

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADİ VE FİNANSİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS

KELÂM KAYNAKLARINDA İKTİSADİ BİR
KONU OLARAK FİYATLARIN OLUŞUMU

İbrahim ALMA

2501170396

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr.Servet BAYINDIR

İSTANBUL – 2020

ÖZ

KELÂM KAYNAKLARINDA İKTİSADİ BİR KONU OLARAK FİYATLARIN OLUŞUMU

İbrahim ALMA

İktisadi bir konu olan fiyat oluşumu kelâm eserlerinde Allah'ın ve insanların fiilleri bağlamında ele alınmıştır. Fiyat konusu iktisat tarihi boyunca değer kavramıyla birlikte değerlendirilmiş ve iktisadi doktrinleri birbirinden ayıran temel bir faktör olmuştur. Çalışmamızda öncelikle fiyat ve fiyat ile ilgili kavramlar ele alınmıştır. Daha sonra fiyat kavramının nasslardaki işlenişine değinilmiş, ilgili ayet ve hadisler verilerek gerekli değerlendirilmeler yapılmıştır. Kelâmda konuya dair mezheplerin görüşleri ele alınmış ve kelâmcıların anlayışlarına yer verilmiştir. Daha sonra modern iktisadın ekoller bazında fiyat oluşumuna dair görüşleri ele alınarak konu modern iktisatçıların ve kelâmcıların görüşlerinin mukayese edilmesi suretiyle değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada iktisadi bir mesele olan fiyatın kelâmcılar tarafından incelenmesinin ardındaki esas unsurun ne olduğu sorgulanmış ve onların fiyat oluşumuna yaklaşımı ile modern iktisadın yaklaşımı arasındaki benzerlik ve farklılıkların tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Sonuç olarak kelâmcıların bu konuyu ele almalarının temel sebebi olarak iktisadi hayatın asıl koordine edicisini tespit etmeye yönelik olduğu görülmüştür. Bunu yaparken de küllî ve cüz'î irade arasındaki ilişkiyi anlama noktasında kendi aralarında lugavî bazı ihtilafların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Ayrıca modern iktisat ile kelâmcılarda iktisadın ardında ortak bir ulûhiyet vurgusunun olduğu ortaya konmuştur. Ancak modern iktisadın sekülerleşme çabaları dolayısıyla ulûhiyet vurgusunu açıkça ifade etmeyip başkaca soyut kavramlar üreterek açıklamaya çalıştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kelâm, İktisat, Fiyat, Allah'ın Fiilleri, İnsanların Fiilleri, Rızalaşma.

ABSTRACT

PRICE FORMATION AS AN ECONOMIC ISSUE IN KALAM SOURCES

İbrahim ALMA

Price formation, which is an economic subject, has been discussed in Kalam writings in the context of Allah's and humans' actions. Throughout the history of economics, the subject of the price has been examined together with the concept of the value, and has been a fundamental factor that distinguishes economic doctrines from each other. In this study, firstly, price and other related concepts are discussed. Then, the verses of the Qur'an that are related to the price are mentioned, and necessary statements are made along the way by giving examples from the Hadeeths as well. Then, the Kalam schools of thought are discussed in respect with the concept of price formation, and certain scholars' ideas are explained in depth. Lastly, the price formation is discussed based on the views of modern economic schools of thought, and is evaluated by comparing modern scholars' views to those of Kalam.

In this study, the main motivation of Kalam scholars to understand the concept of price, which is an economic issue, is questioned, and it is aimed to detect the similarities and differences between the approaches of Kalam scholars and modern economics. It is seen that the main reason why Kalam scholars dealt with this subject was to determine the real coordinating agent of economic life. But it is found that some linguistic conflicts arose among Kalam scholars while trying to understand the relationship between absolute volition and partial volition. In addition, it is seen that both Kalam scholars and modern economics have an emphasis on divine action that takes place in the economic life. However, it is determined that modern economics does not clearly express this divinity because of its efforts to be secular, but rather tries to explain it through other abstract concepts.

Key Words: Kalam, Economy, Price, Divine Action, Human Action, Consent.

ÖNSÖZ

İktisatçılar iktisadi doktrinlerin birbirinden ayırt edilmesi noktasında en önemli meselelerden biri olarak fiyat meselesini zikretmişlerdir. İktisadi hayatın tezahürü olan fiyat, tarih boyunca birçok disipline konu olmuştur. Her disiplin konuyu kendi zaviyesinden değerlendirmiştir. Kelâmda da fiyat meselesi kader ve kazâ konuları bağlamında ele almıştır. Kelâmcıların konu üzerinden küllî ve cüz'î irade arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalıştıkları görülmüştür. Onların bu ilişkiyi tanımlama gayretleri, aralarında birtakım lugavî ihtilaflara sebep olmuştur. Kelâmcıların ortak bir vurgu olarak iktisadi hayatın asıl yönlendiricisinin Allah olduğunu ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Çalışmanın oluşmasında ve tüm çalışmalarda desteklerini ve tecrübelerini esirgemeyen danışmanım, değerli hocam Prof. Dr. Servet Bayındır'a, bu süreçte kapısını her çaldığımda zamanını bana ayıran kıymetli hocam Prof. Dr. Bekir Gövdere'ye, tezin belli bölümlerini okuyarak katkıda bulunan Arş. Gör. Mehmet Angay, Mustafa Aydoğdu ve Hüseyin Ay'a, teknik kusurların düzeltilmesinde bana destek veren arkadaşlarım Arş. Gör. Enes Yılmaz ve Dr. Mustafa Yılmaz'a, daima desteklerini hissettiğim canım ailem ve sevgili eşim Meryem Alma'ya şükranlarımı sunarım.

Isparta - 2020

İbrahim ALMA

İÇİNDEKİLER

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE KONUNUN NASSLARDAKİ İŞLENİŞİ

1.1. Kavramsal Çerçeve	7
1.1.1. İktisat	7
1.1.2. Piyasa	8
1.1.3. Kıymet	9
1.1.4. Semen	10
1.1.5. Fiyat (Si'r)	11
1.2. Fiyat Olgusuna Temas Eden Nasslar	12
1.2.1. Fiyatlarla İlişkilendirilebilecek Ayetler	12
1.2.1.1. Bir İmtihan Olarak İktisadi Hayatın Fiyatla İlişkisi	12
1.2.1.2. Fiyatların Oluştugu Piyasanın Mahiyeti	14
1.2.1.3. Mübadele İşlemlerinde Karşılıklı Rızalaşma Şartı	16
1.2.2. Fiyatların Oluşumuyla İlgili Rivayetler	18
1.2.2.1. Fiyatlara Dolaylı Olarak Değinen Rivayetler	18
1.2.2.1.1. Üretici ile Tüketici Arasına Girmek	18
1.2.2.1.2. Malların Teslim Alınmadan Önce Satışı	20
1.2.2.1.3. Müşteri Kızııştırma	22
1.2.2.1.4. Yıkıcı Rekabet Yapmak	23
1.2.2.1.5. İhtikâr	23
1.2.2.2. Fiyatlara Doğrudan Değinen Rivayetler	24

1.2.2.2.1. Mübadele Karşılıklı Rızalaşma Yoluyla Gerçekleşmesinin Gerekliliği.....	24
1.2.2.2.2. Narh Rivayeti.....	26
1.2.2.2.3. Piyasa Fiyatını Yükseltmeye Çalışmak	26
1.2.2.2.4. Umâre Meleği Rivayeti	27
1.2.2.2.5. Hz. Ömer Rivayeti.....	27
1.2.2.2.6. Allah'ın Pahalılık ve Ucuzluğa Dair İki Ordusu	28
1.2.2.2.7. Fiyatların Rızıklandırma ve Cezalandırma Aracı Olarak Kullanılmaları.....	29
1.2.2.2.8. İnsanın İstekleri ve Arzuları ile Fiyat Arasındaki İlişki	30

İKİNCİ BÖLÜM

KELÂM KAYNAKLARINDA FİYAT OLGUSU

2.1. Ehl-i Sünnet Kaynaklarında Fiyat	32
2.1.1. Ehl-i Sünnet Kelâmcılarında Fiyatın Tanımı.....	32
2.1.2. Ehl-i Sünnette Fiyat Oluşumunu Etkileyen Unsurlar	34
2.1.2.1. Fiyatların Allah'a İzafe Edilmesi	34
2.1.2.2. Fiyatların İnsanlara İzafe Edilmesi	40
2.2. Mu'tezile Kaynaklarında Fiyat.....	44
2.2.1. Mu'tezile'de Fiyat Tanımı	44
2.2.1.1. Ucuzluk ve Pahalılık	45
2.2.2. Mu'tezile'de Fiyat Oluşumunun Sebepleri.....	46
2.2.2.1. Fiyatların Allah'a İzafe Edildiği Durumlar	46
2.2.2.1.1. Allah'ın Arz Azlığı veya Arz Fazlalığı Oluşturmasıyla Meydana Gelen Ucuzluk ve Pahalılık	46
2.2.2.1.2. Allah'ın Talep Azlığı veya Talep Fazlalığı Oluşturmasıyla Meydana Gelen Ucuzluk ve Pahalılık	47
2.2.2.2. Fiyatların Hem Allah'a Hem İnsanlara İzafe Edilebileceği Durumlar	48
2.2.2.2.1. Devlet Başkanının Müdahale Etmesi Sonucunda Oluşan Fiyat ..	49
2.2.2.2.2. Bir Alıcı Topluluğunun veya Bir Satıcı Topluluğunun Kendi Aralarında Anlaşmaları Sonucunda Belirlenen Fiyat.....	50
2.2.2.3. Fiyatların Allah'a İzafesinin Mümkün Olmadığı Durumlar	51

2.2.3. Fiyat Oluşumunun Kazâ ve Kaderle İlişkisi	51
2.3. Şîa Kaynaklarında Fiyat	53
2.3.1. Şîa’da Fiyat Tanımı	53
2.3.1.1. Ucuzluk ve Pahalılık	55
2.3.2. Şîa Kaynaklarında Fiyatın Oluşumunu Etkileyen Unsurlar	56
2.3.2.2. Fiyatların Allah’a İzafe Edildiği Durumlar.....	57
2.3.2.1. Fiyatların İnsanlara İzafe Edilmesi	56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MODERN İKTİSATTA FİYAT OLGUSU

3.1. Fiyat Tanımı	58
3.2. Müdahaleciliği Savunan Ekoller	59
3.2.1. Merkantilizm.....	59
3.2.1.1. Merkantilist Düşüncede Fiyat Oluşumu.....	60
3.2.2. Keynesyen İktisat.....	63
3.3. Serbestiye Ekolleri.....	64
3.3.1. Fizyokrasi.....	64
3.3.1.1. Fizyokratlarda Fiyat Oluşumu.....	66
3.3.2. Klasik İktisadi Düşünce	66
3.3.2.1. Klasik İktisadi Düşüncede Fiyat Oluşumu.....	67
3.3.3. Neoklasik İktisat	72
3.3.3.1. Neoklasik İktisat ve Fiyat Oluşumu	72

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KELÂMCILARIN VE MODERN İKTİSATÇILARIN GÖRÜŞLERİNİN MUKAYESESİ

4.1. Fiyat Tanımları Açısından Mukayese	74
4.1.1. Gerçek Değer	78
4.1.2. Ucuzluk ve Pahalılık	81
4.2. Piyasa Kavramı ve Piyasa Türleri Açısından Mukayese.....	82
4.2.1. Rekabetçi Piyasa	84

4.2.2. Oligopol ve Oligopson Piyasa	85
4.3. Fiyatların Oluşumunu Etkileyen Unsurlar Bakımından Mukayese.....	87
4.3.1. Fiyat Oluşumunda İnsanın Fiilinin Etkisinin Olmadığı Durumlar	87
4.3.1.1. Fiziksel İmkânlar ve İtibar	87
4.3.1.2. Varlık ve Refah	89
4.3.1.3. Şahsi Arzular.....	90
4.3.1.4. Allah'ın Doğa Olayları veya Çeşitli Şekillerde Fiyatların Değişimine Etkide Bulunması	91
4.3.2. Fiyat Oluşumunda İnsanın Fiilinin Etkisinin Olduğu Durumlar	92
4.3.2.1. Devletin Fiyatlara Müdahalesi	92
4.3.2.2. Karaborsacılık	95
4.3.2.3. Ambargo.....	96
4.3.2.4. İthalat ve İhracat Faktörü	96
4.3.2.5. Güvenlik Faktörü	97
4.4. Kelâmcıların Fiyat Konusu Bağlamında Değinmiş Oldukları Modern İktisat Kavramlarının Değerlendirilmesi.....	97
4.4.1. Fiyatların Oluşumunda İnsanın Biyolojik ve Psikolojik Yapısının Etkisi.	988
4.4.2. Fiyat Oluşumuna Kelâmın Bakışının Davranışsal İktisat Açısından Değerlendirilmesi.....	99
4.4.3. Arz Fazlalığı ve Arz Azlığı.....	101
4.4.4. Talep Azlığı ve Talep Fazlalığı	103
4.4.5. Talep Eğrisinin Kayması	107
4.4.6. Nüfus Teorisi	109
4.5. Kelâmcıların Fiyatları Allah'a İzafe Etmelerinin Providence (İlahi Takdir) Kavramı ve Görünmez El Bağlamında Değerlendirilmesi.....	110
4.5.1. Modern İktisatta Fiyatların Oluşumunda Ulûhiyyet Arayışı	110
4.5.2. Fiyatların Oluşumunda Küllî ve Cüz'î İrade Arasındaki Denge	114
SONUÇ.....	121
KAYNAKÇA	124

KISALTMALAR LİSTESİ

- C.** : Cilt
çev. : Çeviren
ed. : Editör
İ.İ.B.F.: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
ö. : Ölüm tarihi
H.Ü. : Hacettepe Üniversitesi
thk. : Tahkik eden
t.y. : Basım tarihi yok
v.b. : Ve benzeri
v.d. : Ve diğerleri
y.y. : Basım yeri yok
H. : Hicri

GİRİŞ

İktisadi düşünce tarihinin en çok tartışılan ve en problemlili meselelerinden biri de fiyat konusudur. Aslında iktisadi aktörler arasında gerçekleştirilen mübadele işleminin sonucu olarak tezahür eden fiyat kavramı, işlemin hakkaniyetli ve adil olabilmesi yönüyle iktisat tarihi boyunca üzerinde tartışılan bir mesele olmuştur.

Fiyat meselesinin Aristo'nun "ev ekonomisi" kavramıyla incelenmeye başlandığı görülür. Adil bir toplum nasıl olur çerçevesinde fiyatların adil olması temel alınır. Bu düşünce orta çağ boyunca devam eder. Ancak 1870'li yıllarda Neoklasik iktisadın fiyatı piyasaya indirgediği görülür. Fiyatın ahlaki ve adil olması yönü analiz dışında bırakılır. Bundan sonra en önemli şey fiyatın piyasada arz ve talep tarafından belirlenmesidir. 2000'li yıllarda iki nobel ödülü kazanan Davranışsal iktisat, fiyatın adil olması olgusunu iktisada yeniden taşımıştır.

Her bir iktisadi aktör gerçekleştirdiği mübadele işleminin kendisi açısından kâr ile neticelenmesini ve herhangi bir haksızlığa uğramamayı arzu eder. Dolayısıyla bütün iktisadi sistemler, aktörler arasında var olan bu endişeyi çözümlemek adına teoriler geliştirmiş ve fiyatların en adilane oluşum biçimini ortaya koymaya çalışmışlardır.

Fiyat konusu üzerinden hareket ederek bütün iktisadi sistemlerin iktisadi hayatta bir denge oluşturmak ve adilane bir paylaşım gerçekleştirmek adına bazı teoriler ortaya koydukları ifade edebilir. Bu minvalde fiyat konusu ideolojik ayrımlara neden olmuş olup aynı zamanda iktisadi hayatta liberalizm ile müdahalecilik tartışmaları bağlamında baş aktör olmuştur.

Hayatın her safhasına dair en ideal sistemi sunan İslâm'ın bu konuyu teğet geçmesi düşünülemez. Nitekim Kur'an-ı Kerim'de temel ilkeler koyan ayetler bazında konuya ışık tutulmuştur. Kur'an-ı Kerim'in pratize edilmiş halini yaşantısıyla bize sunan Hz. Peygamber'in sünnetinde piyasa ve fiyat konularına dair örneklerin ve ufuk açıcı kaidelerin mevcudiyeti ifade edebilir.

Dolayısıyla fiyat konusunun İslam kaynaklarında genişçe yer alması çok doğal bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İslami literatürde fiyat meselesinin fıkıh kitapları, harac ve emval kitapları, ticaretle ilgili yazılmış hususi eserler ve kelâm kitapları başta olmak üzere birçok ilim dalında ele alındığı tespit edilebilmektedir. Ayrıca her bir ilim dalının da konuyu kendi sisteminin hususiyetleri açısından değerlendirdiği görülür.

I. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Bu çalışma kelâm kaynaklarında yer alan fiyatın oluşumu konusunu iktisadi bir mesele olması hasebiyle ele alınmasını kapsamaktadır. Kelâmcıların fiyatı hangi durumlarda Allah'a, hangi durumlarda insanlara izafe ettiğinin tespit edilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca kelâmcıların fiyat kavramını değerlendirirken ön plana çıkardıkları ilkelerin tespiti amaçlanmaktadır. Bu konu çerçevesinde İslam iktisat anlayışının tevhid görüşünden bağımsız düşünölemeyeceğı hususunun ön plana çıkarılması hedeflenmektedir.

Kelâmcıların fiyat konusu bağlamında değinmiş oldukları iktisadi meselelerin modern iktisat düşünürlerinin anlayışları ile mukayeseli olarak değerlendirilmesi düşünülmektedir.

Fiyat iktisat alanında iktisadi ekollerin, kelâm alanında itikadî mezheplerin birbirlerinden ayırt edilmesini etkileyecek kadar önemli görölmektedir. Bu yönüyle konunun ideolojik ayrımlara da sebep olduğı belirtilebilir. Konu birçok akademik araştırmayla ele alınmasına rağmen geniş çaplı bir mukayeseye tabi tutulmamış her disiplin meseleyi kendi sisteminin hususiyetleri açısından değerlendirmiştir. Bu açıdan çalışmayı fiyat meselesini çok disiplinli boyutuyla ele alması onu diğer çalışmalardan farklı kılmaktadır. Bu yönüyle çalışmayı literatürde bir boşluğu gidermek açısından atılmış bir ilk adım olarak değerlendirmek mümkündür.

II. Araştırmanın Yöntemi ve Kaynakları

Fiyat çağdaş çalışmalarda hem İslam iktisadı alanında hem de kelâm alanında ele alınmış bir meseledir. İslam iktisadı alanında yapılan çalışmalarda konu, genel olarak fiyatlara müdahalenin gerekli olup olmadığı noktasında kalmış; fiyatın esas

oluşumunu sağlayan unsurlar üzerinde durulmamış ve teolojik arka planı izah edilmemiştir. Kelâmi çalışmalarda ise konu Allah'ın ve insanların fiilleri bağlamında incelenmiş ve mezheplerin ihtilafları üzerinde durulmuştur. Her ne kadar bazen modern iktisat ile karşılaştırmalar yapılsa da bu durum çok sınırlı kalmıştır. Bu çalışma ise meselenin disiplinler arası mukayeseli analizini içermekte olup mukayesenin sadece fiyatın oluşum sebepleri üzerinde yapılması hedeflenmektedir. Bu açıdan fiyatlara müdahale edilip edilmemesi meselesine çok kısıtlı olarak değinilmekte ve kesin bir kanaat bildirilmemektedir. Fiyatlara müdahale boyutunun, işin içerisine fikhın da dâhil edilmesiyle yapılacak geniş çaplı bir araştırmayla ortaya konmasının mümkün olduğu ifade edilebilir. Araştırmamızda literatür taramasına dayanan nitel bir yöntem izlenmiştir.

Çalışmanın amaçlarına ulaşabilmesi için şu soruların cevaplanması hedeflenmektedir.

- Kelâm kaynaklarında fiyatın oluşumunu etkileyen unsur olarak neler ele alınmaktadır?
- İktisat düşüncesinde fiyatın oluşumunda etkili faktörler nelerdir?
- Kelâm ve iktisat düşüncesinde bu unsurların benzer ve farklı olduğu durumlar nelerdir?
- Kelâm ve iktisat düşüncesinde fiyat bağlamında iktisadi hayatın koordinesinde asıl unsur olarak neyi görmektedirler?

Bu çalışma fiyat meselesinin anlaşılması gayesiyle kelâmcıların ve modern iktisatçıların görüşlerinin mukayeseli bir şekilde analiz edilmesini içerir. Kıyaslamanın daha sağlıklı olabilmesi ve çalışmanın yapılma gerekçesini ortaya koyması açısından konuyla alakalı kaynakların incelenmesi önem arz eder. Ayrıca kaynakların incelenmesi sonraki çalışmalar için genel bir şema çizmesi yönüyle de önemli kabul edilebilir.

Kelâm kaynaklarında fiyatların oluşumu adlı çalışmamız dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmamızın birinci bölümünde fiyat ve fiyat ile ilgili temel kavramlar ele alınmıştır. Aynı bölümde fiyat ve piyasa olgusuna temas eden nasslar verilmiş olup nasslarla ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Kavramların sözlük ve

terim manalarına yer verilmiş olup bu minvalde kullanılan sözlükler arasında İbn Manzur'un *Lisânü'l-'Arab*'ı ve Râgıb el-İsfahânî'nin *Müfredât*'ı bulunmaktadır. Bunun yanında kronoloji dikkate alınmak şartıyla başka sözlüklerden de istifade edilmiştir. Kavramsal çerçevenin verilmesindeki temel neden bu kavramların daha sonraki bölümlerde hem modern iktisatçılar hem de kelâmcılar tarafından kullanılacak olmasıdır. Bu sayede konunun daha rahat bir şekilde izah edilmesi sağlanmış ve kavramların lugat manalarından farklı kullanılıp kullanılmadığı tespit edilmiş olacaktır.

Fiyat meselesine değinen nasslar ise önemine binaen fiyat olgusuna temas eden ayetler ve fiyat olgusuna temas eden rivayetler olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır. Ayetlerin mealleri verilirken Süleymaniye vakfı sitesinde yer alan meal tercih edilmiştir. İlgili ayetleri değerlendirirken Begavî'nin *Me'âlimü't-Tenzîl* ve Kurtubî'nin *el-Câmi' li-Ahkâmi'l-Kur'ân* adlı eserleri başta olmak üzere birçok tefsir ve çağdaş çalışmadan yararlanılmıştır. Rivayetler ise öncelikle Kütüb-i Sitte'den alınmış orada bulunmadığı takdirde diğer eserlere müracaat edilmiştir. Rivayetler ise Türkçeye tercüme edilmiş bir eserden doğrudan alınmadığı takdirde tarafımızca tercüme edilmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde kelâm kaynaklarında fiyatların oluşumu konusu ele alınmıştır. Konu işlenirken Ehl-i sünnet kelâmcılarının, daha sonra Mu'tezilî kelâmcıları ve Şîî kelâmcılarının görüşleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Her mezhebin görüşü kendilerinin temel eserlerinden alınmıştır. Ehl-i sünnet mezhebinde Bâkılânî'nin *Kitabü't-Temhid*'i, Teftâzânî'nin *Şerhu'l-Makâsıd*'ı, Cürcânî'nin *Şerhu'l-Mevâkıf*'i ve Ferrâ'nın *el-Mu'temed fî Usûli'd-Dîn*'i İbn Fûrek'in *Mücerredü Makâlâti's-Seyh Ebi'l-Hasan el-Eş'arî*'si, Cüveynî'nin *el-İrşâd ilâ Kavâti'i'l-Edilleti fî Usûli'l-İ'tikâd*'i bunlara örnek olarak verilebilir. Ehl-i sünnet kaynaklarında fiyat olgusu irdelenirken kronoloji takip edilmeye çalışılmış ve müelliflerin konuya bakışlarındaki farklılıkların belirginleştirilmesi amaçlanmıştır.

Mu'tezî'le mezhebinde fiyat meselesi Kâdî Abdülcebâr'ın *el-Muğnî fî Ebvâbi't-Tevhîd Ve'l-Adl*'i ile *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse*'si ve İbnü'l Melâhimî'nin *Kitâbü'l-Fâik fî Usûli'd-Dîn*'i çerçevesinde ele alınmıştır.

Şîa mezhebinde ise konu Nasirüddîn et-Tûsî'nin *Tecrîdü'l-İ'tikâd*'ı Hillî'nin *Menâhicü'l-Yakîn fî Usûli'd-Dîn* ile *Keşfü'l-Murâd fî Şerhi Tecrîdi'l-İ'tikâd*'ı, el-İsfahânî'nin *Tesdîdü'l-Kavâ'id fî Şerhi Tecrîdi'l-Akâid*'ı ve Ca'fer et-Tûsî *el-İktisâd fîmâ Yete'allakubi'l-İ'tikâd*'ı adlı eserlerden istifade edilerek konu değerlendirilmiştir.

Klasik kaynaklarda fiyat konusu işlenirken herhangi bir değerlendirme yapılmadan müelliflerin meseleye bakışlarındaki farklılıklar betimleme yoluyla ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde modern iktisadın fiyat olgusuna yaklaşımı ele alınmıştır. Serbestiye ve müdahaleci ekol olmak üzere ikiye ayırarak işlemiş olduğumuz fiyat konusuna Merkantilist, Keynesyen iktisat, Fizyokrat düşünce, Klasik ve Neoklasik ekol'ün yaklaşımlarına yer verilmiştir. Bu bölümde Arif Ersoy'un *İktisadi Düşünceler Tarihi* ile Vural Fuat Savaş'ın *İktisadın Tarihi* adlı eserlerinden çokça istifade edilmiştir. İktisat düşünürlerinin fiyat konusuna dair yaklaşımları öncelikle kendi eserlerinden tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu açıdan kullanılan kaynaklara Adam Smith'in *Ulusların Zenginliği* Carl Menger'in *İktisadın Prensipleri* Alfred Marshall'ın *Principles of Economics* John Stuart Mill'in *Principles Of Political Economy* Ricardo'nun *Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri* Jean Baptiste Say'ın *Politik Ekonominin İlkeleri* Keynes'in *Genel Teori: İstihdam Faiz ve Paranın Genel Teorisi* bunlara örnek olarak verilebilir. Bunun yanında kitap, makale ve tezlerden de istifade edilmiştir. Bu bölümde modern iktisatçıların görüşleri herhangi bir değerlendirmeye tabi tutulmadan betimleme yoluyla ele alınmıştır.

Çalışmamızın son bölümü olan dördüncü bölümde ise fiyat konusu iktisadi olarak tahlil edilmiş ve modern iktisat ile karşılaştırmalar yapılmıştır. Mukayesede ikinci ve üçüncü bölümde verilen bilgiler kullanılmıştır. Ayrıca konunun değerlendirilmesi açısından hem iktisat alanından hem de kelâm alanında yapılan çalışmalardan istifade edilmiştir. Kelâm alanında çeşitli makalelerden ve kitap ile tez bölümlerinden yararlanılmıştır. Bunlar arasında Şerafettin Gölcük'ün *Kelâmi Açından Fiyat Artış ve Düşüşleri* Hulusi Arslan'ın *İktisadi Faaliyetin Kelâmî Yorumu* Muhit Mert'in *Kelâmî Düşüncede Ekonomik Düzenin Yorumu Üzerine* Arif Yıldırım'ın

Kelâm Açısından Fiyatın Düşüş ve Yükselişi Sefa Bardakçı'nın *Mezheplere Göre Hür İrade ve Fiyat İlişkisi* adlı eserler örnek kabilinden zikredilebilir. İktisat alanından ise Peter Harrison'un *Adam Smith, Natural Theology and the Natural Sciences* ile *Adam Smith and the History of the Invisible Hand* adlı çalışmaları ve Peter Oslington'un *Divine Action, Providence and Adam Smith's Invisible Hand* isimli çalışmasından istifade edilmiştir. Bunun yanında konu değerlendirilirken çeşitli klasik ve modern eserlerden yararlanılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE KONUNUN NASSLARDAKİ İŞLENİŞİ

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1.1. İktisat

Arapça kökenli bir kelime olan iktisat “الاقتصاد” kelimesi kasade “قصد” fiilinin “ifti‘âl” babından gelmektedir. Kasd sözlük anlamı itibariyle bir şeye niyetlenme hedefe yönelme, doğru yol üzere gitme, gayeye uygun olma ve mutedil olmak manalarına gelir (İbn Manzur, 1994a: 353). İktisat kelimesi “kıst” olarak düşünüldüğünde bir şeye hakkını vermek ve yerli yerine koymak şeklinde anlaşılabilir. Bu yanıyla da, “iktisat” sözcüğü itidal üzere hareket etme, kişilerin veya toplumların harcamalarında tasarruflu olması demek olur; burada bir amaca yönelme durumu vardır (Fîrûzâbâdî, 2005: 682; Hazıroğlu, 2019: 95).

Batı’da modern iktisat ilminin doğuşuna kadar bu kelime daha çok insanın davranış şekillerinden, iktisadi işlemlerine, genel dini hayatından imani mevzulara varıncaya kadar her türlü faaliyetinde itidal üzere olmasını, israf ile cimrilik arasında iki aşırı uçtan uzak vasat yolu takip etmesini kapsayacak derecede geniş bir yelpazede kök manasıyla kullanılmış, günümüzdeki manasıyla teknik bir ıstılah olarak kullanılmamıştır (Yıldız, 2014: 29; Gül, 2010: 28).

Ayrıca kelimenin çağdaş Arapça kaynaklarda da kök manasına uygun olarak tanımlandığı görülmektedir. Mesela Umâra; iktisadı, kişilerin ve toplumların mal ve servetlerinin sarf ile cimrilik, pahalılık ile ucuzluk, ifrat ile tefrit arasında dengeli bir istikamet tutturularak biriktirilmesi, geliştirilmesi ve dağıtılmasının ilmi diye tanımlamaktadır (Umâra, 1993: 59). Ahmet Mahmut Cemal de “*Rahman’ın kulları, harcadıkları zaman ne savurganlık yapar ne de cimrilik ederler. Harcamaları ikisinin arasında olur.*” (Kur’an, 25/67) ayetini delil getirmek suretiyle bu tanıma yakın bir tarif vermekte ve iktisat kelimesinin gelir ile gider arasındaki denklığı ifade ettiğini belirtmektedir (Cemal, 1971: 9).

Ancak iktisat kelimesi batıda ekonomi ilminin doğuşundan sonra ekonomi kelimesinin karşılığı olarak kullanılmaya başlamıştır. Kavrama farklı bakış açılarıyla çeşitli tariflerin yapılmış olması dolayısıyla kavramın belli bir tarife hasredilmesi pek mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle iktisat biliminin modern iktisattaki birkaç tarifinin verilmesi genel olarak anlaşılmasını kolaylaştırabilir.

Modern iktisadın kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith, iktisadı halkın nasıl zenginleşebileceğinin ilkelerini veren ilim olarak açıklamaktadır (Smith, 2017). Adam Smith'in tanımıyla aynı minvalde yapılan bir diğer tanım da Alfred Marshall'ın yaptığı tanımdır. O, iktisadı; bireylerin ne şekilde kazanç sağlayacaklarını ve onu nasıl değerlendireceklerini konu edinen bir ilim şeklinde açıklamaktadır (Marshall, 2013: 1). Bir diğer ünlü iktisatçı Robins'in iktisat tarifi de şu şekildedir: “İnsanın hayat ve yaşama yolunu belli hedef ve vasıtalar arasında düzenleyen ilme ekonomi ilmi denir.” (Neccâr, 1978: 31).

İktisat ilminin günümüzde en yaygın tanımı ise insanın ihtiyaçlarının sonsuz ve bunları karşılayabilmek adına kullanabileceği kaynakların ise kıt olduğu varsayılarak yapılan tanımdır (Gül, 2010: 31).

Yapılan bu tarifler çerçevesinde iktisadın toplum veya bireylerin arzu etmiş oldukları çeşitli varlıkların (eşyalar) üretilmesi ve onlar için sunulan iktisadi kaynakların gayeye uygun bir biçimde kullanılması imkânını veren dağıtım şekillerinden bahseden bir ilim olduğu söylenebilir (Karadâğî, 2018: 8).

1.1.2. Piyasa

Piyasa sözcüğü aslı İtalyanca olan “piazza” dan gelir (Kuyucak, 1960: 197). İktisadi bir kavram olma hüviyetine sahip olan piyasa (İng. Market, Arp. Suq) içerisinde mübadele işlemlerinin gerçekleştirilebildiği her türlü ortam manasına gelir. Piyasa ortamında mal ve hizmetlerin arz ve talepleri gerçekleşmekte ve fiyat sistemi sayesinde ürün ve hizmetlerin mübadelesi gerçekleştirilebilmektedir (Bayındır, 2015: 44). Daha önceleri belli bir mekânla kısıtlanarak tanımı yapılan piyasa kavramının günümüzde artık mekândan bağımsız olarak arz edenlerle talep edenlerin her türlü mübadele işlemine imkân tanıyan ortam olarak tanımlanmaktadır (Emin, t.y.: 36).

Bu açıdan piyasalar kuruluş yeri ya da biçimi açısından iki şekilde tasnif edilmektedir. Birincisi belirli bir toplanma mekânı olan ve arz edenler ile talep edenlerin fiilen karşılaştığı piyasa türüdür. Bu tür piyasalara alış-veriş merkezleri örnek verilebilir. Diğeri ise belirli bir toplanma mekânı olmayan ve arz edenlerle talep edenlerin fiilen bir araya gelmelerine gerek olmayan piyasa türleridir (Eğilmez, 2016: 14).

1.1.3. Kıymet

Kıymet sözcüğü “قام” fiilinden gelmektedir. Kâme sözlükte ayakta durmak, bir şeyi tam olarak tutmak, bir şeye denk gelmek manalarına gelir (Râzî, 1999: 262). Kıymet kelimesi de bu kökten isim olarak gelmiş ve varlığın ne eksik ne de fazla olmamak kaydıyla tam olarak karşılığını ifade eder (Askerî, t.y.: 238). Yani gerçek değerdir. Kıymet sözcüğünün bu şekilde tanımlanması herhangi bir varlığın karşılığı ve kendisi arasında meydana gelen denklik oranına ve kendisi ile karşılığı arasında tercih yapılamayacağına işaret etmektedir (Gözübenli, 2002: 540-41). Kıymet sözcüğü mecelle maddesinde “Bir malın bahâ-yi hakîkîsidir” diye tarif edilmektedir (Mesud Efendi, t.y.: 43). Ayrıca bazı araştırmacılar maliyet kavramıyla kıymet kavramının barındırmış oldukları anlam açısından aynı olduğunu ve bu iki kavramın eş kavramlar olduklarını ifade etmektedirler (Armağan, 2005: 285; Özden, 2019: 54).

Kıymet sözcüğü bir kavram olarak birçok ilim dalının konusu olmakla beraber bir eşyanın değerinin incelenmesi ve tespit edilmesi noktasında iktisat düşünürlerini en çok meşgul eden meselelerden birisi olmuştur. Kıymet teorisinin Aristo’dan itibaren günümüze kadar iktisadi bir mesele olarak ele alındığını söylemek mümkündür. Kıymet kavramı iktisat düşünürleri tarafından genel olarak “kullanım kıymeti” ve “mübadele kıymeti” olmak üzere ikili tasnife tabi tutulmaktadır. Kullanım kıymeti, ürünün kişiye sağladığı fayda yönünden yapılan bir tanımken mübadele kıymeti alış-veriş neticesinde ortaya çıkan kıymettir (Nebhânî, 2004: 19). Mübadele kıymeti daha açık bir şekilde tanımlanacak olursa; değiş-tokuş işleminde bir ürünün veya hizmetin diğer ürün ve hizmetlere göre önem derecelerini ifade ettiği söylenebilir. Mübadele kıymetinin günümüzde fiyat kavramıyla eş

anlamli olarak kullanildiğı ve kıymet teorisi yerine artık fiyat teorisi tabirinin kullanıldığını söylemek mümkündür (Bedârîn ve Ebü'l-Fütûh, 2015: 176).

1.1.4. Semen

Sözlük anlamı itibariyle “karşılık”, “ıvaz”, “bedel” anlamlarına gelen semen; varlığın karşılığı olması bakımından değer olarak varlığın dengi, fazlası ve daha azı olabilir (Askerî, t.y.: 238). Semen bir şeyin gerçek değerini ifade eden kıymet kavramının aksine belirlenen karşılığın, eşyanın gerçek değerinin altında veya üstünde olmasına bakılmaksızın iktisadi aktörlerin mübadele işlemlerinde rızalaşma yoluyla üzerinde anlaştıkları miktarı ifade eder (Zebîdî, t.y.: 337). Verilen bilgilerden hareketle semenin alış-veriş işleminde satılan ürünle aynı değerde olması esas kabul edilmekle birlikte iktisadi aktörlerin karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirecekleri mübadele işlemi neticesinde piyasa değerinin altında veya üstünde belirlenebileceği söylenebilir (Gözübenli, 2009: 465-67). Bu sözcüğün fikhî terminolojideki tanımını da mübadele işleminde satımı yapılan varlığın her türlü karşılığı olarak yapılabilir (Farabî, 1987: 2089). Her türlü karşılıktan kasıt mebi’ karşılığında alınan şeyin ayn veya ticaret malı olup olmaması hususunda bir fark gözetmeyip mebi’ karşılığında alınan her türlü şeyin semen olarak isimlendirilmesidir (İsfahânî, H.1414: 177). Semen aynı zamanda kişinin zimmetinde borç olarak sabit olabilen dinar ve dirhem paraları için de kullanılır. Dolayısıyla mutlak olarak semen tabiri dinar ve dirhem manasına da gelir (Mutarrazî, t.y.: 69). Aynı zamanda semen kelimesinden türetilmiş bazı kavramlar satılan ürünü belirtmek için kullanılır. Bu türetilen kavramların “müsmen”, “müsemmen” ve “mesmun” kavramları olduğu ve bu kavramların da “pahası biçilmiş, karşılığı belirlenmiş” manalarına geldiği ifade edilebilir (Gözübenli, 2009: 465-67).

Sonuç olarak semen kavramının iki farklı kullanım biçimi olduğu belirtilebilir. Bu kullanımların ilki semenin insanlar arasında gerçekleşen mübadele işlemleri neticesinde karşılıklı rızalaşma yoluyla takdir edilen bedeli ifade eder. Takdir edilen bedelin de gerçek değere tekabül etme zorunluluğu yoktur. İkinci kullanım türü ise semenin para birimi olarak kullanılabilen şeyler manasında olmasıdır.

1.1.5. Fiyat (Si'r)

Latince kökenli bir kelime olan bu kavram Türkçeye de fiyat olarak geçmiştir. Latince de öyle olması gereken şey manasına gelen fiyat kelimesinin (Eğilmez, 2016b: 99) Arapça'daki karşılığı si'r (سعر) sözcüğüdür. Si'r semenin kendisiyle kaim olduğu şeyi ifade eder. Si'r sözcüğünün çoğulu es'ardır. Es'aru ve sa'ru (أَسْعَرُوا وَسَعَرُوا) denildiğinde tek ve bir fiyat üzerinde anlaşmak manasına gelir (İbn Manzur, 1994b: 365). Tes'ir ifadesi de herhangi bir varlık için belirli bir fiyat sınırı koymak manasına gelir (Ebu'l Abbas, t.y.: 277).

Fiyat kavramının ıstılahi manasını vermeden evvel onun semen ve kıymet kavramları ile arasındaki farklara ve benzerliklere değinmek konunun anlaşılması açısından isabetli olacaktır.

İki kişi tarafından gerçekleştirilen veya piyasanın tümü için geçerli kabul edilmeyecek bir grup tarafından gerçekleştirilen mübadele işlemleri sonucunda ürün için belirlenen bedele semen denir. Ancak fiyat denince ürünlerin piyasada genel kabul görmüş bedeli kastedilir. Semen kavramı sadece rıza yoluyla gerçekleşmiş akitleri ifade ederken fiyat kavramının bir akit sonucu gerçekleştirilmiş olması gerekmez. Kıymet kavramı ise ürünlerin gerçek değeri için kullanılan bir tabirdir. Aynı zamanda kıymet kavramının ürünlerin maliyetini de ifade ettiği söylenebilir. Fiyat kavramında ise ürünlerin gerçek değerinin eşiti, daha fazlası ve daha azı olma durumu hâsıl olabilmektedir. Ancak bazen “kıymet-i misl” denildiği zaman veya kıymet denilse de “kıymet-i misl” kastedildiği zaman fiyat ve kıymet kavramlarının aynı manada kullanıldığı tespit edilmiştir. Kıymet kavramının ürünün gerçek değerini ifade etmesi için herhangi bir zaman ve mekân kaydı koşulmazken fiyat kavramının zaman ve mekân belirtilmeden tanımının yapılamadığı belirtilebilir ('Iyaşi, 1992: 85-87).

Verilen bu bilgilerden hareketle fiyat kavramını piyasada belli bir zaman ve mekânda piyasanın tümünü etkileyecek bir topluluk arasında ürünler için cari olan semen şeklinde tarif edilebilir ('Iyaşi, 1992: 85-87).

Modern iktisat literatürüne bakıldığında ise fiyat kavramının bir şeyin parasal karşılığı, ederi ve pahası gibi manaları taşıdığı görülür. Bu manalardan fiyat

kavramının her ne kadar değerin ölçüsü gibi anlaşılma durumu varsa da fiyat değerin kendisi olmayıp belli şartlarda değişen ve geçicilik arz eden bir fonksiyona sahiptir. Bu yönüyle de fiyat bir ürünün gerçek değeri değildir (Ertuğrul, 2008: 143-145). Fiyat kavramına daha açık bir tanım getirilecek olursa; iki ürünün birbirlerine para cinsinden mübadele nispetine fiyat dendiği söylenebilir (P. Murphy, 2013: 81).

Modern iktisat literatüründe fiyat kavramı ikili tasnife tabi tutulmaktadır. Bunların ilki piyasada arz ve talep güçleri tarafından oluşan piyasa fiyatıdır. İkincisi ise bir ürünün gerçek değerini oluşturan ve doğal fiyat olarak tabir edilen fiyat türüdür (Ersoy, 2012: 250; Tanyeri, 2000: 310).

1.2. Fiyat Olgusuna Temas Eden Nasslar

Bir meselenin İslam düşüncesindeki konumunu tespit edebilmek adına ilk olarak nasslara başvurulması gerekmektedir. Bu nedenle fiyat meselesi irdelenirken başvurulacak ilk kaynaklar Kur'an ve Hz. Peygamber'in sünneti olmaktadır. Konunun nasslardaki yerinin tespit edilebilmesi için sırasıyla ilgili ayetler ve rivayetler ele alınacaktır.

1.2.1. Fiyatlarla İlişkilendirilebilecek Ayetler

İslam inancında Allah'ın emir ve yasaklarla hayata müdahil olduğu inancı vardır. Kur'an-ı Kerim'de insanoğlunun yaşantısının her safhasına dair genel kaidelerin konulduğu ve konulan kaidelerin tatbik edilmesi durumunda dünyevi ve uhrevi saadete kavuşulacağı anlatılır. Bu açıdan iktisadi bir düşüncenin anlaşılırken temel parametresi olarak kabul edilebilecek fiyatların oluşumuna ve piyasa hususuna Kur'an'ın nasıl baktığına ve hangi kaideleri öngördüğüne ayetler ışığında değinilecektir.

1.2.1.1. Bir İmtihan Olarak İktisadi Hayatın Fiyatla İlişkisi

Kur'an-ı Kerim insanların dünyada bir amaca binaen var olduklarını ve bu amacın da onları yaratmış olan Allah'a kulluk etmek olduğunu kati bir şekilde belirtmektedir (Kur'an, 51/56). İnsanın kulluk vazifesini icra ederken sıkı bir sinamadan geçirileceği ve sadece iman ettiğini belirtmekle kurtulmasının mümkün

olmayacağı ifade edilmektedir (Kur'an, 29/2-3). İnsanın imtihan edilişinde de çeşitli vasıtaların kullanılacağı söylenmektedir. İlgili ayetlerden bir tanesi de şu şekildedir:

“Mallarınız ve çocuklarınız sadece sizi imtihan etmek içindir. Büyük ödül Allah katındandır.” (Kur'an, 64/15).

Meali verilen bu ayette ve buna benzer birçok ayette ifade edildiği üzere malların bir imtihan aracı olduğu bildirilmektedir. Allah'ın mallarla imtihanı bireysel ve toplumsal düzeyde olabilir. İnsanların iktisadi hayatla (mallarla) imtihanı darlığa düşürülmek yoluyla ve genişlik verilmek suretiyle gerçekleşebilir. Darlıkla imtihana dair ilgili ayet şöyledir:

“Mallarınızdan, canlarınızdan ve ürünlerinizden eksilterek, sizi biraz korku ve biraz açlıkla yıpratıcı bir imtihandan geçireceğiz, bundan kaçış olmaz. Sen sabırlı davrananlara müjde ver.” (Kur'an, 2/155).

Bunun yanında Allah insanları iktisadi hayata getireceği bir genişleme yoluyla da imtihan edebilir. İnsanların bollukla imtihan edilebileceğine dair ilgili ayet şu şekildedir:

“Kendilerine hatırlatılan görevleri unuttukları zaman önlerine bütün kapıları açarız. Verilen nimetlerle şımartıdıkları bir sırada da onları yakalayırız. Birdenbire umutsuzluğa düşerler.” (Kur'an 6/ 44).

Allah'ın bolluk ve darlığı bir imtihan aracı olarak kıldığı yukarıda verilen ayetlerden açık bir şekilde anlaşılmaktadır. İktisadi hayatın yönlendiricisinin Allah olduğuna delil getirilecek bir diğer ayet de şöyledir:

“Allah, koyduğu kurala göre kiminin önüne rızkı yayar kimine de belli bir ölçüye göre verir. Onlar dünya hayatıyla mutlu olurlar. Oysa dünya hayatı ahirete göre sadece bir kez yararlanmadır.”(Kur'an, 13/26).

Müfessir Kurtubî (ö.671/1273) bu ayeti tefsir ederken kişilerin iktisadi durumlarının Allah'ın isteğine göre şekillenmesinin iktisadi hayatın bir imtihan aracı olmasından kaynaklı olduğunu belirtmektedir. O, Allah'ın bir kimseye mal mülk vermesinde o kimsenin dininin ve kişiliğinin etkisinin olmadığını söylemektedir (Kurtubî 1964a, 314). Dolayısıyla bir piyasada fiyatların yükselmiş veya düşmüş

olması o toplumun herhangi bir şenaati ve fazileti dolayısıyla değil Allah'ın o toplumu bu şekilde imtihan etmek istemiş olmasıyla ilgilidir.

Daha sonra görüleceği üzere Hz. Peygamber'den fiyatlara müdahale etmesi istenildiğinde meali verilmiş olan bu ayette geçen bazı kavramları kullanarak fiyatlara müdahale talebini reddetmiştir. Hz. Peygamber'in bu tavrı Allah'ın mallarla imtihanını belirten bütün ayetlere fiyat konusunun dâhil edilmesini mümkün kılmaktadır.

Allah'ın iktisadi hayatı genişletme ve daraltma faaliyetini kendisine hasretmesi bir manada iktisadi faaliyetlerde kısıtlama ve sınırlar koyma yetkisinin kendisine ait olması manasına gelir. Bu nedenle insanların iktisadi mübadelelerine insanlar tarafından Allah'ın koyduğu kurallar dışında hiçbir müdahalenin gerçekleştirilmemesinin gerektiği söylenebilir.

1.2.1.2. Fiyatların Oluştugu Piyasanın Mahiyeti

Bir toplumda ekonomik adaletin sağlanabilmesinin şartlarından bir tanesi de o toplumun iktisadi aktörleri arasında gerçekleşen mübadelelerin adil bir şekilde gerçekleşebilmesidir. Mübadele işlemlerinin adil bir şekilde gerçekleşebilmesi için de iktisadi aktörlerin buluştukları ortamın, yani piyasanın şartlarının uygun olması gerekmektedir. Konuya ışık tuttuğu düşünülen ilgili Kur'an ayeti şu şekildedir:

“Allah, rızık her yerden bol miktarda gelen, güven ve tatmin içindeki bir kenti örnek verir. Derken orası, Allah'ın nimetlerine nankörlük etmeye başlar. Allah da işlerini bozmalarına karşılık onları, açlık ve korku içine sokar.” (Kur'an, 16/112).

