

İslam'da İş Ahlakı

Abbas J. Ali

Çeviri: Hüseyin Bedir Demirtaş

alBaraka
Yayımları

ABBAS J. ALİ

Bağdat Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra, bir süre denetçi olarak çalışan Dr. Abbas J. Ali, Marshall Üniversitesi'nde MBA yaptı. Öğretmenlik kariyeri, Yönetim Stratejisi alanında doktorasını aldıktan sonra başladı. Yazma sevgisi de onu eğitim alanında bir kariyere itti. 1994 ve 2008'de olmak üzere iki kez IUP Seçkin Fakülte Araştırma Ödülü'nü alan Ali, şu anda diğer Eberly öğretim üyeleriyle birlikte iş etiği, tüketiciler, girişimciler, kurumsal sorumluluk ve yönetsel nitelikler ve davranışlarla ilgili projeler yürütüyor. Akademik araştırmaların dışında yerel ve uluslararası makaleler, güncel siyasi meseleler üzerine de köşe yazıları yazıyor. Aynı zamanda dört derginin editörü ve yedi akademik derginin yayın kurulu üyesidir. Yirmi dört yıldan fazla bir süredir editörlük yapan Ali, yedi iş kitabı yayınlamış ve 110'dan fazla hakemli dergi makalesine imza atmıştır. Kitaplarından bazıları şunlardır: *Sectarianism in Islam: Power, Tribalism, and Commercial Interests*, Nova Science Publishers, 2019; *Strategic Management: Concepts and Cases*, Pearson Education Edinburgh Gate, UK (with David and Al Aali), 2011; *Business and Management Environment in Saudi Arabia: Challenges and Opportunities for Multinational Corporations*, London and New York: Routledge 2008.

HÜSEYİN BEDİR DEMİRTAŞ

1997 yılı Seyhan, Adana doğumludur. İlk ve orta öğrenimini Adana'da, lise öğrenimini ise Gaziantep'te tamamlamıştır. Hâlen Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi bölümünde öğrenimini sürdürmektedir. İngilizce ve Arapça bilmektedir.

İÇİNDEKİLER

Tabloların Listesi.....	7
Şekillerin Listesi.....	9
Önsöz.....	11
İslam'da İş Ahlakının Anlamı ve Kapsamı	15
İş Hayatında Ahlaki Problemlerin Kaynakları.....	43
İslam Ahlakı ve Serbest Piyasa Ekonomisi.....	73
Ahlak ve Kâr.....	93
Liderlik	111
Bankacılık ve Finansal Hizmetler Ahlakı.....	139
Çalışma Hayatı ve Kurumsal Çerçeve	159
Pazarlama Ahlakı ve Tüketimcilik (Consumerism)	195
Modern Organizasyonlarda İnsan Kaynakları Uygulamalarının Ahlaki Boyutu.....	237
Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik	271
Kaynakça.....	295
İsim İndeksi.....	315
Konu İndeksi.....	321

TABLolarIN LİSTESİ

Tablo 1.1 Nefsin Mertebeleri ve Ahlaki Eylem.....	34
Tablo 2.1 Gelişimin Mertebeleri ve Ahlaki Eğilim.....	53
Tablo 8.1 Pazarlamacıların Tipolojisi ve Yaklaşım Farklılıkları.....	223
Tablo 8.2 Bazı Ahlaki Meseleler ve Olası Sonuçları.....	230
Tablo 8.3 Bazı Pazarlama Unsurları ve Olası Sonuçları.....	231
Tablo 9.1. İnsan Kaynakları Problemleri ve Kurumsal Düzeyde Karşılıkları	250
Tablo 10.1 Şirketlerin Tipolojisi ve Sosyal Sorumluluk Uygulamaları	282

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil 1.1 Çoğunluğun iyiliğine katkıda bulunan faktörlerin etkileşimi.....	28
Şekil 1.2 Ahlaki davranış için teorik çerçeve	40
Şekil 5.1 Liderlerin sorumlulukları.....	114
Şekil 8.1 Pazarlama ahlakının etkisi	200
Şekil 8.2 Pazarlama ahlakı ve ahlaki sonuçlar.....	204

ÖNSÖZ

Elinizdeki bu kitap, “İslam’ın Altın Çağı” boyunca İslam düşüncesinin en seçkin yönlerini ortaya çıkarmayı ve bugünün iş hayatı için geçerli ve gerekli olan kısımlarını incelemeyi hedefleyen çeşitli araştırma projelerinin bir parçasıdır. Odak noktasında ise iş ve organizasyon ahlakının temelleri vardır. Söz konusu ahlaki temellerin kaynakları, Kur’an-ı Kerim, Hazret-i Peygamber’in (s.a.s) hadis-i şerifleri ve ayrıca ilk dönem İslam âlimlerinin risale ve vaazlarıdır. Bu konuda ciltler dolusu külliyatı etraflıca tetkik etmek imkânsız olsa da gelenekte iş ahlaki meselesinin nasıl ele alındığının keşfi ve tanıtılması değerli bir uğraştır.

