

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI



TÜRKİYE'DE HAYIRSEVERLİK KÜLTÜRÜ:
ZENGİN BAĞIŞÇILAR ÜZERİNE
SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN **HAZIRLAYAN**
Prof. Dr. Ömer AYTAÇ **Gültekin EROĞLU**

ELAZIĞ-2020

ÖZET**Doktora Tezi****Türkiye’de Hayırseverlik Kültürü:
Zengin Bağışçılar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma****Gültekin EROĞLU****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Sosyoloji Anabilim Dalı****Elazığ-2020, Sayfa: XVI+270**

Modern kapitalist sistemin ve yenedünya düzeninin sonucu olarak ulusal ve küresel çaptaki gelir dağılımı adaletsizliği, zenginler ile yoksullar arasındaki mesafenin açılıp derinleşmesine yol açmaktadır. Hayırseverliğin yoksullukla birlikte pek çok sosyal ve ekonomik problemlerin çözümüne katkı sağlayacağı aşikârdır. Bu bakımdan başta bireyler olmak üzere devletlere, ulusal ve uluslararası kuruluşlara ve sivil toplum kuruluşlarına önemli vazifeler düşmektedir.

Zenginlerin hayırseverlik ilgileri ve yüksek miktarlardaki bağışları, bireysel ve kurumsal bağışlar düzleminde genel toplumsal sorunlara çözüm arayışlarında önemli katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle zenginlerin hayırseverlik algı ve davranışları, hayırseverlik kültürüne katkıları bu araştırmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bu araştırmanın yapılma nedenlerinden biri, zenginler üzerine yapılan çalışmalara katkı sağlayacağı düşüncesidir. Çünkü ülkemizde zenginler ve hayırseverlik ilişkisinin sosyolojik bağlamda irdelenmediği tespit edilmiştir.

Bu araştırma, zenginlerin hayırseverlik kültürünü ve bu kültürün alt bileşenlerini tanımak ve betimlemek amacıyla Türkiye’nin doğusundan, ortasından ve batısından temsilen olmak üzere üç ilde ikamet eden (Malatya, Konya ve İstanbul) bazı zengin aile ve kişilerle gerçekleştirilen bir alan araştırmasıdır. Araştırmada, gözlem ve derinlemesine mülakatın yapıldığı nitel bir yöntem izlenmiştir. Araştırmanın örneklem grubu ise 45 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmada bağışta bulunma nedenleri arasında pek çok etmenin yer aldığı tespit edilmiştir. Bunların arasında dinî inanç ve tutumlar, empati kurma, huzur ve mutluluk psikolojisine erişmek, sosyal sorumluluk ve sosyal adalet, sosyal dayanışma

ve yardımlaşma gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Ayrıca, hayırseverlik kültürüne önemli katkılarıyla birlikte siyasi ve ekonomik kazanımlar elde etmek, statü ve prestiji artırmak, zenginliği hayırseverlik üzerinden teşhir etmek gibi amaç ve eğilimler de zengin hayırseverliğinin önemli bir yönünü oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hayırseverlik, Bağış, Zenginler, Yoksulluk, Sosyal Adalet, Sosyal Yardımlaşma, Sosyal Dayanışma, Gönüllü Kuruluşlar.



ABSTRACT**Doctorate Thesis****The Culture of Philanthropy in Turkey:
A Sociological Research on Wealthy Donors****Gültekin EROĞLU****The University of Fırat****The Institute of Social Science****The Department of Sociology****Elazığ-2020, Page: XVI+270**

The inequality of income distribution on a global and national scale as a result of modern capitalist system and the new world order leads to deepening the gap between the rich and the poor. It is evident that philanthropy will contribute to the solution of many social and economic problems along with poverty. In this respect, important duties are fallen to individuals, especially to states, national and international organizations and non-governmental organizations.

The interest in philanthropy and high amounts of donations by the rich make significant contributions to the search for solutions to general social problems on the level of individual and corporate donations. Therefore, the philosophical perceptions and behaviors of the rich and their contributions to the culture of philanthropy constitute the main subject of this research. One of the reasons for this research is that it will contribute to the studies on the rich as the relationship between the rich and philanthropy in our country has not been examined in the sociological context.

This research aiming at identifying and describing the philanthropic culture of the rich and their subcomponents is a field research carried out on some wealthy families and individuals residing in Turkey's three provinces (Malatya, which in the east, Konya, which is in the middle, and Istanbul, which is in the west of Turkey) . In the research, a qualitative method was used, in which observation and in-depth interviews were conducted. The sample group of the study consists of 45 people.

In the research, it was determined that there are many factors among the reasons for donating. It seems that among them are religious beliefs and attitudes, empathy,

access to the psychology of peace and happiness, social responsibility and social justice, social solidarity and solidarity. In addition, along with important contributions to the culture of philanthropy, the objectives and tendencies such as achieving political and economic gains, increasing status and prestige, and showing off their wealth through philanthropy constitute an important aspect of philanthropy of the rich.

Key Words: Philanthropy, Donation, The Rich, Poverty, Social Justice, Social Welfare, Social Solidarity, Voluntary Foundations.



İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLolar LİSTESİ	XI
GRAFİKLER LİSTESİ.....	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XIII
ÖNSÖZ	XIV
KISALTMALAR	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAYIRSEVERLİK VE HAYIRSEVERLİK KÜLTÜRÜ	6
1.1. Hayırseverlik	6
1.1.1. Geleneksel Hayırseverlik	8
1.1.2. Stratejik Hayırseverlik	9
1.2. Hayırseverliğin Sosyolojik Boyutu	14
1.2.1. Sosyal Adalet	16
1.2.2. Sosyal Sorumluluk	20
1.2.3. Sivil Toplum	23
1.2.4. Sosyolojik Kuramda Hayırseverlik.....	25
1.3. Hayırseverlik ve Din.....	28
1.3.1. Dinlerde Hayırseverlik ve Yardımlaşma	30
1.3.2. Hayırseverlik ve Ahlaki Sorumluluk	33
1.4. Hayırseverlik ve Ekonomi	34
1.4.1. Hayırseverlik Ekonomisinin Küresel Görünümü	35
1.4.2. ABD’de Hayırseverlik Ekonomisi.....	36
1.4.3. Avrupa’da Hayırseverlik Ekonomisi	37
1.4.4. Türkiye’de Hayırseverlik Ekonomisi.....	41
1.5. Hayırseverlik ve Yoksullukla Mücadele	42
1.6. Hayırseverlik ve Sivil Toplum Kuruluşları	45
1.6.1. Sivil Toplum Kuruluşları	46
1.6.1.1. Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları.....	48

1.6.1.1.1. Türk Kültürü ve Tarihinde STK'ların İlk Görünümleri	48
1.6.1.1.2. Günümüz Türkiye'sinde STK'lar	55
1.7. Hayırseverliğin Psikolojik Boyutu	56
1.7.1. Özgeciliğin ve Yardım Etmenin Sosyal Davranışlar İçerisindeki Yeri	58
1.7.2. Prososyal Davranış Elementleriyle Özgecilik-Yardım Etme İlişkisi	59
1.7.3. Yardım Etme Davranışında Empatinin Rolü ve Önemi	59
1.7.4. Yardım Etme Davranışlarının Sınıflandırılması	61
1.7.4.1. İçerik Bakımından Sınıflandırma	61
1.7.4.2. Motivasyonel Açıdan Sınıflandırma	62
1.7.5. Yardım Etme Davranışını Açıklayan Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Bazı Kuramlar	63
1.7.5.1. Psikanalitik Kuram	63
1.7.5.2. Davranışçı ve Sosyal Öğrenme Kuramı	64
1.7.5.3. Evrimci Kuram	65
1.7.5.4. Hümanist Kuram	66
1.7.5.5. Hakkaniyet (Equity) / Adil Dünya (Just World) Kuramı	67
1.7.5.6. Çerçeve Yapı Kuramı	68
1.7.5.7. Zihinsel-Ahlâkî Gelişim Kuramı	69

İKİNCİ BÖLÜM

2. ZENGİNLİK VE HAYIRSEVERLİK	72
2.1. Zenginlik Olgusu	72
2.2. Zengin Sınıfın Tezahürü (Tarihsel Arka Plan)	75
2.3. Ülkemizde Zenginliğin Tezahürü ve Zengin Sınıfı	78
2.4. Zenginliğin Görünümleri	80
2.4.1. Kültürel Görünümü	80
2.4.2. Sınıfsal Görünümü	84
2.4.3. Mekânsal Görünümü	89
2.5. Hayırseverliğin Önemi ve Zenginlik-Hayırseverlik İlişkisi	93

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE METODOLOJİSİ	101
3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi	101
3.2. Araştırmanın Amacı	102
3.3. Literatür Değerlendirmesi: Konuya İlişkin Önceki Çalışmalar	103

3.3.1. Ulusal Alanda Yapılmış Çalışmalar	103
3.3.2. Uluslararası Alanda Yapılmış Çalışmalar.....	106
3.4. Araştırmanın Problemi	108
3.5. Araştırmanın Yöntemi	109
3.5.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi	111
3.5.2. Veri Toplama Teknikleri	113
3.5.3. Uygulamada Karşılaşılan Güçlükler ve Strateji.....	114
3.5.4. Verilerin Analizi	116

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE YORUMLAR	117
4.1. Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri.....	117
4.1.1. Katılım Yerleri ve Cinsiyet Durumu	117
4.1.2. Yaş ve Medeni Hâl Durumu	118
4.1.3. Doğum ve İkamet Yerleri	119
4.1.4. Kendilerinin ve Eşlerinin Öğrenim Durumları	120
4.1.5. Aile Üyesi Sayısı	121
4.1.6. Kendilerinin ve Eşlerinin Mesleki Durumları	122
4.2. Görüşmecilerin İş ve Ekonomik Durumları	123
4.2.1. İş/Mesleki Alanlar.....	123
4.2.2. İş/Meslek Sahasındaki Çalışma Süresi	124
4.3. Görüşmecilerin Bağış Durumları	125
4.3.1. Bağış Yapma Sıklığı	125
4.3.2. Bağış Miktarı	127
4.3.3. Bağış Yapma Süresi.....	129
4.3.4. Bağışların Açıklık ve Gizlilik Durumu.....	130
4.4. Bağış Yapmanın Temel Nedenleri	131
4.5. Bağış Yapılan Yerler ve Kesimler.....	135
4.5.1. Bağış Yapılan Yerler	135
4.5.2. Bağış Yapılan Kesimler	138
4.5.3. Bağışlar Hangi Kesimlere Yönelik Olmalıdır?.....	140
4.5.4. Bağış Sonrası Geri Dönüşlerin Durumu	143
4.6. Bağış Yapmanın Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Boyutu.....	146
4.6.1. Bağış Yapmanın Psikolojik Duruma Etkisi	146

