

Araştırma Raporu

MEDYADA İSLAM İKTİSADI ALGISI

Necmettin Kızılkaya
Yasemin Meriç

MEDYADA İSLAM İKTİSADI ALGISI

Necmettin Kızılkaya & Yasemin Meriç

ÖZET

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de İslam iktisadı ve finansına olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bunun bir sonucu olarak pek çok üniversitede lisans ve yüksek lisans programları açılmakta, sektöre yeni katılım bankaları ve yeni sigorta şirketleri dâhil olmaktadır. Bunlara ilaveten İslam iktisadı ve finansı hükümetin öncelikli programları arasında yerini almaktadır. Siyaset, akademi ve piyasada İslam iktisadı giderek ilgi alanı olmasına rağmen bunun toplumdaki yansımalarının nasıl olduğuna dair yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırma İslam iktisadının toplumda nasıl algılandığını tespit etmek ve bu alandaki boşluğu doldurmak amacıyla taşınmaktadır. Bu algıyı tespit edebilmek için toplumu etkileyen en önemli araçlardan biri olan medya ele alınmıştır. Medyadaki İslam iktisadı algısını anlamak için de Ocak 2012 - Haziran 2017 tarihleri arasında ulusal altı gazete ve altı dergiden yaklaşık 1856 haber tarandı. İslam iktisadı ve finansının medyada ne kadar yer aldığı ve niteliği, bu konuya yer veren haberlerin hangi kavramlar üzerinden meseleyi ele aldığı, İslam iktisadı ve finansının muhafazakar medya ile ana akım medyada hangi oranlarda ve ne şekilde yer aldığı cevap aranan sorulardan bazıları oldu. Çalışmada ulaşılan bazı cevaplar ezberleri bozup yeni soruları gündeme getirmiştir. Özellikle finans alanına hapsedilen İslam iktisadının medya tarafından da alternatif bir paradigma olarak görülmediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulusal Medya, Ekonomi Haberleri, Köşe Yazıları, İslam Ekonomisi, İslami Finans, Türkiye

Kaynak: Kızılkaya, N., & Meriç, Y. (2018). *Medyada İslam İktisadı Algısı* (Rapor No. 7). İstanbul: İslam İktisadı Araştırma Merkezi (İKAM).

YAZARLAR HAKKINDA



Necmettin Kızılkaya, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesinden 2001’de mezun olduktan sonra aynı üniversitede İslam Hukuku Anabilim Dalında yüksek lisans derecesi aldı. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde İslam hukuku alanında hazırladığı teziyle 2011’de doktorasını tamamladı. Kızılkaya’nın çalışmaları daha çok İslam hukuku ve ekonomisi alanlarında yoğunlaşmaktadır. Özellikle İslam ekonomisi, güncel problemler, İslam hukuk tarihi, kavâid ve furûk gibi İslam hukukunda ortaya çıkmış alt yazım türleri uzmanlık alanıdır. İslam hukuku alanında yayımlanmış birçok çalışması bulunan Kızılkaya, aynı zamanda çeşitli akademik dergilerin yayın kurulu üyeliğinde ve bilim kurullarında yer almaktadır. Halen İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde Doçent olarak çalışmaktadır.



Orta Doğu Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi’nden mezun olan **Yasemin Meriç**, yüksek lisansına İstanbul Üniversitesi İslam İktisadı ve Finansı bölümünde devam etmektedir. Özel olarak siyasi ekonomi, ekonomik kalkınma, İslami finans, İslam İktisadında bireysel emeklilik ve sigortanın sosyoekonomik ilişkileri gibi konular üzerine odaklanarak çalışmalarına devam etmektedir.

ikam

İSLAM İKTİSADI ARAŞTIRMA MERKEZİ

Halk cad. Türbe Kapısı sok. No:13 Üsküdar İstanbul

ikam.org.tr @bilgi@ikam.org.tr ikamorgtr ikamorgtr

© Tüm hakları saklıdır. İslam İktisadı Araştırma Merkezi’nin yazılı izni olmadan bu eserin hiçbir kısmı elektronik ya da mekanik yollarla çoğaltılamaz. Yazıda belirtilen görüşler yazarlara aittir ve İslam İktisadı Araştırma Merkezi’ni bağlamaz.

İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği tarafından 2016 yılında kurulan İslam İktisadı Araştırma Merkezi (İKAM), aslen yeni bir iktisadi anlayışın ve uygulama zemininin oluşumuna katkı yapmayı amaçlamaktadır. İslam iktisadını teorik ve uygulamalı olarak ele alan eğitim, araştırma, yayın ve etkinlikler gerçekleştiren İKAM bu faaliyetlerinin çıktılarını araştırmacıları, iş dünyasını ve politika yapıcıları bilgi birikimi açısından beslemeyi hedeflemektedir. Böylece İslam iktisadı alanının toplumda ve kamuda tanınmasını ve kabul edilmesi için çeşitli düzeylerde çalışmalarına ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda, İKAM Raporları alanda yapılan araştırmaların neticelerinin kamuoyu ile paylaşılması amacıyla başlatılmış bir yayın dizisidir.

Giriş

İslam iktisadı ve finansı son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ilgi odağı olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak birçok üniversitede lisans ve yüksek lisans programları açılmakta, sektöre yeni katılım bankaları dahil olmakta ve İslam iktisadı ve finansı devletin ekonomi politikalarında kısa, orta ve uzun vadeli hedefler arasında yer almaktadır. Akademi, sektör ve siyaset açısından durum bu şekilde olmakla beraber İslam iktisadı ve finansının toplum ve medyada nasıl algılandığına dair çalışmaların beklenen düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu çalışma, görülen bu boşluğu doldurma ve kamuoyunu etkileyen en önemli araçlardan biri olan medyada İslam iktisadı algısını tespit etmeyi amaçlamaktadır.

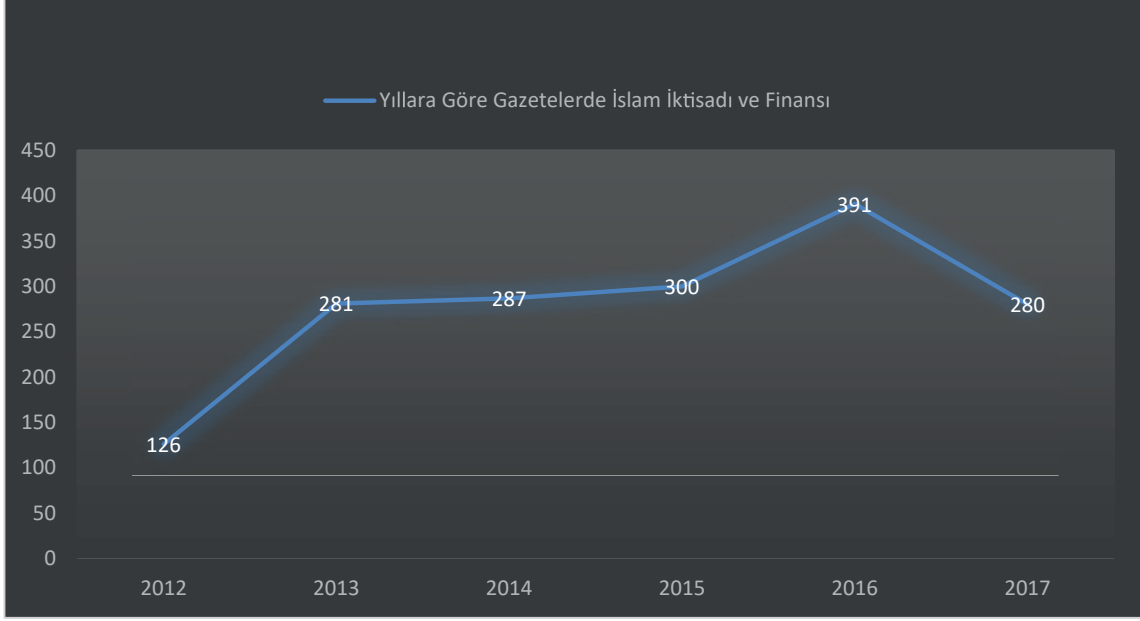
Medyada İslam iktisadı algısını tespit etmek için Ocak 2012 - Haziran 2017 tarihleri arasında ulusal altı gazete ve altı dergiden 1856 haber tarandı. Bu çerçevede Albayrak Medya Grubuna ait Yeni Şafak Gazetesi, Turkuvaz Medya grubuna ait Sabah Gazetesi, Dünya Yayıncılık’a ait Dünya Gazetesi, Doğan Medyaya ait Hürriyet Gazetesi, Demirören Medyaya ait Milliyet Gazetesi ve Cumhuriyet Vakfına ait Cumhuriyet Gazetesi tarandı. Dergi grubunda ise Turkuvaz Medya Grubuna ait Para, Forbes ve Ekovitrin dergileri; Doğan Medya Grubuna ait Ekonomist ve Capital dergileri; Albayrak Medya Grubuna ait Derin Ekonomi dergilerinin haber başlıkları ve haber detayları incelenmiştir.

