca getirilen doğal bir sınırdır. Birey bu sınır dâhilinde kendi öz iradesiyle hareket edebilmektedir. Böylece Müslüman birey tüketiminin sınırsızlığıyla elde edeceği maddi hazzı değil, israftan kaçınmanın ve daha muhtaç olanlarla paylaşmanın sağladığı sınırsız manevi hazzı tadacaktır.

Normal ve helal olan her türlü ihtiyacın giderilmesi konusunda dini olarak herhangi bir yasaklama bulunmamaktadır. “De ki: ‘Allah’ın kulları için yarattığı süsü, temiz ve iyi rızıkları kim haram kıldı?’ De ki: ‘Onlar dünya hayatında müminlere yaraşır; kıyamet gününde ise yalnız onlara mahsus olacaktır.’ İşte anlayan bir topluluk için ayetleri böyle açıklıyoruz.”⁴⁷ ve “Sana, kendileri için nelerin helâl kılındığını soruyorlar. De ki: ‘İyi ve temiz olanlar size helâl kılınmıştır...’”⁴⁸ ayetlerinde helal yoldan elde edilmiş temiz ve helal her şeyi Müslümanların emrine sunulduğundan haber vermektedir. İslam’da israftan kaçınma ve ihtiyacın helal yoldan giderilmesi temel prensipleri karşılandığı takdirde ihtiyacın giderilmesi teşvik edilmektedir. “Ey Âdemoğulları! Size mahrem yerlerinizi örtecek giysi, süsleneceğiniz elbise yarattık. Takva elbisesi, işte o daha hayırlıdır. Bunlar Allah’ın ayetlerindendir. Umulur ki düşünüp öğüt alırlar.”⁴⁹ ayetinde insanlara giyinmek ve süslenmek için elbise sunulduğundan bahsederken ‘takva elbisesi’ kavramıyla aşırılıktan ve israftan kaçınmanın insanların hayrına olduğu aktarılmıştır (Mutluel, 2014, s. 590).

İslam hukukunda ihtiyaç kavramı maslahat eksenli yaklaşımların da temelini oluşturmaktadır. Bu yaklaşımların temel unsurları üç başlıkta toplanmıştır:

- İnsan çeşitli ihtiyaçları olan bir varlıktır.
- Maslahat’ı celb(yararlı şeylerin elde edilmesi) ve mefsedeti def etmek(zararlı şeylerin uzaklaştırılması) bir ihtiyaçtır.
- İslam hukukunun en önemli gayesi de bu ihtiyaçların giderilmesini sağlamaktır

Bu sebeple İslam hukukunda ihtiyacın derecelerine göre zaruri(zorunlu), haci(normal) ve tahsini(tamamlayıcı) olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır (Pekcan, 2003, s. 527). İlk olarak

⁴⁷ Araf Suresi 7/32 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A'r%C3%A2f-suresi/986/32-ayet-tefsiri>

⁴⁸ “Sana, kendileri için nelerin helâl kılındığını soruyorlar. De ki: “İyi ve temiz olanlar size helâl kılınmıştır.” Yırtıcı hayvanlardan olup Allah’ın size öğrettiği ile eğiterek avcı hale getirdiğiniz hayvanların sizin için yakaladıklarından da yiyin; (hayvanı ava salarken besmele çekerek) üzerine Allah’ın adını da anın. Allah’tan korkun, şüphesiz Allah’ın hesabı pek çabuktur.” Maide Suresi 5/4

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/M%C3%A2ide-suresi/673/4-ayet-tefsiri>

⁴⁹ Araf Suresi 7/26 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A'r%C3%A2f-suresi/980/26-ayet-tefsiri>

Şafii Fakih Cüveyni'nin⁵⁰ yaptığı bu tasnif talebesi Gazzali tarafından 'zaruriyyat(insan hayatı için zorunlu ve gerekli ihtiyaçlar), haciyyat(insanların hayatlarında kolaylık ve rahatlık sağlayan normal ihtiyaçlar), tahsiniyyat(zorunlu ve normal ihtiyaçların dışında tamamlayıcı nitelik taşıyan güzelleştirici ihtiyaçlar)' olarak son halini almıştır (Karaoğlu, 2020, s. 207).

Zaruriyyat insanın hayatının devamı için gerekli olan temel hak ve değerleri ifade etmektedir. Zaruriyyat fıkıhta can, nesil, akıl, mal ve dinin korunması olarak açıklanan zaruriyyat-ı hamse veya mekasıd-ı hamse olarak adlandırılan alanı içermektedir. Zaruri ihtiyaçların karşılanmasında insanın dengeli olması tavsiye edilmektedir. İbn Miskeveyh'e göre zaruri ihtiyaçların giderilmesindeki temel ölçü kişinin yaptığı işi başkasına anlattığı zaman utanmaması, gizli-saklı yapmaması ve aşırılıklardan uzak olmasıdır (Mutluel, 2014, s. 691). Beslenmede insanın yeteri kadar beslenmesi, aşırılık ve cimrilik arasında dengeli bir beslenme düzeninin oluşturulması, giyimde de yine aynı ölçüye uyulması gerekmektedir. Haciyyat ise zaruret derecesinde olmamakla birlikte hem bireyin hem de toplumun yaşam ve düzenini kolaylaştıran, karşılanmaması halinde zorluk ve sıkıntı veren ihtiyaçlardır. Başka bir yaklaşımda ise haciyyat zaruri olarak gerekli olan mal ve hizmetlerin kalite veya miktar olarak farklı olduğu vazgeçilmez olmamakla birlikte bireyleri rahatlatan uygulamalar denilmektedir. Zaruret ve ihtiyaç derecesine ulaşmamakla birlikte hayatı kolaylaştıran ve güzelleştiren yararları ifade eden tahsiniyyat rahatlıktan ziyade estetik güzellik, zarafet ve sanat duygularını tatmine etmek amacı taşıyan ürün ve hizmetlerdir. Ahlaki erdemlerin geliştirilmesi ve görgü kurallarına uyulması bu amaca yönelik bir fayda oluşturmaktadır (Terzi, 2016, s. 59-60).

İhtiyaç kavramının İbn Haldun'un da 'umran' teorisinin temelini oluşturduğundan bahsetmiştik. İbn Haldun'a göre bir toplumun ve uygarlığın inşası zaruri, haci ve kemali ihtiyaçlarının farklı düzeylerde karşılanmasıyla oluşmaktadır. Yine bir devletin ve uygarlığın çöküşü bu ihtiyaçların giderilmesindeki değer kaybından dolayı oluşmaktadır. İnsanların kemali düzeydeki ihtiyaçları yani güzel sanatlar, bilimsel ilerlemeler ve teknik gelişmelerdeki gerileme 'umran'ın çöküşünün önünü açmaktadır. Eğer yöneticiler bu olumlu kazanımları koruma yönünde hareket etmezlerse bu sefer gündelik haci ihtiyaçlarının karşılanmasında zorluk yaşanması kaçınılmazdır. Sonrasında ise bir toplumu var eden zaruri ihtiyaçların karşılanması imkânsız hale gelecektir. Din, akıl, nesil, can ve maldan oluşan mekasıd-ı hamse korunamaz ve yitirilirse artık 'umran' sona ermiştir (Pekcan, 2003, s. 532). Toplum ve

⁵⁰ Detaylı bilgi için bkz: <https://islamansiklopedisi.org.tr/cuveyni-imamul-haremeyn>

uygarlıkların kurulması ve ilerlemesinde zaruri, haci ve kelami ihtiyaçların karşılanabileceği sosyal, ekonomik, idari ve siyasi ortamın oluşması zemin hazırlamaktadır. Yine uygarlıkların gerilemesi ve okluşu ihtiyaçların karşılanabileceği faaliyetler ve ortamların gerilemesi ve ortadan kalkmasıyla gerçekleşmektedir.

İslam dluşncesinde ihtiyaçlar zorunluluk derecesine göre sınıflandırılarak beşe ayrılmışlardır. Bunlardan ilki sıkıntı ve zorluğun haram olan mal ve hizmetlerin kullanımının bile mubah hale geldiği zaruret halidir. lmek üzere olan birinin ölmeyecek kadar domuz etini yiyebilmesi zaruret haline örnektir. İkincisi ise lme götürecek bir durum olmamasına rağmen kişinin grdğu sıkıntı ve zorluk olan hacet durumudur. Oruçlu kimsenin zor durumda kalarak orucunu aması hacet durumundan ortaya çıkmaktadır. Menfaat ise insanın temel ihtiyaçlarını istemesi olarak adlandırılmıştır. Kişinin helal olan yemeklerden ve giysilerden istemesi örnek olarak verilebilir. Dördüncüsü olan zinet bir kimsenin lezzetli ve hoş şeylere yönelmesi olarak tanımlanmıştır. Güzel dokulu elbiseler giyilmek istenmesi ve hoş kokulu meyvelerin tüketilmek istenmesi gibi durumlar zinete örnektir. Son olarak fudul isteklerin artık haram ve şüpheli şeylere yönelmesi olarak görülmektedir. Altın kaplardan yemek yenmesi ve içki tüketilmesi kişinin isteklerinin meşru daireden saptığını göstermektedir (Pekcan, 2003, s. 529). Bu beşli sınıflandırma incelendiği zaman birinci ve ikinci durumun Gazzali'nin ihtiyaç sınıflandırmasından zaruriyyat, üçüncü durumun haciyyat ve dördüncü durumun ise tahsiniyyat veya diğer ismiyle kemaliyyat olduğu görülebilmektedir. Beşinci durum ise İslam hukukunda yasak bir alanı ifade ettiği için bu sınıflandırmaya tabi olmamaktadır. Dolayısıyla Gazzali'nin l ihtiyaç sınıflandırması daha kapsayıcı gözükmektedir.

İhtiyaç konusunda İslam hukukunda önemli bir kavram olan havaic-i asliye, zekât dışında tutulan temel ihtiyaç malları anlamında fıkıh terimi olarak tanımlanmaktadır. Sözlükte bir şeye ihtiyaç duyma veya kendisine ihtiyaç duyulan şey olarak geçen havaic, zorluk ve sıkıntının giderilmesi için insanın ihtiyaç duyduğu şeyler manasına gelen hacetin çoğuludur (eker, 2022). Fıkıhta havaic-i asliye ise bir kimsenin mali mükellefiyetlere konu olmayan, kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kimselerin bir yıllık asli ihtiyaçlarının karşılık geldiği şeyleri ifade etmektedir. Söz konusu mali mükellefiyetler ise zekât, fitre, kurban, hac ve nafakadır. Zekât ibadetinde kişinin havaic-i asliye kapsamına giren malı çıktıktan sonra arta kalan malı nisab miktarına ulaşmadıkça kişiye zekât düşmemektedir (Karaoğlan, 2020, s. 208). İslam hukukunda bireyin kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu ailesinin temel

ihtiyaçları havaic-i asliye olarak adlandırılarak zekât, sadaka, kurban gibi mali ibadetlerden ayrı tutulmuştur. Temel ihtiyaçlar Hanefî fakihler tarafından bir kimsenin elinde bulunan evi, hizmetçileri, bineği, ailenin yiyecek ve giyeceği, borcunun karşılığı olarak bulunan malı olarak açıklanmıştır. Son dönem İslam hukukçuları ise önceden ihtiyaç olmayıp zamanla değişen ve gelişen şartlar neticesinde ihtiyaç niteliği taşıyan eşyaları da temel ihtiyaçlar listesine dâhil etmişlerdir. Sanat ve meslek aletleri, tezgâh, atölye, örfe göre normal miktarda olan süs ve ziynet eşyası, ilim adamının kitapları Yusuf el-Karadavi'nin temel ihtiyaçlar listesindeki ek maddelerdendir (Karaoğlu, 2020, s. 208-209). Temel ihtiyaçların zaman, çevre, toplumun örfü gibi şartlardan etkilenerek değişebileceği aşîkârdır. Hangi tür ve miktar malın temel ihtiyaç kabul edileceği toplumun iktisadi şartlarına ve bireyin sosyal durumuna göre belirlenmesi yerinde olacaktır.

Şah Veliyyullah Dihlevî'ye göre insan diğer canlılardan farklı olarak ihtiyaçlarını giderirken kendi estetik ve güzellik anlayışına uygun olmasını da istemektedir. Sadece ihtiyaçlarının giderilmesiyle yetinmeyen insanoğlu ihtiyaçlarından ve ihtiyaçlarını giderme sürecinden zevk ve haz almak istemektedir. Farabi ise satın alınacak herhangi bir nesnenin sadece kişinin hoşuna gittiği için satın alınmasının yanlış olduğunu aynı zamanda o nesneye ihtiyacının da olması gerektiğini belirtmektedir (Mutluel, 2014, s. 690-691). İhtiyaç olmadığı halde sadece kişinin beğenilerine hitap ettiği için alınan bir nesne israf olarak değerlendirilerek kötü ve tavsiye edilmeyen bir davranış olarak görülmektedir.

2.2.3. İslam İktisadında Tüketim

Tüketim insanoğlunun yaşamı boyunca hayatını devam ettirmek için gereken en önemli faaliyetlerdendir. Zaman içerisinde farklı şekillere bürünmüş olsa da her zaman insan yaşamının önemli bir parçası olmuştur. Postmodern toplum olarak tanımlanan günümüz ortamında tüketim bir araç değil amaç olarak algılanmaktadır. Toplumda oluşturulan tüketim kültürü tüketimi vazgeçilmez olarak yansıtmaktadır. Bireylerin gerçek ihtiyaçlarının karşılanması olarak görülmesi gereken tüketim kapitalist sistemin yönlendirmesi ile oluşturulan suni ihtiyaçların giderilmesine evrilmiştir. Ayrıca tüketme eylemine yüklenen anlam değişikliğe uğramış bireylerin neyi nasıl ve ne kadar tükettiğinin sosyal konumunu yansıttığı kabul edilmiştir. Toplumda ait olmak istediği zümreye tüketim yaparak ulaşmayı amaçlayan birey bu amacını gerçekleştirmek için tüketirken toplumsal ve ahlaki normlar yerine kendi arzu ve isteklerini öncelemiştir.

Oluşan bu tüketim temelli ortamda İslam insanlara dünya hayatının geçiciliğini hatırlatarak dengeyi ve kanaat etmeyi teşvik etmektedir. “(Oysa onların tek gerçek kabul ettikleri) bu dünya hayatı hakikatte sadece bir oyun ve eğlenceden ibarettir; ahiret yurduna gelince işte asıl hayat odur; keşke bunu bilselerdi!”⁵¹ ayetinde söylendiği gibi ahiret hayatının yanında dünya hayatı geçici kabul edilmektedir. O halde bu geçici dünya hayatındaki metanın sağladığı huzur ve tatmin de geçicidir. Kur’an-ı Kerim’de insanın dünya malına olan meyli aktarılırken aşırıya kaçması durumundan insanın Rabbine nankörlük edeceği söylenmiştir: “İnsan, rabbine karşı pek nankördür. Şüphesiz buna kendisi de şahittir; O, aşırı derecede mal sevgisine kapılmıştır.”⁵². Çağdaş tüketim kültürü sürekli tüketime yönlendirirken İslam hayatın her alanında olduğu gibi tüketimde de dengeyi tavsiye etmiştir. “Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!”⁵³ ayetinde olduğu gibi bireyin harcama yaparken ve tüketirken israf ve cimrilik arasında dengede olması gerektiği aktarılmıştır.

Tüketim kültürünün hüküm sürdüğü toplumsal yaşamda bireyin alacağı karar ve tercihlerde sadece kendi ekonomik çıkarlarını düşünen “homo economicus” diye adlandırılan bir insan tipi oluşmuştur. Bu insan tipi tüketirken en kaliteli malları en ucuza almayı, üretirken de ürettiklerini en pahalıya satmayı planlamaktadır (Köroğlu, 2014, s. 96). İlk defa 19. Yüzyılda John Stuart Mill tarafından kullanılan ‘homo economicus’ insan doğasının kendi çıkarlarını koruması, hazzı maksimize etmesi ve bireysel isteklerini öncelemesine olan yatkınlığını ifade eden bir terimdir. Homo economicus olarak tanımlanan insan arzularını sınırlayan manevi değerleri inkâr ederek fayda maksimizasyonu peşinde koşar. Ancak İslami değerlerin kuşanıldığı bir toplumun parçası olan ‘homo islamicus’ her işinde olduğu gibi ekonomik faaliyetlerinde de İslami düşünceye göre hareket etmektedir. Homo islamicus eylemlerinde manevi değerleri dikkate alarak fayda maksimizasyonunu dünya ve ahiret eksenli iki boyutta değerlendirmektedir (Muttaqin, 2018, s. 50-51). İnsanın doğasından var olan nefsinin tatmin ve bireysel çıkarlarını önceleme dürtülerini Allah’ın emir ve yasaklarıyla makul ölçülerde düzenlemeye çalışan homo islamicus iktisadi hayatını da Kur’an ve sünnete uygun yaşamaktadır. Homo islamicus adil, hayırsever ve sosyal sorumluluk sahibi olarak nitelendirilmektedir. Homo economicus gibi sadece bireysel çıkarlarını düşünen bencil birey değildir. Aksine kendi ve bakmakla yükümlü olduğu kişilerin ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra içinde bulunduğu toplumu, din kardeşlerini ve diğer ihtiyaç sahiplerini de düşünen ve

⁵¹ Ankebut Suresi 29/64 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Ankeb%C3%BBt-suresi/3404/64-ayet-tefsiri>

⁵² Adiyat Suresi 100/6-8 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C3%82diy%C3%A2t-suresi/6152/6-8-ayet-tefsiri>

⁵³ İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

önceleyen bireydir (Sırım, 2018, s. 912). İhtiyacından arta kalanı yakınlarına ve muhtaçlara vererek diğerkâm ve yardımsever bir birey olan homo islamicus bireysel çıkarlarını her şeyin üstünde göre bencil kişilikte değildir. İşte homo islamicus tüketici harcama ve tüketim davranışlarında Allah'ın emir ve yasaklarının çizdiği çerçeve içerisinde hareket etmekte, bireysel fayda eksenli davranan homo economicusun aksine itidal, adalet, fedakârlık, diğerkâmlık ve cömertlik prensiplerine göre ekonomik faaliyetlerine şekil vermektedir.

İslami tüketici davranışı İslami değerler etrafında şekillenen etik davranışlar bütünüdür. Müslüman birey tüketirken kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için neyi ve nasıl tüketeyeceğine karar vermelidir. Tevhid anlayışı doğrultusunda tüketim yaparken hem insanoğlunun hem de Allah'ın diğer yarattığı varlıkların refahını dikkate alarak davranmalıdır. Ayrıca Müslüman bir tüketicinin tüketimi felahın gerçekleşmesine yol açacak bir faaliyet olmalıdır (Muttaqin, 2018, s. 51). Buradaki felah kavramı M. Akram Khan tarafından İslam iktisadının temel amacı olarak açıklanmaktadır. İş birliği ve müşterek hamleler neticesinde kaynakların organize edilerek insanın sadece ahiret yaşamıyla sınırlı olmayıp yeryüzündeki yaşamında da felahı tesis etmek İslam iktisadının hedefidir (Khan M. A., 2017, s. 36).

Müslüman tüketiciler tüketim davranışlarını şekillendirirken istekler ve ihtiyaçlar arasındaki farkı anlamaları gerektiğini aktaran Khan, tüm faaliyetlerin temel motivasyonu olan ihtiyaçların, hem dürtü ve arzular gibi içsel hem de aile, din, çevre gibi dışsal faktörlerden etkilenen isteklerden ayırt edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bir tüketicinin ihtiyaçları ile karar verme süreci arasındaki ilişki önemlidir, çünkü belli bir noktada tüketiciler çeşitli ikilemlerle karşı karşıya kalabilirler. Khan bu durumu üç aşamada açıklamaktadır. İlk olarak, tüketicilerin içgüdüsel dürtüleri vardır ve onu ihtiyaçlarını karşılamayan birçok şeyi arzulamaya zorlar. İkincisi, tüketicilerin herhangi bir psikolojik arzuları veya içgüdüsel dürtüleri olmayabilir, ancak refahını iyileştirmek ve yaşamının amacına ulaşmak için karşılaması gereken belirli ihtiyaçları karşılamalıdır. Son olarak tüketiciler sosyal kurallara, normlara ve etiğe uyan sosyal hayvanlardır ve ihtiyaçları olarak algılanmasa bile sosyal davranışın bir parçası olarak karşılanması gereken belirli ihtiyaçlara sahiptir (Khan M. F., 2013, s. 5-6). İslam düşüncesindeki zaruriyyat, hâciyyat ve tahsiniyyat olarak adlandırılan ihtiyaçlar tasnifi tüketicilerin karar verme süreci ile ihtiyaçları arasındaki ilişkiyi anlamada kolaylık sağlamaktadır.

Siddiqi İslam'ın tüketim prensiplerini şöyle özetlemektedir:

- Her birey verimli bir yaşam sürmeye yetecek kadar mal ve hizmet tüketmelidir.
- İslam’a göre bazı yasak ürünler tüketilmelidir.
- Aşırı lüks yaşam tavsiye edilmediği gibi ihtiyaca hitap eden mal ve hizmetlerin tüketiminde de aşırıya kaçılmamalıdır.
- Ürünlerin tüketimi ve bunun sonucunda elde edilen tatmin, bireylerin nihai amacı olmamalıdır. Tüketim Müslüman bireyin ahiret ve dünya hayatını en iyi şekilde geçirirken bir araç olarak hizmet etmelidir (Sıddiqi, 1992 ‘den aktaran Muttaqin, 2018, s. 51).

Müslüman iktisadi davranışlarını mülkün Allah’a ait olması ve hayatın bir testten ibaret olması olarak tanımladığı iki temel ilkenin yönlendirdiğinden bahseden Zarqa, bu iki ilke ile İslam’a uygun tüketici davranışını analiz etmeye çalışmıştır. Mülkiyet anlayışı ve yaşam amacını içeren bu ilkeler İslam ekonomisindeki tüketim ve arz anlayışının oluşumuna etki etmektedir. Zarqa’ya göre insanın sahip olduğu tek şey isteğidir. Allah’u Teala tarafından kendi isteğini belirleme konusunda serbest bırakılan insanoğlunun dünya hayatındaki sahip olduğu ve olacağı her şey isteğine göre şekillenmiştir. İsteklerini belirledikten sonra ise Allah’ın emir ve yasakları devreye girmekte ve isteklerinin sonuçları ona göre değişmektedir. Müslüman bu sürecin sonucundaki eylemlerinden sorumlu tutulmuş ve hesaba çekileceği uyarısı yapılmıştır. Dolayısıyla hayatının amacını da ahiret hayatını kazanmak olarak belirlemektedir (Aktaran Sarıbaş, 2017, s. 174-175).