4.6.2. Bağış Yapmanın Sosyal Psikolojik Boyutu	151
4.7. Bağış Yapmanın Aile ve Sosyal Bağlılık Olgularıyla İlişkisi	156
4.7.1. Yardım Etme Davranışının Aile Geleneğiyle İlişkisi	157
4.7.2. Bağış Yapma Konusunda Aile Üyelerinin Yaklaşımı	160
4.7.3. Bağış Yapmanın Ailenin İtibarına ve Sosyal Konumuna Etkisi.....	163
4.8. Hayırseverliğin/Hayırseverlerin Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Yönleri	165
4.8.1. Hayırseverlik Yurttaşlık Görevi midir?	166
4.8.2. Hayırseverliğin/Hayırseverlerin Toplumsal Sorunların Çözümüne Katkısı	168
4.8.3. Hayırseverliğin Sosyal Adaletle İlişkisi	171
4.8.4. Hayırseverliğin Toplumsal Statü ve Konumun Güçlenmesine Etkisi	172
4.8.5. Hayırseverlerin Siyasi Konum ve Beklentileri	174
4.8.6. Bağışlara Bağımlılık Gösteren Kesimlerin Varlığı.....	176
4.9. Hayırseverliğin Dinî Boyutu ve Dinî Saikle İlişkisi.....	178
4.9.1. Görüşmecilerin Dindarlık Algı ve Durumları.....	179
4.9.2. Bağışta Bulunmanın Dinî İnanç ve Tutumla İlişkisi	181
4.9.3. Bağış ve Zekât İlişkisi.....	184
4.9.4. Dinî İnanç ve Mezhep Farklılıklarının Bağış Durumuna Etkisi	185
4.9.5. Bağışta Bulunmanın Dinî Olmayan Saiklerle İlişkisi	190
4.9.6. Bağış Yapmanın Ahlaki Sorumlulukla İlişkisi	192
4.10. Görüşmecilerin Sivil Toplum Kuruluşlarıyla İlişkileri	195
4.10.1. Vakıf ve Yardım Kuruluşları Algısı	197
4.10.2. Vakıf ve Yardım Kuruluşlarının Hayırseverlik Kültürüne Katkısı	199
4.10.3. Vakıf veya Yardım Kuruluşlarıyla İlişkiler/Bağlantılar	200
4.10.4. Vakıf ve Yardım Kuruluşlarının Faaliyetleri İle İlgili Görüşler.....	201
4.11. Bağışların Reklam Edilme Durumu	205
4.11.1. Bağışların Reklam Edilip-Edilemeyeceğine Dair Görüşler.....	206
4.11.2. Bağışların Reklam Edilmesinin Amaç ve Hedefleri.....	208
4.11.3. Bağışların Reklam Edilip-Edilmediğine Dair Görüşler.....	209
4.12. Bağışların Nicelik ve Nitelik Düzeyleri	210
4.12.1. Yaşanılan Kentte Bağışların Yeterlilik Düzeyine Dair Görüşler.....	210
4.12.2. Ülke Geneline Bağışların Yeterlilik Düzeyine Dair Görüşler	212
4.12.3. Hayırseverliğin Niteliğinin Değişip-Değişmediğine Dair Görüşler	213

4.12.4. Bağış Yapmakla Zenginlik Arasındaki İlişki.....	216
SONUÇ	218
KAYNAKÇA.....	229
EKLER	255
ÖZGEÇMİŞ	270



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Katılım Yeri ve Cinsiyet Dağılımı.....	117
Tablo 2. Yaş ve Medeni Hâl Dağılımı	118
Tablo 3. Doğum ve İkamet Yeri Dağılımı	119
Tablo 4. Öğrenim Durumu Dağılımı.....	120
Tablo 5. Aile Üye Sayısı Dağılımı.....	121
Tablo 6. Görüşmecilerin ve Eşlerinin Mesleki Dağılımları	122
Tablo 7. İş/Mesleki Alan Dağılımı	123
Tablo 8. İş/Mesleki Sahada Çalışma Süresi.....	124
Tablo 9. Bağış Yapma Aralığı	125
Tablo 10. Yıllık Ortalama Bağış Miktarı	127
Tablo 11. Bağış Süresi Dağılımı	129

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Gelişmekte Olan Ükelere Yapılan Toplam Hayırsever Bağışlar (milyar \$). 38	38
Grafik 2. Gelişmekte Olan Ükelere Yapılan Hayırsever Bağışların Ülke Payları 38	38
Grafik 3. Gelişmekte Olan Ükelere Bağış Veren Ükeler ve Yüzdelik Paydası 38	38
Grafik 4. GSYİH'nın Yüzdesi Olarak Toplam Hayırsever Bağışlar (2011-2014 arası) 39	39
Grafik 5. ABD'de Hayırsever Bağışlar 39	39
Grafik 6. ABD'de Hayırsever Bağış Kaynakları 39	39
Grafik 7. ABD'de Hayırsever Bağış Alıcıları 40	40
Grafik 8. Varlıkları İtibariyle ABD'deki En Büyük 10 Vakıf (Milyar ABD Doları) ... 40	40
Grafik 9. ABD'de Bağış Yapan En Büyük 10 Vakıf (Milyon ABD Doları) 40	40
Grafik 10. Avrupa Vakıflarının Yoğunluğu (1000 Kişi Başına Düşen Vakıf Sayısı) ... 41	41

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kurumsal Stratejik Hayırseverlik Girişimleri	12
Şekil 2. Çerçeve Yapı Kuramına Göre Yardım Etme Süreci	69
Şekil 3. Türkiye'nin Hayırsever Zenginleri Sıralaması (2016)	128



ÖNSÖZ

Kelime anlamıyla iyilikseverlik, yardımseverlik şeklinde adlandırılan hayırseverlik, toplumsal sorunlara karşı duyarlılık ve sorumluluğun önemli bir veçhesidir. Yardımlaşma sorumluluğu geçmişte olduğu gibi günümüzde de bireyler, aileler, devletler ve bazı kurumlar tarafından devam ettirilen bir kültür ögesi olarak varlığını sürdürse de geçmişteki özelliğine kıyasla daha geniş bir yelpazedeki davranışları ve yardım eylemlini tanımlar hale gelmiştir. Değişen toplumsal, kültürel ve ekonomik şartlar, yoksulluğun değişen ve çeşitlenen yüzü, aşırı nüfus yoğunluğu, kentleşme ve beraberinde getirdiği kentli sorunları, sivil toplumun gelişimi vb. etkenler hayırseverliğin geleneksel formundan sıyrılarak yeni ve farklı boyutlar kazanmasına neden olmuştur.

Yeni görünüm ve boyutlarıyla hayırseverlik, vakıflar, gönüllü kuruluşlar ve STK'ların eliyle daha kurumsal bir hüviyete dönüşmüştür. Bilhassa ABD ve Avrupa ülkelerinde yardımların oldukça büyük bir kısmı, vakıf ve gönüllü kuruluşlarca gerçekleştirilmekte, bireysel bağışlar buralara yönlendirilmektedir. Vakıf ve gönüllü kuruluşlar, stratejik amaç ve hedefleri doğrultusunda yardımları değerlendirmektedirler. Bu yeni hayırseverlik, geleneksel hayırseverlikten farklı ve yeni olan stratejik hayırseverliktir.

Gerek bireysel gerekse kurumsal bağışlarıyla zenginler, hayırseverliğin önemli elemanları olarak kabul edilmektedir. Bugün ülkemiz de dâhil olmak üzere dünya genelinde zenginlerin hayırseverliğe olan ilgileri bilinmekle birlikte oldukça çok sayıda zengin aile ve bireylerin vakıf ve yardım kuruluşları vardır. Bugün için zenginlerin vakıfları, büyük çapta bağış ekonomisinin kaynağı durumundadır.

Öte yandan stratejik, kurumsal ve ekonomik katkıları yanında zenginlere yönelik olarak zaman zaman dile getirilen teşhircilik, istismarcılık ve rant temelli hayırseverlik yakıştırmaları da zenginlerin hayırseverliklerinin araştırılmasını ayrıca önemli kılmaktadır. Bu da araştırmamız açısından önem arz etmekte ve çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

Çalışma boyunca bilgi, tecrübe ve yönlendirmeleriyle bana destek olan saygıdeğer hocam ve danışmanım Prof. Dr. Ömer AYTAÇ'a, Tez İzleme Komitesi üyelerinden Doç. Dr. Süleyman İLHAN'a ve mülakat sorularının değerlendirilmesinde fikir ve önerileri ile araştırmaya katkı sağlayan Doç. Dr. Reşat AÇIKGÖZ'e, TÜSEV'in

araştırma raporlarıyla ilgili kaynak ve doküman yardımında bulunarak konuyla ilgili bilgi ve düşüncelerini bizlerle paylaşan TÜSEV genel sekreter yardımcısı Liana VARON'a teşekkür ederim. Ayrıca, araştırmamızın asıl failleri olan Malatya, Konya ve İstanbul'daki hayırsever katılımcılara teşekkür ederim.

ELAZIĞ-2020

Gültekin EROĞLU



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CAF	: Charities Aid Foundation
CERPhi	: Centre d'Étude et de Recherche sur la Philanthropie
DAFNE	: Donors and Foundations Networks in Europe
E.	: Erkek
G.	: Görüşmeci
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
IMF	: International Monetary Fund
K.	: Kadın
LÖSEV	: Lösemili Çocuklar Sağlık ve Eğitim Vakfı
MÖ	: Milattan Önce
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
Sek.	: Sektör
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSEV	: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
UNDP	: United Nations Development Programme
UNICEF	: United Nations International Children's Emergency Fund
WB	: World Bank

GİRİŞ

Modernizm ve kapitalizmin baskın gücüyle yoksulluk ve zenginliğin giderek daha fazla kutuplaşmaya ve makas aralığının daha da açılmaya başladığı günümüz dünyasında hayırseverliğin, okşayıcı ve iyileştirici gücüne her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulduğu bir gerçekliktir. Hayırseverliği, pek çok sosyal ve ekonomik problemlerin çözümünde onu gündeme taşıyan hususlardan biri uluslar ve uluslararası küresel çaptaki gelir dağılımı adaletsizliğidir. Zenginler ile yoksullar arasındaki mesafenin böylesine açılıp derinleştiği ve insanlığı tehdit ettiği bir dönem daha önceki yüzyıllarda pek göze çarpmamaktadır.

Kapitalizmin etki gücünü arttırmasıyla birlikte özellikle 19. ve 20. yüzyılda dünyadaki gelir dağılımı adaletsizliğinin hızlı bir şekilde artış göstermesi, liberal ekonomik sistemin yaygınlaşması, dünya finans sistemindeki gelişmeler ve küreselleşmeyle birlikte zenginlerin daha zengin hale geldiği ve buna karşılık yoksulluğun artmasına ve yaygınlaşmasına neden olduğu uluslararası kuruluşların raporlarında açıkça görülmektedir.

Bazı uluslararası kaynaklara göre 6,6 milyar olan Dünya nüfusunun yaklaşık 2,5 milyarı yoksulluk içinde yaşamaktadır. Derecesi bölgeden bölgeye, ülkeden ülkeye ve hatta aynı ülke içinde yöreden yöreye değişiklik gösteren yoksulluk olgusu artık bütün toplumları ilgilendiren ve küresel bir sorun haline gelen bir mesele olmuştur (Açıkgöz, 2013a: 20).

Dünya nüfusunun %13'ünü oluşturan zengin ülkelerin satın alma gücü %45'e tekabül ederken, dünya nüfusunun %45'ini oluşturan fakir ülkelerin satın alma gücü ise sadece %9'dur.¹ Gelir dağılımı adaletsizliği sadece ekonomik bir mesele değil, aynı zamanda sosyal, siyasi ve insani boyutları olan bir meseledir. Tatmin edici çözümler üretilemediği takdirde hem ülkeler, hem de dünya için önemli güvenlik problemlerine yol açması kaçınılmaz görünmektedir (Bozan, 2016: 408).

Kapitalizm, modernleşme ya da küreselleşme gibi köklü yapısal hareketlere paralel olarak kentsel eşitsizlikler ve çelişkiler de artış göstermektedir. Gelişmiş sanayi ülkelerinin metropol kentlerinde yoksullaşan ve dışlanmaya uğrayan kesimlerin oranında büyük artışlar gözlenmektedir (Aytaç, 2013b: 65; Arslan, 1998: 170).

¹ Growing Gap Between Rich and Poor, Boundless Sociology, <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociologytextbook/stratification-inequality-and-social-class-in-the-u-s-9/social-mobility76/growing-gap-between-rich-and-poor-> Erişim: 16.12.2017.