Araştırmanın bazı ana soruları ve tali soruları bulunmaktadır. Ana sorular şunlardır: İslam iktisadının medyada ne kadar yer aldığı ve niteliği, İslam iktisadına yer veren haberlerin hangi kavramlar üzerinden konuyu ele aldığı, İslam iktisadının muhafazakar medya ile ana akım medyada hangi oranlarda ve ne şekilde yer aldığı gibi sorulara cevap arandı. Ayrıca siyasetçilerin İslam iktisadı ile ilgili tutumlarının haberlere etkisi; Türkiye’deki İslami finansın Körfez sermayesi ile olan ilişkisi ve bu konudaki spekülasyonlar; Türkiye’de yapılan akademik/ilmi etkinliklerin haberlerde yer alıp-almadığı; katılım bankalarının kendilerini medyada nasıl tanıttığı ve görünürlükleri temel araştırma sorularıdır. Bu tür genel soruların içerisinde odaklanan bazı noktalar/tali alanlar da bulunmaktadır. Bu çerçevede gazetelerin İslam iktisadı ve finansına manşetten veya haber detaylarında yer verme oranı; haberlerde İslam iktisadı ile İslami finans ile ilgili haberlerin oranı; toplumsal, dinî ve ekonomik kavramların sıklığı; banka yöneticileri ile siyasetçilerin demeçlerinin haberlerde yer alma sıklığı; İslami finansın yeni ürünlerine yer verme sıklığı gibi konular üzerinden haberler incelenmeye çalışıldı.

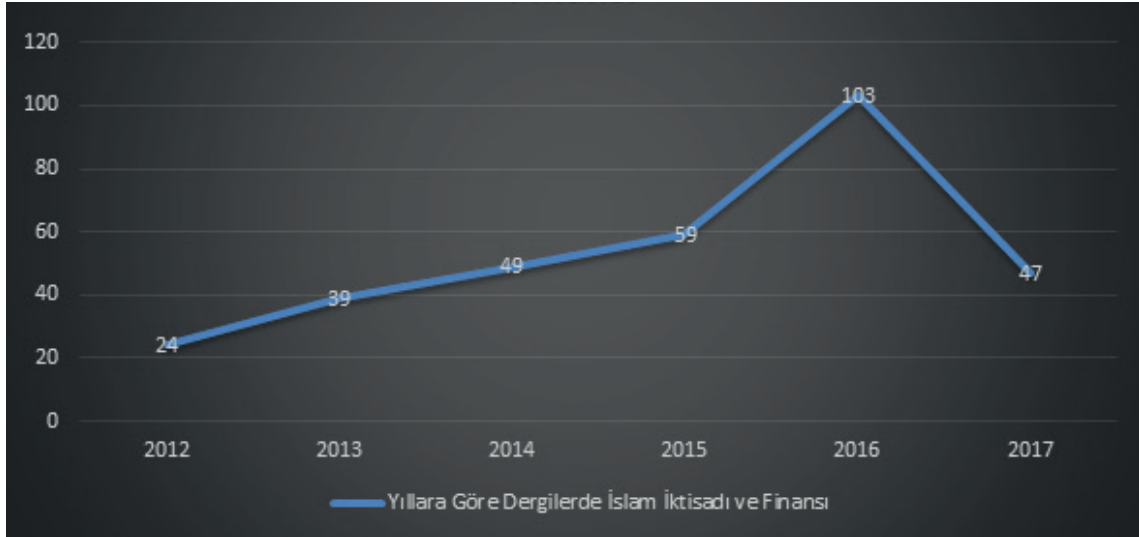
Yıllara Göre Haber Oranları

Yıllara göre gazete haber sayılarına bakıldığında 2012 yılında 126 haberin yer aldığı; 2013’te 281, 2014’te 287, 2015’te 300 haber şeklinde giderek arttığı görülür. Benzer bir artış dergilerde de görülmektedir. 2012’de 24, 2013’te 39, 2014’te 49, 2015’te 59 haber yapılmışken 2016’da yapılan haber sayısı 103 civarındadır. Hem gazetelerde hem de dergilerde 2016 yılında yapılan haberlerin oranının diğer yıllara nispetle artmasının en temel sebebi iki yeni kamu katılım bankası kurulması olduğu görülür. Dolayısıyla 2016 yılında yapılan haber sayısı nicelik olarak artmakta beraber, yapılan haberlerin önemli bir kısmının kamu katılım bankalarının açılışı ve buna bağlı olarak gerek ekonomi çevrelerinde gerekse siyasette bu yönde bir hareketliliğin söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Her ne kadar incelemede 2017 yılına ait haberlerin ilk 6 ayı incelenmiş olsa da simülasyon yapıldığında 2017 yılında İslam iktisadı ve finansı ile ilgili haberlerde bir düşüş olduğu görülmektedir.