İslam iktisadının akademik alanda çalışmalar yapan ilk ilim adamlarından olan Sabahattin Zaim ise Müslüman tüketicilerin uyması gereken prensipleri dört başlıkta açıklamıştır. İlk olarak Müslüman bireyin içkiye, kumara, gayri-meşru işlere harcama yapması yasaklanmıştır. Tüketim harcamalarının İslami meşruiyet dairesinde gerçekleştirmesi gerekmektedir. İkincisi Müslüman birey tüketirken lüks ve gösterişçi tüketimden sakınmalıdır. Kur’an-ı Kerim’de gösteriş için mallarını harcayanlar şeytanın arkadaşı olarak tanımlanmış, bu tür tüketim yasaklanmıştır (Zaim, 1978, s. 231-232). Üçüncü prensip Müslüman bireyin tüketimini ihtiyaca göre sınırlayarak ve israfın yasak olduğunu bilerek yaptığı harcamalarında bulunduğu çevrenin standartlarını çok aşmamalıdır. Son olarak Müslüman tüketici harcamalarında israfa kaçmayacağı gibi zaruri olmadığı takdirde de borçlanmamalıdır. İktisada dikkat ederek tüketimini gelirine göre ayarlamalıdır (Zaim, 2010, s. 73-74). Kur’an-ı Kerim’de bireyin yapacağı harcamalarda zaruri olmadıkça borcun altına girmeme tavsiye edilmiştir. “*Varlıklı olan varlığından harcasın, rızkı daralmış bulunan da*

Allah'ın kendisine verdiği kadarından harcasın. Allah kimseyi kendi verdiğinden fazlasıyla yükümlü tutmaz. Allah bir güçlüğün ardından bir kolaylık sağlayacaktır."⁵⁴ ayetinde olduğu gibi kişinin gelirin göre harcama yapması öğütlenmiş, mali ibadetlerde her bireyin kendi gelirin göre sorumlu tutulacağı aktarılmıştır.

Köroğlu yaptığı çalışmada İslam'a göre tüketimin ilkelerini doğruluk, temizlik, itidal, bağış ve erdemlilik olmak üzere beş başlıkta toparlamıştır. Kişinin tüketimde Allah'ın emir ve yasakları doğrultusunda hareket etmesi, haram olanların tüketiminden kaçınarak helali tüketmesi doğruluk ilkesini açıklamaktadır. Kur'an-ı Kerim'de "*Senin yanında hak yola dönenlerle birlikte, sana buyurulduğu gibi dosdoğru ol! Siz de azıp sapmayın. Allah, yaptıklarınızı çok iyi görmektedir.*"⁵⁵ ayetiyle doğruluğun emredildiği görülmektedir. Temizlik ilkesi bireyin dinen necis kabul edilen ürünler yerine temiz olanları, insanlara zararlı ürünler yerine faydalı olanları tüketmesidir. Bu ilke Kur'an-ı Kerim'de "*Ey insanlar! Yeryüzünde bulunan maddelerin helâl ve temiz olanlarından yiyin; şeytanın peşinden gitmeyin, çünkü o apaçık düşmanınızdır.*"⁵⁶ ayetinde olduğu gibi birçok ayette geçmektedir. Tüketimde cimrilik ve israftan kaçınarak orta yolu tutmak tüketimin itidal ilkesidir. İsra suresindeki "*Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!*"⁵⁷ ayeti tüketimdeki itidal ilkesine örnektir. Dördüncüsü Allah'ın insanlara verdiği nimetlerden kendi ve bakmakla yükümlü olduğu kişilerin ihtiyaçları karşılandıktan sonra kalan gelirini ihtiyaç sahiplerine vermesi tüketimde bağış veya infak ilkesidir. Bakara suresinde geçen ihtiyaçtan arta kalanı iyilik yolunda harcanması emri bu ilkenin temelini oluşturmaktadır. Son olarak erdemlilik ilkesi tüketim maddelerinin usulüne uygun tüketilmesi, nimete karşı şükran borcunun yerine getirilmesi ve kendisine yardımda bulunana teşekkür edilmesidir. En önemli erdem ise nimetin asıl sahibi olan Allah'ı anarak O'na şükredilmesidir (Köroğlu, 2012, s. 74-77).

İslam iktisadında kapitalist kalkınmanın temeli kabul edilen kitlesel üretim ve kitlesel tüketim yer almamaktadır. İhtiyaca yönelik gerçekleştirilen bir üretim neticesinde israfa varmayan bir tüketimi öngören İslam iktisadında talep yönlü değil arz yönlü bir anlayış hâkimdir (Tabakoğlu, 2013, s. 293). Her durumda dengeyi tavsiye eden İslam talebe karşılık gelen bir üretim anlayışını kabul etmektedir. Kitlesel üretimle insanlara sunulan ürünler için

⁵⁴ Talak Suresi 65/7 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Tal%C3%A2k-suresi/5218/1-7-ayet-tefsiri>

⁵⁵ Hud Suresi 11/112 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/H%C3%BBd-suresi/1585/112-ayet-tefsiri>

⁵⁶ Bakara Suresi 2/168 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/175/168-169-ayet-tefsiri>

⁵⁷ İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

kaynakların israf edilmesine ek olarak kitlesel tüketimle israf davranışının sergilenmesi de İslam’a göre yasaktır. Bu durum enflasyon, işsizlik ve adaletsiz gelir dağılımından minimum düzeyde etkilenecek dengeli ve krizlere dayanıklı bir ekonomik sistemin oluşmasına yardımcı olacaktır (Sırım, 2018, s. 915).

İslam toplumunda bireylerin gelir düzeylerine göre tüketmeleri esas kabul edilmektedir. Kapitalist iktisadi anlayışın yönlendirmesiyle kişide oluşturulan ihtiyaç algısı bireyin gelir düzeyinden fazla harcamasına sebep olmaktadır. Tüketici kredileri ile borçlanarak gelecekteki geliri şimdiden tüketmek İslami anlayışa uygun değildir (Tabakoğlu, 2013, s. 293). Aşırı ve haram tüketimden alıkonulması kişiye tasarruf imkanı sağlayarak yeni yatırımlara olanak sağlayabilmektedir. Birikimi toplum menfaatine uygun biçimde kullanarak yeni istihdam alanlarının açılması ekonominin güçlenmesi ve büyümesine yardım edecektir. Ayrıca zekat, kurban, fitre, hibe, sadaka, karz’ı hasen gibi yollarla muhtaçlara yardım ederek üst gelir grubundan alt gelir grubuna bir gelir transferi gerçekleşmesine katkı sağlanmaktadır (Zaim, 1978, s. 234). Buna göre hareket eden Müslüman tüketiciler bireysel tatminlerinin yanında toplumsal refahı da sağlayarak İslam iktisadi ahlakının hâkim olduğu bir toplum oluştururlar (Tabakoğlu, 2013, s. 293). Tüketim seviyesine göre insanların değerlendirildiği günümüz tüketim toplumunda bireysel çıkarlarını maksimize etmeye çalışan ve tüketerek sosyal statü sahibi olacağının düşünen homo economicus bireyler normal karşılanmaktadır. Ancak tüketirken haramdan kaçınan, helale ulaşmak isteyen, israf ve cimrilik arasında dengeli harcama yapan, sadece kendisini değil muhtaç insanları da düşünen ve onlarla gelirini paylaşan Müslüman birey bireysel hazlarının yerine sınırsız manevi hazzın peşine düşmektedir.

Modern ekonomide tüketimin amacı tüketici memnuniyetini maksimize etmektir. Dengeli ve güzel bir amaca hizmet etmeye yönelik olduğu zaman tüketici memnuniyeti bencillik ve açgözlülük anlamlarından çıkarak kabul edilebilir seviyeye gelmektedir. Kasas Suresi 77. Ayet-i kerimede *“Allah’ın sana verdiğiinden ahiret yurdunu kazanmaya bak ve dünyadan nasibini unutma! Allah sana ihsan ettiği gibi, sen de insanlara ihsanda bulun. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarmaya çalışma! Şüphesiz Allah bozguncuları sevmez.”*⁵⁸ dünya ve ahiret hayatının dengesini öğretmektedir. Müslüman şahsiyet için memnuniyeti Muttaqin kişisel tatmin ve manevi tatmin olarak ikiye ayırmaktadır. Manevi tatmin Allah’ın verdiği rızka göre tüketerek ve Allah’ın lütfunu arayarak yaşanan tatmin olarak tanımlanmaktadır

⁵⁸ Kasas Suresi 28/77 <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Kasas-suresi/3328/76-77-ayet-tefsiri>

(Muttaqin, 2018, s. 55). “İnsanlardan öylesi de vardır ki, kendisini Allah’ın hoşnutluğunu kazanmaya adanmıştır. Allah, kullarına çok şefkatlidir.”⁵⁹ ayetinde Allah’ın rızası peşinde koşarak manevi tatmin arayan insanlardan bahsedilmektedir.

Batılı iktisadi anlayışta bireyin gelir seviyesi arttıkça tüketim seviyesinin de artacağı kabul edilmektedir. Ancak İslam iktisadında tüketim gelirin bir fonksiyonu olarak kabul edilmezken gelir seviyesi arttıkça tüketimin de artacağı öngörülemez. Müslüman bireyin kazandığı kadar değil ihtiyacı kadar harcama yapması tavsiye edilmiştir. İhtiyacından arta kalanı ise toplum yararına işlere infak etmesi tavsiye edilmiştir (Karaoğlu, 2020, s. 213). Tasarruf edilerek biriktirilen miktar ise değerlendirildiği yatırımlar ile ekonomik kalkınmaya fayda sağlar veya zekat ile bir kısmı alt gelir seviyesindeki insanlara aktarılır ve tasarruf edilen malda da artış olur.

İslam her alanda olduğu gibi tüketimde de orta yolun tutulmasını dengeli ve itidalli bir tüketim davranışının sergilenmesini tavsiye etmiştir. Bireye ne büsbütün dünya malından vazgeçmesini tavsiye etmiş ne de dünya malını hayatın amacı olarak görmesini doğru bulmuştur. “Yarım hurma ile de olsa, cehennemden korunmaya bakın!”⁶⁰ hadisinde az-çok fark etmeksizin infak etmenin önemini vurgulamaktadır. Ancak hadiste dikkat edilmesi gereken bir başka nokta da ‘bir hurma’ yerine ‘yarım hurma’ ifadesinin kullanılmasıdır. Karasakal’ın yorumuna göre bu ifade kişinin hem nefesine karşı sorumluluğunu hem de infak ederek yerine getirdiği sosyal sorumluluğunu ifade etmektedir. “Amellerin en hayırlısı az ama devamlı olanıdır”⁶¹ hadisinde de buyrulduğu gibi infak ve paylaşmanın kalıcı ve devamlı olması için kendi ihtiyaçlarını da göz ardı etmeksizin yaptığı makul miktarda yarım hurma da olsa verebilmesindedir (Karasakal, 2014, s. 1263). Bu hadisteki emir İsra suresi 29. ayette de buyrulduğu şekilde tüm malını mülkünü dağıtmakla tüm malı kendisine saklamak arasındaki dengeli olma durumuyla aynı anlama gelmektedir.

İslam tüketimi israf ile sınırlamaktadır. Bu sınır ile insanların gereksiz yere harcama yapması önlenmiştir. İnsanların ihtiyacı nispetinde harcama yapması tavsiye edilmiştir. Ancak bu yasak ve tavsiyeler bireylerin beğeni duygularının sınırlanması anlamına gelmemektedir. Çünkü bireylerin ihtiyaçlarını karşılarken yaptıkları tercihlerde beğenilerine göre seçim yapmaları serbest bırakılmıştır. Bu durum bireyin beğenilerine uyan ihtiyaçlarını giderirken

⁵⁹ Bakara Suresi 2/207 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/211/204-207-ayet-tefsiri>

⁶⁰ Buhârî, Edeb 34, Menâkıb 25, Tevhîd, 24, 36; Müslim, Zekât 67; Tirmizî, Kıyamet 1.

⁶¹ Buhârî, İmân 32, Teheccüd 18; Müslim, Müsâfirîn 221.

tüketim kültürünün hâkim olduğu bir çevrede harcama yaparken kendisini kaybetmesini de önlemektedir (Mutluel, 2014, s. 690). Aşırı tüketimi sınırlayan İslam iktisadî lüks tüketim ve gösteriş tüketimini de yasaklamıştır. Lüks ve gösterişe dayalı harcamaların çoğunluğu israfa sebep olmaktadır. *“Ve bunlar Allah’a ve ahiret gününe inanmadıkları halde mallarını, insanlara gösteriş için sarf edenlerdir. Bir kimsenin arkadaşı şeytan olursa o ne kötü bir arkadaştır!”*⁶² ayetinde infakın Allah-ü Teala’nın emrine uymak üzere veya halisane bir niyetle yapılmadığı sadece insanlara gösteriş olsun diye bir diğer deyişle prestij için yapıldığı söylenmiştir. Ayrıca kibirden kaynaklanan bir tüketimin insanı yine en önemli sıfatlarından biri kibir olan şeytan ile yaklaştırdığı aktarılmıştır. *“Allah üç sınıf insanla ne konuşacak, ne onların yüzüne bakacak, ne de onların günahlarını bağışlayacaktır. Onlar çok azap çekeceklerdir. Bunlardan birincisi, servetini gösteriş uğruna harcayanlardır.”*⁶³ hadisinde de karşılaşıldığı üzere bireyin kendinden başkasını da düşünerek onu imrendirecek veya üzecek şekilde gösterişe dayalı tüketim doğru bulunmamıştır (Karaoğlu, 2020, s. 216). Netice itibarıyla mevcut Batılı ekonomik sistemler sınırsız tüketimi teşvik ederken bu durumun kişinin gösteriş için tüketirken israfa, durumu olmayan kişinin ise borçlanarak sefil bir duruma düşmesine sebep olmaktadır. Ancak Kur’an-ı Kerim tüketimde tüketimi bir araç olarak görülmesi gerektiğini vurgulamış, Müslüman tüketiciye harcamalarında dengeyi, sadeliği ve kanaati tavsiye etmiştir.

2.3. İslam İktisadında İsrâf

Genel olarak israf kavramı malın, gelirlerin ve kaynakların boşa harcanması olarak açıklanmaktadır. Kayhan israfı herhangi bir eylemde haddi aşma, orta yollu ve dengeli olmayı terk etme olarak ifade etmiştir (Kayhan, 2006, s. 154). Başka bir yorumda israf maddi harcamaların yanında her eylemde kişinin haddi aşması olarak tanımlanmıştır (Soysaldı, 2005, s. 94). İslam kaynakların en etkin şekilde kullanılmasını tavsiye etmiş, sınırsız tüketimi israf olarak değerlendirmiştir. İslam’a göre israf yasağı kaynakların en etkin şekilde kullanılmasına olanak sağlayan bir kaidedir (Ak & Görmüş , 2020, s. 1486). Geniş anlamıyla israf, fertlerin, toplumların ve tüm dünyanın kurtulamadığı, karşılığında ağır bedel ödediği yaygın ve salgın bir hastalıktır (Kayhan, 2006, s. 106). Savurganlık ve aşırı harcama durumu olan israf sadece bireysel değil toplumsal ve kültürel değerleri, sadece ekonomik değil ekolojik dengeleri de bozmaktadır. İsrâf yasağı bireysel değerlendirilebilecek bir yasak değildir. Tüm toplumu ilgilendiren israf yasağı bireyleri tüketim çılgınlığından kurtardığı gibi

⁶² Nisa Suresi 4/68 <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Nis%C3%A2-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

⁶³ Buhari, Rikâk, 36; Ahkâm, 9; Müslim, Zühd, 47, 48.

toplumda da tüketim kültürünün hâkim olmasına engel olmaktadır. Dolayısıyla israf dikkat edilmesi ve çözülmesi gereken bir sorundur.

Sosyal Adaletin sağlanması İslam iktisadının önemli gayelerinden biridir. Bireyler arasında yatay eşitliği oluşturan sosyal adalet ve fayda İslam ekonomik sisteminin temelini oluşturmaktadır. Adaletli gelir dağılımı, mülkiyetin tabana yayılması ve israfın ortadan kaldırılması İslam iktisadında sosyal adaletin sağlanmasına yardım eder (Tabakoğlu, 2013, s. 87). Sosyal adaletin sağlanmasındaki birinci ve diğerlerine göre en kolay basamak israfın ortadan kaldırılması olarak kabul edilebilir. Ancak seneler süren harcama alışkanlıklarının değişmesi çaba ve zaman isteyecektir.

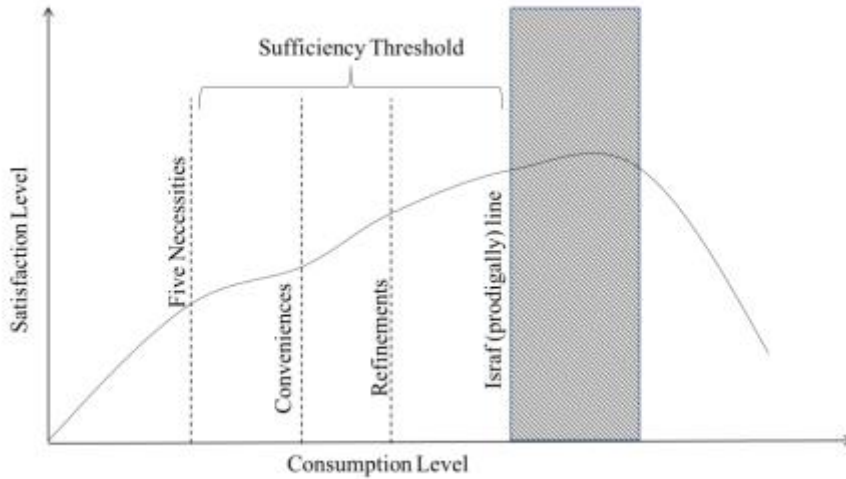
İslam ekonomisinde israfa alternatif olarak iktisat önerilmektedir. İsrafın kelime manası haddi aşmak iken iktisadın kelime manası dengeli, mutedil hareket etmektir (Kayhan, 2006, s. 184). Orta yollu/iktisatlı davranma İslam'ın temel prensiplerindedir. İsrafa ve cimriliğe varmayan şekilde, orta yollu harcama yapılarak ihtiyaçların karşılanması iktisat olarak kabul edilmiştir. Kısacası iktisat malı israfa ve cimriliğe kaçmadan kullanma ve harcama demektir (Köksal, 2003, s. 201). Kur'an-ı Kerim'de mutedil insan sürekli olarak övülmüş, Hz. Peygamber'in hadisleriyle mutedil olmanın tavsiyesi verilmiştir. “*İktisatlı davranan fakir düşmez*”⁶⁴ hadisi ile de anlaşılabacağı üzere maddi harcamalar söz konusu olduğu zaman verilen tavsiye iktisatlı olmaktır. Tüketim ve harcamanın en kısık hali cimrilik, en fazla hali israf, ortası ve tavsiye edileni ise iktisat, yani tüketim ve harcamada dengeli olmaktır (Soysaldı, 2005, s. 99).

Modern iktisadın sınırlı kaynaklar ile sınırsız ihtiyaçların karşılanması olarak açıklanması bu noktada İslami açıdan iktisat tanımıyla uymamaktadır. İhtiyaçların sınırsız görülmesi kişiyi harcama yapmaya ve sonucunda tüketim toplumunun bir parçası haline gelmeye yönlendirecektir. Ancak temel ve zaruri ihtiyaçlardan ziyade yapılan harcamalar kişinin nefsi yönlendirmelerinden kaynaklanmakta ve kişiye doyumsuzluk hissi yaşatmaktadır. İslam anlayışına göre beşeri ihtiyaçlar sınırlı, istekleri ise sınırsızdır. Kişinin yiyebileceği miktar midesinin kapasitesi ile sınırlıdır. Yine bir şeyin tüketilmesi ile elde edilecek olan fayda zamanla azalacak ve son raddede zarara yol açacaktır. Azalan marjinal fayda kanunu ile modern iktisatta da kabul edilen bu olgu, modern iktisadın tanımı ile

⁶⁴ Ahmed b. Hanbel, Müsned, I, 447

çalışmaktadır (Tabakoğlu, 2013, s. 289-290). O halde ihtiyaçlar sınırsız değildir, tam tersine sınırsız olan Allah(cc)'nin kaynaklarıdır.

Müslüman tüketimindeki israf, aşağıda yer alan tüketim düzeyi ile memnuniyet seviyesi arasındaki ilişkiyi gösteren grafiğe(Şekil 1) göre yorumlanmaktadır. Zarqa tarafından geliştirilen İslam ahlakı çerçevesindeki tüketim ilkesine dayanan bu grafikte üç seviyede kategorize edilen ihtiyaçlar yani zaruriyyat, hacıyyat ve tahsiniyyat yer almaktadır. Zarqa'ya göre hacıyyat ve tahsiniyyat yeterlilik eşiğinin altında olduğu sürece elde edilmesinde mahsur yoktur. Yeterlilik eşiği ise finansal olarak başkalarına bağımlı olmayacak ve hatta başkalarına yardım edebilecek seviyede olmayı, tükettiği ile yetinerek Allah'a şükretmeyi ve kişinin bakmakla yükümlü olduğu kişiler için de bir yeterlilik eşiği sağlayabilmesini ifade etmektedir. Ancak bu davranışların kontrol edilememesi israfın ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir (Aktaran Muttaqin, 2018, s. 55). Şekilde artan tüketim seviyesini artan bir memnuniyetin takip ettiği varsayılmaktadır. Ancak tüketicinin yeterlilik eşiğinden fazla harcama yaptığında elde ettiği faydanın geçici olduğu belirtilmektedir. Aşırı tüketimle memnuniyet seviyesi aynı oranda artmayacak aksine aynı seviyede kalarak bir süre sonra kademeli olarak azalacaktır. İslam'da israfın yasak olması Müslüman tüketicinin yeterlilik eşiğini geçmemesini sağlamaktadır.



Şekil 3. Tatmin ve Tüketim Düzeyi Arasındaki İlişki

Kaynak: Muttaqin, 2018, s. 55

İslam Ekonomisi israfa karşı iktisadi önermiş, aşırılıktan kaçınarak dengeli harcama ve tüketim teşvik edilmiştir. Kapitalizmin aksine üretime bağlı bir tüketim değil, tüketimi

karşılayan bir üretim tarzı benimsenmektedir. Kısacası “İslam ekonomisi bir ihtiyaç ekonomisidir” (Tabakoğlu, 2013, s. 443). İhtiyaca göre üretimin belirlenmesi, lüksten ve israftan kaçınılması, karaborsacılığın yasaklanması gibi ilkeler sayesinde fiyatlarda istikrar meydana gelir ve ekonomik istikrarın sağlanması ve korunması kolaylaşır. Ekonomik istikrar toplumun farklı gelir seviyesindeki kişiler arasındaki uçurumu engeller, adaletli gelir dağılımı ile mülkiyetin tabana yayılması gerçekleşir. Böylece İslam iktisadının temel amaçlarından biri olan sosyal adaletin temini sağlanmış olur.