Yoksulluk ve beraberinde gelen toplumsal dışlanma kent yaşamında kendini daha ciddi gösterir hale gelmekte ve dolayısıyla yoksulluk sadece Az Gelişmiş veya Üçüncü Dünya diye adlandırılan ülkelerin bir problemi olmaktan çıkarak gelişmiş, ileri ülke ve medeniyetlerin de kentsel yaşamlarına sirayet etmiştir. Diğer yandan toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi olumsuz etkileyen toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin, savaşların, yoksulluğun, hatta çevresel tahribatın küresel anlamda derin, beşeri ve sosyal krizlere yol açması ve tüm bunlara karşılık çözüm arayışları, daha güçlü bir sivil toplum anlayışına yönelik ihtiyaçları ve yardımlaşma bilincini her geçen gün daha da artırmıştır.

Başta aşırı yoksulluğun önlenmesinde, sonrasında sağlık, eğitim, askeri, mahalli, belediye hizmetleri vb. pek çok alanda ihtiyaçların karşılanması adına başta bireyler olmak üzere devletlere, ulusal ve uluslararası kuruluşlara ve bunlarla birlikte sivil toplum kuruluşlarına önemli vazifeler düşmektedir. Bunlar içinde sivil toplum kuruluşları hayırseverliği çok etkili bir araç olarak kullanacak yegâne yapılardır. Çünkü tarihi süreçte sivil toplumun bir türü olan vakıfların bu alanda başarılı uygulamaları vardır ve özellikle ülke olarak bizler bu açıdan içerisinde zengin örnekler barındıran bir vakıf medeniyetinin timsali olmuşuzdur.

Sosyal yardımlaşma sorumluluğu tarih boyunca bireyler, aileler, devletler ve bazı cemiyetler arasında çeşitli şekillerde paylaşılmış olmasına rağmen günümüzde hayırseverlik daha geniş bir yelpazedeki davranışları tanımlar hale gelmiştir. Adına ister cömertlik, yardımseverlik, refah yardımı isterse en genel anlamıyla yardım deyin “verme” nin bu en geniş anlamda tarihsel olarak sorgulanması herhangi bir toplum veya kültürü yorumlamanın ayrılmaz bir parçasıdır. Hayırseverliğin tarihini anlamak demek, istihkak (hakkı olma, hak kazanma, hak ediş) ve yükümlülük gibi kavramların toplumlarda nasıl evrim geçirerek bugün içinde yaşadığımız sorumluluk ve bağımlılık ağlarını yarattığını da anlamak demektir (Singer, 2012: 15).

İhtiyaç sahibi olan herkese yardım etmek insani bir vazifedir. Dolayısıyla hayırseverlik, toplumsal her türlü ihtiyacın karşılanmasında önemli bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinî, vicdani, ahlâkî vs. ne türden güdülerden hareketle olursa olsun yardım etmek evrensel bir davranıştır. Bu evrensel davranışın en önemli gayesi ise sosyal adalettir. Sosyal adalet için hayırseverlik her ferdin, her toplumun, her ülkenin sahip olması gereken bir sorumluluktur.

İçinde yaşadığımız dünyanın yeni sosyal düzeni ve beraberinde getirdiği sosyal sorunlar bireysel hayırseverliğin gücünü aşmakta ve yetersiz kılmaktadır. Toplumsal sorunların çözümü daha güçlü ve kolektif bir çabanın varlığına ihtiyaç duymaktadır. Bu yönüyle hayırseverlik bireysel olmaktan öteye geçerek vakıflar, dernekler, sivil toplum kuruluşları, gönüllü yardım kuruluşları gibi çeşitli örgütlenmelerle kolektif bir hale gelerek kurumsal bir nitelik ve boyut kazanmıştır. Örneğin, dünyanın en zengin insanı olarak kabul edilen Bill Gates'in her saniye 230 dolar kazanmasına karşılık dünya nüfusunun 2,5 milyarı günlük 2 dolar, 1 milyarı ise günlük 1 doların altında yaşamaya çalışmakta (Zengin, 2015: 14) olduğunu düşündüğümüzde, zengin/varlıklı kişilerin ve ailelerin bağış ve yardım organizasyonlarında yer almaları durumunda sorunların çözümüne sağlayacağı katkı kuşkusuz kayda değer ve önemli olacaktır. Zenginlerin yardım kuruluşları ile irtibatları veya herhangi bir yardım kuruluşunda aktif (Yönetim Kurulu Üyeliği vs.) olarak yer almaları ve mali kaynak sağlamaları yardım faaliyetleri sığasını genişletecektir.

Eşitsiz gelir dağılımı ve kaynakların eşit olmayan paylaşımı bir yandan zenginlerin sayısını ve zenginliklerini arttırırken beraberinde paradan, gıdadan, sağlıktan, eğitimden yoksun insanların sayısını ve yoksunluklarını da arttırmaktadır. Bu eşitsizliğin giderilmesi veya hiç değilse aza indirgenmesi bakımından zenginlerin de çaba ve gayret göstermeleri gerekmektedir. Özgeci, diğergam veya yardımsever davranışları kazanarak sosyal adalet için toplumun diğer bireylerini görüp gözetmek zenginler için de önemli olmalıdır.

Araştırmanın temel konusu toplumsal ve ekonomik sorunlarla ilgilenme ve bunlara yönelik çözümler konusunda zenginlerin bağış ve yardımlarının katkıları ve zenginlerin bireysel ve kurumsal düzeyde (geleneksel ve kurumsal hayırseverlik düzleminde) hayırseverlik algı ve davranışlarının sosyolojik, psikolojik, kültürel ve ekonomik boyutta incelenmesi, zenginlerin hayırseverlik kültürüne katkılarının irdelenmesidir.

Araştırma genel olarak dört temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, kavramsal ve kuramsal çerçeve başlığıyla sunulmuştur. Bu bölümde, hayırseverlik kavramının ne anlama geldiği, nasıl tanımlandığı, gündelik dilde sıkça kullanılan sadaka kavramı ile olan ilgisi ve aralarındaki farklılıklara değinilmiştir. Sonrasında hayırseverliğin sosyolojik ve psikolojik/sosyal psikolojik boyutu ve önemi tartışılmıştır. Hayırseverliğin sosyolojik açılımında kültürel, ekonomik ve dinî ve kurumsal yönleri

ele alınmış hayırseverliğin sosyal sorumluluk, sosyal adalet bağlamları ile ekonomik-sosyal-kültürel sermaye olarak kazanımının önemine değinilmiştir.

İkinci bölüm, zenginler ve hayırseverlik başlığına ayrılmıştır. Bu bölümde, zengin ve zenginliğin tanımı, zenginliğin ortaya çıkışı ve tarihten günümüze değişen zenginlik tasavvuru, zenginliğin sınıfsal, kültürel ve mekânsal görünüm ve tezahürleri ile Türk toplumundaki zengin sınıfı ve çeşitli zenginlik görünümleri incelenmiştir. Bu bölümün bir diğer alt başlığında ise zenginlerin hayırseverlik ilgileri ve hayırseverlik faaliyetleri ile ilgili temanın işlendiği zenginlik ve hayırseverlik ilişkisi ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde araştırmanın metodolojisine yer verilmiştir. Araştırmanın konusu, amacı, yöntemi ve araştırmanın ilgi odağı olan araştırma soruları ve hipotezler hakkındaki bilgiler, bölümün konuları arasında yerini almaktadır. Nitel araştırma yöntem ve tekniklerinin kullanıldığı bu çalışmada bu yöntemin neden/niçin tercih edildiği, araştırma evreninin kapsamı ve bu kapsam içerisinde seçilen yerlerin neler olduğu, araştırma örneklemini kimlerin oluşturduğu ve görüşmecilerin hangi yöntemle seçildiği bilgisine de ayrıca yer verilmiştir.

Araştırma bulgu ve yorumlarından oluşan dördüncü ve son bölümde ise 12 alt başlık yer almaktadır. Bu alt başlıklarda ele alınan konular ise kısaca şöyledir:

- Görüşmecilerin yaş, cinsiyet, doğum ve ikamet yerleri, eğitim durumları, medeni halleri ve mesleki durumlarını belirten sosyo-demografik özellikleri,
- Görüşmecilerin iş ve ekonomik durumları,
- Görüşmecilerin bağış durumları (bağış süresi, bağış miktarı vb.),
- Görüşmecilerin bağışta bulunma gerekçeleri,
- Görüşmecilerin bağışta bulundukları yerler ve kesimler,
- Bağış yapmanın psikolojik ve sosyal psikolojik temelleri,
- Hayırseverliğin aile geleneğiyle ilişkisi, aile büyükleri ile aile fertlerinin bağış konusundaki yaklaşımları,
- Hayırseverliğin sosyal, ekonomik ve siyasal yönleri ile ilişkisi ve zenginlerin rolü,
- Bağış yapmanın dinî ve dinî olmayan saikler ile olan ilişkisi,
- Görüşmecilerin vakıf veya yardım kuruluşlarıyla ilgili düşünce ve fikirleri ve herhangi bir vakıf veya gönüllü yardım kuruluşu ile ilişkileri,

- Bağışların reklam konusu yapıp yapılmadığı ve bağışların reklam edilmesinin amaç ve hedeflerinin neler olabileceğine dair görüşmecilerin fikir ve düşünceleri,
- Görüşmecilerin bakış açısından yaşanan kentte ve Türkiye genelinde bağışların nicelik ve nitelik düzeyleri ve hayırseverliğin niteliğinin değişip değişmediği.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAYIRSEVERLİK VE HAYIRSEVERLİK KÜLTÜRÜ

1.1. Hayırseverlik

İngilizce karşılığı *philanthropy* olan hayırseverlik, Yunancada sevgi anlamına gelen *philien* ve insan anlamına gelen *anthropos* kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir ve kısaca, *insan sevgisi* demektir (Raiborn vd., 2003: 47). Oryantal literatürde kelimenin kökeni İbranice *sedākā*, (bazı metinlerde *tzadeke* olarak geçmektedir) Arapça *sadaka* ile kökteştir ve her ikisi de Sami dilindeki *hak*, *imtiyaz*, *bağış* veya *hediye* anlamlarına gelen *sıdk* köküyle ve belirlenmiş bir hediye vermenin uygun bir davranış tarzı olduğu düşüncesiyle ilgilidir. *Sedākā*, İbranicede temelde ahlâkî bir anlama sahiptir ve “adalet” veya “hakkaniyet” demektir (Singer, 2012: 17; Ostrower, 1995: 13). Yahudi ve Arami terimleri MÖ 6. yüzyılda iç içe geçmeye başlamış olduğunda terimin İbranice karşılığı da maddi yardıma, “bir Yahudi’nin yükümlülük gereği yoksula vermesi gereken sadaka” ya atfedilir hale gelmiştir. MÖ 5. yüzyılda terim, ortak yardımlaşma için toplanan meblağları belirtiyordu ve zaman geçtikçe yoksulları görüp gözetmek için onlara verilen bağışlara atfedilir oldu (Singer, 2012: 17).