İKAM Araştırma Raporları

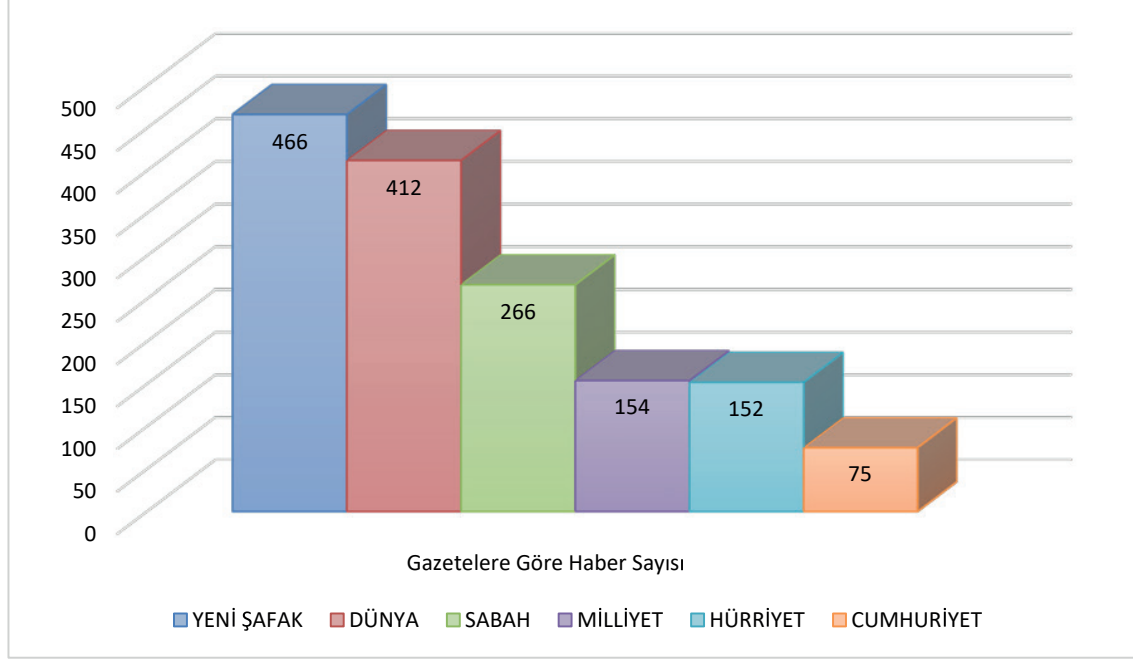


Şekil 1. Yıllara Göre Gazetelerde İslam İktisadı ve Finansı

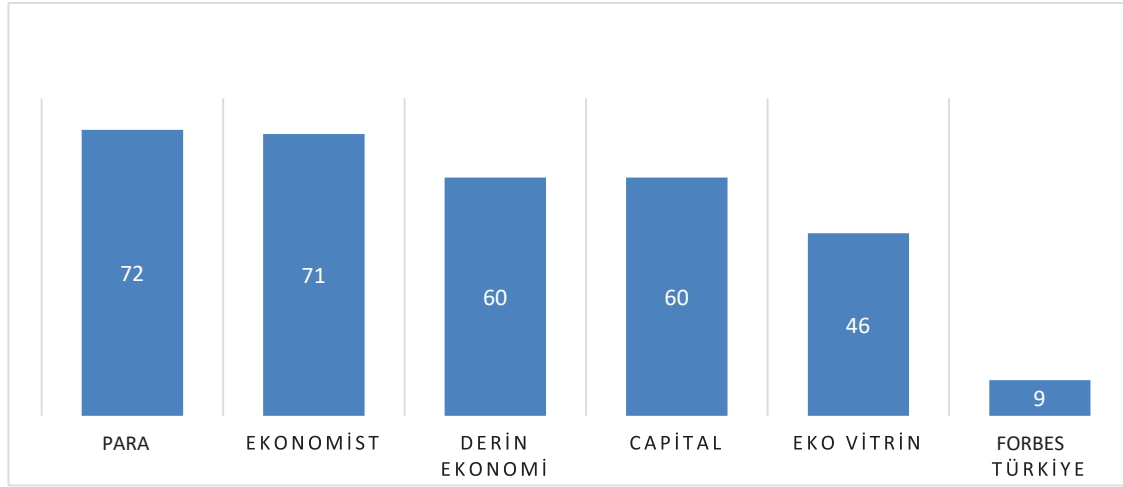


Şekil 2. Yıllara Göre Dergilerde İslam İktisadı ve Finansı

Gazete ve Dergilere Göre Haberlerin Dağılımı



Şekil 3. Gazetelere Göre Haber Sayıları

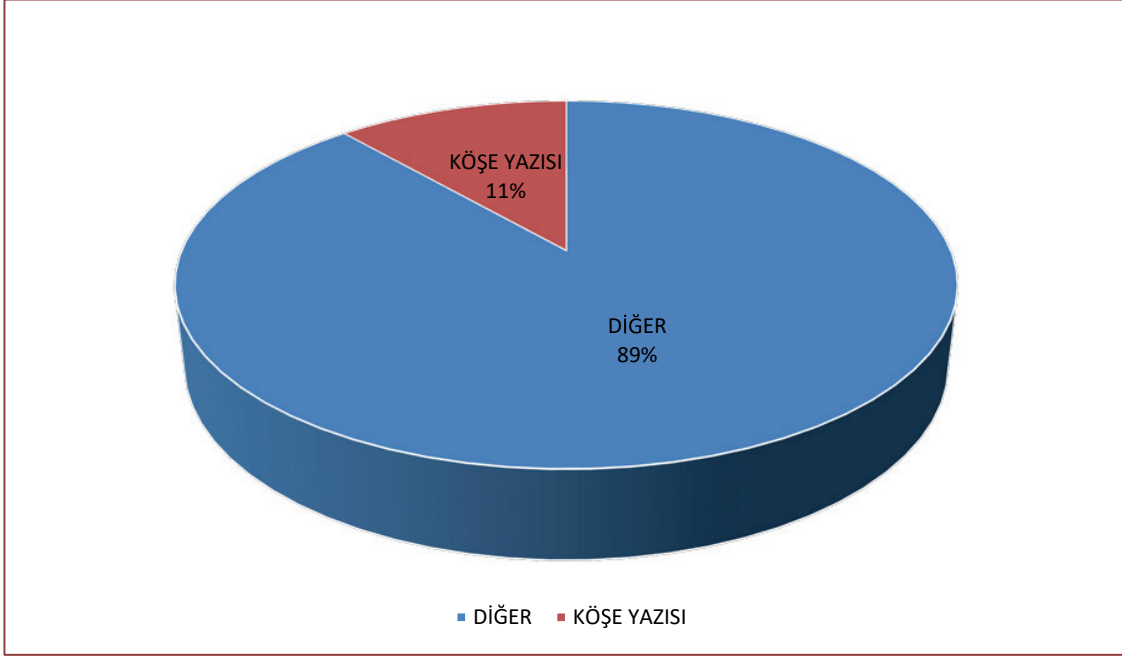


Şekil 4. Dergilere Göre Haber Sayıları

Gazetelerin haber dağılımında 466 haber ile konuya yer veren Yeni Şafak Gazetesi %31'lik oranla ilk sırada gelmektedir. Daha sonra 412 haberle Dünya Gazetesi %27; 266 haberle Sabah gazetesi %17; Milliyet Gazetesi 154 haber ve Hürriyet Gazetesi 152 haberle %10'ar oranı teşkil etmektedirler. Cumhuriyet Gazetesi ise 75 haberle %5 civarında bir orana sahiptir. Dergilerde ise Para 72 haberle İslam iktisadı ve finansı ile ilgili en çok haber yapan dergi olmakla beraber Ekonomist 71 haberle neredeyse aynı oranda bir paya sahiptir. Derin Ekonomi ve Capital dergileri 60 haber yaparken, Eko Vitrin 46 haberle konuya yer vermiştir. Sonuncu sırada ise konuya 9 haber ile konuya yer veren Forbes Türkiye gelmektedir.

Haber sayısının dağılımı incelendiğinde en çok haberin Yeni Şafak'ta olması, ekonomi haberlerinin ağırlıklı olduğu Dünya gazetesinde İslam iktisadının sıkça yer bulması, ana akım medyanın gazete ve dergilerindeki rakamların birbirine yakın olması ve en az haberin Cumhuriyet gazetesinde olması pek şaşırtıcı olmasa gerektir. Ancak İslam iktisadına yer veren gazete ve dergilerin haber niteliğine bakıldığında büyük oranda birbirine benzedikleri ve alana eleştirel bakan haberlerin oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Halbuki Türkiye'de İslam iktisadına yönelik yaklaşımlar dikkate alındığında eleştirel oranın daha yüksek olacağı beklenirdi.

Köşe Yazılarının Oranı



Şekil 5. Köşe Yazısı / Haber Oranı

Tablo 1. Yazarlara göre köşe yazıları	
YAZAR	SAYI
HAYRETTİN KARAMAN	20
FARUK BEŞER	15
ŞEREF OĞUZ	9
GÜNGÖR URAS	9
ERDAL TANAS KARAGÖL	9

Editöryal yazıların ve ekonomi sayfalarında yer alan köşe yazılarının hem gazete ve dergilerin genel eğilimlerini yansıtması hem de ekonomi çevrelerinin algısını etkileyebilme kapasiteleri nedeniyle araştırma soruları arasında köşe yazıları önemli bir yere sahipti. Bu nedenle incelemede köşe yazılarının genel haberlere nispetine

dair bazı noktalar tespit edilmeye çalışıldı. Her ne kadar köşe yazılarının genel haberlere oranı her zaman düşük olsa da yapılan araştırmada İslam iktisadı ile ilgili köşe yazılarının haberlere nispetle oldukça düşük bir seviyede olduğu görüldü. Yapılan araştırmada köşe yazılarının sayısı 180 civarında olup haberlere nispeti %11 kadardır. Bu yazılar içerisinde Yeni Şafak'ta köşe yazarlığı yapan iki isim ilk iki sırada yer almaktadır. Bunlardan Hayrettin Karaman 20 yazı ile ilk sırada gelmektedir. Ancak Karaman'ın haberlerine bakıldığında bunların bir kısmının kendisinin daha önceki yıllarda yazdığı yazıların tekrarı olduğu ve daha çok finansal konuları kapsadığı görülür. İkinci sırada yine bir fıkıhçı olan Faruk Beşer gelmektedir. Faruk Beşer'in kaleme aldığı yazıların finans ve sigorta konularına ağırlık verdiği görülür. Diğer üç yazar ise dokuzar köşe yazısı ile aynı oranda konuya yer vermişlerdir. Bunlarda Şeref Oğuz Sabah, Güngör Uras Milliyet ve Erdal Tanas Karagöl Yeni Şafak gazetelerinde yazarlık yapmaktadırlar.