İsrafa getirilen yasak ile mutedil yol tavsiye edilmiş, birey ve toplumların hayatına bir denge gelmiştir. İslam iktisadında gelir fazlasının israf edilmesi yerine toplum yararına olacak ekonomik büyüme ve kalkınmaya olanak sağlayacak yatırımlara yönlendirilmesi tavsiye edilmiştir. İslam iktisadında yatırım yapılacağı zaman öncelik ilmi çalışmalara, sosyal refahı artırmaya yönelik girişimlere, savunma ve güvenliğe verilmiştir (Tabakoğlu, 2013, s. 293). Yapılan yatırımlar ile sosyal refah artacak ve gelir dağılımındaki adaletsizlik ortadan kalkacaktır. Ekonomik bağımlılık aynı zamanda bireysel ve toplumsal yoksulluğa sebep olacağı için İslami çizgiden kaymadan servet ve mala sahip olmak uygun görülmüştür (Karaoğlu, 2020, s. 213). Ancak servet birikimi ve özel mülkiyet belirli prensiplerle sınırlandırıldığından tekelleşmenin önüne geçilmiştir. Servetin tek elde toparlanmasına ve sermayenin ekonomik hayattan uzaklaşıp atıl kalmasına engel olunmuştur.

Gösteriş tüketimi ve lüks tüketim israf olarak değerlendirilerek hoş görülmemiştir. İnsanlara gösteriş yapmak için tüketim yapmak, elinde olan imkanların hepsi kullanıldıktan sonra borçlanarak imkanların üstünde harcamalar yapmak birçok ayet-i kerimede yasaklanmış ve yerilmiştir. Kur'an-ı Kerim'de geçen Karun kıssası dünyaya aldanıp gösterişe dalanların akıbetini aktarmaktadır. Karun Hz. Musa(as)'ya tabi olmayan servet sahibi ve gösteriş düşkün bir kişi olarak tasvir edilmektedir. Dünya hayatını arzulayan bir takım kişiler 'Karun'a verilenlerin aynısı bizim de olsa, doğrusu o çok şanslı!'⁶⁵ diyerek Karun'un şatafatına özenmişlerdir. Ancak Karun ve sahip oldukları helak olduğu zaman ise hakikati kavramışlardır. Bu durum ayet-i kerimede “*Daha dün Karun'un yerinde olmayı isteyenler bu defa, “Yazıklar olsun bize! Demek ki Allah rızkı kullarından dilediğine bol bol, dilediğine de ölçülü veriyormuş. Allah bize lütufta bulunmuş olmasaydı, bizi de mutlaka yerin dibine*

⁶⁵ Kasas Suresi 28/79 <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Kasas-suresi/3330/78-82-ayet-tefsiri>

geçirmişti. *Vah ki vah! Demek inkârcılar iflâh olmazmış!” der oldular.*⁶⁶ şeklinde geçmektedir. Dolayısıyla israf ve gösterişin hayırlı bir sonuç doğurmayacağı aşikardır.

İslam dininde bireysel, toplumsal ve toplumlararası hayata ilişkin ameli hükümleri belirleyen ve yorumlayan ilim dalına fıkıh denmektedir. Kur'an-ı Kerim ve Hz. Peygamber'in Sünneti ise fıkıhın yani İslam hukukunun asli kaynaklarından kabul edilmiştir. Kur'an öğretileri, tarih ve mekânı aşan, tarih dışı öğretiler olarak kabul edilmiş ve insanların bu öğretileri anlaması, yorumlaması ve uygulaması tavsiye edilmiştir. Bu öğretileri anlama, yorumlama ve uygulama kısmında ise sünnete ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle Müslüman âlimler, bu iki kaynağı iktisadi araştırma ve detaylandırma için temel başlangıç noktası kabul etmişlerdir (Yaman & Çalış, 2017, s. 41-46). İzleyen bölümlerde israf konusu bu iki temel kaynak açısından incelenecektir.

2.2.1. Kur'an-ı Kerim'de İsfraf

Bir önceki bölümlerde de açıklandığı üzere İslam dini kazancın elde edilmesinde helal ve temiz yolları önerdiği gibi harcanmasında da meşru yollara teşvik etmiştir. Kazancın Allah'ın rızası doğrultusunda elde edilmesi, bu kazancın harcanmasının da yine O'nun rızası doğrultusunda gerçekleştirilmesi tavsiye edilmiştir. *“Allah’a ve resulüne iman edin; O’nun size emanet olarak verdiklerinden, başkaları için de harcayın. İçinizden iman edip böyle harcamada bulunanlara büyük mükâfat vardır.”*⁶⁷ ayetinde olduğu gibi iman edenlerin harcamalarını Allah yolunda ve O'nun çizdiği sınırlar dâhilinde yapmaları tavsiye edilmiş, bu davranışın ödüllendirileceği aktarılmıştır. Kur'an-ı Kerim ahireti kazanma yolunda insanlara eşlik eden bir rehberdir. Dünya hayatının eğlencesine aldanmamayı, Allah'ın rızasına uymayı, kötülüklerden sakınıp iyiliklerin peşinden koşmayı salık veren Kur'an, harcamada lüks ve gösterişe sapmamayı ve aşırıya giderek israf etmemeyi de öğütlemiştir. Diğer her meselede olduğu gibi harcamada da Allah'ın çizdiği sınırları aşanlar müsrif olarak adlandırılmıştır. Bu durumda israf Müslümanların dikkat etmesi ve önlem alması gereken bir olgudur.

İsfraf kelimesi Kur'an-ı Kerim'de kullanıldığı tüm yerlerde haddi aşmak olarak anlamlandırılmaktadır. Kur'an-ı Kerim'de israf davranışı belirlediği sınırları aşmak olarak tanımlanmış, müsrif kimse ise şeytanın kardeşleri olarak tasvir edilmiştir: *“Akrabaya, yoksula ve yolcuya hakkını ver. Gereksiz yere de saçıp savurma! Çünkü savurganlar şeytanların*

⁶⁶ Kasas Suresi 28/82 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Kasas-suresi/3330/78-82-ayet-tefsiri>

⁶⁷ Hadid Suresi 57/7 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Had%C3%AEd-suresi/5082/7-ayet-tefsiri>

dostlarıdır. Şeytan da rabbine karşı çok nankördür.”⁶⁸ Yine Allah(cc) israfı haram kıldığı gibi harcanması gereken yerde kısıan, gösteriş için harcama yapan ve yaptığıyla böbürlenip duran kimseyi de kınamıştır. “...ve bunlar Allah’a ve ahiret gününe inanmadıkları halde mallarını, insanlara gösteriş için sarfedenlerdir. Bir kimsenin arkadaşı şeytan olursa o ne kötü bir arkadaştır!”⁶⁹ Müsrif kimse ile gösteriş için harcama yapan cimri kimseleri aynı şekilde zikretmiş, ikisini de şeytanın arkadaşları olarak nitelendirmiştir. Yukarıdaki ayetlerde ilk kısmında bahsedilen akrabaya, yoksula ve yolcuya hakkının teslim edilmesi kişinin harcamada tamamen kısmasının da yanlış olduğuna delildir. Hatta hadislerde karşılaşıldığı üzere kişinin ailesine yaptığı harcama sadaka mahiyeti taşımaktadır⁷⁰. Ancak aileye yapılan harcamada da israfa düşülmemesi söylenmiş, aksi halde kişinin içinde bulunacağı durum örneklendirilmiştir. “Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!”⁷¹ ayetiyle harcamada aşırıya gidildiği zaman kişinin düşeceği durum aktarılarak izlenilmesi gereken yol gösterilmiştir.

İslam literatüründe harcama zaruriyete, ihtiyaca ve zevke göre olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Kayhan, 2006). Kişinin yaşamsal faaliyetlerini devam ettirecek ölçüde ihtiyacını karşılaması ve bunları yaparken İslami ölçülere uyarak zevkine göre harcama yapması mümkündür. Ancak faydasız, zararlı ve gayrimeşru yerlere veya yöntemlerle yapılan her türlü harcama israf kabul edilmektedir (Soysaldı, 2005, s. 98). Kişinin toplumsal statüsü ve yaşam biçimine göre bu ölçülerin değişmesi de tabiidir. Hz. Peygamber(sav), Hz. Ebubekir’in tüm malını infak etmesine izin verirken diğer ashabını men etmesiyle bu dengeyi kişiye göre değişebileceğini göstermiştir⁷². Peygamberlik yaşamı boyunca da ashabına kişiye özel tavsiyeler vermiş ve kendi ölçülerine göre sınırlarını belirlemiştir.

Kur’an-ı Kerim’de israf kavramı ile aynı anlama gelebilecek i’tida, adv, tuğyan, bağı, utuvv, buhl, gulüv, tefrit, ifrat, kater ve tebzir gibi pek çok kelimeye rastlanmaktadır. Bu kelimelerden bazıları haddi aşmak anlamına gelirken bazıları ise savurgan manasını içermektedir (Karaoğlu, 2020, s. 211). İsfraf ise Kur’an-ı Kerim’de yirmi üç ayette geçmektedir. Ayetler incelendiği zaman ise israfın “günahta ve harcamada aşırıya gitmek” anlamlarında kullanıldığı görülmektedir (Yıldız, 2017, s. 130). Kişinin eylemlerinde dinin uygun gördüğü sınırları aşmak, harcamada aşırıya gitmek ve kaynağın gereği olmayan

⁶⁸ İsrâ Suresi 17/26-27 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İsrâ-suresi/2055/26-27-ayet-tefsiri>

⁶⁹ Nisâ Suresi 4/ 37-39 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nisâ-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

⁷⁰ Buhari, Sahih, Nafakat, 69

⁷¹ İsrâ Suresi 17/ 29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İsrâ-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

⁷² Ebu Davud, Zekat, 39

yerlerde harcanması israf olarak ifade edilmiştir. İsrâf haddi aşmak olarak tanımlandığı için imanda haddi aşmak Allah'ı inkar etmek ve Allah'a şirk koşturmadır. Bu sebeple israf kavramı Kur'an-ı Kerim'de inkar edenler ve müşriklerin temel özelliği olarak kullanılmıştır (Soysaldı, 2005, s. 95). Taha suresinde müsriflik Allah'ı inkar edenlerin bir niteliği olarak *“Kim de beni anmaktan yüz çevirirse mutlaka sıkıntılı bir hayatı olacaktır ve onu kıyamet günü kör olarak haşrederiz. O der ki: “Ey rabbim! Beni niçin kör olarak haşrettin? Halbuki daha önce gören biriydim.” Allah buyurur: “İşte böyle! Sana ayetlerimiz geldiğinde onları unutmuştun, bu gün de aynı şekilde sen unutuluyorsun!” Haktan sapan(haddi aşan) ve rabbinin ayetlerine inanmayanları işte böyle cezalandırırız. Hiç kuşkusuz ahiretteki ceza daha şiddetli ve daha kalıcıdır.”*⁷³ şeklinde aktarılmıştır.

Kallek İsrâf kavramının Kur'an-ı Kerim'de dört farklı alanda kullanıldığını aktarmaktadır. İlk olarak tevhid inancından sapmak, İslam'a ve Müslümanlara karşı düşmanca davranışlar içerisinde olmak üzere küfür ve zulüm kelimeleri ile eş anlamlı olarak kullanılmıştır. İkincisi Zümer suresi 53. ayeti kerimede 'Bir kişinin isyan ederek günahkar olması ve dolayısıyla kendisine kötülük etmesi' olarak kullanılan israf kelimesi, Hazreti Peygamber'in bazı hadislerinde de 'itaatten ayrılarak meşru sınırları aşmak' anlamında kullanılmıştır. Dini emir ve yasaklara uymamak israfın kullanıldığı üçüncü alan olarak aktarılmaktadır. Masum bir kişinin katledilmesi veya helal bir nimetin haram sayılması bu duruma örnektir. Sonuncusu ise kişinin mal ve imkanlarını gereksiz yere harcaması olarak kullanılan israf kavramıdır (Kallek, 2022). Zamanla israf kavramı anlam daralması yaşamış ve sadece harcamada aşırıya gitmek olarak algılanmıştır.

Akdemir ise Kur'an-ı Kerim'de israf kelimesinin kullanılış şekillerini inceleyerek bunların yedi başlık altında toplanmasını uygun görmüştür (Akdemir, 2001, s. 32). Bunlar küfür ve şirk, büyük günah işleme, kibir ve zulümde ileri gitme, öldürmede ileri gitme, cinsel arzuların tatmininde meşru sınırları aşma, beslenme ve giyinmede aşırıya kaçma ve harcamada aşırıya gitmedir. Dinin emir ve yasaklarını kabul etmeyerek onlara karşı çıkan söz, fiil ve davranışlar sergilemek küfür olarak nitelendirilmiştir (Cankılıç, 2020, s. 602-603). İsrâf haddi aşmak olarak tanımlandığı için inançta haddi aşmak Allah'ı inkar etmek ve/veya O'na şirk koşturmadır. Ayeti kerimede inkârcılar haddi aşanlar yani müsrifler olarak betimlenmiştir: *“İnsanın başına zararlı bir şey geldiğinde yan üstü yatarken veya otururken ya da ayakta iken hemen bize dua etmeye koyulur; onu zararlı durumundan kurtardığımızda ise -sanki başına*

⁷³ Taha Suresi 20/124-127 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/T%C3%A2h%C3%A2-suresi/2463/115-128-ayet-tefsiri>

*gelen zararı gidermeye bizi çağırıp yalvarmamış gibi- inkârcılığa dönüp yoluna devam eder; haddi aşanlara işte bu şekilde yaptıkları güzel görünmektedir.”*⁷⁴. İsrâf küfür ve şirk anlamının yanı sıra Kur'an-ı Kerim'de büyük günah işleme ve günah işlemede aşırıya gitme olarak da kullanılmıştır (Akdemir, 2001, s. 35). Zümer Suresi 53. ayet-i kerimede “De ki (Allah şöyle buyuruyor): “*Ey kendi aleyhlerine olarak gûnahta haddi aşan kullarım! Allah'ın rahmetinden ümit kesmeyin. Allah (dilerse) bütün günahları bağışlar; doğrusu O çok bağışlayıcı, çok merhametlidir.*”⁷⁵ buyrulmuştur.

İsrafin Kur'an-ı Kerim'de kibir ve zulümde ileri gitme anlamında da kullanılmıştır. Kur'an-ı Kerim'de kibir şeytanın bir özelliği olarak yansıtılmış ve yerilmiştir. “*Yalnız İblîs hariç; o, kibir duygusuna kapılıp kâfirlerden oldu.*”⁷⁶ ayetinde bahsedildiği üzere kibir kafirlerin ve iblisin bir niteliğidir ve “*İçinde ebedî kalmak üzere cehennem kapılarından girin içeri!*” *Büyüklik taslayanların kalacakları yer ne kötü!*”⁷⁷ ayetinde geçtiği gibi kibirlenenlerin varacağı nihai yer cehennemdir. Kur'an-ı Kerimde iblisten başka kibirli oluşundan sürekli bahsedilen Firavun müsrif olarak nitelendirilmiştir. Ayet-i Kerime'de bu durum “*Gerçekten İsrâiloğulları'nı aşağılayıcı bir azaptan, Firavun'un işkencesinden kurtarmış olduk. O haddi aşan, ululuk taslayan birisiydi.*”⁷⁸ olarak geçmektedir. İsrâf kelimesinin Kur'an-ı Kerimde bir başka kullanımı öldürmede ileri gitme anlamı taşımaktadır (Akdemir, 2001, s. 37). Öldürmede aşırıya gitmek kısas hakkı tanınmış birinin öldürdüğü katilin uzuvlarını kesmesi veya katilin ailesinden masum olan başka bir insanı öldürmesi olarak aktarılmıştır (Soysaldı, 2005, s. 97). İsrâ Suresi'nde bu durum “*Haklı bir sebep olmadıkça Allah'ın dokunulmaz kıldığı cana kıymayın. Bir kimse haksızlıkla öldürülürse velisine yetki verdik; ancak o da öldürme hususunda sınırı aşmasın; çünkü o, yeterince yardıma mazhar olmuştur.*”⁷⁹ şeklinde anlatılmaktadır. Fitri bir ihtiyaç olan cinsel arzularının tatmininde meşru sınırları aşmada Kur'an yine müsrif kelimesini kullanmıştır. Lut kavminin bahsinde bu durum şöyle ifade edilmektedir: “*Lût'u da (peygamber gönderdik). Kavmine dedi ki: “Sizden önceki topluluklardan hiçbirinin (bu ölçüde) yapmadığı iğrençliği mi işliyorsunuz! Kadınları bırakıp*

⁷⁴ Yunus Suresi 10/12 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Y%C3%BBnus-suresi/1375/11-12-ayet-tefsiri>

⁷⁵ Zümer Suresi 39/53 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Z%C3%BCmer-suresi/4111/53-ayet-tefsiri>

⁷⁶ Sa'd Suresi 38/74 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/S%C3%A2d-suresi/4041/71-85-ayet-tefsiri>

⁷⁷ Mü'min Suresi 40/76 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/M%C3%BCmin-suresi/4202/69-76-ayet-tefsiri>

⁷⁸ Duhan Suresi 44/30-31 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Duh%C3%A2n-suresi/4431/17-33-ayet-tefsiri>

⁷⁹ İsrâ Suresi 17/33 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2062/33-ayet-tefsiri>

*da cinsel tatmin için erkeklere yanaşıyorsunuz. Doğrusu siz taşkınlık eden bir topluluksunuz.”*⁸⁰.

İsraf kavramının Kur'an-ı Kerimde geçtiği bir başka konu da beslenme ve giyinme konusunda aşırı gitmektir (Akdemir, 2001, s. 39). Helal olanı tüketmeyi, tüketirken de ölçülü olmayı ve haddi aşmamayı tavsiye eden Kur'an bu durumu A'raf suresinde *“Ey Âdemoğulları! Her namaz kılacağınızda güzelce giyinin, yiye için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez.”* şeklinde aktarılmıştır. Bu ayetle israfın Allah'ın sevmediği bir tutum olduğu açıkça ifade edilmiştir. Son olarak israf günümüzde de genellikle anlaşıldığı üzere Kur'an-ı Kerimde malı harcamada aşırı gitmek anlamında da kullanılmıştır. Furkan suresinde *“Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.”*⁸¹ ayetiyle Rahman'ın kullarının bir özelliğinin de israf etmemek, iktisatlı yani orta yollu davranmak olduğu anlatılmıştır. Aynı durum İsra suresinde de *“Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!”*⁸² şeklinde geçmektedir. Akdemir'e göre israf kelimesi bu bağlamda malın hepsini dağıtarak kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kişileri muhtaç duruma düşürmek, zekatı vermemek, malı gayri meşru yollarda harcamak anlamlarına gelmektedir (Akdemir, 2001, s. 43-45).

Allah(cc) kullarının dünya nimetlerinden faydalanmalarını yasaklamamış bilakis haddi aşmamak üzere teşvik etmiştir⁸³. Nitekim Hz. Peygamber(sav) de kişinin kibirlenmeden ve israf etmeden harcama yapmasını teşvik etmiş ve Allah(cc)'nin kişinin üzerinde nimetlerini görmekten hoşnut olacağını dile getirmiştir⁸⁴. Kur'an-ı Kerim'de *“Çardaklı ve çardaksız bağları; tatları farklı farklı hurmaları ve ekinleri; birbirine benzeyen ve benzemeyen zeytinleri ve narları yaratan, yetiştiren O'dur. Meyve verdiklerinde meyvesinden yiye ve hasat günü, toplandığı gün de onun hakkını verin; fakat israf etmeyin. Çünkü O, müsrifleri asla sevmez.”*⁸⁵ ayetiyle Allah'ın nimetlerinden israf etmemek kaydıyla faydalanmanın meşru olduğu aktarılmış, zekat, sadaka gibi ibadetlerle verilen nimetin hakkının verilmesi

⁸⁰ A'raf Suresi 7/80-81 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A'r%C3%A2f-suresi/1034/80-81-ayet-tefsiri>

⁸¹ Furkan Suresi 25/67 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furk%C3%A2n-suresi/2922/67-ayet-tefsiri>

⁸² İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

⁸³ “De ki: “Allah'ın kulları için yarattığı süsü, temiz ve iyi rızıkları kim haram kıldı?” De ki: “Onlar dünya hayatında müminlere yaraşır; kıyamet gününde ise yalnız onlara mahsus olacaktır.” İşte bilmek isteyen bir topluluk için ayetleri böyle açıklıyoruz.” Araf Suresi 7/32

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A%27râf-suresi/986/32-ayet-tefsiri>

⁸⁴ “Kibirlenmeden ve israf etmeden yiye, içiniz, giyininiz ve sadaka veriniz. Şüphesiz Allah, kulunun üzerinde nimetini görmeyi sever.” Buhari, Sahih, Libas, 77

⁸⁵ En'am 6/141 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/En%27âm-suresi/930/141-142-ayet-tefsiri>

emredilmiştir. “*Ey Âdemoğulları! Her namaz kılacağınızda güzelce giyinin, yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez.*”⁸⁶ buyrulurken harcamanın sınırları çizilmiş, israfa varmadığı sürece helal kılınmıştır. Ancak Müslümanın ibadet hayatı da dâhil yaşamın her alanında dengeli olması gerektiği vurgulanmaktadır. “*Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.*”⁸⁷ ayetinde Müslüman kişinin tüketim ahlakı üzerinde durulmuş, olması gerekenin akla yatkın dengeli bir harcama olduğu aktarılmıştır.

2.2.2. Sünnette İsrâf

Sünnet, “Resûlullah’ın söz, fiil veya tasvipleri” olarak tanımlanırken İslam hukukunda asli delillerin ikincisini ifade etmektedir⁸⁸. Hz. Peygamber(sav) Allah(cc)’den aldığı vahyi insanlara sadece sözlü olarak değil bizzat uygulayarak veya yapılan bir davranışı tasvip ederek de aktarmıştır. Yaşamı boyunca aşırılıklardan uzak durmuş, ashabına hem fiili hem de sözlü olarak bunu tavsiye etmiştir. “*Sizler itidali/dengeli davranmayı elden bırakmayınız.*”⁸⁹ hadisinde olduğu gibi ibadet de dâhil olmak üzere hayatının her alanında dengeli davranmayı tavsiye etmiş, ashabından da orta yolu tutmalarını talep etmiştir. “*Ve işte böylece Biz sizi vasat (orta yol tutan, mutedil) bir ümmet kıldık.*”⁹⁰ ayetini bizzat tatbik etmiş, israf gibi her türlü aşırılıklardan uzak durmuştur.