Hayırseverlik kavramı ile sıkça eşleştirilen kavramlardan biri de *charity/sadaka*, *giving/bağış* sözcükleridir. Yunanca kökleri bakımından “insan sevgisi” anlamına gelen *philanthropy* kelimesi muhtemelen hayırseverlik ile eş anlamlı olarak kullanılan en yaygın İngilizce kelimedir. Ancak bazı yazarlar, farklı olgular olarak bu iki kavram arasına kesin bir ayırım çizgisi çekmeye çalışmaktadırlar. Bu durumda *philanthropy* 19. ve 20. yüzyılın akılcı, profesyonelleştirilmiş dünyevi alanını tanımlarken, *charity* ruhani ve dinî motivasyonlardan kaynaklanmış olarak görülüyor (Singer, 2012: 19). Sadaka, özellikle yoksullara yöneliktir ve genellikle önemli ve acil ihtiyaçların giderilmesine odaklanır. Filantropi ise daha geniş bir kavramdır; sadakayı da içine alır ancak aynı zamanda kamuya yönelik daha geniş bağış yelpazesini de kapsar (Payton ve Moody, 2008: 5; Ostrower, 1995: 4). Bu nedenle, müzelere, hastanelere, tapınaklara, kiliselere camilere, sosyal hizmet kurumlarına, parklara, araştırma enstitülerine ve daha pek çok alanda sayabileceğimiz toplumsal kurumlara, yoksullara, hastalara ihtiyacı olan her kesime yönelik bağış ve yardım hayırseverlik kategorisine girer (Salamon, 1992: 29).

Türk Dil Kurumu'nun (TDK, 2011) Büyük Türkçe Sözlüğünde hayırseverlik, hayırsever olma durumu, iyilikseverlik, yardımseverlik olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda yer alan hayırsever, iki farklı şekilde ifade edilmektedir: 1- Yoksullara, düşkünlere, yardıma muhtaç olanlara iyilik ve yardım etmesini seven, iyiliksever, yardımsever, hayırperver. 2- Halkın yararı için okul, çeşme, hastane vb. yaptırımlar.

Gündelik kullanımda hayırseverlik, daha çok geleneksel niteliğine istinaden bireylerin dinî, vicdani ve/veya duygusal güdülerinden hareketle yaptıkları yardım faaliyetlerini çağrıştırmaktadır. Ancak uluslararası düzeyde ve modern anlatımıyla hayırseverlik terimi bu çağrışımlardan ziyade birey ve kurumların içinde bulundukları toplumların refah seviyesini yükseltmek amacıyla (çoğunlukla STK, vakıf ve dernekler vb. yerlere) bağışta bulunmaları şeklinde tanımlanmaktadır (Zincir ve Bıkmen, 2006: 11; Sarıyer, 2011: 257).

Hayırseverlik kelimesi, sadece yardım (giving/charity) ile ilgili olmayan aynı zamanda birçok nedenle toplumun yaşam kalitesini geliştirmeye ilgi duyan yaygın bir vakıflar ağını, kurumsal bağışçılar ve bağışçı bireyleri içine almaktadır. Hayırseverlik bu anlamda kurumsal hayırseverliği ifade etse de günümüzde kâr amacı gütmeyen kuruluşlara, vakıf ve işletmelere yapılan para yardımı için de kullanılmaktadır. Bu tür yardım biçimi sıklıkla düzenli hayırseverlik ve bağış olarak adlandırılmaktadır (Bıkmen, 2006; Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007: 123).

Payton ve Moody (2008: 6), hayırseverlik kavramını tanımlarken kavramın çoklu yönüne dikkat çeker. Kavramın temelinde “*gönüllü bağış/voluntary giving*”, “*gönüllü hizmet/voluntary service*” ve “*gönüllü birlikler/voluntary association*” şeklinde üçlü birlikteliğin var olduğunu belirtir. Payton ve Moody için hayırseverlik basit anlamıyla sadece maddi bir yardım değil, aynı zamanda yardım eylemine aktif katılımı da esas alan bir sosyal eylemdir.

Hayırseverlik, işletmeyle ilişkili olmayan ve sosyal bir beklentiye sahip olmaksızın işletme kaynaklarının gelişigüzel bir biçimde yardım ve sosyal hizmet faaliyetlerine gönüllü olarak nasıl tahsis edileceğine ilişkin bir sorumluluktur (Ricks, 2005: 122). Bu şekliyle hayırseverlik, ortak faydanın desteklenmesi için yapılan gönüllü bağış faaliyeti demektir.

Yukarıdaki tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere hayırseverlik/filantropi, çoğunlukla dinî, vicdani ve duygusal güdülerden hareketle yapılan sadaka/charity gibi bireysel bağışlarla birlikte, genel toplumsal refahı yükseltmek gayesi ile yapılan bireysel

ve kurumsal maddi (parasal) ve ayni (gıda, giyim vb.) yardım faaliyetlerini ve bunlara gönüllü katılımı içerir.

1.1.1. Geleneksel Hayırseverlik

Geleneksel hayırseverlikle vurgulanmak istenen şey, hayırseverliğin bireysel ilgisi ve dinî ve vicdanî saiklerle yapılan yardım girişimlerine yönelik hayırseverlik kültürüdür.

Yardımlaşma sorumluluğu tarih boyunca bireyler, aileler, devletler ve bazı cemiyetler arasında çeşitli şekillerde paylaşılmıştır. Bu sorumluluğun temel prensibi ise herhangi bir iyilik ve karşılık beklemeden yapılan yardım davranışıdır. Bu hayırseverlik anlayışı, gelenek ve göreneklerin din ile eklemleşmesinden ortaya çıkmış ve Müslüman topluluklarında olduğu gibi birçok farklı din mensubu topluluklarda da hayat bulmuştur (Singer, 2012: 17-18). Karşılık beklemeden yardım etmek, sadece ilk dönem Müslüman topluluklarında değil aynı zamanda Türk-İslam devletlerinde de göze çarpmaktadır ve Türk kültür ve tarihinde önemli bir yeri vardır. Dolayısıyla Türk devletlerinde bu güdülerle kurulan vakıfların Osmanlı'dan çok önce de bulunduğu, aynı zamanda da Türklerin geleneksel ve kültürel olarak yardımseverliğe ve toplumsal dengeye önem verdiği ifade edilmektedir (Özden, 2004: 340-342).

Osmanlı dönemi ve sonrası söz konusu olduğunda da hayırseverliğin etkili olduğu görülmektedir. Bu kavramın içeriğinde dinî, vicdanî ve duygusal öğeler olduğu kadar müşfik insan ilişkilerini, fakir insanlara yardım etmeyi, engelli kişileri desteklemeyi savunan bir zihniyet dünyası da söz konusudur. Böylelikle sevap kazanma adına toplum iyileştirilmeye ve tanrının takdiri kazanılmaya çalışılmıştır. Hayırseverlik bu kapsamda dinsel inanışın bir parçası olarak sevap kazanmanın en önemli eylemlerinden biri olarak görülmektedir (Gökşen, 2006: 65; Soysaldı, 2002: 392,395). Hayırseverliğin İslami açıdan hem gönüllü (sadaka) bir eylem olması, hem de zorunlu (zekât) kılınması onun en önemli erdemlerden birisi olarak değerlendirilmesi anlamına gelmektedir.

Hayırseverlik zihniyeti her ne kadar bireysel bir erdem olarak ifade edilse de, dinî inançların toplum hayatına etkileri göz önüne alındığında kavram, sosyal sonuçlar doğuran kurumsal bir yapıya dönüşebilmektedir. Bu durumun Osmanlı devletinin ekonomik hayatındaki yansımaları ele alacak olursak, 19. yüzyıla kadar olan dönemde kurumsal düzeyde iki örgütün bundan çok etkilendiği söylenebilir. Bunlardan birincisi

“ahi”ler diğeri ise “vakıf”lardır. Bu örgütlere girmek için bir meslek sahibi olmanın yanında daha önceden belirlenmiş ahlaki prensipleri de kabul etmek gerekmektedir. Örneğin bağışlamayı bilmek, düşman bile olsa yardım etmek ve kendisi muhtaç iken başkasına vermeyi bilmek bunlardan birkaçıdır (Turan, 2002).

20. yüzyıla girerken, Osmanlı devletindeki çözülme, toprak kayıplarının sıklaşması, ayrıca Fransa başta olmak üzere Batılı ülkelerin baskısı vakıfların öneminin azalmasına ve niyetlerinin yavaş yavaş sorgulanmasına neden olmuştur (Çizakça, 2006: 21-23). Osmanlı döneminde sosyal sorumluluk ve yardım eylemi, loncaların ve vakıfların faaliyetleri ile sınırlı kalmıştır. Ancak bu faaliyetler günümüzde anladığımız ve de gördüğümüz şekliyle geniş bir yelpazeye sahip değildi. 21. yüzyılda ise, sanayileşme, modernleşme, küreselleşme ve kentleşme gibi dinamiklerin toplumsal ve ekonomik eşitsizliklere, savaşlara, yoksulluğa, hatta çevresel tahribata ve beşeri ve sosyal krizlere yol açması sosyal sorumluluk davranış ve düşüncesinde yeni yönelimleri ve fikirleri beraberinde getirerek hayırsever eylemlerin daha kolektif ve koordineli bir şekilde yapılması sonucunu doğurmuştur.

1.1.2. Stratejik Hayırseverlik

Hayırseverliğin stratejik boyutu genellikle onun insanî, vicdanî ve dinî hassasiyet ve unsurlarından sıyrılmışlığına işaret etmektedir. Batı’da ve özellikle ABD’de gelişen/geliştirilen bu kavram bireysel hayırseverlikten ayrı olarak, daha çok işletmelerin ve bazı yardım kuruluşlarının bağış, yardım kampanyaları ve sponsorluk odaklı yardım faaliyetlerinin işletmenin kâr etmesi ve kazanmasına yönelik hayırseverlik girişimleri olarak değerlendirilmektedir.

Stratejik hayırseverlik, işletmenin kurduğu bir vakfa ya da işletmeyle ilgili bir alandaki vakfa, bilinen ya da bilinmeyen bazı özel veya tüzel kişilere yapılan gönüllü bağışlardır. Çalışanların gereksinimleri ve temel becerilerinin anlaşılması; araç, gereç, bilgi ve finansal kaynakları gibi örgütsel yetkinlikler ile çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler ve sosyal gereksinimleri bir bütünlük içinde ele almaktadır. Stratejik hayırseverlik, çıkar gruplarının temel çıkarlarını vurgulamak ve hem örgütsel hem de sosyal yararı sağlayacak temel yetenekler ve kaynakların sinerjik kullanımı şeklinde tanımlanmaktadır (Ricks, 2005: 121).

Dünya çapında düşünüldüğünde, her yıl bağış adıyla verilen para miktarı artmaya devam etse de nihayetinde iyi niyetlerle desteklenen milyarlarca doların ne

olduğuna dair çeşitli şüpheler vardır (Frumkin, 2008: 125). Ayrıca sponsorluk ve neden ilişkili pazarlama gibi kurumsal yardım şekilleri şİşletmeler için birer potansiyel rekabet kaynağı olmaktadır (Balıkçıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 123). Bir yandan ürünlerin ve markaların sosyal sorumluluk üstlenmeleri şeklinde şİşletmelerce gerçekleştirilen faaliyetler, diğer yandan bağış ve yardım adı altında milyarlarca paraların ne olduğuna dair oluşan şüpheler aslında “bir sosyal fayda yaratma için mi, yoksa bunun yanında ticari kazanç kaygısıyla mı?” yapılmakta olduğu sorusunun sorulmasına neden olmaktadır.

Stratejik hayırseverliği şİşletmenin ekonomik amaç ve çıkarları ile bütünleşmiş bir çaba olarak gören Marx (1999: 185) bağışların doğrudan şİşletme çıkarlarına ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara da hizmet edecek şekilde gerçekleştirildiğini ifade etmektedir.

Stratejik hayırseverlik bir yandan şİşletmenin stratejik konumuna katkı ve fayda sağlarken; diğer yandan sosyal sorunlara yönelik bir kaynak aktarımı olarak da görülebilir. Ancak buradaki hayırseverlik rneği şİşletmeye de belli bir katkı sağlamasından dolayı saf doğasından arınmaktadır. Bir çıkar ve fayda sağlayabileceği düşüncesiyle bağışta bulunmak ya da birilerini etkileme düşüncesiyle gösterişte bulunma amacıyla yapılan yardım gerçek anlamda hayırseverlik değildir (Balıkçıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 125-126).