Haber Başlık ve Alt Başlıklarında Kullanılan Anahtar Kelimeler

Tablo 2. Haber Başlık ve Alt Başlıklarında Kullanılan Anahtar Kelimeler	
HABER BAŞLIĞI ANAHTAR KELİMERİ	SAYI
KATILIM	241
İSLAMİ	119
FAİZSİZ	90
İSLAMİ FİNANS	72
KUVEYTTÜRK	41
TÜRKİYE FİNANS	39
ŞUBE	36
BANKASYA	34
BÜYÜME	34
KATILIM BANKACILIĞI	34
FAİZ	33
VAKIF KATILIM	30
ZİRAAT KATILIM	30
ALBARAKATÜRK	29
KÖRFEZ	24
KOBİ	22
KİRA SERTİFİKASI	19
FİNANS MERKEZİ	17
HELAL	13
2023 HEDEF	10
KATAR	7
ARAP	7
DUBAİ	4
TEKAFÜL	4
BAHREYN	2

Medya haberleri incelenirken ilk olarak haber başlıkları incelendi ve burada yer verilen kavramlar tespit edilmeye çalışıldı. Daha sonra haber detayları incelenerek İslam ekonomisi ile ilgili yer verilen kavram ve konuların tespiti cihetine gidildi. Çalışmaya başlarken bazı anahtar kelimelerin haberlerde sıklıkla geçeceği öngörülmekteydi. Nitekim bu kavramların gazete ve dergi haberlerinde sıklıkla tekrarlandığı tespit edildi. Bu çerçevede haber başlıklarında 241 kere geçen “katılım” kavramı birinci sırada gelmektedir. Bu kavramın *katılım ekonomisi*, *katılım bankası*, *katılım sigortacılığı* gibi terkipler içerisinde kullanıldığı görülmektedir. Daha sonra “İslam” kelimesinin *İslami finans*, *İslami banka*, *İslami turizm*, *İslami sigorta* gibi terkipler içerisinde kullanıldığı ve bu sayının da önemli bir yekûna ulaştığı görülmektedir. Ancak *katılım* kavramı ile kullanılan terkiplerin *İslami* kavramına oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, faizsiz bankacılığı ifade etmek için kullanılan Katılım bankacılığı ve türevlerinin çok kısa bir süre içerisinde kamuoyunda kabul edildiğini göstermektedir. Sektörün kendisini bu şekilde tanıtmaya ısrarı ve yapılan kanuni düzenlemelerin bu ifadeye yer vermesinin bunda önemli bir rolü olduğunu söylemek mümkündür. Bu iki kavram dışında *faiz* kavramı ve *faizsiz* bankacılık ile ilişkili kavramların da azımsanmayacak derecede kullanıldığı görülmektedir. Bunlar dışında kalan iktisat ve finans ile ilgili kavramlara daha çok bankaların şube açılışları bağlamında yer verildiği görülmektedir. Haber başlıklarında dikkati çeken fon hufuflardan biri de İslami finansın daha çok Körfez ülkeleri ve fermayefi bağlamında tartışılabilir olmasıydı. Özellikle dünyada İslami finans ile ilgili haber ve araştırmaların Körfez ile irtibatının önemli bir oranda olması, aynı durumun Türkiye için de geçerli olacağı varfayımına yol açmıştı. Ancak yapılan haber taramasında durumun beklendiği düzeyde olmadığı, Türkiye’deki medyanın bu konuyu Körfez ile fazla ilişkilendirmediği görüldü.

Haberler içerikleri incelenirken, haber başlıklarından farklı olarak daha kapsamlı bir taramaya tabi tutuldu. Bu çerçevede daha geniş kavramlar taranarak konunun ele alınmasını besleyen saikler tespit edilmeye çalışıldı. Bu nedenle haber detayları incelenirken kelimeler belirli alanlar dikkate alınarak tasnif edildi ve taramada bu kriter dikkate alındı. Bu bağlamda İslam iktisadı ile ilgili kavramlar toplumsal, dini, iktisadi ve siyasi alanlara göre kategorize edildi. Başka bir ifadeyle, medyada İslam iktisadı ile ilgili haberlerde meselenin toplumsal, dini, iktisadi ve siyasal alanlardan hangileri ile ilişkili bir şekilde ele alındığı ve medyanın İslam iktisadı algısının bu alanlardan hangisiyle daha yakın bir bağının olduğu tespit edilmeye çalışıldı.

Tablo 3. Haber Detaylarında Geçen Anahtar Kelimeler			
ANAHTAR KELİME	SAYI	ANAHTAR KELİME	SAYI
KATILIM BANKALARI	853	BES	34
İSLAMİ	243	PROJE	31
KATILIM BANKACILIĞI	241	TEKAFÜL	31
GENEL MÜDÜR	222	HELAL	29
SUKUK	160	RECEP TAYYİP ERDOĞAN	27
FAİZSİZ	141	RİSK	25
MERKEZ	126	HASSASİYET	24
İSTANBUL	112	SPK	24

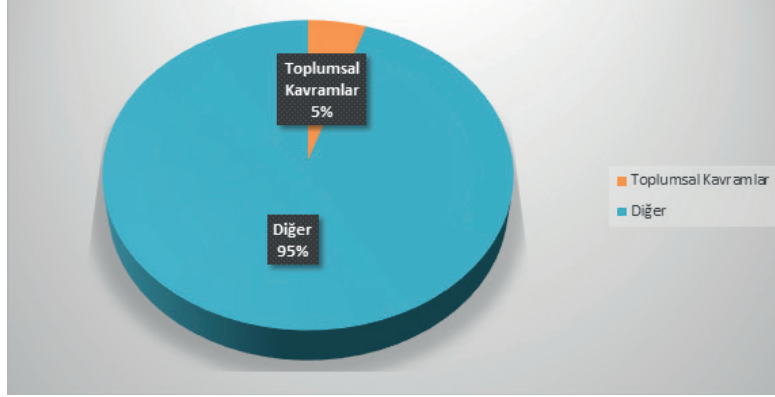
Medyada İslam İktisadı Algısı

2023	98	2008	23
KÖRFEZ	95	PAYLAŞIM	23
BAŞBAKAN YARDIMCISI	85	ÜRETİM	22
KRİZ	83	ALTYAPI	19
ALBARAKATÜRK	78	GIDA	17
KAMU	76	MEGABANK	17
KOBİ	76	MEVZUAT	16
BANKASYA	75	ADALET	14
KUVEYTTÜRK	74	KÜLTÜR	13
İSLAMİ FİNANS MERKEZİ	73	ÇÖZÜM/ÇARE	12
ZİRAAT KATILIM	64	AYET	8
FAİZ	58	DUYARLILIK	7
TÜRKİYE FİNANS	58	AHLAK	6
VAKIF KATILIM	58	QISMUT (Türkiye, Katar, Endonezya, Suudi Arabistan, Malezya ve BAE)	6
POTANSİYEL	56	CAİZ	5
REEL	48	NEOVA	5
TKBB	47	HARAM	4
BDDK	43	PEYGAMBER	3

Burada dikkat çeken veri, katılım ifadesidir. 1526 haberin yaklaşık 853'ünde katılım kelimesinin geçmesi bir yandan haber detaylarında finansın diğer alanlara oranını göstermekte, öte yandan katılım bankacılığı ifadesinin kendine yer bulduğunu ve yaygın olarak kabul edildiğini göstermektedir. Bununla beraber araştırmanın başlangıcında İslami finans, İslami bankacılık, faizsiz bankacılık şeklindeki kullanımlar ile katılım bankacılığı arasında keskin bir çizginin olma ihtimali ve bu kullanımların belirli bir mesaj barındırıyor olmaları hipotezleri söz konusuydu. Ancak haberlerde bu kullanımların çoğunlukla aynı haber içerisinde birbirinin yerine kullanıldığı ve medyanın kavramsallaştırmada beklenen düzeyde ince bir ayırımı gitmediği tespit edildi.