Hadislerde israf kavramı genellikle “bir nimeti gereğinden fazla kullanmak, telef etmek” olarak geçmektedir (Soysaldı, 2005, s. 107). Kişinin kendisinin ve ailesinin yaşamını devam ettirebilmesi için zaruri ihtiyaçlarını karşılaması ve harcama yapması gayet doğaldır. Hatta Hz. Peygamber(sav) kişinin niyetine göre ailesine yaptığı harcamayı sadaka olarak nitelendirmiştir. Ashabına infak etme tavsiyesi verirken önce “bakmakla yükümlü olduklarında başla” buyurarak aileye yapılan meşru harcamayı teşvik etmiştir⁹¹. Ancak israfa varan her türlü aşırı harcamadan da men etmiştir. Malının tamamını sadaka olarak vermek isteyen Ka’b b. Malik’e malının bir kısmını kendisi(ve ailesi) için tutmasını, bunun daha hayırlı olacağını buyurarak kişinin infak ederken bile ölçülü davranması gerektiğini ifade

⁸⁶ Araf Suresi 7/31 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A%27râf-suresi/985/31-ayet-tefsiri>

⁸⁷ Furkan Suresi 25/67 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furkân-suresi/2922/67-ayet-tefsiri>

⁸⁸ Daha fazlası için bkz. : <https://islamansiklopedisi.org.tr/sunnet- Peygamber>

⁸⁹ Buhari, Sahih, Rikak, 18

⁹⁰ Bakara Suresi 2/143 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/150/143-ayet-tefsiri>

⁹¹ Buhârî, Sahih, Nafakât, 69

etmiştir⁹². “*Sadaka vermede aşırı giden, onu vermeyen kimse gibidir.*”⁹³ buyrulur her ibadette olduğu gibi infak etmede de dengeli davranılması gerektiği öğütlenmiştir.

İnsanların ihtiyaçlarının bir sonu yoktur, ancak kişi bununla mücadele etmeli ve elinde olana rıza göstermelidir. “*Âdemoğlunun bir vadi dolusu altını olsa, bir vadisi daha olmasını ister. Onun ağzını topraktan başka bir şey doldurmaz.*”⁹⁴ hadisinde aktarıldığı gibi insanın açgözlülüğünün sınırı yoktur. Hz. Peygamber(sav)’ın bu konudaki tavsiyesi ise kanaat etmek, elinde olana razı olmaktır. “*Durumu sizden daha iyi olanlara değil, daha aşağı bulunanlara bakın. Zira bu, Allah’ın nimetlerini hafife almamanız için en uygun yoldur.*”⁹⁵ hadisiyle kişinin üzerine düşen verilen nimetlere şükretmesi ve israf etmemesidir. Kanaat etmek hadislerde sürekli olarak yüceltilmiş ve tavsiye edilmiştir. “*Allah’ın sana ayırdığına razı ol ki insanların en zengini olasın.*”⁹⁶ ve “*Gerçek zenginlik, mal çokluğu değil, gönül tokluğudur.*”⁹⁷ hadisleriyle asıl zenginliğin bugün kabul edildiği şekliyle materyalist bir bakış açısıyla değil ahlaki olarak tanımlandığı görülmektedir. Böylece kişi harcamalarında aşırıya gitmekten, gösteriş için harcama yapmaktan ve zenginlik hırsıyla mal biriktirmekten sakınır, çünkü asıl zenginliğin ancak kanaat ile olacağının farkındadır. Yani israfa karşı verilebilecek en güzel tavsiye kanaat etmektir.

Hz. Peygamber(sav) bir hadisinde “*Allah sizin için dedi-kodu etmeyi, çok soru sormayı ve malı zayi etmeyi kerih görmüştür.*”⁹⁸ buyurarak kişinin elinin altında bulunan zaman, imkan ve mal nimetlerini israf etmeyi yasaklamıştır. “*O halde önemli bir işi bitirince hemen diğerine koyul.*”⁹⁹ ayetinde de ifade edildiği üzere kişi vaktini dedikodu ve gereksiz muhabbetle israf etmemeli, ‘önemli’ işlere yönelmelidir. Temel ihtiyaçlardan olan yeme içme de bile İslam’a göre bir sınır bulunmaktadır. “*Âdemoğlu, mideden daha şerli bir kap doldurmamıştır. Oysa Âdemoğluna belini doğrultacak birkaç lokmacık yeterlidir. Yemek zorunda ise hiç olmazsa üçte birini yemeğine, üçte birini içeceğine, üçte birini de nefesine ayırsın.*”¹⁰⁰ hadisinde buyrulduğu üzere Müslümanın yeme içme gibi temel ihtiyacında bile kanaat göstermesi, az ile yetinmesi ve dengeye göre hareket etmesi gerekmektedir. Yine Hz.

⁹² Buhari, Zekat, 18

⁹³ Tirmizi, Zekat, 19

⁹⁴ Müslim, Zekat, 117

⁹⁵ Müslim, Zühd, 9

⁹⁶ Tirmizi, Zühd, 2

⁹⁷ Buhari, Rikak, 15

⁹⁸ Müslim, Aksiyet, 14

⁹⁹ İnşirah Suresi 97/7 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İnşirâh-suresi/6095/5-8-ayet-tefsiri>

¹⁰⁰ Tirmizi, Zühd, 47

Peygamber'in "*Her canının çektiği şeyi yemen israftandır.*" ¹⁰¹ diyerek kişiyi nefsi ile mücadeleye yönlendirdiği ve israftan men ettiği görülmektedir.

Hz.Peygamber'in israf konusundaki hassasiyeti şu hadisiyle daha iyi anlaşılabilir: "*Abdullah b. Amr (ö. 65/684) (r.a.) demiştir ki: "Resûlullah (s.a.v.), Sa'd b. Ebû Vakkas'a abdest almakta iken rastladı ve; "Bu israf da ne?" buyurdular. Sa'd: "Abdest almada da israf olur mu?" dedi. Resûlullah (s.a.v.) buyurdular ki: "Evet! Akan bir nehir üzerinde olsan bile!"*"¹⁰². Kişinin ibadetinde bile kaynakları ölçüsüz kullanmaması gerektiğini aktaran Peygamber Efendimiz, akan bir nehirdeki suyun bile israfını engelleyerek konunun hassasiyetini göstermiştir. Hz. Peygamber(sav)'in hadisleri incelendiğinde israfı kibir ile ilişkilendirmek mümkündür. Kibir "*Yeryüzünde böbürlenerek dolaşma! Ne yeri yarabilir ne de dağlarla boy ölçüşebilirsin.*"¹⁰³ ve "*Kalbinde zerre kadar kibir bulunan kimse Cennet'e giremez.*"¹⁰⁴ gibi daha birçok ayet ve hadislerle lanetlenmiştir. Yine Nisa suresi 36-39. ayetlerde kişinin harcaması gereken yerde harcamayarak cimrilik etmesi ve sadece kibirlenmek ve gösteriş için harcama yapması kınanmıştır¹⁰⁵. "*Siz, israf etmeksizin ve kibirlenmeksizin yiyiniz, içiniz, giyiniz ve sadaka veriniz!*"¹⁰⁶ hadisiyle kişinin yaşam profili oluşturulmuş, kibirden ve israftan uzak bir hayat sürdürülmesi tavsiye edilmiştir.

¹⁰¹ İbn Mace, Et'ime, 51

¹⁰² İbn Mace, Taharet, 48

¹⁰³ İsra Suresi 17/37 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/İsrâ-suresi/2066/37-ayet-tefsiri>

¹⁰⁴ Müslim, İmân, 147

¹⁰⁵ <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nisâ-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

¹⁰⁶ Buhari, Libas, 1

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İSLAMDA İSRAFIN ÇARELERİ VE ‘SATIN ALMA HİYERARŞİSİ’NİN İSLAM İKTİSADINDAKİ YANSIMASI

3.1. İslam’da İsrafın Çareleri

İslam dini aşırılıklar dini değildir. Müslümanların ibadetten muamelata hayatın her alanında mutedil davranması tavsiye edilmiş, her türlü aşırılık ve haddi aşmak men edilmiştir. İslam dini inananlara insanı kendi arzularının kölesi haline getiren sınırsız tüketim davranışıyla haddi aşmalarını da israfın yasaklığı ilkesiyle önlemektedir. Toplumda sosyal adalet, yardımlaşma ve dayanışmanın önündeki engellerden olan israf davranışı ile baş etme konusunda inananlara yol göstermiş, bu doğrultuda çeşitli ilke ve prensiplerle israfın yozlaştıran yıkıcı etkilerine karşı konmasına imkan sağlamıştır. Bu bölümde ilk olarak Kur’an-ı Kerimde de israfa karşı önerilen iktisat incelenecek, sonrasında infak ve isar ruhunun israfi önleme işlevleri aktarılacaktır.

3.1.1. İsrafa Karşı İktisat

İktisat Arapça’da yüzünü dönme, yönelme, itidalli ve orta yollu davranma anlamlarına gelen ‘kasd’ kelimesinden türetilmiştir (Sancaklı, 2013, s. 46). Aynı zamanda yönelmek, yüzünü ona doğru dönmek anlamına bağlı olarak istenen şeye ulaştıran yol, istikamet-i tarik olarak da yorumlanmıştır. İktisadın en kapsamlı tanımı “bir şeyde dengeli ve mutedil şekilde hareket etmek; orta/vasat davranışa riayet etmek; ifrattan kaçınmak; haddi aşmamak” tır. İsraf gibi iktisat kelimesi de zamanla anlam daralmasına uğramıştır. Geniş anlamıyla her türlü işte ve davranışta dengeli olmayı, dar manasıyla mali konularda ihtiyaca göre ve maksadına uygun harcamayı ifade etmektedir (Kayhan, 2006, s. 184). İktisat sayesinde birey dini ve dünyevi, ruhi ve bedeni, maddi ve manevi her şeyde dengeli olacak, bir işte aşırılık yapmadan (ifrat) ve eksik de bırakmadan (tefrit) mutedil bir davranış sergileyecektir.

Fahreddin er-Razi¹⁰⁷ iktisadı “bir işte aşırıya kaçmadan ve noksan da bırakmadan itidalli davranmaktır. Şöyle ki, ne istediğini bilen kimse kararsızlık ve cayma göstermeden onu kasteder ve ona yönelir. İsteddiği şeyin yerini bilmeyen ise şaşkın olur bir sağa bir sola yalpalar. İşte bundan dolayı maksada ulaştıran amel ve davranış iktisat olarak ifade

¹⁰⁷ Kelâm, felsefe, tefsir ve usûl-i fıkıh alanlarına dair çalışmalarıyla tanınan Eş‘arî âlimi. Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/fahreddin-er-razi>

edilmiştir.” diye yorumlamıştır (Aktaran Sancaklı, 2013, s. 46). Gazzali tarafından ise iktisat kaynakların şeriat sınırları içerisinde adaletsizlik ve çevre sorunları oluşturmaktan bütün insanlığın refahını artıracak şekilde kullanmak olarak tanımlanmıştır (Karaoğlu, 2020, s. 224). Bu anlamlarıyla iktisat israfın zıddıdır ve israfa çare olarak sunulmaktadır. İsrâf şükre de zıt bir davranıştır. İsrâf eden insan nimetin şükürünü yerine getirmemekte onu hafife alarak boşa harcamaktadır. Ancak iktisatta nimete karşı da saygı vardır. Onu kullanma ve harcamada da dengeli olunarak nimetin şükürü eda edilmektedir. Ayrıca bir darlıktan sonra feraha erişildiğinde de kendisini o darlıktan kurtaran Rabbi hatırlayan ve O’na şükredenler de orta yolu tutanlar olarak vasıflandırılmıştır. Bu durum “*Dalgalar onları kara gölgeler gibi kapladığında içten bir inanç ve bağlılıkla sadece Allah’a yakarır; Allah kendilerini sağ salim karaya çıkardığında ise içlerinden bir kısmı ortada kalır. Hıyanete gömülmüş nankörler topluluğundan başkası ayetlerimizi inkâr etmez.*”¹⁰⁸ ayetinde de anlatılmaktadır.

Kur’an-ı Kerim’de maddi-manevi, dini-dünyevi her alanda haddi aşmak olarak ifade edilen israf kavramı olumsuzlama ilkesiyle kullanılmıştır. Zararları sergilenerek inanlara ondan uzak durması öğütlenmiştir. İsrafa çare olan ve her şeyde dengeyi korumak anlamındaki iktisadi ise olumlama yöntemiyle aktarılmıştır. İktisat övülerek, güzellikleri gösterilerek ve inananları ona imrendirerek güzellemiştir (Kayhan, 2006, s. 153). Davranışlarında ölçülü olan mutedil kimseler “...*İçlerinde aşırılığa kaçmayan bir zümre var; onlardan birçoğunun yaptıkları işler ise pek kötüdür.*”¹⁰⁹ ayetinde olduğu gibi inançta israfa düşerek büyük günah ve şirk işleyenlerden ayrı tutulmuştur. Hz. Peygamber ve O’na uyanların “*İşte böylece, siz insanlara şahit olasınız, peygamber de size şahit olsun diye sizi aşırılıklardan uzak bir ümmet yaptık.*”¹¹⁰ ayetiyle dengeli bir ümmet olduğundan bahsedilmiş ve yüceltilmiştir.

Kur’an-ı Kerim’de mutedil insan sürekli olarak övülmüş, Hz. Peygamber’in hadisleriyle mutedil olmanın tavsiyesi verilmiştir. “*(Ashabım) orta yolu tutun, sabah ve akşam vaktinde, bir miktar da gecenin son kısmında (ibadet edin). İ’tidali iltizam ediniz ki maksâdınıza eresiniz*”¹¹¹ hadisiyle ashabına ibadetten muamelata hayatın her alanında dengeli olması öğütlenmiştir. “*Ey insanlar size orta yol gerekir...*”¹¹² hitabıyla ashabına iktisatı

¹⁰⁸ Lokman Suresi 31/32 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Lokm%C3%A2n-suresi/3500/31-33-ayet-tefsiri>

¹⁰⁹ Maide Suresi 5/66 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/M%C3%A2ide-suresi/734/65-66-ayet-tefsiri> 1

¹¹⁰ Bakara Suresi 2 /143 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/150/143-ayet-tefsiri>

¹¹¹ Buhârî, Rikâk, 18

¹¹² İbn Mâce, Zühd, 28

eylemlerinin merkezini koyması tavsiye edilmiştir. “İktisatlı davranan fakir düşmez”¹¹³ hadisi ile de anlaşılaçağı üzere maddi harcamalar söz konusu olduğı zaman verilen tavsiye iktisatlı olmaktır. Kendisi ve bakmakla yükümlü olduğı kişinin temel ihtiyaçlarını karşılayamayacak duruma düşmek israfın sebep olduğı durumlardan biridir. Ancak Efendimiz(sav) iktisat üzere ölçülü ve dengeli bir hayat yaşamanın bunu önleyeceğini aktarmıştır.

Seyyid Kutub¹¹⁴ israf ve cimrilik hakkında şunları söylemektedir: “İsraf hem nefsin, hem malın, hem de toplumun fesadına sebeptir. Cimrilik de öyledir. Çünkü mal sahibinin ve etrafındakilerin maldan yararlanmasına mani olur. Mal sosyal hizmetleri gerçekleştirmek için var olan sosyal bir araçtır. İsraf ve cimrilik sosyal çevrede ve ekonomik alanda aksaklıklara sebep olur. Malların saklanması da, hesapsız ve ölçsüz bir şekilde harcanması da birtakım problemleri beraberinde getirir. Bu problemler kalplerin ve ahlakın bozulmasından kaynaklanmaktadır. İslam dini, bizzat ferdin kendisinden başlayarak hayatın bu yönünü tanzim eder ve iktisatlı olmayı imanın alametlerinden bir alamet sayar.” (Aktaran Sancaklı, 2013, s. 57). İktisat orta yolu tutmak manası taşıdığı için harcamada da savurganlık ile cimriliğin orta noktası olarak tanımlanmıştır (Karasakal, 2014, s. 1257). Orta yollu davranarak ihtiyaçların karşılanması için harcama yapmak, harcama yaparken de israf ve cimriliğe varmamak iktisattır (Köksal, 2003, s. 201). Tüketim ve harcamanın en kısık hali cimrilik, en fazla hali israf, ortası ve tavsiye edileni ise iktisat, yani tüketim ve harcamada dengeli olmaktır (Soysaldı, 2005, s. 99).

İsrafın kaynakların sınırsız bir şekilde savurulması bakımından hem bireysel hem toplumsal hayatın ifsadına sebep olduğı aşıkardır. Aynı şekilde cimrilik de insanca yaşamanın temel koşullarını karşılamamak olduğı için potansiyelin boşa gitmesidir. İsraf ve cimriliğe kapılmadan orta yollu davranarak ihtiyaçları karşılamak, hayatın her alanında ifrat ve tefritten uzak durmak İslam’ın temel ilkelerindendir. İsraf ve cimriliğe düşmeden yani haddi aşmadan ve dengeli davranmak olan iktisat bu yönüyle israfın ve cimriliğin sebep olabileceğı birçok zararları bertaraf etmektedir. Dolayısıyla bireysel ve toplumsal hayatın dengesinin bozulmaması için bir nevi panzehir görevi görmektedir. Nitekim Furkan Suresi 67. ayet-i kerimede: “Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında mâkul bir dengeye göre olur.”¹¹⁵ buyrulur

¹¹³ Ahmed b. Hanbel, Müsned, c. 1, s. 447

¹¹⁴ Mısırlı düşünür ve aksiyon adamı. Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/seyyid-kutub>

¹¹⁵ Furkan Suresi 25/67 <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Furk%C3%A2n-suresi/2922/67-ayet-tefsiri>

gereğinden az ve fazla harcamadan itidal üzere olan kullar övülmüştür. Bu ayetle de tasdiklendiği üzere israfın mukabili iktisattır. Tavsiye edildiği üzere iktisatlı davranarak yani gereken yerde gerektiği kadar harcanarak israfın doğuracağı ferdi ve sosyal menfi neticelerinin önüne geçilecektir.

3.1.2. İsrafa Karşı İnfak

İsraf ve savurganlığa düşmekten bireyleri kurtaracak ikinci ilke infaktır. Harcamak, bitirmek, tüketmek anlamlarına gelen Arapça kökenli ‘infak’ kelimesi dini bir terim olarak Allah’ın rızasını kazanma niyetiyle kişinin kendi malından harcaması demektir (Kayhan, 2006, s. 171). “De ki: “*Rabbim kullarından dilediğine rızkı bol verir, dilediğine de kısar. Başkaları için ne harcarsanız Allah onun yerine yenisini verir. O rızık verenlerin en hayırlısıdır.*”¹¹⁶ ayetinde olduğu gibi infaktan bahsedilen ayetlerin genelinde infak güzel vasıflarla beraber anlatılmakta ve bu emre uyan kulların Allah’ın rızasını kazanarak verdiklerinden fazlasının kendilerine geri verileceği aktarılmaktadır (Yıldız A. , 2019, s. 89). Kelime manası bitip tükenmek olmasına rağmen ayetlerden de hareketle infakın mala bir artış sağlayacağı aktarılmıştır. Yine Enfal Suresi 3. ayet-i kerimede¹¹⁷ gerçek Mü’minlerin özelliklerinden birisinin Allah yolunda infak etmeleri olduğu belirtilmektedir. Bu yönüyle infak inanan kimseler için Allah’ın rızasını kazanmak ve dünya-ahiret dengesini korumak için bir araçtır.

İnfak kavramının Kur’an-ı Kerimdeki kullanımları incelendiğinde hem farz olan zekat, hem de nafil olan sadaka olmak üzere birçok mali hayır ve harcamayı içerdiği saptanmıştır (Ekin, 2002, s. 84). “(Onlar) gayba iman ederler, namazı kılarlar, kendilerine verdiklerimizden hayra harcarlar”¹¹⁸ ayetinde olduğu gibi infak kelimesiyle bazı ayetlerde zekatın kastedildiği anlaşılmaktadır. İslam’da özel mülkiyet ve servet birikimi toplumun refah seviyesi hesap edilerek sınırlandırılmıştır. Bu sınırlama ile gelir düzeyleri arasındaki farkın artmasına imkan verilmemiş, toplumun farklı gelir seviyesindeki kişilerin birbiriyle iletişim içerisinde olmasına imkan sağlanmıştır (Tabakoğlu, 2013, s. 294). İnfak bu düzenlemeyi sağlayan bir yardım aracı ve gelir dağılımındaki adaleti sağlayacak bir vasıta. İnfak

¹¹⁶ Sebe Suresi 34/39 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Sebe'-suresi/3645/39-ayet-tefsiri>

¹¹⁷ “Müminler o kimselerdir ki Allah’ın adı anıldığında yürekleri titrer, kendilerine Allah’ın ayetleri okunduğunda bu onların imanlarını arttırır. Onlar yalnızca rablerine güvenirlir. Namazlarını özenle kılarlar, kendilerine verdiğimiz şeylerden bir kısmını Allah yolunda harcarlar.” Enfal Suresi 8/2-3

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Enf%C3%A2l-suresi/1162/2-3-ayet-tefsiri>

¹¹⁸ Bakara Suresi 2/3 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/10/3-ayet-tefsiri>

müessesesiyle toplumsal refah yaygınlaştırılacak ve sosyal adalet sağlanmış olacağı için infak toplumsal değişimin belirleyici etkenlerinden biridir.

İnfak sosyal hayatta bireyleri birbirine kaynaştırdığı gibi aynı zamanda modern toplumun bir yaşam şekli halini alan dünyevileşmeyi de önleyen bir davranıştır. Dünyevileşme, “bireylerin hayatı sadece dünya ile, gerçeği ise algılanan ve tecrübe edilenlerle sınırlaması, varlığı tek boyutlu olarak algılaması” olarak tanımlanmaktadır (Ekin, 2002, s. 78). Bir diğer deyişle sosyal, kültürel ve ekonomik etkenlerle dünya ve ahiret dengesinin ahireti göz ardı edecek şekilde bozulmasıdır. Dünyevileşme günümüz bireylerinin sınırsız tüketim yapmalarının ve israfa meyletmelerinin altında yatan temel sebeplerdendir. Dünyevileşen insan kendini Allah’tan bağımsız görerek ahsen-i takvim üzere yaratılan benliğine yabancılaşmaktadır. Ancak infak Kur’an’da bahsedildiği gibi mala bir artış sağlamasının yanında bireylerin benlik ve ruhlarını temizlemektedir. İnfak bireyin nefsinin arınmasına ve kalplerinin imana ısınmasına vesile olmaktadır. Kişinin servet ve imkân bolluğunda kendini kaybedip israf ve lükse kaymasının önüne infak ile geçilebilir. *“Allah yolunda harcama yapın; kendi ellerinizle kendinizi tehlikeye atmayın. İyilik edin, kuşkusuz Allah iyilik edenleri sever.”*¹¹⁹ ayetinde ifade edildiği gibi dünyevileşmek insanın kendini helak olmaya sürüklemesi iken infak etmek bunun engelidir.