Bu kitap, günümüz iş hayatı için neyin asli neyin tali olduğu üzerinde durarak söz konusu ahlak prensiplerini özgün bir şekilde işlemektedir. Bu yönüyle teoride ve pratikte iş ahlaki, iş ahlakının toplumsal çıkarları gözetme ve gayriahlaki davranışları önlemedeki yerini konu edinmektedir. Kitap, esas itibarıyla ahlaki davranışların ortaya çıkmasına zemin hazırlayan bir ahlaki çerçeve sunmaktadır. Ayrıca piyasa aktörlerini, günaha sevk eden ve zorlu ahlaki ikilemlerin arttığı piyasa ortamında bireysel ve toplumsal sorumluluklarını gözetmek konusunda ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik etmektedir.

İş ahlakının sosyal ve ekonomik etkileri olduğu bir gerçektir. Günümüzde piyasa aktörlerinin, ahlaki kaideler ve değerler hakkında bir farkındalık edinmelerine ve iş hayatında sorumlu vatandaşlar ve ahlaklı bir kurumsal hayatın ortaya çıkması için taşıdığı öneme dair bir duyarlılık geliştirmelerine her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Söz konusu önem, yer ve zaman

ile yahut organizasyonlar, toplumlar, çalışanlar veya yöneticiler ile sınırlı değildir. Bu durum, kurumsal yapılarıdaki skandalların ve yozlaşmanın önemli ölçüde arttığı bir dünyada iş ahlakına itina gösterilmesini daimî bir zorunluluk hâline getirmektedir.

Bu kitap, İslam'da iş ahlakı meselesini en özgün ve en kapsamlı şekilde ele alan bir çalışmadır. Erken dönem İslam âlimlerinin ahlak hakkındaki fikirlerini, ilgili alandaki modern gelişmeleri de göze alarak incelemektedir. Bu âlimler, konuyu zengin ve geniş bir bakış açısıyla ele almıştır. Çalışmaları ise, manevi ve dinî meseleler üzerinde duran şerhler yahut risaleler şeklinde dağınık bir vaziyettedir. İslam âlimlerinin İslam'da iş ahlakına ilişkin özgün yaklaşımları, günümüz dünyasındaki üç soruna çözüm olabilecek niteliktedir: İslam'ın ilk dönemlerinde Müslümanlar ticaret hayatındaki sorunlarıyla nasıl yüzleştiler? Söz konusu bakış açıları günümüz iş hayatında karşılaşılan sorunlarla başa çıkmak için ne şekilde bir rehberlik sağlayabilir? Bu bakış açıları modern organizasyonlarda sağlam ahlaki sistemler kurmak açısından ne kadar uygundur?

İslam'da İş Ahlakı kitabı, sadece ahlakla alakalı mefhumları ve normatif yargıları tanımlamak ve tanıtmakla kalmaz. Ayrıca, etik ve ahlaki davranış üzerine teorik ve pratik bakış açılarını da bir arada sunar. Bu yönüyle, iş ahlakının özünü ve piyasadaki belirsiz, şüpheli ve şaibeli durumlardan imtina etmek için gereken mekanizmaları tavsiye eden yenilikçi ve doyurucu bir kaynaktır. Bu özel nedenden dolayı kitap, Müslüman dünyası ve dünyanın diğer bölgelerindeki çok çeşitli gruplara hitap eder mahiyettedir. Bu kitabı yazarken dört farklı grup göz önünde bulundurulmuştur: öğrenciler, araştırmacılar, iş adamları ve politika yapıcılar. İlk iki grup ahlakı yaymakta ve teşvik etmekte, son iki grup ise iş ilişkilerini yürütürken ve ahlaki davranışlar için sınırlar tanımlarken ahlakla ilgili bakış açılarını kullanmaktadır.