Tablo 4. Haber Detaylarında Yer Verilen Toplumsal Kavramlar	
TOPLUMSAL KAVRAMLAR	SAYI
ADALET	14
AHLAK	6
DUYARLILIK	7
HASSASİYET	24
PAYLAŞIM	23
TOPLUMSAL KAVRAMLAR	126
DİĞER	74

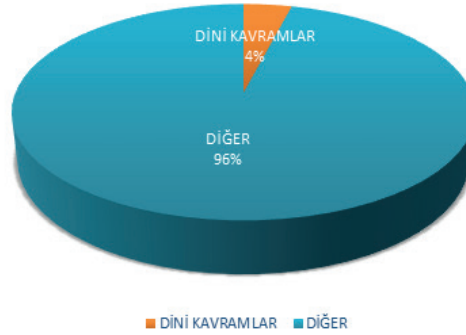
Haber detaylarında İslam iktisadının hangi toplumsal kavramlar altında ele alındığı, modern dönemde alternatif bir paradigma olarak ortaya çıkan İslam iktisadının günümüzde geldiği noktayı tespit etmek açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle medyanın konuya yer verirken kullanmış olduğu adalet, ahlak, duyarlılık, hassasiyet, paylaşım gibi anahtar kelimeler İslam iktisadının toplumsal yönünü tespit etmeye yardımcı olacak kavramlardır. Çalışmanın başlangıcındaki hipotezlerden birisi de İslam iktisadının medyada adil dağılım, ahlaki-insani bir sistem, risk paylaşımı gibi kelimelerle sıklıkla yer bulacağı; sömürüye, adaletsizliğe, gelir eşitsizliğine karşı bir ekonomik model olarak ele alınacağı yönündeydi. Fakat araştırmada toplumsal kavramların diğer alanlara oranla oldukça az yer bulduğu görüldü. Nitekim aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere bu tür kavramların incelenen beş yıllık süre zarfında yaklaşık 74 defa kullanıldığı ve bunun da diğer kavramlara nispetle %5'lik bir orana tekabül ettiği yönündedir. Bu durum modern dönem İslam iktisadının öncü isimlerinin çalışmalarında alternatif bir model olarak tasavvur edilen İslam iktisadının zaman içerisinde uğradığı evrimi göstermektedir. Zira kurucu isimlerin İslam iktisadı ile ilgili çalışmaları, İslam'ın ekonomik sisteminin ana akım iktisada bir alternatif olduğu ve kapitalizmin sahip olduğu ekonomik tasavvurun toplumsal kavramlardan hareketle eleştirildiği görülür. Ancak bu durumun zamanla değiştiği ve İslam iktisadının, bu iddiasının en azından belirli oranlarda kaybolduğu ifade edilebilir.



Şekil 6. Haber Detaylarında Yer Verilen Toplumsal Kavramların Oranı

Tablo 5. Haber Detaylarında Yer Verilen Dini Kavramlar	
DİNİ KAVRAMLAR	SAYI
PEYGAMBER	3
HARAM	4
CAİZ	5
AYET	8
HELAL	29
TOPLAM DİNİ KAVRAMLAR	49
DİĞER	1477

İslam iktisadı alanında kaleme alınan teorik çalışmalar ve bir sistem olarak İslam iktisadının dayanmış olduğu ana ilkeleri dikkate alındığında bazı dini kavramların sıklıkla geçeceği araştırmanın başında varsayılmaktaydı. Ancak Türkiye'deki yazılı medyada yer alan haberler dikkate alındığında bu hipotezin doğrulanmadığı görülmektedir. Bilhassa konuyu teorik olarak inceleyen eserlerde ön plana çıkan ayet, Hz. Peygamber, helal-haram, caiz gibi anahtar kelimelerden oluşan dini kavramlar ile yapılan taramada bunların seyrek kullanıldığı tespit edildi. İncelenen 1526 haberin 29'unda helal kavramından, 8'inde Kur'an ayetlerinden, 5'inde caiz kavramından, 4'ünde haram kavramından ve sadece 3'ünde Hz. Muhammed'in (sav) hadislerinden bahsedilmektedir. *Helal* anahtar kavramı, helal gıda, helal turizm, helal kozmetik, helal ilaç gibi terkiplerde kullanılması sebebiyle diğerlerine nispetle daha yüksek bir sayıda çıkmaktadır. Kullanıldığı terkiplerden bağımsız düşünüldüğünde helal kavramının da diğer dini kavramlar ile yakın bir kullanıma sahip olacağı görülecektir. Dini kavramların kullanımı ile ilgili tespiti haber başlıkları ve köşe yazıları dikkate alarak farklı iki kategori olarak değerlendirmek mümkündür. Haber başlıkları ve haberlerde bu kavramların çok yoğun kullanılmaması, verilen haberin niteliği ve konunun haber değeri bağlamında değerlendirilebilir. Ancak bu kavramların köşe yazılarında daha yoğun bir şekilde geçmesi beklenebilir. Zira köşe yazıları İslam iktisadı ile ilgili teorik çerçevenin belirli nispetlerde ele alındığı yazılar olmaları hasebiyle meselenin felsefi ve dinî arka planına dair incelemelere yer veren yazılardır. Ancak İslam iktisadı ile ilgili köşe yazılarının bu teorik arka planı pek yansıtmadığı yapılan araştırmada tespit edildi.



Şekil 7. Haber Detaylarında Yer Verilen Dini Kavramların Oranı

Ekonomik Kavramlar

İslam iktisadı ile ilgili haberlerde kullanılan ekonomik terimler, medyada İslam iktisadının hangi iktisadi kavramlarla ilişkilendirildiğini tespit etmeyi sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmamızda gerek haberlerde gerekse köşe yazılarında İslam iktisadının ilişkilendirildiği kavramlar tespit edilmeye çalışıldı. Ancak iktisadi bir konuda kullanılacak her kavramın yine ekonomi ile ilgili olduğundan, haberleri incelemek ve İslam iktisadı ile ilgili çalışmalarda vurgulanan kavramları dikkate almak suretiyle bazı kavramların izi sürülmeye çalışıldı. Bu çerçevede potansiyel, proje, altyapı, KOBİ, reel,

üretim, çözüm/çare anahtar kelimeleri ekonomik kavramlar üst başlığında toplandı. Çalışmanın başlangıcında belirlenmeyen bir anahtar kelime olan potansiyel kelimesinin haberler incelendikçe sıklıkla vurgulandığı görüldü.

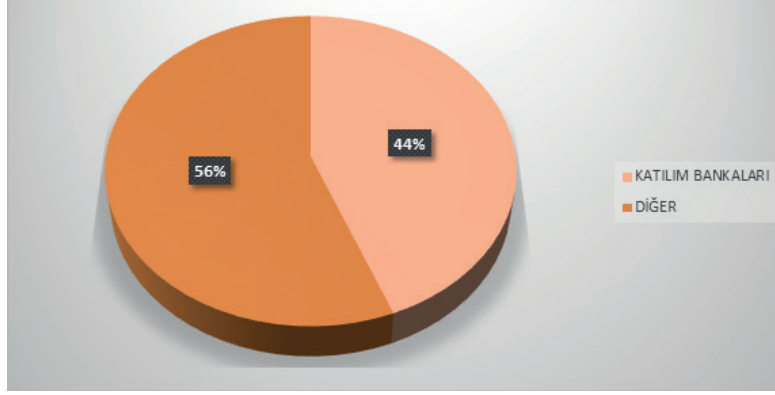
Tablo 6. Haber Detaylarında Yer Verilen Ekonomik Kavramlar	
EKONOMİ KAVRAMLARI	SAYI
POTANSİYE	56
PROJE	31
ALTYAPI	19
KOBİ	76
REEL	48
ÜRETİM	22
ÇÖZÜM/ÇARE	12
TOPLAM EKONOMİ KAVRAMLARI	264
DİĞER	1262

Haberler detaylı bir şekilde incelendiğinde haberlerde İslam İktisadının gelişme, büyüme, kâr sağlama potansiyeli üzerinde durduğu dikkat çekmekteydi. Sadece bu konularla ilgili yapılan haberlerin sayısı 56 civarında olup dini kavramlar üst başlığının toplamından daha fazladır. Ayrıca teorik çalışmalarda İslami finans ile ilgili sıkça dile getirilen, büyük proje ve altyapı çalışmalarına kaynaklık teşkil etmesi ile ilgili haberlerin yaklaşık 50 civarında olması bu durumun yeteri kadar olmasa da medyada dile getirildiğini göstermektedir. Ayrıca İslami finansı konvansiyonel sistemden ayıran temel noktalardan biri olan İslam iktisadının reel üretime/varlığa dayalı olması, çalışmanın başlangıcında haberlerde de reel üretim araçlarına yer verileceği gibi bir beklenti oluşturmuştu. Ancak teoride baskın kavram olmasına rağmen reel üreticinin temsilcisi olarak gösterilen KOBİ ve reel üretim kelimelerinin haberlerde yaklaşık 140 civarında yer bulduğu tespit edildi. Bu veri İslam iktisadının medyada, teoride vurgulanan noktalardan uzak bir şekilde sunulduğu ve İslam iktisadının temel karakteristiğinin dikkate alınmadığı yönündeki varsayımları doğrular niteliktedir. Bu çerçevede doğrulanamayan bir diğer hipotez ise İslam iktisadının 2008 küresel kriz sonrasında kapitalist/konvansiyonel sisteme alternatif bir sistem olarak görüldüğü algısıydı. İslam iktisadının yalnızca 12 haberde bu şekilde bir çare/çözüm olarak görülmesi, mevcut durumun bu beklentinin uzağında olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılım Bankacılığı ve Diğer Ürünler ile İlgili Haberler

Çalışmada en dikkat çekici veri katılım bankacılığı haberlerinin sıklığıdır. 1526 haberin 853'ünde -ki toplamın %56'sını oluşturuyor- katılım kelimesinin geçmesi medyanın İslam iktisadı algısının "katılım sistemi" üzerinden geliştiğini söylememize imkan tanımaktadır.