*“Ey iman edenler! Size ne oldu ki, “Allah yolunda seferber olun” denilince yerinize çakılıp kaldınız; yoksa ahiretten vazgeçip de dünya hayatıyla yetinmeye razı mı oldunuz? Halbuki dünya hayatının sağladığı fayda ahiretinkine göre pek azdır.”*¹²⁰ ayetinde işaret edildiği gibi dünyevileşme yeryüzünde çakılıp kalma olarak tasvir edilmiş, dünya hayatının geçici zevklerinin peşine düşülmesi yerilmiştir. Ahiret hayatını düşünmeden, görülen ve algılanan dünya hayatının peşinden koşma, Allah’ın rızasını değil kendini merkeze alan modern insanın bir hatasıdır. Nitekim Hümeze suresinde *“O, malının kendisini sonsuza kadar yaşatacağını zanneder.”*¹²¹ denilerek dünya malının bu hataya düşme olasılığını artıracığı çıkarılabilir. Servet ve malın çokluğu kişiye ölümü ve ahiret hayatını unutturarak kendisine ebedilik kazandıracağı zannına kapılmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak *“...Sana neyi infak edeceklerini de soruyorlar. De ki: İhtiyaç fazlasını. Allah sizin için ayetlerini işte böyle açıklıyor ki düşünesiniz.”*¹²² ayetinde emredildiği gibi ihtiyaçtan fazlasının infak edilmesi mal

¹¹⁹ Bakara Suresi 2/195 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/202/195-ayet-tefsiri>

¹²⁰ Tevbe Suresi 9/38 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Tevbe-suresi/1273/38-41-ayet-tefsiri>

¹²¹ Hümeze Suresi 104/3 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/H%C3%BCmeze-suresi/6180/1-3-ayet-tefsiri>

¹²² Bakara Suresi 2/219 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/226/219-ayet-tefsiri>

ve servet birikiminin önüne geçeceği gibi kişiye ahireti unutturacak bir dünyevileşmenin de önüne geçecektir.

İslam, yukarıda bahsedildiği gibi ahiret hayatını önemsemeyen, ihmal eden ve sadece dünya hayatıyla yetinen bir yaşam anlayışını onaylamadığı gibi, dünya hayatından tamamen bağımsız ruhbanvari bir hayata da karşı çıkmaktadır. Kasas Suresi 77.ayeti kerimede bu durum açıkça belirtilmiştir: *“Allah’ın sana verdiğinden ahiret yurdunu kazanmaya bak ve dünyadan nasibini unutma! Allah sana ihsan ettiği gibi, sen de insanlara ihsanda bulun. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarmaya çalışma! Şüphesiz Allah bozguncuları sevmez.”*¹²³. Ayette insanların ahiret hayatını kazanmaya çabalarken ahiret hayatı şekillendirici ve belirleyici nitelikte olan dünya hayatını da ihmal etmemesini öğütlemektedir. Bu ayette şu dört ilke aktarılmıştır: ahiret hayatını kazanmaya çalışmak, dünyayı göz ardı etmemek, infak etmek ve yeryüzünde fesat çıkarmamak. İnfak kelimesi ayette yeryüzüne fesat çıkarmama tavsiyesinin önünde zikredilmesiyle bunu engelleyici ve ihmal edilmesiyle neye sebep olacağı belirtilmektedir (Ekin, 2002, s. 81). Ayrıca infakın bu ilkeler arasında zikredilmesi dünya ve ahiret hayatı dengesinin infak ile gerçekleşeceğinin belirtisidir.

İslam ibadetten muamelata her eylemde olduğu gibi infak etmekte de israfi yasaklamıştır. *“Akrabaya, yoksula ve yolcuya hakkını ver. Gereksiz yere de saçıp savurma! Çünkü savurganlar şeytanların dostlarıdır. Şeytan da rabbine karşı çok nankördür.”*¹²⁴ ayetinde de açıkça ifade edildiği gibi infak etmede bile israftan kaçınılması emredilmiştir. Buradaki müsriflik, kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kişiler başkalarına muhtaç kalacak kadar malını dağıtmak ve Allah’ın vermeyi emrettiği miktardan eksik vermek olmak üzere iki durumdur (Sancaklı, 2013, s. 61). Dahası Peygamber Efendimiz’in *“Sadaka vermede aşırı giden onu vermeyen kimse gibidir.”*¹²⁵ hadis-i şerifi de İslam dininin hayırda bile inananları israftan men ettiğinin kanıtıdır. Sahabe-i Kiram arasından malının tamamını tasadduk etmek isteyen sahabeler olmuş ancak Hz. Peygamber izin vermemiştir. Ka’b b. Malik Tebük seferine katılmamasının ardından tevbesinin kabul olmasına karşılık malının tamamını bağışlamak istemiş ancak Efendimiz (sav) tarafından *“Malının bir kısmını elinde tut bu senin için daha hayırlıdır”* buyrularak geri çevrilmiştir¹²⁶. Sa’d b. Ebi Vakkas mirasını bağışlamak istediği zaman Hz. Peygamber (sav) üçte birini bağışlamasına müsaade etmiş *“Mirasçılarını zengin*

¹²³ Kasas Suresi 28/77 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Kasas-suresi/3328/76-77-ayet-tefsiri>

¹²⁴ İsra Suresi 17/26-27 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2055/26-27-ayet-tefsiri>

¹²⁵ Tirmizî, Sunen, Zekat, 19

¹²⁶ Buhârî, Zekât, 18; Müslim, Tevbe, 53; Ebû Dâvûd, Eymân, 23; Ahmed b. Hanbel, Müsned, III, 454, 456, 459

bırakman onları başkalarına muhtaç bırakmandan daha hayırlıdır.” buyurmuşlardır¹²⁷. Sahabe-i Kiram arasında sadece Hz.Ebu Bekir’e malının tamamının tasadduk edilmesi izin verilmiştir. Ancak bu durum bir istisna olarak kabul edilmiş, ihtiyaçlar karşılandıktan sonra kalan miktarın ihtiyaç sahiplerine harcanması uygun görülmüştür (Yıldız, 2019, s. 97). Ayrıca bir kimsenin borçlu iken verdiği sadaka, alacaklılarına ait malı israf ettiği sebebiyle iade edilir (Sancaklı, 2013, s. 70). Sonuç olarak bakmakla yükümlü olduğu kişileri ihtiyaç içerisinde bırakacak şekilde sadaka vermek doğru görülmemiş, her eylemde olduğu gibi sadaka vermede de ölçülü olunması tavsiye edilmiştir.

3.1.3. İsrafa Karşı İsar ve Sosyal Dayanışma

Fertleri ve toplumları israf ve savurganlığa düşmekten kurtaracak bir diğer ilke sosyal dayanışma ve sosyal dayanışmanın ideal modeli olan isardır. İnsanlar yaşamlarında tek başına üstesinden gelemeyecekleri ihtiyaçlarla kuşatılmışlardır. Bu ihtiyaçlarını karşılamak üzere topluluklar halinde yaşamaya, devlet, hukuk, aile gibi kurumlarla bu ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadırlar. Farabi el-Medinetü'l-Fazıla adlı eserinde bireylerin ihtiyaçlarını tek başlarına karşılamalarının mümkün olmadığını ve topluluklar oluşturarak ve yardımlaşarak kendi devlet ve toplum felsefesini kurduğunu belirtmektedir. Böylece toplumun bireyleri kendi yeteneklerini kullanarak mükemmel bir toplum oluşturmaktadırlar (Aktaran Çağrı, 2022). İbn Haldun ise insanların temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına çeşitli aletlere ve iş bölümüne gereksinim duyduğu için toplu yaşamın zorunluluğundan bahsetmektedir. Bu sebeple bu ihtiyaçları tek başına karşılayabilmesi mümkün olmadığı için insanın başka insanlara ve dolayısıyla umrana ihtiyaç duymaktadır (Yiğit, 2021, s. 8). İslam toplumunda inananların birbirleriyle olan ilişkileri “*Müminlerin gönüllerini birleştiren de O’dur. Dünyanın bütün servetini harcasaydın onların gönüllerini birleştiremezdin, fakat Allah onların aralarını düzeltti. O izzet ve hikmet sahibidir.*”¹²⁸ ayetinde buyrulduğu üzere samimiyet, vefa, bağlılık gibi erdemlerle beraber anılmaktadır. Ayrıca “*Müminler aralarındaki ilişkiler bakımından taşları birbirine kenetlenmiş binaya benzer*”¹²⁹ hadisinde bahsedildiği şekilde Müslümanlar sosyal hayatta birbirlerine bağlı ve kenetlenmiş haldedir.

İslam dini Mü’minler arasında dayanışma ve yardımlaşmaya çokça önem vermiş, dayanışmayı sağlayacak ilke ve prensipler oluşturmuş, kurulan müesseselerle de toplumsal

¹²⁷ Buhârî, Cenaiz, 37, Nefakat, 1, Merdâ, 16; Ebû Dâvûd, Cenaiz, 2; Mâlik, Muvatta', Vasiyye,

4.

¹²⁸ Enfal Suresi 8/63 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Enf%C3%A2l-suresi/1222/62-63-ayet-tefsiri>

¹²⁹ Buhari, Edeb, 36

dayanışmayı devam ettirecek ortam oluşturmuştur. Temelinde tevhid yani birlik inancı olan İslam dini, söz konusu sosyal dayanışma ve yardımlaşma olduğunda da “*Müminler ancak kardeşirler...*”¹³⁰ ayetinde olduğu gibi din, dil, ırk, gelir düzeyi gözetmeksizin tüm inanları da birleştirmiştir. Her türlü sosyal statü farklılıkları göz ardı edilerek tek bir Allah inancı etrafından inananları birleştirmiş ve birbirlerine kenetlemiştir (Akyüz, 2014, s. 465). İslam dininde bireyi sosyalleşmeye götüren ilke tevhid inancıdır. Çünkü tevhid inancı, bireyin kendi varlığının farkına vardıktan sonra elde ettiği psikolojik tatminle üst bir birliğin üyesi olduğunun farkına varmasını kolaylaştıracak ve böylece toplumla bütünleştirecektir (Durmuş, 2003, s. 17).

Mesuliyet duygusu kişiyi disipline ederek kendisi ve içinde bulunduğu topluma karşı sorumlu hissetmesine sebep olmaktadır. Bireyin her eylemde sorumluluk bilincini kazanması birbirine saygı duyulan bir toplumun oluşmasına imkan sağlamaktadır. İslam düşüncesinde bu durum takva kavramıyla ifade edilmektedir (Durmuş, 2003, s. 17). “*Ey insanlar! Şüphesiz sizi bir erkek ile bir dişiden yarattık, tanışasınız diye sizi kavim ve kabilelere ayırdık, Allah katında en değerli olanınız O’na itaatsizlikten en fazla sakınanınızdır. Allah her şeyi hakkıyla bilmektedir, her şeyden haberdardır.*”¹³¹ ayetinde ifade edildiği gibi insanların serveti ve asabiyeti değerlendirme konusu olmazken takvası, itaatkarlığı ve mesuliyet duygusu esas ölçü kabul edilmektedir. İslam dini insana içtimai bir sorumluluk yüklemiş, insan yaşamının sadece kendisini kapsadığını öngörmemiştir. Bireyi topluma karşı sorumlu tutarken, topluma da insanların iyiliği için çaba harcama sorumluluğu yüklenmiştir (Yıldız K. , 2022). İslam inananlara sosyal yaşamın gerektirdiği şekilde davranmalarını tavsiye etmiş, yakınlarını buna göre yönlendirmesini ve neslini de bu ahlakta yetiştirmesini önermiştir. Nisa Suresi 36. ayet-i kerimede “.... Anne babaya, akrabaya, yetimlere, yoksullara, yakın komşuya, uzak komşuya, yakın arkadaş, yolcuya, ellerinizin altında bulunanlara iyi davranın...”¹³² buyrulduğu üzere Mü’minler, yardımlaşma ve dayanışmaya en yakınından başlayarak toplumun geri kalanını da kapsayacak şekilde yaymaya çabalamalıdır (Akyüz, 2014, s. 466).

Ayet ve hadislerde Mü’minler arasındaki dayanışmayı tesis edecek hasletler tavsiye edilmiş, bu dayanışmayı engelleyecek davranışlar yasaklanmıştır. Bu sebeple hayır ve iyilikte yarışmak, toplumdaki ihtiyaç sahiplerine el uzatmak, Allah rızası için O’nun yolunda harcamak Kur’an’ın çokça teşvik ettiği konulardandır. “*Muhakkak ki Allah adaleti, ihsanı,*

¹³⁰ Hücürat Suresi 49/10 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Hucur%C3%A2t-suresi/4622/10-ayet-tefsiri>

¹³¹ Hücürat Suresi 49/13 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Hucur%C3%A2t-suresi/4625/13-ayet-tefsiri>

¹³² Nisa Suresi 4/36 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nis%C3%A2-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

akrabaya karşı cömert olmayı emreder; hayâsızlığı, kötülüğü ve zorbalığı yasaklar. İşte Allah, aklınızı başınıza alasınız diye size böyle öğüt veriyor.”¹³³ ayeti tahlil edildiğinde sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı kuracak adaletli davranmak, iyilik yapmak ve akrabaya karşı cömert olmak tavsiye edilmiş, sosyal düzeni bozacak hayâsızlığı, kötülüğü ve zorbalığı da yasaklamıştır. İdeal toplumsal yapının kurulması için adam öldürmek, israf etmek, yalan söylemek, gıybet etmek, haset etmek gibi ferdi davranışlar yasaklanmıştır. Toplumun birer üyesi olmaları sebebiyle iki kişi arasındaki ilişkilerin toplumu da etkileyeceği düşünülerek fuhuş ve zina bu emir ve yasaklara dâhil edilmiştir. Ayrıca gasp, içki, kumar, rüşvet ve faiz de bütün toplumu etkileyerek toplumun ahlaki temelini sarsan niteliği hasebiyle haram kılınmıştır (Akyüz, 2014, s. 465-466).

Bireysellik ve bencilliğin yerini diğerkâmlığın aldığı İslam’da, cömertlik ve fedakarlık gibi iyi huylarla donatılmış bireylerin yer aldığı bir toplum hedeflenmektedir. Başkalarının iyiliğini gözeten insanların bulunduğu erdemli bir toplum oluşturmak Hz. Peygamber (sav)’in de temel gayelerinden biridir. Nitekim “*Sizden biriniz kendisi için istediğini kardeşi için de istemedikçe (hakiki manada) iman etmiş olamaz.*”¹³⁴ hadisinden de anlaşılacağı üzere ashabını başkalarını da düşünen ve onlarla ilgilenen sorumluluk sahibi bireyler olmaya yönlendirirken haset ve kıskançlık gibi kötü huylardan da sakınılmasını tavsiye etmiştir. Hicretten sonra Mekkeli ve Medinelî Müslümanlar arasındaki kardeşliğin tesisi, Asr-ı Saadet diye adlandırılan Hz. Peygamber’in yaşadığı toplumda sosyal dayanışma ve yardımlaşmanın ne derece kuvvetli olduğuna bir kanıt niteliğindedir. Ensar, dinleri uğruna Mekke’den hicret etmek durumunda kalmış Muhacirlerle tüm mal varlıklarını paylaşmış, onların Medine’yi yurt edinmelerini kolaylaştırmışlardır. Kan kardeşliğinin ötesinde saygı, yardımlaşma ve fedakarlığa dayalı din kardeşliği sayesinde insanlık tarihinde benzerine rastlanılmamış bir sosyal dayanışma örneği sergilenmiştir. (Sancaklı, 2006, s. 46). Sergilenen bu sosyal dayanışma örneği Kur’an-ı Kerimde de övülmüş ve diğer inananlara örnek gösterilmiştir. Haşr suresinde bu durum şöyle zikredilmektedir: “*Onlardan önce bu yurda yerleşmiş ve gönülden inanmış olanlar, kendilerine göç edip gelenleri severler, onlara verilenlerden dolayı içlerinde bir rahatsızlık duymazlar; ihtiyaç içinde olsalar bile onları kendilerine tercih ederler. Kim nefsinin bencilliğinden korunmayı başarır ise işte kurtuluşa erecekler onlardır.*”¹³⁵.

¹³³ Nahl Suresi 16/90 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nahl-suresi/1991/90-ayet-tefsiri>

¹³⁴ Buhari, İman, 7; Müslim, İman, 71

¹³⁵ Haşr Suresi 59/9 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Ha%C5%9Fr-suresi/5132/6-10-ayet-tefsiri>

Bahsi geçen ayette geçen ‘başkalarını kendine tercih etme’ durumu isar kavramı ile ifade edilmektedir. ‘Bir şeyi diğerine tercih etmek, öncelik vermek, üstün tutmak’ kelime manalarına gelen isar kavramı kişinin kendi ihtiyaç içinde olmasına rağmen bir başkasının ihtiyaçlarını karşılaması olarak tanımlanmaktadır (Durmuş, 2003, s. 18). Bir karşılık beklemeden ve yarar ummadan başkalarına yardım etmek, imkânlarını onun için kullanmak, onu kendine tercih etmek olarak kabul edilen isara Türkçe’de diğerkâmlık ve özgecilik ifadeleri karşılık gelmektedir (Hoşab, 2019, s. 215-216). Bir kimsenin cömertlikte isar derecesine ulaşabilmesi için kendisinin ihtiyaç içinde bulunması şart değildir. Önemli olan muhtaç olsa bile bir başkasının hak ve menfaatlerini kendi çıkarlarına tercih edecek ve elinde olan imkânlarını onun ihtiyaçlarını karşılamak için kullanabilecek bir iradeye ve ahlak anlayışına sahip olmasıdır (Sancaklı, 2006, s. 30). Karşılık beklenerek yapılan iyilik ise isar değil alışveriş yapmış gibi olmaktadır (Durmuş, 2003, s. 23). İsar ancak Allah’ın rızasına dayalı karşılık beklenmeden yapılan yardımlardır.

“Onlar, kendileri (yemek) istedikleri halde yiyeceği yoksula, yetime ve esire ikram ederler.”¹³⁶ ve “...Asıl erdemli kişi sevdiği maldan yakınlarla, yetimlere, yoksullara, yolda kalmışlara, yardım isteyenlere ve özgürlüğünü kaybetmiş olanlara harcıyandır...”¹³⁷ ayetlerinden de anlaşılacağı üzere isar Kur’an-ı Kerimde övülen ve tavsiye edilen bir davranış olagelmıştır. Müslümanlar arasındaki sosyal dayanışmanın artırılmasında önemli role sahip olan vakıf müesseseleri de isar ruhunun topluma yansımaya olanak sağlamaktadır (Açık, 2015, s. 697). Zekat, sadaka, kurban gibi ibadetler vakıflar ve ahi teşkilatları aracılığıyla topluma ulaştırılmakta ve toplumdaki sosyal farklılıklar azalarak toplumsal denge ve huzur tesis edilmiş olmaktadır (Kıyak, 2017, s. 2501).

İktisat teorisinde homo economicus olarak adlandırılan insanın kendinden başkasını düşünmeyerek sadece kendi çıkarlarını maksimize etmeye çalışmasının toplumun menfaatini koruyacağı ve refahını da yükselteceği iddia edilmektedir. Ancak gelinen durum bu teorinin yanlışlığını ispatlamaktadır (Madi, 2015, s. 155). İslam iktisadı açısından çoğu aza tercih etmek kabul edilebilir değildir. *“Bir dirhem, yüz bin dirhem önüne geçti”¹³⁸* hadisinde de belirtildiği gibi kişi kendinden ne derece fedakârlıkta bulunursa Allah katında daha değerlidir. Sadece kendi çıkarlarını gözetken, açgözlülük ve çeşitli dürtülerle doyumsuz isteklerin

¹³⁶ İnsan Suresi 76/8 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0ns%C3%A2n-suresi/5598/7-10-ayet-tefsiri>

¹³⁷ Bakara Suresi 2/177 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/184/177-ayet-tefsiri>

¹³⁸ Nesai, Zekat, 49

peşinden koşan ise “ahiret karşılığında dünya hayatını satın alan”¹³⁹ kimseler gibidir. Günümüzde sınırsız tüketim yapan ve savurgan davranışlar sergileyen insanlar ahiret hayatını geçici dünya hayatına tercih etmiş olmaktadır. Yakınlarından başlayarak içinde bulunduğu toplumun her bir ferdi kapsayacak şekilde düşünmek, yeri geldiğinde onun ihtiyaçlarını kendi istek ve arzularının önünde tutmak kişiyi israf etmekten uzaklaştıracaktır. Vefa, cömertlik, fedakârlık, diğerkâmlık gibi hasletler kişiyi israfa meyletmekten alıkoyacaktır. Bu ahlaki duyarlılık sosyal bütünleşmenin ve kardeşliğin tesisine ve sürdürülmesine imkan sağlayacaktır.

3.2. Satın Alma Hiyerarşisi Kavramsal Çerçeve

Tüketim kültürünün hâkim olduğu günümüz toplumlarında bireyin toplumun geneli gibi tüketmediği takdirde itibarını kaybedeceği, çağdışı ve bayağı bir imaj çizeceği dayatılmaktadır. Yeni ürünlerin ortaya çıkmasıyla bireyin hali hazırda elinde bulunan eşyası eskimiş, artık birey tarafından hantal, pespaye ve işe yaramaz görülür olmaktadır (Bauman, 1998, s. 92). Yani birçok tüketim malı yararlılıklarını yitirdiği için değil bir nevi moda değerini kaybettikleri ve böylece tüketicilerin saygın statüsüne gölge düşürdüğü için değiştirilir. Yeni elde ettiği ürünlerin diğer tüketiciler tarafından da edinilmesi ile o ürün halefi gibi ayrıcalığını yitirecek ve yerine başka bir ürüne devredecektir. Birey saygın statüsünü koruyabilmek için piyasanın sunduğu değişimlere ayak uydurarak tüketimin devamlılığına katkıda bulunmaktadır (Bauman, 1998, s. 93). Bireye bu anlayışı empoze eden tüketim kültüründe tüketme denetimi bireyin ihtiyaçları tarafından değil üretilen tüm ürünlerin satılarak tüketimin devamlılığının sağlanması ve karın maksimize edilmesi prensibine dayanan kapitalist sistemdir (Yanıklar, 2010, s. 32).

Mal ve hizmetlerin yanı sıra deneyimlerin de ticarileştirilmesini sağlayan kapitalist tüketim kültüründe fizyolojik ihtiyaçların yönlendirilmesi ile değil geçici, anlık, yapay ve değişken isteklerin yönlendirilmesi ile tüketim yapılmaktadır (Featherstone, 2007, s. 21). Bireyin kendi varoluş koşullarına göre oluşan ihtiyaçların yerini sistemin varoluş koşullarının ortaya koyduğu ihtiyaçlar almış, zamana, üretilen ürünlere göre sürekli değiştirilmiştir. Bu durum bireyde doyumsuzluğa sebep olarak tüketime de döngüsel bir nitelik kazandırmaktadır. Kapitalist tüketim kültürünün talep ettiği durum tam da budur. Çünkü geleneksel toplumlarda karşılaşılan ‘bir lokma bir hırka’ veya modern iktisat tanımı olan ‘kıt kaynaklar ile temel

¹³⁹ Bakara Suresi 2/86 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/92/85-86-ayet-tefsiri>

ihtiyaçların karşılanması’ anlayışı tüketim toplumuna ters düşmekte ve tüketime dayalı temelini sarsmaktadır (Karakaş, 2006, s. 12).