Karye ifadesi büyük veya küçük her türlü yerleşim birimi manasına gelmektedir. Dolayısıyla ayette karye olarak geçen bir yerleşim biriminden bahsedilmektedir. Allah yerleşim biriminin iktisadi anlamda gerçekleşen refahının güvenlik ve tatmin durumundan kaynaklandığını bildirmektedir. Böylece yerleşim biriminin iktisadi refahı için ilk şart güvenlik olmuş olur. Bu da İslâm'ın korunmasını istediği beş esastan olan can ve mal güvenliğinin her türlü haksız müdahaleden güvende olması anlamına gelir. Bu noktadan hareket edildiğinde mal ve hizmetlerin üretimi, dolaşımı, piyasaya getirilmesi ve tüketiciye ulaştırılması gibi iktisadi

faaliyetlerin gerçekleştirilmesi esnasında iktisadi aktörleri tedirgin edecek, can ve mal güvenliği risklerinin en alt seviyede olması ve iktisadi faaliyetlerin gerçekleştirilmesinin güven içerisinde olmasının gerekliliği anlaşılmaktadır. Tatmin kavramına gelinecek olduğunda bu kavramın iktisadi hayatın en önemli yönlerinden birisi olduğu ifade edilebilir. Zira insanoğlu ortaya çıkan ihtiyaçlarını karşıladığı ölçüde tatmine ulaşmaktadır. İnsanın iktisadi ihtiyaçlarını karşıladığı temel ürünlerin piyasadan temin edildiği söylenebilir. Bütün iktisadi aktörlerin hem tüketici hem de üretici olduğu hadisesi de bir gerçekliktir. Dolayısıyla iktisadi aktörlerin tümünün iktisadi ihtiyaçlarını piyasadan temin ettiği de bir gerçektir. Netice itibariyle tüketicinin tatmin olması ihtiyaç duyduğu ürünleri piyasadan arzu etmiş olduğu fiyattan alabilme imkânının olabilmesine bağlıdır. Üreticinin tatmin olması elinde bulundurduğu ürünlerini razı olmuş olduğu fiyattan satmasıyla gerçekleşir (Bayındır, 2015: 53-54).

Yukarıda zikredilen ayetten rızık veren Allah'ın bazı şartların sağlanmaması durumunda verdiği nimetleri iktisadi anlamda açlık ve korku içine düşürerek geri alabileceği açık bir şekilde anlaşılabilir. Allah bir belde meydana gelen ekonomik refahın orada yaşayan insanların güven ve tatmin içerisinde olmasına bağlamıştır. Yani bir toplumda ekonomik refahın sağlanması öncelikle o toplumda güven duygusunun hâkim olmasıyla mümkündür. Güven duygusunun can ve mal güvenliği endişesini kapsadığı kesindir. Dolayısıyla insanların mal güvenliği endişesi yaşamadıkları ve yaptıkları mübadele işlemlerinde haksızlığa uğrama kaygısı taşımadıkları bir toplumda maddi refahın olması beklenir. Ayetten çıkartılabilecek önemli bir sonuç da mübadele işlemlerinin serbest bir şekilde yapılmasının gerekliliğidir. Bu da aslında fiyatların doğal ortamlarında oluşmasını gerektirir. Allah'ın bir toplumu korku ve ekonomik darlıklardan koruyarak nimetlendirmesine rağmen o toplum, onun emir ve yasaklarını çiğner ve koymuş olduğu iktisadi ilkelerin aksine hareket ederse Allah'ın o toplumu, içine rızık ve can güvenliği kaygısı yerleştirerek cezalandırması kaçınılmazdır.

Netice itibariyle bu ayetten iktisadi mübadelelerin adil bir şekilde gerçekleşmesinin temel şartının piyasa düzenlemesi olduğu anlaşılabilir. İnsanların iktisadi mübadeleleri güven ve tatmin sağlayan bir piyasada gerçekleştirilmelidir.

1.2.1.3. Mübadele İşlemlerinde Karşılıklı Rızalaşma Şartı

Daha önce ifade edildiği üzere piyasa can ve mal güvenliğine sahip olmalıdır. İnsanların mallarının piyasaya akışının sağlanması ancak mübadele işlemlerinde haksızlığa uğramamalarına bağlıdır. İlgili ayet şu şekildedir:

“Müminler, mallarınızı aranızda uydurma (batıl) yolla değil, karşılıklı rızaya dayalı ticaretle yiyin de kendinizi öldürmeyin Allah size karşı çok merhametlidir.” (Kur‘an, 4/29).

Meali verilen bu ayet ise her türlü iktisadi faaliyet için genel ilke olarak değerlendirilebilir. Bu ayet çerçevesinde düşünüldüğünde iktisadi aktörler arasında gerçekleşecek mübadele işlemlerinin ticari gayeyle yapılması ve karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirilmesi gerektiği neticesine varılır (Şahin, 2019: 85).

Karşılıklı rızalaşma olarak mana verilen “تَرَاضٍ” kavramı müşâreke ifade eden mufâale babından gelmiştir. Dolayısıyla mübadele işlemini gerçekleştiren her iki tarafta da rızanın gerçekleşmiş olması icap eder (Kurtubî, 1964b: 153). Böylece ayette dikkat çeken ilk durumun karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirilmesi icap eden bir mübadele işleminin zorunluluğunu beyan eden emrin olduğu ifade edebilir. Karşılıklı rızalaşma olmaksızın insanların yapacakları mübadele işlemleri birbirlerinin mallarını bâtil (haksız) bir yolla elde etmelerine yol açacaktır. Ayette bundan uzak durulması gerektiğine dair bir vurgu mevcuttur.

Ayetin kilit kavramlarından olan karşılıklı rızalaşmayı müfessir Begavî (ö. 516/1122) gönülde meydana gelen bir hoşnutluk olarak tefsir etmiştir (Begavî, H.1420: 571). Begavî’nin yorumuna göre, fiyatların gönül hoşluğuyla gerçekleşen mübadele sonucunda oluşması şartı Kur‘an’ın beyanıdır, denilebilir. Fiyatların karşılıklı rızalaşma yoluyla meydana gelen bir mübadele işlemleri sonucunda oluşmamaları halinde insanların bâtil bir yolla birbirlerinin mallarını elde ettikleri bir durum ortaya çıkmaktadır. Nitekim karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleşmeyen ticaretin insanların birbirlerini katletmesine yol açacağı hususu ayetin “*birbirinizi katletmeyiniz*” (Kur‘an, 4/29) ifadesinden de anlaşılabilir.

Şîî müfessir Tabâtabâî (1904-1981) ticaretin karşılıklı rızaya dayalı olmasının mübadele sonucunda oluşan değişimin adil bir şekilde gerçekleşmesi için şart

olduğunu ifade eder. O, ürünlerin gerçek değerleriyle değişimini sağlayacak doğru bir kıstasın belirlenmesinin imkansız olmasa bile çok zor olduğunu söyler. Ticarete ise karşılıklı rızalaşmanın bulunması ürünlerin gerçek değerleriyle değiştirilmiş olmasını sağlar. Tabâtabâî insanların birbirlerinin mallarını bâtıl¹ yolla yemeleri durumunda ürünlerin gerçek değerleriyle değişmemiş olacağını belirtir (Tabâtabâî, 1997: 325-6). Dolayısıyla ayete göre iktisadi aktörler arasında gerçekleşen mübadelelerde karşılıklı rızalaşma gerçek değerini yani gerçek fiyatın ortaya çıkmasını sağlar (Reda, 2013: 25-6). Tabâtabâî ticaretin içerisinde de bâtıl olarak addedilebilecek bazı işlemlerin olduğunu söyler. Ticaretin içerisinde bulunan bu işlemlerin değişimde gerçek fiyata ulaşılmasına mani olduğunu ifade eder. Ürünlerin reklamının yapılmasını örnek kabilinden bahsettiği bu işlemlerin istisnai olarak caiz görüldüğünü zikreder (Tabâtabâî, 1997: 326). Ürünlerin bâtıl yollarla yenmesi Alah'ın izin vermediği ve nehyettiği yöntemlerle yenmesi olarak açıklanabilir. Faiz, ihtikâr, hile, rüşvet vb. yasaklanmış mübadele işlemleri ürünlerin bâtıl yolla yenmesine birer örnektir (Zaim, 1986: 24). Dolayısıyla bir piyasada bu işlemlerin cari olması mübadele işlemlerinin adil bir şekilde gerçekleştirilmesine ve gerçek fiyatın oluşmasına engeldir.

Sonuç olarak Nahl suresinin 112. ayeti ve Nisa suresinin 29. ayeti beraber incelendiğinde can ve mal güvenliği kavramlarının birbirleriyle ilişkili olarak ele alınması gerektiği anlaşılır. Bu iki kavramdan herhangi birisinin ihlali diğerinin ihlaline sebebiyet verir. Bu durum da insanların birbirlerinin mallarını haksız bir yolla yemelerine yol açar ve bu onların birbirini katledeceği bir güvenlik problemi ortaya çıkarır (Bayındır, 2015: 55). İnsanların birbirini katletmeyeceği ve birbirlerinin ürünlerini bâtıl yollarla yemeyeceği bir durumun oluşması için iktisadi hayatın temel belirleyicisinin Allah olduğu kabul edilmeli ve O'nun koyduğu iktisadi ilkeler hayata geçirilmelidir.

¹ Bâtıl burada bir ürünün denk karşılığının olmaması olarak yani bir ürünün gerçek karşılığının verilmemesi olarak tefsir edilmiştir. Ürünlerin bâtıl bir şekilde yenmesi de Allah'ın yasakladığı muamelelerin gerçekleştirilmesi suretiyle olacağı ifade edilmiştir. Bu muameleler faiz, kumar vb olarak zikredilmiştir (Tabâtabâî, 1997: 324-5).

1.2.2. Fiyatların Oluşumuyla İlgili Rivayetler

Tezimizin konusu kelâm kaynaklarında fiyatların oluşumunun nasıl ele alındığı ile ilgilidir. Fiyat konusunun kelâm kaynaklarında ele alınışının temel sebebi Hz. Peygamber'den bu konuya dair nakledilen rivayetlerdir. Bu hususta Hz. Peygamber'den çokça rivayetin nakledildiği görülmektedir. Rivayetlerin tümünü ele alıp değerlendirmek müstakil bir çalışmayı gerektireceğinden ve çalışmamızın sınırlarını aşacağından dolayı piyasa ve fiyata dair olduğu düşünülen rivayetlerin sadece sınırlı bir kısmı ele alınacaktır. Fiyat konusuyla ilgili nakledilen rivayetlerin bir kısmı piyasa düzenlemesi ve piyasanın oluştuğu ortamın suni etkilerden arındırılması gerekliliğine dair olup fiyatla ilişkisinin dolaylı olduğu belirtilebilir. Diğer bir kısmı ise fiyatların oluşumunun doğrudan Allah'a izafe edilmesi gerekliliğini beyan eden ve fiyat oluşumuyla doğrudan ilişkisi olan rivayetlerdir. İlk önce fiyatlarla dolaylı olarak ilişkisi olan rivayetler, ardından da fiyat konusuna doğrudan temas eden rivayetler ele alınacaktır.

1.2.2.1. Fiyatlara Dolaylı Olarak Değinen Rivayetler

Fiyatla ilgili rivayetler değerlendirildiğinde iki şekilde değerlendirilebileceği görülmektedir. Rivayetlerin bir kısmında fiyatların kendi doğal ortamlarında oluşabilmeleri için suni müdahaleler yasaklanmaktadır. Alıcı ile satıcıların ilişkilerinin kesilmek suretiyle fiyatların yükseltilmesinin engellenmesi hedeflenmektedir. Ayrıca iktisadi işlemler gerçekleştirilirken dikkat edilmesi gereken ahlaki ilkeler zikredilmektedir. Diğer bir kısmında ise fiyatların nasıl olması gerektiğini ve nasıl oluştuğunu anlatan rivayetlerdir. Burada ilk kısım rivayetler ele alınacaktır.

1.2.2.1.1. Üretici ile Tüketici Arasına Girmek

H. Peygamber'in üretici ile tüketici arasına girilerek fiyatların yükseltilmeye çalışılmasını nehyettiği görülür. "Telakki'r-rukban"ı yasaklaması bu amaca matuftur. İlgili rivayet şöyledir:

"Hz. Peygamber şehre mal getiren kâfilenin şehre varmadan yolda karşılanıp malının satın alınmasını yasaklamıştır." (Buharî, H.1422: 73 No:2162).

H. Peygamber'in yasaklamış olduğu “telakki'r-rukban”; şehirli bir tüccarın piyasaya dışarıdan mal getiren ithalatçı (calip) ya da üreticilerin şehre ulaşmalarına imkân vermeden karşılamak suretiyle, onların piyasada cari olan fiyatları öğrenmelerine imkân tanımadan, ellerinde bulunan ürünleri daha düşük fiyata satın alıp daha sonra şehirde pahalıya satmasıdır (İbn Battâl, 2003: 285).

Satılmak üzere getirilen ürünlerin pazara varmadan evvel karşılanması, üreticinin piyasada cari olan fiyatları öğrenmesi engellenmekte ve ürünün ucuza satın alınması ile üretici zarara uğratılmaktadır. Ayrıca ürünün tümünü üreticiden satın alan tüccar, ürünün tekeli elinde bulundurarak, satılması gerektiğı fiyattan daha pahalıya şehirde satış yapabilmektedir (Turan, 2015: 85).

H. Peygamber'in fiyatın pazarda oluşmasına ve aracılarn olmamasına verdiği önemi ifade eden bu rivayette bütün satıcı ve alıcıların bir pazar yerinde buluşmasını sağlamak istemiştir. Nitekim eğer ticaret malları asıl üreticiler tarafından piyasaya sürülmeden yolda karşılanıp piyasada cari olan fiyat bilgisine sahip olmadan onları karşılayanlar tarafından alınırsa hem üreticilerin hem de halkın zarara uğrama durumu doğabilir. Bu şekilde H. Peygamber telakki'r-rukbanı yasaklayarak fiyatların piyasada doğal bir biçimde oluşmasının önünü açmak istemiştir.

H. Peygamber'in piyasanın doğal işleyebilmesi ve fiyatların doğal bir biçimde oluşabilmesi için bir diğer nehyi “şehirlinin köylü adına satış yapması”dır. İlgili rivayet şu şekildedir:

“Şehirlinin köylü namına satış yapması yasaktır, şehirli köylünün kardeşi veya babası bile olsa.” (Ebû Dâvûd, 2009: 313 No:3440).

H. Peygamber'den nakledilen rivayetten de anlaşılacağı üzere o, hem şehir halkının hem de üretici olan köylünün herhangi bir kadre uğramaması için şehirlinin köylü adına satış yapmasını yasaklamıştır.

Nitekim İbn Abbas da şehirlinin köylü adına satış yapmasını simsarlık olarak tanımlamış ve üretici ile tüketici arasına girmenin uygunsuzluğuna işaret etmiştir (Askalânî, H.1379: 371).

Bu faaliyette köyden gelen üreticinin piyasaya girmesi engellenerek günlük cari olan fiyatları öğrenmesinin önüne geçilmektedir. Şehirli tüccarın da köylünün

elinden ucuz bir fiyata aldığı ürünü piyasaya daha pahalıya kontrollü ve daha yüksek bir fiyatla arz etmesi veya karaborsaya düşürmesi durumu söz konusu olmaktadır (Akbaş, 2012: 62).

Eğer şehirli köylü adına ürünleri satma cihetine gitmezse köylü piyasa hakkında herhangi bir malumatı olmadan ürünlerini getirecektir. Piyasaya dair malumatı olmayan üreticiler ürünleri hemen satmak isteyeceklerdir. Ürünlere ihtiyacı olan halkın da hemen alma durumu hâsıl olacaktır. Dolayısıyla bir arz talep dengesi oluşacak ve doğal bir fiyat oluşumu meydana gelecektir. Şehirlinin köylüyü karşılayıp pazara varmadan ürünlerini satın alması durumunda ise doğal olarak üreticiden daha düşüğe alıp satıcıya daha yükseğe satacaktır. Netice olarak hem üretici hem de satıcı kadre uğramış olur (Eskicioğlu, 2010: 89).

Köylünün şehirli adına satış yapmasının yasaklanmasına dair rivayet telakki'r-rukbân rivayetinin bir türevi veya bir örneği olarak alınması mümkündür. Nasıl ki telakki'r-rukbân yasaklanarak üretici ile tüketici arasına komisyoncuların girmesi önlenmek istenmişse köylünün şehirli adına satış yapması bu amaca matuf olarak yasaklanmıştır.

Nitekim köylünün şehirdeki fiyat bilgisine sahip olduğu yerler için yasaklama hükmünün geçerli olmadığı da ifade edilmiştir. Dolayısıyla her iki nehyin üretici ile tüketicilerin arasına başka kimselerin girmesi engellenerek onların korunmasının hedeflendiği söylenebilir (Askalânî, H.1379: 371).

1.2.2.1.2. Malların Teslim Alınmadan Önce Satışı

H. Peygamber'in ürünlerin suni artışına neden olabilecek bir husus olan malların teslim alınmadan evvel satışını yasakladığı görülmektedir. Onun meseleye dair nehyi şu şekildedir:

“Her kim bir yiyecek maddesi satın alırsa onu kabz etmedikçe başkasına satış yapmasın” (Müslim, 1969: 20-21 No:30).

Yukarıda tercümesi verilmiş olan rivayette malların kabz edilmeden önce satışının tahrimi bildirilmektedir. Rivayette geçen kabz sözcüğü kubaza (قُبْضَ) ve kabaza (قَبْضَ) kelimelerinin mastarıdır. Sözlükte bir şeyi elle kavramak, sıkıca tutmak

manalarına gelir (Ömer, 2008: 1766). Kabzın fikhî terminolojideki tanımı ise, herhangi bir ürünün fiziki olarak veya örfte bu manaya gelen bir yolla teslim alınmasıdır (AAOIFI, 2017: 497).

Malların kabz edilmeden evvel satışının yasaklanmasına dair İbn Ömer'den birçok değerlendirme aktarılmıştır. İbn Ömer Hz. Peygamber döneminde halkın kervan sahibi tüccarlardan ürünleri kabzetmeden aldıklarını daha sonra Hz. Peygamber'in kervan sahibi tüccarlara bir görevli göndererek ürünlerini pazara nakledinceye kadar bulundukları yerde satmalarını nehyettiğini bildirmektedir (Zebîdî, 1978: 437 No:986). İbn Ömer'den kabz meselesinin ciddiyetini anlatan bir diğer rivayette ise kabz etmeden alım-satım yapanların dövüldükleri aktarılır. İlgili rivayet şöyledir:

“Abdullah b. Ömer'in oğlu Sâlim şöyle haber vermiştir: Babası ona dedi ki: Ben, Resûlullah zamanında insanların tartısız ve ölçeksiz olarak oranlama sûretiyle bir gıda maddesi satın aldıklarında o malı (kabzetmeden evvel) satın aldıkları yerlerde satmaları sebebiyle dövüldüklerini gördüm. Bu dövme, o maddeyi kendi menzillerine kadar nakl ederek tam kabz sûretiyle almaları içindi.” (Müslim, 1969: 23 No:38).

Kâmil Miras ürünün kabzedilmeden evvel satımıyla ilgili bir rivayeti izah ederken rivayetin fiyatla ilişkisini şu sözlerle ifade eder:

“Hadiste bildirildiği vechile, zâhire pazarına gelmezden evvel zâhire tâcirinin malını satmasının sebab-i nehyi, es'arın yükselmesinden ve bu sûretle başkalarının zararına mûcib olmasından dolayıdır.” (Zebîdî, 1978: 437 No:986).

Satın alınan bir ürünün kabzedilmeden satılması yasaklanmamış olursa, bir yerde stoklanmış bir ürün yerinden kalkmadan birçok kere alınıp satılabilir. Bu da fiyatların sebepsiz yere yükselmesine neden olabilir (Eskicioğlu, 2010: 90).

Hz. Peygamber'in bu nehyinin piyasa fiyatı haricinde bir fiyatın doğmasına sebebiyet vermemek amacıyla olduğu söylenebilir. Hz. Peygamber'in bu hadisinden hareketle malını satan tüccarın mal pazarına gelmeden önce satması fiyatların tabii olmayan bir şekilde yükselmesine neden olacağı ve bu şekilde diğer kimselerin haksız bir şekilde zarar göreceği söylenebilir.

Bu noktada Hz. Peygamber piyasanın düzenlenmesine dair genel kaideleri koyduğu ve mümkün mertebe mal akışının piyasaya doğru olmasını sağlayarak fiyatın arz talep dengesine bağlı olarak oluşmasını sağlamaya çalıştığı belirtebilir.

1.2.2.1.3. Müşteri Kızıştırma

Hz. Peygamber'in piyasa istikrarını ve piyasa düzenini sağlamak adına ortaya koymuş olduğu yasaklardan birisi de “neceş” olarak zikredilen “müşteri kızıştırma” faaliyetidir. Hz. Peygamber'den bu minvalde nakledilen rivayet şu şekildedir:

“Resûlullah şehirlinin köylü için satışını ve müşteri kızıştırılmasını... nehyetti.”
(Buharî, H.1422: 69 No:2140).

Yukarıda Hz. Peygamber'den aktarılan rivayette geçen neces kavramı müşteri kızıştırmak olarak tercüme edilebilir. Hz. Peygamber'in nehyetmiş olduğu necesin çeşitli suretlerde gerçekleşebileceği söylenebilir. Bir kimsenin satın almayı arzu etmediği bir ürünü başkalarının almasını sağlamak adına ürünün alıcısı gibi gözükersen ürünün fiyatını arttırmaya çalışması neces suretlerinden birisidir. Neces bir ürünün fiyatını yükseltmek veya düşürmek için olmak üzere iki şekilde gerçekleşebilir. Birincisi satıcı ile alıcının bir fiyat üzere anlaştıktan sonra diğerinin ilk alıcıdan daha yüksek bir fiyat vererek fiyatın yükselmesine sebep olması suretinde gerçekleşebilir. Fiyatı düşürmeye yönelik neces de herhangi bir alıcı bir satıcıdan mal almışken başka bir kimsenin alıcıya sen bundan vazgeç ben sana bu ürünün aynısını veya daha iyisini daha ucuz fiyata veririm demek suretiyle gerçekleşebilir (Liv, 2019: 369-70).

Nehye konumuzu oluşturan fiyat nazarından bakıldığında Hz. Peygamber'in müşteri kızıştırma eyleminin piyasanın işleyişinin doğallığını bozacağını ve fiyatın oluşumunun gönülden gelen karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleşmesinin önünde bir engel olacağını düşünerek nehyetme cihetine gittiği ifade edilebilir.

İslam iktisadında mübadele işlemlerinin esası olan rızalaşma şartının suni bir müdahale olması halinde ihlal edilmiş olacağı söylenebilir. Nitekim karşılıklı rızalaşma şartının ihlal edilerek kurulan akdin feshedilebileceği ifade edilmiştir (Liv, 2019: 369-70).

1.2.2.1.4. Yıkıcı Rekabet Yapmak

Hız. Peygamber'in insanların birbirlerinin haklarına riayet etmesi ve ekonomik düzenin sağlanabilmesi açısından yasakladığı bir diğer durum da herhangi bir kimsenin alış-veriş için yaptığı pazarlığın üzerine başka pazarlığın yapılması durumudur. İlgili rivayet şöyledir;

“Resûlullah şöyle buyurmuştur: Sizden biriniz bir diğerinin satışı üzerine satış yapmasın... ve biriniz bir diğerinin pazarlığı üzerine pazarlık yapmasın...”
(Tirmizi, 1975: 579 No:1292).

Hız. Peygamber'den nakledilmiş olan bu rivayetten anlaşılacağı üzere akdedilmiş bir alışverişin bozdurulmasının haram olduğu açıktır. Herhangi bir kimsenin satıcıyı kışkırtarak satılmış bir ürüne daha fazla fiyat vermek suretiyle ürünü almaya çalışması ve satıcıyı akdi feshetmeye sevk etmesi rivayette bahsedilen birinin satışı üzerine satış yapmak veya birinin pazarlığı üzerine pazarlık yapmak anlamına gelir ki bu haram kılınmış bir uygulamadır.

Hız. Peygamber'in piyasaya dair koymuş olduğu bu ilke, sosyal ilişkilerde bir düşmanlığın peyda olmasını engellemeye yönelik ahlaki bir ilke olmakla birlikte fiyatın doğal ortamında oluşabilmesi adına konulmuş iktisadi bir önlem niteliği de taşımaktadır.

1.2.2.1.5. İhtikâr

Hız. Peygamber'in fiyatların doğal ortamlarında serbest ve rekabete dayalı bir şekilde oluşması için nehyettiği bir diğer suni müdahale “ihtikâr”dır. Hız. Peygamber'in bu uygulamayı yasakladığına dair çokça rivayet mevcuttur. İlgili rivayetlerden birisi şöyledir:

“Stokçu ne fena bir insandır ki, Allah fiyatları düşürse üzülür, yükseltirse sevinir” (Cezerî, 1969: 595).

el-Hakru sözcüğünden gelen ihtikâr, haksızlık etme, azaltma, kötü eylemde bulunma, güçlük, eziyet; bir araya getirme, hapsetme gibi anlamlara gelir. Bunun yanında ihtikâr, yiyecek ürünlerini piyasadan toplayarak fiyatların pahalılaşması arzusuyla bir yerde biriktirmek manasına gelmektedir. İhtikâr, fiyatlarının

yükselmesi gayesiyle çarşı ve pazardan ürün toplayarak bir mekânda stoklama şeklinde de açıklanmıştır (Cürcânî, H.1405: 333; İbn Manzur, t.y.: 208; Zebidi, t.y.: 72).

Bu rivayetten açıkça anlaşılacağı üzere Hz. Peygamber ihtikâr yasağıyla suni etkilerle fiyatların gereksiz bir şekilde arttırılmasını ve böylece insanların haksızlığa uğratılmasını engellemek istemiştir.

İktisadi hayat açısından oldukça zararlı bir etken olan ihtikâr, piyasa daralmasına ve aşırı fiyat artışlarına neden olur (Ülgener, 1984: 96).

1.2.2.2. Fiyatlara Doğrudan Değinen Rivayetler

Şimdiye kadar fiyat konusuna dolaylı olarak temas eden ve daha çok fiyatın içerisinde olduğu ortam olan piyasanın düzenlenmesine dair rivayetler ele alındı. Bu kısımda ise fiyat konusuna doğrudan temas eden ve fiyatların nasıl bir akit sonucu oluşması gerektiğini beyan eden rivayetler ele alınacaktır.

1.2.2.2.1. Mübadelenin Karşılıklı Rızalaşma Yoluyla Gerçekleşmesinin Gerekliliği

Şimdiye kadar ele alınan rivayetlerden de anlaşılacağı üzere Hz. Peygamber fiyatların doğal ortamlarında oluşması için gerekli şartların sağlanmasına yönelik gerekli kuralları koymuştur. Ancak Hz. Peygamber sadece piyasa düzenlemesiyle ilgili ilkeleri ortaya koymakla yetinmemiş, mübadele işlemlerinin esas unsurlarını da belirlemiştir. Bu çerçevede Hz. Peygamber'den alış-verişin ancak karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleşmesi gerektiğine dair rivayet, mübadele işlemlerinin özünü açıklar mahiyettedir. İlgili rivayet şöyledir:

*“Hz Peygamber döneminde bir yahudi 30 arpa ve hurma yükü getirmiştir. Hz. Peygamber'in ölçü birimi ile her bir ölçü bir dirhem karşılığında fiyat tayin edilmiştir. İnsanların bunun dışında elinde bir yiyeceği de yoktu. Bu malın gelişinden önce insanların açlık durumu ortaya çıkmıştır. Bunun üzerine fiyatlar artmış ve insanlar Hz. peygamber'e pahalılığı şikâyet etmişlerdir. Hz. Peygamber hutbeye çıkmış ve ben hiç kimsenin malını gönül rızası olmadan alıp başkasına vermeden Allah'a kavuşmak istiyorum. **Alış-veriş de ancak karşılıklı***

rızalaşma yoluyla olur. Ancak alış-verişlerinizde dikkat etmeniz gereken hususlar vardır. Onları size zikredeyim; birbirinize kin beslemeyin, neceş yapmayın, birbirinize haset etmeyin...” (İbn Hibbân, t.y.: 271 No:1106).

Yukarıda nakledilmiş olan rivayet Hz. Peygamber’in alış-veriş ve fiyat anlayışına yönelik ciddi ipuçları vermektedir. Rivayete bakıldığında bu dönemde iktisadi bir sıkıntının cereyan ettiği ve insanların da çok ciddi bir ekonomik darlığa duçar olduğu anlaşılabılır. İnsanların ekonomik olarak darlık yaşadıkları böyle bir ortamda Hz. Peygamber’den fiyatlara narh koyması istenmiştir. Ancak Hz. Peygamber bir takım gereklilikleri öne sürerek böyle bir eyleme yönelmeyeceğini ifade etmiştir. Hz. Peygamber ilk olarak yapılan alış-verişin karşılıklı rızalaşma yoluyla meydana gelmesinin zorunluluğunu söyleyerek iktisadi mübadelenin adil olabilmesinin adeta temel ilkesini belirlemiş olmaktadır. Hz. Peygamber karşılıklı rızalaşma şartının olmaması durumunda adil bir mübadele işleminin gerçekleşmeyeceğini söylemiş ve alıcı veya satıcılara zulmetme ihtimali sebebiyle fiyatlara narh koyamayacağını belirtmiştir. O bunu “*ben hiç kimsenin malını gönül rızası olmadan alıp başkasına vermeden Allah’a kavuşmak istiyorum*” diyerek açıklamıştır. Gerçekleşmesi arzulanan karşılıklı rızalaşma, daha önce ifade edildiği gibi gönülde meydana gelecek bir hoşnutluğu ifade eder. Ancak bu durum gözlem yoluyla tespit edilebilecek bir şey olmaması hasebiyle akdin kuruluş şekli dikkate alınır. Eğer akdin kuruluşunda herhangi bir ikrah durumu mevcut değilse akdin karşılıklı rızalaşma yoluyla kurulduğuna hükmedilir (Mağribi, 2007: 8).

Hz. Peygamber fiyatlara yönelik belirtmiş olduğu iktisadi kaidelerin ve gerekliliklerin işleyebilmesi adına bir takım şartların gerçekleşmesinin zorunluluğunu ifade etmiştir. Bu hususiyetler şunlardır; kin beslenmemesi, müşteri kızıştirılmaması, birinin pazarlığı üzerine satış yapılmaması, şehirlinin köylü adına satış yapmaması ve insanların birbirlerini kardeş kabul etmeleri. Hz. Peygamber’in söylemlerinin hem ahlaki hem de hukuki kaideleri ihtiva ettiği görülmektedir.

1.2.2.2.2. Narh Rivayeti

Fiyatların oluşumunu açıklaması bakımından en meşhur rivayet, narh rivayetidir. Nitekim kelâmcıların fiyat konusuna girmelerinin sebebi olarak bu rivayet kabul edilmektedir. İlgili rivayet şu şekildedir:

“Enes b. Mâlik’ten rivayet edildiğine göre Hz. Peygamber döneminde fiyatlar artmış bunun üzerine sahabiler Allah Resûlünün yanına giderek: “Ey Allah’ın Resûlu fiyatlar arttı narh koysan olmaz mı” dediler. Bunun üzerine Allah’ın Resûlu hiç şüphesiz rızıklandıran ve daraltan (böylece ucuzluğun ve pahalılığın ortamını hazırlayan) Allah’tır. Ben sizden birinizin can ve mal hususunda bir haksızlığa uğramasından ötürü benden davacı olduğu halde Allah’ın huzuruna çıkmak istemiyorum demiştir.” (İbn Mâce, 2009: 319 No:2200).

Hz. Peygamber fiyatlara müdahale talebini rivayetten anlaşılacağı üzere iktisadi olarak insanların sıkıntı çekmesi pahasına reddetmiş ve piyasa özgürlüğünden yana tavır takınmıştır. Böylece Hz. Peygamber fiyatları belirleyenin Allah olduğunu ifade ederek fiyatların arz-talep dengesi çerçevesinde oluşmasının ve piyasaya dışarıdan herhangi bir müdahale ile arz-talep dengesinin manipüle edilmemesinin gerekliliğini beyan etmiş olmaktadır. Allah’ın kanunları çerçevesinde oluşması gereken fiyata müdahale olursa haksızlıkla neticeleneceği ve müdahalede bulunan kimsenin uhrevi hayatına etki edebileceği söylenebilir (Şahin, 2019: 100-101).

1.2.2.2.3. Piyasa Fiyatını Yükseltmeye Çalışmak

Hz. Peygamber fiyatlara müdahaleyi mutlak manada nehyetmiştir. Yani fiyatların hem düşürülmesi hem de yükseltilmesine yönelik müdahaleye onay vermemiştir. Bazen de sadece fiyatları yükseltmeye yönelik müdahaleye olumsuz ifadeler kullanmıştır. Bu hususta ilgili rivayetlerden birisi şöyledir:

“Fiyatları arttırmak için Müslümanların fiyatlarına (piyasalarına) müdahale eden kişiyi, Allah’ın kıyamet gününde büyük bir ateşe oturtması haktır.” (Ahmet b. Hanbel, 2001a: 425 No:20313).

Hz. Peygamber piyasa fiyatına arz-talep dengesini bozucu nitelikte bir müdahale ile piyasaya herhangi bir olumsuz etkide bulunmaya çalışan kimseyi

cehennem azabıyla tehdit etmektedir. Böylece fiyatlara müdahalenin uygunsuzluğunu bir manada bir daha ifade ederek iktisadi hayatın uhrevi boyutuna dikkat çekmektedir.

1.2.2.2.4. Umâre Meleği Rivayeti

Hz Peygamber'den piyasayla ilgili olarak nakledilen rivayetlerde fiyatların oluşumuna insanların müdahalesini onaylamayan bir yaklaşımın olduğu ifade edilebilir. Fiyatların Allah'ın müdahalesiyle düzenlendiğine dair bir rivayet de Umâre hadisi olarak bilinen rivayettir. İlgili rivayet şöyledir:

“Fiyatlar artınca sahâbe-i kirâm Hz. Peygamber'e giderek: Ey Allah'ın Resûlu fiyatlar yükseldi fiyatlara bir narh koysan olmaz mı dediler. Bunun üzerine Hz. Peygamber şöyle cevap verdi: Allah'ın Umâre adlı bir meleği vardır. Bu melek, uzunluğu göz alabildiğine olan yakut taşından bir at üzerinde bulunur. Bu melek şehirlerde gezer, çarşılarda durur ve fiyatlar şöyle artınsın, şöyle ucuzlasın diye seslenir.” (Bağdâdî, 1417: 92 No:6509).

Güvenilir hadis kaynaklarında yer almayan bu rivayetin bazı muhaddisler tarafından uydurma olduğu ifade edilmiştir (İbn Kayyim el-Cevziyye, 1970: 101-2). Nitekim bazı araştırmacılar tarafından dönemin kadercilik anlayışını benimsetmek amacıyla uydurulmuş olduğu da söylenmiştir (Mert, 1998: 162). Ancak rivayetin sened açısından zayıf olduğu gerçeği reddedilmemekle birlikte metin açısından değerlendirildiğinde Hz. Peygamber'den bu konu çerçevesinde nakledilen rivayetlerle ciddi oranda uyumlu olduğu belirtilebilir. Rivayet fiyatların mutlak belirleyicisinin Allah olduğunu izhar etmektedir. Bu rivayet fiyatlara müdahale edilmemesi bağlamında ve fiyatların doğal ortamında oluşmasının gerekliliği çerçevesinde değerlendirilebilir.

1.2.2.2.5. Hz. Ömer Rivayeti

Fiyatın piyasada hiçbir müdahaleye uğramadan oluşması gerektiğini beyan eden bir rivayet de ikinci halife Hz. Ömer ile ilgili olarak nakledilir. Nakledilen rivayetlerde Hz. Ömer ürününü ucuza satan satıcıya uğrar ve fiyatı yükseltmesini ister. Daha sonra da bu yaptığından dönüp satıcıya istediği fiyattan ürününü satabileceğini bildirir. İlgili rivayet şu şekildedir:

“Hz. Ömer, çarşıya uğramıştı. Orada bulunan Hâtıb b. Ebû Beltea’ya uğradı. Onun kuru üzümü düşük fiyatla sattığını görünce onu, "Ya diğerlerinin sattığı fiyattan satarsın ya da çarşımızdan ayrılırsın" şeklinde uyarmıştı.”(İmam Mâlik, 2013: 657 No:56).

Hz. Ömer yukarıdaki rivayetten de anlaşılacağı üzere önce pazarda cari olan fiyat düzeninin bozulabileceği endişesiyle kuru üzüm satıcısına geçerli olan fiyattan satmasını emreder. Ancak Hz. Ömer daha sonra satıcıya yapmış olduğu zorlamanın alış-verişin genel kaidelerine uymadığını düşünmüş olmalı ki görüşünden dönmüştür. Hz. Ömer’in görüşünden döndüğüne dair rivayet de şu şekildedir:

Hz. Ömer, eve gidince yaptığını düşündü. Ardından evinde bulunan Hâtıb’ın yanına geldi ve şunları söyledi: "Sana söylediğim şey, bir bilgiye dayanmamakta ve bir kaza (hüküm) da ifade etmemektedir. Bunu, bölge halkının yararına olacağını düşündüğüm için söyledim. Sen şimdi nerede arzu edersen orada sat, hangi fiyatla satmayı dilersen o kadara sat..." (İbn Abdilberr, 2000: 412).

Bu rivayet Hz. Ömer’in görüşünden dönerek fiyata herhangi bir müdahalenin olmaması gerektiğine dair bir yaklaşım sergilediğini gösterir. Nitekim kendisi fiyata müdahale etmeyi arzulamış ve bu şekilde piyasa düzeninin sağlanacağını düşünmüş olmasına rağmen daha sonra piyasaya müdahale edilebileceğine dair bir bilgisinin olmadığını söyleyerek görüşünden dönmüştür.

Hz. Ömer’in fiyatın serbestçe oluşması gerektiğine dair yaklaşımını destekleyen bir diğer hâdise de fiyatlara narh koyan bir valiye fiyatların yükselip düşmesinin Allah’ın takdiri olduğunu belirterek dokunmamasını emretmesidir. İlgili rivayet şöyledir:

“Hz. Ömer, Eyle’nin fiyatları belirlenince: Oranın valisine fiyatlar hususunda onları serbest bırak. Fiyatları belirlemek Allah’ın elindedir demiştir.” (Ömer, 2018: 344).

1.2.2.2.6. Allah’ın Pahalılık ve Ucuzluğa Dair İki Ordusu

Fiyatlara dair nakledilen bir diğer rivayet de şudur:

“Ucuzluk ile pahalılık Allah’ın ordularındandır. Birinin ismi korku diğerinin ismi ihtiras/rağbettir. Allah fiyatların yükselmesini istediğinde tâcirlerin kalbine ihtiras’ı salar, onlar da ürünlere yönelirler ve aldıkları ürünleri de ihtikâr için satmayıp depolarlar. Allah, fiyatın düşmesini istediğinde ise tâcirlerin kalbine korku koyar, onlar da ellerindeki ürünleri bekletmeden piyasaya sürerler” (İbn Hibbân, H.1396: 190 No:828).

Bu rivayet Umâre rivayeti gibi uydurma olarak kabul edilmiş ve sahih hadis kaynaklarında yer almamıştır. Rivayetten fiyatların Allah’a izafesinin gerekliliği anlaşılmaktadır. Yani fiyatların tek belirleyicisi Allah’tır. Bu noktada iktisadi hayatın belirleyicisi Allah olmaktadır.

Fiyatların oluşumunun izah edildiği bu rivayette insanın fitri yapısına odaklanıldığı görülmektedir. Rivayette geçen Allah’ın iktisadi hayata yön verdiği iki ordusunun bulunduğu, bunların pahalılık ve ucuzluk orduları olduğu ve bu orduların harekete geçişlerinin duygusal hususiyetler olan ihtiras ve korkudan kaynaklandığına dair beyanatlar, fiyatların oluşum şekline yönelik açıklık getirmektedir. Rivayette Allah fiyatları ucuzlatmak istediğinde ihtiras ordusunu harekete geçirir ve tabiri caizse ürüne karşı talebin artışına ters istikamette fiyatlar yükselir demektedir. Yine Allah fiyatları yükseltmek istediğinde ürüne karşı bir korku oluşturur ve talebi azaltır. Bunun neticesinde de fiyatlar düşer.

1.2.2.2.7. Fiyatların Rızıklandırma ve Cezalandırma Aracı Olarak Kullanılmaları

H. Peygamber’den fiyatların rızıklandırma aracı olarak kullanıldığına dair rivayetler nakledilmektedir. İlgili rivayetlerden biri şöyledir:

“Allah Resûlu: İnsanları rahat bırakın ki Allah onları birbiriyle rızıklandırsın. Sizden bir kardeşiniz bir nasihat talep ederse nasihat edin demiştir.” (Ahmet b. Hanbel, 2001b: 193 No:15455).

H. Peygamber’in hadislerinde geçen rızık ifadesinin fiyatla ilişkisi açıktır. Nitekim *Feyzü’l Kadîr* adlı eserde ilgili rivayet nakledildikten sonra bu rivayeti açıklamak amacıyla daha önce zikredilmiş olan Umâre hadisi olarak bilinen rivayet aktarılmış ve fiyatlara narh koymanın uygunsuzluğu belirtilmiştir (Münavi 2001,

709). Dolayısıyla Hz. Peygamber'den nakledilen bu rivayet mübadele işlemlerinin serbest bir ortamda yapılmasının gerekliliğini ifade eder. Ayrıca bu rivayetten insanların mübadele işlemlerini rahat bir ortamda sağlayamamaları durumunda hem fiyatların doğal bir biçimde oluşmama durumu hem de insanların haksızlığa uğrama durumları ortaya çıkar.

Fiyatlar bazen de cezalandırma aracı olarak kullanılırlar. İlgili rivayet şu şekildedir:

“Allah, cezalandıracağı toplumun iktisadî hayatını durgunlaştırır, fiyatlarını pahalandırır, iç huzursuzluğu artırır ve yönetici zulmünü şiddetlendirir...”
(Müttakî el-Hindî, 1981: 103 No:9749).

Daha önce fiyatlarla ilgili olarak zikredilen ayetlerin tefsiri olarak anlaşılabilen bu rivayet Allah'ın iktisadi hayatın yansıması olan fiyatları kullanarak imtihan edeceğini bildirmektedir.

Hz. Peygamber bu rivayette de diğerlerinde olduğu gibi fiyatların asıl belirleyicinin Allah olduğunu belirtmektedir. Hz. Peygamber Allah'ın fiyatlarla toplumsal düzene yön verdiğini ve toplumları fiyatlarla cezalandırdığını zikretmiş olmaktadır.

1.2.2.2.8. İnsanın İstek ve Arzuları ile Fiyat Arasındaki İlişki

Fiyat oluşumuna dair Hz. Peygamber'den nakledilen bir diğer rivayetin İbn Teymiyye'nin *Mecmûu Fetâvâ* adlı eserinde geçtiği görülmektedir. Başka hiçbir kaynakta rastlanılmayan bu rivayet İbn Teymiyye'nin eserinde şu şekilde nakledilmektedir:

“Ürünlerin fiyatları artmasına rağmen insanların onlara olan talebi paralel bir şekilde artabilir. Yine ürünlerin fiyatı düşmesine rağmen insanların ürünlere karşı talebi paralel bir şekilde düşebilir.” (İbn Teymiyye, 2004: 523).

Bu rivayette fiyata müdahale hususuna değinilmemektedir. Sadece fiyatın nasıl oluştuğuna dair bir fikir verilmektedir. Nitekim daha sonra geniş malumat verileceği üzere İbn Teymiyye fiyatların Allah tarafından belirlendiğini düşünmekte ve rivayeti bu minvalde zikretmektedir. Rivayette açık bir şekilde Allah'ın bir ürünü pahalandırmayı düşündüğünde istek ve arzuları oraya yönlendirerek fiyatını

yükselttiği ucuzlatmak istediğinde de insanların o maldan yüz çevirmelerini sağlayarak düşürdüğü ifade edilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KELÂM KAYNAKLARINDA FİYAT OLGUSU

Bilindiği üzere kelâmcılar arasında kazâ, kader, Allah'ın ve insanların fiilleri konuları çerçevesinde görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Kelâmcılar iktisadi bir mesele olan fiyatların oluşumunu da bu konular etrafında cereyan eden tartışmalarına dâhil etmişlerdir. Kelâmcıların fiyatların oluşumuna daha önce açıklandığı üzere Hz. Peygamber'in piyasaya dair “*Fiyatları tayin eden Allah'tır. Daraltan genişleten ve rızkı veren Allah'tır.*” şeklinde aktarılan rivayeti münasebetiyle girdikleri ifade edilebilir (Ebû Dâvûd, t.y.: 272 No:3450). Kelâmcıların konuyu kazâ ve kader ile ilişkili olarak değerlendirmelerinden dolayı bu konular üzerindeki ihtilaflarını fiyata da aksettirdikleri gözlemlenmektedir.

Fiyat etrafında görüş belirtmiş başlıca itikadî mezheplerin Mu'tezile, Şîa ve Ehl-i sünnet olduğu söylenebilir. Araştırmamız neticesinde Mu'tezile'den fiyatların oluşumuna değinen iki isme rastlanılmıştır. Tespit edildiği kadarıyla Kâdî Abdülcebâr ve İbnü'l-Melâhimî konuya eserlerinde yer vermişlerdir. Dolayısıyla Mu'tezile mezhebinin fiyata dair yaklaşımını değerlendirebilmek adına ilk başvuru kaynağı Kâdî Abdülcebâr'ın eserleri ve İbnü'l-Melâhimî'nin *Kitâbü'l-Fâ'ik fî Usûli'd-Dîn* adlı eseri olmaktadır. İkincil dereceden kaynaklar ise Mu'tezile mezhebine bu konuda muhalif olanların onları eleştirirken kendilerine nispet ettikleri görüşlerdir.

Şîi kelâm literatüründe fiyat meselesinin Mu'tezile'ye nispetle daha detaylı olarak incelendiği söylenebilir. Ancak Şîi kelâmcıların fiyata dair yaklaşımları genel olarak Mu'tezile'nin görüşleri ile aynı minvalde seyretmektedir.

Fiyatın ele alındığı Ehl-i sünnet mezheplerinden Eş'arî ve Hanbelî kaynaklarında meselenin genişçe yer aldığı ancak Mâturîdî kelâm eserlerinde yer verilmediği tespit edilmiştir. Belki de Mâturîdî'lerin bu konuya değinmemiş olmaları

Eş'arî'lerle aynı düşünceyi benimsemelerinden kaynaklanmış olabilir (Ergün, 2017: 127).

Fiyat konusunun kelâm eserlerinde ele alınmaya başlandığı tarih ise hicri 4. yy'nin sonlarına tekâbül eder. Fiyat konusuna eserlerinde ilk olarak yer veren Eş'arî kelâmcılarından Bâkılânî (ö.403/1013) ve İbn Fûrek (ö.406/1015) olmuştur. Ehl-i sünnet kelâmcılarında fiyat konusunun kelâmcıların mezheplerini tespit etmede ayırt edici bir husus olarak görülecek derecede ön plana çıktığı ifade edilebilir. Nitekim Ehl-i sünnet kelâmcılarından Ebü'l-Ferec Abdülvâhid b. Muhammed b. Alî eş-Şîrâzî el-Makdisî ed-Dımaşkî (ö.486/1094) -fiyatların oluşumuna Allah'tan başka hiçbir kimsenin etkisinin olmadığını- ifade eden kimsenin Sünnî, -fiyatların oluşumunda Allah haricinde bir kimsenin etkisinin olduğunu- ifade eden kimsenin de Mu'tezilî olarak isimlendirilmesi gerektiğini beyan etmektedir (Dımeşkî, t.y.: 306).

2.1. Ehl-i Sünnet Kaynaklarında Fiyat

Fiyat konusu Ehl-i sünnet kelâm kaynaklarında insanların fiilleri bağlamında ele alınmıştır. Onlar fiyatları nihai olarak Allah'a irca etmekle birlikte kulun ihtiyarının kesb eylemi çerçevesinde etkili olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Fiyat konusunun Ehl-i sünnet kaynaklarındaki konumunu tespit edebilmek adına Bâkılânî, İbn Fûrek, Cüveynî, Teftâzânî, İcî, Âmidî, İbn Teymiyye ve Ebû Ya'la Ferrâ' nın eserlerine müracaat edilecektir.