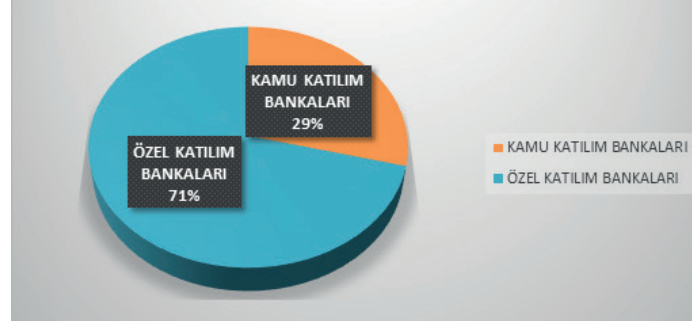
Medyada İslam İktisadı Algısı



Şekil 8. Haber Detaylarında Katılım Bankalarının Diğer Haberlere Oranı

Bu katılım haberlerinin yaklaşık 400'ü mevcut 5 katılım bankasıyla ilgili haberlerden oluşuyor. Burada haber sayılarına bakıldığında Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım bankaları yeni açılmış olmalarına rağmen başından itibaren sistemde yer alan diğer katılım bankalarıyla neredeyse aynı oranda medyada yer almaktadırlar. Bu durum, her ne kadar Kamu bankalarının sektöre girmesinin medyadaki algıyı ve ilgiyi canlandırdığını gösterse de yapılan haberlerin içeriklerine bakıldığında bunun niceliksel bir durum olduğu görülmektedir. Zira medyada katılım bankaları ile ilgili haberlerin önemli bir kısmı, bankaların şube açılışları ile ilgilidir. Ayrıca haber içeriklerinde 407 civarındaki katılım bankaları haberlerinin yaklaşık 220'sinde bizzat bu bankaların genel müdürlerinin konuşmalarına yer verildiği görülür.

Tablo 7. Haber Detaylarında Yer Verilen Ekonomik Kavramlar	
KATILIM BANKALARI	SAYI
ALBARAKATÜRK	78
BANKASYA	75
KUVEYTTÜRK	74
ZİRAAT KATILIM	64
TÜRKİYE FİNANS	58
VAKIF KATILIM	58
TOPLAM KATILIM BANKALARI	407



Şekil 9. Haber Başlıklarında Kamu-Özel Katılım Bankaları Oranları

Ocak 2012-Haziran 2017 dönemi dergilerdeki kamu ve özel katılım bankaları haber dağılımına bakıldığında, kamu katılım bankalarının %29 pay ile haber başlıklarına konu edildiği görülmektedir. Kamunun katılım bankacılığı sektörüne giriş tarihinin Mayıs 2015 olduğu ve devletin de katılım bankacılığını desteklediği dikkate alındığında, söz konusu payda artış olabileceği düşünülmektedir. Zira kısa bir süre içerisinde gözle görülebilir bir artışın olması, bundan sonraki yıllarda da aynı durumun devam edeceğini göstermektedir.

Haber incelemesinde merak edilen konulardan biri de katılım bankalarının kendilerini nasıl tanımladıkları ve medyada nasıl görünmek istedikleriydi. Bu durum, katılım bankalarının sadece medyada nasıl görünmek istediklerini ortaya koymamakta, aynı zamanda kendilerini topluma nasıl ifade ettiklerine de ışık tutmaktadır. İncelenen haber detaylarında her bankanın kendisini ifade ettiği kavramlar şu şekildedir:

Albarakatürk: Türkiye'nin ilk katılım bankası, katılım bankacılığının öncüsü ve lideri. Gerek Albarakatürk reklamları gerekse yetkililerin beyanları eski ve yerleşik banka vurgusunu ön plana çıkarmayı tercih ettiklerini göstermektedir.

Kuveyttürk: Sağlam bankacılık, teknoloji, inovasyon, müşteri güveni, ar-ge, yenilikçi, KOBİ. Kuveyttürk'ün vurgusuna bakıldığında sağlam bankacılık ile araştırma-geliştirme ve yenilik vurgusunun ön planda olduğu görülür. Özellikle bankanın ürün yelpazesi sunulurken müşteri güvenine dayalı inovatif yapısı üzerinde durulması bankanın önemli bir özelliği olarak kaydedilebilir.

Türkiye Finans: Tüketici dostu, müşteri memnuniyeti, yenilikçi. Bu kavramlardan özellikle tüketici dostu vurgusu, İslam iktisadı ile ilgili çalışmalarda seyrek bir şekilde karşılaşılan bir ifadedir. Türkiye Finans'ın çıkarmış olduğu ürünler bu kavram ve müşteri memnuniyeti ile bir arada düşünüldüğünde bankanın diğer katılım bankalarından farklı bir özelliği olan piyasa ihtiyaçlarına cevap verme eğilimini yansıttığı görülmektedir.

Vakıf Katılım: Ecdat yadigarını canlandırma, fakir fukaranın yüzünü güldürme, vakıfkültürünün emanetçisi, Anadolu'nun değerleriyle donatılmış, kamu bankası olmanın gücü, güven, milli ekonomiye destek, KOBİ dostu. Geniş bir yelpazeye sahip olan bu ifadelerde dikkat çeken hususlardan biri, Vakıf Katılım'ın kendisini vakıf müessesesi ve uzak geçmiş ile ilişkilendirmesidir. Ayrıca kamu bankası vurgusu ve bunun bir güç olarak ifade edilmesi de aynı şekilde diğer özel

bankalardan farklı bir husus olarak değerlendirilmelidir. Ancak Vakıf Katılım'ın vurgularında bir bankadan ziyade bir yardım ve destek kurumu olarak sunulduğunu söylemek mümkündür.

Ziraat Katılım: Paylaşımçı, ülkeye hizmet etme gayesi, kamu gücüne sahip, tarım sektörünün ve çiftçinin dostu. Ziraat Katılım da bazı noktalarda Vakıf Katılım ile aynı kavram kümesini kullansa da Ziraat Bankası'nın tarihsel misyonuna uygun olarak tarım sektörü ve çiftçi vurgusunu yaptığı görülür. Bu da Ziraat Katılım'ın bilhassa Anadolu'daki tarım sektörünü canlandırma amacına hizmet edecek bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo8. Haber Detaylarında Yer Verilen Ekonomik Kavramlar	
BAZI ANAHTAR KELİMELE	SAYI
SUKUK	160
BES	34
TEKAFÜL	31
TOPLAM	225

İslam ekonomisinden bahseden kaynaklarda teorik olarak içinde sigortacılığın, sermaye piyasalarının ve katılım bankalarının yer aldığı bir ekosistem tasarlanmaktadır. Ancak İslam iktisadı ile ilgili haberlerin içinde katılım bankacılığı haberlerinin ağırlıkla yer aldığı yukarıda görüldü. Bu durum teorik olarak üzerinde durulan ekosistemin büyük oranda katılım bankacılığı ile sınırlı olduğunu göstermektedir. Bununla beraber zihinlerde tasarlanan ekosistemin diğer ayaklarının medyada nasıl yer aldığına bakılacak olursa sukukun gözle görülebilir bir farka sahip olduğu görülür. Buna karşılık daha çok dikkat çekmesi beklenen enstrümanlar olan tekafül ve İslami tasarruf aracı olan faizsiz bireysel emeklilik sigortası (BES) ile ilgili haberlerin azınlıkta kaldığını, bu durumun da piyasa beklentilerinin haber oranını etkilediğini söylemek mümkündür.