Tüketim kültürüyle birlikte yükselişe geçen aşırı tüketme eylemi sebep olduğu bireysel, fiziksel ve psikolojik sorunların yanında çevresel sıkıntılara da yol açmıştır. Bu sebeple israfa varan aşırı tüketim eylemine karşı bireysel veya kurumsal çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bunlardan biri de Kanadalı illüstratör Sarah Lazarovic’in ‘The Buyerarchy of Needs’ grafiğidir. Satın alma anlamına gelen ‘buy’ ve aşama sırası anlamına gelen ‘hierarchy’ kelimeleri bir araya getirilerek oluşturulan ‘buyerarchy’ kavramı satın alma sırası veya aşaması olarak çevrilebilir. ‘The Buyerarchy of Needs’ kavramı ise Akbaş tarafından ‘Satın Alma Hiyerarşisi’ olarak Türkçeleştirilmiştir (Akbaş, 2018, s. 155). Bu kavram israf derecesindeki aşırı tüketime alternatif çözümlerden biri olarak kabul edilmektedir. Gerek bireyin tasarruf etme amacıyla olsun gerekse bireysel bütçesini daha rasyonel bir şekilde oluşturma amacıyla olsun bireyin satın almayı tek yol ve yöntem olarak görmemesini sağlamayı hedefleyen bu kavram bireye alternatiflere yönlendirerek rehberlik etmeyi amaçlamaktadır.



Şekil 4. The Buyerarchy of Needs

Kaynak: A Bunch of Pretty Things I Did Not Buy, Sarah Lazarovic, 2014

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinden hareketle oluşturduğu 'The Buyerarchy of Needs' grafiği Lazarovic 'in 'A Bunch of Pretty Things I Did Not Buy' isimli görsel eserinde kullanılmıştır. 'Esprili, zarif ve etkileyici resmedilmış anti-tüketicici manifestosu' olarak sunulan bu eserde yazar kendi tecrübelerinden hareketle gereksiz ve aşırı tüketime alternatifler sunmayı amaçlamıştır. Yazar kitap boyunca 'onu istiyorum' çocukluğundan alışveriş merkezi faresi gençliğine ve son olarak da hızlı moda çağındaki yetişkinliğine evrilmesini aktarmaktadır. Kendi el yazısı ve grafikler ile hazırladığı bu eseri girdiği alışveriş diyetinden sonra can attığı şeyleri satın almak yerine uyguladığı yöntemleri başkalarıyla paylaşmak, kapitalizmin dezavantajlarına dikkat çekerek tüketime yavaşlatmaya yardımcı olacak ipuçları vermek için kaleme almıştır (Hayes, 2022). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde olduğu gibi piramit şeklinde tasarlanan bu grafikte satın alma, kendinde olanı kullanma, ödünç alma, takas yapma, ikinci el ürünlere yönelme ve kendin yapma seçenekleri tükenince yapılacak bir eylem olarak tasarlanmıştır. Bir ürüne ihtiyaç duyulduğu zaman piramitin tabanından başlanarak seçenekler değerlendirilecek, olmadığı takdirde kişi o ihtiyaını satın alarak giderecektir. Satın Alma Hiyerarşisi katı bir kurallar dizisi değil ihtiyaçların nasıl sürdürülebilir bir şekilde karşılanacağı ve aşırı tüketimin nasıl nleneceğine dair rehberlik sunun bir öneriler bütünüdür (The Buyerarchy of Needs, 2022).

İnternet alışverişiyle bireyin saniyeler içerisinde aradığı ürünü bulup yine saniyeler içerisinde ödemesini yapıp ulaşması durup düşünmesine fırsat vermemektedir. Birey saniyeler içerisinde yaptığı bu alışveriş için ise günlerce çalışmak zorundadır. Tüm alışkanlıklarında olduğu gibi alışveriş alışkanlıklarının yeniden düzenlenmesi zaman alan bir çabadır. Bu aşamada kişinin neyi istediğine değil neye ihtiyaı olduğuna odaklanması yardımcı olacaktır. Tüketime kültüründe bireyin sosyal kimlik ve statülerini belirlemek için ihtiyaç duyulmadığı halde tüketmenin veya gerekli olmadığı halde satın almanın gerekli olduğu dayatılmaktadır. Lazarovic ise bireylerin Satın Alma Hiyerarşisi ile tüketimlerini şekillendirerek bireysel kimliklerini oluşturabileceğini savunmaktadır (Lazarovic, 2014, s. 153). Bunu sağlarken bireylerin estetik kaygılarını göz ardı etmemekte bilakis daha fazla tketererek elde ettiği hazzı basit çözümlerle karşılamayı hedeflemektedir. Bireyin daha azıyla yetinmesine ve halihazırda sahip olduklarının değerini bilmesine olanak sağlamaktadır. İlerleyen bölümlerde piramitin her bir adımı incelenecektir.

3.2.1. Sahip Olduklarını Kullan

USE WHAT YOU HAVE

Satın Alma Hiyerarşisi insanların ihtiyaçlarını karşılamaları için tabandan başlamaları gerektiğini belirtir. Sahip olduklarını kullanma aşaması piramitin en tabanında yer almasına rağmen en üst seviyedir. İhtiyacı oluşan bireyin bu aşamada kendisine sorması gereken soru ‘Hâlihazırda sahip olduklarımı kullanabilir miyim?’ sorusudur. Bu soru bireyin sahip olduklarını etkin bir şekilde kullanmayı içermektedir. Bireye satın almadan önce durup ve düşünmesini söylerken, bireyin amacına hizmet edecek ürünlere zaten sahip olup olmadığını sorgulamasını tavsiye etmektedir. Bu aşama bireyin sahip olduklarını organize ederek ihtiyaç duyduğu ürünlere kolay ulaşabilmesi, sahip olduklarını kullanırken onları hor kullanarak yıpratmamayı da kapsamaktadır (Rivetto, 2022). Bireyin eşyalarını iyi durumda tutması uzun süre dayanmasına ve böylece satın alımlarını düşürmesine olanak sağlamaktadır.

Bu aşamada birey ihtiyaç veya istek duyduğu ürünler ne olursa olsun öncelikle o ürünün elinde olup olmadığına bakacaktır. Elinde olduğu halde aynı ürünün farklı versiyonlarını almayı istiyorsa bu arzusunu dizginleyerek elindeki ürünün ihtiyacını karşılayacağını kabul edecektir. Sahip olduğu ürünü kullanırken de yıpratmamaya özen göstererek eşyanın ömrünü uzatacaktır. Eğer elinde tam olarak ihtiyaç olan ürün yoksa yerine kullanabileceği ikame bir ürün olup olmadığını kontrol edecektir. Bu durumda kişinin satın alımlarında geniş amaçlı kullanım öğelerini tercih etmesi işini kolaylaştıracaktır. Spesifik özellikli ürünler tek bir sorunu çözümlerken genel amaçlı ürünler pek çok soruna çözüm bulabilecektir. Ayrıca reklam propagandalarının da bu şekilde yönlendirmesiyle bireylerde elinde olan ürünü bir üst sürüme yükseltme isteği ortaya çıkmaktadır. Bu durumda birey bu yükseltmenin küçük bir ek özellik olma ve kendisine faydasının dokunma olasılığını iyi değerlendirmelidir. Bu değerlendirmelerin satın alınacak ürünlerin birçoğunu filtreleyerek azalttığı aşikârdır. Ancak bu değerlendirmelere rağmen birey hala o ürüne ihtiyaç duyuyorsa bir sonraki adıma geçebilmektedir.

3.2.2. Ödünç Al

BORROW

Sahip olduklarını kullandıktan sonra bireyin ihtiyacının devam etmesi durumunda başvuracağı bir diğer alternatif ödünç almaktır. ‘Bu ürünü tanıdığım birinden ödünç alabilir miyim?’ sorusundan hareketle bireyin çevresinden edindiği ürünü kullanarak ihtiyacını giderdikten sonra iade etmesi, özellikle kısa bir süreliğine kullanılacak veya tek seferlik ihtiyaç duyulacak eşyaların satın alınmasına engel olabilecektir. Bu durum sadece kişisel harcamaları düzenlemekle kalmaz aynı zamanda gereksiz harcama ve savurganlığı da düşürmektedir (Rivetto, 2022). İhtiyaç duyulan ürünü ödünç alabilecek bir aile üyesi veya arkadaş olup olmadığı kontrol edilebilir veya kütüphane ve bazı DVD marketlerinde rastlanıldığı şekilde düşük maliyetli kiralamalar tercih edilebilir. Bu aşamada verilebilecek tavsiye insanların da size karşı cömert olacağı inancı ve umuduyla sizin de başkalarına karşı cömert olarak eşyalarınızı paylaşmanızdır. Bu aşamadaki kilit nokta ne sıklıkta bu ürüne ihtiyaç duyulduğunuzdur. Yalnızca bir veya iki kez kullanılabilecek ürünleri ödünç almak yerinde iken sıklıkla ihtiyaç duyulan bir ürünü sürekli ödünç almak da hem bireyi gereksiz şekilde yoracak hem de ödünç aldığı kişiyi yıpratacaktır. Bir ürüne ne kadar sıklıkla ihtiyaç duyulacağı tam olarak anlaşılmıyorsa ilk seferinde ödünç alınması mantıklı olurken tekrar ihtiyacın ortaya çıkması durumundan ödünç almayı bırakıp Satın Alma Hiyerarşisindeki başka bir düzeye geçilmelidir.

3.2.3. Takas Yap

SWAP

Birey bir ürüne ihtiyaç hissederken aynı zamanda elinde artık kullanmaya ihtiyaç duymadığı birçok ürün bulundurmaktadır. Kişide bir ihtiyaç ortaya çıktığı zaman

‘Kullanmadığım bir şeyi ihtiyacım olan ürünle değiştirebilir miyim?’ sorusundan hareketle kullanım değerinin bireysel olarak düştüğü eşyaları ihtiyaç duyulan ürünle takas yaparak karşılayabilecektir. Bireyin kullanmadığı ve kullanmayacağı şeyleri ihtiyacı olan veya edinmek istediği bir eşya ile değiş tokuş ederek hem bireyin kendisinin hem de karşısındakinin ihtiyacı giderilmiş olur. Böylece birey kendi ihtiyacını giderirken başkasının da ihtiyacını gidermesine yardımcı olmuş olur. Takasın bir başka avantajı bireyin artık kullanmadığı veya kullanmak istemediği ürünleri elinden çıkararak eşya fazlalığından da kurtulmuş olmasıdır (Hayes, 2022). Oynanmayan bir video oyunu, izlenilmiş bir film, artık kullanılmayan bir çanta takas edilebileceği gibi eşyanın taşınmasına yardım edilmesi gibi fiziki hizmetler de takas edilen öge olabilmektedir. Birey ihtiyacını takas yaparak çevresinden edinemediyse başka aşamaları denemelidir.

3.2.4. İkinci El Ürünlere Yönel

THRIFT

Diğer tüm adımların aksine ikinci el ürünlere yönelmek nakit alışverişi gerektirmektedir. Ancak ikinci el ürünlere yönelmek satın almanın daha sürdürülebilir ve uygun maliyetli halidir. İkinci el ürün satın almak yeni ürüne göre çok daha ucuz olduğu için düşük maliyetli, yeni ürün kullanılmadığında atık oluşmadığı içinse çok daha çevreci ve sürdürülebilir bir seçenektir (Drosdick, 2022). Diğer tüm seçenekler denendiği halde ihtiyaç giderilmediyse birey kendisine ‘Kullanılmış veya ikinci el bir mağazadan satın alabilir miyim?’ sorusunu yönelterek büyük miktarlarda para harcamadan istediği ürünü edinebilir. Birey ne istediğine değil neye ihtiyaç duyduğuna odaklanırsa aradığı ürünü ikinci el edinmesi daha kolaylaşacaktır. Araba, bisiklet, ders kitabı, mutfak gereçleri, spor malzemeleri ve mobilyalar ikinci el edinmeye uygun eşyalardır. Ek olarak birey kullanmadığı ürünlerini ikinci el sitelerinde veya aracılara satarak ihtiyaç duyduğu ürünü edinmek için kendisine finansman oluşturabilmektedir. İkinci el ürünlerin satıldığı telefon uygulamaları bu işlemi kolaylaştırmaktadır. Bireysel tercihi kullanılmış eşyayı kullanmamak olan veya aradığı ürüne ikinci elde bulamayan kişi Satın Alma Hiyerarşisinin bir diğer aşamasına geçmelidir.

3.2.5. Kendin Yap



Bu aşamada kişinin kendisine sorması gereken soru ise ‘İhtiyaç duyduğum ürünü kendim yapabilir miyim?’ sorusudur. Son yıllarda çokça bahsedilen ‘do it yourself’ akımıyla internette birçok ürünün yapımının gösterildiği videolara ve talimatlara rastlamak mümkündür (Hayes, 2022). Küçük tamir gerektiren eşyaların onarımı, evin yeniden tasarlanması, kullanılmayan bir eşyanın başka bir eşyaya dönüştürülmesi, manevi değeri yüksek küçük hediyeliklerin yapılması kişiyi hem daha tatmin olmuş hissettirecek hem de tasarruf sağlayacaktır. Ayrıca eski eşyaları yeni eşyalara dönüştürerek yeniden kullanımının sağlanması daha az atık üretilmesine olanak sağlayarak çevreye de katkı da bulunacaktır. Marketlerde satılan turşu ve reçel gibi gıdaların evde yapılması sağlıklı olmasının yanı sıra düşük maliyetlidir. Ancak yeni eşyalar yapmak kişide bulunmayan makas, kumaş, vs. gibi bazı eşyalara ihtiyaç duymasına sebep olabilmektedir. Bu durumda ihtiyaç duyulan malzemelerin tek seferlik mi kullanılacağı yoksa kişinin ona sürekli ihtiyacının mı olacağı iyi analiz edilmelidir. O eşyaların edinilmesinde de yine Satın Alma Hiyerarşisinden yararlanılmalıdır.

3.2.6. Satın al



Satın Alma Hiyerarşisinde en üst seviyede satın alma seçeneği bulunmasına rağmen ihtiyacı elde etmenin en düşük seviyesi ve son aşaması budur. Son çare olarak düşünülmesi gereken satın almaya ihtiyaç duyulan ürüne diğer seçeneklerle elde etmenin mümkün

olmadığı durumlarda başvurulmalıdır (Hamm, 2022). Bireyler satın almalarında daha dikkatli davranmalı ve üzerine çokça düşünmelidir. Büyük projeler için birden fazla satıcıdan fiyat teklifi almak, küçük satın alımlarında ise internetten fiyat bilgisi araştırmak bireyin harcamalarında tasarruf sağlayacaktır. Acil olmayan satın alımlarda tüketiciye en uygun fiyatı bulmak için sabırlı olmak ve araştırma yapmak, markete gitmeden önce liste yapmak ve alışveriş esnasında listeye sadık kalmak, kredi kartıyla gelecek olan paradan ödemek yerine önceden para biriktirerek satın almak bireyin satın alımlarında daha dengeli hareket etmesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca yerel ve sürdürülebilir ürünlere yönelmek, yeniden kullanılabilir ve çevre dostu ambalajlarla yapılmış ürünleri almak bireyi satın alımlarında daha sorumlu davranmaya itecektir.

3.3. Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması

Satın Alma Hiyerarşisi bireylerin satın almayı tek yol olarak görmeyerek alternatiflere yönelmesi ve böylece tasarruf etmesi ve bireysel bütçelerini düzenlemeleri için Kanadalı illüstratör Sarah Lazarovic tarafından tasarlanmıştır. İsrafa varan sınırsız harcama ve tüketime bir alternatif olarak sunulmuştur. İsrâf İslam'ın da sosyal düzenin korunması için yasakladığı davranışlardan biridir. Bu çalışmada israfa düşmemek için bireylerin aşırı tüketme eylemini sınırlamak amacıyla bir rehberlik sunacağı umulan bu piramit İslami değerler ile yeniden yorumlanmıştır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinden esinlenilerek oluşturulan bu grafik tabandan başlayarak sırasıyla kendinden olanı kullan, ödünç al, takas yap, ikinci el ürünlere yönel, kendin yap, satın al aşamalarından oluşmaktadır. İslami uyarlamasında ise bu sıralama kanaat et, ödünç al, değiş-tokuş yap, kendi emeğinle yap ve satın al şeklindedir. Satın Alma Hiyerarşisinde bulunan ikinci el ürünlere yönel aşaması da bir alışveriş çeşidi olduğu için satın al (bey') kategorisine dâhil edilmiştir. İlerleyen bölümlerde bu aşamalar birer birer İslami açıdan değerlendirilecektir.



Şekil 5. Satın Alma Hiyerarşisinin İslam İktisadındaki Yansıması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.3.1. Kanaat et

Satın Alma Hiyerarşisinin ilk basamağı olan kendinde olanı kullan yönlendirmesi İslami öğretilerde kanaat etmeye karşılık gelmektedir. Kişinin satın almaya yönelmeden önce ilk olarak sahip olduklarını kullanması aşırı tüketimi engelleyecek ve israfı düşürecektir. Birey almak istediği şeyi iyi değerlendirerek öncelikli olarak elinde sahip olduklarını kullanması, elinde olanla yetinmesi tavsiye edilmektedir. Bireyin açgözlü davranmayarak kanaat göstermesi ve elinde olanla yetinmesi ve razı olması aşırı tüketimi sınırlayacaktır. İslam’da israfın önüne geçilmek için tavsiye edilen davranış kanaatkâr olmaktır. “Payına razı olma” kelime manasına gelen kanaat “kişinin azla yetinip elindekine razı olması, başkalarının elindeki şeylere göz dikmemesi, hırs ve tamah etmemesi” olarak tanımlanmaktadır (Çağrıcı, 2022). Kanaat israfa muhalif davranışların başında gelmektedir. Kişinin kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kişilerin ihtiyacını karşılayacak mal ile yetinerek mal ve dünya zevklerinin tutkusunun peşinden koşmama durumu kanaat olarak adlandırılmaktadır. Ahlaki bir erdem ve

tam bir teslimiyet durumu olarak da kabul edilen kanaat, Allah'ın kendisine takdir ettiği şeylerin miktarına bakmaksızın verilene razı olmaktır (Gökcan, 2018, s. 98).

İslam'da kanaat etmek övülürken hırs ve tamahkârlık yerilmektedir. “*Âdemoğlunun iki vadi malı olsa, üçüncüsünü de ister. Âdemoğlunun karnını ancak toprak doldurur*”¹⁴⁰ hadisinden de hareketle insanoğlunun fitratında mala hırs ve tamah gösterme meyli vardır. Ancak ayet ve hadislerle kişinin kanaatkar ve tok gözlü olması övülmüştür. İnsanın mal ve dünya zevklerinin sevgisiyle baş etme konusunda kendinden kötü durumda olana bakması verilene razı olarak şükretmesini kolaylaştıracağından tavsiye edilmiştir: “*Dindarlıkta kendinden üstün olana bakıp ona uyan, dünyalıkta ise kendinden aşağı olana bakıp, Allah'ın kendine verdiği üstünlüğe hamdedenleri Allah, şükredici ve sabredici olarak yazar. Kim de dindarlıkta kendinden aşağı olana, dünyalıkta ise kendinden üstün olana bakar da elde edemediğine üzülürse, Allah onu şükredici ve sabredici olarak yazmaz.*”¹⁴¹. Kanaat kişinin nankörlük etmeyerek şükrünü göstermesinin bir aracıdır (Sancaklı, 2013, s. 69). Nitekim Peygamber Efendimiz(sav)'ın Ebu Hureyre'ye verdiği nasihatte kanaatkar olanın insanların en çok şükredeni olduğu aktarılmış¹⁴², Allah'ın kendisi ve bakmakla yükümlü olduklarının ihtiyacını karşılayabilecek ölçüde rızık verdiği ve bu rızka kanaat eden kişinin ise kurtuluşa erdiği¹⁴³ müjdelenmiştir.

Kanaat kavramı Kur'an-ı Kerimde direkt olarak geçmemektedir. Nahl Suresi 97. ayette geçen güzel bir hayat ifadesi kanaatkarlıkla yorumlanmıştır: “*Erkek olsun kadın olsun, kim inanmış bir insan olarak dünya ve ahirete yararlı işler yaparsa kesinlikle ona güzel bir hayat yaşatacağız ve böylelerinin ecirlerini de muhakkak surette yapmış olduklarının daha güzeliyle vereceğiz.*”¹⁴⁴ (Çağrıcı, 2022). Hadisler incelendiğinde ise kanaat kelimesi ve kanaatin ima edildiği başka kelimelerle kanaatin övüldüğü ve tavsiye edildiği görülmektedir. “*Asıl zenginlik mal çokluğu değil gönül zenginliğidir.*”¹⁴⁵ hadisi maddi servetle ahlaki kazanımı kıyaslayarak kanaatin daha değerli olduğunun altını çizmektedir. Ayrıca tok gözlü davranmanın Allah katında daha değerli olduğu ve kanaat edenin başka kimseye muhtaç olmayacağı şu hadis-i şerifte aktarılmıştır: “*Veren el alan elden daha üstün ve hayırlıdır.*

¹⁴⁰ Müslim, Zekat, 116-119

¹⁴¹ Tirmizî, Kıyâmet, 58

¹⁴² “Ey Ebu Hureyre! vera sahibi ol ki insanların en âbidi olasın. Kanaatkâr ol ki, insanların en çok şükredeni olasın.” İbn Mace, Zühd, 24

¹⁴³ “Müslüman olan, yeterli geçime sahip kılınan ve Allah'ın kendisine verdiklerine kanaat etmesini bilen kurtulmuştur.” Müslim, Zekat, 125; Tirmizi, Zühd, 35

¹⁴⁴ Nahl Suresi 16/97 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nahl-suresi/1998/97-ayet-tefsiri>

¹⁴⁵ Buhârî, Rikâk, 15; Müslim, Zekât, 120

İnfak ederken geçimini üstlendiğin kimselerden başla. Sadakanın hayırlısı ihtiyaç fazlası maldan verilendir veya fakiri bolluğa kavuşturacak olandır. Kim istemekten sakınırsa Allah onu kimseye muhtaç etmez. Kim de tok gözlü olup kanaat ederse Allah onu başkasına muhtaç etmeyerek zengin kılar.”¹⁴⁶

Gazzali bireylerin kanaat erdemini kazanabilmeleri için bazı değişimlerden geçmesi gerektiğini aktarmaktadır. Bu değişimler sırasıyla harcamayı kısıarak ihtiyaçları karşılamakla yetinmek, Allah’a tevekkül ederek rızık kaygısına düşmemek, hırs ve tamahkarlığa düşmeden asıl zenginliğin kanaat etmek olduğunun bilincine varmak, zenginliğin önemli olmadığını kavramak ve fazla malın çeşitli zorluklarının olduğunun farkına varmaktır (Aktaran Çağrı, 2022). Kanaat sahibi kimse her ne olursa olsun rızık Allah’ın takdiri görerek az olduğunda isyan etmeyen, çok olduğunda da azgınlık yapmayandır (Gökcan, 2018, s. 98). Kanaatkar olmak demek hiçbir çaba sarfetmeden ve emek göstermeden rızık Allah’tan geleceğini ummak demek değildir. Aksine kendisi ve ev ahalisinin rızık için çalışarak elde ettiği miktara rıza göstermek, nasibine razı olmaktır (Güner, 2012, s. 17). Ayrıca kanaatkar olmanın azla yetinmek veya mal ve servet edinmekten kaçınmak olarak da yorumlanması yanlıştır. Kanaat tembel davranmakla ilişkilendirilemeyeceği gibi emeğin karşılığında elde ettiği helal ve meşru kazanca da mani değildir. Hırsın zıddı olan kanaat erdemi kişiye izzetli bir yaşam da sunacağı için toplumun her bir ferdine çalışma şevki sağlamaktadır. Bu durum da kişiye üretici bir nitelik kazandıracağından iktisadi düzenin dengesini korumaktadır (Güner, 2012, s. 17). Kanaatsizlik ise beraberinde haset ve kıskançlık duygularını getireceğinden açgözlülüğe sebep olacaktır. Tamah etmek kişiyi muhtaç duruma düşürecektir (Madi, 2015, s. 155).