2.1.1. Ehl-i Sünnet Kelâmcılarında Fiyatın Tanımı

İlgili eserlerde fiyatların oluşumuna ilişkin görüşlerdeki yaklaşım tarzının fiyatın tarifine de yansıdığı görülmektedir. Dolayısıyla kaynaklarda fiyatın lugavî bir tanımlamadan ziyade ideolojik bir açıklamaya tabi tutulduğu belirtilebilir. Bu bölümde Ehl-i sünnet kelâmcılarının fiyat tanımları ele alınacaktır.

Bakılânî fiyatın tanımını yapmadan doğrudan konuya giriş yapmış ve fiyatların ikiye ayrıldığını belirtmiştir. Bunlardan birincisi fiyatların yükselmesi manasına gelen “ğala” ikincisi ise fiyatların düşmesi manasına gelen “ruhs” olduğunu söylemiştir. Müellif her ne kadar doğrudan bir tanım yapmasa da eserlerinde fiyatı “her çeşit fiyat” anlamında kullandığı ifade edilebilir. Yani

belirlenme şartlarına bakılmaksızın kararlaştırılmış her türlü bedel için fiyat ifadesinin kullanılabileceği anlaşılmaktadır (Bâkılânî, 1987: 330).

İbn Fûrek de Bakıllânî gibi fiyat kavramını tanımlamadan iki çeşit olduğunu belirtmiştir. Ancak o, Bâkılânî'nin fiyatın yükseliş ve düşüşünü ifade eden ğala ve ruhs kavramları yerine “zâid” ve “nâkıs” kavramlarını kullanmıştır (İbn Fûrek, 2005: 139).

Cüveynî (ö.478/1085), Bakıllânî ve İbn Fûrek'in aksine fiyatı tarif ederek konuya giriş yapmıştır. O, fiyatı “Varlıkların bedellerin miktarlarının tespit edilmesi” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca o, fiyatı bu şekilde tarif ettikten sonra İbn Fûrek ve Bâkılânî'nin fiyatın iki çeşidi olarak zikrettikleri yükseliş ve düşüşüne değinmemiştir (Cüveynî, 2009: 276).

Teftâzânî (ö.792/1390) ulaşabildiğimiz kadarıyla fiyat konusuna iki farklı eserinde kısaca temas etmiştir. Bunlardan birincisi *Tehzîbü'l-Mantık ve'l-Kelâm* diğeri ise *Şerhu'l-Makâsıd* adlı eserdir. Teftâzânî *Tehzîbü'l-Mantık* adlı eserinde fiyatı “eşyanın kendisi karşılığında satıldığı şey” şeklinde tanımlayarak Cüveynî ile benzer tarifi yapmaktadır. Fiyatın ğala ve ruhs olmak üzere iki yönünün olduğunu ifade eden Teftâzânî fiyatların yükseliş ve düşüşünün bazı yönlerden kulların iktisabından kaynaklansa da sadece Allah'a izafe edilmesi gerektiğini, yani tek fiyat belirleyenin Allah olduğunu söylemektedir (Teftâzânî, 1912: 96).

Teftâzânî'ye kadar Ehl-i sünnet kelâmcıları tarafından ucuzluk ve pahalılık için herhangi bir tanım yapılmamakta, ucuzluğun ve pahalılığın hangi şartlar esas alınarak değerlendirileceğine dair herhangi bir açıklama getirilmemektedir. Teftâzânî ucuzluk ve pahalılığı fiyat gibi ihata edici bir şekilde tanımlayan ilk Ehl-i sünnet kelâmcısıdır. Ucuzluğu yiyecek maddesi veya başka bir ürünün fiyatının belli bir zaman ve mekânda cari olan fiyatının altına düşmesi olarak tarif eden Teftâzânî pahalılığı da yiyecek maddesinin veya başka bir ürünün fiyatının belli bir zaman ve mekânda cari olan fiyatının üstüne çıkması olarak açıklamaktadır (Teftâzânî, t.y.: 320).

Seyyid Şerif el-Cürcânî (ö.816/1413) fiyatı ıstılahi bir tanımlamadan ziyade ğala ve ruhs kavramlarıyla açıklamıştır (Cürcânî, t.y.: 192).

Âmidî (ö.631/1233) fiyatı “Varlıkların bedellerinin belirlenmesinden ibaret” bir eylem tarzı olarak tanımlamaktadır. Fiyatın yükselişini ğala düşüşünü ise ruhs olarak nitelendirmektedir (Âmidî, 2003: 227).

İbn Teymiyye (ö.728/1328) ve Ebû Ya‘lâ el-Ferrâ’ (ö.458/1066) fiyatı tanımlamadan ğala ve ruhs kavramlarının kim tarafından oluştuğunu izah etmeye başlamışlardır. Buradan hareketle onların fiyat kavramını ğala ve ruhstan ibaret olduğunu düşündükleri anlaşılır.

2.1.2. Ehl-i Sünnette Fiyat Oluşumunu Etkileyen Unsurlar

Ehl-i sünnet kelâmcıları biri açık biri de zımni olmak üzere fiyatların oluşumunda iki unsurun etkili olduğunu düşünürler. Allah’ın fiyat oluşumunda olan etkisini açık bir şekilde ifade eden Ehl-i sünnet kelâmcıları, insanların seçme hürriyetlerinin bulunmasından kaynaklı olarak kesbetmek suretiyle onların da fiyat oluşumunda etkili olabileceklerini belirtirler. Ancak nihai olarak fiyatın oluşumunu Allah’a izafe ederler. Konunun daha net anlaşılması için fiyatın Allah’a ve insanlara izafe edildiği durumlar ayrı ayrı değerlendirilmiştir

2.1.2.1. Fiyatların Allah’a İzafe Edilmesi

Ehl-i sünnet kelâmcılarının fiyatların oluşumunu ele alış biçimleri, daha sonra zikredilecek olan Mu‘tezilî kelâmcıların yaklaşımlarından farklıdır. Onların fiyata dair değerlendirmeleri büyük ölçüde kazâ, kader ve kulların fiilleri konusundaki anlayışlarına dayanmaktadır. Kulların fiillerini yaratamayacağına dair düşüncelerini, fiyat konusuna aksettirdikleri söylenebilir. Ehl-i sünnet kelâmcıları her ne kadar kulun kesbi olacağını kabul etmiş olsalar da fiyatların oluşumunu her hâlükârda Allah’a izafe etmeyi tercih etmişlerdir.

Bâkılânî fiyatların Allah tarafından meydana geldiğini düşünmekte ve bu düşüncesini insanın fitratına dair hasletlerin mutlak yaratıcısının Allah olduğunu belirtmek suretiyle temellendirmektedir. O, insanda mevcut olan birtakım duygu ve isteklerin fiyatın oluşumunda etkili olduğunu kabul etmekte, bu duygu ve istekler neticesinde insanda mal stoklama ve iktisadi ürünlere ihtiyaç duyma durumlarının

olacağını belirtmektedir. Buna rağmen insanın fiyatın oluşumunda hiçbir etkisinin olmadığını söylemektedir. İnsanın iktisadi ürünlere yönelik eğilimine sebep olan bazı duygu ve isteklerin yaratıcısının, bir malı stoklama duygusunu yükleyen ve insanları mallara ihtiyaç duyacak biçimde yaratanın Allah olması dolayısıyla fiyatın oluşumunda tek etkili faktörün Allah olduğunu belirtmektedir. Bâkılânî fiyatın düşüş ve yükselişinde etkili olan bu duyguların insanda var olmasını, piyasada mevcut ürünlerin kıtlık veya bolluğunun etkilemediğini belirtmekte aksine fiyatın tek belirleyicisi olan Allah'ın o duygu ve ihtiyaç durumunu yaratması dolayısıyla meydana geldiğini ifade etmektedir. Böylece Bâkılânî fiyatların oluşumunun Allah'a izafe edilmesi gerektiğini kesin bir şekilde belirtmiş olmaktadır. Ona göre eğer bu duygular insan fıtratına yerleştirilmiş olmasaydı insan piyasada bulunan iktisadi ürünlerle ilgilenmeyecek ve onlar hususunda tefekkür dahi etmeyecekti (Bâkılânî 1987, 330). Bâkılânî'nin konuya ilişkin görüşleri şu şekildedir:

“Fiyatların pahalılığı ve ucuzluğu Allah tarafından meydana gelmekte olup, pahalılık ve ucuzluk ürünlerin çokluğu veya azlığı ile ilgili değildir. Allah; alıcılarda ürünlere yönelik talep oluşturarak ve satıcılarda da ürünlerini daha yüksek fiyatla satma düşüncesini yerleştirerek ürünlerin fiyatlarını yükseltir. Ayrıca Allah'ın canlıları gıda ürünlerine ihtiyaç duyacak fıtratta yaratması da ürünlere olan ilgiyi arttıran bir başka nedendir. Şayet canlılar ürünlere ihtiyaç duymayacak bir biçimde yaratılmış olmasalardı ürünlere herhangi bir değer atfetmeyecek ve ürünlerin de fiyatı olmayacaktı.” (Bâkılânî, 1987: 330).

Görüldüğü üzere Bâkılânî, insanın bir takım gereksinimleri olan bir varlık olarak yaratılmış olmasını ön plana çıkarmakta ve olaya insanın hürriyeti açısından bakmamaktadır. Bu nedenle Bâkılânî insanın yaratılışındaki biyolojik bir faktör olan beslenmeye muhtaç bir varlık olmasını ve bunun neticesinde psikolojik bir haslet olarak ortaya çıkan iktisadi ürünleri talep etme ve onlara istek duyma yönünü ön plana çıkararak bunları Allah'ın yaratıcılığıyla doğrudan irtibatlandırmaktadır. Bâkılânî bu düşüncesini insanın şu anki yaratılışının aksine bir fıtratta yaratılmış olma ihtimalini ortaya koyarak temellendirmeye çalışmıştır. Yani eğer Allah insanı yeme içme ihtiyacı içerisinde yaratmayıp ve onun yapısına da mülkiyet arzusunu koymasaydı, insanın mala olan talebinin meydana gelmeyeceğini ve eşyanın fiyatının da oluşmayacağını ifade etmektedir (Bâkılânî, 1987: 330).

Bâkıllânî fiyatların oluşumuna Allah dışında bir etkinin olup olmadığını irdelerken vermiş olduğu örnekte, bütün insanların etkisini baz alarak bir değerlendirme yapmaktan ziyade devlet başkanının fiyatlara müdahalesini değerlendirmek suretiyle konuyu açıklamaktadır. O, insanlar tarafından yöneltilen veya yöneltmesi muhtemel olan soruları ele alarak fiyatın oluşumu hususundaki görüşünü temellendirmeye çalışmaktadır. Bâkıllânî insanların bir ülkede, başka bir ülke yöneticisinin orayı kuşatması ve oraya olan mal akışını durdurması neticesinde meydana gelen pahalılık için insanlar bu pahalılığın yönetici tarafından meydana geldiğini söylemekte ve yönetici fiyatları arttırdı diye ifade etmekte. Bu durumda da fiyatların müsebbibi yönetici değil midir? şeklindeki suallerini bu kullanımın mecazi olduğunu ifade etmek suretiyle cevaplandırmaktadır (Bâkıllânî, 1987: 330) Bâkıllânî bu durumu şu sözlerle belirtmektedir:

“Bir devlet başkanı bir kaleyi veya bir şehir halkını muhasara altına alıp buralara dışarıdan herhangi bir yiyecek maddesinin ulaşmasını engellediği zaman, insanların ellerinde bulunan ürünlerin giderek azalması neticesinde fiyatlar yükselmez mi?” diye sorulacak olursa biz deriz ki: bu tarz durumlarda meydana gelecek olan fiyat yükselişlerinin kuşatmayı yapan kimseye izafe edilmesi mecaz olarak kabul edilmelidir. Nitekim insanların devlet başkanının açlık, işkence, sefaletle düşürme veya kuşatma sebebiyle halkı öldürdüğü de söylenir. Ne var ki öldüren devlet başkanı değildir. Devlet başkanı sadece oluşmaları halinde bir zarara uğrama durumunun ve ölümün ortaya çıkacağı faaliyetlerde bulunmuştur. Bu sebeple zarara uğrama durumu ve ölüm devlet başkanının fiiline hakikatta değil mecazda nispet edilir.” (Bâkıllânî, 1987: 330).

Bâkıllânî’nin insanların fiyata etki edebileceğine dair gelen her türlü soruyu Allah’ın “yaratıcılık” (hallak) sıfatıyla cevaplandığı görülmektedir. Nitekim o, insanların zahirde gördüklerinden hareketle fiyatların düşüş ve yükselişlerindeki müsebbibin Allah olduğunu söylemelerini Allah’ın yaratıcılık sıfatı ile cevaplandırmaktadır. Bâkıllânî, insanların zahirden hareket ederek, -eğer siz fiyatların yükseliş ve düşüşlerinin müsebbibi Allah’tır deseniz de biz zahiren görmekteyiz ki bu pahalılık sultanın muhasarası sonucunda meydana gelmektedir. Eğer sultan bu fiilleri ve muhasarayı gerçekleştirmeseydi pahalılık da oluşmazdı-

şeklinde bir itirazı dile getirecek olurlarsa olayın insanların tasavvur ettikleri gibi olmayıp ve bunun arkasında başka bir sebebin olduğunu belirtmek suretiyle mukabele edileceğini belirtmektedir. O, eğer insanlar yiyecek ve içeceklerle ihtiyaç duymayacak bir yaratılışla yaratılmış olsalardı onların yiyecek ve içecekleri için pahalılığın söz konusu olmayacağını ve böylece pahalılığın da onları gıdaya muhtaç olarak yaratan kimsenin bir eyleminin sonucu olacağını ifade etmektedir. Bâkılânî meselenin bu şekilde anlaşılabilmesinin gelişi güzel bir değerlendirmeden ziyade yapılacak incelikli bir araştırmanın neticesinde mümkün olacağını belirtmektedir (Bâkılânî, 1987: 331). O, bu düşüncesini şu ifadelerle dillendirmektedir:

“Fiyatlarda meydana gelen pahalılık, zikredilen örnekte kuşatmayı yapan devlet başkanının doğrudan fiilinden kaynaklanmasa bile tevellüt (dolaylı) yoluyla onun fiilinden kaynaklanmaktadır. Şayet o, kuşatma yapmasaydı fiyatlarda herhangi bir pahalılık da olmayacaktı” denilecek olursa, biz deriz ki: Mevzu sizin düşündüğünüz gibi değildir. Şayet kuşatma altında kalan kimseler yenilecek ve içilecek ürünlere ihtiyaç duymayacak fitratta yaratılmış olsalardı, yiyecek ve içecek ürünleri için herhangi bir fiyat artışı söz konusu olmazdı. Bu durumdan da fiyatların yükseliş ve düşüşleri insanları ve diğer canlıları gıdaya ihtiyaç duyacak fitratta yaratan Allah’ın fiili sebebiyle meydana gelmektedir.” (Bâkılânî, 1987: 331).

Ebü’l-Hasan el-Eş’arî’nin görüşünü nakleden İbn Fûrek de Bâkılânî’de olduğu gibi fiyatların yükseliş ve düşüşünün Allah tarafından meydana geldiğini söylemektedir. O, görüşlerini temellendirirken her şeyden önce insanı bir eylem sahibi varlık olarak değil de belli bir takım ihtiyaçları olan bir canlı olarak ele almaktadır (İbn Fûrek, 2005: 139).

İbn Fûrek insanı canlı bir varlık olması cihetiyle ele almasından dolayı biyolojik ve psikolojik olarak incelemekte ve bunlara dair bir takım örnekler vermektedir. İnsanda rağbet etme, bir şeylerden çekinme, korkma ve züh² gibi hasletlerin varlığına değinmektedir (İbn Fûrek, 2005: 139).

² Züh², lügat açısından bir şeye meyletmekten uzak durmak manasına gelir. Istilah olarak ise dünya hayatına rağbet etmemek ve ona sırt çevirmek olarak tarif edilebilir. Ayrıca ahiret rahatı için dünya rahatını terketmek ve kişinin elinde bulunmayan bir şeyi kalbinden çıkarması olarak da açıklanabilir (Cürcânî, 1983: 115).

İbn Fûrek fiyatın düşüş ve yükselişini tamamen insanda Allah tarafından yaratılmış olan biyolojik ve psikolojik eğilimin hangi yönde seyrettiğine bağlamıştır. Ona göre Allah insanoğlunun kalbine hem mala yönelme ve istek duyma hasletlerini yerleştirmiş hem de korku, endişe hasletlerini yüklemiştir. İnsanın kalbinde mevcut olan mala rağbet etme arzusunun aktifleşmesi neticesinde eşyanın fiyatında bir artış meydana gelir (İbn Fûrek, 2005: 139).

Aynı şekilde Allah insanın kalbine hem malı kaybetme korkusunu yerleştirmiş, hem de insanın mala karşı isteksiz olabilme ve az rağbet edebilme hasletlerini yüklemiştir. Eğer Allah'ın insanın fitratına yerleştirmiş olduğu mala az rağbet etme arzusu aktifleşirse bu sefer malın fiyatının azalması durumu meydana gelir. Dolayısıyla İbn Fûrek her iki durumda da fiyatların tek belirleyicisinin Allah olduğunu söylemiş olmaktadır. Çünkü insanı yaratan ve insanı bu psikolojik eğilimle donatan Allah'tır (İbn Fûrek, 2005: 139). İbn Fûrek Eş'arî'nin fiyat hususundaki görüşlerini şu şekilde aktarmaktadır:

“Ebü'l-Hasan el-Eş'arî ürünlerin fiyatlarında meydana gelen pahalılık ve ucuzluğun Allah'tan kaynaklandığını ifade etmekte ve bunu da şu şekilde izah etmektedir: Allah insanların kalplerinde ürünlere karşı istek ve onların yokluğundan da korku uyandırmak sûretiyle ürünlerin fiyatlarının yükselmesini ve yine insanların kalplerinde ürünlere karşı oluşan bu isteği ve yokluğundan da oluşan korkuyu azaltmak sûretiyle ürünlerin fiyatlarının ucuzlamasını sağlamaktadır. Bu durumda da fiyatların oluşmasını sağlayan kimse Allah olmaktadır. Nitekim insanların kalplerine bu arzu ve korkuyu Allah'tan başka kimsenin atmaya kudreti yoktur...” (İbn Fûrek, 2005: 139).

Fiyatların oluşumunu Allah'a izafe eden bir diğer Eş'arî kelâmcısı da Cüveynî'dir. O da insanın fiyatın oluşumunda hiçbir etkisinin olmadığını ileri sürerek fiyatla ilişkili olan şeylerde insanın tercih yetkisinin olmadığını ifade etmektedir. Cüveynî fiyatların oluşumunda etkili olan unsurları zikretmekte ve bunları da şu şekilde sıralamaktadır; “izzet, varlık ve refah, şahsi arzular, rağbetin çoğaltılması ve azaltılması”. Cüveynî insanların tercih yetkisiyle ilişkili gibi gözükken bazı unsurların varlığını zikrederek tek yaratıcının Allah olmasından dolayı bunların

da Allah dışında bir varlığa dayandırılmaması gerektiğini söylemektedir (Cüveynî, 2009: 276).

Cüveynî, Bâkılânî ve İbn Fûrek'in aksine fiyata Allah dışında bir etkinin olması düşüncesini devlet başkanı üzerinden ele almamakta "ibâd" (kullar) üzerinden değerlendirmektedir. Bu durum onun fiyata etki edebilmesi bakımından sadece devlet faktörünün tasavvur edilmemesi gerektiğini ve fiyata Allah dışında ister tüzel ister gerçek kişiler olsun hiçbirisinin herhangi bir etkiye sahip olamayacağını düşündüğünü göstermektedir.

Âmidî fiyatın yükseliş ve düşüşünde etkili olan bütün sebeplerin hâdis olduğunu ve hâdis olan her şeyin ancak Allah'ın ortaya çıkarmasıyla mümkün olacağını söylemektedir. Dolayısıyla meydana gelen pahalılık ve ucuzluğun Allah'ın takdiri, kazâsı ve kaderiyle doğrudan ilişkili olduğunu ve hepsinin Allah'a izafe edilmesi gerektiği düşüncesinin de Ehl-i sünnet'in genel görüşü olduğunu ifade etmektedir (Âmidî, 2003: 227).

Âmidî bazı olaylar sonucunda fiyatın değişime uğrayacağını belirtmekte ve bu olayların Allah'a izafe edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Kulların kesb dairesine girmeyen semavi sebepler olarak zikrettiği yağmurun kesilmesi, toprakların kuraklaşması, ekinlerin azalması ve helak olması sonucunda fiyatların değiştiğini belirtmektedir. O böylece yiyeceklerin azalmasından ve onlara olan ihtiyacın artmasından dolayı talebin artacağını ve bunun neticesinde bu yiyeceklerin kıtlığına ve sebeplere bağlı olarak fiyatların yükseleceğini söylemektedir. Fiyatın düşmesini de bu sayılan sebeplerin tam aksinin gerçekleşmesi ile olacağını düşünmekte ve bu durumlarda meydana gelen fiyat değişimlerinin Allah'a izafe edilmesi gerektiğini beyan etmektedir (Âmidî, 2003: 227).

İbn Teymiyye, Eş'arî kelâmcıları gibi fiyatın oluşumunu Allah'a izafe etmekte ve o da bunu Allah'ın yaratıcılık sıfatını ön plana çıkarmak suretiyle delillendirmektedir. O, istekleri ve arzuları yaratanın Allah olduğunu belirtmekte ve fiyatları Allah'a izafe etmektedir (İbn Teymiyye, 2004: 523). İbn Teymiyye bu hususta sahih hadis kaynaklarında yer almayan bir rivayeti de esas almaktadır. O, bu konuda hadis olduğunu ileri sürdüğü şu rivayeti nakletmektedir:

“Ürünlerin fiyatları artmasına rağmen insanların onlara olan talebi paralel bir şekilde artabilir. Yine ürünlerin fiyatı düşmesine rağmen insanların ürünlere karşı talebi paralel bir şekilde düşebilir.”

Hanbelî’lerden olan Ferrâ’ diğer Ehl-i sünnet kelâmcıları gibi fiyatların oluşumunun insanlar tarafından değil de Allah tarafından olduğunu söylemektedir. Ancak burada Ferrâ’ daha önceki kelâmcılardan daha kapsamlı bir kavram kullanmaktadır. Şimdiye kadar görüşleri aktarılan bütün kelâmcılar fiyatların düşüş ve yükselişinin müsebbibi olarak ibâdî yerleştirmelerine rağmen Ferrâ’ “halk”ı yani bütün yaratılmışları zikretmekte dolayısıyla etki bakımından sınırlama insanları da aşır hayvan ve diğer varlıkları da kapsar duruma gelmektedir (Ferrâ', 1986: 152).

Ferrâ’ benimsemiş olduğu fiyatların sadece Allah tarafından olduğuna dair görüşünün hem Mu‘tezile’nin hem inançsız kimselerin (Mülhide) hem de evrenin yıldızlar tarafından yönetildiğine inanan kimselerin (Müneccime) hilafına olduğunu belirtmektedir. Şimdiye kadar kelâmcılar Mu‘tezile dışında bir guruptan bahsetmezken Ferrâ’ mülhide ve müneccimeyi eklemekte müneccimlerin de fiyatların yıldızların etkisiyle değiştiğini söylediklerini ifade etmektedir (Ferrâ', 1986: 152). Ferrâ’ kendi görüşlerine delil olarak aşağıdaki rivayeti nakletmektedir:

“Ucuzluk ile pahalılık Allah’ın ordularındandır. Birinin ismi korku diğerinin ismi ihtiras/rağbettir. Allah fiyatların yükselmesini istediğinde tâcirlerin kالبine ihtirası salar, onlar da ürünlere yönelirler ve aldıkları ürünleri de ihtikâr için satmayıp depolarlar. Allah, fiyatın düşmesini istediğinde ise tâcirlerin kالبine korku koyar, onlar da ellerindeki ürünleri bekletmeden piyasaya sürerler.” (Ukaylî, 1984: 363).

Ferrâ’ bundan sonra pahalılık ve ucuzluk sebeplerini açıklamakta ve saydığı bütün sebepleri Allah’ın yaratma fiiline irca ederek fiyatların oluşumunu Allah’a izafe etmektedir. Mesela insanların yiyeceklere, ihtiyaç duyacakları elbise ve metalara yönelik isteklerinin artmasından dolayı fiyatların yükseleceğini, eğer insanlar yiyecek ve içeceklere ihtiyaç duyacak şekilde yaratılmamış veya bütün bunlardan yüz çevirecek zahit bir fıtratta yaratılmış olsaydı hiç bunları düşünmeyecek ve bunun neticesinde de fiyatların da düşeceğini belirtmektedir (Ferrâ', 1986: 153).

2.1.2.2. Fiyatların İnsanlara İzafe Edilmesi

Ehl-i sünnet'in kelâm kaynaklarında fiyatların oluşumu, rızık meselesi gibi Allah'ın yaratıcılık sıfatına halel gelir endişesiyle her hâlükârda Allah'a irca edilmektedir. Onlar bunu genel kaide olarak kabul etmekle birlikte kulun, fiyatların oluşumu hususunda bazı kazanımlarının olabileceğini beyan etmişlerdir.

Eş'arî kelâmcılarından Cüveynî fiyatların Allah'a izafe edilmesi gerektiği durumları belirttikten sonra bazı durumlarda insanların ihtiyari fiillerine de taalluk edebileceğini bildirmektedir (Cüveynî, 2009: 287). Ancak o, fiyatların hangi durumlarda insanların ihtiyari fiillerine taalluk edeceğine yönelik bir açıklama yapmamıştır.

İbn Fûrek'in Cüveynî gibi fiyatların insanların ihtiyari fiillerine taalluk edebileceğine dair açık ifadeler kullanmadığı görülmektedir. Ancak o, fiyatların artış ve düşüşünü insanda var olan biyolojik ve psikolojik hasletlere bağladıktan sonra günlük hayatın işleyişinde bunların insanlara izafe edilmesini gerektiren durumlara işaret ettiği tespit edilmektedir. İbn Fûrek, yöneticinin sıkıştırması, hapsetmesi veya bir mala özendirmesi neticesinde fiyatlarda bir değişimin meydana geleceğini düşünmektedir. Fakat buna rağmen fiyatların her hâlükârda hem fiillerin yaratıcısı hem de insanları belli durumlarda fiillerinde yönlendirmesi hasebiyle Allah'a izafe edilmesi gerektiğini söylemektedir (İbn Fûrek, 2005: 139).

Teftazânî ise *Tehzîbü'l-Mantık ve'l-Kelâm* adlı eserinde fiyatların oluşumu noktasında bütün sebeplerin Allah'tan olduğunu ifade ederek bıraktığı ifadeyi *Şerhu'l-Makâsıd* adlı eserinde açmakta ve bazı sebeplerin kullar tarafından kesb edilebileceğini kabul etmektedir (Teftâzânî, t.y.: 320). Sonuç olarak Teftazânî'nin fiyatların oluşumunu ikili tasnife tabi tuttuğu ve yaptığı tasnif içerisinde insanların tercih yetkisinin etkili olduğu sebeplerin de varlığına işaret ettiği görülmektedir. Teftâzânî fiyatın düşüş ve yükselişi noktasında sebepleri şu şekilde tasnif etmektedir:

a. Kulun ihtiyarının olmadığı fiiller

a1. Bir mala olan rağbetin arttırılması

a2. Belli bir ürünün azaltılması

b. Kulun ihtiyarının olduğu sebepler

b1. Sel korkusu

b2. Alışverişin engellenmesi

b3. Ürünlerin biriktirilmesi (Teftâzânî, t.y.: 320).

Seyfüddîn Âmidî de insanların tercihlerinin fiyatların oluşumunda kesbetmek suretiyle bir etkiye sahip olduğunu belirten kelâmcılardandır. O, fiyatın Allah tarafından meydana gelmesinin üç şekilde olduğunu ifade ederek bu sebeplerden birincisinin kulların kesb dairesine giren fiillerle ilgisi olmayan semavi sebepler olduğunu zikretmektedir. İkincisini kulların kesbi fiilleriyle ilgili olanlar, üçüncüsünü de her iki durumun birleşmesi olarak telakki etmektedir (Âmidî 2003, 227). Kulların kesbî fiilleriyle ilgili olanlara ise Âmidî örnek olarak şu sebepleri zikretmektedir:

“Bir kimsenin bir şehri kuşatması, o bölgenin sakinlerini belli bir müddet sıkıştırması, ellerindeki eşyalar tükeninceye kadar onlara yiyecekleri yasaklaması, insanların mallara olan isteklerinin artması neticesinde de fiyatlar yükselirse fiyatın yükselmesini ve pahalılığın oluşmasını bu kimse gerekli kalmış olur. Eğer bu kimse bunların tam aksini yaparsa yani tahıl ambarlarını açar, bunları insanlara açık hale getirir, yiyeceklerini oradan almaları hususunda onlara imkân tanır ve bunun neticesinde ucuzluk meydana gelirse yine aynı şekilde bu kimse fiili ile ucuzluğu meydana getirmiş olur.” (Âmidî, 2003: 227-28).

Ancak o, sonuç olarak her hâlükârda bütün sebeplerin Allah’a irca edilmesi gerektiğini beyan etmektedir.

Fiyatların oluşumunda insanların bazı fiillerinin sebep kılınabileceğini beyan eden bir diğer Ehl-i sünnet kelâmcısı da İbn Teymiyye’dir. İbn Teymiyye yaratılış hakkındaki genel kuralı ifade edip fiyatların oluşumunun da bu kapsama girdiğini belirttikten sonra bazı havâdis için Allah’ın muhakkak ki insanların fiillerini sebep kıldığını söylemektedir. Mesela katilin öldürmesini maktulün ölümü için sadece bir sebep olduğunu ifade etmektedir. Fiyatların pahalılık ve ucuzluğunun da bu örnek çerçevesinde ele alınması gerektiğini ifade eden İbn Teymiyye fiyatların

yükselmesinin ve ucuzlamasının da bu şekilde bazen insanların zulmü veya güzel bir iş yapması neticesinde olabileceğini belirtmektedir (İbn Teymiyye, 2004: 519-20).

Müellif Allah'ın sonradan olmuş bazı şeylere (havâdis) insan fiillerini sebep kılmasından hareketle “kaderiye mu‘tezilesi” ve onların dışındaki bazı kimselerin fiyatların yükseliş ve düşüşünü insanlara izafe ettiklerini, bundan dolayı da fasit bir takım usuli kaideler ihdas ettiklerini söylemektedir. İhdas ettikleri kaideleri de şu şekilde zikretmektedir:

- Kulların fiilleri Allah tarafından yaratılmamıştır
- İnsanların fiilleri sebebiyle olan her şeyi insanlar ortaya çıkarmıştır
- Pahalılık ve ucuzluk insanların fiilleriyle meydana gelir (İbn Teymiyye, 2004: 520-21).

İbn Teymiyye üretilen bu kaidelerin bâtil ve fâsit olduğunu belirtmektedir. Bunu da Allah'ın insanların fiillerinin ve onların dışındaki her şeyin yaratıcısı olmasına dayandırmaktadır. O, bu hususta hem sem'i hem de aklî delillerin bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca İbn Teymiyye bu konuda selef âlimlerinin ittifak ettiğini belirtmekte ve onların her şeyin mutlak yaratıcısının Allah olduğunu söylemekle birlikte insanların kudret ve meşietlerinin olduğunu kabul ettiklerini söylemektedir. Bu şekilde düşünen selef âlimlerinin insanların kendi fiillerinin yaratıcısı olduğunu söylememekle birlikte kendi fiillerini kendilerinin yaptıkları kanaatinde olduklarını belirtmektedir (İbn Teymiyye, 2004: 520).

Ehl-i sünnet kelâmcılarının her hâlükârda fiyatların oluşumunu Allah'a izafe ettiklerini söylemek gerekir. Nitekim onlara göre insanların kesbi, bu fiilleri yaratması manasına gelmez. Çünkü o fiilleri yaratan Allah'tır. İnsanlara ait sonradan meydana gelen (hâdis) kudretin yaratmada herhangi bir etkisi yoktur. Bu nedenle kesb eyleminin Allah'ın yaratmasına bağlı olduğu kabul edilmelidir. Böylece fiyatların oluşumu Allah'ın hükmü üzere cari olur (Yıldırım, 1998: 151-52).

Yukarıda bazı kelâmcıların insanların kesb eyleminin fiyatların oluşumuna etkisini kabul ettikleri aktarıldı. Bunun yanı sıra Ehl-i sünnet kelâmcılarından Bâkılânî insanların kesb dairesine giren eylemlerinin de fiyata hiçbir etkisinin

olamayacağını, fiyatların oluşumunun mutlak olarak Allah'a izafe edilmesi gerektiğini beyan etmektedir.

Bu şekilde fiyatların oluşumunda insanların ihtiyarının hiçbir etkisinin olmadığını beyan eden Bâkılânî kendi mezhebinin kulların fiillerinin meydana gelişi noktasındaki anlayışa uymadığı söylenebilir. Nitekim Eş'arî'lere göre insanlar fiillerini kesb ederler. Allah da kesb edilen bu fiilleri yaratır (Abrahamov, 2014: 188-89).

2.2. Mu'tezile Kaynaklarında Fiyat

Kelâm kaynaklarında fiyat konusunun işlendiği bir diğer itikadî mezhep Mu'tezile'dir. Mu'tezile mezhebinde fiyatların oluşumu konusuna iki kelâmcının eserlerinde rastlanılmaktadır. Konu Kâdî Abdülcebbâr'ın *el-Muğnî fî Ebvâbi't-Tevhîd Ve'l-'Adl* ve *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse* adlı eserleri ile İbnü'l-Melâhimî'nin *Kitâbü'l-Faik fî Usûli'd-Din* eseri çerçevesinde ele alınacaktır.

2.2.1. Mu'tezile'de Fiyat Tanımı

Diğer bütün kelâmcılar fiyat konusunu birkaç paragrafla ele alırken Mu'tezile kelâmcısı Kâdî Abdülcebbâr konuyu genişçe değerlendirmektedir. Kâdî Abdülcebbâr fiyatı tanımlayarak başlamaktadır. O, *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse* adlı eserinde fiyat tanımına yer vermezken *Muğnî* adlı eserinde fiyatı “karşılıklı rızalaşma yoluyla varlıkların değişim bedellerinin belirlenmesi” şeklinde tarif etmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 54).

Kâdî Abdülcebbâr'ın fiyat kavramına getirmiş olduğu tanım incelendiğinde izah edilmesi gereken bazı noktaların olduğu görülecektir. Mesela tanımda geçen karşılıklı rızalaşmanın mutlaklık ifade edip etmediği net olarak anlaşılamamaktadır. Ancak Kâdî Abdülcebbâr rızalaşma şartının belli istisnalarının olabileceğini ilerleyen safhalarda ifade etmekte ve telef olan mallar örneğini vermektedir. Ona göre telef edilen varlıkların fiyatının belirlenmesi karşılıklı rızalaşmanın olup olmadığına bakılmaksızın belirlenebilmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 54). Kâdî Abdülcebbâr böylece arızı durumlarda bedellerin belirlenmesinin karşılıklı rızalaşma yoluyla olmayabileceğini ifade etmiş olmaktadır. Ancak o, bu tarz durumlarda

gerçekleştirilen bedel takdirinin fiyat olarak isimlendirilemeyeceğini açıkça beyan etmektedir. Kâdî Abdülcebbâr böyle bir bedel takdirinin uygun olup olmayacağına dair görüş belirtmemekle birlikte ifadelerinden bunun zorunlu olması hasebiyle uygunluk uygunsuzluk durumunun gözetilemeyeceğini düşündüğü anlaşılmaktadır.

Tanımda izah edilmesi gereken bir diğer kavram da bedeldir. Aslında Kâdî Abdülcebbâr tarifinde iki şey üzerinde durmaktadır. Birincisi karşılıklı rızalaşma ikincisi ise bedellerin takdir edilmesidir. Onun verdiği “telef malları” örneğiyle karşılıklı rızalaşma olmadan gerçekleştirilen bedel takdirini fiyat olarak kabul etmediği net olarak anlaşılmaktadır. Bedel kavramının izahına ise *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse* adlı eserinde netlik kazandırmaktadır. *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse*'de fiyat ve bedelin birbirinden farklı oldukları, fiyatın üzerinde anlaşılan şey, bedelin ise, mal karşılığında kazanılan şey olduğu ifade edilmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746). *Şerhu'l-Usûli'l-Hamse*'de geçen bu tanımlamayı *Muğni*'de karşılıklı rızalaşma yoluyla belirlenen şeyin bedelin kendisinden farklı olduğuna dair kullanılan ifadeler de desteklemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 54).

2.2.1.1. Ucuzluk ve Pahalılık

Mu'tezile'ye göre ucuzluk bir şeyin fiyatının belli bir vakitte ve belli bir zamanda cari olan (mutat) fiyatın altına düşmesidir (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746; Melâhimî, 2007: 291). Bu tanıma göre bir malın diğer mallara göre ucuz olarak addedilebilmesi için piyasada cari olan fiyatın altına düşmüş olması gerekmektedir. Ancak bu malların birbirine göre fiyatları değerlendirilirken farklı zamanlardaki fiyatları değil aynı zamanlardaki fiyatları dikkate alınmalıdır. Yani bir malın kış günündeki fiyatı diğer malın yaz günündeki fiyatı baz alınarak fiyat karşılaştırması yapılmamalıdır. Onların bu tanımında mekân şartı da bulunmaktadır. Yani birbiriyle kıyas edilen malların farklı bölgelerde bulunan mallar olmaması gerekmektedir. Mu'tezilî kelâmcılar yapmış oldukları ucuzluk tanımına kar örneği ile izah getirmektedirler. Onlar karın yazın satıldığı fiyata göre kışın daha ucuza satılmasının bir ucuzluk olmadığını belirtmektedirler. Çünkü burada zaman farkı mevcuttur. Yine karın soğuk bölgelerdeki fiyatının sıcak bölgelerdeki fiyatına göre daha ucuz

olmasının ucuzluk olarak addedilemeyeceğini söylemektedir. Burada da mekân farkı mevcuttur (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 55-56).

Mu‘tezile bir varlığın, bir belde de belli bir vakitte ve mekânda mutât olan fiyattan daha yüksek meblağa satılmasını pahalılık olarak nitelendirmektedirler (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746; Melâhimî, 2007: 291). Ucuzluğun tanımında da daha önce koyulmuş olan kayıtların pahalılığın tanımında da koyulduğu görülmektedir. Bundan dolayı ucuzluk için koşulan şartların izahı yapılmayacaktır.

2.2.2. Mu‘tezile’de Fiyat Oluşumunun Sebepleri

Kâdî Abdülcebbâr fiyatla ilişkili olan ruhs ve ğala’nın hangi şartlar altında değerlendirilmesi gerektiğini izah ettikten sonra fiyat oluşumunun sebeplerini izah etmeye geçmektedir. Ona göre fiyatların oluşumunu etkileyen sebeplerin bazı durumlarda Allah’a izafe edilmesi, bazı durumlarda da kullara izafe edilmesi, bazı durumlarda da hem Allah’a hem kullara izafe edilmesi icab etmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57-58). Bu nedenle Mu‘tezile’de fiyatların oluşum sebebi bu üç durum altında değerlendirilecektir.

2.2.2.1. Fiyatların Allah’a İzafe Edildiği Durumlar

Mu‘tezile kelâmcıları ucuzluk ve pahalılığı fiyatın iki çeşidi olarak kabul etmekte ve fiyatın değişimini bu iki çeşide etki eden sebepler üzerinden değerlendirmektedir.

2.2.2.1.1. Allah’ın Arz Azlığı veya Arz Fazlalığı Oluşturmasıyla Meydana Gelen Ucuzluk ve Pahalılık

Kâdî Abdülcebbâr’a göre, bir malın ucuzlaması Allah’ın o malı belli bir vakitte çoğaltması sebebiyle olabilir. Ona göre bu şekilde malın fiyatının ucuzlaması durumunda ucuzluğun kaynağı Allah olarak kabul edilmelidir. Ucuzluk da insanın arzu etmiş olduğu bir nimet olmasından dolayı bunun karşılığında Allah’a teşekkür edilmesi gerekir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58). Ona göre bazen Allah, bir mala olan ihtiyacı başka bir mala kaydırmak suretiyle o malın fiyatının ucuzlamasını sağlayabilir. O, insanların başka mala olan ihtiyaçlarından dolayı ellerindeki malı

satmak yoluna gitmeleri neticesinde malda oluşan ucuzluğun Allah'a izafe edilmesi gerektiğini belirtir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56).

Kâdî Abdülcebbâr, bir ürünün ucuzlama sebebi kim tarafından gerçekleştirilmişse ona izafe edilmesi gerektiğini belirtmektedir. O, bazı sebeplerden dolayı beklenmeyen bir durum olarak hayvanların telef olabileceğini belirtmekte ve insanların aynı şekilde beklenmeyen durumlardan dolayı hayvanlarını satabileceklerini ifade etmektedir. Bu durumlara bağlı olarak da ucuzlama olabileceğini söylemektedir. Ona göre bu durumda meydana gelen ucuzluk, Allah katından geldiği için Allah'a izafe edilmektedir. O, ucuzluk insanların yiyecek içecek gibi temel gıdalarında söz konusu olduğunda da ucuzluğun Allah'a izafe edilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56).

Kâdî Abdülcebbâr herhangi bir ürünün fiyatının yükselmesini Allah'ın, insanların o ürüne ihtiyacının çok olmasına rağmen o ürünün miktarının azaltılması neticesinde olabileceğini ifade etmektedir. Bu şekilde meydana gelen pahalılık Allah'a izafe edilmelidir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56-57).

Kâdî Abdülcebbâr Allah'ın insanların herhangi bir ürüne yönelik talebini o ürünün biteceği ve elde etme imkânlarının olmayacağı endişesini meydana getirecek bir takım olaylarla arttırmasıyla pahalılık oluşturabileceğini belirtmektedir. O bu yolla gelen pahalılığın sadece Allah'a izafe edilmesi gerektiğini düşünmektedir. O zikredilen bu durumların dışında da malın pahalılaşmasının Allah'a izafe edildiği durumların olduğunu ifade etmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56-57).

2.2.2.1.2. Allah'ın Talep Azlığı veya Talep Fazlalığı Oluşturmasıyla Meydana Gelen Ucuzluk ve Pahalılık

Mu'tezile'de ucuzluğun gerçekleştiği bir diğer yöntemin Allah'ın çeşitli yöntemlerle bir mala olan ihtiyaç durumunun azaltılması olduğu belirtilmektedir. Onlar, Allah'ın bir takım fiillerle, mala olan ihtiyacı azaltması neticesinde o malda bir ucuzlama meydana gelmişse bu malın ucuzlama sebebinin Allah'tan başkasına izafe edilmesinin doğru olmadığını söylemektedirler (Melâhimî, 2007: 291).

Kâdî Abdülcebbâr'a göre Allah'ın bir mala muhtaç olanları azaltmak suretiyle o malın fiyatının düşmesini sağlayabilir. Piyasada cari olan fiyat geçerliyken Allah o mala ihtiyaç duyan insanları veya diğer canlıları veba benzeri bir takım olağanüstü durumlarla helak edebilir. Böylece nüfusta meydana gelen azalma o ürüne karşı oluşan talep azlığı fiyatlarda bir ucuzluk meydana getirir. O, bu şekilde meydana gelen ucuzluğun sebebinin Allah olması hasebiyle Allah'tan başkasına izafesinin doğru olmadığını söylemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56).

Kâdî Abdülcebbâr ürünün pahalılığının meydana geleceği bir diğer durumu da ürünün piyasada çok olmasına rağmen o ürüne olan ihtiyacın fazla olmasıyla açıklamaktadır. O böyle bir durumda pahalılığın olacağını ancak bu pahalılığın Allah'a izafe edilmesi gerektiğini belirtmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

İbnü'l Melâhimî bazen de ürünün çok olmasına ve o ürüne muhtaç olanların sayısının çok olmamasına rağmen Allah'ın o ürüne ihtiyaç hissedenlerin ihtiyaç şiddetini ve o ürüne karşı olan arzularını arttırmak suretiyle bir pahalılığın meydana geleceğini ifade etmektedir (Melâhimî, 2007: 291).

2.2.2.2. Fiyatın Hem Allah'a Hem İnsanlara İzafe Edilebileceği Durumlar

Kâdî Abdülcebbâr insanların bazı tasarrufları sonucu fiyatların oluşumuna etki edebileceğini belirtmekte ve insanların tasarrufları sonucunda oluşan fiyatın da bazen sadece insanlara bazen de hem Allah'a hem insanlara izafe edilmesi gerektiğini ifade etmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58). Ancak Melâhimî fiyatın hem insanlara hem Allah'a izafe edilmesi seçeneğini gündeme getirmemektedir. O Allah tarafından meydana gelen hem pahalılık hem ucuzluğun insanların maslahatına yönelik olduğunu ifade ederken, ister pahalılık ister ucuzluk olsun eğer insanların müdahalesi neticesinde gerçekleşiyorsa bunun onların haksız müdahaleleri sonucunda olduğunu belirtmektedir (Melâhimî, 2007: 291).

2.2.2.2.1. Devlet Başkanının Müdahale Etmesi Sonucunda Oluşan Fiyat

Kâdî Abdülcebbâr'a göre fiyatların bazı durumlarda hem Allah'a hem de insanlara izafe edilmesi mümkündür. Ona göre devlet idarecilerinin veya Mu'tezile'nin de temel esaslarından birisi olan "emr-i bi'l-maruf nehy-i ani'l-münker" görevini yürüten kimselerin yapmış oldukları olumlu bir icraat neticesinde fiyatta meydana gelen değişiklik hem Allah'a hem de insanlara izafe edilebilir. Bu durum devlet başkanının veya devletin ilgili kurumlarının iktisadi aktörlere herhangi bir zararının dokunmaması ve onların güzel bir faaliyette bulunmak maksadıyla bazı ürünlerin fiyatlarının ayarlanması şeklinde gerçekleşebilir. O, bu durumda fiyatın her iki tarafa izafe edilmesinin mümkün olduğunu belirtmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

Kâdî Abdülcebbâr Eş'arî kelâmcıların aksine konunun fikhî boyutunu da irdelemektedir. Eş'arî kelâmcıları fiyatı Allah'a mı kula mı izafe edilmesi gerektiği boyutuyla sınırlı kalarak incelemişlerdir. Ancak Kâdî Abdülcebbâr fıkıhçıların çoğunun cebr yoluyla fiyatlara müdahaleyi reddettiklerini belirtmekte ve fıkıhçıların çoğunluğunun aksine fiyatlara müdahale etmek gerekirse, bunu inkâr etmenin bir gereğinin olmadığını, müdahaleyi uygunsuz bulmanın yanlış olduğunu ifade etmektedir. Nitekim o, müdahalenin toplumun zararına olan bir durumu defetmek ile dinin iyiliği emir ve dinde nasihat babına giren diğer konular arasında bir farkının olmadığını söylemektedir. Kâdî Abdülcebbâr bu şekilde fiyatlara müdahalenin uygun görülmemesinin anlamsızlığına işaret etmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

Kâdî Abdülcebbâr bayındırlık işleriyle uğraşanların imkânlarının olmasına rağmen bu işlerden geri durmaları halinde toplumu ilgilendiren umumi bir zarar olması durumunda devlet yöneticisinin onları bu işleri yapma hususunda zorlayabileceğini belirtmektedir. O, fiyatlara müdahaleyi de aynı kapsamda değerlendirmekte müdahale edilmesini gerektiren toplumsal bir zorunluluk olduğunda bunu yapabileceğini söylemektedir. Ona göre yönetici nasıl insanları cihada çıkmaları için icbar edebiliyor ve bunu da İslam topraklarının korunması ve

parçalanmaması için yapabiliyorsa aynı şekilde toplumu kapsayacak bir zararı engellemek için fiyatlara müdahale edebilir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

Ona göre fiyatların belirlenmesinde satıcı ve müşteri arasında karşılıklı rızalaşma esastır. Ancak fiyatlardaki aşırı artış ve düşüş bir zulüm neticesinde meydana gelmekte ve bu zulüm de fakirlerin ve başkalarının zararına umumileşecek olursa yönetici fiyatlarda cebr yoluyla bir ayarlamaya gidebilir. Kâdî Abdülcebbâr bunun toplumun ıslahı ve düzeni için gerekli bir durum olduğunu belirtmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

Kâdî Abdülcebbâr fiyatların devlet başkanı tarafından da belirlenebileceğini kabul etmesine rağmen bu fiyat tahdidine mutlak bir şekilde itaat edilmesinin gerektiği kanaatinde değildir. Nitekim o, bazı durumlarda insanların fiyat tahdidini reddedebileceklerini ifade etmektedir. Ona göre bazı zalimlerin ihtiyaç sahiplerini muhtaç oldukları şey yoluyla sıkıntıya sürüklemeleri, insanların ellerindeki malı azaltmaları, bazı amaçlar sebebiyle belli bir fiyat üzerinden insanları satmaya zorlamaları veya insanların ellerindeki mallarını başkalarının kazanmaları için satmalarını engellemeleri sonucunda meydana gelen ucuzluk ve pahalılığa rıza göstermenin ve teslim olmanın gerekmediğini bilakis bunu yapan kimseye itiraz etmenin gerekli olduğunu söylemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57).