Türkiye'de Siyaset/Devlet Adamları ve İslam İktisadı

İslam iktisadının gelişimine son yıllarda hükümet politikalarının önemli bir etkisi olduğu açıktır. Özellikle bazı kanuni düzenlemelerin hükümetin kısa, orta ve uzun vadeli ekonomi politikaları çerçevesinde gerçekleştirildikleri ve bunların da İslami finansın önünü açtığı bilinmektedir. Bu saiklerden hareketle Türkiye'deki siyasilerin/bürokratların İslam iktisadına ilgilerinin medyaya ne kadar yansıdığı çalışmada incelenen alanlardan biriydi. Bu çerçevede devlet/hükümet ricalinin medyadaki görünürlüğü ile ilgili şöyle bir tablo ile karşılaşıldı:

Tablo9.

Devlet/Hükümet Yetkililerinin Haberlerde Görünürlükleri

DEVLET HÜKÜMET YETKİLİLERİ ANAHTAR KELİMELER	SAYI
RECEP TAYYİP ERDOĞAN	27
BAŞBAKAN YARDIMCISI	85
BDDK BAŞKANI/ÜYESİ	43
SPK BAŞKANI/ÜYESİ	24
KAMU ÇALIŞANI	76
TOPLAM DEVLET/HÜKÜMET YETKİLİSİ	255

Devlet/hükümet yetkililerinden Cumhurbaşkanı başta olmak üzere ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcısı'nın konu ile ilgili doğrudan demeçlerine medyada yer verildiği görülmektedir. Bunlar dışında kalan siyasilerin ya konuşmalarında İslam iktisadına yer vermedikleri ya da yer vermişlerse bunun medyaya yansımadağı görülmektedir. Kalkınma, maliye, teknoloji, enerji, ticaret, kalkınma, ulaştırma, gıda tarım ve hayvancılık gibi alanların neredeyse tamamının finans ile ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda siyasilerin konu ile ilgili haberlerde daha fazla yer alması beklenmekteydi. Ancak bu beklentinin altında bir temsil olduğunu söylemek mümkündür. Bürokraside ise daha çok BDDK'nın son yıllarda katılım bankacılığı ile ilgili düzenlemeleri sebebiyle haberlerde yer aldığı görülmektedir. SPK başkanının konu ile ilgili demeçlerinin de haberlerde kendisine yer bulduğu; bunlar dışında kalan diğer devlet yetkililerinin yaklaşık 76 haberde yer aldığı tespit edildi.

Bu haberlerin detaylarındaki bazı anahtar kelimelere yakından bakılacak olursa hükümetin İstanbul'u finans merkezi yapma hedefiyle beraber medyada "merkez olma" haberlerinin yaklaşık 120 civarında yer aldığı görülecektir. Bu haberlerin büyük çoğunluğu 73 haberle İslami finans merkezi olmayla alakalıdır. Yine hükümetin 2023 hedefleri doğrultusunda katılım bankalarının sektör payını %15'e çıkarma hedefi, 100'e yakın haberde geçerek en çok vurgulanan ilk on haber içerisinde yer almaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada İslam iktisadının medyadaki algısının tespiti için Ocak 2012- Haziran 2017 tarihleri arasında ulusal altı gazete ve altı dergiden 1856 haber taranarak belirli alanlarda tasnife tabi tutuldu. Araştırmaya başlamadan önce İslam iktisadının medyadaki görünürlüğü ile ilgili bazı hipotezler doğrulandı, bazılarında ise farklı sonuçlar elde edildi. Doğrulan hipotezlerden biri muhafazakar medya organlarının konuya geniş yer vermesiydi. Bununla beraber haber içeriklerine bakıldığında, İslam iktisadının her iki medyada aynı nitelikte yer aldığı görülür. Daha çok devlet yetkililerinin konu ile ilgili demeçlerinin haberleştirilmesi, şube açılışları veya alanda ortaya çıkan bir ürün ile ilgili haberlerin yer aldığı başlıkların içeriklerinin medya organlarının tümünde büyük oranda aynı olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum İslam iktisadının bir alternatif bir paradigma olarak

tasarlandığı ve İslam'ın geniş dünya görüşünün bir parçası olarak görüldüğü kurucu eserlerden günümüze gelindiğinde nasıl bir anlam kaymasına uğradığını göstermektedir. Aynı şekilde İslam iktisadının bir sistem olarak benimsemediği öngörülen gazete ve dergilerin eleştirel bir yaklaşıma çok fazla yer vermemesi de düşündürücüdür. Bu durum özellikle finans alanına hapsedilen İslam iktisadının bu tür yayın kuruluşları tarafından da alternatif olarak görülmediğini düşündürmektedir.

İslam iktisadı alanında farkındalık oluşturacak haber ve köşe yazılarının çok az olması da ayrıca üzerinde durulması gereken bir konudur. Türkiye'de İslamcı yazar olarak kabul edilen ve birçok zaman siyasi-ekonomik konularda yazılar kaleme alan köşe yazarlarının bu alana dair yazılarının oldukça az olması da düşündürücüdür. Zira İslamcı çizginin sadece Türkiye'de değil, tüm dünyada kendini konumlandığı ve alternatif bir söylem geliştirdiği alanlardan biri de ekonomidir. Ancak İslam iktisadının, Türkiye'deki İslamcı köşe yazarlarının ilgisini çekmediği veya bu konuda kamuoyu ile paylaşacak görüşlerinin olmadığı anlaşılıyor.

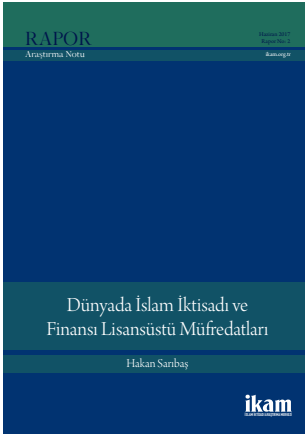
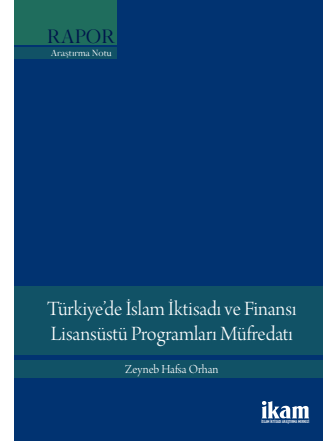
Gerek haberlerde gerekse köşe yazılarında işaret edilen bu durum, İslam iktisadının en görünür yönünü teşkil eden bankalar söz konusu olduğunda da aynı şekilde devam etmektedir. Bilhassa İslam iktisadı ile ilgili haberlerin büyük oranda siyasilerin demeçleri ile banka şube açılışlarına hapsolmesinde sektör temsilcilerinin payı vardır. Zira İslam iktisadı alanı ile ilgili konuşmaların büyük oranda kurumların ticari çalışmalarını ile sınırlı olduğu, alan ile ilgili daha derin ve entelektüel kaygılara pek yer verilmediği görülmektedir. Buna ilaveten, sektör temsilcilerinin İslam iktisadının temel hedeflerini ve ana kavramlarını merkeze alarak medya üzerinden topluma ulaşma yönünde bir kaygılarının olmadığı söylenebilir.

Türkiye'deki ulusal medyada İslam iktisadı ile ilgili durum tespitini yansıtan bu çalışma göstermektedir ki medyada İslam iktisadı ile ilgili mevcut durumun daha olumlu bir noktaya evrilmesi için sektör, devlet ve akademinin yanısıra medyanın da konuya gereken ilgiyi göstermesi gerekir. Ancak niceliksel olarak artan bu ilginin nitelik açısından zenginleştirilerek İslam iktisadının önemli bir ekonomik model olarak sunulduğu haberlere ihtiyaç duyulduğu açıktır.