3.3.2. Ödünç al

Bireyin sahip olduğu eşya ihtiyacını karşılamıyorsa bu ihtiyacını gidermek için ikinci olarak başvurabileceği yöntem ödünç almaktır. Ödünç almak bir yardımlaşma çeşididir. Yardımlaşma denildiği zaman her ne kadar zenginlerin yoksullara yaptığı mali yardım akla gelse de mali durumu veya sosyal statüsü fark etmeksizin insanların ihtiyaç duyacağı her şeyin karşılanması yardımlaşma kapsamına girmektedir (Akyüz, 2014, s. 472). İslam dini Müslümanların dayanışma ve yardımlaşma içerisinde olduğu bir toplum oluşturmayı hedeflemiş, bu gayeye yönelik inanlar teşvik edilmiştir. Dayanışma ve yardımlaşmaya zarar verecek bencillik, haset, ihtiras gibi davranışlar yasaklanırken yardımlaşmayı pekiştirecek selamlaşma, ikram etme, hediyeleşme, borç verme (karz-ı hasen) ve ödünç verme gibi

¹⁴⁶ Buhari, Zekat 18, Müslim, Zekat 94

davranışları da telkin etmiştir. İslam’da ödünç alma iki farklı başlık altında değerlendirilmiştir: Karz-ı Hasen olarak adlandırılan misli bir malın başkasına borç verilmesi ve Ariyet olarak adlandırılan tüketilen değil kullanılan bir malın başkasına ödünç verilmesi. Bu kavramlar sırası ile incelenecektir.

İslam’da ihtiyaç halinde olan bir başkasına borç verilmesi teşvik edilmiş, Kur’an-ı Kerimde bu borç verme durumu ‘güzel’ olarak adlandırıldığı için karz-ı hasen beraber kullanılagelmiştir (Apaydın, 2022). Karz, sözlükte kesip koparmak olarak tanımlanmakta olup ıstılahta misli bir malı geri vermek üzere başkasına borç veya ödünç verme manasına gelmektedir (Çeker, 2016, s. 129). Misli mal ise aynı türe ait olup birimleri arasında dikkate değer bir fark olmayan standart mallara denmektedir (Çalış & Yaman, 2017, s. 285). Ödünç verilen malın tüketilmesi ve yerine piyasada kolayca bulunabilen mislinin iade edilmesi karz olarak değerlendirilmektedir. Örneğin para, altın, yiyecek gibi tüketilen ve piyasada benzerlerine rastlanan mallar karz akdine konudur. Ayrıca karz akdinin borç veren açısından hiçbir menfaat içermemesi gerekmektedir, aksi halde ribaya sebep olacaktır. Başka bir ifade ile karz tüketim öduncü olarak adlandırılmaktadır (Özdemir, 2012, s. 126). Bizim bu aşamada kastettiğimiz kullanım öduncü yani ariyet olduğu için karz akdi hakkında bu bilgilerin yeterli olduğu düşünülerek ariyet konusuna geçilecektir.

Sözlükte nöbetleşme manasına gelen ariyet, bir malı kullanılması için geri iade edilmesi şartıyla bir başkasına ödünç vermektir (Gözübenli, 2022). Ariyet olarak verilen bir malın tüketilen değil kullanılan bir mal olması gerekmektedir çünkü ariyette malın misli değil aynı iade edilmektedir. Hanefi ve Maliki âlimler ariyeti menfaatin devredilmesi olarak tanımlarken Şafii ve Hanbeliler kullanım hakkının devredilmesi olarak kabul etmektedir. Bu iki farklı görüş iki farklı sonuç doğurması açısından önemlidir. İlk tanımlamada menfaatin devredilmesi söz konusu olacağından malın bir başkasına ödünç verilmesi kabul edilebilir. Ancak ikinci kabule göre sadece kullanım hakkı devredildiğinden ödünç verilen mal bir başkasına ödünç verilemeyecektir (Akman, 2003, s. 5).

Maun suresi son ayette geçen “*Onlar basit şeyleri dahi vermezler*” ifadesinde müfessirlerin getirdiği yorum ariyet ve zekattır. Taberi maun kelimesini “insanın yararına olan her şey” olarak tanımlamakta ve “zekat, diğer mali yükümlülükler, hak ve ödünç mal” olarak açıklamaktadır (Aktaran Gözübenli, 2022). Dolayısıyla Kur’an’da ariyet teşvik edilmiş, engel olan ise yerilmiştir. Peygamber Efendimiz’in de ariyeti teşvik ettiği ve bizzat kendisinin de ödünç aldığı bilinmektedir. “*Hz. Peygamber Huneyn gününde Safvân b.*

Ümeyye'den bir zırhı emanet olarak aldı. Bunun üzerine Safvân şöyle dedi: "Bunu gasp olarak mı aldınız ya Muhammed." "Resûlullah (s.a.s.): Hayır, tazmin edilecek bir âriyet olarak aldım."¹⁴⁷ hadisinden de anlaşılacağı üzere Hz.Peygamber (sav) ariyet almış ve ashabına örnek olmuştur.

Ariyet meşru kullanımlar için müstehap¹⁴⁸olarak değerlendirilirken gayri meşru kullanımlarda ise ariyet yerine göre mekruh ve haram olarak değerlendirilmiştir (Gözübenli, 2022). Bir kişinin gerçek ve meşru ihtiyacını karşılamak için verilen ödünç sosyal yardımlaşma ve dayanışmaya katkı sağlayacağı için teşvik edilmiştir. Ancak meşru yolda kullanılacağı düşünülen bir ödünç sosyal düzeni de bozacağı için uygun görülmemiştir. Ödünç alınan mal emanet hükmünde kabul edildiği için hasar görmesi durumunda tazmin edilmesi gerekmemektedir. Ancak ödünç alan kişinin kullanım ve muhafazada kusuru bulunursa malın ödünç alan kişi tarafından tazmini sağlanmalıdır (Akman, 2003, s. 13). Yine İslam hukukuna göre ödünç veren kişi istediği zaman öduncünden vazgeçebilir. Sözleşmeyi tek taraflı olarak fesih hakkı mal sahibine aittir. Ancak belirli bir süre için verilen ariyetin süre dolmadan geri istenmesi de mekruh kabul edilmiştir (Gözübenli, 2022). Eğer ariyet sözleşmesi esnasında bir süre, mekan ve kullanım şekli belirlendiyse ve ödünç alan kişi bu şartlara riayet etmediyse bu durum bir teaddi (hukuka aykırı) kabul edilmiştir. Mala gelecek herhangi bir zararda ödünç alan kişi malı tazmin etmek zorundadır (Çeker, 2016, s. 186). Ödünç alan kişinin karşısındaki kişiyi suiistimal etmemesi, belirlenen veya uygun görülen sürede malı iade etmesi, sürekli ödünç isteyerek karşısındaki kişinin tahammülünü zorlamaması, malı muhafaza etme konusunda dikkat etmesi gerekmektedir. Bu şartlar toplumun ariyete yaklaşımını da belirleyeceğinden hayli önem arz etmektedir.

3.3.3. Değiş-Tokuş Yap

Bireyin satın almaya yönelmeden önce başvuracağı bir diğer yöntem, artık ihtiyacının olmadığı ve gelecekte de olmayacağı bir eşyası ile ihtiyaç duyduğu eşyayı değiştirmesidir. İnsanoğlu varlığının erken dönemlerinden itibaren hayatını devam ettirebilmek için bazı şeylere ihtiyaç duymuş, bu ihtiyaçlarını bazen tek başına karşılamaya çalışmış, bazen de ihtiyaçlarını karşılamak için başkalarının yardımına gereksinim duymuştur. İnsanların bu ihtiyaçları onları topluluklar halinde yaşamaya yönlendirmiş, gerektiği yerde başka topluluklarla da etkileşim haline geçmişlerdir. İhtiyaçlarını karşılamak üzere insanlar

¹⁴⁷ Ahmet b. Hanbel, III, 401

¹⁴⁸ Şer'an yapılması kesin ve bağlayıcı olmaksızın istenen ve terk edilmesi dinî açıdan kınanmayan işleri ifade eder. Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/mustehap>

içinde bulundukları toplumda birebirleriyle alışveriş, trampa, borç, emanet vs. ilişkileri geliştirmişlerdir. Paranın kullanılmaya başlamasından önce insanların ihtiyaçlarını karşılamak çokça kullandığı trampa, paranın icadından sonra da kullanılmaya devam edilmiş, ancak günümüze yaklaştıkça kullanım alanı giderek daralmıştır (Aybakan, 2022).

Bir mal için karşılık ödeme anlamına gelen ‘mukayeda’ kelimesi iktisattaki trampa kelimesine karşılık gelmektedir. Mukayeda Mecelle’de¹⁴⁹ “ikisi de nakit olmamak üzere bir aynı diğeri ile değiştirmektir ki, Türkçede buna ‘trampa’ denir” şeklinde açıklanmıştır (Kahraman, 1998, s. 297). Tarifte de karşılaşıldığı üzere malın malla mübadelesi olarak kısaca açıklanan trampa alınıp verilen nesnelerin her ikisinin de nakit olmayacağı gibi birisinin de nakit olmaması gerekmektedir. Aksi halde bu işlem mukayeda değil satış işlemi olmaktadır. Fıkıh eserlerinde mukayeda işlemine riba başlığı altında rastlanılmaktadır (Aybakan, 2022). Riba işlemi misli malların mübadelesini içerirken mukayeda daha çok ribanın dışından kalan mübadeleleri içermektedir. Satış işleminde bedellerden biri nakit diğeri mal iken trampada bedellerin ikisi de maldır. Mübadele edilen mallardan biri mal diğeri emek ise bu da hizmet akdi yani icare olmaktadır (Aybakan, 2022).

İktisatta trampa takas kelimesi ile aynı anlamda kullanıldığı halde hukukta farklı işlemleri temsil etmektedirler. Özellikle İslam hukukunda takas karşılıklı iki borcun birbirini düşürmesi veya alacak ve borçların mübadelesi şeklinde ifade edilmektedir (Kahraman, 1998, s. 297). Dolayısıyla trampa mallar arasında yapılırken takas ise borçlar arasında yapılmaktadır. Ayrıca İslam hukukunda takas işlemi mevcut borcu sonlandıran veya düşüren bir işlemdir. Trampanın tarifinden de anlaşılacağı üzere mübadele işleminde bedellerden biri veya her ikisi de nakit olmayacaktır. Bedellerden birinin nakit olması satış akdi, her ikisinin de nakit olması ise sarf akdidir.

Satın Alma Hiyerarşisinin bu aşamasındaki değiş-tokuş işlemi daha basit bir manayı içermektedir. Birbirlerinin ihtiyacını görecekt malları kendi aralarında değiştirme olarak açıklanabilen bu işlemde amaç karşılıklı yardımlaşmadır. Satın almaya mecbur kalmamak için kişinin ihtiyaç duyduğu malı, çevresinde veya gelişen teknolojik imkanlarla oluşturulan uygulamalar veya sosyal medya hesaplarındaki ilanlarla soruşturarak kendi elinde bulunan artık ihtiyacının kalmadığı mal ile değiştirmesidir. Denildiği gibi bu mübadele işlemindeki temel amaç, karşılıklı olarak fayda sağlanması, ihtiyaçların giderilmesi ve de karşılıklı

¹⁴⁹ Osmanlı Devleti’nde 1868-1876 yılları arasında hazırlanan ve daha çok borçlar, eşya ve yargılama hukuku esaslarını içeren kanun. Detaylı bilgi için bkz. <https://islamansiklopedisi.org.tr/mecelle-i-ahkam-i-adliyye>

yardımlaşılmasıdır. Bu durum aynı zamanda bireyler arasındaki dayanışmayı güçlendirecektir. İslam hukukunun trampa işleminde belirlediği ilke ve prensiplere dikkat edilmesi, bireyler arasındaki ilişkiye de katkı sağlayacak, dolayısıyla sosyal düzenin bozulmasının da önüne geçecektir.

3.3.4. Kendi Emeğinle Yap

Satın almadan önceki son aşama ihtiyaç duyduğun ürünü –eğer yapabiliyorsan- kendi emeğinle yapmaktır. İslam’da kişinin emeği değerli kabul edilmiştir. “*İnsan ancak çabasının sonucunu elde eder.*”¹⁵⁰ ayetinde de buyrulduğu gibi insanların kazanımları kendi emekleri doğrultusundadır. En hayırlı kazanç emir ve yasaklara riayet edilerek el emeğiyle kazanılan kazanç sayılmış, insanlığa örnek olarak gönderilen peygamberlerin de kendi emeğiyle geçindikleri vurgulanmıştır. Başkasından istemek ve dilenmek hoş görülmemiş, yerine az da olsa kişinin kendi emeğiyle bir kazanç elde etmesi ve buna razı olması tavsiye edilmiştir (Köse, 2015, s. 4-6). İbn Haldun emek göstermenin Allah’ın bir emri olduğunun altını çizirken ‘ibadete dönüşen emek’ kavramıyla emeği kutsallaştırmış, kişinin niyetine bağlı olarak her emeğinin bir ibadet olacağını aktarmıştır (İyem, Yıldız, & Gül Öztürk, 2019, s. 182).

Günümüzde ürünlere ulaşımın kolaylaşması ve kitlesel üretimle beraber fiyatların düşerek kendi emeğinle yapmaktan daha makul olması gibi durumlar kişinin kendi emeğiyle üretme olanağını unutmamasına sebep olmuştur. Ancak son zamanlarda üreten tüketici, üret-tüketici veya tüketicisi tabiri ile tanımlanan yeni nesil tüketicilerin çoğalmasıyla bireyler kendi emekleri, tercihleri ve seçimleri ile tüketim aşamasında söz sahibi olmaktadır (Dölekoğlu & Bak, 2020, s. 316). Tüketicilerin üretim yapma motivasyonlarını başkasından satın almak yerine kendi yapmak, doğaya zarar vermeyecek şekilde kendi üreterek sorumlu tüketim yapmak, eşyalarını özelleştirmeyi ve kişiselleştirmeyi tercih etmek, geleneksel yaşam tarzını sürdürmek, sağlıklı beslenme kaygısı gütmek, ekonomik krizlerden minimum etkilenmek gibi etkenlerden aldığı anlaşılmaktadır (Dölekoğlu & Bak, 2020, s. 317-318). Üretim motivasyonu her ne olursa olsun satın almak yerine kendi emeğiyle yapmak boşa giden bir çaba değildir. Nitekim Kur’an-ı Kerimde “*İman edip dünya ve ahiret için yararlı işler yapanlar*

¹⁵⁰ Necm Suresi 53/39 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Necm-suresi/4820/36-54-ayet-tefsiri>

bilmelidirler ki, biz güzel iş yapanların ecrini asla zâyi etmeyiz.”¹⁵¹ buyurularak güzel işlerin karşılığının da güzel olacağı müjdelenmiştir.

3.3.5. Satın Al

Sahip olduğun eşyayı kullanmak ihtiyacını karşılamıyorsa, ödünç alma ve değiş tokuş yapma seçeneklerine erişilemiyorsa ve kendi yapma imkânı oluşmamışsa geriye kalan tek seçenek satın almaktır. Değeri olan bir malı yine değeri olan başka bir mal ile değiştirme olarak tanımlanan alışveriş İslam hukukunda bazı prensiplerle düzenlenmiştir. Bu prensiplere uyulduğu takdirde İslam dini alışveriş ve ticaretten men etmemiş, hatta teşvik etmiştir. Bu prensipler şunlardır:

- Her türlü alım satım işleminde faiz yasaklanmıştır.¹⁵²
- Helal ve temiz olan tüketim maddelerinin tüketimi meşrudur (Alserhan, 2015, s. 76).
- Gayri meşru alanlara harcama yapılması yasaklanmıştır (Zaim, 1978, s. 231).
- Lüks ve gösteriş tüketiminden sakınılmalıdır.¹⁵³
- Alkol ürünlerinin tüketilmesi, üretilmesi ve satılması yasaklanmıştır (Alserhan, 2015, s. 30).
- Harcamada ve tüketimde israf ve savurganlık yasaklanmıştır.¹⁵⁴
- Tüketimde israf yasaklandığı gibi cimrilik de hoş görülmemiştir.¹⁵⁵
- Alış ve satışta hilekarlık ve sahtekarlık yasaklanmıştır (Yanpar, 2015, s. 68).
- Zaruri olmadığı takdirde borçlanarak alışveriş yapılmamalıdır (Tabakoğlu, 2013, s. 293).
- Karşı teklif vererek birisinin alışverişine mani olmak yasaklanmıştır (Khan M. A., 2017, s. 11).
- Karaborsacılık(ihtikar) ve stokçuluk yasaklanmıştır (Çeker, 2016, s. 107).
- İhtiyaç karşılandıktan sonra kalan gelir infak edilmelidir (Koroğlu, 2012, s. 77)

¹⁵¹ Kehf Suresi 18/30 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Kehf-suresi/2170/30-31-ayet-tefsiri>

¹⁵²“Ey iman edenler! Kat kat faiz yemeyin. Allah’a itaatsizlikten sakının ki kurtuluşa eresiniz.” Ali İmran Suresi 3/130 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C3%821-i%20%C4%B0mr%C3%A2n-suresi/423/130-132-ayet-tefsiri>

¹⁵³ “Ve bunlar Allah’a ve ahiret gününe inanmadıkları halde mallarını, insanlara gösteriş için sarf edenlerdir. Bir kimsenin arkadaşı şeytan olursa o ne kötü bir arkadaştır!” Nisa Suresi 4/38

<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Nis%C3%A2-suresi/529/36-39-ayet-tefsiri>

¹⁵⁴“Ey Âdemoğulları! Her namaz kılacağınızda güzelce giyinin, yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez.” Araf Suresi 7/31 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/A'r%C3%A2f-suresi/985/31-ayet-tefsiri>

¹⁵⁵ “Eli sıkı olma, ölçüsüzce eli açık da olma; sonra kınanacak, kendi kendine hayıflanacak duruma düşersin!”

İsra Suresi 17/29 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/%C4%B0sr%C3%A2-suresi/2058/29-ayet-tefsiri>

- Kendisinden başka Allah'ın yarattığı diğer varlıkların refahı da dikkate alınarak harcama ve tüketim yapılmalıdır (Muttaqin, 2018, s. 51).
- Sosyal sorumluluk bilinciyle satın alım yapılması tavsiye edilmiştir (Sırım, 2018, s. 912).

Nur Suresi 37. ayet-i kerimede *“Ticaretin de satımın da kendilerini Allah’ı anmaktan, namazı hakkıyla kılmaktan ve zekâtı vermekten alıkoymadığı, gözlerin ve gönüllerin dehşetle sarsılacağı bir günden korkan kişiler; Anarlar ki, Allah kendilerini, yaptıklarından daha güzeli ile ödüllendirsin, daha fazlasını da lütfundan versin. Allah dilediğini hesapsız rızıklandırır.”*¹⁵⁶ buyrulmaktadır. Ayetten hareketle yukarıdaki prensiplere ek olarak hiçbir alım satım işleminin Allah (c.c)’ı anmaktan alıkoymaması gerekmektedir. Hiçbir alışveriş kişiye tam manasıyla bir tatmin yaşatmamaktadır. Zira *“Bilesiniz ki gönüller ancak Allah’ı zikrederek huzura kavuşur.”*¹⁵⁷.

¹⁵⁶ Nur Suresi 24/37-38 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/N%C3%BBr-suresi/2827/36-38-ayet-tefsiri>

¹⁵⁷ Rad Suresi 13/28 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Ra'd-suresi/1734/27-28-ayet-tefsiri>

SONUÇ

Kâinat Kur'an-ı Kerim'de de ifade edildiği üzeri bir denge üzerine kurulmuştur. Yeri ve göğü bir uyum içerisinde yaratan, yarattığında herhangi bir uyumsuzluğa rastlanmayan¹⁵⁸ ve dengeyi ve ölçüyü kendisi belirleyen, insanlara ise ölçüyü düzgün tutmanın ve dengeden sapmamanın emrini¹⁵⁹ veren Allah (c.c)'ın iktisadi yaşamda da dengenin korunmasını istemesi tabiidir. Dolayısıyla kapitalizmde olduğu gibi talebi manipüle edecek bir üretim stratejisiyle tüketimi ekonominin en önemli etkeni görmek İslam'a aykırıdır. Çünkü İslam iktisadında üretim tüketimi artırmaya yönelik bir araç değildir. İslam'da üretimin temel amacı ihtiyaçtır ve İslam iktisadı bir ihtiyaç ekonomisidir. Neoklasik yaklaşımda İktisat kavramı "sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların arasındaki ilişki" olarak ifade edilmektedir. Ancak İslam'a göre kaynaklar sınırsız¹⁶⁰, ihtiyaçlar ise lüks ve israf yasağıyla, kanaat ve infak etmenin teşvik edilmesiyle sınırlı tutulmuştur. Modern iktisat kavramında sınırlı kabul edilen kaynakların verimli kullanılması yerine israf edilmesi ise mevcut sistemin ikilemidir.