2.2.2.2.2. Bir Alıcı Topluluğunun veya Bir Satıcı Topluluğunun Kendi Aralarında Anlaşmaları Sonucunda Belirlenen Fiyat

Kâdî Abdülcebbâr bazı insanların kendi faydaları için belli mallarda belli bir fiyat üzerinden satmak veya almak üzere anlaşmalarının yasaklanan bir durum olmadığını bilakis bu uygulamanın yapılması büyük bir zarar ortaya çıkarmadığı müddetçe güzel bir uygulama olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58).

Kâdî Abdülcebbâr'da kendi faydalarını düşünerek herhangi bir fiyat üzere anlaşılan topluluğun satıcı veya alıcı topluluğuyla kısıtlanmadığı görülmektedir.

Dolayısıyla serbest fiyat uygulaması sadece satıcılar için değil aynı zamanda tüketiciler için de öngörüldüğü belirtilebilir.

Kâdî Abdülcebbâr'ın yaklaşımında dikkat çeken bir diğer şey kendi aralarında anlaşarak fiyat belirleyen grupların bu eylemlerinden toplumsal zarara yol açacak bir durumun oluşmaması gerektiğini ifade etmesidir.

Kâdî Abdülcebbâr böyle bir uygulamanın engellenmesi bir yana bunun güzel bir uygulama olduğunu söylemektedir. Ancak müellif bu uygulamanın güzel olmasının toplumda meydana getirdiği ekonomik faydalarına değinmeden hukuki olarak uygulamayı temellendirme cihetine gitmektedir. O, böyle bir uygulamaya izin verilmesinin gerekçesi olarak insanın mülkiyetindeki tasarruf yetkisini işaret etmektedir. Bunu da şu sözlerle dillendirmektedir:

“Bireyin mülk sahibi olması halinde o mülkte dilediği gibi tasarruf edebilme yetkisinin olması bireyin mülkünü belli bir miktarla satma yetkisinin olduğunu gösterir. Aynı şekilde umumi bir zarara yol açmamak şartıyla mülkünü satmama yetkisine de sahiptir” (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58).

2.2.2.3. Fiyatın Allah’a İzafesinin Mümkün Olmadığı Durumlar

Kâdî Abdülcebbâr Allah’a isyan ifade eden fiillerin izafe edilmemesi gerektiği düşüncesinden hareketle fiyata müdahale noktasındaki bazı fiillerin de Allah’a izafe edilmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu noktadan hareketle Kâdî Abdülcebbâr malın pahalılığı için bazı zalimlerin ihtiyaç sahiplerini muhtaç oldukları şey sebebiyle sıkıntıya sürükleme eyleminin ve insanların ellerindeki malı azaltmalarının Allah’a izafe edilemeyeceğini söylemektedir. O, bazı amaçlar münasebetiyle insanların ellerindeki malı belli bir fiyat üzerinden satmaları istenir veya insanların ellerindeki malların başkalarının menfaati için satmaları engellenirse bu şekilde malda gerçekleşecek fiyat değişikliğinin Allah’a izafesinin uygun olmadığını ve buna rıza göstermenin icab etmediğini belirtmektedir. Kâdî Abdülcebbâr'ın bütün bu kaygısının Allah’a kötü fiillerin izafe edilmemesinin gerekliliği düşüncesinden kaynaklandığı söylenebilir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57-58).

Kâdî Abdülcebbâr bundan sonra bu husustaki genel ilkesini ortaya koymakta ve fiyatların Allah tarafından olması halinde buna rıza göstermenin ve teslim olmanın gerekli olduğunu net bir şekilde ifade etmektedir.

2.2.3. Fiyat Oluşumunun Kazâ ve Kaderle İlişkisi

Kâdî Abdülcebbâr rızık ve ecel konularını Allah'ın kazâ ve kaderiyle ilişkilendirdiği gibi fiyatların yükseliş ve düşüşünü de Allah'ın kazâ ve kaderiyle ilişkilendirmektedir.

O, Mu'tezile'ye "kaderiye" denildiğini belirtmektedir. Onlara bu ismin insanın kendi fiilini yarattığını düşünmeleri sebebiyle verildiğini ifade etmektedir. Müellif buradan hareketle onların insanların kendi rızık ve ecellerini yarattıklarını düşündükleri iddiasında bulunulduğunu söylemektedir. Ancak Kâdî Abdülcebbâr'a göre rızık ve ecel meselesinde Mu'tezile insanın kendi rızık ve ecelini yarattığını iddia etmemiştir. Bilakis bunları Allah yaratmıştır demektedirler. Fiyat meselesinde de aynı tartışmalar cereyan etmektedir. Ona göre, Mu'tezile, fiyatların da Allah tarafından yaratıldığını kabul etmektedir. Ancak Kâdî Abdülcebbâr, fiyatlara yönelik farklı yönleri belirtmektedir. Müellif izah etmiş olduğu farklılıklardan fiyatların bazen Allah'ın kazâ ve kaderine karşılık geleceğini bazen de insanların eylemine karşılık geleceğini kabul etmiştir. Kâdî Abdülcebbâr'a göre fiyat meselesinde Mu'tezile, Allah'ın yarattığını kabul etmeyip insanın yaratması şeklinde bir iddiada bulunmamıştır (Bardakçı, 2010: 116).

Kâdî Abdülcebbâr fiyat konusunun bu şekilde anlaşıldıktan sonra yöneltilebilecek fiyatların Allah'ın kazâsı ve kaderi ile ilgili olup olmadığı sorusuna da fiyatların Allah'ın kazâsı ve kaderiyle gerçekleştiği şeklinde cevap verileceğini bildirmektedir. Müellif bu konuda bu görüşte olmasının taklitten ziyade delillerle hareket etmesinin bir sonucu olduğunu belirtmekte ancak benzer konularda getirilen delillerin yeterli olduğunu da düşünmekte ve burada ayrıca delil zikretmemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746).

Kâdî Abdülcebbâr, eceller, rızıklar ve fiyatlar ile ilgili bu görüşlerinden kaynaklı olarak kendilerinin kaderiye olarak adlandırılmış olup olmadıkları ve "*Kaderiye bu ümmetin Mecusileridir*" rivayetinin hükmünün altında olup

olmadıkları şeklinde yöneltilebilecek suale o, kendilerinin böyle bir isimlendirmeyi kabul etmediklerini belirtmekte ve “*Kaderiyye bu ümmetin Mecusileridir*” hükmünün zemm olduğunu söylemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746).

2.3. Şîa Kaynaklarında Fiyat

Şîa kaynaklarında fiyat konusuna bakışın Mu‘tezile’nin yaklaşımıyla paralellik arz ettiği söylenebilir. Ancak bununla birlikte belli noktalarda bazı farklılıkların olduğu da ifade edilebilir. Şîa kelâmında fiyatların oluşumu konusu Ebû Ca‘fer el-Hasan et-Tûsî (ö.460/1067) ve Nasîrüddîn et-Tûsî’nin (ö.672/1274) eserlerinden istifade edilerek ele alınacaktır.

Ebû Ca‘fer el-Hasan et-Tûsî’nin fiyat konusuna *el-İktisâd el-Hâdî ilâ Tarîki’r-Reşâd* ve *el-İktisâd fîmâ Yete’allaķu bi’l-İ’tikâd* olmak üzere iki eserinde yer verdiği tespit edilmiştir. Müellifin bu iki eseri arasında fiyata dair izahatlarda hiçbir farklılığın olmadığı her ikisinde de aynı tanımlamaların ve açıklamaların yapıldığı görülmektedir.

Ca‘fer et-Tûsî’nin zikredilen eserleri yanında bir diğer Şîî müellif olan Nasîrüddîn et-Tûsî’nin *Tecrîdü’l-İ’tikâd* adlı eseri baz alınarak fiyatların oluşumu konusu ele alınacaktır. Nasîrüddîn et-Tûsî’nin bu eserine Şîî kelâmcılar tarafından birçok şerh yazılmıştır. Bundan dolayı bu eserin şerhlerinden de ayrıca istifade edilecektir. Bahsedilen şerhlerden bir kaçı şöyledir; *Keşfü’l-Murâd fî Şerhi Tegrîdi’l-İ’tikâd*, *Tesdîdü’l-Kavâ’id fî Şerhi Tegrîdi’l-Akâid*, bu iki eser Arapça olarak kaleme alınmış şerhler olup, *Alâkatu’t-Tegrîd* adlı şerh de *Tegrîdü’l-İ’tikâd*’ın farsça yazılmış şerhidir.

2.3.1. Şîa’da Fiyat Tanımı

Şîî kelâmcılarının yapmış oldukları fiyat tanımları hem Ehl-i sünnet hem de Mu‘tezile kelâmcılarının tariflerinden farklılık arz etmektedir. Tûsî’nin fiyat tarifi şöyledir; “Fiyat varlıkların değişiminde takdir edilen bedelden ibarettir” (Ca‘fer et-Tûsî, 1986: 106). Nasîrüddîn et-Tûsî’nin fiyat tanımı da şöyledir: “Fiyat varlıkların kendisiyle değişim yapıldığı ivazın takdiridir.” (Nasîrüddîn et-Tûsî, 1996: 126). Bu iki müelliften nakletmiş olduğumuz tarifler arasında bedel kavramı yerine ıvaz

kavramının kullanımı dışında herhangi bir farklılığın olmadığı söylenebilir (Nasîrüddîn et-Tûsî, 1996: 126).

Ca'fer et-Tûsî'nin ve Nasîrüddîn et-Tûsî'nin fiyat tariflerinde Kâdî Abdülcebbâr'da olduğu gibi bir bedel takdirinden bahsettikleri görülmektedir. Kâdî Abdülcebbâr'ın tanımında bedel kavramına yapılan izahatların burada da geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Bedel kavramı fiyat kavramından farklı olup ona iki farklı izah getirilebilir. Birinci izah onun fiyat kavramının aksine malın gerçek değerini ifade ettiği dolayısıyla artıp-eksilen bir yönünün olmadığı cihetinde izah edilebilir. İkinci izah tarzı ise para cinslerini ifade ettiği ve aynı şekilde yükselip eksilmekle vasıflanan fiyattan farklı olduğudur.

Şîî kelâmcıların fiyat tanımlarında geçen bedel kavramına getirilen ikinci izahın onların ifadeleri açısından daha doğru olduğunu söylemek gerekir. Nitekim onlar fiyatın bedelin kendisi için kullanılmasının doğru olmadığını belirtmektedirler. Onlara göre fiyat kavramı semen ve müsmen manasına da gelmemektedir (Hillî, t.y.: 371). Şîî kelâmcılara göre kendisinde dinar ve dirhem para birimleri bulunan kimse için yanında fiyat var denilmez. Kastedilen bu bedeller kendisiyle alış veriş yapılan semen olsa dahi aynı kapsamda değerlendirilir. Çünkü onlar fiyattan ziyade bedel kavramına tekabül etmektedir (Hillî, t.y.: 371).

Fiyatları tanımlarken takdir edilen bedellerin fiyat olarak adlandırılabilmesi için bedellerin takdir faaliyetinin karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade eden Kâdî Abdülcebbâr bu hususla alakalı telef edilen mallar örneğini vermişti. O, telef edilen malların bedellerinin takdiri mal sahiplerinin rızasına başvurulmadan belirlendiği için buna fiyat denemeyeceğini söylemişti. Şîî kelâmcılarında da aynı yaklaşımın sergilendiği görülmektedir. Onlar da Kâdî Abdülcebbâr gibi telef edilen malların bedellerinin takdirine fiyat denemeyeceğini ifade etmektedirler. Onlar, bu noktadaki yaklaşımlarını fiyat tanımlarında geçen “eşyanın kendisiyle satıldığı şey” (فما يباع به الأشياء) kaydının net bir şekilde ifade etmiş olduğunu söylemektedirler. Nitekim Ca'fer et-Tûsî bu konuda yazan bazı kimselerin “karşılıklı rızalaşma yoluyla” kaydını koyarak fiyatın telef edilen malların kıymetlerinden farklı olduğuna dikkat çekmek istediklerini, ancak kendisinin tanımında böyle bir kayda yer vermediğini çünkü kendisi bey' kavramının zikrinin

karşılıklı rızalaşma şartının gerekli olduğuna dair işaret etme noktasında yeterli geleceğini söylemektedir (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 106).

Şîî kelâmcıların bey' kavramıyla ilgili bu izahatlarından bey' kavramı altına dâhil edilebilecek her türlü sözleşmenin karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirilmiş olmasının gerekliliği anlaşılmaktadır.

2.3.1.1. Ucuzluk ve Pahalılık

Şîî kelâmcılar fiyat kavramının “ruhs” ve “ğala” olmak üzere iki çeşidinin olduğuna dikkat çekmiş daha sonra pahalılığı ve ucuzluğu ayrı ayrı tanımlamışlardır.

Şîî kelâmcılarda ucuzluk tanımı şu şekildedir: “Belirli bir zamanda ve mekânda herhangi bir ürünün fiyatı piyasada cari olan fiyatının altına düşmesine ucuzluk denir” (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 106-7). Onlar ucuzluk kavramının tanımında yer alan belli bir zaman ve mekânda değerlendirilmesi gerektiğine dair olan şartın daha iyi anlaşılabilmesi adına kar örneğini verdikleri görülmektedir. Bu örneğe göre soğuk dağlarda bulunan karın fiyatının diğer bölgelerde satılan karın fiyatına göre düşük olması ucuzluk olarak kabul edilmemelidir. Kış mevsiminde satılan karın fiyatının yaz mevsiminde satılan karın fiyatına göre düşük olması da aynı şekilde ucuzluk olarak görülmemelidir. Onlar dağlarda satılan karın fiyatı ile kış mevsimlerinde satılan karın fiyatının düşük olmasının ucuzluk olarak kabul edilmemesinin sebebini bu fiyatın cari (mutad) olan fiyat olarak kabul edilmesiyle ilişkilendirirler.

Pahalılık tarifi de şöyledir: “Belirli bir zamanda ve mekânda fiyatın piyasada cari olan fiyatın üstüne çıkmasına denir.” (Hillî, H.1416: 261). Pahalılık tanımında ucuzluk için şart koşulan zaman ve mekân kaydı aynı şekilde şart koşulmakta ve ucuzluk için verilen kar örneğinin de aynısının geçerli olduğu ifade edilmektedir.

Pahalılık için getirilen kar örneği şu şekilde açıklanabilir: Karın yağdığı dönem olan kış mevsiminde yaz mevsimine göre kar fiyatlarının düşük olması ucuzluk olarak nitelendirilemez. Çünkü kış mevsimi karın satıldığı bir zaman değildir. Ancak yazın kar fiyatı eğer cari olan piyasa fiyatının altına düşmüş ise karın ucuzladığı ifade edilebilir. Aynı şekilde karın her daim yağdığı dağlarda fiyatının düşük olması ucuzlama olarak addedilemez. Çünkü dağlar karın satıldığı yerler

değildir. Ancak karın satılması normal bir durum olan memleketlerde eğer fiyat cari olan fiyatın altına düşmüşse bu düşüş ucuzluluk olarak addedilebilir (Hillî, t.y.: 371).

2.3.2. Şîa Kaynaklarında Fiyatın Oluşumunu Etkileyen Unsurlar

Şîa'da fiyat oluşumunu etkileyen unsurlar Allah'a izafe edilen ve insanlara izafe edilen faktörler olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır. Onlara göre Allah'ın bir takım eylemlerle müdahale etmesi sonucunda fiyatlar bir değişime uğramaktadır. Ayrıca insanların bazı eylemleri ve müdahaleleri sonucunda da fiyatlar değişime uğramaktadır.

2.3.2.1. Fiyatların Allah'a İzafe Edildiği Durumlar

Şîi kelâmcılar Ehl-i sünnet kelâmcılarının aksine pahalılık ve ucuzluğun sebebi kim tarafından meydana getirilirse ona izafe edilmesi gerektiğini söylerler. Onlar eğer ucuzluk veya pahalılığın sebebi Allah olursa Allah'a izafe edilmesi gerektiğini, kul olursa kula izafe edilmesi gerektiğini ifade etmektedirler (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 107).

Şîi kelâmcılar Allah'ın bazı durumlarda fiyatların ucuzluk ve pahalılığına müdahale edeceğini söylemekte ve bu durumları da örneklendirmektedirler. Nitekim Tûsî, hububatın çoğalması, nüfusun azalması ve insanların gıdalara yönelik isteklerinin azaltılması sonucunda bir ucuzluğun meydana geleceğini ve bu durumlarda oluşan ucuzluğun Allah'a izafe edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. O, hububatların azalması, insanların çoğalması ve yiyecek maddelerine olan isteklerin artması sonucunda da pahalılığın oluşacağını ve bu pahalılığın da Allah'a izafe edilmesi gerektiğini beyan etmektedir (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 107).

Hillî de Allah'ın belli metaların cinslerini azaltarak ve insanların o metalara olan isteklerini çoğaltarak bir pahalılık oluşturabileceğini ve bunu mükellefinin maslahatı için yapacağını ifade etmektedir (Hillî, t.y.: 371).

Müellifin burada dikkat çeken ifadelerinden birisi pahalılık meydana gelmesine rağmen ortaya çıkan pahalılığın mükellefinin maslahatına yönelik olduğunu söylemiş olmasıdır. Bu durum aynı zamanda İsfahânî tarafından da

zikredilmiştir. O da Hillî gibi Allah tarafından meydana gelmesi durumunda hem ucuzluk hem pahalılığın mükellefinin maslahatına yönelik bir durum olduğunu belirtmektedir (İsfahânî, 2012: 1024-25).

Aslında burada bir çelişki olarak gözüken pahalılığa bakış açısı İslam iktisadını modern iktisat anlayışından ayıran bir püf nokta niteliğini taşır. İslam iktisadı olayları aynı zamanda bir hikmet nazarıyla değerlendirebilme menhecini içinde mündemiç olarak bulundurur. Nitekim Kâdî Abdülcebbar'ın da fiyatların Allah'a izafe edildiği durumlarda Allah'a şükretmenin gerekliliğini vurgulamış olması aynı yaklaşımın sonucudur.

2.3.2.2. Fiyatların İnsanlara İzafe Edilmesi

Şîî kelâmcılar fiyatların düşüş ve yükselişinin Allah tarafından meydana gelebileceğini kabul ettiği gibi bazı durumlarda fiyatların düşüş ve yükselişlerinin insanlar tarafından da meydana geleceğini kabul etmektedirler.

Şîî kelâmcılar alışverişle fiyatların aşağıya çekilmesi, insanların fiyatları kendi isteğiyle aşağıya çekmesi veya ürünün fiyatından aşağıya satılması için insanlara zor kullanılmasını ucuzluk sebebi olarak kabul etmekte ve bu sebeplerin insanlara izafe edilmesi gerektiğini söylemektedirler (Hillî, t.y.: 371). Onlar, sultanın zulmetmek suretiyle insanların ticaret mallarını ucuz bir fiyat ile satmaya zorlaması neticesinde meydana gelen ucuzluğun insanlar tarafından olacağını ve onlara izafe edilmesi gerektiğini belirtmektedirler (Hillî, t.y.: 371).

Şîî kelâmcılar insanların yüksek olan fiyatların düşmemesi için malları stoklama yoluna gitmeleri, bu nedenden dolayı fiyatların düşmesine engel olmaları ve bazı insanların satıcıları mallarını yüksek fiyattan satmak üzere zorlamaları durumunda meydana gelen pahalılığın Allah'a değil insanlara izafe edilmesi gerektiğini belirtmektedirler (Bardakçı, 2010: 121-22).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MODERN İKTİSATTA FİYAT OLGUSU

3.1. Fiyat Tanımı

Günümüz iktisat literatüründe fiyat kavramı; başta “parasal karşılık”, “eder”, ve “paha” olmak üzere birçok ifadeyle açıklanmaktadır. Ancak fiyatın daha genel bir tanımı yapılacak olursa; fiyat bir değiş-tokuş işleminde, satıcının ürün ve hizmetler üzerinde bulunan hakkından vazgeçmek için istediği karşılığın para cinsinden ifadesi olarak nitelendirilir (Ertuğrul, 2008: 145).

Fiyat kavramı, iktisat tarihi boyunca herhangi bir tanımı üzerine ittifak edilememiş ve iktisat biliminin en tartışmalı konularından birisi olan değer kavramıyla ilişkili olarak değerlendirilmiştir. Bazen bu iki kavramın birbiri yerine kullanıldığı da olmuştur (Ertuğrul, 2008: 144; Küçükkalay, 2017: 56-58). Bu nedenle bu çalışmada bazı iktisat düşünürlerinin fiyat hususundaki görüşlerini aktarırken fiyat kavramı yerine değer kavramı kullanılacaktır. Ancak fiyat kavramı ile değer kavramı her ne kadar birbirine yakın kavramlar olsa da hem modern iktisat telakkisinde hem de konumuzun önemli bir boyutunu teşkil eden kelâm kaynaklarında birbirinden ayrı kavramlar olarak değerlendirilmişlerdir.

Bu bölümde, modern iktisat anlayışında çağımızın önemli iktisat teorisyenleri tarafından iktisat teorilerini birbirinden ayıran en temel tavır olarak algılanmış olan fiyat konusuna iktisadi ekollerin yaklaşımları ele alınacaktır (Özel, 1996: 147).

İktisadi ekollerin görüşlerini ele alırken benimsemiş oldukları ekonomi anlayışlarına göre bir sınıflandırma gerçekleştirilecektir. Bu sınıflandırma devletin ekonomiye müdahalesine bakışları cihetinden olacak ve öncelikle serbest bir piyasa sistemi yerine devleti ön plana çıkaran ve piyasaya müdahaleyi öngören Merkantilist ve Keynesyen görüş ele alınacaktır. Keynesyen görüş kronolojik olarak Fیزیokratlardan sonra gelmesine rağmen daha önce işlenmiştir. Daha sonra sırasıyla devletin müdahalesini hiçbir şekilde kabul etmeyen veya sınırlı olması gerektiğini söyleyen ekoller ele alınacaktır. Bunlar da Fیزیokratlar, Klasikler ve Neoklasiklerdir.

3.2. Müdahaleciliği Savunan Ekoller

3.2.1. Merkantilizm

Merkantilistlere bu isim onların görüşlerini benimsemeyenler tarafından verilmiştir. Merkantilizm kavramı, İtalyanca'da “tacir” anlamına gelen “mercante” kökünden gelir. Merkantilizm ile daha çok hasis menfaat ölçüleri ve tamahkârlık zihniyeti ile girişilen ticari faaliyet ifade edilir (Eskicioğlu, 1995: 41).

Merkantilist iktisadi düşünce yapısı, 15 ile 18. yüzyıllar arasında hüküm süren, ulusal devletlerin refah ve zenginliklerinin, bulundurdıkları altın ve gümüş düzeyine bağlı olduğunu ifade eden ve refahın arttırılabilmesi için dış ticaret bilançosunun artırılması gerektiğini düşünen bir iktisadi düşünce biçimidir (Atik, 2012: 3).

Daha sonraları bu dönemin genel adı haline gelmiş olan merkantilizm sözcüğü, Fizyokratlar tarafından da kullanılmış olmakla birlikte, asıl olarak Adam Smith tarafından *Ulusların Zenginliği* adlı iki ciltlik eserinin ikinci cildinde ortaya konmuştur. Smith, mezkûr eserinde bu düşünceye uzunca yer ayırmış ve merkantilist ifadesini bu düşünceyi eleştirirken kullanmıştır (Smith, 2002: 15).

Merkantilist düşünce, fikirleri açısından ele alındığında üç temel sacayağının olduğu görülür. Bunlardan ilki devletin milli ve güçlü olması gerektiği ilkesidir. İkincisi kıymetli madenler ile ulusal güç arasındaki doğru orantılı ilişki ve kazanma arzusudur. Üçüncü ilke ise dış ticaretin gerekli olduğuna duyulan inançtır (Atik, 2012: 3).

Merkantilistler liberal doktrinden farklı olarak bireyin yararından ziyade devletin yararını ön planda tutarlar. Yine kendi doktrinlerinde, ulusların ekonomik çıkarları arasında sürekli bir mücadele olduğunu söylerler. Ayrıca bir ülkenin ihracatının ithalatından fazla olması gerektiğini ve bunun da ülkeye giren altın ve gümüş gibi değerli madenlerin fazla olmasıyla ilişkili olduğunu ifade ederler. Merkantilistlerde dış ticaret fazlası elde etmek temel amaç halini almıştır (Ölmezoğulları, 2016: 45).

3.1.1.1. Merkantilist Düşüncede Fiyat Oluşumu

Merkantilist düşünürlerden John Locke metanın değerinin ve fiyatının o metanın bolluk ve kıtlık durumuna göre değişeceğini ifade etmektedir. Locke dediklerini desteklemek amacıyla hava ve su örneğini verir. Havanın ve suyun insan için hayati bir öneme sahip olmasına rağmen doğada bol miktarda bulunmasından dolayı herhangi bir mübadele değerine sahip olmadığını belirtmektedir. O, suyun bir kimseden satın almaya ihtiyaç kalmaksızın temin edilebileceğini ancak kıt olması halinde suyun da belli bir fiyatla alınıp satılacak bir meta haline dönüşeceğini hatta suyun fiyatının diğer içeceklerin fiyatından daha yüksek bir değere ulaşabileceğini söylemektedir (Routh, 1975: 48). Locke'nin vermiş olduğu bu örnek meta fiyatının oluşumunda temel etken olarak bolluk ve kıtlık kavramlarını kabul ettiğini gösterir niteliktedir.

Locke aynı şekilde bir malın denge fiyatının da olduğunu ifade etmektedir. O, bir malın denge fiyatının, o malın piyasaya arz edilen miktarı ile talep edilen miktarına göre oluşacağını savunmaktadır. Mesela bir malın miktarı sınırlı olup ona karşı olan talep fazlaysa bu durum o malın fiyatının artmasına ortam hazırlamış olacaktır. Yani piyasaya arz edilen malın miktarının sınırlı olması ve ona karşı oluşan talebin artması o malın fiyatının da artmasına ortam hazırlayacaktır. Locke'un bu şekilde piyasada arz ve talebe göre fiyatın oluştuğunu açık bir dille söyleyen ilk düşünür olduğu ifade edilmektedir (Ersoy, 2012: 173).

Bir diğer Merkantilist düşünür olan Law'ın da Locke gibi bir arz-talep teorisi geliştirdiği ve arzı talebe bağladığı ifade edilmiştir. Law'ın daha önce Aristo'nun ifade etmiş olduğu bir malın kullanım değeri ve değişim değeri ayrımını daha da geliştirerek bunu "kullanım kıymeti" ve "değişim kıymeti" haline dönüştürdüğü kabul edilmektedir. Ayrıca Law'ın bir malın değişim değerinin o malın "yararı" ve "kıtlığı" tarafından belirlendiğini söylediği ve kullanım ile değişim değerini bir subjektif değer teorisi içinde birleştirdiği belirtilmektedir. Law malların faydalı olmaları dolayısıyla kıymetli olduklarını belirtmiş ancak bu kıymetin ne oranla olacağının o mallara karşı oluşan talebe oranla, o malların az veya çok miktarda oluşlarına bağlı olduğunu ifade etmiştir. Bu durumda bir malın değerinde bir

değişimin meydana gelmesi o malın arz ve talebinde bir değişimin meydana gelip gelmemesine bağlı olmaktadır (Fuat, 1998: 198).

Law'ın düşüncelerini izah etmek için su ve elmas örneğini verdiği görülmektedir. O, suyun yararının çok olmasına rağmen kıymetinin az olduğunu belirtmekte bunu da suyun miktarının ona karşı olan talebin çok üstünde olmasına bağlamaktadır. Elmasın yararının çok olmasına karşın pahasının yüksek olmasını miktarına oranla ona yönelen talebin çok yüksek olmasıyla açıklamaktadır (Fuat, 1998: 198).

Merkantilist düşünürlerden Cantillon da ayrıntılı bir fiyat sistemi anlayışına sahip olup ona göre fiyat, talep ve nispi kıtlık ile belirlenir. Talep de subjektif bir mefhum olarak insanların mizaç ve beğenilerine bağlıdır (Thornton, 2015: 163).

Cantillon'un fiyat oluşumuna dair yaklaşımının farklı olduğu görülmektedir. O, fiyat ve değer kavramlarını piyasada oluşup oluşmamasına göre değerlendirmekte ve buradan hareketle önemli bir ayrım yapmaktadır. Ona göre fiyatın ve değer in piyasada arz ve talep durumuna göre oluşması neticesinde ortaya çıkan piyasa fiyatı ve piyasa değeri gerçek fiyatlardır. Daha net ifade edilecek olursa Cantillon piyasada oluşan fiyat ile fiyat kavramını, piyasada oluşan değer ile değer kavramını birbirinden ayırmaktadır (Thornton, 2015: 163).

Cantillon bir ürünün değeri ile fiyatının esas oluşumunun piyasada meydana geleceğini bunda arz ve talep güçlerinin temel belirleyiciler olacağını düşünmektedir. Buradan anlaşılacağı üzere Cantillon'un serbest piyasa mekanizmasına tam bir inancının olduğu görülmektedir. Ona göre piyasada oluşan tam rekabet ortamı sayesinde kaynak kullanımı düzenli bir hal almaktadır. Cantillon fiyatlara dair bu görüşünü temellendirirken piyasada bulunan bir ürün ve bir para biriminden istifade etmektedir. Bu minvalde düşünür dana eti ile gümüş arasındaki dengeyi örnek göstermektedir. Eti elinde bulunduran kasabın elindeki bu eti her zaman daha yüksek bir fiyattan satmayı hedefleyeceği kesindir. Ancak et piyasada kasabın arzu ettiği fiyattan alıcı bulamayabilir. Yani malın piyasaya arz edilmesinden sonra piyasadaki arz ve talep dengesi kasabın arzusuna tekabül etmeyebilir. Bu durumda piyasada mevcut olan et miktarı, gümüşe sahip olan alıcıların harcamayı planladıkları

gümüştten fazla ise kasabın bu arzusu gerçekleşmeyecek ve daha düşük fiyattan satmak zorunda kalacaktır. Cantillon'un fiyatlara dair önemli olarak addedilebilecek söylemlerinden birisi de onların serbest piyasada merhametsiz bir şekilde gerçekleşen bir rekabet sonucunda meydana geldiğini ifade etmesidir. Cantillon ayrıca fiyatların oluşum sürecinin belirli bir zaman aralığına yayılması gerektiğini düşünmekte, yani üreticilerin ürünlerini anlık fiyatlara göre sunmadığını söylemektedir (Routh, 1975: 67).

Daha önce de ifade edildiği gibi fiyat konusu değer (kıymet) kavramıyla iç içe geçmiştir. İktisatçıların bazen değer derken fiyatı, fiyat derken değeri kastettikleri görülmektedir. Bu durumla karşılaştığımız önemli iktisatçılardan birisi Galiani'dir. Aşağıda görüleceği üzere o, fiyat ve kıymet kavramlarını birbiri yerine kullanmaktadır.

Galiani'ye göre herhangi bir ürünün kıymetinin o ürünün yapısıyla bir ilgisi yoktur. Ona göre bir ürünün kıymeti bireylerin o ürüne subjektif olarak yükledikleri önemle ilgilidir. Galiani ayrıca insanların ürünlere yükleyeceği önemin bir takım etkilere maruz kaldığını ve bu etkilerin başında da önemli ölçüde toplumun ve bireyin isteklerini belirleyen moda olduğunu söyler. O, insanın diğerlerinden farklı ve üstün olmak gibi bir tutkusu olduğunu ancak insanın bunu tatmin etmeye geçmeden önce hayvanlarla olan ortak gereksinimlerini belirlemeye ve kendi yaşantısı ile gelecek nesillerin yaşantısını güvence almaya yöneleceğini belirtir. Galiani insanın bu tutkusunu tatmin edecek ürünlerin çok değerli olacağını belirtir. Onun kıymet teorisinde malın faydası ve kıt olup olmaması çok önemli rol oynar. Faydayı "bir malın bizi mutlu etme becerisi" olarak tanımlar. Galiani'ye göre insanda kendisini bir takım şeylere yönelten hırslar mevcuttur. Onun bu hırsları tatmin etmesi ona zevk verir. Bu zevke sahip olmak da mutluluk getirir. Buna göre zevk veren her mal yararlıdır. İnsan yemek, içmek ve uyumak gibi temel hırslarını tatmin ettikten sonra, daha güçlü başka hırslara kendini kaptırır. İnsan öyle yaratılmıştır ki bir arzusunu tatmin ettiği zaman bir başkası, aynı güçle ortaya çıkar. Bu nedenle insan, kendini hiçbir zaman tam tatmine ulaşmadan devamlı bir hareket halinde bulur (Fuat, 1998: 258).

Fiyat konusunda görüşlerine yer verilecek son merkantilist düşünür olan Sir James Steuart malların değerini tayin etme noktasında malın üretiminde sarf edilen emeğin ehemmiyetine işaret eder. Steuart'a göre fiyatların oluşumunu etkileyen en önemli faktör piyasada cereyan eden arz ve taleptir. Ona göre rekabet alıcılar arasında cereyan etmekte ise bu durum mala olan talebin fazla olduğunu gösterir. Böyle bir durumda fiyatların yükselmesi beklenir. Ancak rekabet satıcılar arasında cereyan etmekte ise bu durum malın arzının yüksek, buna mukabil talebin az olduğunu gösterir. Dolayısıyla bu durumda fiyatların düşmesi beklenir (Ersoy, 2012: 186).

Steuart'ın fiyat oluşumuna dair kanaati evvela rekabetin hâkim olduğu bir piyasa öngörüsüdür. Yani ona göre bir piyasada fiyatlar rekabetin mevcut olduğu arz ve talebe göre şekillenmelidir. Böylece fiyatlarda bir dengenin oluşacağını ifade eden düşünür, arz ve talebin etkisiyle fiyat, maliyet seviyesinde oluşur demektedir. Fiyatların maliyeti aşmaları durumunda da kâr edilmiş olur (Ersoy, 2012: 187).

Netice olarak Steuart'a göre fiyatların en önemli belirleyeni piyasada serbest rekabet ortamında cereyan eden arz ve talep meselesidir. Ancak o, emeğin de zımni olarak fiyatların belirlenimi noktasında yadsınılmaması gereken bir kavram olduğunu ifade etmektedir. O, serbest bir rekabet ortamında oluşan fiyatların ülkeye ve topluma birçok açıdan yarar getireceğini düşünmekte, toplumda bir refahın oluşacağını beyan etmektedir.

3.2.2. Keynesyen İktisat

Müdahaleyi savunan ekollerden ele alınacak bir diğer iktisat ekolü Keynesyen ekolüdür. 1929 yılında ekonomide büyük bir buhran yaşanmış ve o tarihten itibaren piyasanın kendiliğinden dengeleneceğini söyleyen Klasik ve Neoklasik iktisat okullarının görüşleri sorgulanmaya başlamıştır. Bu dönemde Keynes'in görüşlerinden hareketle yeni bir akım ortaya çıkmış ve varlığını 1970'lere kadar sürdürmüştür. Keynesyen iktisat olarak adlandırılan bu akım daha çok Keynes'in *Genel İstihdam, Faiz ve Para Teorisi (The General Theory ve Employment, Interest and Money)* adlı ünlü eserinde yer alan görüşlerine dayanmaktadır (Umutlu, 2019: 36).

Keynesyen iktisat akımına göre ekonomi hiçbir zaman kendiliğinden dengelenmez. Ekonominin devlet eliyle düzenlenmesi ve devletin müdahalesi bir zorunluluk arz eder. Devletin piyasaya müdahalesi de para politikası ile değil maliye politikası ile gerçekleşmelidir. Yüzyılın en önemli iktisatçılarından biri olan Keynes, makro ekonomi alanını yeniden tanımlamıştır. O, bireylerin ve toplumların menfaatinin paralellik arz etmeyeceğini ifade etmiş ve birey için iyi olan ekonominin, toplumun tümü için iyi olmak zorunda olmadığını söylemiştir (Güneş, 2018: 20-21).

Keynes, iktisatçıların genel olarak değer teorisiyle ilgilendiklerini ve onunla ilgilendikleri süre içerisinde fiyat kavramını da incelediklerini söylemektedir. Keynes, iktisatçıların fiyatın arz ve talep tarafından yönetildiğine kani olduklarını ve bunun bir alışkanlık halini aldığını ifade etmektedir. O, fiyat teorisinin değer teorisiyle ilişkili olarak incelenmesi gerektiğini ve fiyat teorisinin değer teorisiyle bağlantısının koparılmaması gerektiğini düşünmektedir (Keynes, 2010: 251).

Keynes “say kanunu” olarak bilinen ve her arzın kendi talebini yaratacağı düşüncesini ifade eden anlayışın aksine her talep kendi arzını yaratır diyerek merkeze talep kavramını yerleştirmektedir (Umutlu, 2019: 36).

Klasik düşünürlerin ekonominin kendiliğinden bir dengeye oturacağına dair görüşünü reddeden Keynes, denge için devlet müdahalesini öngörür ve ekonominin devlet eliyle düzenlenmesi gerektiğini ifade eder (Umutlu, 2019: 36).

3.3. Serbestiye Ekolleri

3.3.1. Fizyokrasi

Fizyokrasi sözcüğünün kökünün Yunancadan geldiği ve Yunancada bulunan “fisiokratia” kelimesine dayandığı ifade edilebilir. Bu sözcüğün köküne bakılacak olduğunda “idare”, “yönetim” anlamına gelen “kratia” ve “tabiat”, “doğa” anlamına gelen “fisis” sözcüklerin birleşiminden meydana geldiği görülür. Netice olarak kök manadan hareketle bu sözcüğe “doğanın yönetmesi ve hâkimiyeti” tanımı yapılabilir (Ergin, 1973: 322; Ceylan, 2020).

Fizyokratlar “doğal düzen” düşüncesini ortaya atarak olayların insanlar tarafından değil de tabii kanunlara göre cereyan ettiğini ifade eden ilk iktisadi doktrin konumundadır (Oser, 1970: 29).

Fizyokrat düşünce sistemine göre doğada bulunan bir doğal nizam ve ilahi bir düzen sistemi mevcuttur. Doğada değişmesi mümkün olmayan evrensel ve üniversal kanunların mevcudiyetini kabul eden Fizyokrat düşünceye göre bu durumun varlığı tanrının bir eseri olup mutlaklıdır. Onlara göre insanın akli çabası neticesinde keşfedilmesi mümkün olan bu üniversal kanunlara uymak gereklidir. Nitekim bunlar doğanın düzeni için ortaya konacak en üst seviyedeki kanunlardır. İnsan bu kanunlara uyarak serbest bir şekilde hareket edebilme imkânı bulmaktadır (Eskicioğlu, 1995: 52).

Fizyokratların benimsemiş oldukları doğal düzen anlayışı hürriyet kavramına dayanmakta ve onlar hürriyetin bireylerin doğal hakkı olduğunu düşünmektedirler. Onlar ilahi bir düzenin mevcudiyetini savunarak insanlar tarafından ortaya konmuş bütün kural ve kanunların kaldırılmasını istemektedirler (Baban, 1942: 129). Fizyokratlar benimsemiş oldukları tabii ve ilahi düzenin, bireylere en üst düzeyde mutluluk getirecek bir sistem olduğuna inanmaktadırlar. Onlara göre doğal ve ilahi düzen, hayatımızda açık bir şekilde tasavvur edilebilecek ve görülebilecek bir sistemdir. Hayatın her alanında kendini gösteren bu sisteme herkesin uyma zorunluluğu vardır. Zaten sistem kendisine uyulmasına mecbur eder. Doğal düzen dışında benimsenmesi gereken hiçbir kanun ve kural yoktur; *“bırakınız yapsınlar”* ilkesi kâfidir (Eskicioğlu, 1995: 52).

Hayatın her safhasına yansması gerektiğini düşündükleri doğal-ilahi düzenin varlığını savunan Fizyokratların bu düşüncesi iktisat ve serbest piyasa ekonomisi bakımından çok ehemmiyetlidir. Nitekim onların anlayışına göre dünyamızda var olan doğal-ilahi düzenin ekonomiye de yansması gerekir. Bundan dolayı devlet kurumu iktisadi olayların seyrine müdahale etmemelidir. Onlara göre iktisat biliminin bu çerçevedeki amacı, var olan doğal düzenin yasalarını bulup incelemek olmalıdır (Eskicioğlu, 1995: 52).

3.3.1.1. Fizyokratlarda Fiyat Oluşumu

Fizyokrat düşünürlerden Turgot'un fiyatın piyasada oluşacağına dair söylemleri olduğu görülmektedir. Ona göre bir ürünün fiyatı insanların o ürüne olan ihtiyaç derecesine ve beklentilerine göre oluşmaktadır. Turgot işin doğası gereği ürünlerini satmaya çalışan satıcıların mümkün mertebe en yüksek fiyattan satmayı buna mukabil alıcıların da ürünü en düşük fiyattan almayı arzuladıklarını ifade etmektedir. Ancak piyasada herhangi bir tekel söz konusu değilse ne satıcıların ne de alıcıların isteklerinin gerçekleşmeyeceğini söylemektedir. Turgot, ürünlere karşı oluşan arzunun şiddetine, ürünün miktarına ve alıcı-satıcıların beklentilerine göre piyasada bir fiyat oluştuğunu belirtmektedir. Talebin fiyatların oluşumunda ciddi bir etkiye sahip olduğunu söyleyen Turgot'un bu etkileri genişçe incelediği görülmektedir (Ersoy, 2012: 202).

Quesnay'ın fiyat anlayışına bakıldığında onun da birçok iktisatçı gibi ürünleri kullanım ve değişim kıymeti bakımından ikili bir tasnife tabi tuttuğu görülmektedir. O, ürünün kullanım kıymetini fiziksel özelliklerine bağlı olarak tanımlamaktadır. Yani bir ürün fiziksel özelliklerine göre insanların belli ihtiyaçlarını karşılayabilmekte ve bu sebepten ötürü bir talebe mazhar olmaktadır. Bu o ürünün kullanım değeriyle ilişkilidir (Fuat, 1998: 248-49).

Quesnay'ın fiyata dair çeşitli tanımlarının olduğu ifade edilmektedir. Onun "satıcı fiyatı" olarak isimlendirdiği fiyat türü bunlardan bir tanesidir. Bu fiyat tüccarın çiftçiye ödemiş olduğu fiyatı ifade etmektedir. Quesnay'ın bahsetmiş olduğu bir diğer fiyat türü de "alıcı fiyatı"dır. Ona göre bu fiyat tüccar ile tüketici arasındaki alışveriş miktarını belirlemektedir (Fuat, 1998: 248-49).

3.3.2. Klasik İktisadi Düşünce

Kapitalist sistemin mevcut şekliyle kurumsallaşmasında teorileriyle ciddi katkılarda bulunmuş olan Adam Smith'in *Ulusların Zenginliği* adlı eserinin yayımlandığı 1776 yılı ile John Start Mill'in *Siyasal İktisadın İlkeleri (Principles of Political Economy)* adlı eserinin yayımlandığı 1843 yılı arasındaki dönemde Batı'da

gelişmiş olan iktisadi düşünce, Klasik İktisadi Düşünce olarak isimlendirilmektedir (İslatince, 2018: 59).

Klasik iktisadi düşüncenin ilkeleri, asıl olarak Fizyokratların anlayışından tevarüs etmekte ve Fizyokratlar Klasik iktisadi düşüncenin öncüleri olarak kabul edilmektedir. Klasik iktisadi düşünce aynı zamanda “serbestiye ekolü” olarak isimlendirilebilmektedir. Klasik iktisatçılar bu minvalde devletin ekonomiye müdahalesinin sınırlı olması gerektiğini savunurlar ve devleti bir bekçi konumuna indirgerler. Onlara göre devletin ekonomik akışa müdahalesi arttıkça görevleri artacak dolayısıyla masrafları da artmış olacaktır. Klasik iktisadi düşünürler devleti adeta bir hakem rolüne büründürür ve sadece gerekli durumlarda müdahaleye müsaade ederler. Nitekim Klasik iktisatçıların bu düşünceleri, iktisadi olaylara yön veren doğal yasalara inanmalarının neticesidir. Onlara göre fiziki dünyada var olan doğal düzen iktisadi olayların cereyanında da hâkim konumdadır (Ersoy, 2012: 217-18).

Klasik iktisadi düşünceye göre piyasa mekanizması doğal yasalara göre işlemektedir. Piyasaya yapılacak herhangi bir müdahalenin zararlı sonuçlar doğurması kaçınılmazdır. Eğer iktisadi sistem serbest rekabet mekanizmasına işlerlik kazandırır ise piyasada arz-talep dengesi sağlanmış olur (İslatince, 2018: 61-62).

Bu dönemin temsilcileri olarak addedilen iktisatçılar arasında; Adam Smith, Thomas Robert Malthus, David Ricardo, James Mill, John Stuart Mill, Nassu W. Senior ve J.E. Cairnes yer almaktadır.

3.3.2.1. Klasik İktisadi Düşünce Fiyat Oluşumu

Klasik okulun kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith *Ulusların Zenginliği* adlı kitabının ilk cildinde fiyat konusunu ele almaktadır. Smith toplumdan topluma ücret ve kârların oranlarının değiştiğini bunun da toplumun özelliklerinden kaynaklandığını belirtmektedir. Yine Smith fiyatları ikiye ayırmakta ve bunların doğal fiyat ve piyasa fiyatı olduklarını ifade etmektedir (Smith, 2017: 68-69).

Smith'e göre doğal fiyat bir ürünün piyasaya getirilebilmesi için ödenmesi icap eden ücret, toprak rantı ve kârın normal karşılığı olan üç bileşenden meydana gelmektedir. Adam Smith'in bu husustaki beyanatı şu şekildedir:

“Bir metanın fiyatı, toprak rantını, emek ücretini ve o metayı yetiştirmek, hazırlamak ve pazara götürmek için kullanılan mal mevcudunun kârını doğal oranlarına göre ödüyorsa ve buna yetecek miktardan ne az ne de çoksa, bu meta, doğal fiyatı adı verilebilecek bir fiyattan satılmaktadır. Bu takdirde meta değeri neyse ya da onu pazara getirene gerçekten kaç mal olmuşsa, tamı tamına o fiyattan satılır gerçi günlük konuşma dilinde maliyet fiyatı denilen şeye, bu metayı yeniden satacak olan kişinin kârı katılmaz, ancak o kişi bu metayı çevresindeki ortalama kâr oranını sağlamayacak bir fiyattan satarsa zarar edeceği açıktır; çünkü mal mevcudunu farklı bir biçimde kullanarak ortalama kâr elde edecektir. Üstelik bu kişinin karı, yani geçim kaynağıdır. Malları hazırlayıp pazara getirinceye kadar işçilerin ücretlerini ya da geçimlerini önceden peşin sağlaması gibi, aynı biçimde, kendisine de, mallarının satışından beklediği kara uygun olan geçimliği önceden ayırır. Dolayısıyla, bu mallar o karı sağlamazsa bunları satacak kişiye gerçekten mal oldukları söylenebilecek miktarı karşılamamışlar demektir. Bu nedenle satıcıya bu kârı sağlayan fiyat, her zaman bir satıcının bazen mallarını satabileceği en düşük fiyat olmasa bile, en azından tam bir serbestliğin bulunduğu bir yerde ya da satıcının işini dilediği kadar sık değiştirebildiği bir yerde, malını belli bir süre boyunca satmasının mümkün olduğu en düşük fiyattır.” (Smith, 2017: 68-69).