Daha Önce Yayınlanan Raporlar

Türkiye’de İslam İktisadı ve Finansı Lisansüstü Programları Müfredatı

Bu raporun temel amacı, yurt dışı örnekleri çok daha önce ortaya çıkmış olan İslam ekonomisi ve finansı eğitimine dair Türkiye’deki mevcut lisansüstü programların müfredatının incelenmesi, karşılaştırılması ve eksiklerin ortaya konup çözüm önerilerinin sunulmasına yöneliktir. Bu amacı gerçekleştirirken söz konusu eğitimi veren üç üniversiteden (İstanbul Üniversitesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi ve Sakarya Üniversitesi) konuya dair elde edilen belge ve bilgiler temel alınmıştır. Eldeki veriler ışığında tablo ve grafik yoluyla kantitatif bir yöntem takip edilip tanımlayıcı sonuçlar ortaya konmuştur. Ardından, bu tanımlayıcı sonuçlar yardımıyla karşılaştırma ve eleştirel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Son olarak, raporun nihai sonuçları özetlenmiştir.



Dünyada İslam İktisadı ve Finansı Lisansüstü Müfredatları

İslam ülkelerinin ve az gelişmiş ülkelerin milli gelirleri yıllar içerisinde artmasına rağmen nispi ekonomik durumlarının düzelmediği görülmektedir. Bu ülkelerin üniversitelerinde hâkim olan iktisat programının araştırmaları ve politika önerileri, karşılaşılan iktisadi meseleye çözüm üretememiştir. İslam ülkelerinin bağımsızlıklarını kazanmasından kısa bir süre sonra İslam iktisadının nazarisi ve tatbikatı gelişmeye başlamıştır. Bunun neticesinde üniversitelerde İslam iktisadı ve finansı lisansüstü programları açılmaya başlamıştır. Bu makalemizde, dünyadaki İslam iktisadı ve finansı lisansüstü müfredatlarında görülen ana eğilimleri tespit etmeye çalışılmış ve bu eğilimlerin genel bir değerlendirmesini yapılmıştır.

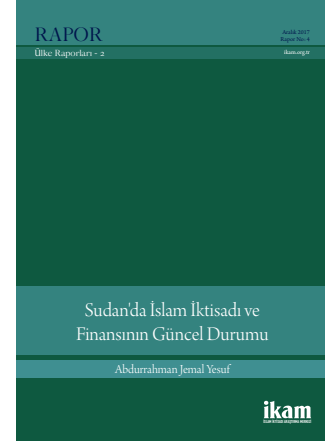
Körfez Ülkelerinde İslam İktisadı ve Finansının Güncel Durumu

Bu rapor, KİK ülkelerinde İslamî ekonomi ve finansın gelişimini incelemektedir. Rapor, analizini İslamî ekonomi ve finansın ortaya çıktığı bağlam dâhilinde sunmakta, bölgesel ve küresel finans piyasalarında İslam finansının, eğitim, uygulamalar, ve kurumlar bakımından bir kurum olarak nasıl bir gelişim gösterdiğini açıklamaktadır. Bu çalışma, KİK ülkelerinde İslamî finansın gelişimine katkıda bulunan olan beş ana faktörü kapsamaktadır. Bunlar; araştırma, kurumlar, uygulamalar, finansal derinleşme ve eğitim. Rapor ayrıca İslamî finansın gelişimi için hem bankacılık sektöründe hem de KİK ülkelerindeki İslamî finans eğitimi bakımından bir arka plan sağlamaktadır. Analiz; Bahreyn, Kuveyt, Umman, Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri’ne özel referanslarla KİK bağlamına odaklanacaktır.



Sudan'da İslam İktisadı ve Finansının Güncel Durumu

Bu raporun temel amacı, Sudan'daki İslam finans endüstrisinin gelişimi ve mevcut durumu hakkında kısa ve önemli bilgiler sunmaktır. Sudan İslam Finansı'nın tarihi 1977'lere, ilk İslamî banka olan Faisal İslam Bankası'nın kurulmasına dayanmaktadır ve bu sebeple günümüzdeki Sudan'ın tam teşekküllü bir İslamî finans sistemi vardır. Bu sistem, Sudan Merkez Bankası (CBoS) ile Sigorta Denetleme Kurumu'nun (ISA) altında toplanan bankaları, tekâfül şirketleri ve mikrofinans kuruluşları gibi aktörleri içermektedir, bu nedenle raporda İslami bankacılık, tekâfül ve borsa ile ilgili bilgilere yer verilirken, ek olarak İslamî mikrofinans kurumlarının sosyo ekonomik gelişmelerdeki rolü ve mevcut durumları vurgulanmaktadır. Zekâtın sistemi ve yapılarını, gelecekteki büyüme potansiyeli ve mevcut durumunu içerir. Ülkede yürütülmekte olan finansal faaliyetler Şer'i denetimden geçmektedir ve raporda ayrıca Şer'i hukukun İslam finansın alt bileşenleri içindeki rolü gösterilmektedir.

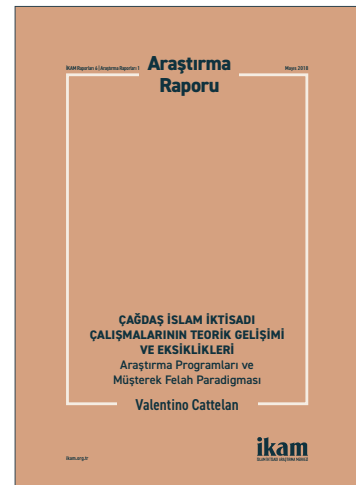


Endonezya'da İslam İktisadının Günümüzdeki Durumu

Endonezya'nın bazı bölgelerinde Uygulanabilir İslam iktisadı sistemleri, sömürgecilik dönemlerinde yok olmuş durumdaydı. Fakat 1945 yılında kazanılan bağımsızlık ve İslam dünyasında modern ekonomiyi İslamî ilkelerle yeniden yapılandırma konusunda ortaya çıkan küresel bilinç, 1970 ve 1980'li yıllarda Endonezya'daki Müslüman âlemini, ekonomik ve finansal kurum ve kuruluşları, İslamî öğretileri esas alarak yeniden yapılandırmak konusunda etkiledi. Endonezyalı yetkililer 1980 ve 1990 yıllarında İslam iktisadı ve finansının ilk ortaya çıkışı süresince oldukça pasif olsa da sonradan daha aktif bir rol alıp bir yol haritası kurarak strateji ve politika işbirlikleri konusunda yasal ve düzenleyici çerçevede adımlar atarak İslam iktisadı endüstrisinin potansiyellerinden faydalanıp endüstriyi geliştirmeyi amaçlamışlardır. Bu rapor, İslam iktisadının bankacılık ve finans, zekât, vakıf, eğitim, araştırma, yayıncılık gibi farklı boyutlardaki uygulamalarının gelişimini incelemektedir. Konu, Endonezya'da gelişmekte olan İslam iktisadının tarihi, anlatıları, akımları, kurumları, araştırmaları ve politikaları gibi farklı açılardan ele alınmaktadır.

Çağdaş İslam İktisadı Çalışmalarının Teorik Gelişimi ve Eksiklikleri

Bu rapor 1960-1970'lerden bu yana çağdaş İslam iktisadının gelişimini, beşeriyetin iktisadi sorunlarına İslam dinini temel alan çözümler bulmayı gaye edinen ortak araştırmalar girişimi olarak tarif etmektedir. Son yıllarda bu bilim dalı altında yapılan geniş çaplı araştırma programlarına değinen bu rapor, İslam iktisadı epistemolojisinin tutarlılığını değerlendirmektedir. Daha özelden bir yandan İslam'da ahlaki ekonominin temellerini eleştirel bir gözle ele alırken diğer yandan İslam'ın tevhid anlayışından alınan ortak felah paradigmasıyla daha tutarlı bir metodoloji oluşturulup oluşturulamayacağını tartışmaktadır. Ortak felah paradigması, konvansiyonel kapitalizmin kıtlık, taksim ve rekabet esaslarının yerine bereket, dağılım ve iş birliği aksiyomlarını koymaktadır.



ikam

İSLAM İKTİSADI ARAŞTIRMA MERKEZİ

📍 Halk cad. Türbe Kapısı sok. No:13 Üsküdar İstanbul

🌐 ikam.org.tr @ bilgi@ikam.org.tr [f ikamorgtr](https://www.facebook.com/ikamorgtr) [🐦 ikamorgtr](https://www.twitter.com/ikamorgtr)