Günümüz postmodern toplumunda bireyler sadece fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere değil arzu ve istekleri neticesinde oluşan suni ihtiyaçlarını da gidermek için tüketmektedirler. Gelişen teknolojilerle ilerleyen reklam ve pazarlama stratejileri sunduğu cezbedici tekliflerle bireyi daha fazla tüketime sevk etmektedir. Hayatı idame ettirmek için yürütülen bir faaliyet olmaktan çıkan tüketim bir hayat gayesi konumuna gelmiş, ürünlere yüklenen sembolik anlamlarla bu durum pekiştirilmiştir. Tüketimin bir gösteriş malzemesi haline gelmesi bireyin tüketimde sınır tanımamasına sebep olmuştur. Pazarlanan daha çok tüketimin daha çok mutluluk getireceği fikri sebebiyle birey tüketimde ölçüyü kaybetmiş böylece israf etmeye başlamıştır. Günümüzde gıda, su, enerji gibi pek çok tüketim alanında bireylerin israf davranışı sergilediği görülmektedir. Tüketicinin bilgi eksikliği, tüketim toplumunun kişiye empoze ettiği aşırı tüketme isteği, sembolik ve gösterişçi tüketim tarzları gibi faktörler kişileri daha çok tüketmeye yöneltmekte dolayısıyla israfa yaklaştırmaktadır.

¹⁵⁸ "Yedi göğü birbiriyle tam bir uygunluk içinde yaratan O'dur. Rahmânın yaratışında hiçbir uyumsuzluk göremezsin. Gözünü çevir de bir bak, bir bozukluk görebiliyor musun?" Mülk: 67/3
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Mülk-suresi/5242/1-5-ayet-tefsiri>

¹⁵⁹ "Göğü O yükseltti, denge ve ölçüyü O koydu ki dengeden sapmayasınız. Ölçüyü düzgün tutasınız ve eksik tartmayasınız." Rahman: 55/7-9 <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Rahmân-suresi/4906/5-13-ayet-tefsiri>

¹⁶⁰ "O yeryüzünü canlıların altına serdi. Orada meyveler ve tomurcuklu hurma ağaçları var. Çimlenen taneler ve hoş kokulu bitkiler var. Artık rabbinizin nimetlerinden hangisini inkâr edebilirsiniz?" Rahman: 55/10-13
<https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Rahmân-suresi/4906/5-13-ayet-tefsiri>

İslam iktisadı dengeyi, sadeliği, kanaat etmeyi, Allah'ın rızasını kazanmayı, sosyal adalet, yardımlaşma ve dayanışmayı gözetmeyi, diğerkâm, fedakâr ve cömert olmayı, bencillik, hırs, tamah gibi kötü hasletlerden uzak olmayı, şükretmeyi, infak etmeyi, Allah'ın meşru gördüğü alanlarda meşru gördüğü ölçüde harcamayı, Allah'ın emir ve yasaklarına uymayı, servet ve mülkiyeti tabana yaymayı, helal ve harama dikkat etmeyi, her durum ve koşulda kendi kazancını maksimize etmeyi amaçlayan bencil ve açgözlü homo economicus birey yerine hayatın her alanında Allah'ın rızasını gözetken Allah'ın yeryüzündeki halifesi homo islamicus birey olmayı hedeflemektedir. Kısacası İslam iktisadı aşırılıktan uzak mutedil bir hayatı tavsiye ederek felaha ve huzura ulaşmayı amaçlamaktadır. İsrafin bertaraf edilmesi prensibi bu amaca hizmet eden etkenlerin başında gelmektedir.

Tüketimi azaltma konusunda yardımcı olmayı amaçlayan Satın Alma Hiyerarşisi, bireye satın alma dürtülerini kontrol altına alarak sakin tüketim alışkanlıklarının yerleşmesinde rehberlik etmeyi amaçlamaktadır. Satın almanın hiyerarşik bir düzen içerisinde azaltılması, diğer alternatifler denendikten sonra son çare olarak başvurulması, aşırı tüketimi ve savurganlığı engelleyerek israftan bir çıkış yolu olarak görülebilir. Toplumda dayatılan sınırsız ve sorumsuz tüketim alışkanlıklarının ve bağımlılığının bir nebze olsun azaltılması, israfa giden yolların kalkmasına hiç olmazsa daralmasına olanak sağlayacaktır. Bu sebeple Harcamada israfı azaltmanın bir yolu olarak kabul edilebilen Satın Alma Hiyerarşisi İslam iktisadının israfı önleme prensibi çerçevesinde incelenmiş, yorumlanmış ve aktarılmıştır. Satın alma seçeneğinden önce başvuru kanaat etme, ödünç alma, değiş-tokuş yapma, kendi emeğinle yapma alternatifleri sayesinde bireylerin harcamada israf davranışı sergilemesi azaltılabilir. Bu çalışmayla bireylerin tüketim kültürü tarafından empoze edilen aşırı tüketim ve savurganlığın farkına vararak karşıt duruş sergilemesi, bilinçli tüketim alışkanlıkları kazanarak toplumsal ve kültürel değerleri bozan ve ekolojik ve ekonomik dengeleri etkileyen israf ile mücadele etmeleri temennimizdir.

KAYNAKÇA

- Açık, F. (2015). İlk İslam Toplumunun İnşa Sürecinde Kardeşlik Projesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 686-704.
- Açıkalın, S., & Erdoğan, L. (2004). Veblen’ci Gösteriş Amaçlı Tüketim. *SÜ İİBF Sosya İve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(7), 1-18.
- Ak, Ö., & Görmüş , Ş. (2020). Muhafazakar Kesimin Aşırı Tüketim Alışkanlıklarını Belirleyen Nedenler ve İsrar Boyutu: Türkiye - Malezya Karşılaştırması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(39), 1485-1500.
- Akbaş, Ö. U. (2018). Postmodernite Tecrübesi, Tüketim Kültürü ve 'Satın Alma Hiyerarşisi' Üzerine Bir Değerlendirme. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 145-159.
- Akbulut, S. (2018, Mayıs). Zaman Sarfından Duygu İsrarına. *Diyanet Aylık Dergisi*, s. 21-23.
- Akdemir, H. (2001). Kur'an-ı Kerim'de İsrar Kavramı. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(7), 31-61.
- Akman, M. (2003). İslam-Osmanlı Hukukunda Ariyet Sözleşmesi. *Atatürk Üniversitesi Erzinan Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7, 27-56.
- Akyüz, İ. (2014). İslam’da Dini Pratiklerin Toplumsal Dayanışmaya Etkisi. *The Journal of Academic Social Science Studies*(25), 461-482.
- Alserhan, B. A. (2015). *The Principles of Islamic Marketing*. UK: Gower.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 27-53.
- Ayten, A. (2018, Mayıs). Sahip Olurken Yitirdiklerimiz: Modern Zamanda İsrar ve Tüketim Kültürü. *Diyanet Aylık Dergisi*, s. 14-17.
- Ayyıldız , H., & Öztürk Küçük, H. (2020). Dindarlık Algısının Müslüman Tüketici Davranışı Üzerine Etkisinde Gönüllü Sadeliğin Aracılık Rolünü Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 426-448.
- Azizağaoğlu, A., & Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, Sembolik Tüketim ve Marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-50.
- Bagherzadeh, M., Inamura, M., & Jeong, H. (2014). Food Waste Along the Food Chain. *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers*(71).
- Bakır, U., & Çelik, M. (2013). “Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu ve Yıkıcı Reklamlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 46-63.
- Bankalararası Kart Merkezi. (2021). *BKM Faaliyet Raporu 2021*.

- Baş, M., & Keskin, S. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Batra, R., & Ahtola, O. (1990). Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159-170.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Bayraktar, A. (2016). İslam Ticaret Hukuku Açısından Mal Kavramının Tasnifine Yeni bir Yaklaşım. *Eskiye*(32), 113-130.
- Cankılıç, İ. (2020). Kur'an-ı Kerim'de İsrâf Kavramı ve İnançla İlişkisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 29(2), 597-629.
- Cosgel, M., & Minkler, L. (2004). Religious Identity and Consumption. *Economics Working Papers*, 1-16.
- Çalış, H., & Yaman, A. (2017). *İslam Hukukuna Giriş*. İstanbul: M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Çeker, O. (2016). *Fıkıh Dersleri*. Konya: Tekin Kitabevi.
- Dal, N. E. (2017, Haziran). Tüketim Toplumu ve Tüketim Topluma Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21.
- Dalgın, N. (1999). İslam Hukukuna Göre Satım Sözleşmesi Açısından Mal Kavramı. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(11), 97-128.
- Delener, N. (1990). The Effects of Religious Factors on Perceived Risk in Durable Goods. *Journal of Consumer Marketing*, 7(3), 27-38.
- Demirci, S. (2019). Sigortacılıkta Yeni Bir Yaklaşım: Katılım Sigortacılığı. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 25-39.
- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplununun Oluşumu ve Din ile Etkileşimi. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(3), 97-109.
- Dölekoğlu, C. Ö. (2017). Gıda Kayıpları, İsrâf ve Toplumsal Çabalar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 179-186.
- Dölekoğlu, C., & Bak, G. (2020). Tüketici'den (Consumer) Türetici'ye (Prosumer). C. Dölekoğlu, & M. Turhan içinde, *Yönetim ve Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar* (s. 311-325). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Döndüren, H. (2014). *İslami Ölçülerle Ticaret Rehberi*. İstanbul: Erkam Yayınları.

- Durmuş, Z. (2003). Sosyal Dayanışmanın Sağlanmasında Kur'an'ın Öngördüğü İdeal Model: İsar. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 3(1), 17-27.
- Efe, A. (2017). İslam Ekonomisi Perspektifiyle Bir Büyüme Modeli Çerçevesinde Üretim ve Sosyal Refah Fonksiyonu. *İstanbul İktisat Dergisi*, 67(2), 31-58.
- Ekin, Y. (2002). Dünyevileşmeye Bir Çözüm Olarak İnfak Anlayışı. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(6), 77-104.
- Ekinci, İ. (2018). Sekülerleşme ve Din. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 320-337.
- Erbaş, A. (2018, Mayıs). İsrâf. *Diyanet Aylık Dergisi*, s. 4-5.
- Ersin, İ., & Eti, S. (2017, Kasım). Measuring the Waste-Conscious and Saving Habits of the Youth in Turkey: The Sample of Istanbul Medipol University. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(3), 41-49.
- Ersoy, A. (2015). İslam İktisadı ve İktisadi Yapısı: İnsan Merkezli Fıtrî İktisat ve İktisadi Yapısı. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 37-64.
- EYGM. (2014). *Global Takaful Insights, Market Updates*.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE Publications.
- Gökcan, M. (2018). Tasavvufta Kanaat Anlayışı ve Bireysel-Sosyal Etkileri. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(18), 95-129.
- Görmüş, Ş., Albayrak, A., & Yabanlı, A. (2019). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(38), 62-82.
- Gündüzalp, A., & Güven, S. (2016). Atık, Çeşitleri, Atık Yönetimi, Geri Dönüşüm ve Tüketici: Çankaya Belediyesi ve Semt Tüketicileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi*(9), 1-19.
- Güner, O. (2012, Mayıs 17-19). İsrâf Kültürü ve İktisat Hazinesi. II. *International Conference on Humanities "Crises and Spirituality"*. Tiran, Arnavutluk.
- Güney, N. (2019). Osmanlı'da PAra Vakfı Uygulamasına Güçlü Bir İtiraz: İmam Birgivi'nin Para Vakfı Aleyhindeki Görüşleri. *Mütefekkir*, 6(11), 13-32.
- Güney, N., Durmuş, A., & Koçdoğan, A. (2015). Türkiye'de İslâm İktisadı ve Finansı Literatürü. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 13(25-26), 75-138.

- Hatıplı, M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32-50.
- Hirschman, E., & Holbrook, M. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Holt, D. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 22, 1-16.
- Hoşab, F. (2019). Hadisler Çerçevesinde İsarın Tasnifine Dair Yeni Bir Değerlendirme. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*(34), 213-252.
- Illich, I. (1978). Useful Unemployment and Its Professional Enemies. I. Illich içinde, *Toward a History of Needs* (s. 3-53). Berkeley: Heyday Books.
- İyem, C., Yıldız, F. Z., & Gül Öztürk, D. (2019). İbn Haldun'un Emek Anlayışı:Marx ile Karşılaştırmalı bir İnceleme. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 167-186.
- Kahraman, A. (1998). İslam Borçlar Hukukunda Takas İşlemi. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 285-299.
- Kallek, C. (2018). *Sosyal Servet: İslam'da Yönetim Piyasa İlişkisi*. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Karagöl, E. T., & Özcan, B. (2014). *Sürdürülebilir Büyüme için Tasarruf*. Ankara: SETA, Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- Karakaş, M. (2006). Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1-16.
- Karaoğlu, A. (2020). İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve İktisadın Bireyi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1), 202-233.
- Karasakal, Ş. (2014). Tüketim Kültürü ve Yarım Hurmanın Sırrı. - *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(5), 1251-1268.
- Kaya, K., & Oğuz, Z. N. (2010, Aralık). Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(22), 147-164.
- Kayhan, V. (2006). Kur'ana göre İsrar ve İktisat. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6(2), 149-195.
- Khan, M. A. (2017). *İslam İktisadına Giriş*. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Khan, M. F. (2013). An Alternative Approach to Analysis of Consumer Behaviour : Need for Distinctive Islamic Theory. *Journal of Islamic Business and Management*, 3(2), 1-35.

- Kıyak, A. (2017). İslam'ın Yardımlaşma ve Dayanışma Prensiplerinin Sosyal Hayata Aksettirilmesinde Ahiliğin Rolü: Fütüvvetnâmeler Ekseninde. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2494-2511.
- Köksal, İ. (2003, Bahaar). İslam Hukuku Açısından İsrâf Ekonomisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Marife*, 3(1), 201-210.
- Köroğlu, C. Z. (2012). *Tüketim Kültürü ve Din*. Gümüşhane Üniversitesi.
- Köroğlu, C. Z. (2014, Ocak). Tüketim Kültürü ve Din Olgusu Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 85-120.
- Köse, S. (2015). İslam Hukuku Açısından Emek. *İslam İktisadı ve Emek* (s. 1-20). İstanbul: Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği-İGİAD Yayınları.
- Lazarovic, S. (2014). *A Bunch of Pretty Things I Did Not Buy*. New York: Penguin Books.
- Madi, İ. (2015). Homo Economicus'un Doyumsuzluk-“Açgözlülük” Aksiyomunun Semavi Dinler Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53), 145-162.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Mengü, S. Ç. (2005). Tüketimle Edinilen Yanılsanmış Seçkinlik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(21), 155-160.
- Mutluel, O. (2014). İslam Düşüncesinde Meta Kavramı ve Tüketim Ahlakı. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(8), 683-696.
- Muttaqin, Z. (2018). The Nature of Excessive Behaviour (Israf) in The Islamic Economic Framework. *Global Conference on Business and Social Science Series*, (s. 1-9). Kuala Lumpur- Malaysia.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2010). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oruçhan, O. (2018, June). İslam Ekonomisinde Paylaşımçı Yaklaşım: Hadisler Bağlamında Bir İnceleme. *International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS)*, 4, 222-250.
- Özcan, B. (2007). “Rasyonel Satın Alma” ve “Boş Zaman Sürecine Ait Alışveriş” Eylemlerinin Birlikte Sergilendikleri Mekânlar : Alışveriş Merkezleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 39-68.
- Özcan, B. (2011). Hedonizm ve Kimlik Temeline Dayalı Postmodern Tüketim Yaklaşımı. *Istanbul Journal of Sociological Studies*(35), 131-147.

- Özdemir, A. (2012). Karz Akdinin Mahiyeti ve Faizli İşlemleri Önleme Fonksiyonu. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1), 125-145.
- Özyurt, C. (2014). Marx'ta Yanılsama ve İdeoloji Olarak Din. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 207-240.
- Pehlivan, M. (2016). Din-Ekonomi İlişkisi ile Bu ilişkinin Toplumlarda ve Bireylerin Davranışlarındaki Yansımaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 13-35.
- Pekcan, A. (2003). İhtiyaç Kavramı ve İbn'i Haldun'un Umran Teorisi'ne Etkileri. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16(4), 524-532.
- Sancaklı, S. (2006). Hz. Peygamber'in Erdemli İnsan Yetiştirme Bağlamında İhsâr (Diğergamlık) Kavramına Verdiği Önem. *Tasavvuf: İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, 7(17), 29-56.
- Sancaklı, S. (2013). Hadisler Çerçevesinde İsrâf Olgusunun Analizi. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 45-86.
- Sırım, V. (2018, Mart). Arz Yönlü Bir Ekonomi Olan İslâm Ekonomisinde Zekât'ın Yeri . *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), 110-120.
- Sırım, V. (2018). İslam İktisadından İhtiyaç Kavramı. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 910-919.
- Soysaldı, M. (2005). Kur'an'da İsrâf Kavramı. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 93-127.
- Tabakoğlu, A. (2010). Bir İlim Olarak İslam İktisadı. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*(16), 11-34.
- Tabakoğlu, A. (2013). *İslam İktisadına Giriş*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tan, M. (2019). Tüketim Kültürü Bağlamında İstek ve İhtiyaçların Oluşumu: Kavramsal Bir Analiz. *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 193-217.
- Temel, N. (2007). Kur'an Bütünlüğü İçinde Mal ve İnsan İlişkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(2), 197-216.
- Terzi, H., & Altunışık, R. (2016, Haziran). Müslüman Tüketicilerin İsrâf Kavramına Bakışı: Türkiye, Katar ve Endonezya Ölçeğinde Kültürlerarası Bir Mukayese. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 86-103.
- Terzi, H. (2016). *Müslüman Tüketicilerin İsrâf Davranışlarının Rasyonel Tüketim ve Gösterişçi Tüketim Bağlamında İncelenmesi: Kültürlerarası bir Karşılaştırma*. (Doktora tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

- TİSVA. (2019). *2018 Sayılarla İsrar Raporu*. Türkiye İsrar Önleme Vakfı.
- TÜİK. (2014-2015). *Zaman Kullanımı Araştırması*. TÜİK.
- TÜİK. (2020). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri(BT) Kullanım Araştırması*. TÜİK.
- Tükel, İ. (2014, Kasım). Tüketicinin Yeni Aktörleri: 'Y Kuşağı'. [http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/TuketimYeniAktorYkusagiKASIM2014,pdf](http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/TuketimYeniAktorYkusagiKASIM2014.pdf).
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2018). *Türkiye İsrar Raporu*. Ankara.
- Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM). (tarih yok). *İbn Haldun*. 09 29, 2022 tarihinde TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/ibn-haldun#2> adresinden alındı
- Wulandari, D., Utomo, S. H., & Narmaditya, B. S. (2017). Waste Bank: Waste Management Model in Improving Local Economy. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 36-41.
- Yaman, A., & Çalış, H. (2017). *İslam Hukukuna Giriş*. İstanbul: M.Ü. İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yanpar, A. (2015). *İslami Finans*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Yeniaras, V. (2015). İslami Dindarlık, Tutumluluk ve Materyalizm: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi (JEBPIR)*, 49-62.
- Yiğit, R. (2021). İbn Haldun ve İktisadi Görüşleri. *Maruf İktisat İslam İktisadi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 4-17.
- Yıldırım, A. (2018). Dünyevileşme Kavramı Üzerine. *Avrasya Terim Dergisi*, 46-54.
- Yıldırım, Y. (2019). Tüketicilerin Sembolik Tüketim Eğilimlerinin Öğrenilmesi: Akçakoca Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 257-267.
- Yıldız, A. (2019). İslam Ahlakı Açısından İnfak, İsrar ve İstidraç Kavram Örgüsü. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(38), 86-109.
- Yıldız, M. S. (2017). *Mekki Surelerde İslam Ekonomisi*. İstanbul: Şule Yayınları.
- Yıldız, Z., & Kuru, H. A. (2015). Rasyonel-İrrasyonel Tüketicinin Belirleyicileri ve Isparta'da Bir Araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(20), 655-682.

- Yousef, T. M. (2004). The Murabaha Syndrome in Islamic Finance: Laws, Institutions and Politics. R. W. Clement Henry içinde, *The Politics of Islamic Finance* (s. 63-80). Edinburg: Edinburgh University Press.
- Zaim, S. (1978). İktisadî Faaliyetlerde İslâmî Davranış Tarzı. 7, 227-241.
- Zaim, S. (2010). İslâm'ın Tüketim Harcamaları ile İlgili Normatif Kaideleri. *İslam Ekonomisinin Temelleri*. (A. Esen, T. Koç, & M. Y. Çakır, Dü) İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yayın.
- Apaydın, H. (2022, 12 10). *Karz*. TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/karz> adresinden alınmıştır
- Aybakan, B. (2022, 12 10). *Trampa*. TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/trampa> adresinden alınmıştır
- Çağrı, M. (2022, 12 08). *Kanaat*. TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/kanaat> adresinden alınmıştır
- Çeker, O. (2022, 10 26). *Havaic-i Asliye*. TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/havaic-i-asliye> adresinden alınmıştır
- Drosdick, D. (2022, 11 29). *Move Aside, Maslow: The Buyerarchy Of Needs Will Change Your Perspective & Abundance*. Peaceful Dampling: <https://www.peacefuldumpling.com/buyerarchy-of-needs> adresinden alınmıştır
- Görgün, T. (2022, 10 18). *İbn Haldun*. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/ibn-haldun#2> adresinden alınmıştır
- Gözübenli, B. (2022, 12 10). *Ariyet*. TDV İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/ariyet> adresinden alınmıştır
- Hacak, H. (2022, 10 18). *MAL*. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/mal> adresinden alınmıştır
- Hamm, T. (2022, 11 29). *Understanding the “Buyerarchy” of Needs in Spending*. The Simple Dollar: https://www.thesimpledollar.com/save-money/a-deeper-look-at-the-buyerarchy-of-needs/?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter adresinden alınmıştır
- Hayes, B. (2022, 11 29). *How To Be A Sustainable Shopper – The Buyerarchy Of Needs*. Shop for Climate Change: <https://shopforclimatechange.com/how-to-be-a-sustainable-shopper-the-buyerarchy-of-needs/> adresinden alınmıştır
- Kallek, C. (2022, 10 18). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. İsrâf: <https://islamansiklopedisi.org.tr/israf> adresinden alınmıştır
- Kubbealtı Lugatı*. (tarih yok). Ağustos 24, 2021 tarihinde <http://lugatim.com>: <http://lugatim.com/s/%C4%B0KT%C4%B0SAT%E2%80%93%C4%B0KT%C4%B0SAD> adresinden alındı

Rivetto, L. (2022, 11 29). *Buyerarchy of Needs: Using what you have, borrowing and swapping.* MSU Extension:
https://www.canr.msu.edu/news/buyerarchy_of_needs_using_what_you_have_borrowing_and_swapping adresinden alınmıştır

Rivetto, L. (2022, 11 29). *Thrift, make and buy: The top levels of the Buyerarchy of Needs.* MSU Extension:
https://www.canr.msu.edu/news/thrift_make_and_buy_the_top_levels_of_the_buyerarchy_of_needs adresinden alınmıştır

The Buyerarchy of Needs: Do You REALLY Need That? (2022, 11 29). Spud.ca:
<http://about.spud.com/the-buyerarchy-of-needs-do-you-really-need-thatlnw2016/>
 adresinden alınmıştır

Yıldız, K. (2022, 12 06). *Sorumluluk.* TDV İslam Ansiklopedisi:
<https://islamansiklopedisi.org.tr/sorumluluk> adresinden alınmıştır