1990’ların öncesinde, şİşletmelerin hayırseverlik faaliyetleri “iyi görünmek için hayır yapmalı” düşüncesine dayanıyordu. şİşletmeler geleneksel olarak bir zorunluluğu yerine getirerek vergi öncesi kazançlarına göre bağış yapmaktaydılar. 1990’lardan günümüze bu uygulama stratejik bir yaklaşımla kurumsal hayırseverliğe dönüşmüştür. Bu yeni yaklaşımla şİşletmeler “birazcık hayır yapmak değil, en fazla hayır için elimizden gelenin tümünü yapmak” fikrini benimsemeye başlamışlardır. Yardım yapmanın yanında kr sağlamak güdüsü/hırsı şİşletmeleri bu konuda daha da heveslendirmiştir. şİşletme hedeflerini destekleyen sosyal konuları tercih eden, temel ürünler ve temel pazarlar ile bağlantılı konuları seçen, programların uygulanmasında birden fazla bölümü seçim sürecine katan, toplumun ve çıkar gruplarının dikkat ettikleri konuları ele alan şİşletmelerde artış görülmektedir (Kotler ve Lee, 2006: 8–9).

şİşletme stratejisi ve mantalitesine dayanan stratejik hayırseverlik, özellikle ABD’deki çeşitli kurumlarda sosyal sorumluluğu destekleme ve sosyal faydayı gzetlemede bir yönetim ve pazarlama uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. şİşletmelerce

kurulan vakıflar işletmelerin kazanımlarını daha da arttırmıştır. Frumkin (2008:128-132) Amerika'nın New York kentinde stratejik hayırseverlikten beslenerek büyüyen bir vakfı buna örnek olarak gösterir. Frumkin 1950'lilerde bir şirket sahibi olan Henry ve Edith Everett çiftinin küçük bir aile vakfı olarak kurdukları Everett Vakfının zamanla büyümesinden bahseder ve 1990'lara dek vakfın 10 milyon dolarlık servetinin 1990'ların sonunda 100 milyon dolarlık bütçeye sahip oluşunun tarihi seyrini anlatır.

İşletmelerin bakış açısından hayırseverlik temel yetenekler ve uzun dönemli planlarla bağlantılı bir stratejidir. Bu stratejide "...ilk olarak hayırseverlik programlarının geliştirilmesi, pazar yöneliminde odaklanmak ve tüketici ihtiyaçları ve sadakatiyle bağlantı kuracak şekilde stratejik pazarlama planlama sürecinin bir parçası olmalıdır. İkincisi, işletmeler çıkar gruplarının beklentilerini anlamak ve onların ortak fayda sağlamadaki işbirliğine olan istekliliklerini anlamaya çalışarak hareket etmeleridir. Çok sayıda işletme çalışanların, yatırımcıların ve tüketicilerin gereksinimlerini anlamak için zaman ve kaynağa yatırım yaptığı halde bazı işletmeler de diğer çıkar gruplarını veya hayırseverlik sebebi ile çıkar grupları ve işletme kaynaklarını bir araya getirme potansiyelini incelemektedir. Üçüncüsü, değerlendirme protokolünün hayırseverlik ve kurumsal vatandaşlık faaliyetlerinin çıkar gruplarıyla iletişiminin nasıl değerlendirileceğini içermesi gerekmektedir" (McAlister ve Ferrell (2002)'den akt., Balıkcıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 126-127).

Aşağıda verilen şekilde bazı işletmelerin toplumsal ilgi ve sosyal olayları destekleyen stratejik hayırseverlik programlarına ilişkin örnekler yer almaktadır:

Şekil 1. Kurumsal Stratejik Hayırseverlik Girişimleri

İşletmeler (İş/Uzmanlık Alanı)	Sosyal Destek Nedeni
Kraft (Gıda)	Açlığı önleme
Nation's Bank (Finansal Hizmetler)	Ekonomik gelişme ve Charlotte'nin yeniden canlandırılması
Lens Crafters (Göz bakımı)	Düşük gelirli ailelere gözlük yardımı
Bell Atlantic Mobile (Telefon)	Toplumsal şiddete maruz kalanlara mobil telefon ve buna ilişkin hizmet yardımı
Microsoft (Yazılım ve E-iş desteği)	Bilgi teknolojilerine ilişkin oluşan dezavantajlarla ilgili eğitim yardımı
ADT (Güvenlik Sistemleri)	Şiddete maruz kalan kadınlara kişisel güvenlik yardımı
Barnes & Noble (Kitabevi)	Okur-yazarlık faaliyetleri konusunda yardım

Kaynak: Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007: 127; Şemanın orijinal künyesi: McAlister, D.T. ve Ferrell, L., (2002), "The Role of Strategic Philanthropy in Marketing Straegy", *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 5/6, pp. 701.

ABD'de federal hükümet bu tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini Liderlik için Ron Brown Ödülleri ile teşvik etmekte ve desteklemektedir. Bu ödüller çalıştırdıkları işçilerin sağlık ve standartlarını geliştiren ve içlerinde yaşadıkları çevrelere olumlu katkılarda bulunan firmalara verilmektedir (Yönet, 2005: 250).

Stratejik hayırseverliğin topluma yarar sağlamanın yanında en az onun kadar ve belki de onda daha fazla şirkete/işletmeye yarar sağlamaya yönelik olduğu Stendardi, Raiborn, Friedman ve Collins gibi bazı batılı sosyal bilimciler tarafından dile getirilmiştir. Mesela Stendardi için stratejik hayırseverlik *aydınlanmış kişisel çıkar* mefkûresidir. Stendardi'ye göre sosyal sorumluluk ve kurumsal hayırseverlik arasında bir köprü görevi bu ilkeye göre hayırseverlik faaliyetleri işletmelere yarar sağlayacağı düşüncesinden hareketle yapılmaktadır (Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007: 134,139). Kısacası stratejik hayırseverlik çıkar ve kâr amaçlıdır.

Türkiye açısından değerlendirildiğinde de kurumsal stratejik hayırseverlik örneklerine rastlamak mümkündür. Ülkenin önde gelen zengin aileleri, yukarıdaki anlatımlara benzer şekilde şirket vakıfları yoluyla hayırseverlik faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bunun en çarpıcı örneklerini Koç ve Sabancı şirketlerinin çok çeşitli alanlarda hizmet veren vakıflarında görmekteyiz. Koç ve Sabancı şirketleri üniversiteler, öğrenci yurtları, sağlık kurumları, spor tesisleri, öğretmen evleri, kütüphaneler, kültür merkezleri ve daha birçok alanlarda tesis açıp faaliyet göstermektedirler.

Türkiye’de stratejik hayırseverliğin bir başka örneğini mobil telefon şirketlerinin (Turkcell, Vodafone, Türk Telekom vb.) bağış ve yardımlarda SMS yoluyla hizmet sunmaları şeklinde görmekteyiz. Vakıflara, derneklere veya sosyal yardımlaşma kurum ve kuruluşlarına SMS yoluyla yapılan bağışlardan belli oranda telefon şirketlerine pay aktarılmakta ve böylece kazanç elde etmektedirler.

Stratejik hayırseverliğin bir başka göstergesi reklamlardır. Reklamlar, geleneksel hayırseverlikle stratejik hayırseverliğin ayırım noktasından biridir. Geleneksel hayırseverlikte bağış ve yardım faaliyetlerinde gizlilik esas olup, yardımın gösterilmesi veya duyurulması değil, yapılmış olması ön plandadır.

Günümüzde bağışların (özellikle kurumsal olanları) gerek basın ve yayın yoluyla televizyon ve gazetelerde gerekse şirket, vakıf, dernek ve çeşitli kuruluşların internet sitelerinde reklam edilmek suretiyle tanıtımı yapılmaktadır.

Stratejik bağış olgusuna örneklerden biri de “*online bağışçılık*”tır. Online bağışçılık, internet üzerinden gerçekleştirilen yeni bağış sistemidir. Online bağış stratejik bağış konumunda değerlendirmemizin nedeni internet üzerinden yapılan bağışların stratejik hedeflere yönelik stratejik amaçlarla gerçekleştiriliyor olmasıdır. Eskiye dayanan kökleri olmadığından online bağışçılık, tam anlamıyla günümüz bağışçılığının simgesidir. Bugün çok sayıda vakıf, dernek, işletme, STK, vb. oluşumlar internet üzerinden bağış almakta ve insanları online bağışa teşvik etmektedirler. Online bağış, hızlı ve kısa sürede yapılabildiğinden kişilerin çokça tercih ettikleri bir bağış türüdür. Castells’ci bağlamda düşündüğümüzde toplumsal ilişkilerin, alış-veriş, pazarlama ve tüketim gibi toplumsal eylemlerin yeni yeri olan enformasyonel ağ hayırsever faaliyetlere de ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda düşünülecek olursa bağışçı gruplar, ağ toplumu nun yeni grupları/toplulukları veya cemaatleridir.

Özellikle günümüzde, stratejik hayırseverlik, işletme veya kuruma kazanımlar sağlamasına aracılık etmesi nedeniyle bazı eleştirilere maruz kalmasına rağmen Avrupa ve ABD’de oldukça trend yakalamış durumdadır. Benzer gelişim ülkemizde de izlenmektedir. Ülkemizin söz sahibi büyük şirketleri kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında geleneksel hayırseverlikten stratejik hayırseverliğe geçişi desteklemekteler ve bu yönde faaliyetlerin yaygınlaşmasına çaba sarf etmektedirler. Türkiye’nin ileri gelen büyük aile şirketlerinden biri olan Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı ve Gaziantep Kolej Vakfı Mütevelli Kurulu Başkanı Nüket Ersoy Alevli stratejik hayırseverliğe geçişin gerekliliği ve önemi konusunda şunları aktarmaktadır:

Güler Sabancı: “2007 yılından bu yana her yıl Filantropi Semineri düzenliyoruz. Seminerde, sivil toplum, özel sektör ve kamu kuruluşu temsilcilerini uluslararası uzmanlarla bir araya getirerek sivil toplum alanındaki yeni yaklaşımlar konusunda bilgi paylaşımına imkân sağlıyoruz... Kendimizi ‘stratejik hayırseverlik’ yapan bir kurum olarak tanımlıyoruz. ‘Stratejik hayırseverlikte’, konu uzmanı kuruluşlar tarafından toplumsal ihtiyaçlar belirlenir ve bu ihtiyaçların giderilmesi için hangi yöntemlerin en etkili olacağı tespit edilir. Verilen desteğin ardından bu çalışmalar yakından takip edilir ve sonuçlandığında etki değerlendirmesi yapılır. Biz de Sabancı Vakfı olarak çalışmalarımızı bu doğrultuda gerçekleştiriyoruz. ‘Stratejik hayırseverlik’, geçmişteki hayırseverlik anlayışını değiştirdi. Geçmişte hayırseverlik çalışmaları bağış yapılması ya da okul, çeşme, hastane yaptırılması ile sınırlıydı. Geleneksel hayırseverlik anlayışı tabi ki sürecektir, ancak değişen toplumsal ihtiyaçlar ve küresel koşullar bizi sürdürülebilir ve stratejik çalışmalar yapmaya itiyor. Toplumumuzun sorunlarını tespit ederek, çözüm önerileri getirmemiz gerekiyor. Tüm toplumsal sorunlarda aynı kararlılık, sabır, azim ve cesarete sahip olmalıyız. Çünkü toprağa bir tohum atıyoruz, yeşermesi uzun yıllar, meyve vermesi ise bir ömür sürüyor” (Kılıçalp, 2013: 59-60).