Adam Smith fiyat türlerinden ikincisi olarak piyasa fiyatından bahsetmektedir. Ona göre piyasa fiyatı, bir ürünün piyasaya getirilmesi suretiyle satıldığı fiyattır. Adam Smith bu husustaki görüşlerini şöyle aktarmaktadır:

“Bir metanın çoğu kez satıldığı fiili fiyata, piyasa fiyatı adı verilir. Bu fiyat, doğal fiyatın üstünde, altında ya da onun kadar olabilir. Her metanın piyasa fiyatı, pazara getirilmiş bulunan fiili miktarı ile o metanın doğal fiyatını, yani onu oraya getirmek için ödenmesi gerekli olan rant, emek ve kârın toplam değerini ödemeye hazır olanların oluşturduğu talep arasındaki orana göre belirlenir...” (Smith, 2017: 69).

“Demek ki, doğal fiyat,tüm meta fiyatlarının sürekli olarak çekimine kapıldıkları bir merkez fiyattır. Çeşitli aksaklıklar, bazen meta fiyatlarını, bu merkezin oldukça yukarısında tutabilir, bazen bu merkez fiyatın oldukça aşağısına düşürmeye zorlayabilir. Ancak, fiyatları, bu süreklilik ve denge merkezinde bulunmaktan alıkoyan engeller ne olursa olsun, fiyatlar sürekli olarak oraya doğru yönelirler.” (Smith, 2017: 71).

Klasik ekol düşüncesine mensup bir diğer düşünür olan Ricardo “Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri” adlı eserinin ilk bölümünde değer konusuna temas etmektedir. Konuya şu cümleyle başlamaktadır: *“Bir malın değerini ya da o mal karşılığında değişilecek malların miktarını, onu üretmek için gereken göreceli emek miktarı belirler; emeğe ödenen karşılığın çokluğu ya da azlığı değil”* (Ricardo, t.y.: 50).

Ricardo ortaya koymuş olduğu bu kuralın iktisatta çok büyük bir önem arz ettiğini belirtmektedir. Ona göre peyda olan birçok farklı görüş ve hata, kıymet kelimesine verilen farklı manalardan neşet etmektedir. Ricardo bu kelimeye dair yapmış olduğu yorumlarına Adam Smith’in “kullanım kıymeti” ve “değişim kıymeti”ne dair yaptığı ayrımı esas alarak başlamaktadır (Ricardo, t.y.: 50).

Ricardo, Smith’in bu husustaki görüşlerine yer verdikten sonra kendi görüşünü izah etmeye geçmektedir. Ona göre bir malın değişim değerine sahip olabilmesinin ilk şartı o malın faydalı olmasıdır. Eğer bir malın fayda sağlama fonksiyonu yoksa onun değişim değerinden bahsedilemez. Ancak Ricardo değişim değerinin belirlenmesi için faydayı tek şart olarak görmemektedir. O, malın kıtlık derecesinin ve üretimi için harcanan emek miktarının da belirleyici olduğunu belirtmektedir. Bu hususu şu şekilde açıklamaktadır:

“Öyleyse yararlılık, değişim faaliyeti için kesinlikle zorunlu olsa da, değişim değerinin ölçütü olamaz. Hiçbir işe yaramayan –başka deyişle, hiçbir bakımdan bize doyum sağlamayan– bir mal, bulunması ne kadar zor olursa olsun, elde edilmesi ne kadar emek miktarı gerektirirse gerektirsin, değişim değerinden de yoksun olur.Yararlılığa sahip mallar, değişim değerlerini iki kaynaktan alırlar: Az bulunur olmalarından ve elde edilmeleri için gerekli emek miktarından”(Ricardo, t.y.: 50)

Ricardo bazı malların değerlerini sadece kıt olmalarından aldığını ve bunların arzının artmasının, değerlerini düşürmeyeceğini ifade etmektedir. Ayrıca Ricardo bu malların değerlerinin emek miktarına bağlı olmadığını belirtmekte ve bunları da heykeller, tablolar, zor bulunan kitaplar vb. olarak zikretmektedir (Ricardo, t.y.: 51).

Ricardo'nun ilgili eserine müracaat edildiğinde değer kavramı ve fiyat kavramının birbirlerinin yerine kullanıldığı görülecektir. Dolayısıyla onun değer kavramına yüklediği anlam fiyat için de geçerli kabul edilebilir.

Ricardo fiyat kavramının temeline emek miktarını yerleştirmektedir. Yani bir şeyin ilk fiyatının emek miktarı olduğunu düşünmektedir (Ricardo, t.y.: 52). Smith, ilkel toplumlarda malın kıymetinin belirleyicisinin malın üretimi için harcanan emek olduğunu düşünürken Ricardo, bunu bir adım öteye taşıyarak özel mülkiyetin olduğu kapital toplumlarda da malın kıymetinin belirleyicisinin emek olduğunu ifade etmektedir (Fuat, 1998: 315).

Nassau Senior ise şimdiye kadar zikredilen görüşlerin aksine fiyatı belirleyici etkenin emek olduğu yargısından farklı olarak faydayı ön plana çıkarmaktadır. Senior faydanın fiyatları nasıl belirlediğine dair bir teori geliştirmemiştir. Ancak metaların faydalarının arkasında yatan nedenlerin gücüyle ve zayıflığıyla orantılı olarak mübadele edildiklerini ifade etmektedir (Hunt ve Lautzenheiser, 2016: 224).

John Stuart Mill'e göre bir ürünün değeri o ürünün ihtiyaca karşılık gelebilmesi ve bir gayeye hizmet edebilmesiyle ilişkilidir. Ona göre bir ürünün değeri iki sebepten kaynaklanmaktadır. Bu sebeplerden ilki o ürünün sağlayabileceği faydadır. Diğeri de o ürün üretilirken üreticilerin karşılaştıkları meşakkattir. Mill'in daha çok ürünlerin değişim değerleri üzerinde durduğu ve değer ile fiyat kavramlarını birbirinden ayırdığı görülmektedir. O, ilk iktisatçıların fiyat ile değer kavramlarını birbirinden ayırmadıklarını ve fiyat ile değeri aynı kabul ettiklerini ifade etmekte, kendisinin ise böyle düşünmediğini belirtmektedir. Ona göre fiyat eşyanın sadece para cinsinden ifade biçimidir. Ürünlerin değişim değerleri ise o ürünün diğer ürünler karşısındaki satın alma gücünü temsil eder (Mill, t.y.: 286-88).

Ürünlerin değeri ve fiyatı ayrımını yapan müellif değişim değerlerinin arz ve talep mekanizması sayesinde doğal değer etrafında oluşacağını belirtmektedir. Ona

göre doğal fiyat, genel olarak piyasaya arz edilen ürünlerin üretim maliyetine eşit olmaktadır. Müellifin değişim değeri olarak ifade etmiş olduğu şey de ürünlerin parasal veya fiyat değeridir (Ersoy, 2012: 307).

Jean Baptiste Say öncelikle ürün yani mal tanımlaması yapmakta ve ürün denilen şeyi, insanların değer biçmeyi kabul ettikleri şeyler olarak tanımlamaktadır. O, bir malın değerini oluşturan temel şeyin fayda olduğunu düşünmesine rağmen faydanın, değer oluşumunda tek etken olmadığını belirtmektedir. Hatta bazen bir ürünün faydasının yüksek olmasına rağmen değerinin olmadığını ifade etmekte ve su örneğini vermektedir. Suyun değersiz olma sebebinin, doğanın onu bize bolca ikram etmiş olmasından kaynaklı olduğunu kabul etmektedir. Say, zımnen bir malın değerini belirleyen faktörlerden birinin belki de en temel olanının talep olduğunu söylemekte ve elmas örneğini zikretmektedir. Ona göre elmasın bir faydası yoktur. Ancak insanların elmasa talebi vardır. İnsan eşyaların kendisine göre olan öneminin ve sahip olma isteğinin tek yargıcıdır. O bu şekilde değer belirlenmesinde talebin ve faydanın etkisine dikkat çekmiş olmaktadır (Say, 2017: 13).

Say fiyatı da gerçek ve nominal olmak üzere ikiye ayırarak ele almaktadır. Ona göre nominal fiyat herhangi bir ürün için ödenilen paraya denmektedir. Gerçek fiyat ise onun tanımlamasıyla *“Satın alınacak eşyanın fiyatını karşılamak için elde ettiğimiz değer”*dir. O, nominal değer ve gerçek değer arasındaki farkı şu örnekle açıklamaktadır:

“Bir çömlekçi, bir somun ekmek satın almak istiyor: onu elde etmek için, bir vazoyu satmak zorunda. Somunun fiyatı iki lira üzerine çıkarsa; bu iki liranın elde edilmesi için çömlekçi iki vazo satmak zorunda kalır ve ekmeğin değeri gerçektir. Eğer çömlekçi tek bir vazo satarak bu iki lirayı elde edebiliyorsa, ekmeğin fiyatı yalnızca nominaldir. Amortismanı uğramış paranın değeridir, ekmeğin kıymeti ise aynı kaldı.” (Say, 2017: 67).

Friedrich Von Wieser’in fiyat teorisi de değer teorisiyle iç içedir. O doğal değer teorisinden yola çıkarak bir fiyat teorisi ortaya koymuştur (Ersoy, 2012: 375).

Wieser, “doğal fiyatın” oluşabilmesi için dışarıdan herhangi bir müdahalenin gerçekleşmediği, dengeyi bozucu bir etkenin bulunmadığı ve mükemmeliyet derecesindeki doğal düzenin işlediği bir ortamın olması gerektiğini belirtmektedir. O

idealize ettiği doğal düzenin vuku' bulmayacağının farkındadır. Nitekim bütün toplumlarda ve bütün zamanlarda kurallara uymayan, ahlaki açıdan problemli olup hile ve üç kağı cılık peşinde koşan birilerinin olacağını, bunun da adil paylaşımı ve mübadele değerini etkileyeceğini düşünmektedir (Ersoy, 2012: 375).

3.3.3. Neoklasik İktisat

Günümüzde hakim iktisat anlayışı olan Neoklasik iktisadın önemli temsilcilerinden bir kaçı şöyledir; Leon Walras, William Stanley Jevans, Carl Menger ve Alfrad Marshall.

Neoklasik iktisadın iktisat literatüründe tanımlanması noktasında bir ittifakın olmadığı ve çok farklı tariflerin yapıldığı söylenebilir (Bilir, 2018: 661). Burada tanımlama noktasındaki tartışmalara girmeden Neoklasik iktisadın genel düşünce yapısını zikretmekle iktifa edilecektir.

Neoklasik iktisatta, Klasik iktisatta olduğu gibi bir görünmez el tasavvurunun mevcudiyetine rastlanmamaktadır. Bundan dolayı piyasada herhangi bir aksaklığın olması durumunda devletin müdahalesinin gerekliliği h kimdir (Umutlu, 2019: 36). Burada Neoklasik iktisadi düşüncenin fiyata bakışını anlayabilmek adına önemli görülen Carl Menger ve Leon Walras adlı iki düşünürü ele alınacaktır.

3.3.3.1. Neoklasik İktisat ve Fiyat Oluşumu

Carl Menger fiyatların, mübadelenin en temel özelliğinden olmamakla birlikte onların sadece mübadele faaliyetinin doğal bir tezahürü ve bireylerin ekonomileri arasındaki iktisadi bir dengenin belirtileri olduğunu ifade etmektedir (Menger, 2009: 129). O, fiyatları “Varlıkların bireylerin ekonomileri arasındaki dağılımlında iktisadi bir dengenin belirtileri” (Menger, 2009: 129) olarak ifade etmektedir. Carl menger bu şekilde fiyatı değerden ayırmış olmaktadır.

Carl Menger fiyat teorisi hakkında yazan yazarların, iki mal miktarı arasında bir eşitliğin varlığı kabul edilerek bu eşitliğin nedenlerini bulmaya çalıştıklarını belirtmekte ancak o, bu çabanın yersiz olduğunu ifade etmektedir. Menger, iktisatçıların bir mübadelenin meydana gelmesi esnasında değer değişimi olması hasebiyle bu değerleri eşitlemek  ğruna bir takım teoriler geliştirdiklerini kimisinin

emeği kimisinin maliyeti ön plana çıkardığını belirtmekte ancak o, iki mal miktarının değeri arasında objektif anlamda gerçek bir eşitliğin hiçbir mevcudiyetinin olmadığını ifade etmektedir (Menger, 2009: 129-30).

Walras Neoklasik iktisadi teörinin genel denge yaklaşımının öncüsü kabul edilmektedir. Walras'a göre piyasada bulunan bütün fiyatlar ve miktarlar bir arada belirlenir. Bu da ekonomiyi bir piyasalar bütünü olarak tasavvur etmesinden kaynaklanır. Böylece piyasaların aynı anda denge analizinin yapılması durumu hâsıl olur (Serdaroğlu, 1997: 52).

Ona göre bir piyasada arz fazlası varsa, bu, o malın fiyatının düşmesine yol açacaktır. Fakat bu, o piyasadaki fazlanın ortadan kalkması için yeterli değildir. Zira bir malın arz veya talebi, sadece o malın değil, sistemdeki diğer malların da fonksiyonudur. Bu bağlamda genel denge yaklaşımında, bir piyasada dengesizlik, Walras yasası gereğince ancak ve ancak diğer bazı piyasalarda da dengesizlik olması durumunda söz konusudur. Bu nedenle, dengesizlik durumunda birden fazla fiyat değışecektir (Serdaroğlu, 1997: 52).

Walras'a göre piyasada bir dengenin oluşması icap eder. Bu dengenin de "mezat tellalı" olarak isimlendirdiği soyut bir müdahaleci tarafından gerçekleştirilir. Walras'ın yapmış olduğu bu soyutlama faaliyetine göre iktisadi aktörler ellerindeki mallarla piyasaya gitmekte ve mezat tellalı da piyasada onlara bir fiyat teklifinde bulunmaktadır. İktisadi aktörler mezat tellalının önerdiği fiyattan satacakları veya alacakları miktarı belirtirler. Mezat tellalının fiyatı değıştirme faaliyeti arz-talep arasındaki denge sağlanana kadar devam eder (Serdaroğlu, 1997: 52-53).

Walras'ın genel denge modeli olarak ifade etmiş olduğu sistemde bir mezat tellalı mevcut ve bu mezat tellalının varlığı bir el yordamı sürecini zorunlu kılmaktadır. Bahsedilen el yordamı süreci piyasada arz ve talep dengesini sağlayan, ürünlerin ve hizmetlerin bir tellal tarafından alış ve satış isteklerinin alınıp mübadele işleminin gerçekleşmesini sağlayan bir süreçtir (Kishtainy ve Abbot, 2016: 121-22; H. Özel, 2013: 88).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KELÂMCILARIN VE MODERN İKTİSATÇILARIN GÖRÜŞLERİNİN MUKAYESESİ

Çalışmamızın ikinci bölümünde kelâm kaynaklarında fiyatların oluşumuna dair ayrıntılı malumat verilmiş ve müelliflerin görüşleri aktarılmıştır. Üçüncü bölümde ise modern iktisadın fiyata dair beyanatları iktisadi ekoller bazında ele alınmıştır. Bu bölümde ise ikinci bölümde genişçe izah edilmiş olan kelâmcıların fiyata dair görüşleri iktisadi olarak değerlendirme cihetine gidilecektir. Kelâmcıların fiyata dair beyanatlarını değerlendirirken çoğunlukla modern iktisat ile karşılaştırma yapılacaktır.

4.1. Fiyat Tanımları Açısından Mukayese

Kelâm kaynaklarında fiyat kavramının kelâmcıların mezhep görüşlerine paralel bir şekilde tanımlandığını söylemek mümkündür. Nitekim Ehl-i sünnet kelâmcıları fiyat kavramını fiyatın her halükarda Allah’a izafe edilmesi gerektiği düşüncesinden hareketle açıklamışlardır. Ayrıca onların ortaya koymuş oldukları fiyat tanımlarının “her türlü fiyat”ı kapsadığını söylemek mümkündür. Ehl-i sünnet kelâmcılarından Cüveynî’nin fiyat tarifi, varlıkların bedellerinin miktarlarının tespit edilmesi şeklindedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere Ehl-i sünnet kelâmcıları tarafından fiyatın belirlenim usulüne yönelik herhangi bir beyanatta bulunulmamıştır. Yani fiyatların müdahale veya piyasada rızalaşma yollarından biriyle oluşmasına yönelik bir açıklamanın olmadığı görülmektedir. Buradan hareketle Ehl-i sünnet kelâmcılarının fiyatlara müdahale edilme veya edilmeme konusuna girmedikleri, konuyu teorik düzlemde ele aldıktan sonra fiyat her ne şekilde oluşmuşsa oluşsun bunun sebebinin Allah olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Modern iktisadın ürünlerin kullanım değerleri ve değişim değerleri olmak üzere bir ayırım yaptığı görülmektedir³ (Marx, 2010: 27; Proudhon, 2012: 62). Ehl-i sünnet kelâmcılarının fiyat tanımlarında modern iktisadın kullanım değeri ve değişim

³ İktisadi düşüncede kullanım ve değişim değeri kavramlarının Marx’a gelene kadar bütün iktisat düşünürleri tarafından kullanıldığını söylemek mümkündür (Bocutoğlu, 2012).

değeri tasniflerini kapsayıcı tanımların yapıldığını söylemek mümkündür. Onların kullanım değerini, fiyatı etkileyen bir unsur olarak gördükleri, biyolojik ve fizyolojik unsurların içerisinde mezcettikleri söylenebilir. Nitekim Quesney de kullanım değerini fiziksel özelliklere bağlı olarak tanımlamakta ve ürünün fiziksel özelliklerine göre insanların belli ihtiyaçlarını karşılayabilmesini ve bu sebepten ötürü bir talebe mazhar olmasını, o ürünün kullanım değeriyle ilişkili olarak değerlendirdiği görülmektedir (Fuat, 1998: 248-49). Ancak kelâmcıların genel anlatımlarından, onların bir ürünün kullanım değerinden ziyade değişim değerine odaklandıkları görülmektedir. Kelâmcıların, kullanım değerinin subjektifliğini düşünmeleri nedeniyle ona ayrıca değinme ihtiyacı hissetmedikleri belirtilebilir. Onların fiyatı, değişim değerini esas alarak tanımladıklarına örnek olarak Teftâzânî'nin fiyat tanımı gösterilebilir. O, fiyatı varlıkların değişim bedellerinin belirlenmesi olarak tanımlamaktadır (Teftâzânî, 1912: 96). Tanımda yer alan bey' "بيع" kavramının sözlük anlamı hem alımı hem satımı kapsayacak niteliktedir (Râzî, 1979: 327). Bu nedenle bu kavram, tanıma hem alımı hem de satımı kapsayacak şekilde mübadele işlemleri neticesinde gerçekleşecek değişim olarak yansımıştır. Ehl-i sünnet kelâmcıları mübadele işlemleri esnasında iktisadi aktörlerin üzerinde anlaştığı şeyin fiyat olduğunu belirtirler. Onlar mübadele işlemlerinde değer eşitlemesini esas almadıkları gibi değişilen şeylerin faydası üzerinde de durmazlar. Bu da onların değişim bedelini esas aldıklarını gösteren bir durum olarak değerlendirilebilir (Cürcânî, t.y.: 192). Ehl-i sünnet kelâmcılarının değişim bedelini esas aldıklarını gösteren bir diğer unsur da konuyu işlerken benimsemiş oldukları genel yaklaşımlarıdır.

Mu'tezile'den Kâdî Abdülcebbâr ise daha önce zikredildiği üzere fiyatı, karşılıklı rızalaşma neticesinde varlıkların değişim bedellerinin belirlenmesi olarak ifade etmiştir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 55). Tanımda geçen "karşılıklı rızalaşma" ifadesine göre varlıkların takdir edilen bedellerinin fiyat olarak tanımlanabilmesi için belirlenen bedelin sadece karşılıklı rızalaşma yoluyla gerçekleştirilmiş bir değişim işlemi (alış-veriş) sonucunda olması şartı koşulmuştur. Aynı şekilde karşılıklı rızalaşma faaliyetinin gerçekleştirileceği iktisadi aktörlerde bir kısıtlamanın olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla iktisadi aktörler ister gerçek ister tüzel kişiler olsun

karşılıklı rızalaşma yoluyla takdir etmiş oldukları bedel, fiyat olarak isimlendirilebilir. Yine bu kayıttan hareketle devlet müdahalesiyle belirlenmiş veya başka bir nedenden dolayı serbest bir şekilde belirlenememiş olan bedelin fiyat kapsamına girmeyeceği anlaşılmaktadır.

Kâdî Abdülcebbâr'ın fiyat tanımında yer alan bu önemli ayrıntıyı netleştirmek adına telef edilen mallar örneğini verdiği görülmektedir. Ona göre telef edilen malların bedellerinin belirlenmesinin fiyat olarak addedilme imkânı yoktur. Çünkü bu belirlenimde tarafların rızasına başvurulmamakta dolayısıyla rıza gerçekleşmemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 55). Kâdî Abdülcebbâr'ın bu örneği günümüze uyarlandığında mahkemece belirlenmiş bilirkişinin raporu neticesinde yapılan bedel takdirinin fiyat olarak tanımlanamaması olarak ifade edilebilir. Müellifin fiyat hususundaki bu yaklaşımının iktisat düşünürlerinden Cantillon'un fiyat oluşumuna dair yaklaşımına çok yakın olduğu söylenebilir. Nitekim Cantillon fiyat ve değer kavramlarını piyasada oluşup oluşmamasına göre değerlendirmekte ve buradan hareketle ciddi bir ayrım yapmaktadır. Ona göre fiyatın ve değerın piyasada arz ve talebe göre oluşması neticesinde ortaya çıkan piyasa fiyatı ve piyasa değeri gerçek fiyatlardır. Daha açık ifade edilecek olursa Cantillon piyasada oluşan fiyat ile fiyat kavramını ve piyasada oluşan değer ile değer kavramını birbirinden ayırmaktadır (Hülsmann, 2001: 4-5).

Kâdî Abdülcebbâr'ın tanımında dikkat çeken bir diğer nokta “bedel” kavramıdır. Onun bu kavramı hangi anlamda kullandığı müphem kalmıştır. Bundan dolayı bedel kavramının iki şekilde anlaşılması mümkündür.

Bedel kavramının olması muhtemel birinci anlamı, sözlük manasına uygun olarak “ıvaz” kavramı gibi varlıkların değişimi esnasında varlık karşılığında alınan her türlü şey olmasıdır (Aybakan, 2020: 488). Yani bu karşılık ister para birimi cinsinden olsun ister başka bir türden olsun değişim esnasında verilen her türlü şeyi ifade eder (Feyûmî, t.y.: 39). Muhtemel olan ikinci anlamda ise bedel, fiyatın aksine varlıkların karşılığında verilen gerçek fiyattır. Kâdî Abdülcebbâr'ın görüşlerini bu konu çerçevesinde değerlendiren birçok kimse onun, fiyatı insanların mübadele işlemleri neticesinde gerçekleşen piyasa fiyatı ve satılan varlığın gerçek karşılığı olan gerçek fiyat olmak üzere ikili bir tasnife tabi tuttuğunu ifade etmiştir (Geçit, 2001:

113). Ancak kavramın hem sözlük anlamı itibariyle hem de müellifin ilgili eserinde getirdiği izah dolayısıyla ikinci anlama hamledilmesi pek mümkün gözükmemektedir. Bu sebeple bedel kavramının varlık mukabilinde alınan her türlü karşılık olarak değerlendirilmesi daha uygun düşmektedir.

Benzer muhtemel manalara gelecek bir diğer kavram “semen”dir. Müellif fiyat ile semen kavramının birbirinden farklı olduğunu beyan ettikten sonra semen kavramını “satılan ürün karşılığında hak edilen şey” olarak tanımlamıştır (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746). Semen kavramı sözlük manasından hareketle hem bedel kavramı gibi herhangi bir karşılık olarak hem de satılan ürünün karşılığının para cinsinden ifadesi olarak anlaşılabilir.

Müellifin fiyat hususundaki görüşlerini değerlendiren bazı kimseler bedel kavramı gibi semenin de bir ürünün gerçek fiyatı manasına geldiğini belirtmişlerdir (Bardakçı, 2010: 115).

Kanaatimizce bedel ve semen kavramları için gerçek fiyat ilişkilendirmesi uygun olmayıp, hem kavramların sözlük manaları hem de müellifin onları izah biçimi birincisinin her türlü karşılık, ikincisinin ise para birimi cinsinden karşılık olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Semen kavramına, satılan ürünün para birimi cinsinden karşılığı olduğuna dair getirilen yorumun modern iktisadın fiyat tanımıyla uyuştugu gözükmemektedir. Modern iktisadın mutlak fiyat tanımı şu şekildedir:

“Herhangi bir mal veya hizmetin bir biriminin elde edilebilmesi için ödenen bedel; mal ve hizmetlerin para birimi ile ölçülen değişim değeri. Bu çerçevede bir mal veya hizmetin piyasadaki bir biriminin parasal ifadesine mutlak fiyat denir.” (Demir ve Acar, 1992: 136).

İktisat düşünürlerinden Mill’in de fiyat kavramına yaklaşımının bu çerçevede olduğu görülmektedir. Ona göre fiyat, sadece eşyanın para cinsinden ifade biçimidir. Ürünlerin değişim değerleri ise o ürünün diğer ürünler karşısında satın alma gücünü temsil eder (Mill, t.y.: 286-88). Mill’in fiyat için yapmış olduğu bu tanım Kâdî Abdülcebbâr’ın semen kavramına tekabül etse de fiyat kavramını karşılayamamaktadır. Kâdî Abdülcebbâr’ın fiyat tarifi nispeten onun değişim

değeriyle ilişkilendirilebilir. Mill de değişim değerinin bir ürünün diğer bir ürün karşısındaki satın alma gücünü temsil ettiğini belirtmektedir. Kâdî Abdülcebbar'ın değişim değerine fiyat kavramını semen kavramından farklı görmek suretiyle işaret ettiği söylenebilir.

Semen ve bedel kavramlarının satımı yapılan ürünün her türlü karşılığı şeklinde değerlendirilmesinin modern iktisadın nispi fiyat anlayışıyla kısmen paralellik gösterdiği söylenebilir. Modern iktisadın nispi fiyat tanımı “bir mal veya hizmetin piyasadaki bir biriminin başka bir mal veya hizmetin fiyatı cinsinden ifadesi” şeklindedir (Demir ve Acar, 1992: 136). Yani herhangi iki ürünün fiyatının birbirine oranını ifade eder (Dinçer, 2018: 10).

4.1.1. Gerçek Değer

Kelâm kaynaklarında fiyat kavramı irdelenirken genellikle mübadele işlemleri sonucunda oluşan fiyatın esas alındığı görülmektedir. Kimi müellifler tarafından bu durum fiyat kavramının tanımına aksettirilmek suretiyle karşılıklı rızalaşma şartı ön plana çıkarılmıştır. Bazı müellifler ise fiyatın belirlenimi hususunda net bir tutum göstermemişler ve bu konuyu iktisadi hayatın asıl yönlendiricisini tespit etmeye yönelik ele almışlardır. Kanaatimizce kelâmcıların, ürünlerin gerçek fiyatları hususunda herhangi bir beyanatlara olmamış zımni olarak bunun sübjektif olduğunu düşünmüşlerdir. Ancak kelâmcıların fiyata yaklaşımlarını değerlendiren bazı araştırmacılar bir yanılgıya düşerek özellikle Kâdî Abdülcebbar'dan hareketle onların gerçek değer ve piyasa değeri ayrımı yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu değerlendirmeyi ele almadan evvel gerçek değer kavramının modern iktisat literatüründeki yerini hatırlatalım.

Modern iktisatta gerçek değer kavramı ile fiyat arasında bir ayrım yapılmış olup bunların birbirinden farklı olduğu söylenmiştir. Fiyatı piyasada üzerinde anlaşılan bedelin para cinsinden ifadesi olarak tanımlayan modern iktisadın değer kavramı hususunda bir ittifak oluşturmadığı görülür. Buradan hareketle modern iktisatta değere dair farklı teorilerin geliştirildiği söylenebilir.

Bahsedilen değer teorilerinden birincisi “emek-değer” teorisidir. Bu yaklaşıma göre bir ürünün değeri onun üretiminde sarf edilen emek miktarına

bağlıdır. İkincisi ise “marjinal fayda” olarak ifade edilmiş olan marjinal değer teorisidir. Üçüncü değer teorisi de ürünlerin veya hizmetlerin üretim faktörleri açısından değerlendirilmesi gerektiğini ifade eden “üretim maliyeti” teorisidir (Gözen, 2019: 377).

Aslında değer teorisine dair bütün tartışmaların temelinde, bir mübadele işleminde yapılan değişim esnasında, değişilen ürünlerin değerini birbirine eşitleme ve adil bir paylaşımın oluşmasını sağlama amacı vardır (Küçükkalay, 2017: 13). Gerçek değer kavramına bu açıdan bakıldığında konunun iktisadi önemi daha net anlaşılabilir.

Türkçe literatürde kelâm kaynaklarında fiyat konusunu ele alan ilk kişi olan kelâm profesörü Şerafettin Gölcük, Kâdî Abdülcebbâr’ın fiyat konusunu ele alırken gerçek değer kavramına değindiğini ifade etmiştir. Yazar bir makalesinde Kâdî Abdülcebbâr’ın eserlerinde iki türlü fiyattan bahsettiğini belirtmiştir. Ona göre Abdülcebbâr insanlar arasında gerçekleşen değiş-tokuş işlemi neticesinde vaki olan fiyat -ki bu piyasa fiyatı olarak isimlendirilir- ve satılan şeyin gerçek karşılığı olan fiyat -bu da bir ürünün gerçek fiyatıdır- olmak üzere iki çeşit fiyat ortaya koymuştur (Gölcük, 1982: 25).

Daha sonra başka araştırmacılarca hem makale hem de tez düzeyinde ele alınan bu konu Gölcük’ün yapmış olduğu gibi hatalı bir şekilde ele alınmış olup semen kavramı, gerçek fiyat olarak değerlendirilmiştir (Yıldırım, 2006: 45). Nitekim Kâdî Abdülcebbâr’ın konuya dair yaklaşımını izah eden Sefa Bardakçı, onun fiyat ve semen kavramları arasında bir ayrım yaptığını söylemektedir. Bardakçı’ya göre Kâdî Abdülcebbâr fiyatı, insanlar arasında meydana gelen bir alım satım faaliyetinin sonucu olarak görmekte ve Allah’ın kazâ ve kaderiyle ilişkilendirmektedir. Yine Bardakçı, Kâdî Abdülcebbâr’a göre semenin malın gerçek değerini ifade eden bir kavram olduğunu ve semen kavramının fiyat kavramı gibi düşüklük ve yükseklikle vasıflandırılmayacağını ifade etmektedir (Bardakçı, 2010: 115). Bardakçı’nın beyanatları şu şekildedir:

“Fiyat, insanlar arasında alış verişin sonucudur. Müdâhale olmadığında Allah’ın takdir ve kazâsıyla gerçekleşmektedir. İnsanlar her zaman ürünün gerçek değerinde alış veriş yapamayabilirler. Para olarak adlandırılan semen

satılan malın karşılığındaki gerçek değerdir. Fiyat, yüksek veya düşüklükle tavsif olunur. Buna bağlı olarak mal, pahalı veya ucuz değerlendirmesine tâbidir.” (Bardakçı, 2010: 115).

Kâdî Abdülcebbâr'ın yapmış olduğu fiyat tasniflerini değerlendiren bir diğer kişi ise Mehmet Yıldırım'dır. Yıldırım da Bardakçı'nın yapmış olduğu açıklamalara yakın bir izah getirmektedir. Ona göre Kâdî Abdülcebbâr fiyatı insanlar arasında yapılan alışveriş sırasında meydana gelen fiyat ve satılan ürünlerin mukabilinde verilen gerçek fiyat olmak üzere ikiye ayırmaktadır (Yıldırım, 2006: 45).

Araştırmacıların bedel ve semen kavramlarını gerçek değer olarak değerlendirmeleri müellifin asıl kastına uygun düşmemektedir. Müellif, bedel kavramını *Muğni*'de açık bir şekilde ürünlerin para birimi cinsinden karşılığının ifadesi olarak değerlendirirken semen kavramını da her türlü karşılık olarak ifade etmiştir. Nitekim gerçek değer ifadesi lügat açısından bu iki kavramdan ziyade “kıymet” kavramına tekabül etmektedir. İlk bölümde de açıklandığı gibi semen ve bedel kavramları lugavî açıdan sabit bir değeri ifade etmemektedirler.

Daha önce ifade edildiği gibi kelâmcılar gerçek değer ve gerçek fiyat kavramlarına değinmemişlerdir. Onlar zımni olarak bu kavramların hakikatlerinin sadece Allah tarafından bilinebileceğini belirtmişlerdir. Kelâmcıların üzerinde durdukları husus piyasanın suni etkilerden arındırılarak doğru ilkelere göre işlemesi olduğu söylenebilir (Melâhimî, 2007: 291). Piyasa suni etkilerden arındırılmış bir şekilde işlediği takdirde adil bir fiyatın ortaya çıkacağı belirtilebilir. Nitekim Hz. Peygamber fiyatlara müdahale etmesi talep edildiğinde bunu reddederken “*ben hiç kimsenin malını gönül rızası olmadan alıp başkasına vermeden Allah'a kavuşmak istiyorum*” (Ebû Dâvûd, t.y.: 272 No:3450) şeklinde kullandığı ifade gerçek değer ve gerçek fiyat kavramlarına işaret olarak alınabilir. Ancak bireyler veya kurumlar açısından bunun bilinebilirliği mümkün gözükmemektedir. Hz. Peygamber'in bu nedenle sadece piyasanın suni etkilerden arındırılması üzerinde durduğu görülmektedir. Nitekim fiyatların yüksek olma durumlarında da gerçek değer ve gerçek fiyat kavramlarının ortaya çıktığı söylenebilir. Hz. Peygamber'in fiyatlar yüksek olmasına rağmen müdahaleyi reddetmesi bu bağlamda değerlendirilebilir. Kelâmcılar da aynı tavrı sergilemiş ve pahalılığın da -eğer piyasaya suni bir

müdahale neticesinde oluşmamışsa- nimet olarak değerlendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Neoklasik iktisatçılardan Carl Menger de değerin objektif olarak belirlenmesinin mümkün olmadığını belirtmektedir (Menger, 2009: 129-30). Bizim burada savunduğumuz şey ise bu kavramların var olduğu ve ancak iktisadi faaliyetlerimizi nassların koyduğu ölçüler çerçevesinde gerçekleştirdiğimiz takdirde ortaya çıkacağıdır. Piyasanın şartları oluşmasına rağmen fiyatların yükseldiğine müşahit oluyoruz. Bu durumun imtihan gereği olduğu ve ne insanların ne de toplumların herhangi bir kusurlarından kaynaklanmadığı ifade edilmektedir

4.1.2. Ucuzluk ve Pahalılık

Fiyat kavramına bazı kelâmcıların müstakil bir tanım getirmeden onun ucuzluk ve pahalılıktan ibaret olduğunu belirtmekle yetindikleri görülmektedir. Daha ziyade Ehl-i sünnet kelâmcılarında görülen bu yaklaşım tarzı fiyat kavramının esas unsurlarını bu iki kavramın oluşturduğunu göstermektedir. Bu kavramların bazı kelâmcılar tarafından müstakil bir şekilde tanımlandığı da tespit edilmektedir. Ucuzluk ve pahalılık kavramlarının Ehl-i sünnet, Şîa ve Mu'tezile kelâmcıları tarafından ortak bir tarife tabi tutulduklarını ifade etmek mümkündür. Kelâm kaynaklarında ucuzluk ve pahalılık için yapılan tanım şu şekildedir: Ucuzluk bir varlığın belli bir vakitte ve belli bir zamanda cari olan (mutat) fiyatının altına düşmesidir. Pahalılık ise bir varlığı, bir belde belli bir vakitte mutât olan fiyatından daha yükseğe satmaktır (Hüseyini, 2002: 866).

Kelâmcıların fiyatların ucuzluk ve pahalılığını mutlak iyi ve mutlak kötü olarak algılamadıkları söylenebilir. Nitekim onlar ucuzluğun insanların lehine olması gibi pahalılığın da Allah tarafından olması halinde insanların maslahatı için olabileceğini belirtmişlerdir (İsfahânî, 2012: 1025; Melâhimî, 2007: 291). Bu yaklaşımın modern iktisatta genel bir yaklaşım olduğunu söylemek mümkün olmasa da aynı yaklaşımı sergileyen iktisatçıların olduğu söylenebilir. Nitekim Bastiat iyi fiyat ve kötü fiyat ayrımı yapmakta ve her pahalı fiyatın kötü olamayacağını her ucuz fiyatın da iyi olarak kabul edilemeyeceğini ifade etmektedir (Kalkan, 2007: 75).

Modern iktisat kaynaklarında, fiyat kavramı için genel olarak bir tanımlama yapılırken ucuzluk ve pahalılığın kelâm kaynaklarında olduğu gibi spesifik bir şekilde tanımlanmadığı görülmektedir (Kiremit, 2020).

Kelâmcıların ucuzluğun ve pahalılığın daha doğru değerlendirilebilmesi için koymuş oldukları “belli bir zaman ve mekân” şartının modern iktisadın “ceterius paribus” kavramıyla belli yönlerden kıyaslanmasının mümkün olduğu görülmektedir.

Ceterius paribus kavramı genellikle talep kanunu tanımlanırken kullanılan ve diğer bütün durumlar eşit olduğu manasına gelen iktisadi bir kavramdır (Korkmaz, 2020: 7). Bu kavram kelâmcıların ucuzluğun ve pahalılığın değerlendirilebilmesi adına koştugu zaman ve mekân şartıyla paralel manada yorumlanabileceği gibi birbirlerine zıtlık teşkil edecek şekilde de anlaşılabilir. Birbirine paralel olduğu şekilde anlaşılması, zaman ve mekân şartının tıpkı ceterius paribus anlayışı gibi bazı verilerin sabit kabul edilmesi şeklinde yorumlanabilir. Nitekim bu belli bir zamanın ve mekânın şartları dışındaki diğer faktörlerin etkisinin kabul edilmemiş olması şeklinde ifade edilebilir.

Kelâmcıların koymuş oldukları mekân ve zaman şartı yukarıda ifade edildiği gibi ceterius paribusa aykırı olarak yorumlanabilir. Bu da onların belli bir zaman ve mekân şartını koşarken o mekânın ve zamanın bütün şartlarının dikkate alınması gerekliliği düşüncesinden hareketle söylenebilir. Çünkü onların zaman ve mekân şartını koşmalarının temel sebebi, bölgesel ve zamansal bazda etkili olacak faktörlerin dışlanmaması olgusu olabilir.

Kanaatimizce yapılan ikinci yorum daha makul görünmektedir. Çünkü Kâdî Abdülcebbar’ın zaman ve mekân şartı diğer etkenlerin sabit tutulmasından ziyade sadece bir ürünün o zamandaki ve mekândaki genel fiyat düzeyini esas almakta ve o ürünün ucuzluk ve pahalılığının değerlendirilmesi gerektiği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Koşulan zaman ve mekân şartını bu şekilde anlamak gerçeklikten uzak, farazi bir iktisat anlayışının aksine daha gerçekçi vakıasal bir iktisat perspektifi sunmakta ve hayattan kopuk olmayan zemine oturan bir değerlendirme sistemini öğretmektedir.

4.2. Piyasa Kavramı ve Piyasa Türleri Açısından Mukayese

Kelâmcıların doğrudan bir piyasa tanımı yaptığını söylemek mümkün değildir. Ancak ortaya koymuş oldukları bazı şartlardan hareketle onların zihinlerindeki piyasayı anlamak mümkündür. Kelâmcılara göre piyasa belli bir mekânda ve zamanda insanların bir araya gelerek iktisadi faaliyette bulunması olarak ifade edilebilir (Hüseyini, 2002: 866). Onların yapmış oldukları piyasa tanımı modern iktisadın piyasa tanımına nazaran daha kısıtlı gözükmektedir. Çünkü onların tasavvurunda bulunan piyasa tanımında mekân şartı bulunmaktadır. Ancak günümüzde piyasaların sadece mekân baz alınarak tanımlanması pek mümkün gözükmemektedir.

Nitekim modern iktisat terminolojisinde piyasanın, belirli malların veya hizmetlerin alışverişinin yapıldığı yer olarak tanımlanması klasik tanım olarak aktarılmaktadır. Bu tanımın da günümüzde bazı piyasaların herhangi bir yere ihtiyaç duymadan iktisadi aktörlerin bir araya gelerek buluşma ve iktisadi faaliyette bulunma biçimini kapsadığı belirtilmektedir (Eğilmez, 2016a: 57). O dönemde kelâmcıların tasavvurunda bulunan piyasa anlayışında Klasik iktisadın piyasa tanımında olduğu gibi belli bir yer algısı varsa da bugün bu tanımı genişleterek anlamakta herhangi bir sakınca görülmemektedir.

Kelâmcıların piyasa türlerine yönelik de doğrudan bir açıklamaları tespit edilememiştir. Bununla birlikte ortaya koydukları bazı şartları ve piyasada cari olan bazı davranışları onaylar veya reddeder tarzdaki yaklaşımları, benimsedikleri piyasa türlerine açıklık getirmektedir. Bu çerçevede onların benimsedikleri piyasa türleri modern iktisadın piyasa türleriyle karşılaştırmalı bir şekilde ele alınacaktır.

Modern iktisat literatüründe çeşitli piyasaların mevcut bulunduğu ve bunların ayrı ayrı tanımlarının ve şartlarının olduğu ifade edilebilmektedir. Modern iktisatta başlıca piyasa çeşitleri şunlardır: 1. Tam rekabet piyasası 2. Monopolcü (tekelci) rekabet piyasası 3. Oligopol piyasası 4. Monopol (tekel). Bu piyasa türlerinin hepsi ayrı ayrı tanımlanıp değerlendirilmek yerine konuyla ilgili olduğu düşünülen piyasa türleri ele alınacaktır.

4.2.1. Rekabetçi Piyasa

Daha önce belirtildiği gibi kelâmcıların piyasa türlerine yönelik doğrudan bir tanımlamaları olmamakla birlikte onlar, fiyat konusunu işlerken satır aralarında bu konuya dair bir şema çizmişlerdir. Bu hususta en net açıklamaların Mu‘tezile kelâmcısı Kâdî Abdülcebbâr’a ait olduğu söylenebilir. Bu nedenle kelâmcıların piyasa türlerine yönelik yaklaşımları incelenirken daha çok onun eserlerinden istifade edilecektir. Kâdî Abdülcebbâr tabiri caizse piyasaları oluşum şekillerine göre açıklayarak bize bir rekabet piyasası sunmaktadır. Mesela oligopol-oligopson piyasasından ve devletin müdahale etmiş olduğu piyasadan bahseder. Kâdî Abdülcebbâr piyasa türlerinden isim vermeden bahsederek bu piyasaların dışında kalan piyasanın serbest rekabetin mevcut olduğu piyasa olduğuna işaret etmektedir. İşaret edilen bu piyasa mal akışı kısıtlamasının olmadığı, piyasaya mal getirenin engellenmediği ve piyasaya dair bilgi almasının önlenmediği, insanların bir grup oluşturmak suretiyle malı belli bir fiyat üzerinden satmaya anlaşılmadığı ve devlet başkanının herhangi bir zorlama neticesinde bir fiyat belirleme cihetine gitmediği piyasa türüdür (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 57-58). Nitekim Kâdî Abdülcebbâr öngörmüş olduğu piyasa türüne netlik kazandıran bir rivayet de nakletmektedir. O, Hz. Peygamber’in “telâkki’r-rûkbân” (yani dışarıdan bir bölgeye bir şehre mal getirenin yolda karşılanıp pazara varmadan malının satın alınması.) olayını nehyetmesiyle ilgili rivayete ve “insanları bırakın ki Allah onları birbirleriyle rızıklandırsın” rivayetine yer vermektedir.

İlk bölümde ele alınan bu rivayetlerden genel olarak şunlar anlaşılabılır; piyasanın suni fiyat artışından arındırılmasının ve serbest rekabeti engelleyici unsurların ortadan kaldırılmasının gerekliliği hedeflenmektedir. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi adına da bazı tedbirlerin alınması icap etmektedir. Şehirde yaşayan tacirin şehir dışından ürün getiren üreticilerin piyasada cari olan fiyatları öğrenmelerine imkân tanımadan onları yolda karşılamak suretiyle ellerinde bulunan ürünleri düşük bir meblağdan alarak daha yüksek meblağ ile satmasının (telakki’r-rûkbân) engellenmesi bahsedilen tedbirlerden bir tanesi olduğu söylenebilir (Kallek, 2000: 560-65; Khan, 2017: 159-60). Kâdî Abdülcebbâr da bu rivayetleri aktararak tasavvur etmiş olduğu rekabetçi piyasa türünü benimsediğini belirtmiş olmaktadır.

Modern iktisatta ise ideal bir piyasa türü olarak tam rekabet piyasası anlayışı mevcuttur. Modern iktisadın tam rekabet piyasası tanımını şu şekildedir:

“Aynı ürünü aynı fiyattan satan çok sayıda firmanın yer aldığı piyasa türü. Firmalar piyasa fiyatını etkilemeyecek kadar küçük oldukları için ‘fiyat alıcısı’ olarak adlandırılır. Çok sayıda alıcının da olduğu piyasada yeni firmaların piyasaya girişi önünde engel yoktur. Alıcı ve satıcıların tümü piyasa hakkında tam enformasyona sahiptir.” (Ison ve Wall, t.y.: 115).

Modern iktisadın tam rekabet piyasasının tanımında koşulan şartların tam sağlanmasının olanaksız denilebilecek kadar zor olduğu ifade edilmekte ve bu şartlardan biri veya bir kaçının gerçekleşmemesi halinde de oluşan piyasanın tam rekabet piyasası olarak tanımlanamayacağı bunun aksak rekabet piyasası olarak telakki edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Dinler, 2006: 76).

Kâdî Abdülcebbâr’ın öngördüğü piyasa türünde bazı aksaklıkların olacağı kabul edilmekte ve bu aksaklıkları giderme noktasında bazı adımların atılması hedeflenmektedir. Ona göre bir piyasada mevcut olan aksaklıklar genel bir zarar noktasına ulaşmadıkça piyasanın rekabetçi vasfı zedelenmiş olmamaktadır. Eğer zarar genel boyuta ulaşacak olursa devlet başkanının müdahalesi olmalıdır. Bu açıdan onun öngörmüş olduğu piyasada bütün noksanlıklardan münezze bir yapının olmayacağı aşîkârdır.

4.2.2. Oligopol ve Oligopson Piyasa

Kâdî Abdülcebbâr’ın fiyat konusu bağlamında oligopol ve oligopson piyasa türlerine değindiği görülmektedir. Müellifin bu iki piyasa türüne getirdiği izahın daha iyi anlaşılabilmesi açısından öncelikle modern iktisattaki tanımları ele alınacaktır.

Oligopol piyasanın modern iktisattaki tanımını şu şekildedir: “Bir malın çok sayıda alıcısı karşısında sınırlı sayıda satıcısının bulunduğu; arzın az sayıda firma tarafından kontrol edildiği ve firmaların karar alma süreçlerinin birbirine bağımlı olduğu piyasa türü” (Demir ve Acar, 1992: 270).

Oligopson ise bir ürünün çok sayıda satıcısının bulunmasına karşın sınırlı sayıda alıcısının bulunduğu ve piyasanın az sayıda alıcı tarafından kontrol edildiği piyasa türü olarak tanımlanabilir (Koç, Kovacı, ve Bölük, 2009: 79).

Kâdî Abdülcebbâr bazı insanların kendi faydaları için belli malları belli bir fiyat üzerinden satmak veya almak için anlaşmalarının yasaklanmaması gerektiğini belirtmekte ve yasaklanması yerine –eğer ortaya büyük bir zarar çıkarmıyorsa- güzel bir uygulama olarak görülmesi gerektiğini söylemektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58).