Kitap, iş ahlakı konusundaki literatüre katkı sağlamanın yanında dört maksadı daha haizdir. Evvela bu kitap, piyasada karşılaşılan çok çeşitli ahlaki sorunları ve ikilemleri keşfetmek için bir çerçeve sunmaktadır. İkincisi, çeşitli piyasa ve piyasa dışı oyuncuların ahlaki farkındalığını ve hassasiyetini arttırmaya çalışmaktadır. Bu yönüyle kitap, İslam'daki ahlaki ilkelerin ve bunların küreselleşmiş bir dünyadaki öneminin anlaşılmasını sağlamayı ümit etmektedir. Üçüncüsü, araştırmacıların piyasa ortamında yer tutan ahlaki

sorunlarına yönelik çözümler sunabilmeleri için İslam'ın ahlak esaslarını dikkate almalarını sağlamaktadır. Öyle ki, sadece teorik bakış açıları sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda hipotez oluşturmak için bir temel teşkil eden belirli varsayımlar ve önermeler sunmaktadır. Klasik döneme ait çeşitli kaynakların tanımlanması ve tercüme edilmesi, araştırmacıların söz konusu dağınık kaynaklara, muhtemelen ilk kez ulaşma imkânı sunmaktadır. Burada şunu belirtmeliyim ki özgün anlamlarını göz önünde bulundurmaya önem verdiğimiz için bazı kısımların çevirisi zaman zaman güçlüklerle sebep olmuştur. Dördüncü olarak elinizdeki kitap, iş adamları ve siyasilerin İslam'daki iş ahlakı üzerine aşinalık kazanmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu durum, söz konusu kimselerin iş ahlakını tatbik düzeyine geçirmek için gerekli bakış açısını ve anlayışı edinmelerine ve faydalı çıkarımlar elde etmelerine imkân sağlayacaktır.

Kitap on bölüm hâlinde düzenlenmiştir. Bu bölümler, okuyuculara iş ahlakının doğası, kaynağı, genel görünümü ve muhtemel sonuçları hakkında doğru bir anlayış sağlamak için birbirleriyle irtibatlı olacak şekilde düzenlenmiştir. İlk iki bölüm, iş ahlakının anlamına ve kapsamına odaklanmakta, ahlaki problemleri anlamak ve tahlil etmek için temel bir çerçeve sunmakta ve ahlaki sorunların kaynaklarını ortaya koymaktadır. Sonraki yedi bölüm ise, piyasa ekonomisi bağlamındaki ahlaki konuları ele almakta ve rekabet, kâr maksimizasyonu, liderlik, çalışma ahlakı, pazarlama, tüketimcilik (consumerism) ve insan kaynakları konularını ayrıntılı olarak irdelemektedir. Son bölüm, sosyal sorumluluğun kökenine dair bir inceleme ve kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve bileşenlerine dair İslami öğretilere uygun bir teorik bakış açısı teklif etmektedir.

Bu kitap hazırlanırken, Kur'an-ı Kerim'e başvurularda, Kral Fahd Kur'an-ı Kerim Matbaası tarafından yayınlanan Kral Fahd'ın nüshası kullanılmıştır. Ek olarak, bu kitabı yazarken kendilerine fikir danıştığım ve yardımlarını aldığım bazı kişiler olmuştur. Hepsi de çok yardımcı ve destekleyici oldular. En içten minnettarlığımı, Indiana University of Pennsylvania, Eberly İşletme Fakültesi Dekanı Robert C. Bob'a duymaktayım. Kendisi entelektüel ve bilimsel faaliyetlerde bulunabilmemiz için hatırı sayılır destekler sağlamıştır. Edward Elgar Publishing Inc.'de Genel Yayın Yönetmeni olan Alan Sturmer, yetenekli ve profesyonel bir editör olarak zikredilmeyi hak etmektedir. Yardımlaşmaya ve iş birliğinde bulunmaya dair taşıdığı doğal ve profesyonel

içgüdü onu değerli kılmaktadır. Ayrıca Edward Elgar Publishing'den Tori Nicols'a yardımları ve anlayışı için müteşekkirim.

Ek olarak, Dr. Helen Bailie'ye el yazmaları üzerine yaptığı titiz ve faydalı yorumları için teşekkür ederim. Mezun asistanım Casey Marie Hefferin, kitabı bitirmeme yardım ederek harika bir iş ortaya çıkardı. Benimle çalışırken ortaya koydukları olağanüstü gayretler için hem Helen'e hem de Casey'e minnettarım. Genç yaşına rağmen hayattaki zorlukları anlayan kızım Yasmin'e de benim için motivasyon kaynağı olduğu için müteşekkirim.