Nüket Ersoy Alevli: “Klasik hayırseverliğin özünde kişisel tatmin ve kısa dönemli ihtiyaçları gidermek yatar. Stratejik bağışçılık ise geniş bir vizyona dayanır, bağışın çarpan etkisi yaratması ve yaygınlaştırılması esastır. Bizler eğitim ormanına köklü çınarlar yetiştirmek ve bu çınarların gölgesinde barış kültürünü yeşertmek için kesintisiz ve karşılıksız hizmet sunan gönül işçileriyiz” (Kılıçalp, 2013: 113).

Sabancı ve Alevli’nin bu sözlerinden hayırseverliğin bu yönünün daha çok desteklenir olmasının arkasında büyük aile şirket ve vakıflarının olduğu anlaşılmaktadır. Kısacası günümüz hayırseverliği, geleneksel tarzını devam ettiren örneklerinin yanı sıra yeni tür olan stratejik hayırsever eylemlerini de içeren geniş bir yelpazeye sahiptir.

Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı üzere hayırseverlik, kimi zaman, salt gönüllü bir yardım eylemi olmaktan çıkıp, servet kazanımını arttırma yolu veya başka menfaat ve çıkarların elde edilmesine yönelik bir hareket tarzı haline gelebilmektedir. Ancak stratejik hayırseverliğin kurumsal sosyal sorumlulukla birlikte daha geniş kitlelere ulaşmak bakımından sağladığı olumlu katkısının da olduğunu belirtmek gerekir.

1.2. Hayırseverliğin Sosyolojik Boyutu

Toplum bilimciler toplum türlerini tanımlarken genellikle modernlik öncesi ve modernlik sonrası olmak üzere ikili ayrım yaparlar. Giddens (2012: 70-75), modern dönem öncesi toplumlarını sınıflarken insanlar arası mücadele ve eşitsizliklerin kaynağına da dikkat çekmekte ve bu mücadele ve eşitsizliğin temel kaynağını maddi servet, konum ve rütbeyle dayandırmaktadır. Zamanın geçmesiyle, değişen ve gelişen

insan toplum ve uygarlıkları, bilhassa kentlerin ortaya çıkmasıyla birlikte oldukça belirgin olmaya başlayan servet ve güç eşitsizliklerini de beraberinde getirmiştir.

Sanayileşme ile başlayan süreçte insanlık yeni bir toplum ve uygarlık çağına girmiş bulunmaktaydı. Bu yeni dönem, gelenekselin karşıtı olarak modern diye isimlendirilmiş; sanayi toplumları ise, modern ya da gelişmiş toplumlar olarak adlandırılmıştır. Sanayileşme beraberinde büyük bir iş gücü yarattı ve bu iş gücünün ilk çıkış yeri Londra olmuştu. Dolayısıyla kent ve sanayi ilişkisi birlikteliği ortaya çıkmış ve bugün de olduğu gibi sanayileşme kentlerde hayat bularak dünyanın sanayi kentleri diye anılmaya başlanmıştır.

Geleneksel devletleri birbirinden ayıran belirsiz sınır bölgeleri yerine birbirilerinden açık ve belirgin bir şekilde ayrılmış sınırları olan ve kendi sınırları içinde yaşayan herkes için düzenlenmiş yasaları ve hukuksal düzeni bulunan Ulus-devletlerin ortaya çıkışına ilaveten, 20. yüzyılda teknolojinin de gelişmesiyle birlikte sanayileşmede önemli kilometreler kat edilmiştir.

İnsanoğlu modernleşme sürecinde sanayileşme ve teknoloji alanında hızlı adımlarla yürürken beryandan bireysel ve toplumsal yaşamı kolaylaştırmış, diğer yandan toplumsal ve ekolojik yaşamı tehdit eder hale gelmiştir. Sanayileşme ve teknolojiye sahip olma yoluyla elde edilmiş üstün ekonomik güç, siyasal birlik ve askeri üstünlük, ulus devletlerin ve kıtasal anlamda küresel egemenlik çabaları kendini göstermeye başlamıştır (Giddens, 2012: 82). Sanayi ve teknoloji kentleri, sunduğu, sosyal ve ekonomik imkân bakımından birer cazibe mekânları olarak görülmüş, kırdan kente, ülkeden ülkeye (bilhassa batıya) göç ve yerleşmeler başlamıştır.

Aşırı ve yoğun nüfuslanma ile birlikte birer cazibe yerleri haline gelen büyük kentler, içinde barındırdığı insanları da fakir-zengin, işli-işsiz, üst sınıf-alt sınıf gibi sosyal statülere göre bölerek kentin içerisinde birbirinden ayrı ve kendine özgü yerleşkeleri, mahalle, sokak ve semtleri oluşturmuştur (Aytaç, 2016).

Aşırı büyüme ve ilerleme, insanlar arasındaki sosyal ve ekonomik dengenin gün geçtikçe bozulmasına ve skalanın açılmasına neden olmuştur. Artan bu tür problemlerin çözümüne yönelik olarak ülkelerin ve devletlerin kalkınma politikaları ve programları, destek fonları ve beraberinde toplumsal ve insani motivasyonlardan hareketle kamu (devlet destekli veya doğrudan devlete bağlı) ve sivil örgütlenmeler (çevreden tutun, eğitim, sağlık, askeri hizmetler, mahalli ve belediye hizmetleri, yoksullar, hastalar, öğrenciler, düşkünler, yetimler ve sayısı daha da uzatılabilecek hemen hemen pek çok

alandan) ihtiyaç sahibi yer ve kişilere yardımcı olmak üzere yeni oluşumlar olarak ortaya çıkmaya başlamıştır.

Giderek komplike hale gelen toplumsal katmanlar ve bu katmanlar içerisinde dezavantajlı grupların artan varlığı ve bunlara ait sorunların çoğalması yeni çözüm arayışlarını zorunlu kılmıştır. Adına ister modern kapitalizmin etkisi, ister gelir dağılımı adaletsizliği densin sonuçta paradan, maldan, eğitimden, sağlıktan, normal yaşam koşullarından uzak ve bunlara ulaşmakta güçlük çeken insanların varlığı (Aytaç, 2013b: 69), toplum birlikteliği bakımından dşnldğnde yardımlaşma ve dayanışmanın önemini eskiden olduğu gibi günümüzde de açıkça ortaya koymaktadır. Bu zm arayışları çerçevesinde yardımlaşma ve dayanışmanın etkin glerinden biri olarak hayırseverlik, toplumu bir gemi ve yolcularını da bireyler olarak düşünürsek eğer geminin su üzerinde sağlam bir şeklide yoluna devam etmesinin yardımcı bir faktörüdür. Bu bağlamıyla hayırseverlik toplum için ne kadar önemli ise onun sosyolojik açılımı da o kadar önemlidir.

Bu bölümde hayırseverlik olgusunun sosyolojik ilgisini daha iyi ve net şekilde ortaya koyabilmek adına hayırseverlikle yakından ilişkili bazı sosyolojik kavramlar ve olgularla olan ilişkisi ve açılımından bahsetmek gerekmektedir. Hayırseverlik, kısaca, toplum yanlısı davranış demektir ve bu davranışın dayandığı kuşkusuz bazı sosyal temelleri vardır. Bu sosyal temellerin başında ise sosyal sorumluluk ve sosyal adalet gelmektedir.

Diğer önemli bir sosyolojik ilgi ise hayırseverliğin dinî, ekonomik ve kurumsal yönüdür. Hayırseverlik, toplum faydasına yönelik bir gönüllü yardım faaliyeti olması nedeniyle bu tür bir faaliyetin bireysel çaba ve gayretin yanında kolektif, yani bir grup veya bir ekip çalışmasını da beraberinde getireceğinden kurumsal bir yönünün olması gibi bir durum söz konusudur. Aynı şekilde, hayırseverlik yoluyla gerçekleştirilen bağış ve yardımlar önemli bir maddi kazanım ve ekonomiyi oluşurmaktadır ki söz konusu bağış ekonomisinin oluşurulması, dağıtılması ve paylaştırılmasında toplumsal katmanların, grupların bundan nasıl ve ne ölçüde yararlandığı ve yararlandırıldığı da sosyolojik bakımdan değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

1.2.1. Sosyal Adalet

Sosyal adalet kavramı, çoğulcu demokratik toplumların dayanağı ve daha çok 20. yüzyılın sosyolojik bir ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal adalet

kavramının tarihçesi insan hakları ve demokrasinin gelişimi ile yakından ilişkili olup bunların gelişmesi ile paralellik gösterse de ilk ipuçlarına Fransız Devriminde rastlanmaktadır (Gürkan, 2001: 116; Çeçen, 2015: 25). Rousseau'nun *Toplum Sözleşmesi* sosyal adaletin tarihsel gelişimi açısından belki de ilk noktayı oluşturmaktadır diyebiliriz. Rousseau'nun "Toplum Sözleşmesi"nde, halkın, bazı beklentilerin karışlanması bakımından devleti seçmesi veya devletin kontrolü altına girmeyi tercih etmesi, devlet ve toplum arasında birtakım beklentilerin yerine getirilmesi fikri yer almaktadır. Bu bağlamda, devlet, topluma verdiği hizmetin bir sonucu ve de hizmetin devamının sağlanmasının bir karşılığı olarak vergi beklentisine sahipken, toplum ise devletten başta sosyal adalet olmak üzere bir takım beklentilere sahiptir (2017: 13-15).

Sosyal adalet modernleşme, küreselleşme ve çeşitli demografik değişim ve dönüşümlerin baskısı altında yoksulluğu önleme, eğitim ve öğretim, iş alanlarına dâhil olma, sosyal güvenlik ve refah devletinin aktif hale gelmesi gibi sosyal ve ekonomik haklara izafe edilmektedir. Bu bağlamda sosyal adaletin çok kültürlü bir toplum yapısında ülke sınırları içerisinde yaşayan her bireyi kapsayıcı bir boyutta olması ve buna dönük bazı sosyal politikaların oluşturulması/izlenmesi önem arz etmektedir.

Sosyal adalet kavramı, bilimsel literatürde bilhassa Batı'da, 1900'lü yıllarda kullanılan bir kavramdır ve daha çok siyasetçi ile hukukçuların kaleme aldıkları siyasi ve hukuki temelleri olan bir terim niteliğini taşımaktadır. Örneğin, Amerikalı siyaset bilimci Willoughby 1900 yılında, hukukçu Saleilles ise 1902'de "sosyal adalet" konusunda çeşitli makale ve kitaplar yazmışlardır. Yirminci yüzyılın üçüncü çeyreğinden sonra, kapitalizm ve modernleşmenin kişisel hak ve imkânların eşitsiz dağılımına olan olumsuz etkisinin artmasıyla birlikte, sosyal adalet kavramı da yeniden yorumlanmaya, kapsam ve sınırlılıkları tekrar sorgulanmaya başlamış ve kavramın kapsamı "kaynak ve fırsatların eşit/adil dağılımı/dağıtılması" şeklinde genişletilmiştir (Yıldırım, 2011b: 4; Merkel, 2005: 51; Barusch, 2009: 13-17).

Sosyal adaletin modern yazarlarından biri olan Miller (1999), para, eşya, iş, makam, eğitim, tıbbi bakım, çocuk yardımları, çocuk bakımı, rütbe, madalya ve ikramiye gibi unsurları ödül; bireysel güvence, barınma, ulaşım, boş zaman etkinliklerine ilişkin fırsatları avantaj; buna karşılık, güç yaşam koşulları, tehlike, onur kırıcı iş gibi yük olarak kabul edilen unsurları ise dezavantaj olarak görmektedir. Miller, sosyal adaleti, avantaj ve dezavantajların toplumun üyeleri arasında nasıl/ne şekilde

dağıtılması gerektiği sorusundan yola çıkarak açıklamakta; avantajlı ve dezavantajlı unsurların göz önüne alınarak buna göre çeşitli kriterlerin oluşturulması ve böylece sosyal adaletin sağlanması imkânının oluşturulabileceğinden söz etmektedir. Ona göre sosyal adalet, her bireyin sosyal refahına katkı sağlayan kurumsal düzenlemelerle mümkün olabilmektedir.