Kâdî Abdülcebbâr'ın bu açıklamaları tahlil edildiğinde kendi faydalarını düşünerek herhangi bir fiyat üzerine anlaşılan bir topluluğun satıcı veya alıcı topluluğuyla kısıtlanmadığına işaret eden genel ifadelerin kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla müellifin bu tanımının hem oligopol hem de oligopson piyasa türünü kapsayacak nitelikte olduğu söylenebilir. Tanımda dikkat çeken diğer bir husus bu anlaşmanın büyük bir zarara yol açmadıkça herhangi bir yasaklamayla karşılaşmayacağı yargısıdır. Kâdî Abdülcebbâr'ın buradaki büyük zarar ifadesini açıklamadığı ve örneklendirmediği görülmektedir. Ancak buradaki ifadenin umumi zarar (zarar-ı amm) olduğu, bağlamdan anlaşılabilmektedir.

Kâdî Abdülcebbâr böyle bir uygulamanın engellenmesi bir yana bunun güzel bir uygulama olduğunu ifade etmektedir. Ancak müellif bu uygulamanın güzel olmasının toplumda meydana getirdiği ekonomik faydalara değinmeden, hukuki boyutunu temellendirme cihetine gitmektedir. Ona göre böyle bir uygulamaya izin verilmesinin gerekçesi olarak; mülk sahibi olan bireyin mülkünde istediği gibi tasarruf edebilme hürriyetinin bulunması ve mülkünü dilediği bir miktarla satma hakkına sahip olması gösterilebilir. Aynı şekilde mülk sahibi birey umumi bir zarara yol açmamak şartıyla mülkünü satmama hürriyetine de sahiptir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58).

Kâdî Abdülcebbâr'ın oligopol ve oligopson piyasa türlerine yönelik getirmiş olduğu temellendirme, bireylerin iktisadi hürriyetlerine hâlel getirecek uygulamalardan kaçınılması gerektiğini açık bir şekilde göstermektedir. Çünkü hem hadislerde hem de ayetlerde açık bir şekilde iktisadi mübadelelerde rızalaşma şartı konulmuş ve mümkün mertebe bunun oluşması için konulan ilkelerle uygun bir piyasanın ortaya çıkması sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak Kâdî Abdülcebbâr'ın iktisadi hürriyeti benimsemekle birlikte onun kötüye kullanılabileceğine işaret ettiği de ifade edebilir. Nitekim o, iktisadi hürriyetin bir sınırı olduğunu ve bu sınırın da

toplumun geneline yönelik bir zarara yol açması durumunda hoş görülemeyeceğini ve bir kısıtlamaya gidilebileceğini ifade etmektedir (Kâdî Abdülcebâr, t.y.: 57-58).

4.3. Fiyatların Oluşumunu Etkileyen Unsurlar Bakımından Mukayese

Burada fiyatın oluşumunu etkileyen unsurlar insanın fiilinin etkisinin reddedildiği ve insanın fiilinin kabul edildiği durumlar olmak üzere iki başlık altında incelenecektir.

4.3.1. Fiyat Oluşumunda İnsanın Fiilinin Etkisinin Olmadığı Durumlar

Kelâm kaynaklarına bakıldığında fiyatların değişiminde insanların fiilinin etkili olmadığı durumların mevcudiyeti hususunda bir ittifakın olduğu söylenebilir. Nitekim Sünnî, Şîî ve Mu‘tezilî kaynaklarda fiyatların semavi sebepler dolayısıyla bir değişime uğradığı ve bu değişimlerde insanın etkisinin olmadığı ifade edilir. Fiyatların oluşumu konusunda insanın etkisinin olabileceğini belirten Mute‘zîlî ve Şîî kelâmcıları, bazı durumlarda fiyatların yükselip düşmesinde insanın etkisinin olamayacağı noktasında Sünnî kelâmcılarla aynı minvalde görüş beyan etmektedirler (Hillî, t.y.: 371). Bu noktadan hareketle fiyatın değişmesi hususunda insan fiilinin hangi durumlarda bir etkisinin olmadığı izah edilebilir.

4.3.1.1. Fiziksel İmkânlar ve İtibar

Eş’arî kelâmcılarından Cüveynî, fiyatların oluşumuna etki eden bir sebep olarak zikrettiği “izzet” kavramını insanların bir malı temin etme noktasındaki imkânlarıyla ilişkilendirmektedir. Cüveynî’nin bu kavram bağlamında bahsetmiş olduğu imkânın, fiziksel şartlar ve kurum veya kişilerin itibarı olmak üzere iki şekilde anlaşılma durumu vardır. Bu da asıl olarak izzet kavramının ne şekilde anlaşıldığıyla ilişkilidir. Kavramı birkaç şekilde anlamının mümkün olduğu gözükmektedir. Kavram güç yetirebilme manasına gelen “istitâat” şeklinde anlaşılabilir. Bu durumda kavramın kişilerin veya kurumların ürünleri elde edebilme noktasındaki fiziksel imkânlarına işaret ettiği söylenebilir (İbn Manzur, H.1414: 378). Cüveynî’nin içerisinde bulunmuş olduğu toplumsal şartları göz önünde

bulundurarak fiziksel şartların fiyatı etkileyen unsurlardan biri olduğu hususunu zikrettiği belirtilebilir. Müellif içerisinde bulunmuş olduğu toplumsal şartları göz önünde bulundurmak suretiyle belli fiziksel imkânlarla sahip olmayanların bir malı elde edebilme noktasındaki eksiklerine işaret etmiş ve bunun fiyatı etkileyen bir durum olduğunu düşünmüş olabilir. Bunu örneklendirmek gerekirse o dönem için bir insanın bineğinin olmaması bir malı elde etme veya piyasaya sürme noktasında bir eksikliğe neden olabilir. Bu da fiyatları etkileyen bir unsur olarak görülebilir. Bu durum günümüz koşulları açısından değerlendirildiğinde bazı noktalardan farklılık arz eder. Ancak fiziksel imkânın niteliği değişse de insanların fiziksel imkânlarla ulaşma noktasında farklılıkları her zaman bulunabilir. Cüveynî bu imkânları veren kimsenin Allah olduğu düşüncesinden hareketle böyle bir noksanlıktan kaynaklanan fiyat artış ve düşüşünü Allah’a irca etmektedir.

Cüveynî’nin fiyat oluşumunda sebep olarak zikrettiği izzet kavramının lugat açısından “itibar” şeklinde anlaşılmasının da mümkün olduğu söylenebilir (Ömer, 2008: 1492). Ancak bu itibarın kişi itibarı mı yoksa bir topluluk, bir kurum itibarı mı olduğuna dair bir beyanatta bulunmamıştır. Dolayısıyla ucu açık bırakılan ifadeden müellifin hem kişi itibarını hem de kurum itibarını kastettiği anlaşılabılır.

İzzet kavramıyla ilişkilendirdiğimiz kurumsal itibar ve kişi itibarı modern iktisatta fiyatı etkileyen faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Zikredilen kurumsal itibar kavramının modern iktisatta tanımlandığı ve onunla ilgili geniş bir literatürün bulunduğu ifade edilebilir. Kurumsal itibar kavramı modern iktisat anlayışında şu şekilde tanımlanmaktadır:

“Kurumsal itibar; müşteriler, rakipler, kreditorler, endüstri analistleri ve diğer paydaşların işletmeyi algılayış biçimidir. İşletmenin stratejileri, yönetim kapasitesi, finansal durumu, sosyal ve toplumsal sorumlulukları, uzun dönem yatırımlarının değeri, rekabetteki etikliği, gelişme düzeyi, personelinin kalitesi, nitelikli iş göreni çekme becerisi gibi konuların sosyal paydaşlar tarafından nasıl algılandığını kurumsal itibar belirlemektedir” (Çakırkaya, 2010: 1).

Kelâmcılar ister fiziksel imkânlar ister kurumsal ve kişisel itibarlar olsun bunların kaynağının Allah olduğunu düşünürler. Dolayısıyla bu tarz sebeplerle fiyatta gerçekleşecek bir etkilenmenin insanlara değil Allah’a izafe edilmesi

gerektiğini belirtirler. Nitekim toplumların ekonomik açıdan düşüş ve yükselişleri Allah'ın rezzaklığından bağımsız olarak değerlendirilemez.

4.3.1.2. Varlık ve Refah

Kelâmcılar fiyatları etkileyen bir diğer sebep olarak insanların zenginliklerini ve refahını zikrederler. Onlara göre fiyatlarda artış ve düşüşü etkileyecek bir diğer unsur, insanların maddi refah seviyeleridir. Ancak bu durumda dahi fiyatların belirleniminde insanın etkisinden bahsedilemez. Rızkı verenin yani zenginlik ve refahın kaynağının Allah olması hasebiyle fiyatlar ona irca edilmelidir (Cüveynî, 2009: 276). Cüveynî'nin bahsetmiş olduğu bu durum günümüzde piyasada belirgin olarak müşahade edilen bir durumdur. Nitekim zenginliği ve maddi refahı yüksek olan bir bölgede satılan ürünlerin fiyatı yüksek olabilmektedir. Ancak aynı ürün refah bakımından daha kötü şartlarda olan bir bölgede daha ucuza satılmaktadır. Veya tam tersi bir durum hâsıl olabilmektedir. Şöyle ki zengin bir bölgede hiçbir talebe mazhar olmayacak bir ürüne fakir bir bölgede talep olabilir. “Bitpazarı” ya da “sosyete pazarı” söylediğimiz durumlara örnek oluşturacak kabildendir (Çiftçi, 2010). Cüveynî'nin fiyatları etkileyen bir sebep olarak gördüğü insanların maddi varlık ve refah durumunun, modern iktisat anlayışında da olduğu görülmektedir. Nitekim modern iktisatta tüketicinin ürünlere bakışını maddi durumunun etkilediği ifade edilmiş ve ekonomik durumun ve gelirin, arz ve talep eğrisinde kaymalar meydana getirecek etkenlerden olduğu söylenmiştir. Dolayısıyla bu durumların fiyatlara da yansıtacağı söylenebilir (Oypan, 2020).

Cüveynî'nin iktisadi aktörlerin ekonomik durumlarının hesaba katılması gerektiğini söylemesi kelâmcılar nezdinde talep denildiğinde ne anlaşılması gerektiğini göstermektedir. Müellif ekonomik durum şartını koşarak piyasada bir ürüne karşı olan temayülün, ekonomik güçle desteklenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Yani talep, mala olan arzunun satın alabilme eylemine dönüşebilme yetisini de kapsayan bir kavramdır. Nitekim modern iktisat anlayışında da kelâmcıların ifade etmiş oldukları gibi tüketiciler tarafından alınması arzulanan mal ve hizmet miktarının talep olarak ifade edilebilmesi için ekonomik güç ile desteklenmiş olması şartı koşulur (Bishop, 2013: 344).

4.3.1.3. Şahsi Arzular

Fiyatın oluşumunda insanın etkisinin olmadığı bir diğer etken şahsi arzular faktörüdür. Fiyat konusunu ele alan bütün kelâm kaynaklarının şahsi arzu ve isteklerin fiyata etki edeceği hususunda ittifak ettikleri söylenebilir. Nitekim Şîa kelâm eserlerinden birisi olan *el-İktisâd fî mâ Yete 'allaḳu bi'l-İ'tikâd* adlı eserde fiyatı etkileyen bir unsur olarak insanların iktisadi ürünlere karşı olan arzu ve isteklerinin arttırılıp eksiltilmesi zikredilir (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 176). Ehl-i sünnet kelâm eserlerinden de örnek vermek gerekirse Âmidî'nin *Ebkâru'l Efkâr* adlı eserinde fiyata etki eden bir unsur olarak insanların iktisadi ürünlere karşı olan istek ve arzularının arttırılıp eksiltilmesinin gösterildiği söylenebilir (Âmidî, 2003: 227).

Kelâmcılar, insanların iktisadi ürünlere karşı olan istek ve arzularının fiyatlara etki edebilmesini, o istek ve arzuların çoğaltılıp eksiltilmesine bağlamışlardır. Yani herhangi bir ürünün piyasadaki fiyatının değişmesinin sebeplerinden biri olarak insanların o ürüne yönelik olan istek ve arzularının arttırılması veya azaltılması durumuna bağlı olduğu zikredilmiştir. Onların bahsetmiş oldukları “istek ve arzular” herhangi bir ekonomik güç ve gelirle desteklenmemiş olup Klasik iktisadın yapmış olduğu talep tanımından farklıdır. Nitekim kelâmcıların talebi “ekonomik güçle desteklenmiş arzu ve istekler” ve “ekonomik güçle desteklenmemiş arzu ve istekler” şeklinde ikili tasnife tabi tuttuklarını söylemek de mümkündür.

Kelâmcılar bu şekilde fiyatı etkileyen durumun sadece ekonomik güçle desteklenmiş arzu ve istekler olmadığını bunun yanında maddi imkânlardan soyutlanmış olan arzu ve isteklerin de fiyata etki ettiğini ifade etmişlerdir. Kelâmcıların değinmiş olduğu bu ayrıntının günümüz iktisat anlayışının da bir kabulü olduğu söylenebilir. Nitekim modern iktisatta talep eğrisinin kaymasına sebep olan “zevkler ve tercihler” etkeni mevcuttur. Modern iktisatta “zevkler ve tercihler” faktöründe meydana gelen değişimin talep eğrisini etkileyeceği bunun neticesinde de ürünlerin fiyatında bir değişimin olacağı kabul edilir (Ülgen, 2014: 74).

Kelâmcılar insanların bir ürüne karşı arzu ve isteklerinden dolayı oluşan talepleriyle ürüne olan ihtiyaçlarından dolayı oluşan taleplerini birbirinden ayırmaktadırlar (Âmidî, 2003: 227).

Sonuç olarak kelâmcıların üç farklı talep türünden bahsettiğini söylemek mümkündür. İlk olarak arzu ve istek seviyesinde kalan talep zikredilebilir. Bu talep ne herhangi bir ihtiyaçtan kaynaklanmakta ne de ekonomik güçle desteklenmektedir. İkinci talep ise gerçek bir ihtiyaç durumundan neşet eden bir talep türü olmakla birlikte bunun da bir maddi güçle desteklenmediği söylenebilir. Üçüncüsü ise ister gerçek bir ihtiyaçtan dolayı olsun ister sadece arzu ve istek durumundan dolayı olsun maddi bir güçle desteklenmiş talebi ifade eder.

Kelâmcılar arzu ve istekler faktörünün fiyata etki etmesini insanlardan kaynaklanan bir durum olarak görmeyip Allah’a izafe etmektedirler. Nitekim onlara göre bu duyguları insanlarda var eden Allah’tır.

4.3.1.4. Allah’ın Doğa Olayları veya Çeşitli Şekillerde Fiyatların Değişimine Etkide Bulunması

Kelâmcılar çeşitli doğa olaylarının gerçekleşmesi sonucunda fiyatlarda bir değişimin yaşanacağını kabul ederler. Onlar iklim şartlarına bağlı olarak fiyatların değişeceğini belirtirler. Bu değişim fiyatların ucuzlaması veya pahalılaşması şeklinde olabilir. Onlar yağmurların kesilmesi ve kuraklığın oluşması sonucunda ürünlerin fiyatlarında yükselmelerin olacağını ifade ederler. Aynı şekilde Allah’ın bolca yağmur göndermesi neticesinde fiyatlarda bir ucuzlamanın görüleceğini belirtirler. (Âmidî, 2003: 227).

Günümüzde ise çeşitli kuraklıklardan bahsedilir. Bunlar arasında tarımsal, meteorolojik ve hidrolojik kuraklık zikredilir. Ancak nihai olarak bunların hepsinin kaynağının meteorolojik kuraklık olduğu kabul edilir. Dolayısıyla bu kuraklık türlerinin iklim şartlarından kaynaklandığı söylenebilir. Yapılan çalışmalarda bu kuraklık türlerinin önüne geçilmesi gerektiği ve bunların fiyatlara yansıtıldığı belirtilir (Kapluhan, 2013).

Kelâmcılar Allah'ın bir malı çoğaltması, mala olan ihtiyacı azaltması sonucunda bir ucuzluk oluşacağını belirtirler. Aynı şekilde onun bir mala muhtaç olanları azaltması, insanların ihtiyacını bir maldan başka bir mala kaydırması neticesinde de bir ucuzluğun meydana geleceğini ifade ederler. Onlar ürüne ihtiyaç hissedilmesine rağmen Allah'ın ürünü azaltması, ürünün çok olmasına rağmen ona muhtaç olanların sayısını arttırması sonucunda pahalılık oluşacağını söylerler. Ayrıca Allah'ın bir takım hastalıklarla insanların ellerinde bulunan hayvanların telef olmasını sağlayarak da pahalılık meydana getireceğini ifade ederler (Kâdî Abdülcebâr, t.y.: 56-57).

Bahsedilen durumların hepsinde Allah'ın talep azlığı ve arz fazlalığı yoluyla ucuzluk; talep fazlalığı ve arz azlığıyla da pahalılık oluşturduğu görülür. Allah'ın bu yöntemlerle fiyatlarda bir etkide bulunabileceği ve bu durumlarda fiyatların sadece Allah'a izafe edilmesi hususunda bir ittifakın olduğu belirtilebilir. Bu meselelere daha sonra ayrıntılı bir şekilde değinileceğinden burada bu kadarla yetinilecektir.

4.3.2. Fiyat Oluşumunda İnsanın Fiilinin Etkisinin Olduğu Durumlar

Fiyatların oluşumunda insanın fiilinin etkisinin olmadığı bazı durumlarda ittifak olmasına rağmen onun etkisinin olduğu durumlarda ihtilafın olduğu görülmektedir. Şîi kelâmcılar müdahale sonucunda oluşan fiyatları genel olarak insan fiiline izafe ederken Mu'tezile eğer müdahale ıslah için gerçekleştirilmişse bu durumda fiyatın hem Allah'a hem insanlara izafe edilebileceğini belirtir. Ehl-i sünnet kelâmcıları ise zımni olarak insanın etkisini kabul etse de fiyat oluşumunu her hâlükârda Allah'a izafe etmeyi tercih etmişlerdir. Buna rağmen kelâmcılar arasında insanın fiilinin etkisinin olduğunu düşündükleri bazı sebepler zikredilebilir. Bu kısımda fiyatın değişiminde insanın etkisinin olduğu düşünülen unsurlar değerlendirilecektir.

4.3.2.1. Devletin Fiyatlara Müdahalesi

Devletin ekonomiye müdahale etmesi gerektiğine dair görüşün, iktisat tarihinde Merkantilist anlayışla birlikte belirginleştiği ifade edilebilir. Merkantilist

düşüncenin devlet müdahalesini öngördüğü ve ekonomiye müdahalenin gerekli olduğunu kabul ettiği belirtilebilir. Merkantilist düşünürlerin, devletin büyümesiyle ekonomik büyümenin eş anl olacağını ve ekonominin devletin müdahalesinden soyutlanmasının mümkün olmadığını düşündükleri söylenebilir (Yasa, 2017: 283-84).

Devletin ekonomiye müdahalesinin gerekliliğini düşünen bir diğer iktisadi anlayış, 1929 iktisadi buhranından sonra canlılık kazanan Keynesyen görüştür. Bu görüş, görünmez eli devletin görünür eline dönüştürmüş ve devletin işlemeyen piyasa ekonomisine müdahalesinin gerekliliğini savunmuştur (Çinko, 2015: 145).

Devletin ekonomiye ve piyasaya müdahalesinin gerekli olmadığına hatta müdahalenin ekonomiyi olumsuz yönde etkileyeceğine dair görüşlerin Fizyokrat düşünceyle birlikte alan bulmaya başladığı ifade edilir. Böylece Fizyokratların, “laissez faire” anlayışının ilk savunucuları oldukları söylenir. Fizyokratların bıraktığı yerden laissez faire anlayışını devr alan Klasik okulun temsilcileriyle, serbest piyasa ekonomisi anlayışı hâkim olmaya başlamıştır. İktisadın ayrı bir bilim dalı olarak değerlendirilmeye başlanması da Klasik okul ile olmuştur. Bu okulun en önemli temsilcilerinden olan Adam Smith, serbest piyasa anlayışını “Ulusların Zenginliği” adlı eserinde savunmuş ve devlet müdahalesi olmadığı takdirde piyasanın bir görünmez el tarafından düzenleneceğini ifade etmiştir (Yasa, 2017: 284).

Şuana kadar aktarılan bilgilerden hareketle iktisat tarihinde devletin müdahalesine dair yaklaşımların git-gelli olduğu görülmektedir.

Fıkḥî literatürde de fiyatlara müdahale konusu, en baştan itibaren haram görülmüş ancak ihtiyaç durumunda piyasa düzenlemesi ve insanların maslahatı için fiyatlara müdahale edilmesinin mümkün olabileceği üzerinde durulmuştur (Chapra, 2018: 48-49).

Kelâmi literatürde ise fiyatlara müdahale konusuna bazı kelâmcıların hiç değinmediği, fiyatların oluşumunu izah etmekle yetindikleri görülmektedir. Bu grubu Ehl-i sünnet ve Şîî kelâmcıları oluşturmaktadır. Ancak genel yaklaşımlarından hareketle ihtiyaç halinde fiyatlara müdahalenin olabileceğini kabul ettikleri söylenebilir.

Mu‘tezile kelâmcılarında ise konunun daha ayrıntılı ele alındığı ve müdahale hususunda görüşlerin açık bir şekilde belirtildiği ifade edilebilir. Kâdî Abdülcebbâr’ın müdahaleyi Allah’ın insanlara mallarında tasarruf noktasında vermiş olduğu özgürlükten hareketle değerlendirdiği görülmektedir. Ona göre bir kimsenin malında tasarruf edebilme yetkisi, bu yetkiyi kullanırken genel bir zarara sebep olmadığı müddetçe kısıtlanamaz. Çünkü asıl olan Allah’ın insana bu yetkiyi vermesinden dolayı onun tasarruflarında serbest olmasıdır. Kâdî Abdülcebbâr’ın bu hususa dair görüşleri şöyle aktarılabilir:

“Bir ürüne malik olan kimsenin o mülkteki hükümlerlik yetkisi ona aittir. O nasıl ki o ürünü istemedikçe satmama hürriyetine sahipse istediği bedel üzerinden satması hususunda serbesttir.” (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 58).

Kâdî Abdülcebbâr’ın fiyatın karşılıklı rızalaşma yoluyla meydana gelen bir sözleşme neticesinde hâsıl olmasını şart koşması, müdahaleyi benimsemediğini ve fiyatların serbest bir şekilde oluşmasının gerekliliğini öncelediğini, açık bir şekilde göstermektedir. Oligopol ve oligopson piyasayı insanın hürriyetinden hareketle temellendirmeye çalışması da müdahaleye normal şartlarda sıcak bakmadığını ortaya koymaktadır (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 55-58).

Kâdî Abdülcebbâr’ın piyasaya müdahaleyi genel anlamda tasvip etmediği, nakledilen bu görüşlerinden yola çıkarak açık bir şekilde belirtilebilir. Ancak o, piyasanın serbest bir şekilde işleminin esas olduğunu düşünmekle birlikte piyasada bir takım arızaların oluşabileceğini kabul etmektedir. Piyasada oluşan kusurların kendi kendine düzeleceği kanaatinde değildir. Ona göre sadece yetkili bir kimse kusurlarla malul piyasaya, toplumun menfaati doğrultusunda gerektiği kadar müdahale edebilir.

Piyasada bir takım kusurların bulunması aslında gayrı iktisadi müdahalelerin olması neticesinde ortaya çıkan bir durumdur. Hz. Peygamber bu kusurları bize bildirmektedir. Onun “telakki'r-rukban” ile ilgili nehyi daha önce belirtildiği gibi bu sebebe matuftur. Kadî Abdülcebbâr da bu rivayetleri nakletmek suretiyle piyasaya gayrı iktisadi müdahalelerin olabileceği görüşünü desteklemektedir. O, maslahata binaen devlet başkanının müdahalesinin mümkün olduğunu belirtmesine ve bunu akli bir takım gerekçelerle delillendirmesine rağmen devlet başkanının müdahale

noktasındaki tasarrufuna tereddütsüz biçimde uyulması gerektiği kanaatinde değildir. Gerekli durumda bu karara isyan dahi edilebileceğini ifade etmektedir.

4.3.2.2. Karaborsacılık

İktisadi ürünlerin fiyatlarının yükseltilmesi amacıyla stoklanıp, piyasaya sürülmemesi eylemi karaborsacılık (ihtikar) olarak ifade edilir (Döndüren, 2012: 608). Stoklanan ürünlerde darlık yaşanması neticesinde oluşan talep fazlalığı ürünlerin fiyatlarının normal olmayan bir şekilde pahalılaşmasına yol açar (Kallek, 2018: 105). Bu uygulamanın Hz. Peygamber'den gelen çeşitli rivayetlerde yasaklandığı görülmektedir. İlgili rivayetlerden bir tanesi şu şekildedir:

“Karaborsacı ne kötü bir insandır ki, Allah fiyatları ucuzlatırsa üzülür, pahalılaştırırsa sevinir” (Cezerî, 1969: 595).

Karaborsa faaliyetinin günümüz iktisatçıları tarafından da hoş görülmediği söylenebilir. Onlar karaborsayı, ürünlerin gayri meşru bir şekilde, uygun görülen fiyatlarından daha yükseğe satılması olarak tanımlamaktadırlar (Parasız, 2000: 62).

İslam iktisadının ve modern iktisadın hoş karşılamadığı ve haksız kazanç olarak değerlendirdiği ihtikâr faaliyeti, fiyat kavramı bağlamında kelâmcıların eserlerine konu olmuştur. Fiyat konusunu değerlendiren bütün kelâmcıların ihtikârı, fiyatı etkileyen bir unsur olarak kabul ettikleri görülmektedir. Ehl-i sünnet kelâmcıları ihtikârı, fiyatı etkileyen bir unsur olarak kabul etmelerine rağmen fiyatın oluşumunu nihai olarak Allah'a izafe ettikleri görülmektedir. Bu yüzden ihtikârı olumlama veya olumsuzlama yönünde hareket etmedikleri söylenebilir. Onların bu tavrı, daha önce de ifade edildiği gibi, bu tür olumsuz faaliyetleri onaylamalarından kaynaklanmamakta, fiyat konusunu iktisadi hayatın asıl yönlendiricisini tespit etmeye yönelik bir bağlamda ele almaları sebebiyle olmaktadır. Onlar, Allah'ın âlem içerisinde her an etkin olma durumunu, muhtemelen onun yaratıcılık sıfatıyla ilişkilendirmişlerdir. Bu tarz faaliyetlerin doğrudan insan fiiline izafe edilmesinin Allah'ın yaratıcı olmasıyla zıtlık teşkil ettiğini düşünmüşlerdir.

Mu'tezilî ve Şîî kelâmcılarının ise ihtikârı, insan fiilinden kaynaklanan bir eylem olarak ele aldıkları görülmektedir. Onlar bu tarz eylemlerin hiçbir şekilde Allah'a isnad edilmemesi gerektiğini belirtmektedirler. Bu kelâmcılara göre ihtikâr

insanın hür iradesi sonucunda seçtiği bir eylemdir. Ancak bu eylem insanların sadece kendi çıkarlarını düşünmeleri sonucunda meydana gelmekte ve bir zulme sebebiyet vermektedir.

Sonuç olarak bütün kelâmcıların ihtikâr eylemini fiyatı etkileyen bir unsur olarak gördükleri belirtilebilir. Bununla birlikte onların ihtikârı onaylama yönünde bir beyanlarının olmadığı görülmektedir. Mu'tezilî ve Şîî kelâmcıların bu eylemi, insanların genel maslahatına aykırı sonuçlar doğuracağını düşünmelerinden dolayı zulüm olarak nitelendirdikleri belirtilebilir.

4.3.2.3. Ambargo

Kelâm kaynaklarında fiyat oluşumunu etkileyen bir unsur olarak insanların belli malları almalarının ve satmalarının yasaklanması zikredilir. Bir çeşit ambargo olarak da çevirebileceğimiz bu faktör, kelâm kaynaklarında pahalılık sebebi olarak zikredilmekte ve insanların haksızlık yoluyla yaptıkları bir eylem olarak ifade edilmektedir (Melâhimî, 2007: 291). Kelâmcılar bu faktör hususunda bir örneklendirme yapmamaktadırlar. Bu yüzden ucu açık olarak bıraktıkları ifadeden mal kısıtlamasının ülke içerisinde sınırlı kalmak suretiyle gerçekleştirilebileceği gibi, ülkeler arası bir kısıtlama boyutuna da ulaşabileceği anlaşılabılır.

İktisat literatüründe ambargonun önem ifade ettiği söylenebilir. Günümüzde ambargo, bir ülkenin iktisadi açıdan başka bir ülkeyi zora sokmak suretiyle bir şeyleri yapmaya zorlaması, mal akışını kesmesi ve diğer devletlerin de o devlete o malı satmalarını yasaklaması veya malın satımı için ağır şartlar koyması şeklinde açıklanabilir (Ali Ali, 2016: 51). Bazı kaynaklarda ihtikâr türlerinden birisi olarak zikredilen ambargo, günümüzde ülkeler arasında iktisadi ve siyasi silah olarak kullanılmaktadır (Kemâl, 1990: 41).

4.3.2.4. İthalat ve İhracat Faktörü

Kelâmcılar, bazı ürünlerin ithalat ve ihracatının yapılıp yapılamamasına bağlı olarak fiyatlarının etkilenebileceğini ifade etmektedirler. Onlar, ihtiyaç duyulan ürünlerin ithalatının durdurulması durumunda bunun fiyatlara yansıtacağını ve pahalılığın oluşacağını belirtmektedirler. Ürünlerin ihracat ve ithalatının serbest

bırakılması durumunda da ucuzluğun meydana geleceğini söylemektedirler. Onlara göre bazı ürünlerin ithal edilmesi ucuzluk meydana getirdiği gibi bazı ürünlerin ihracatı da piyasada bir ucuzluk meydana getirir (Ca'fer et-Tûsî, 1986: 177). Nitekim tercih edilen bir durum olmamakla birlikte, günümüzde de pahalılık oluşan bazı ürünlerde ithalat seçeneğiyle fiyatların ucuzlamasının sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir (Erdoğan, 2020).

4.3.2.5. Güvenlik Faktörü

Kelâm kaynaklarında fiyat oluşumunu etkileyen faktörler arasında güvenlik faktörü de yer almaktadır. Bir pahalılık sebebi olarak zikredilen güvenliğin yokluğu, birçok kelâmcı tarafından zikredilmiştir. İnsanların ticari faaliyetlerini rahat gerçekleştirememesine neden olarak zikredilen bu durum, kelâm kaynaklarında insanların ticari faaliyetlerini yapmak adına gerçekleştirdikleri yolculuklarda rahatsız edilmeleri ve korkutulmaları şeklinde ifade edilmektedir. Kelâm eserlerinde bu şekilde yer alan güvenlik faktörü, modern iktisatta geniş bir literatüre sahiptir. Modern iktisatta güven kavramı, kelâmcılarda olduğu gibi, insanların güvenlik endişesi ve mallarına el konulma korkusu olmadan ticari faaliyette bulunabilmeleri durumunu kapsamaktadır. Bunun yanında insanların birbirlerine olan güvenlerinin, ticaretteki ahlakiliklerinin ve dürüstlüklerinin çok önemli olduğu ifade edilmiştir (Özsağır, 2007: 49). Ayrıca iktisadi ve siyasi kurumlara güven de çok önemlidir. İnsanların başarılı olmaları halinde başarılarının engellenmeyeceğine ve çalıştıklarının karşılığını alabileceklerine dair güven duymaları, iktisadi gelişmeye ciddi bir lokomotif oluşturmaktadır (Acemoğlu ve Robinson, 2015: 15-17).

4.4. Kelâmcıların Fiyat Konusu Bağlamında Değınmiş Oldukları Modern İktisat Kavramlarının Değerlendirilmesi

Kelâm eserlerinde yer alan fiyat konusu kelâmcıların bu konu çerçevesinde birçok iktisadi meseleye değınmelerine vesile olmuştur. Kelâmcıların modern iktisatta yer alan bazı meselelerle de ilgilendikleri görülmektedir. Bu kısımda kelâmcıların değınmış oldukları meseleler değerlendirilecektir.

4.4.1. Fiyatların Oluşumunda İnsanın Biyolojik ve Psikolojik Yapısının Etkisi

Kelâmcılar fiyatın oluşumunda insanın biyolojik, psikolojik yapısının ve onun toplumda sosyolojik açıdan oynadığı rolün de etkili olduğunu ifade etmektedirler. Onlara göre fiyatın oluşumunda piyasada mevcut olan ürünlerin bolluğu ve kıtlığından ziyade insanın biyolojik olarak ona ihtiyacı dolayısıyla talepte bulunması etkilidir. Nitekim Eş'arî kelâmcılarından Bâkılânî'ye göre malların pahalılık ve ucuzluğunu sağlayan asıl şey, o malların bolluk ve kıtlığı değil Allah'ın insanı mallara karşı bir eğilim içinde ve mallara ihtiyaç duyacak özellikte yaratmış olmasıdır (Bâkılânî, 1987: 330). Bâkılânî'nin bu görüşüyle insanda Allah tarafından var edilen biyolojik ihtiyaçlardan olan yeme-içme ve gıdalanma gibi durumlarla fiyat arasındaki ilgiye dikkat çekildiği ifade edilebilir. Yani insanın biyolojik ihtiyaçlarının iktisadın temel kavramlarından olan fiyatların oluşumunda etkili olduğu söylenebilir.

Bâkılânî'nin bahsetmiş olduğu arzu ve istek durumu psikolojik bir gerçeklik olarak da alınabilir. Dolayısıyla fiyatların oluşumunda Allah'ın yerleştirmiş olduğu bir haslet olan arzu ve istek duygusu belirleyici bir rol almış olmaktadır (Aslan, 2003: 83).

Bu noktadan hareketle kelâmcıların düşüncesine göre insan; yeme, içme ve barınma ihtiyacı olan bir varlık şeklinde yaratılmıştır. Bu özelliklerle yaratılmış olan insanın ihtiyaçlarını gidermek adına onda mülk edinme ve mal stoklama arzusu ortaya çıkar (Bâkılânî, 1987: 330-31). Dolayısıyla ekonomik işleyişin temelinde Allah'ın insanda var ettiği biyolojik ve psikolojik yapı etkilidir.

Kelâmcıların insanın biyolojik ihtiyaçlarını ve psikolojik davranışlarını ön plana çıkararak bunların fiyatların oluşumunda etkili olduğunu belirtmeleri modern iktisadın “çıkarını düşünen birey” tanımına tekabül etmekte gibi gözükmektedir. Bununla birlikte onlar salt çıkarını düşünen bir birey tasavvurundan ziyade bireyin davranışlarında çeşitli etkenlerin olabileceğini düşünmektedirler. Nitekim psikoloji bilimine göre bireylerin salt çıkarlarını gözeterek hareket etmedikleri onların aldığı kararlarda tatmin edici sonuçlar elde edecekleri davranışlarda bulunmaya çalıştıkları

belirtilir (Şeniğne, 2011: 36-37). Bireylerin manevi yönlerine hitap eden davranışlarda bulunması tatmin edici bir davranış olarak alınabilir. Nitekim Âmidî’de bireylerin zahit olmaları fiyatı etkileyen bir unsur olarak ele alınır. Züht yaşantısının kişinin bencilce çıkarını düşünen bir insanın davranışı olmadığı manevi bir saikle yapılan bir davranış olduğu da açık bir meseledir.

Eş’arî kelâmcıların göze çarpan bir diğer husus fiyatların değişiminin malın kıtlık ve bolluğuyla ilgili olmadığı düşüncesidir. Bu düşüncenin temeli yine yukarıda ifade edilmiş olan Allah’ın insanları belli bir takım özelliklerde yaratmış olması olarak görülmektedir. Bunun Klasik iktisadi teori anlayışına ters düştüğü söylenebilir. Nitekim Klasik iktisat anlayışında malların kıtlık ve bolluklarının fiyatların oluşumunu etkileyen en önemli faktörlerden olduğu belirtilmektedir.

Aslında kelâmcıların ifade etmeye çalıştıkları şey, bolluk ve kıtlığın önemsizliği değildir. Onlar Allah’ın insanı bir ürün hakkında çeşitli açılardan farklı şekillerde düşünecek bir özellikte yarattığını belirterek fiyatın oluşumunda bolluk ve kıtlığın asıl faktör olmadığını ifade etmek istemektedirler. Eğer insanın o mala dair bir fikri ve temayülü yoksa o malın bolluğu fiyata etki etmeyecektir. Bu bağlamda insanın bakış açısını ve temayülünü etkileyen din, örf, adet, gelenek ve ideolojiler de fiyatlara etki eden faktörlerdir. Bu husus basit bir şekilde örneklendirilecek olursa müslümanların çoğunluk olarak yaşadığı bir ülke ile gayri müslimlerin çoğunluk olarak yaşadığı bir ülkede domuz eti fiyatını etkileyen faktörün sadece domuzun kıtlık ve bolluğunun olmaması örnek verilebilir (Seyidov, 2013: 113-14).

4.4.2. Fiyat Oluşumuna Kelâmın Bakışının Davranışsal İktisat Açısından Değerlendirilmesi

Kelâmcılar fiyatın oluşumunda etkili olması bakımından insanın yapısına yani yaratılışına odaklanmış olmakla o dönemin şartları çerçevesinde insan ile ilgilenen bütün sosyal bilimlerin dikkate alınması gerektiğini ifade etmiş olmaktadır. İnsanın fitri yapısının ve duygularının bir kenara konularak sadece kârını maksimize etmeye çalışan bir varlık olarak algılanmaması gerektiğini söyleyerek, insanı anlama hususunda psikoloji, biyoloji ve diğer sosyal bilimlerin verilerinden yararlanmanın zorunlu olduğunu ifade etmiş olmaktadır. Nitekim

insan, farklı düşünmesini sağlayacak birçok etkene açık bir şekilde yaratılmış olup kelâmcıların bu etkenlerin biyolojik, psikolojik ve sosyolojik yönlerine dair izahlar getirdikleri görülmektedir.

Günümüz iktisat teorilerinden birisi olan davranışsal iktisat anlayışı kelâmcıların vahye dayalı olarak sunmuş oldukları iktisat teorisine paralellik arz eden bir yaklaşım sergilemekte ve Klasik iktisat teorisinin homo ekonomiks insan anlayışını reddetmektedir. Davranışsal iktisat, Klasik iktisadi teorinin aydınlanmanın ardından tasarlanmış olan sadece ekonomik kaygılarla hareket ederek kendi çıkarını her şeyin önüne koyan akli ve kişisel çıkarını tek karar mercii olarak kabul eden insan tipolojisini reddeder (Kocakaplan, 2016: 22). Davranışsal iktisat saf rasyonel ve sadece kendi çıkarını maksimize etmeye çalışan bir insan tipolojisi yerine kısmi rasyonellik arz eden ve irrasyonel davranışı olan bir insan tipolojisi sunmaktadır (Akbaş, 2019: 85; Can, 2012: 98). Davranışsal iktisadın ortaya koymuş olduğu insan tipi sürekli kârını maksimize eden bir insandan ziyade kararlarında duyguların örf adet ve geleneklerin etkili olduğu bir insan tipidir. Birey karar aldığı anda kararlarında sürekli en iyi olanı tercih etmek zorunda değildir. Bazı durumlarda bireyler sadece iyi olanla yetinebilmekte ve bu da onlara makul gelmektedir (Cengiz, 2018: 15). Bu yüzden davranışsal iktisat insan davranışlarını inceleyen bir bilim dalı olan psikolojiden oldukça yardım almakla birlikte antropoloji ve sosyoloji gibi bilimlerden de etkilenmiştir (Cengiz, 2018: 8).

Ayrıca insanların diğergamlık, fedakârlık gibi bazı davranışlarının rasyonelitleyle açıklanamayacağı düşünülmesinden dolayı bazı teorilerin ortaya konulduğu görülmektedir. Bu teorilerden birisi de “psikolojik teori”dir. Bu teorinin “insanların, zamanın heyecanlarına ve içinde bulundukları ruh hallerine göre üretim ya da tüketimlerini daraltıp genişletmelerini” temel alan bir yaklaşımı ifade ettiği belirtilmiştir. Bu sebeple iktisada duygular sistemi olarak bakılması gerektiği de belirtilmiştir (Günaydın, 2014: 52).

İnsanın tek yönle değerlendirilmemesi gerektiğini ifade etmiş olan kelâmcılar onun dünya metana yani iktisadi ürünlerine olan meylinde örf, adet, din ve daha birçok unsurun etkili olabileceği kanaatinde olmuşlardır. Onlar bu noktada insanın zahit davranmasının ürünün fiyatını etkileyen bir etken olduğunu belirtirler (Âmidî,

2003: 227-28). Yine Âmidî adeta bir acizliğe işaret edercesine bazen maddi şartlar sağlanmış olmasına rağmen fiyatlarda beklenen yükseliş veya düşüşün gerçekleşmeyebileceğini ifade etmektedir (Âmidî, 2003: 228).

Netice olarak kelâmcıların insanı gerçek özelliklerini ön plana çıkarmak suretiyle anlamaya çalıştıkları kesin olarak ifade edilmelidir. Gerçek özellikleri de tabîi ki Allah'ın onu yaratmış olduğu yapıdır. Onlar fiyat oluşumunu insandan hareketle değerlendirirken kendi zihinlerinde parçacı bir yaklaşımla oluşturdukları farazi düşüncelerden ziyade bütüncül bir kavrayışla ele almaya çalışmışlardır.

4.4.3. Arz Fazlalığı ve Arz Azlığı

Kelâmcıların fiyatlar hususundaki açıklamalarından çokça iktisadi kaidenin çıkarılması mümkündür. Bu iktisadi ilkelerin bir kısmının günümüz iktisat teorileriyle paralellik arz ettiği bir kısmının ise farklılık gösterdiği söylenebilir. Bazı teorilerin farklılık arz etmesi doğal bir durum olarak karşılanmalıdır. Nitekim ne onlar bizim yaşadığımız asırda yaşamakta ne de biz onların yaşadığı asırda yaşamaktayız. Bu nedenle varılan farklı sonuçların sebeplerinden birisinin zaman faktörü olduğu kabul edilebilir. Ancak biz en önemli faktörün zaman değil, günümüz iktisadi sisteminin ve kelâmcıların dünyaya bakışlarında merkeze aldıkları ilkeler arasındaki farklılıktan kaynaklandığını düşünmekteyiz. Kelâmcıların, kelâmi olmayan bir konuyu akaid cihetiyle ele almaları onların olaylara İslam nazarıyla baktıklarını ve iktisat teorilerini o cihette inşa ettiklerini göstermektedir.

Kelâmcıların fiyat konusunu işlerken arz kavramına atıfta bulundukları ve bazı noktalarda modern iktisadın bu kavrama dair tanımlarıyla benzerlik ve farklılık arz edecek tutumlarının olduğu ifade edilebilir. Aradaki benzerlik ve farklılıkların daha iyi anlaşılabilmesi açısından öncelikle modern iktisadın arz kavramının tanımına yer verelim: Modern iktisat terminolojisinde, ürünlerin ve hizmetlerin belli bir bedel karşılığında satılmak üzere piyasaya sunulması arz olarak tanımlanır (Gümüş ve Şişman, 2012: 12). “Piyasa fiyatı rekabetçi denge fiyatının üzerinde olduğu zaman, arz edilen miktar talep edilen miktarı aşarak arz fazlası ortaya çıkar.” (Acemoğlu, Laibson ve List, 2016: 76).

Tariflerden de anlaşıldığı üzere tek sebep olmamakla birlikte modern iktisatta arz fazlalığı fiyatı etkileyen sebeplerden birisidir. Arz kanunu da diğer bütün etkenlerin sabit kabul edildiği bir durumda, bir ürünün kendi fiyatı ile ürünün piyasaya arz edilmek istenen miktarı arasında paralel yönde bir ilişki meydana gelmesi şeklinde izah edilir. Yani fiyatın artması ürünün arz edilen miktarını da arttırır (Güzel, 2019: 34).

Kelâmcılar doğrudan bir arz tanımı yapmasalar da arz olgusunun farkında oldukları, onu fiyatı etkileyen bir faktör olarak kabul ettikleri tespit edilebilmektedir. Onlar bir malın ucuzluk sebebinin Allah'ın o malı belli bir vakitte çoğaltması neticesinde olabileceğini ve meydana gelen ucuzluktan dolayı da Allah'a teşekkür edilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Çünkü ucuzluğu insanın arzu edeceği hoş bir nimet olarak vasıflandırmaktadırlar (Kâdî Abdülcebbar, t.y.: 58). Kelâmcıların fiyat hususundaki bu yaklaşımları arz kavramının varlığını isimlendirmeden kabul ettiklerini ve arz fazlalığı neticesinde fiyatların ucuzlayacağını kanaatinde olduklarını göstermektedir.

Arz konusunu irdeleyen kelâmcılardan birisi de İbn Teymiyye'dir. Onun görüşleri kendi eserinde şu şekilde geçmektedir:

“Fiyatların pahalılık (artış) ve ucuzluğunun (düşüş) her zaman bazı insanların kötülük yapmasından dolayı kaynaklanmayabilir. Fiyatların yükseliş ve düşüşlerinin sebebi bazen ya malların üretimindeki bir yetersizlikten kaynaklanabilir. Ya da talep edilen malların ithalatındaki yetersizlikten kaynaklanabilir. Bunun neticesinde herhangi bir mala olan rağbet artar ve kendisine rağbet duyulan ürün azalırsa o ürünün fiyatı da artar. Bunun tam tersi bir durum yaşanır yani piyasada mevcut olan ürünün artmasına rağmen ürüne duyulan rağbet düşerse fiyatlar düşer. Ürünlerin bolluk veya kıtlığı insanların herhangi bir etkisi olmadan da olabilir. Ancak ürünlerin bolluk ve kıtlığı bazen herhangi bir haksızlık (zulüm) içermeyen bir sebep dolayısıyla olabileceği gibi bazen de haksızlık içeren bir sebep dolayısıyla olabilir.” (İbn Teymiyye, 2004: 523).

İbn Teymiyye fiyatın yükseliş ve düşüşlerinin her zaman insanların adaletsizliklerinden kaynaklanmayacağını ifade edip fiyatlardaki değişimlerde

ürünlerin yurt içindeki üretimlerinin ve yurtdışından yapılan ithalatının da etkili olabileceğini ifade etmiştir. Bu şekilde İbn Teymiyye fiyatın yükseliş ve düşüşlerini etkileyen en önemli kavramlardan bir tanesinin arz olduğunu ifade etmiş olmaktadır. Arzı etkileyen sebeplerden yurt içerisindeki mal üretimi ve yurt dışından mal ithalatına da bu şekilde değinmiş olmaktadır. Fiyat yükselişine yol açan bu nedenin insanların adil olmayan davranışlarıyla bir alakası olmadığı açıktır ve iktisâdi bir faktördür. Bu durumu modern iktisat telakkisi ile açıklamak gerekirse; İbn Teymiyye, arzı etkileyen iki etkene gönderme yapmıştır: bunlar talep edilen ürünün yurtiçinde üretilen miktarı ile ithalat miktarıdır. Bunlarda meydana gelecek yükseliş veya düşüşler arz eğrisinde sağa veya sola doğru kaymalara neden olacak ve söz konusu ürünün fiyatında yükseliş ya da düşüş kaydedilecektir (Görmez, 2014: 170).

4.4.4. Talep Azlığı ve Talep Fazlalığı

Kelâmcıların fiyat konusunu işlerken değindikleri bir diğer kavram taleptir. Arz kavramı gibi talep kavramı da kelâmcılar tarafından doğrudan tanımlanmaz. Ancak onlar fiyatın oluşumunu izah ederken arz gibi talep de sıklıkla değindikleri bir kavram olmuştur. Talep kavramının kelâm kaynaklarındaki konumunu daha iyi değerlendirebilmek için modern iktisadın talebe bakışıyla karşılaştırılması gereklidir. Modern iktisadın talep kavramı, bir piyasada mevcut olan ürün veya hizmetten tüketicilerin ve alıcıların almayı arzuladıkları miktar ve bu alma arzusunun satın alma gücü ile desteklenmiş olması şeklinde açıklanabilir. Aynı zamanda talebin, malın veya hizmetin fiyatıyla ters yönde; tüketicilerin ve alıcıların gelir düzeyiyle doğru yönde hareket ettiği ifade edilebilir (Demir ve Acar, 1992: 345).

Kelâmcılar talep kavramını, daha önce belirttiğimiz gibi, modern iktisadın tanımladığı şekilde anlamakta, istek ve arzuların ekonomik güçle desteklenmiş halini talep olarak algılamaktadırlar. Nitekim Cüveynî'nin fiyatlara etki eden iktisadi aktörlerin ekonomik durumlarının hesaba katılması gerektiğini söylemesi kelâmcılar nezdinde talep dendiğinde ne anlaşılması gerektiğine yönelik açıklık getirmektedir. Müellif ekonomik durum şartını koşarak piyasada bir ürüne karşı olan temayülün ekonomik güçle desteklenmesi gerektiğini ifade etmiş olmaktadır. Yani talep mala olan arzusun satın alabilme eylemine dönüşebilme yetisini de kapsayan bir

kavramdır. Nitekim modern iktisat anlayışında da, kelâmcıların ifade etmiş olduğu gibi tüketiciler tarafından alınması arzulanan mal ve hizmet miktarının talep olarak ifade edilebilmesi için ekonomik güç ile desteklenmiş olması şartı koşulur (Demir ve Acar, 1992: 345).

Talebin fiyat kavramını etkileyeceğini düşünen kelâmcılardan birisi de İbn Teymiyye'dir. O, fiyatın düşüşünün gerçekleşebilmesi için malın miktarının azalmasıyla birlikte -İbnTeymiyye doğrudan piyasaya sunulan arz faaliyetinden bahsetmemesine rağmen biz metnin bağlamından arzı kastettiğini anlıyoruz- o mala olan rağbetin yani talebin de artmasının gerekliliğine işaret eder (İbn Teymiyye, 2004: 523). Aslında İbn Teymiyye'nin bu yaklaşımından birkaç iktisadi teoriyi ortaya koymak mümkündür. O, ilk olarak bir ürünün fiyatının yükselebilmesi için arz ile talebin zıt yönlerde hareket etmesinin gerekliliğine dikkat çekmektedir. Ayrıca onun ifadelerinden bir mala olan rağbet yani o mala olan talep ile o malın arzı arasında ters yönlü bir korelasyonun olduğu anlaşılabılır.

Ona göre bir ürünün bolluğu veya kıtlığı o ürüne karşı duyulan talepte değişiklik meydana getirir. Bu durum şu şekilde ifade edilebilir; bir ürüne duyulan istek ve arzu yani talep, o ürünün piyasada bol miktarda bulunduğu durumuna kıyaslandığında kıt olduğu durumda daha güçlüdür. Yani malın kıtlaşmasıyla ona olan talep arasında negatif yönlü bir ilişki vardır (Görmez, 2014: 172).

Bu konuyla alakalı olarak ifade edilmesi gereken diğer hususlardan birisi de İbn Teymiyye'nin bir ürüne olan talebi, ürüne karşı duyulan istek ve arzu olarak nitelendirmesidir. Ürüne karşı duyulan istek ve arzunun modern iktisat terminolojisinde talep eğrisinin kaymasına sebep olan beş etkenden biri olan zevk ve tercihler etkenini andırdığı ifade edilebilir (Görmez, 2014: 170).

İbn Teymiyye yukarıda ifade etmiş olduğumuz gibi malın arz ve talebini etkileyen ürünün yurt içindeki üretimi ve yurtdışından ithali olmak üzere iki sebepten bahsetmiştir. Ancak İbn Teymiyye malın arz ve talebinin başka belirleyicilerinin olduğunu da düşünmektedir. Nitekim bu durum şu aktarımlarından da anlaşılmaktadır:

“Halkın rağbet ettiği şeyler farklı farklı türdendir ve sıklıkla değişiklik gösterir. Talep edilen malın bolluk ya da kıtlığına göre değişir. Bir mal kıtken, bol miktarda mevcut olduğu zamankinden çok daha güçlü bir şekilde arzulanır

Fiyat talepte bulunanların sayısına bağlı olarak da değişir. Eğer bir malı talep eden kişilerin sayısı fazlaysa o malın fiyatı, sayılarının az olduğu zamankinin tersi biçimde olarak yükselir.

Fiyat, ayrıca o mala duyulan ihtiyacın güçlü ya da zayıf oluşundan ve ona olan ihtiyacın ne kadar küçük veya büyük oluşu, yani ihtiyacın büyüklüğünden de etkilenir. Eğer ihtiyaç fazla ve güçlü ise, fiyatı, ihtiyacın az ve zayıf olduğu durumdan daha büyük bir ölçüde artacaktır.” (Hosseini, 2015: 154-55)

Yukarıda İbn Teymiyye’den yapılan alıntıdan anlaşılacağı üzere malın fiyatı, talepte bulunanların sayısına bağlı olarak değişiklik gösterir. Ona göre eğer bir ürünü talep eden kişilerin sayısı fazlaysa o ürünün fiyatı doğal olarak ürüne talepte bulunanların sayısının az olduğu zamankinin tam tersi yönde yükselir.

İbn Teymiyye’nin bu görüşünün modern iktisat teorileriyle paralellik arz ettiği görülmektedir. Nitekim modern iktisat telakkisinde, malı talep edenlerin sayısı haricinde fiyatı etkileyen diğer bütün koşulların sabit kalması şartıyla herhangi bir ürünü talep eden bireylerin sayısında ortaya çıkacak artış neticesinde aynı ürünün fiyatında bir değişim oluşturacağı kabul edilir (Görmez, 2014: 171).

İbn Teymiyye’nin fiyatı etkileyen bir unsur olarak nitelendirdiği bir diğer durum da insanların bir mala olan ihtiyaçlarının şiddetidir. Yani bir mala olan ihtiyacın güçlü mü zayıf mı olduğudur.

İbn Teymiyye’nin bir ürüne olan ihtiyacın şiddeti ile o ürünün fiyatı arasında kurduğu ilişki şu şekilde açıklanmıştır:

“Eğer bir mala olan ihtiyaç çok miktarda ve güçlü ise söz konusu malın fiyatı o mala olan ihtiyacın az miktarda ve güçsüz olduğu durumdaki fiyatına kıyasla daha yüksek bir düzeye yükselecektir. Yani bir mala olan ihtiyacın şiddeti ve miktarı ile söz konusu malın fiyatı arasında doğru yönlü ilişki vardır. Bu görüşü iki açıdan yorumlamak mümkündür. Birincisi; ihtiyacın şiddeti ve boyutunda meydana gelen değişiklikler, modern iktisâdın bir malın talebini etkileyen faktörlerden birisi olarak kabul ettiği “zevk/tercihler” de meydana gelen

değişikliklerin bir sonucu olabilir. Zevk ve tercihlerin bir malın tüketimi lehine değişmesi halinde o mala olan ihtiyacın şiddeti ve boyutu artacak; dolayısıyla söz konusu mala olan talep artacak ve doğal olarak malın fiyatı yükselecektir. Aksi durum için de benzer mantık kurulabilir. İkincisi; bir malın tüketiminin zorunlu olması halinde söz konusu mala olan ihtiyaç da daha şiddetli olur. İhtiyaç daha şiddetli olunca o mala olan talep de daha kuvvetli olur. Bu durum söz konusu malın fiyatı üzerinde artırıcı bir etki yapar.” (Görmez, 2014: 173).

Talebin fiyatı etkileyeceğini belirten bir diğer kelâmcı da Kâdî Abdülcebbâr’dır. O, tıpkı modern iktisatta ifade edildiği gibi talebin bolluğunu ve darlığını fiyata etki eden faktörlerden birisi olarak kabul etmektedir.

Kâdî Abdülcebbâr talebin az olması durumunda fiyatın düşeceğini söylemektedir. Yani talep azlığını fiyatı etkileyen bir sebep olarak görmektedir. Ona göre Allah, bir mala muhtaç olanların sayısını azaltmak suretiyle o mala olan talebin azalmasını sağlayabilir. Allah, fiyatlar normal seyrindeyken insanları ve diğer varlıkları veba gibi bir takım felaketlerle helak eder. Bunun neticesinde nüfusta bir azalma meydana gelir ve talep azlığı ortaya çıkar (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.,: 56).

Kâdî Abdülcebbâr talep azlığını bu şekilde izah ettikten sonra talep bolluğunun da fiyata etkisine değinmiştir. Ona göre talep bolluğu neticesinde fiyatlar yükselmektedir. İnsanların bir ürüne olan şiddetli ihtiyaçlarına rağmen Allah’ın o ürünü azaltması neticesinde bir talep bolluğu oluşmakta ve fiyatlar yükselmektedir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56-57).

Talebin fiyatı etkileyeceğinden bahseden müellifin, talebin ne olduğuna dair bir tanım getirmediği görülmektedir. Ancak modern iktisatta, yukarıda ifade edilmiş olduğu gibi, arzu ve isteklerin ekonomik güç ile desteklenmesi durumunda bunun talep olarak isimlendirileceği şeklinde aktarılmış olan tanımının yazarın zihninde mevcut olan talep tanımı olduğu söylenebilir. Kâdî Abdülcebbâr her ne kadar açık bir şekilde bir talep tanımı yapmasa da onun izahlarından hem malı alma arzusunun varlığı hem de şartların ve ekonomik gücün mevcudiyeti neticesinde o mala olan arzu ve isteğin fiile dönüşmesi durumunu talep olarak algıladığı anlaşılır.

4.4.5. Talep Eğrisinin Kayması

Kelâmcıların fiyat konusunu ele alırken değindikleri bir diğer iktisadi mesele de talep eğrisinin kaymasıdır. Onların, talep eğrisinin kaymasını isimlendirmeden örneklendirmektedirler. Yaklaşımlarının daha iyi değerlendirilebilmesi adına modern iktisadın talep eğrisinin kaymasına getirdiği izahın ele alınması icap etmektedir.

Modern iktisatta talep eğrisinin, diğer her şeyin sabit kalması (ceterius paribus) şartıyla, fiyat ile talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi tanımladığı ifade edilir (Acemoğlu, Laibson ve List, 2016: 67). Ancak her şeyin sabit kalması gibi bir durumun olanaksızlığı nedeniyle bazı durumların değişmesi neticesinde talep eğrisinde kaymaların olacağı belirtilebilir.

İktisatta aşağıdaki beş ana faktör değiştiğinde talep eğrisinde kaymanın olacağı söylenir.

- Zevkler ve tercihler
- Gelir ve servet
- İlişkili malların elde edilebilirliği ve fiyatı
- Alıcıların sayısı ve ölçeği
- Alıcıların geleceğe dair inanışları (Acemoğlu, Laibson ve List, 2016: 67).

Kelâmcıların, fiyat oluşumunu ele alırken talep eğrisinin kaymasına neden olabilecek durumları metin arasına serpiştirdikleri tespit edilebilmektedir.

Kâdî Abdülcebâr, Allah'ın insanların ihtiyacını bir maldan başka bir mala kaydırmak suretiyle malda bir ucuzlama meydana getireceğini belirtmektedir. Onun bu tespiti, Allah'ın bal ürününe olan ihtiyacı bir başka ürün olan reçel ile ikame edip onun fiyatında bir ucuzlama meydana getirmesi şeklinde örneklendirilebilir. İfade edilen bu husus beş faktörden “ilişkili malların elde edilebilirliği ve fiyatı” etkeniyle ilişkilendirilebilir. İkame mal etkisi olarak da ifade edilebilecek bu faktör, modern iktisat teorilerinden birini oluşturmaktadır. İkame mal insanların aynı ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına üretilmiş, ürünlerin birbirlerinin yerine kullanılabilmesini ve alternatif olarak tercih edilebilmesini sağlar. İhtiyaçların karşılanmasında alternatif

olarak kullanılabilen ikame mal, fiyatı etkileyerek onun düşmesini sağlayabilmektedir (Demir ve Acar, 1992: 175).

Kâdî Abdülcebbâr'ın ikame mal etkisine değindiğini ve onun fiyata etkisini kabul ettiğini görmekteyiz. O, insanların Allah tarafından ihtiyacının bir üründen başka bir ürüne kaydırılması suretiyle o ürünün piyasasında bir ucuzlama meydana geleceğini düşünmektedir. Kâdî Abdülcebbâr Allah'ın bir mala olan ihtiyacı başka bir mala kaydırmak suretiyle o malın fiyatının ucuzlamasını sağlayabileceğini belirtir. İnsanların başka mala olan ihtiyaçlarından dolayı ellerindeki malı satmak yoluna gitmeleri neticesinde o malın fiyatı düşer (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 56-57).

Allah bir ürüne muhtaç olanların sayısını azaltmak suretiyle meydana bir ucuzlama getirebilir. Bu ucuzlama bir ikame malın etkisiyle veya toplu bir salgın yoluyla insan sayısının azaltılması suretiyle meydana gelebilir. Sonuç olarak belirli bir ürünün alıcılarının azalması sebebiyle talep eğrisinde kayma meydana gelir (Teftâzânî, t.y.: 320).

Modern iktisatta talep eğrisinde kayma meydana getiren “alıcıların geleceğe dair inanışları” faktörüne, Nasîrüddîn Tûsî, Allah'ın insanların bir malı elde etmelerine dair içlerinde bir korku oluşturacak durumları meydana getirmesi neticesinde bir ucuzluk oluşacağını ifade ederek işaret etmektedir (Hillî, t.y.: 371).

Cüveynî'nin talep eğrisinde kayma meydana getiren bir diğer etken olan “zevk ve tercihler faktörüne” işaret ettiği belirtilebilir. Nitekim o, Allah'ın insanların bir ürüne ihtiyaçlarını ve şehvetlerini arttırmak suretiyle ucuzluk meydana getireceğini ifade etmiştir (Cüveynî, 2009: 286).

Kâdî Abdülcebbâr'ın açıkça değinmemiş olduğu “ekonomik güç ve gelir durumu” faktörü onun talep tanımında mündemiçtir. O, açıkça belirtmese de talebin ekonomik güçle desteklenmiş olması gerektiğini düşünür. Buradan hareketle Kâdî Abdülcebbâr'a göre talep eğrisinin kaymasına sebep olacak bir diğer etken insanların maddî düzeyleri yani gelirleri ve servetleridir (Kâdî Abdülcebbâr, t.y.: 55).

4.4.6. Nüfus Teorisi

İktisat tarihi boyunca çeşitli nüfus teorileri ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında en çok popüler olmuş ve kabul görmüş teori Malthus'a aittir. Onun teorisine göre nüfus 1, 2, 4, 8, 16, 32... şeklinde geometrik dizi halinde artarken gıda maddeleri nüfusun artışına göre daha yavaş ve 1, 2, 3, 4, 5, 6 şeklinde aritmetik dizi biçiminde artmaktadır. Malthus, nüfus üzerinde hiçbir denetim yapılmadığı ve serbest bırakıldığı takdirde her yirmi beş yılda, bir kat artacağını öne sürmüştür. Ona göre artışa müdahale edilmediği takdirde nüfus ile gıda maddeleri arasındaki denge bozulmaktadır. O, bu dengeyi sağlamak adına bazı tedbirlerin alınabileceğini ancak bu tedbirlerin ahlaki olmadığını ifade etmektedir. Onun öngördüğü tedbirler insanların geç evlenmesi ve doğum sayısını azaltmasıdır. Malthus her halükarda bu ikisinin arasında bir dengesizliğin olacağını ifade etmekle birlikte doğa yasalarından gıda kıtlığı, savaş, doğal afetler, çocuk ölümleri ve hastalıklarla nüfusun telef olması gibi kontrollerin çıkacağını ifade etmiştir (Güneş, 2009: 134).

Kelâmcıların da Malthus gibi kısmi bir nüfus teorilerinin olduğu kabul edilebilir. Nitekim onlar, fiyatların oluşum sebeplerinden birisinin Allah olduğunu ifade etmektedirler. Allah'ın veba, salgın ve bir takım afetlerle veya başka bir yolla nüfusu azaltacağını belirtmişlerdir. Bunun neticesinde de bir ucuzlamanın meydana gelebileceğine dair beyanatta bulunmaktadır. Onlar, Malthus'un doğanın kontrolleri olarak ifade etmiş olduğu durumu Allah'a izafe ederek ona ilahi bir boyut kazandırmaktadırlar (Âmidî, 2003: 227-28).

Malthus'un ahlaki olmayan tedbirleri gibi öngörülerde bulunmayan kelâmcılar, nüfusun artması neticesinde meydana gelen pahalılığın, Allah'ın müdahalesiyle fiyat ayarlamasının yapılmış olacağını ve yukarda bahsetmiş olduğumuz yollarla bir ucuzlamanın meydana gelebileceğini belirtmektedirler. Bu tarzda gerçekleşmiş olan pahalılık ve ucuzluk isyan edilmesi gereken bir durumdan ziyade Allah'ın bir kanunu olarak telakki edilip karşılığında Allah'a teşekkür edilmesi icap eder (Kâdî Abdülcebâr, t.y.: 58). Nitekim Modern iktisat ile İslam iktisadı arasındaki önemli farklılıklardan birisi, bahsetmiş olduğumuz Allah'ın kanunlarına isyan etmeme her halükarda teşekkür etme kriteridir.

4.5. Kelâmcıların Fiyatları Allah’a İzafe Etmelerinin Providence (İlahi Takdir) Kavramı ve Görünmez El Bağlamında Değerlendirilmesi

Bu kısımda kelâmcıların ve iktisatçıların fiyat meselesi bağlamında iktisadi hayatın ardında bir ulûhiyet vurgusunun olduğundan bahsedilecek. Kelâmcıların bu durumu açıkça ortaya koydukları ancak iktisatçıların modern dönem ile birlikte sekülerleşme çabalarından dolayı bunun yerine soyut kavramlar kullanma yoluna gittikleri belirtilecek.

4.5.1. Modern İktisatta Fiyatların Oluşumunda Ulûhiyyet Arayışı

Daha önceki bölümlerde, fiyatlara dair Hz. Peygamber’den nakledilen rivayetler dolayısıyla bazı kelâm âlimlerinin fiyatların her hâlükârda Allah’a izafe edilmesi gerektiği yönünde, bazılarının ise belli durumlarda Allah’a, belli durumlarda da insanlara izafe edilebileceği noktasında kanaat bildirdikleri ve iktisadi hayatın yönlendiricisinin Allah olduğunu düşündükleri ifade edilmiştir. Dolayısıyla kelâmcıların, iktisadi bir konu olan fiyatların oluşumunu teolojiden ayrı görmedikleri bu anlamda da iktisadın işleyişini Allah’ın “fââl” olmasıyla ilişkili olarak düşündükleri söylenebilir. Günümüz hâkim iktisat anlayışının da teolojik bir kökene dayandığını ifade etmek mümkündür. Nitekim günümüzde yaygın olarak kullanılan Smith’in “görünmez el” kavramının iktisatçılarınca çok farklı manalarda kullanılsa da Hristiyan teolojisine dayandığı söylenebilir. Sedlacek, görünmez el ilkesinin çok eski tarihlere dayandığını belirtmektedir. O, görünmez elin izlerinin Gılgamış Destanı, İbrani düşüncesi ve Hristiyanlık’ta bulunduğunu ifade etmektedir (Sedlacek, 2018: 10). İktisatçıların görünmez el ile ilişkilendirdikleri teolojik kavram “providans” kavramıdır.

Providans kavramının Antik Yunan’a kadar dayandığı ifade edilebilir. Bu kavram Yunanca “Pronoia” sözcüğünden gelmektedir. Bu kelimenin Latince “providentia” şeklinde kullanıldığı, İngilizce ve Fransızcaya ise “providence” şeklinde geçtiği söylenebilir. Ayrıca kavramın Osmanlı Türkçesinde “takdir-i ilahi”

olarak kullanıldığı görülmektedir (Peters, 2004: 318). Bu kelime “Tanrının, aşkla bağlandığı dünyada olup biten her şeyi önceden bilmesi ve yönetmesi; insanları kurtuluşa ya da selâmete erdirmek için, onlara yapmış olduğu yardım, gösterdiği lütuf” şeklinde tanımlanabilmektedir (Cevizci, 1999: 464). Ayrıca providans, insanların davranışlarının, kaderlerinin ve duygularının olağan üstü bir varlık tarafından kontrol ve koordine edilmesini ifade eder (Ertuğrul, H.1341: 563). Pronoia sözcüğünün kök manasına bakıldığında da insanın (kendi) iyiliği için gizli bir planın varlığına olan inancını ifade ettiği görülür. Nitekim bu sözcükle zıt mana içeren paranoia kelimesi, insanın kendisi için kötü bir planın hazırlandığına olan inancı manasına gelir (Ertuğrul, H.1341: 491; Oktay, 2018: 13).

Providans kavramının bir bakıma Tanrı’nın ismi olduğu O’nun yeryüzündeki olayları idare etmesi ve yönetmesi anlamına geldiği söylenebilir. Yani Tanrı’nın yeryüzünde fââl olması manasına gelir (Oktay, 2018: 13).

Hristiyan teolojisinde ise bu kavramın genel ve özel olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir. “Genel Providans”, Tanrının bütün âlemde bulunmasını, âlemi belli hedeflere doğru yönetmesini ve herkese dair kanunlarını ifade eder. “Özel Providans” ise tanrının özel kullarına yönelik tasarrufunu ve onlara vermiş olduğu ayrıcalıkları kapsar (Medkur, 1983: 129).

Bilindiği üzere görünmez el kavramı iktisatçılar tarafından birçok farklı şekilde algılanmış olup kimileri onu teolojiden tamamen soyutlama çabası içine girerken kimileri de onun teolojik arka planını ortaya koymaya çalışmışlardır (Aydınlat, 2010: 145; Sedlacek, 2018: 278). Hristiyan teolojisinde yer alan providans kavramının da birçok iktisatçı tarafından, Smith’in görünmez el kavramının dayanağı olduğu ifade edilmiş ve görünmez el ile providans kavramı birlikte kullanılmıştır (Minowitz, 2004: 399-400).

Nitekim Paul Oslington, özel ve genel providans’ın Smith’in görünmez eliyle ilişkilendirilebileceğini ifade ettikten sonra kendisinin görünmez eli, özel providans ile ilişkilendirdiğini belirtmektedir. O, görünmez eli, piyasada dengeyi oluşturan özel providans olarak yorumlamaktadır (Oslington, 2011: 61-74). Bu da tanrının dengeyi sağlamak adına özel müdahalelerde bulunmasını ifade eder.

Providans kavramının Smith'in düşüncesindeki yerine işaret eden bir diğer iktisatçı Peter Harrison'dur. Ancak o Oslington'dan farklı bir şekilde görünmez eli genel providans olarak yorumlamıştır (Harrison, 2011b: 77-91, 2011a).

Modern iktisatta piyasanın dengede olması ve fiyatların oluşumu ile ilgili ulûhiyet arayışının görünmez elin ardındaki providans ile sınırlı olmadığı söylenebilir. İktisadın arkasında tanrısallık arayışının görülebileceği bir diğer yer Walras'ın "genel denge teorisi"ndeki "mezat tellalı" anlayışıdır. Klasik iktisadın babası olarak kabul edilen Adam Smith, toplumdaki bütün bireylerin kendi çıkarları doğrultusunda davrandıklarını ve girdikleri mübadele işlemlerinde kendi fayda ve kârlarını maksimize etmeye çalıştıklarını ifade eder. Adam Smith, bu şekilde davranan bireyler, böyle bir beklenti içerisinde olmasalar dahi, kaynak dağılımının bir görünmez el tarafından sağlanacağını ve piyasada bir dengenin hâsıl olacağını söyler (H. Özel, 2013: 85). Smith'in görünmez el metaforunun bugün Walras'ın genel denge kuramının temelinde yer aldığı ifade edilebilir. Walras'ın bu kuramı şöyle açıklanabilir:

"Herhangi bir mal aldığında, bu malın üretimi için toplumsal bakımdan değerli olan bir kaynaktan (emek, sermaye, toprak vs.) yararlanıyorum demektir. Benim bu malı tüketmem yoluyla kaynakların gereğinden fazla kullanılmasını engelleyen tek şey, o mal için ödemek zorunda olduğum fiyattır, çünkü bu fiyatı ancak, bu malı tüketmenin benim için değeri, o mala ödeyeceğim fiyattan daha fazla ise ödemeye istekli olurum. Rekabetin iyi işlediği piyasalarda malların fiyatları üretim maliyetlerine (kârı da içerecek biçimde tanımlanan) eşit olacağından, bunun anlamı söz konusu malı ancak, onun benim için değeri, o malın üretiminde kullanılacak kaynakların toplumsal maliyetinden daha fazlaysa ya da en azından bu maliyete eşitse, tüketecek olmamdır. Yani, piyasa mekanizması, benim o malı ancak "gerektiği kadar" almamı sağlamaktadır, çünkü benim ödeyeceğim fiyat tam da kaynakları kullanmanın toplumsal maliyeti kadar olmaktadır. Dolayısıyla iyi işleyen, yani fiyatların kaynakların görelî kıtlığını yansıttığı piyasalardan oluşan bir ekonomik sistemde etkin kaynak dağılımı kendiliğinden ortaya çıkmaktadır." (H. Özel, 2013: 87).

Genel denge kuramını bu şekilde aktardıktan sonra Walras'ın zihnindeki piyasada, denge oluşumunun soyut bir kavramın varlığıyla izah edildiği söylenebilir. Nitekim Hüseyin Özel bu durumu şöyle izah eder:

“Bununla birlikte, rekabetçi dengenin böyle biçimsel olarak ortaya konması, gerçek dünyada da buna benzer bir sürecin işliyor olduğu anlamına gelmez. Modelde dengeyi sağlayan temel mekanizmanın işleyebilmesi için, Walrasçı “mezat tellalı” (auctioneer) tarafından yönlendirilen bir “el yordamı” (tatonnement) sürecinin varlığı zorunludur. Bu eğretileme, bir “tellalın” mal ve faktörlerin alış ve satış isteklerini toplayarak bunları değerlendirmesi yoluyla oluşacak denge fiyatına ulaşıldıktan sonra, piyasadaki taraflar arasındaki değiş tokuşun gerçekleşeceğini dile getirmektedir. Buradaki “el yordamı” süreci, herhangi bir piyasada arz fazlası varsa fiyatın düşmesi gerektiği, talep fazlası varsa fiyatın artması gerektiği anlamına gelir.” (H. Özel, 2013: 88).

Bu çerçevede değerlendirilebilecek bir diğer görüş Hayek'in “kendiliğinden doğan düzen” anlayışı görüşüdür. Onun iktisadi anlayışının temelinde kendiliğinden doğan düzen anlayışının mevcut olduğu ifade edilebilir. Aslında Hayek'in kendiliğinden doğan düzen anlayışı ile piyasa ekonomisi aynı anlama gelir. Ona göre piyasa, insan davranışının bir eseridir ancak tasarımının bir eseri değildir. Hayek'in piyasa anlayışında, bütün bireyler kendi çıkarı ve amacına yönelik hareket etmelerine rağmen iştirak etmiş oldukları piyasada tüm bireyler kazançlı çıkar. Dolayısıyla piyasa sistemi zenginlik yaratan bir sistemdir (Metin ve Özkan, 2016: 126).

Hayek'in savunmuş olduğu kendiliğinden doğan düzen anlayışının, Smith'in görünmez el vurgusuna alternatif olarak getirildiği ifade edilmiş ve onun sosyal yaşantının ilahi bir tasarım neticesinde devam ettiğini dile getirdiği belirtilmiştir (Ayhan, 2019: 148).

Bütün bunlardan modern iktisadın temelinde ciddi bir tanrısallık olduğu ve aşkın bir varlığın etkisinin reddedilmesinin doğru olamayacağı anlaşılır. Ancak modern iktisadın sekülerleşme çabaları dolayısıyla bunu görmezden geldiği iktisadın ardındaki teolojiyi geri plana ittiği ifade edilebilir. Jacop Viner'in bu durumu şu sözlerle açıkladığı aktarılır:

“Modern iktisat ve ahlak profesörleri öylesine sekülerize olmuş alanlarda çalışıyorlar ki, halbuki daha önceleri bu alanlarda dini öğeler ve çıkarımlar son derece merkezi bir role sahipti, fakat zamanla bunlar titizlikle alandan dışarıya atıldılar, ortadan kaldırıldılar...(bilimin insanları) ya kendilerini Smith’in düşüncesindeki bu olağanüstü halleri görmelerini engelleyecek zihinsel at gözlükleri takıyorlar veya onları yalnızca geleneksel ve Smith’in zamanında moda olan aslen naturalistik ve rasyonel analize iliştilen süsler olarak görüyorlar... Ben şu noktada ısrar etmeye mecburum: Adam Smith’in iktisat dâhil olmak üzere düşünce sistemi eğer onun teleolojik unsurlara, görünmez ele verdiği rol göz ardı edildiği takdirde anlaşılabilir olamayacaktır.” (Yang, 2009: 50; Oslington, 2018: 53-4)

Modern iktisadın teoloji ile ilişkisine dair zikredilebilecek bir diğer şey “dispozitif” ve “ekonomi” kavramları arasındaki ilişkidir. Ekonomi kavramının etimolojik kökenini irdeleyen Agamben ve Foucault, kavramın Latince dispozitif sözcüğünün etimolojik mirası olduğunu belirtmişlerdir. Onlar her iki kavramın da bireyleri ve eylemlerini doğru olduğu apriori olarak varsayılan bir gayeye yönlendirme manasına geldiklerini söylemişlerdir. Aynı zamanda kavramların bireyleri yönetme ve denetlemeyi ifade eden anlamlara geldiklerini savunmuşlardır. (Villamizar, 2016: 100; Kızılkaya, 2013). Ayrıca Agamben ekonomi kavramını Hristiyan teolojisi ile ilişkilendirmekte ve ekonominin teolojik kökeninin olduğunu savunmaktadır (Agamben, 2012: 23-26)

İncelemiş olduğumuz fiyat meselesinin de değer kavramıyla birlikte doğrudan ilahi bir ilişkilendirmeye tabi tutulduğu görülmektedir. Ürünlerin fiyat ve değerlerinin aşkın bir varlık tarafından belirlendiği ifade edilmiştir (Hengstmengel, 2015: 124-25).

4.5.2. Fiyatların Oluşumunda Küllî ve Cüz’î İrade Arasındaki Denge

İslam düşüncesinde geçicilik ifade eden ve insanlar için bir imtihandan ibaret olan dünya hayatı, Allah’ın kontrolü altındadır. Onun çeşitli vasıtalarla dünya hayatını koordine ettiği belirtilebilir. Allah’ın dünya hayatını kontrol ettiği araçlardan birisi iktisadi hayattır.

Allah'ın insanları iktisadi hayatla imtihan etmesinin darlığa düşürmek ve genişlik vermek üzere iki şekilde gerçekleştiği görülmektedir (İbn Kesîr, 1999: 467). Kişilerin darlıkla imtihan edilmeleri onların herhangi bir kötü vasıflarından kaynaklanmadığı gibi bollukla imtihan edilmeleri de herhangi bir faziletlerinden kaynaklanmaz. Bu durum tamamen Hakîm ve Alîm olan Allah'ın ilgili imtihan yöntemini tercih etmesiyle ilgilidir (Kurtubî, 1964a: 314).

Kur'an'da iktisadi hayatın Allah'ın denetimi altında olması rızık ve mal kavramlarıyla açıklanır. Rızık ve malın bir imtihan olarak kullanılmasına dair ayetlerin tefsirlerinde Allah'ın iktisadi hayatı kontrol ettiğine dair çokça yorumun yapıldığı ancak doğrudan fiyat kavramına değinilmediği görülmektedir. Bunun sebebi de ayetlerde doğrudan fiyat kelimesinin geçmemiş olması olarak tespit edilebilir (Ayhan, 2019: 164). Müfessirlerin aksine bazı kelâmcıların rızıkla ilgili bazı ayetleri doğrudan fiyatla ilgili olarak değerlendirdikleri görülmektedir.

Nitekim Zuhuruf suresindeki 32-33. ayetler Allah'ın fiyatların düşüş ve yükselişine etkisi bağlamında ele alınmaktadır. Bu yüzden daha önce de ifade edildiği gibi rızıkla ilgili bütün ayetleri fiyatla ilişkilendirmenin mümkün olduğu söylenebilir. Zuhuruf suresinde yer alan ilgili ayetlerin fiyat bağlamında nasıl değerlendirildiklerine bakalım

Ehl-i sünnet kelâmcılarından Dimeşkî, pahalılık ve ucuzluğun kaynağının Allah olduğunu belirtmek adına Zuhuruf suresinin 32-33. ayetlerini delil olarak zikretmektedir. Bu ayetleri delil göstermekle yetinen müellif ayrıntılı bir açıklama yapmamaktadır. Ancak onun görüşlerini değerlendiren Sa'd b. İbrahim konuyu daha geniş ele almaktadır. O, Zuhuruf 32. ayetinin, refah ve rızık kaynağının Allah olduğuna delalet ettiğini ve bunun da yansımasının fiyatlar olduğunu belirtmektedir (Dimeşkî, t.y.: 310). İlgili ayetin meali şu şekildedir:

“Sahibinin ikramını onlar mı paylaştıracak? Oysa dünya hayatında yaşamalarına sebep olan şeyleri (farklı malları, farklı bölgelere) biz paylaştırdık. (İnsanlardan) Birini diğerinden bir kaç derece üste çıkardık ki biri diğerinin işinden yararlansın. Ama sahibinin ikramı, onların birikimlerinden iyidir (Allah vermezse bir şey elde edemezler)”

Sa'd b. İbrahim, Zuhurf 33. ayetteki durumların çoğalmasıyla ucuzluğun olacağını ve hayatın kolaylaşacağını belirtmektedir (Dımeşkî, t.y.: 310). İlgili ayet şu şekildedir:

“İnsanların (kâfirlikte birleşen) tek bir toplum olmaları (tehlikesi) olmasaydı Rahman'ı görmezlikten gelenlerin evlerine gümüşten tavanlar ve üzerinde yükselecekleri asansörler yapardık.”

Kelâmcıların rızık meselesinde delil olarak gösterdikleri bütün ayetlerin fiyat konusu için de delil teşkil edebileceği ve değerlendirmeye tabi tutulabileceği söylenebilir. Kelâmcıların fiyat konusuna girmelerinin sebebi olarak her ne kadar hadisler zikredilmişse de sebep olarak sadece hadislerin gösterilmesi doğru değildir. Nitekim onlar fiyat ve rızık kavramlarını aynı nedenlerden dolayı ele almaktadırlar. Bu da Allah'ın dünyada fââil oluşunu ve yaratıcılık vasfını izah etme çabasıdır. Bu yüzden fiyat üzerindeki görüş farklılıkları bu ayetlerin tefsiri mahiyetinde değerlendirilebilir.

İktisadi hayatın imtihan olması meselesinin rivayetlerde de açık bir şekilde belirtildiği ve iktisadi hayatın bir manada yansıması olan fiyatlarla kişilerin ve toplumların sınavdan geçirildiği belirtilir. İlgili rivayetler şu şekildedir.

“Muhakkak ki kişi malıyla, hanımıyla ve evladıyla sınanır.”(Süyûtî, 2012: 141 No:2336).

“Allah, gazabına uğrayacak toplumun iktisadî hayatını durgunlaştırır, fiyatlarını pahalandırır, iç huzursuzluğu arttırır ve yönetici zulmünü şiddetlendirir...” (Müttakî el-Hindî,1981: 103 No:9749).

Ayet ve hadislerde iktisadi hayatın arkasındaki ulûhiyet vurgusunun, modern iktisattakinden daha açık bir şekilde ifade edildiği görülmektedir. İslam'da, dünyada mevcut olan işleyişi Allah'ın yönetimi olmadan insanın tek başına idaresi kabul görmemektedir. Allah'ın hayatın içinde her an etkin olduğu belirtilmekle birlikte insanın ise sınırlı iradesiyle bir etkide bulunduğu ve bunun da küllî irade altında olduğu belirtilir. Modern iktisattaki sekülerleşme çabalarının da bu durumu aşamamasından dolayı soyut kavramlar icat etme yoluna gittikleri ifade edebilir. Buna verilebilecek en güzel örneklerden birisi Walras'ın “mezat tellalı” dir.

Walras'ın mezar tellalı aslında iktisadi sistemin işleyişinin dolayısıyla piyasanın işleyişinin kendi kendine düzene girmesi gibi bir durumun olmadığını göstermektedir. Bu kavram her ne kadar açıkça ifade edilmemiş olsa da iktisadi hayatı yönlendiren soyut bir varlığın mevcudiyetini izhar etmektedir. Bu soyut varlığın rızık genişleten, daraltan ve her an bir yaratma hali içerisinde olan Allah'tan başka bir varlık olmadığı net olarak ifade edilebilir. Görüşlerini incelemeye tabi tutulan kelâmcılar, Allah'ın tek yaratıcı olma sıfatından hareketle piyasayı koordine eden varlığın O olduğu kanaatinde olmuşlardır (İbn Teymiyye, 2004: 522-23). Buradan hareketle piyasa mekanizmasının dengeye getirilebilmesinin, insanın tâkâtının kâfi geleceği bir durum olmadığı ve modern iktisadın zorunlu olarak hayali mezar tellalı üretme cihetine gittiği belirtilebilir (Oktay, 2018: 37).

Walras'ın mezar tellalı, fiyatların oluşumunu izah eden aşağıdaki rivayette geçen “umâre” adlı meleği andırmaktadır.

“Fiyatlar artınca sahâbe-i kirâm Hz. Peygamber'e giderek: Ey Allah'ın Resûlu fiyatlar yükseldi fiyatlara bir narh koysan olmaz mı dediler. Bunun üzerine Hz. Peygamber şöyle cevap verdi: Allah'ın Umâre adlı bir meleği vardır. Bu melek, uzunluğu göz alabildiğine olan yakut taşından bir at üzerinde bulunur. Bu melek şehirlerde gezer, çarşılarda durur ve fiyatlar şöyle artınsın, şöyle ucuzlasın diye seslenir.” (Bağdâdî, 1417: 92 No:6509).

Kelâm eserlerinde Allah'ın iktisadi hayatı fiyatlar aracılığıyla koordine ettiği noktasında bir ittifak vardır. Kelâmcılar iktisadi hayatın bir imtihan olduğunu ve Allah'ın iktisadi hayatı kontrol ederek insanlar arasında bir rızık taksimi yaptığını kabul etmektedirler. Bu kabilden onlar iktisadi hayatın tezahürü olan fiyatların oluşumu noktasında sadece Allah'ın etkisinin olduğu çokça faktörü zikretmektedirler. Kelâmcıların üzerinde durduğu bu husus Allah'ın fâil oluşuna bir vurgu olarak nitelenebilir. Fiyatların oluşumunda zahirî olarak belirleyici unsur görünümünde olan insanların bir takım tasarrufları veya bir takım doğa olayları gibi şeylerden ziyade âlemde her an fâil konumunda olan Allah etkili olmaktadır. Ancak kelâmcıların Allah'ın iktisadi hayata müdahalesinin sınırında ihtilaf ettikleri görülmektedir. Onların bu ihtilaflarının kaynağı, insanın cüz'î iradesi ile Allah'ın yaratıcılığı arasındaki ilgiyi kurmaya yönelik olduğu ifade edilebilir.

Ehl-i sünnet kelâmcıları fiyatların oluşumunun Allah'a izafe edilmesi gerektiğini belirtmekte ve ondan başkasına izafe edilmesinin Allah'ın bazı sıfatlarının işlevsiz olduğunu kabul etmeyi gerektireceğini düşünmektedirler. Kelâmcıların fiyatların nihai olarak Allah'a izafe edilmesinin gerekliliği noktasındaki vurgusu ayet ve hadislerin bu noktadaki zahir anlamlarından kaynaklanmaktadır. Mu'zili ve Şîi kelâmcılar ise Allah'ın iktisadi hayatı koordine etmesini onaylamakla birlikte insanların bazı eylemleri neticesinde iktisadi hayata etki edebildiğini bundan dolayı fiyatların oluşumunda onların bir etkisinin olduğunu belirtmektedirler. Onların bu yaklaşımı insanların isyan ifade eden eylemlerinin Allah'a isnat edilmemesinin bir gerekliliği olarak ifade edilir. Ancak onlar da insanların eylemleri sonucu oluşan fiyatların Allah'ın kaderi çerçevesinde yani koyduğu ölçü ve kurallara göre cereyan ettiğini belirtmektedirler (Kâdî Abdülcebbâr, 2013: 746). Bundan mütevellit daha önce ifade edilmiş olduğu gibi insanın takâtı bu sistemin koordinesini sağlamak noktasında yetersiz kalmakta ve asıl faili tespit etmek zorunluluğu hâsıl olmaktadır.

Görüldüğü üzere kelâmcılarda bazı noktalarda farklı izahların bulunmasına rağmen Allah'ın fiyatların oluşumunda dolayısıyla iktisadi hayatın akışında etkin olduğu ortak bir vurgu olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak burada kaçırılmaması gereken nokta, her iki tarafın insanı yaptığı eylemlerinden sorumlu tutmasıdır. İnsanların fiillerinden sorumlu olmasının kabulü, tartışmanın farklı bir boyutta gerçekleştiğini göstermektedir. Nitekim fiyatların her halükarda Allah'a izafe edilmesi gerektiğini ifade eden İbn Teymiyye, fiyatlara bazı noktalarda müdahale edilebileceğini kabul etmektedir. Her ne kadar kelâmcı olmasa da fiyatlara dair yaklaşımı Ehl-i sünnet kelâmcılarının yaklaşımıyla aynı yönde olan İmam EbûYûsuf da bazı durumlarda fiyatlara müdahale edilebileceğini belirtmektedir (Bal, 2014: 35-36). Buna rağmen o, fiyata dair açıklamalarında asıl koordine edici varlığın Allah olduğunu belirtmektedir. Onun fiyatların oluşumuna dair açıklaması şu şekildedir:

“Gerçekte ucuzluk ve pahalılık Allah'ın elindedir. Bunlar asla bir kararda kalmazlar. Para da böyledir. Pek çok hallerde kıymeti azalır ve çoğalır. Ucuzluk ve pahalılık için üzerinde karar kılınıp ölçü alınacak bir had yoktur. Bunlar ancak ilahi tecellilerdir, nasıl olacağı bilinemez. Ucuzluk hiçbir zaman zahirenin ve malların çokluğundan doğmadığı gibi pahalılık da azlığından ileri

gelmez. Bunların hepsi Allah'ın hükmü ve kazâsıdır. Bazan zahire bol olduğu halde pahalı olur, bazen az iken ucuz olur.” (Ebû Yûsuf, 1973: 92-93).

Eş'arî kelâmcılar fiyatı her halükarda Allah'a izafe etmeyi tercih etmeleri nedeniyle iktisadi çalışmayı donuklaştırmakla suçlanırken Mu'tezile'nin tavrı ise iktisadi çalışmayı destekleyen bir görüş olarak algılanmıştır (Suphi, 2006: 189). Kanaatimizce bu çıkarım doğru değildir. Çünkü Eş'arî'lerin yaklaşımı, sebepleri anlamayı engelleyen bir durum olarak değil; sadece bir üst çerçeve olarak algılanmalı ve sosyal yaşantının koordinesini insanın tek başına yüklenemeyeceği üzerine kurgulanmış bir yaklaşım olarak değerlendirilmelidir. Nitekim Mehmet Şah Fenârî (ö. 839/1435), Mu'tezile ile Ehl-i sünnet kelâmcıları arasındaki görüş farklılığının kelâmî olmaktan ziyade lügavi olduğunu belirtmektedir. O, bu iki grup arasında ürünlerin azaltılması ve rağbetlerin çoğaltılmasının Allah tarafından meydana geldiği ve satın alınacak ürünün ve bedelinin de belirleniminin insanlar tarafından gerçekleştiği hususunda da herhangi bir ihtilafın olmadığını söylemektedir (Cürçânî, t.y.: 192). Fenârî bu açıklamasıyla insanın sorumlu olması cihetiyle fiyatlara etki ettiğini kabul etmekte ancak asıl koordine edicinin de Allah olduğunu belirtmiş olmaktadır. Ayrıca Ehl-i sünnet kelimcilerin açık bir şekilde ifade etmemekle birlikte iktisadi hayatın işleyişinde insanların ve devletin etkisini zımnen kabul ettikleri belirtilebilir (Türk, 2008: 27)

Ayet ve hadislerde iktisadi hayatı yönlendirme noktasında asıl failin Allah olduğu kabul edilmesine rağmen insanın amellerinden sorumlu olması onun bu koordine Allah'ın iznine bağlı olarak bir etkisinden bahsedilebileceğini göstermektedir. Kelâmcıların zıtmış gibi gözüken görüşlerinin değerlendirilmesinde Fenârî'nin tartışmanın lügavi bir tartışma olduğuna yönelik yaklaşımı ciddi önem arz etmektedir. Onun açıklaması mezhepler arasında cereyan eden münakaşadan, koordine insanın ve Allah'ın etkisinin birbirinden kesin çizgilerle ayrılmasının mümkün olmadığı ve iktisadi hayata imtihan olarak bakıldıktan sonra olayın kavranabileceğini ortaya koymaktadır.

Narh hadisinde fiyatların artmasına rağmen Hz. Peygamber'in müdahale etmeyi reddetmesi ve piyasayı kusurlarından arındırmaya yönelik yasaklamaları ve

gerekli müdahalelerin yapılmasına dair sözleri değerlendirildiğinde konuyu anlamak açısından bazı işaretler vermektedir.

Hz. Peygamber'den ilk bölümde nakledilen rivayetlerden, piyasa işleyişinin bir kaos oluşacak şekilde insana bırakılmadığı anlaşılmaktadır. O, bir yönden piyasaya yapılması istenen müdahaleyi reddederken diğer yönden de piyasaya suni müdahaleden ziyade asli bir müdahalenin yapılacağına dair inancını bildirmiştir. Hz. Peygamber, fiyat konusu bağlamında “genişleten ve daraltan Allah'tır” diyerek piyasanın bir kaos oluşacak şekilde kendiliğine bırakılmadığını aksine bunun dünyada fââl durumda olan bir yaratıcı tarafından kontrol edildiğini bildirmiş olmaktadır. Onun, pahalılık oluşmasına rağmen piyasaya müdahale etmemesi piyasanın suni müdahalelere maruz kalmamış olsa bile dengelenemeyebileceği ve fiyatların yükselebileceği sonucuna götürebilir. Nitekim İslam iktisadında piyasanın görünmez eldeki öngörü gibi mutlak olarak mutluluk getireceği ve dengeye geleceği düşünülmez. Bundan dolayı eğer piyasaya suni bir müdahale yoksa fiyatların yükselişinde bir imtihan vechesi düşünülebilir. Fiyatların artışına bakış da mutlak olarak menfi bir şekilde olmamalıdır. Çünkü o pahalılıktan hesaplamadığımız bir şekilde çeşitli faydalar gelebilir. Nitekim kelâmcılar meydana gelen pahalılık ve ucuzluğun Allah tarafından olması halinde her iki durumda da Allah'a teşekkür edilmesi gerektiğini ifade etmiş ve bunun kulun maslahatına yönelik olduğunu belirtmişlerdir. İktisadi hayatın uhrevi vechesi unutulmamalı, pozitivist, modernist, maddeci akılla hareket etmekten ziyade meydana gelen pahalılık ve ucuzluğun bir imtihan vesilesi olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Birçok kelâmcının da ifade etmiş olduğu gibi Allah tarafından meydana gelen pahalılık ve ucuzluk Allah'ın kullarının maslahatı için getirdiği bir durum olabilir (Kâdî Abdülcebbar, t.y.: 58; Melâhimî, 2007: 291).

SONUÇ

Hayatın içinde ciddi bir bölüm teşkil eden iktisadi faaliyetlerin, çeşitli İslami disiplinlerin içerisinde yer aldıkları ifade edilebilir. İktisadi bir kavram olan fiyat konusunun da kelâm eserlerinde yer işgal ettiği belirtilebilir. Çeşitli iktisadi konuları ele alan kelâmcıların, fiyat konusunu Allah'ın ve insanların fiilleri, kazâ ve kader çerçevesinde değerlendirdikleri görülmektedir. Onların fiyat konusunu işlerken her ne kadar konuyu bir iktisatçı gibi almasalar da iktisat açısından değerlendirilmeye değer bir takım yaklaşımlarının olduğu söylenebilir.