Miller, sosyal adalet kavramı temelinde “ihtiyaç”, “hak etme” ve “eşitlik” gibi üç temel unsurdan bahsetmektedir. İhtiyaç, bireyin yaşam standartlarının temel gereksinimleridir ve bu, bireyin barınması, güvenliği, iyi yaşam koşulları gibi hususları içerir. İhtiyaç unsuru beraberinde “sosyal minimum” ilkesini getirmektedir. Bu ilke ise, bireyin güvenli bir yaşam çerçevesinde temel ihtiyaçlarını yeterli düzeyde karşılayacak kaynaklara erişmeye çalışması anlamına gelmektedir. Hak etme, bireyin çabasına dayalı ödül kazanması ile ilişkili bir kavramdır. Hak etme, yapılan bir eylem karşılığında kişiye belli bir ödül sağlayabilir. Ödülün dağıtımında “adil dağıtım ilkesinin” de dikkate alınması gerekmektedir. Avantajların bireylere eşit olarak dağıtılması her zaman mümkün olmayabilir. Ancak birey kendi yetenek ve çabalarının karşılığında orantılı bir ödül hak edebilir. Bu nedenle bu durumlarda ki dağılımlar eşitsiz görünse de hak etme ilkesi açısından adildir. Hak etme prensibi çerçevesinden hareketle Nozick adaleti sağlamanın üç yolu olduğunu söyler. Nozick’e göre ilk olarak servet, hak yenilmeden çalınmadan kazanılmalıdır. İkinci olarak servet, hak edilenin bir kişiden bir başka kişiye aktarılması durumunda adil olma unsuru temel alınmalıdır. Son olarak ise, eğer servet adil olmayan yollardan/durumlardan kazanılmış ise ve aktarma yapılırken bir adaletsizlik söz konusu oluşmuşsa adaletsizliğin düzeltilmesi gereklidir. Millerin sosyal adalet temelinde ele aldığı “eşitlik” unsuru ise, devletin ülke sınırları içinde yaşayan vatandaşlarını eşit yurttaş olarak kabul etmesi/görmesi, toplumsal fırsat ve imkânların dağıtımdan bireylerin adil olarak faydalanmasını sağlaması anlamına gelmektedir. Eşitlik, her bireyin iş ve eğitim gibi toplumsal olanaklara erişmelerindeki şansa sahip olmalarını gerekli kılan “fırsat eşitliği ilkesi” ni gündeme getirmektedir. Bu ilkeye göre bireylerin etnisite, din, cinsiyet, sosyal sınıf ve statü gibi sosyo-demografik özellikler ile değil; sahip oldukları kişisel beceri, yetenek ve motivasyon yönünden değerlendirilmesi gerekmektedir (Baştaymaz, 2016: 72-75; Yıldırım, 2011a: 114-115).

Taştan (2015: 28), Miller’in sosyal adalet kavramı çerçevesinde ele almış olduğu “ihtiyaç”, “hak etme” ve “eşitlik” unsurlarını felsefi yönleri ağır olan kavramlar olarak yorumlamaktadır. Ayrıca, sosyal çevrenin etkisini göz ardı etmek ve bütün

yükümlülüğü bireye bırakmak da pek doğru gözükmemektedir. Baştaymaz (2016: 74-75) ise, Miller'in sosyal adalet kavramını açıklamada kullandığı "ihtiyaç" kavramının daha çok sosyalist bir anlam taşıdığını, "haklar" kavramının ise liberal yaklaşımlara karşılık geldiğini belirtir. Baştaymaz, muhafazakâr yaklaşımların ise sosyal adalet kavramından anlamlandırdıkları şeyin bu kavram yerine daha somut olarak gördükleri "doğal adalet" düşüncesini kullanma çabasında olduklarını vurgulamaktadır. Doğal adalet, "doğa kanunları" ve "tanrı kanunları" çerçevesinde insanların tıpkı hayvanlar gibi yaşamları boyunca yapabileceklerini belirleyen beceri ve kapasite ile daha önceden programlandıkları fikrine dayanmaktadır. Bu bakış açısına göre maddi kazanımlar aslında Allah vergisi doğal özelliklerin bir yansımasıdır. Oysaki toplumdaki bazı bireylerin farklı olanaklara sahip olması kimsenin hatası değildir ve ahlâkî ilkeleri doğanın ilkelerine bağlamak pek doğru olmayacaktır. Yoksulluk, işsizlik, kıtlık gibi çeşitli toplumsal problemler doğal oluşumunun yanında insan eliyle/aracılığıyla da meydana gelmiş olduğunu kabul etmek gerekir.

Sosyal sınıflar arasındaki ekonomik dengesizliklerin giderilmesi, ekonomik bakımdan zayıf sosyal sınıfların diğer sosyal sınıflara karşı korunması olarak tanımlanabilecek olan sosyal adalet, özellikle emeği ile çalışanların, yaşadıkları toplum içinde insan onuruna yaraşır bir asgari yaşam standardına kavuşmalarını sağlayacak şekilde ulusal gelirden pay almalarını garanti altına almaya yönelik uygulamalar bütünü olarak da açıklanmaktadır. Bu anlamda sosyal adalet, gelişmenin külfetlerine katlanma ve nimetlerinden faydalanma konusunda sosyal sınıflar arasındaki dengeyi ifade etmektedir (Alper, 2007).

Bell (2007: 4)'e göre sosyal adalet "Hem süreç hem de amaçtır. Sosyal adaletin amacı toplumdaki her birey için ihtiyaçları karşılamak, topluma eşit katılımı sağlamaktır. Kaynakların dağıtımı için bir toplum vizyonunu gerektiren sosyal adalet, toplum içindeki tüm bireylerin fiziksel ve psikolojik olarak güvenli ve eşit bir yaşam sürdürmesidir. Sosyal adalet toplumdaki diğer insanlara, onların toplumuna ve ülkelerine karşı sosyal sorumluluk bilincine sahip sosyal aktörleri gerektirir".

Yukarıda vermiş olduğumuz tanımlardan hareketle kısaca ifade etmek gerekirse sosyal ve ekonomik olanakların toplumun fertleri arasında eşit ve adil olarak dağıtımının sağlanması sosyal adalet olarak tanımlanmaktadır. Sosyal adaleti sağlamak ve bu yönde çeşitli eylemlere girişmek bakımından hayırseverliğin motive ve teşvik edici yönünün olduğunu vurgulamak gerekir.

Geleneksel anlamıyla hayırseverlik kısa vadeli çözümler sunarken, sosyal adalet için hayırseverlik, sosyal ve ekonomik eşitsizlik ve güç dağılımı sorunlarına uzun vadeli çözümler üreterek sorunların temel nedenlerine yönelmektedir. Temel ve acil gereksinimler için bireysel hayırseverliğin üstleneceği bir rol olacaktır, ancak, kaynakların ve imkânların eşitsiz dağılımının sonucu olarak başta yoksulluk olmak üzere diğer toplumsal sorunlara aranacak çözümler daha kapsamlı ve stratejik yaklaşımları gerektirmektedir (Zincir ve Bikmen, 2006: 11).

Sosyal adalet için hayırseverlik, yardım ve bağışların ekonomik ve toplumsal anlamda en az avantaja/varlığa sahip olanların, mağdur ve dışlanmış grupların imkân ve fırsatlarını arttırmak gayesiyle gerek kurumsal bazda kâr amacı gütmeyen örgütlenmeler ve gerekse bu örgütlenmelere zaman, eylem ve maddi imkânlarını sunarak onları destekleyen zenginlerin maddi ve manevi katkılarının bir araya gelmesiyle oluşan gücün toplumsal sorunlara yönlendirilmesidir. Öte yandan hayırseverlik, sosyal adalet için toplumsal bilincin oluşmasına katkı sağlayan önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.2. Sosyal Sorumluluk

15. yüzyıl Rönesans öncesi dönemde Batıda iş hayatı genellikle kilisenin etkisi altında bulunmaktaydı ve yapılan yardımların çoğu kiliselere kalmaktaydı. Rönesans dönemi ve sonrasında sanat ve ticaret hayatındaki gelişmelere bağlı olarak artan refahla birlikte toplumdaki manevi değerler, yerini, maddi değerlere bırakmaya başladı. 17. ve 18. yüzyıllarda Merkantilizmin ağırlık kazanmasıyla kilisenin işlevi otoriter devlete kayınca işsizler ve fakirler ile ilgilenmek devletin görevi haline geldi. Ancak bu dönem ekonomik sonuçlar açısından bekleneni sağlayamamış, üretim yetersizliği, adaletsiz gelir dağılımı, enflasyon artışları, yoksulluğun artması ve buna bağlı olarak çıkan toplumsal huzursuzluklar ve problemler sosyal sorumluluk açısından olumsuz sonuçlar yaratmıştır (Vural ve Coşkun, 2011: 64).

Batı Avrupa'sında hal böyle iken Doğu'da ise (bilhassa Anadolu'da) sosyal sorumluluğu ön plana çıkaran ahilik, lonca ve vakıf anlayışının oluşmasını ve kurumsallaşmasını sağlamıştır. İslam'ın temel ilke ve ahlâkî prensiplerini ilke edinmiş ahilik ve lonca düşüncesi/örgütlenmesi, Sanayi Devrimi öncesinde başlayan bir sistem olarak etkinliğini sürdürmüştür. Sanayi Devrimi sonrasında toplumsal etkilerini

yitirseler de, lonca ve vakıflar Osmanlı Türk toplumunda felsefe itibariyle halka yönelik sosyal sorumluluk bilincini ayakta tutan kurumlar olmuşlardır (Veyisoğlu, 2009: 13).

Sosyal sorumluluk kavramı, zamana, topluma, kültüre, coğrafyaya hatta kurum ve kuruluşlara göre değişiklikler gösterdiği için genel-geçer olabilecek bir tanımını vermek zordur. Bu nedenle farklı içerikleri vurgulayan farklı sosyal sorumluluk tanımlarından söz etmek mümkündür (Arslan, 2015: 4; Özüpek, 2005: 8; Bayraktaroğlu vd. 2014: 101).

Bugün sıkça kullanılan sosyal sorumluluk kavramının modern anlamını bilim literatürüne ilk kazandıran Oliver Shelton olmuştur. Yönetim Felsefesi (1924) adlı eserinde sosyal sorumluluğu kısacası, “toplumun sosyal faydası üzerinde odaklanmak” diye tanımlayan Shelton’un bu görüşü sanayi toplumuna geçiş döneminde önem kazanmış, daha sonraları ise modern toplum anlayışının gelişmesi ile birlikte giderek kapsamlı boyutlara ulaşmıştır (Akman, 2009: 19).

Bir diğer sosyal sorumluluk tanımı Howard R. Bowen’den (1953) gelmiştir. “İşadammının Sosyal Sorumlulukları” adlı eserinde Bowen, kurumların aldığı kararların sosyal etkilerini göz önünde bulundurmaları gerektiğinden söz etmektedir (Akman, 2009: 32). Shelton ve Bowen’ın eserlerinden de anlaşılacağı üzere sosyal sorumluluk toplumsal faydaya yöneliktir ve bunun bireysel ve kurumsal olmak üzere iki yönü vardır.