Çalışmamızın ilk bölümünde fiyat ve fiyat ile ilgili kavramlar ele alınıp fiyat konusuyla ilişkilendirilen nasslar değerlendirilmiştir. İlgili nasslarda fiyatların, iktisadi aktörlerin karşılıklı rızalaşması neticesinde oluşması gerektiği yönünde bir tavrın olduğu tespit edilmiştir. Nasslarda fiyatlara müdahale edilmesine karşı olumsuz bir yaklaşımın olduğu ve piyasanın suni müdahalelerden arındırılması gerektiği noktasında bir yaklaşım sergilenmektedir. Ayrıca nasslarda Allah'ın iktisadi hayatın koordinasyonunu sağladığı kabul edilmekle birlikte piyasanın bazı kusurlarının olabileceği kabul edilmiş ve bu kusurların önlenmesine yönelik hem ahlaki hem de hukuki ilkelerin konulduğu tespit edilmiştir. Tespitlerimiz neticesinde, piyasanın suni müdahalelere maruz kalması ve fiyatın bu müdahalelerden etkilenmesiyle fiyatlara herhangi bir tahdidin yapıp yapılamayacağı noktasında açık bir nassın bulunmamasına rağmen böyle bir durumda meselenin içtihadı açık olabileceği kanaatine varılmıştır.

İkinci bölümde ise itikadî mezheplerin fiyat konusuna yaklaşımları ele alınmıştır. Sırasıyla Ehl-i sünnet Mu'tezile ve Şîa olmak üzere üç mezhebin görüşlerine yer verilmiştir. Ehl-i sünnet mezhebi fiyatın oluşumunu kazâ ve kader konusuyla ilişkili olarak incelemiş ve fiyatı her halükarda Allah'a izafe etmeyi tercih etmiştir. Onların bu yaklaşımlarında Allah'ın yaratıcılık sıfatına hâlel getirmeme noktasında bir gayretin varlığı müşahade edilir. Bununla birlikte onlar insanın eylemlerinden sorumlu bir varlık olduğunu kabul eder ve fiyatın bazı noktalarda insanın kesbi eylemleriyle ilişkilendirilebileceğini belirtirler. Onların fiyatı her halükarda Allah'a izafe etmelerinde nassların zahir anlamlarının etkili olduğu

söylenbilir. Ehl-i sünnet kelâmcıları fiyatı her halükarda Allah’a izafe ederek iktisadi hayatın ilahi boyutuna işaret etmiş ve koordinasyonu asıl sağlayan etkenin Allah olduğunu tespit etmiş olmaktadırlar. Mu‘tezile ve Şîa mezheplerinin ise fiyat konusuna yaklaşımlarının paralel olduğu söylenebilir. Onların, fiyatın oluşumuna etki edebilecek unsurları iki cihetle inceledikleri görülmektedir. Fiyatların oluşumunu bazen insanlara bazen Allah’a izafe eden bu iki mezhebin de fiyat konusunu kader anlayışları çerçevesinde değerlendirdikleri söylenebilir. Onlar measi ifade eden fiillerin Allah’a izafe edilmemesi gerektiği düşüncesinden hareketle, bu durumlarda fiyatın oluşumunda insanın etkili olduğunu ve izafenin insanın kendisine yapılması gerektiğini savunmuşlardır. Bununla birlikte onların da iktisadi hayatın Allah’ın koordinesinden bağımsız olmadığını düşündükleri ifade edilebilir. Nitekim onlar da Ehl-i sünnet gibi fiyatların, Allah’ın kazâ ve kaderiyle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Biz Ehl-i sünnet ile Mu‘tezile ve Şîa arasındaki ihtilafın lügavi olduğu, meselenin özüne bakışı etkileyen bir ihtilaf olmadığı noktasında duruyoruz.

Üçüncü bölümde ise fiyat oluşumunun modern iktisattaki işlenişine yer verilmiştir. Bu konu sırasıyla Merkantilist, Keynesyen, Fizyokratlar, Klasikler ve Neoklasiklerin anlayışları çerçevesinde ele alınmıştır. Fiyat kavramının ilk iktisatçılar tarafından bazen değer kavramıyla eş anlamlı olarak kullanıldığı tespit edilmiş ve değer kavramını fiyat yerine kullanan iktisatçıların görüşleri, değer kavramına dair yaklaşımları verilmek suretiyle değerlendirilmiştir. Merkantilist ve Keynesyen düşüncede iktisadi faaliyetlerde devletin piyasaya müdahalesi öngörülmeyle birlikte Merkantilist iktisatçıların fiyatın oluşumunu arz-talep ve kıtlık-bolluğun etkilediğini kabul ettikleri tespit edilmektedir. Fizyokratlar ve Klasiklerin ise fiyat oluşumunun piyasada arz talep dengesi içerisinde oluşması gerektiğini düşündükleri görülmektedir. Onlar iktisadın ilahi düzene tabi olduğunu belirtmekte ve bu düzene müdahale edilmemesi gerektiğini düşünmektedirler. Piyasanın kendi kendine dengeye geleceğini düşünen bu iki grup, görünmez el neticesinde belirlenen fiyatın mutlak bir şekilde iyi sonuca ulaşacağı kanaatindedirler. Neoklasiklere geldiğimizde ise onların da Fizyokratlar ve Klasikler gibi müdahaleye karşı oldukları görülmekte ve fiyatın piyasada arz ve talep dengesine göre oluştuğunu düşündükleri tespit edilmektedir. Ancak önceki

dönemlerde piyasanın oluşumunda açık bir şekilde ifade edilen tanrısallığın bu dönemde başkaca soyut kavramlarla ifade edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Son bölümümüzde ise fiyat konusu ekseninde kelâmcıların iktisadi meselelere dair yaklaşımları ile modern iktisat düşünürlerinin görüşleri mukayese edilmiştir. Öncelikle fiyat tanımları üzerinden yapılan mukayesede, tanımlar çeşitli açıdan karşılaştırılmıştır. Kelâmcıların fiyat tanımlarında, serbest piyasanın öngörüldüğü ve serbest piyasada belirlenemeyen bir karşılığın fiyat olarak isimlendirilemeyeceğini düşündükleri tespit edilmiştir. Modern iktisatçıların üzerinde durdukları gerçek fiyat kavramını kelâmcıların değerlendirmeye tabi tutmadığı ve ürünlerin mübadele işlemlerinde eşitliğin tespit edilmesine yönelik bir yaklaşımlarının olmadığı belirtilmiştir. Modern iktisatta gerçek değerin tespit edilmesine yönelik çabanın sonuçsuz kalacağını düşünen iktisatçıların olduğu belirtilmiş ve bunun da sübjektif değer teorisiyle izah edildiği ifade edilmiştir. Yine bu bölümde piyasa kavramı ve türlerine yönelik kelâmcıların düşünceleri aktarılmış ve modern iktisatla karşılaştırılmıştır. Daha sonra fiyatların oluşumunu etkileyen unsurlar bakımından bir mukayese yapılmıştır. Kelâmcıların fiyat konusunu irdelerken değinmiş oldukları bazı iktisadi mesele ve kavramlar müstakil olarak ele alınıp karşılaştırmalı bir şekilde incelenmiştir.

Bu bölümde modern iktisadın arkasında yatan teolojiye dikkat çekilmiş ve fiyat oluşumuna yansımaları da görünmez el, providans ve mezat tellalı kavramları bağlamında değerlendirilmiştir. Kelâm eserlerinde de yer alan ulûhiyet vurgusundan insanın iktisadi hayatı koordine etme noktasında tek başına yeterli gelmeyeceği anlaşılmış ve bu koordine ilahi bir yönetime olan ihtiyacın hem modern iktisatta hem de kelâmcıların görüşlerinde açık bir şekilde hissedildiği tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- AAOIFI: 2017 **el-Meâyîrû's-şerîyye**, Bahreyn.
- Abrahamov, Bunyamin: 2014 “Kitâbü'l-Lüm'a'ya Göre Eşarî'nin Kesb Teorisinin Yeniden İncelenmesi”, çev. Hayrettin Güdekli, **Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (40):187-200.
- Acemoğlu, Daron, David Laibson, ve John A. List: 2016 **Mikroekonomi**, çev. Esra Eren Bayındır, 1. Baskı. ed. Asena Caner, İstanbul, Beta Yayınları.
- Acemoğlu, Daron, ve James A Robinson: 2015 **Ulusların Düşüşü: Güç, Zenginlik ve Yoksulluğun Kökenleri**, çev. Faruk Rasim Velioğlu, 10. Baskı, İstanbul, Doğan Kitap.
- Ahmet b. Hanbel, Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel: 2001a C: XXXIII, **Müsnedi İmam Ahmed b. Hanbel**, thk. Şuayp Arnavut, y.y., 1. Baskı. Müessesetü'r-Risâle.
- . 2001b C: XXIV, **Müsnedi İmam Ahmed b. Hanbel**, thk. Şuayp Arnavut, y.y., 1. Baskı. Müessesetü'r-Risale.
- Akbaş, Talip: 2012 “Kelami Açından İktisadi Günahlar”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı**, Erzurum.
- Akbaş, Tolga: 2019 “Psikoloji, Sosyoloji ve İslam Teolojisi Perspektifinden Neoklasik İktisat Teorisine Yöneltilen Eleştiriler”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, (93): 83-95.

- Ali Ali, Faez Aziz: 2016 “İslam Hukukunda Karaborsacılık ve Rekabet (İslam İktisadı ile Günümüz İktisadı Arasında Bir Mukayese)”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı İslam Hukuku Bilim Dalı**, Van.
- Âmidî, Ebü'l-Hasen (Ebü'l-Kâsım) Seyfüddîn Alî: 2003 C: II, **Ebkâru'l Efkâr Fi Usuli'd-Din**, thk. Ahmet Muhammed el-Mehdî, 2. Baskı, Kahire.
- Armağan, Servet: 2005 **İslam Ekonomisi**, İstanbul, Gündönümü Yayınları.
- el-Askalânî, Ebü'l-Fazl C: IV, **Fethü'l-Bari Şerhu Sahihi'l-Buhari**, Şihâbüddîn Ahmed b. Alî b. Muhammed: H.1379 Muhammed Fuat Abdülbaki, Beyrut, Dârü'l Ma'rife.
- Aslan, Abdülgaffar: 2003 **Kur'an Ekseninde Fakirlik Problemi**, 1. Baskı. Isparta, Fakülte Kitabevi Yayınları.
- Atik, Selda: 2012 “Neo-Klasik Teoriden, Neo-Merkantilist Sisteme; Küresel Ekonomik Kriz Çerçevesinde Bir Değerlendirme”, **Türkiye Ekonomi Kurumu Kongresi**.
- Aybakan, Bilal: 2020 “İvaz”, **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**, C: XXIII.
- Aydınönat, N. Emrah: 2010 “Adam Smith'in “Görünmez El”i: Doğru Sanıyor Olabileceğimiz Yanlışlar”, **Görünmez Adam Smith**, İstanbul, İletişim Yayınları
- Agamben, Giorgio: 2012 **Dispozitif Nedir? / Dost**, çev. Ekin Dedeoğlu, 1. Baskı, İstanbul, Monokl Yayınları.

- Ayhan, Bayram: 2019 “Tefsir Literatürü Bağlamında Allah’ın Sosyal Hayatı Tanzimi Meselesi”, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (34): 141-74.
- Baban, Şükrü: 1942 **İktisat Dersleri**, İstanbul, Kenan Basımevi.
- Bağdâdî, Ebû Bekr Ahmed C: XII, **Târîhu Bağdâd**, thk. Mustafa Abdülkadir, 1. b. Ali b. Sâbit:H.1417 Baskı. Beyrut: Dârü'l-Kütübî'l-İlmiyye.
- el-Bâkîllânî, Ebû Bekr **Kitabü't-Temhid**, Beyrut, el-Mektebetü's-Şerğıyye. Muhammed b. Tayyib b. Muhammed el-Basrî: 1987
- Bal, Oğuz: 2014 “İslam İktisadı’nın Kilometre Taşlarından Ebû Yûsuf’un İktisadi Düşüncesi”, **Türkiye İslam İktisadı Dergisi** 1(2): 1-41.
- Bardakçı, Sefa: 2010 “Mezheplere Göre Hür İrade ve Fiyat İlişkisi”. **E-makalat Mezhep Araştırmaları** 3(1): 105-28.
- Bayındır, Servet: 2015 **Fıkhi ve İktisadi Açından İslami Finans (Para ve Sermaye Piyasaları) 2**, 1. Baskı, İstanbul, Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Bedârîn, Abdullah, ve Necâh “Nazariyetu el-Kıymetı Beyne İbn Haldun ve Ebû'l-Fütûh: 2015 mufekkirî el-İktisad et-Taklidî”, **Ba’is Kulliyetu'l İktisâd Câmi’atu Yermuk**, 21(4): 171-201.
- el-Begavî, Ebû C: I, **Me’âlimü't-Tenzîl**, thk. Abdürrezzak el-Mehdî, 1. Baskı. Beyrut, Dâru İhyâi't-Turâsî'l-Arabî. Muhammedel-Hüseyn b. Mes’ûd el-Ferrâ’: H.1420

- Bilir, Hüsnü: 2018 “Neoklasik İktisadın Tanımlanmasına Yönelik Bir Deneme”, **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, 7(2): 658-70.
- Bishop, Matthew: 2013 **Ekonomi Sözlüğü: A’dan Z’ye**, çev. Şeyma Akın vd., 1. Baskı. Ankara, Adres Yayınları.
- el-Buhârî, Ebû Abdillâh C: III, **el-Câmiu 's-Sahîh**, thk. Muhammed Zahir b. Muhammed b. İsmâîl b. Nasır 1. Baskı, Dâr Tavğü'n-Necât. İbrâhîm el-Cu‘fi: H.1422
- Ca'fer et-Tûsî, Ebû Ca'fer **el-İktisâd fîmâ Yete‘allağu bi'l-İ’tikâd**, 2. Baskı. Muhammed b. el-Hasen b. Beyrut, Dârü'l-Etfâ'. Alî et-Tûsî: 1986
- Can, Yeşim: 2012 “İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat”, **Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi**, 4(2): 91-98.
- Cemal, Ahmet Mahmut: **İslam İktisadının Üstünlüğü**, çev. Ali Rıza Temel, 1971 İstanbul, Hilal Yayınları.
- Cengiz, Oğuz Enes: 2018 “Davranışsal İktisat, Ahlak ve İslam İktisadı: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme(İktisat) Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı**, İstanbul.
- Cevizci, Ahmet: 1999 **Felsefe Sözlüğü**. 3. Baskı. İstanbul, Paradigma Yayınları.
- Ceylan, Onur: 2020 “Fizyokrazi”, **Piyasa Rehberi**, <https://piyasarehberi.org/sozluk/fizyokrazi> (14 Şubat 2020).

- el-Cezerî, Ebu's-Seâdât el- C: I, **Câmiû'l-Usûl fî Ehâdisi'r-Resûl**, 1. Baskı, Mubarek b. Muhâmmmed: Mektebetü Dâri'l-Beyân. 1969
- Chapra, Muhammed Umer: "İslam İktisadı: Nedir ve Nasıl Gelişmiştir?" **İslam İktisadında Ahlak ve Adalet**, çev. Melih Oktay, 1. Baskı. İstanbul, İSİFAM VE TKBB Yayınları. 2018
- Cürcânî, Ebü'l-Hasen Alî b. **Ta'rîfât**, thk. İbrahim Ebyârî, Beyrut, Dârü'l-Muhammed b. Alî: H.1405 Kütübi'l-Arabî.
- . 1983 **Ta'rîfât**, thk. Heyet, 1. Baskı. Beyrut, Dârü'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- . C: VIII, **Şerhu'l-Mevâkıf**, Beyrut,Dârü'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Cüveynî, İmâmü'l- **el-İrşâd ilâ Kavâfi'l-Edilleti fî Usûli'l-İ'tikâd**, Haremeyn Ebü'l-Meâlî thk. Abdurrahim es-Sâc ve Tevfik Ali Vehbe, 1. Rüknuddîn Abdülmelik: Baskı. Kahire, Mektebetü's-Sekâfatü'd-Dîniyye. 2009
- Çakırkaya, Murat: 2010 “Perakende Sektöründe İtibar Yönetimi”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Karaman,
- Çiftçi, Murat: 2010 “Zenginin Çöpu Yoksulun Umudu Oldu”,**Evrensel**, <https://www.evrensel.net/haber/192731/zenginin-copu-yoksulun-umudu-oldu>, 24.02.2020. (24 Şubat 2020).

- Çinko, Levent: 2015 “Başlıca İktisadi Akımların Devlet Müdahaleciliğine İlişkin Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme”, **Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi**, 13(1 & 2): 141-53.
- Demir, Ömer, ve Mustafa Acar: 1992 **Sosyal Bilimler Sözlüğü**, İstanbul, Ağaç Yayıncılık.
- ed-Dımeşkî, Ebü'l-Ferec Abdülvâhid b. Muhammed b. Alî eş-Şîrâzî el-Makdisî. **Cüz'ün fihî İmtihan'üs Sünnî min'el Bid'i**, thk. Fahd b. Sa'd b. İbrahim, Ebû Dâbî.
- Dinçer, Mithat Zeki: 2018 **Mikro Ekonomi**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, <http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/mikroeko.pdf> (25 Mayıs 2020).
- Dinler, Zeynel: 2006 **İktisada Giriş**, 12. Baskı. Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları.
- Döndüren, Hamdi: 2012 **Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali**, İstanbul, Erkam Yayınları.
- Ebû Dâvûd, Ebû Dâvûd Süleymân b. el-Eş'as b. İshâk es-Sicistânî el-Ezdî: 2009 C: V, **Sünen-i Ebû Dâvûd**, thk. Şuayp Arnavut, 1. Baskı, Beyrut, el-Mektebetü'l 'Asriyye.
- . C: III, **Sünen-i Ebû Dâvûd**, Muhammed Muhyiddîn Abdülhamid, Beyrut, el-Mektebetü'l 'Asriyye.

Ebû Yûsuf, Ebû Yûsuf **Kitâbü'l-Harâc**, çev. Ali Özek, 2. Baskı. İstanbul, Ya'kûb b. İbrâhîm b. Habîb Hisar Yayınevi.
b. Sa'd el-Kûfi: 1973

Eğilmez, Mahfi: 2016a **Makro Ekonomi-Türkiye'den Örneklerle-**, 8. Baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi.

———. 2016b **Örneklerle Kolay Ekonomi**, 14. Baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Emin, Avayisi. **en-Nizâmu'l İktisadi Ve's-Sekafatü'l-İctimâiyye, Dârü'l İhyâ.**

En-Neccâr, Ahmet: 1978 **İslam Ekonomisine Giriş**, İstanbul, Hilâl Yayınları.

Erdoğan, Duygu: 2020 “İthalat Silahını Kullanmayalım”,**Milliyet Gazetesi**, <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/ithalat-silahini-kullanmayalim-6174134> (01 Kasım 2020).

Ergin, Feridun: 1973 C: I, **Ak İktisat Ansiklopedisi**, İstanbul, Ak Yayınları.

Villamizar, Eduardo “The Political Ontology Of Giorgio Agamben: Bare Life And The Governmental Machine”, (Doktora Tezi), **University Of Brighton School Of Humanities**.

Kızılkaya, Ertuğrul: 2013 “Foucault ve Agamben'de Dispozitif Kavramı ve İktisat”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 14(2): 19-44.

- Ergün, Nihat: 2017 **İktisadi ve Siyasi Düşüncede Akıl (Hanefi-Maturidi Ekol Bağlamında)**, 1. Baskı, Ankara, Otto Yayınları.
- Ersoy, Arif: 2012 **İktisadi Düşünceler Tarihi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ertuğrul, İsmail Fennî: **Lugatçe-i Felsefe: Fransızcadan Türkçeye**, H.1341 İstanbul, Matbaa-i Âmire.
- Ertuğrul, Murat: 2008 “Değer-Fiyat Ayrımı ve İşletme Değeri: Kuramsal Bir Bakış”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi** 3(2): 143-54.
- Bocutoğlu, Ersan: 2012 "İktisat Teorisinde Emegin Öyküsü: Değerin Kaynağı Olan Emekten Marjinal Faydanın Türevi Olan Emeye Yolculuk", **HAK-İŞ Uluslar arası Emek ve Toplum Dergisi**, 1(1): 128-150
- Eskicioğlu, Osman: 1995 **İslam Hukuku Açısından Serbest Piyasa Ekonomisi**, İzmir.
- . 2010. “Kur’an ve Serbest Piyasa Ekonomisi”, **Eskiye**, (18): 71-91.
- el-Farabî, Ebu Nasr İsmail b. Hammâd el-Cevherî: 1987 **C: V es-Sihâh Tâcü'l-luğa ve Şihâhi'l-‘Arabiyye**, thk. Ahmet Abdulğafur Attar, 4. Baskı. Beyrut: Dâru'l-İlim Lilmeleyin.
- el-Ferrâ’, Ebû Ya‘lâ Muhammed b. el-Hüseyn b. Muhammed b. Muhammed b. Halef: 1986 **el-Mu‘temed fî Usûli’d-Dîn**, Beyrut, Darü'l-Meşrik.

- Fîrûzâbâdî, Ebu Tahir: 2005 **el-Kamûsu'l-Muhît**, thk. Mektebu Tahkîkü't-Türâs 8. Baskı, Beyrut, Müessesetü'r-Risâle.
- Feyyûmî, Ahmed b. C:I, **el-Misbâhü'l-Münîr fî Ğarîbi's-Şerhi'l-Kebîr**, Muhammed b. Ali. Beyrut, el-Mektebetü'l'İlmiyye.
- Fuat, Savaş Vural: 1998 **İktisadın Tarihi**, 2. Baskı. İstanbul, Avcıol Basım Yayın.
- Geçit, M. Salih: 2001 “Kur'an Işığında İman-İktisat İlişkisi”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslâm Bilimleri Anabilim Dalı**, Erzurum.
- Gölcük, Şerafettin: 1982 “Kelami Açıdan Fiyat Artış ve Düşüşleri”, **A.Ü.İ.F.D.**, (5): 25-31.
- Görmez, Birol: 2014 “Çağdaş Kaynaklar Işığında Ortaçağ İslam İktisat Düşüncesi”, (Doktora Tezi), **T.C. Marmara Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Tarihi Bilim Dalı**, İstanbul.
- Gözen, Mustafa: 2019 “Değer ve Değerleme Hakkında Kavramsal ve Kuramsal Bir Çalışma”,**Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi**,22(2): 374-82.
- Gözübenli, Beşir: 2002 “Kıyemî”, **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**, C: XXV: 540-41.
- . 2009 “Semen”,**Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**, C: XXXVI: 465-67.

- Gül, Ali Rıza: 2010 “İslam İktisat Düşüncesinin Kur’ân’daki Temelleri”, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 51(2): 27-78.
- Gümüş, Erdal, ve Mehmet Şişman: 2012 **Eğitim Ekonomisi ve Planlama**, 2. Baskı, Ankara, Pegem Akademisi.
- Günaydın, Hasan: 2014 **Görünmez El -Şeffaf Ekonomi Üzerine Düşünceler-**, 1. Baskı, İstanbul: Yenyüzyıl Yayınları.
- Güneş, Fatma: 2018 “Konvansiyonel ve İslam Ekonomisinde Devletin Rolü”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **İstanbul Sebahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı Uluslararası finans ve Katılım Bankacılığı Bilim Dalı**, İstanbul.
- Güneş, Hüseyin Haşimi: 2009 “İktisat Tarihi Açısından Nüfus Teorileri ve Politikaları”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(28): 126-38.
- Güzel, Hüseyin Alper: 2019 “Arz, Talep ve Esneklik”: **İktisada Giriş**, ed. Yılmaz Kılıçaslan ve Ethem Esen. Eskişehir, AÖF Yay.
- Harrison, Peter: 2011a “Adam Smith and the History of the Invisible Hand” **Journal of the History of Ideas**, 72(1): 29-49.
- . 2011b. “Adam Smith, Natural Theology and the Natural Sciences”, **Adam Smith as Theologian**, ed. Paul Oslington, Routledge.
- Haziroğlu, Temel: 2019 **Yüceliş İnsanlığın Tekâmülü**, 2. Baskı. İstanbul: İz Yayınları.

Hillî, Cemâlüddîn el-Hasen **Menâhicü'l-Yağîn fî Uşûli'd-Dîn**, thk. Muhammed (el-Hüseyn) b. Yûsuf b. Alî Rıza Ensârî, 1. Baskı. Yârân, İbnü'l-Mutahhar: H.1416

———. **Keşfü'l-Murâd fî Şerhi Tecridi'l-İ'tikâd**, thk. Seyyid el-Musevi ez-Zencânî, İntişârât Şukurâ.

Hosseini, Hamid: 2015 “Adam Smith Öncesi Piyasa Mekanizmasının Anlaşılması”, çev. M. Sabri Akgönül, ed. S. M. Ghazanfar, **Ortaçağ İslâm İktisat Düşüncesi: Batı İktisadındaki ‘Büyük Kayıp Halka’nın Telafisi**, İstanbul, Klasik Yayınları.

Hengstmengel, J. Willem: 2015 **Divine Economy The Role of Providence in Early-Modern Economic Thought before Adam Smith**, Erasmus University Rotterdam, Rotterdam.

Hunt, E.K., ve Mark **İktisadi Düşünce Tarihi**, Ankara, Phoenix Lautzenheiser: 2016 Yayınları.

Hülsmann, Jörg Guido: 2001 “More on Cantillon as a Proto-Austrian”, **Journal des Economistes et des Etudes Humaines**, 11(4): 693-703

Hüseynî, Muhammed Eşref C: I, **Alakatü't-Tecrid Şerhu Farisi Tecridi'l-İ'tikad : Şerh-i Farisi Tecrid-i İ'tikad**, thk. Hamid b. Abdülhabib: 2002 Nâcî İsfahânî, Tahran, Encümen-i Asar ve Mefahir-i Ferhengi.

Ison, Stephan, ve Stuart **İktisat Giriş**, 2. Baskı. İstanbul, Bilim Teknik Wall. Yayınevi.

- el-'Iyaşı, Fuad: 1992 “Mefhûm el-Kıymetu ve Nazariyyetuhâ Fî 'l-İktisad el-İslami”, **Câmiatu Ummul Kura Kulliyyetu eş-Şeriatu ved-Dirâsetü'l 'Ulya eş-Şeri'yyetu Şu'betü'l-İktisadi'l-İslami.**
- İbn Battâl, Ebü'l-Hasen Alî C: VI, **Şerhu İbn Battâl 'alâ Sahîhi'l-Buhârî**, thk. b. Halef b. Abdilmelik: 2003 Ebu Temim Yasir b. İbrahim, 2.Baskı. Riyâd, Mektebetü'r-Rüşd.
- İbn Fûrek, Ebû Bekr **Mücerredü Mağâlâtî's-Şeyh Ebi'l-Hasan el-Muhammed b. el-Hasen b. Eş'arî**, thk. Ahmed Abdurrahman et-Tâc, 1. Baskı, Fûrek el-İsfahânî: 2005 Kahire, Mektebetü's-Sekâfatü'r-Resmiyye.
- İbn Hibbân, Ebû Hâtim C: II, **Kitâbü Ma'rifeti 'l-Mecrûhîn mine'l-Muhammed b. Hibbân b. Muḥaddişîn ve'd-Du'afâ' ve'l-Metrûkîn**, 1. Baskı, Ahmed el-Büstî: 1396: y.y., Dârü'l-Vâ'i.
- . **Mevâridü'z-zam'ân ilâ Zevâ'idi İbn Hibbân**, thk. Muhammed Abdürrezzâz Hamza, y.y., Dârü'l-Kütübü'l-İlmiyye.
- İbn Kayyim el-Cevziyye, **el-Menârü'l-Münîf fi's-sahîhi ve'd-Daîf**, thk. Ebû Abdillâh Şemsüddîn Abdulfettâh Ebû Gudde, Haleb, Mektebetü'l-Muhammed b. Ebî Bekr b. Matbû'atü'l-İslamiyye.
- Eyyûb ez-Züraî ed-Dımaşkî el-Hanbelî: 1970
- İbn Mâce, Ebû Abdillâh C: III **es-Sünen**, thk. Şuayp Arnavut, y.y., Dârü'r-Muhammed b. Yezîd Mâce Risâletü'l-'âlemiyye.
- el-Kazvînî: 2009

- İbn Kesîr, Ebû'l-Fidâ: 1999 C: II, **Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm**, 2. Baskı, Riyad, Dâru't-Tayyibe
- İbn Manzur, Ebu'l-Fadl. Ali C: V, **Lisânü'l Arab**, 3. Baskı. Beyrut, Dâru Sâdır.
el-Ensârî: H.1414
- . 1994a C: III, **Lisânü'l Arab**, 3. Baskı, Beyrut, Dâru Sâdır.
- . 1994b C: IV, **Lisânü'l Arab**, 3. Baskı, Beyrut, Dâru Sâdır.
- . C: IV, **Lisânü'l Arab**, Beyrut, Dâru Sâdır.
- İbn Teymiyye, Ebû'l-Abbâs C: VIII, **Mecmûu Fetâvâ**, thk. Abdurrahman b. Takıyyüddîn Ahmed b. Muhammed b. Kasım, Medine, Mucemmeil Meliki Abdilhalîm b. Mecdiddîn Fehdin li Tabaati'l Mushafi'l Şerif.
Abdisselâm el-Harrânî: 2004
- İbn Abdilberr, Cemâleddîn C: VIII, **el- İstizkâr**, thk. Sâlim Muhammed Atâ ve Yûsuf b. Abdullah b. Muhammed Ali Muavvız, 1. Baskı, Beyrut, Dârü'l-Muhammed b. Abdilberr-i Mektebetü'l-İlmiyye.
Kurtubî: 2000
- İmam Mâlik, Ebû Abdillâh **el-Muvatta**, thk. Abdürrezzâk El-Mehdi, 1. Baskı. Mâlik b. Enes b. Mâlik b. Lübnan, Nûrû's-Sabah Fevr ve Mektebetü'l-Emîr.
Ebî Âmir el-Asbahî el-Yemenî: 2013
- el-İsfahânî, Şemsüddîn: 2012 C: I, **Tesdîdü'l-Kavâ'id fî Şerhi Tecrîdi'l-Akâid**, thk. Halid b. Hammâd el-'Advanî, Dar al-Deyaa.
- İslatince, Hasan: 2018 “Klasik Okul”: **İktisadi Düşünceler Tarihi**, ed. Mehmet Burhan Erdem ve Hasan İslatince, Eskişehir, AÖF Yay.

- Kâdî Abdülcebbâr, Ebü'l-Hasen Kâdî'l-Kudât Abdülcebbâr. C: XI, **el-Muğnî fi Ebvâbi't-Tevhîd ve'l-'Adl**, thk. Muhammed Ali en-Neccâr vd., y.y.,
- .2013. C: II, **Şerhu'l-Usûli'l-Hamse**. çev. İlyas Çelebi, 1. Baskı. İstanbul, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Kalkan, Buğra:2007 “Frederic Bastiat’nın Siyaset Felsefesi ve Devlet Anlayışı”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Gazi Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim Dalı**, Ankara.
- Kallek, Cengiz: 2000 “İhtikâr”, **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi**, C: XXI.
- . 2018 **Sosyal Servet: İslam’da Yönetim-Piyasa İlişkisi**, 2. Baskı, İstanbul, Klasik Yayınları.
- Kapluhan, Erol: 2013 “Türkiye’de Kuraklık ve Kuraklığın Tarıma Etkisi”, **Marmara Coğrafya Dergisi**, (27): 487-510.
- Karadâğî, Ali Muhyiddin. 2018. **İslam İktisadına Giriş**, çev. Abdullah Kahraman, 1. Baskı. İstanbul, İktisat Yayınları.
- Kemâl, Yusuf: 1990 **el-İktisat ve'l-Mezâhibi'l-İktisâdi'l-Mu’asıra**, 2. Baskı, Kahire, Dârü'l Vefâ.
- Keynes, John Maynard. 2010. **Genel teori: İstihdam Faiz ve Paranın Genel Teorisi**. çev. Uğur Selçuk Akalın, 2. Baskı, İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- Khan, Muhammad Akram: 2017 **Hz. Peygamber’in İktisadi Öğretileri**, çev. Elif Beyza Demirtaş, İstanbul, İGİAD Yayınları.

- Kiremit, Serkan: 2020 “Ucuzluk: Kötü Şöhretli Fiyat-Değer”.
<http://www.iktisadiyat.com/2019/06/30/ucuzluk-kotu-sohretli-fiyat-deger/>.
- Kishtainy, Niall, ve George Abbot: 2016 **Ekonomi Kitabı**, çev. Yosun Akverdi ve Suphi Nejat Ağırnaslı, 3. Baskı. İstanbul, Alfa Yayınları.
- Kocakaplan, Saim Çağrı: 2016 “Homoekonomikus’un Gerçekliğini Sorgulamak: Türk Atasözlerinde İnsan Manzaraları”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 12(2): 19-38.
- Koç, Ali, Süreyya Kovacı, ve Gülden Bölük: 2009 “Perakende Sektörde Yoğunlaşmanın Etkileri: Rekabet ve İşgücü Piyasası Açısından Bir Değerlendirme”. **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 9(18): 66-99.
- Korkmaz, Hayri Volkan: 2020 “Seküler İktisat ve İslam İktisadının Ahlaki Boyutları Üzerine: Ali Şeriatî’nin Kapitalizm Eleştirisi”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **T.C İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Yapı Sosyal Değişme Anabilim Dalı**, İstanbul.
- el-Kurtubî, Ebû Abdillâh C: IX, **el-Câmi‘ li-Aḥkâmi’l-Ḳur’ân**, thk. Ahmet Muhammed b. Ahmed b. Ebî Berdunî ve İbrahim Atfîş, 2. Baskı, Kahire, Dârü'l Bekr:1964a
- . 1964b. C: V, **el-Câmi‘ li-Aḥkâmi’l-Ḳur’ân**, thk. Ahmet Berdunî ve İbrahim Atfîş, 2. Baskı. Kahire, Dârü'l Kütübü'l Mısriyye.
- Kuyucak, Hazım Atıf: 1960 **İktisat Dersleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.

- Küçükcalay, Abdullah **Adil Fiyat -Antik Yunan'dan 16. Yüzyıla-**, Mesud: 2017 İstanbul, Ötüken Yayınları.
- Liv, Cemi: 2019 “İslâm’ın İlk Dönemlerinde Piyasa İstikrarını Temin İçin Alınan Tedbirler”, **Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (36): 363-98.
- Mağribi, Hüseyin b. C: VI, **el-Bedrü’t-Temâm şerhu Bulûğî’l-Merâm**, Muhammed b. Said el-La’i: thk. Ali b. Abdullah ez-Zebn, 1.Baskı, Dârü'l Hicr. 2007
- Marshall, Alfred: 2013 **Principles of Economics**, Londra, Palgrave Macmillan.
- Marx, Karl: 2010 **İktisat Üzerine**, çev. Ali Çakıroğlu, 1. Baskı, Belge Yayınları.
- Medkur, İbrahim. 1983. **Mu’cemul Felsefi**, Kahire, Heyetü’l-Ammetü’l-Şevnil Matbai’l-Emîriyyeti.
- el-Melâhimî, Rüknüddîn **Kitâbu’l-Faik fi Usûli’d-Din**, 1. Baskı. ed. Wilferd Mahmûd b. Muhammed: Madelung ve Martin J. McDermott, Tahran, Hikmet ve Felsefe Müessesesi. 2007
- Menger, Carl. 2009. **İktisadın Prensipleri**, çev A. Kemal Çelebi, Ankara, Liberte Yayınları.
- Mert, Muhit: 1998 “Kelam İlminde Fiyat Konusundaki Tartışmalar: Bâkılânî ve Kâdı Abdülcebbar Örneği”,**Ekev Akademi Dergisi** 1(2): 161-71.
- Mesud Efendi, Kayseri **Mir’ât-ı Mecelle**, Âsitâne. Müftüsü.

- Metin, Abdullah ve Metin Özkan: 2016 “Hayek’te Sosyal, İktisadi ve Siyasal Teorilerin Bütünselliği”, **Liberal Düşünce Dergisi**, (81): 113-29.
- Mınowitz, Peter: 2004 “Adam Smith’s Invisible Hands”, **Econ Journal Watch**, 1(3): 381-412.
- Mihran el-Askerî, Ebu Hilal el-Hasen b. Abdurrahman b. Sehl b. Yahya. **el-Furûku'l-Lugaviyye**, thk. Muhammed İbrahim Selim, Kahire, Dârü'l-İlm ve's-Sekâfe.
- Mill, John Stuart: 2009 **Principles Of Political Economy**.
- el-Mutarrazî, Nâsır b. Abdu es-Seyyid Ebi el-Mekârim b. Ali. **el-Mağrib**, y.y., Dârü'l Kitâbü'l-'Arabî.
- el-Münavî, Zeynüddîn Muhammed Abdürraûf b. Tâcil‘ârifin: 2001 C: III, **Feyzü'l-Kadîr Şerhu'l-Câmi‘i’s-Sağîr**, thk. Ahmet Abdüsselâm, Beyrut, Dârü'l-Kütübü'l-İlmiyye.
- Müslim, Ebu'l-Hüseyin Muslimu'bnu'l-Haccâc el-Kuşeyrî: 1969 C: V, **Sah'ih-i Müslim ve Tercemesi**, çev. Mehmet Sofuoğlu, İstanbul, İrfan Yayınevi.
- Müttakîel-Hindî, Alauddin b. Ali Hisâm: 1981 C: IV, **Kenzü'l-‘Ummâl fî Süneni'l-Akḫvâl ve'l-Ef‘âl**, thk. Bekrî Hayyânî, 5. Baskı, Müessesetü'r-Risâle
- Nasîrüddîn et-Tûsî, Ebû Ca‘fer Nasîrüddîn Muhammed b. Muhammed el-Hasen et-Tûsî: 1996 **Tecrîdü'l-İ’tikâd**. thk. Muhammed Hasan Süleyman, İzaretü, Dârü'l-Ma'rifetü'l-Câmi'atü.

- en-Nebhânî, Takiyuddîn: **Nizamü'l-İktisad Fî'l-İslâm**, 6. Baskı. Beyrut: 2004
Dârü'l-Ümmetü.
- Oktay, Melih: 2018 “İnanç ve İktisadi Düşünce”, **Modern İktisadi Düşüncenin Teolojik Arka Planı**, ed. Mehmet Saraç, İstanbul.
- Oser, Jacop: 1970 **The Evolution of Economic Thought**, 2. Baskı. New York, Harcourt, Brace ve World.
- Oslington, Paul: 2011 "Divine Action, Providence and Adam Smith's Invisible Hand", **Adam Smith as Theologian**, ed. Paul Oslington. Routledge.
- Oslington, Paul: 2018 "Tanrı ve Piyasa: Adam Smith'in Görünmez Eli", **Modern İktisadi Düşüncenin Teolojik Arka Planı**, çev. Melih Oktay, ed. Mehmet Saraç, İstanbul.
- Oypan, Sinan: 2020 “Tüketici davranışları nelerdir? Etkileyen faktörler nedir?”, **İdeasoft**, <https://www.ideasoft.com.tr/tuketici-davranislari-nelerdir/> (14 Kasım 2020).
- Ölmezoğulları, Nalan: 2016 **Ekonomik Sistemler ve Küreselleşen Kapitalizm**, 16. Baskı, Bursa, Ezgi Kitabevi.
- Ömer, Ahmed Muhtar C: II, **Mu’cemü'l-Luğatü'l-'Arabiyyetü'l-Muâsire**,. 1. Baskı, 'Alemü'l-Kütüb.
- Abdülhamid: 2008
- Ömer, Ahmet Muhtar C: III, **Mu’cemü'l-Luğatü'l-'Arabiyyetü'l-Muâsire**, 1. Baskı, 'Alemü'l-Kütüb.
- Abdulhamid: 2008
- Ömer, Yahya b.: 2018 **Ahkâmu's-Sûk**, thk. Dr.Ahmed Câbir Bedrân, 1. Baskı. Kahire: Dârü'n-Neşr.

- Özden, Fatih: 2019 “Fıkhî Açından Kripto Para Sistemi -Bitcoin Örneği-”,(Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **İstanbul Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı**, İstanbul.
- Özel, Hüseyin. 2013. **Piyasa Ütopyası**, 2. Baskı, Ankara, Bigesu Yayınları.
- Özel, Mustafa: 1996 “İktisat, Fiyat ve Adalet Üzerine”,**Dîvân Dergisi**, 1(1): 147-58.
- Özsağır, Arif: 2007 “Ekonomide Güven Faktörü”,**Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 6(20): 46-62.
- P. Murphy, Robert: 2013 **Durûs Mubşita Fî'l İktisat**, çev. Rihâb Salahuddîn, 1. Baskı, Hindâvî.
- Parasız, İlker: 2000 **İktisada Giriş**, Bursa.
- Peters, Francis E.: 2004 **Antik Yunan Felsefesi Terimleri Sözlüğü**, 1. Baskı. İstanbul, Paradigma Yayıncılık.
- Proudhon, P. J.: 2012 **İktisadi Çelişkiler Sistemi ya da Sefaletin Felsefesi**, çev. Işık Ergüden, 1. Baskı İstanbul, Kaos Yayınları.
- Ragıb el-İsfahânî, Ebu el-Kasım el-Hüseyn b. Muhammed: H.1414 **el-Müfredat Fî Garib el-Kur'an**, thk. Safvan Adnan ed-Davudî, 1. Baskı, y.y., Dar el-Kalem, Dar eş-Şamiye.
- er-Râzî, Zeynüddin Ebu C: I, **Mu'cemu Mekayîsi'l-Lüġatu**, thk. Abdullah Muhammed b. Ebi Abdüsselam Muhammed Harun, y.y., Dârü'l Fikr.
- Bekr: 1979
- . 1999. **Muhtarü's-Sıhah**, 5. Baskı, Beyrut, el-Mektebetü'l-'Asriyye.

- Ricardo, David. **Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri**, çev. Barış Zeren, y.y., Türkiye İş Bankası Kültür yayınları.
- Routh, Guy.:1975 **The Origin of Economic Ideas**, Londra, Macmillan.
- Reda, Ayman: 2013 “Islam and Markets”, **Review of Social Economy**, 20-43.
- Say, Jean Baptiste: 2017 **Politik Ekonominin İlkeleri**, çev. Zübeyr Kavık, İstanbul, Liber Yayınları.
- Serdaroğlu, Ufuk: 1997 “Sabit Fiyat Geçici Genel Denge Modelleri I”, **Ekonomik Yaklaşım**, 8(26): 49-70.
- Sedlacek, Tomas: 2018 **İyi, Kötü & Ekonomi -Gılgamış’tan Wall Street’e İktisadi Anlam Arayışı-**, çev. Alpogan Sabri Erdoğan, 2. Baskı, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Smith, Adam: 2002 **C: II, Ulusların Zenginliği**, çev. M. Tanju Akad, İstanbul, Alan Yayıncılık.
- . 2017. **C: I, Ulusların Zenginliği**, çev. Ayşe Yunus ve Mehmet Bakırcı, İstanbul, Alan Yayıncılık.
- Suphi, Ahmeh Mahmut: 2006 **el-Felsefetü'l-Ahlâkiyye fil-Fikri'l-İslâmî- el-Akliyyun ve'z-Zevkiyyun Evi'n-Nazarü'l-'Amel**, 2. Baskı, y.y., Darü'l-Maarif.
- Seyidov, İlgar: 2013 “Tüketici Davranışları ve İslami Bağlılık”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkşâ İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı**, Ankara.

es-Süyûtî, Ebü'l-Fazl **el-Câmi' u's-Sağır min Hadîssi'l-Beşîri'n-Nezâr**, 6. Baskı, Beyrut, Dârü'l-Kütübü'l-İlmiyye.
Celâlüddîn Abdurrahmân b. Ebî Bekr b. Muhammed el-Hudayrî: 2012

Şahin, Hakan: 2019 “Bankacılıkta Para Üretiminin İktisadi ve Fıkhi Açıdan Değerlendirilmesi”,(Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam İktisadi ve Finansı Anabilim Dalı, İstanbul.

Şeniğne, Billur: 2011 “Rasyonalite Kavramına Deneysel ve Davranışsal İktisat Bağlamında Yeni Bir Bakış Açısı: Nöroiktisat”, (Doktora Tezi), **Marmara Üniversitesi S.B.E**, İstanbul.

Tanyeri, İbrahim: 2000 “Adam Smith’in Rekabet Analizi Üzerine”, **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**,18(1): 307-20.

Türk, Şuayip: 2008 “Kelâmî Açıdan Rızık Problemi”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **T.C. Yüzüncüyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı Kelâm Bilim Dalı**, Van.

et-Teftâzanî, Sa’düddîn **Tehzîbü'l-Mantık ve'l-Kelâm**, thk. Fazıl Şeyh Mes’ûd b. Fahriddîn Ömer b. Abdulkadir es-Sindicî, 1. Baskı, y.y.
Buhâniddîn: 1912

et-Teftâzanî, Sa’düddîn C: IV, **Şerhu'l-Makâsıd**, Dr. Abdurrahman Umeyra, Mes’ûd b. Fahriddîn Ömer b. y.y., 'Alemü'l-Kütüb
Burhâniddîn.

Thornton, Mark: 2015 “Richard Cantillon: İktisadî Teorinin

Doğuşu”**Liberal Düşünce Dergisi**, (80): 157-71.

et-Tirmizi, Ebû Îsâ C: III, **Sünen-i Tirmizi**, 2. Baskı. Mısır, Şirketu Muhammed b. Îsâ b. Sevre Mektebetu ve Matbaatu Mustafa el-Bâbî el-Halbî. (Yezîd): 1975

Turan, M.Fatih: 2015 “İslam Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, **Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (43): 79-103.

Tabâtabâî, Muhammed C: IV, **el-Mîzân fî Tefsîri'l-Kur'an**, 1. Baskı, Beyrut, Hüseyin b. Muhammed b. Müessesetü'l-'Alâmî, Muhammed Hüseyin: 1997

el-Ukaylî, Ebû Ca'fer C: III, **ed-Du'afâ'ü'l-Kebîr**, 1. Baskı. Beyrut: Muhammed b. Amr b. Mûsâ: Dârü'l Mektebetü'l-İlmiyyetu. 1984

Umâra, Muhammed: 1993 **Kâmûsu'l-Mustalahâtî'l-İktisâdiyye fî'l-Hadâratî'l-İslâmiyye**, Beyrut: Dârü's-Şurûk.

Umutlu, Hasan: 2019 “Devlet ve Piyasa Arasında İktisatçılar: İktisatçıların Devletin ve Piyasanın Rolüne İlişkin Görüş ve Tutumları”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Dalı**, Konya.

Ülgen, Gülden: 2014 **İktisat Bilimine Giriş**, 6. Baskı, İstanbul:, Türkmen Kitabevi.

Ülgener, Sabri Fehmi: 1984 **Darlık Buhranları ve İslâm İktisat Siyaseti**, Ankara, Mayaş Yayınları.

- Yasa, Bengü Doğangün: 2017 “İktisat Düşüncesinde Devlet Müdahaleciliği Kuramının Evrimi”, **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 5(2): 281-98.
- Yıldırım, Arif: 1998 “Kelâm Açısından Fiyatların Yükselişi ve Düşüşü”, **Ekev Akademi Dergisi**, 1(2): 147-60.
- Yıldırım, Mehmet: 2006 “Kelâm İlminde Rızık ve Ecel”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), **T.C. Yüzüncüyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı Kelâm Bilim Dalı**, Van.
- Yang, Yong-Sun: 2009 “**Economics and Theology of Salvation in Adam Smith and Hegel**”, School of Business, ADFA.
- Yıldız, Mehmet Sami: 2014 “İnsan-Allah İlişkisi Bağlamında Kur’ân’ın İktisadi Alana İlişkin Mesajı”, **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 6(1): 27-37
- Zaim, Sabahattin: 1986 “İslâm Açısından İktisadî ve Sosyal Faaliyetlerle İlgili Normatif Kaideler”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 44(1-4): 17-37.
- ez-Zebîdî, Muhammed b. C: XXXIV, **Tâcü’l-Arûs min Cevâhiri’l-Kâmus**, Muhammed b. Abdurrezzâk thk. Heyet, Dârü'l-Hidâye.
- el-Huseyn.
- ez-Zebîdî, Muhammed b. C: XI, **Tâcü’l-Arûs min Cevâhiri’l-Kâmus**, thk. Muhammed b. Abdurrezzâk Abdülhalim Tahâvî, Kuveyt, et-Türâsü’l-Arabî.
- el-Huseyn: 2001
- ez-Zebîdî, Zeyni’d-din C: VI, **Sahîh-î Buharî Muhtasarı Tecrîd-î Sarîh** Ahmed b. Ahmed: 1978 **Tercümesi ve Şerhi**, çev. Kamil Miras, 4. Baskı. Ankara, Başbakanlık Basımevi.