Bireysel sosyal sorumluluk, bir bakıma, bireylerin davranışlarını şekillendiren bir olgudur. Bu sorumluluk bilinci, kişilerin bireysel davranışlarının toplum veya çevre üzerinde olabilecek muhtemel etkilerini dikkate alarak hareket etmelerini sağlar. Ayrıca sosyal sorumluluk bilinci, bireylerin sadece toplum veya çevreye karşı değil, aynı zamanda ailesi, arkadaş grupları ve sorumlu olduğu insanlara karşı da tavır ve davranışlarında daha hassas, daha dikkatli bulunmalarına yardımcı olur (Ergül ve Kurtulmuş, 2014: 222).

Kurumsal/örgütsel sosyal sorumluluk ise, bir işletmenin ya da kurumun istekli, bilinçli şekilde faaliyetlerinin ve işletmenin ya da kurumun kaynaklarının kullanılmasıyla toplumun kazanımlarını geliştirmek için olan bir anlayıştır (Drucker ve Lee (2005)’den akt., Hotamışlı vd., 2010: 281). Sosyal sorumluluk alanında işletmelerin duyarlı hareket etmesi ile motivasyonu ve verimliliği yüksek, gerilim ve düşmanlıkların törpülediği insani değerlere ve eşitliğe yönelmiş, çoğulcu yaklaşım ve

yönetim anlayışının egemen olduğu, yaşam standardı yüksek, denge içinde mutluluk arayan bir toplum oluşacaktır.

Sosyal sorumluluğu toplumsal faydaya yönelik bir hareket olarak gören Özgener (2004: 185) sosyal sorumluluğu; kurumların, toplumun değer yargılarına ve normlarına uygun bir şekilde hareket ederek, herhangi bir fayda veya çıkar gözetmeksizin gönüllü olarak faaliyette bulunmaları şeklinde tanımlamıştır.

Peltekoğlu ise (2001: 188) sosyal sorumluluğu “işletmelerin kendi çıkarları yanında varlığını borçlu olduğu toplumun genel çıkarlarını da gözetmesi, toplumsal sorunlara duyarlılığını kanıtlamak amacıyla gerçekleştirdiği hayırseverlik, sponsorluk gibi faaliyetlerle toplumsal sorumluluklarını görünür kılma biçimi” olarak tanımlamıştır.

Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk algı ve davranışı giderek yaygın hale gelmeye başlamış ve işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarını modern anlayışlara uyum sağlayarak yürütmeye yönelik çabaları artmıştır. Örneğin, önceleri ihtiyacı olanlara verilen sadaka, zekât ve fitre gibi yardımlar, farklı sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği yapılarak öğrencilere burs, okullara, hastanelere, yetiştirme yurtlarına yardım gibi alanlarda da değerlendirilmeye başlanmıştır (Veyisoğlu, 2009: 14).

Avrupa Komisyonu’nun 2001’de yayınladığı Yeşil Dosya’da (*Green Paper*) ortak sosyal sorumluluk, işletmelerin “*iyi bir toplum ve temiz bir çevre*” için gönüllü olarak çalışmaya karar verdiklerini gösteren bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu belgede sosyal sorumluluk, sosyal, ekonomik ve çevresel gelişmeyi sağlamak ile girişim özgürlüğünü uzlaştırma çabası olarak nitelendirilmekte, işletme ve toplum arasında karşılıklı inanç ve güveni güçlendireceği ileri sürülmektedir (Arslan, 2015: 5; Harman, 2010: 7).

Sosyal sorumluluk algısının temel dayanaklarından biri de sivil toplum anlayışıdır. Bu anlayışı geliştirmeyi görev edinmiş kurumlar, bir yandan faaliyetlerini bu anlayış çerçevesinde geliştirirken, diğer yandan kişilerin ya da kurumların sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket edip etmediklerini de doğrudan ya da dolaylı olarak takip ederler. Bu nedenle sosyal sorumluluk faaliyetlerinin daha iyi anlaşılabilmesi adına sivil toplum anlayışının ele alınıp incelenmesi ayrıca önem arz etmektedir.

1.2.3. Sivil Toplum

Son dönemlerdeki popüler kavramlardan birisi olan sivil toplum, sosyal bir olgu ve gerçeklik olması dolayısıyla sosyoloji alanında da ilgi odağı haline gelmiştir.

“Sivil” sözcüğü, Latince “civis” kökünden türetilmiştir ve “yurttaş” anlamına gelir. “Sivil toplum” ise, Fransızcadaki “société civile”den gelmektedir (Talas, 2011: 389; Güneş, 2004: 1). Bütün bu kullanımlarına dayalı olarak, sivil kelimesi, vatandaş veya vatandaşlık kelimesi ile eş anlamlı olmaktadır. Buradaki anlamıyla, sivil toplum, yurttaşlar toplumu olarak tanımlanabilir (Ercan, 2002: 75).

Feodal Avrupa’da kentlerin gelişimine paralel olarak ticaretin de gelişmesi sürecinde, kentli asillerin üretken sınıfın ticaretinden yararlanmaları çerçevesinde; asillerle şehir halkı arasında, asillerin kent hayatına karışmamaları, kentlerin kendi siyasi ve askeri güçlerini örgütlemeleri, kentli ahalinin belirlediği hukuk kurallarının uygulanması gibi konularda uzlaşma yapıldı. Bu süreçte kent halkı, güvenliklerini sağlamak için krallıkların oluşmasını desteklediler. Merkeziyetçi-bürokratik devletler sistemine dönüşen yapılanmada, devlet üretici sınıfların desteğine her zaman muhtaç olduğu için, yeni devletler kentlilerin ekonomik verimliliğini kısıtlayan uygulamalardan kaçındılar (Mardin, 1990: 9-12).

Esasında sivil toplum ile devletin birbirinden ayrı alanlar olarak kabul görmesi 18.yüzyılın sonlarına doğru olmuştur. Aristo ile başlayıp modern toplumdaki doğal hukukla devam eden geleneğe kadar sivil toplum kavramı, devletle özdeş anlamda kullanılmıştır. Sivil toplum, bireylerin, kamusal alanda bir dizi hak ve yükümlülüklerle donatıldıkları bir alan olarak kabul ediliyordu. Bu tanım, 18. yüzyılda sözleşmecî düşüncelerin de temelini oluşturmaktadır (Çaha, 1996: 20; Bayhan, 2002: 4).

Sosyal bilimler literatüründe sivil toplum ile ilgili ortaya konmuş bazı yaklaşımlar vardır. Bu yaklaşımları üç gruba ayırmak mümkündür. Birincisi, L. Diamon’a ait olan ve sivil toplumu devletten ayrı olarak vatandaşın kendi özgür iradesiyle tesis edilmiş bir düzen olduğunu izah eden görüştür. İkincisi, daha geniş bir alanı içerisinde barındıran E. Gellner’in yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre, sivil toplum, aile ya da birey ile devlet arasında mevcut olan boşluğu dolduran bir yapı olma özelliğine sahiptir. Sivil toplum, bu görüşe göre, daha çok sendikalar, siyasal partiler, dinsel örgütlenmeler, baskı grupları ve dernekler gibi ara kurumlardan oluşan bir sistem olmaktadır. Üçüncüsü ise, J. Keane’nin yaklaşımıdır. Buna göre, sivil toplum, üyelerinin oluşturduğu devlet dışı faaliyetlerle, devlet kurumları üzerinde baskı ve

denetim uygulayarak kendi kimliklerini koruyan ve dönüştüren örgütlenmelerdir (Talas, 2011: 390; Çulhaoğlu, 2001: 32-33). Bu yaklaşımlardaki sivil toplum tanımlamasında, bir yandan devlet toplum ilişkisini besleyen diğer yandan buna zıt olarak çelişikleyen tezlerin olduğu görülmektedir. Bu da üzerinde uzlaşılabilir bir sivil toplum tanımlamasını zora sokmaktadır. Sivil toplum, bir yönüyle, devlete toplumsal katılımı sağlaması bakımından yardımcı bir unsur iken; bir başka yönüyle de toplumsal süreçte devlet ağırlığının azalması ve devletin birçok müdahalesinden uzak bir liberalleşmeye doğru yönelme şeklinde bir niteliğe sahip olmaktadır.

Yukarıdaki sivil toplum ayırımına bir örnekte Sarıbay'dan gelmektedir. Sarıbay (2000: 109) Alman, Fransız ve İtalyan tipi sivil toplumlar şeklindeki bir sivil toplum gruplandırması yapmaktadır. Bu gruplandırma da Sarıbay, Alman tipini Hegel ve Marx'ın, Fransız tipini Tocqueville'nin, İtalyan tipini ise Gramsci'nin yaklaşımına dayandırarak farklı sivil toplum gruplarına atıfta bulunmaktadır.

Hegel'e göre toplum, aile, sivil toplum ve devletten oluşmaktadır. Bu alanlar, kişinin yaşamını düzenleyen farklı kurallara sahiptir. Sivil toplum sosyo-ekonomik zaruretlerin ve piyasa toplumunun gerektirdiği rekabet ve dolayısıyla çatışmanın yer aldığı sosyal alanı; devlet ise kurumlarıyla özdeşleşen ve onunla ayniyet içinde olan siyasal alanı temsil eder. Buna göre, sivil toplum ekonomiye, siyasal toplum ise devlete tekabül etmektedir. Hegel'in sivil toplum anlayışında öncelik devlettir. Devletin görevi sivil toplumu oluşturduğu kurallar ile düzenlemek ve korumaktır. Marx, sivil toplum anlayışına sınıf kavramını ekleyerek Hegel'den ayrılmıştır. Marx, sivil toplumu, siyasi yaşamı belirleyen bir alan olarak tanımlarken; devleti, sivil toplumdaki çatışmayı azaltan, uzlaştırıcı bir kurum olarak değil, sivil toplumun yansıması olarak kabul etmiştir. Marx'a göre ekonomik hayat, insanın tüm aktivitelerinin ve sosyal hayatının temel paradigmasını oluşturur. Din, aile, devlet, kanun, ahlak, bilim gibi insani etkinliklerin tümü üretim biçimine göre şekillenir. Marx'a göre sivil toplum 18. yüzyıl Avrupa'sında burjuvazi ile gelişmiştir. Onun için sivil toplum, üretici güçlerin belli evrimsel gelişiminde ortaya çıkan ve bireyler arasındaki ekonomik ilişkilerin tümüdür. Gramsci ise, sivil toplum kavramını bir üst-yapı düzeyi olarak değerlendirmektedir. Gramsci'ye göre sivil toplum devletin içinde yer alır. Yani "devlet: siyasal toplum+sivil toplum"dur. Sivil toplum, bir toplumsal grubun, toplumun bütünü üzerindeki siyasal ve kültürel hegemonyasını ifade etmektedir (Bayhan, 2002: 5-6; Çaha, 1996: 28-30; Karadağ, 2005: 68).

Modern anlamıyla sivil toplum, siyasal alanın dışında kalan toplum kesitini ifade eden bir terimdir. Günümüz açısından sivil toplumu tanımlayıcı unsurlar arasına onun örgütlü kurumsal biçimi, ikinci, hatta üçüncü bir özerk alan içinde yer alan, kâr amacı gütmeyen, kendi kendini yöneten ve çoğunlukla gönüllülüğe dayanan kuruluşlar gibi özellikler yer almaktadır (Erdoğan Tosun, 2001: 31).

Sivil toplum, modern toplumun özgürlüğünü ve modern öncesi geleneksel toplumdan farkını simgeleyen bir ölçüttür. Sivil toplum, modern toplum ile eş anlamlı ve modern toplumun birey ve serbest pazar temelinde tanımlanmasında kullanılan bir kavramdır (Keyman, 2003: 5).

Sivil toplum şiddet içermeyen, kendilerini örgütleyebilen, kendiliğinden tepki verebilen devlet dışı örgütlerdir. Bu örgütler sivil kişiye ihtiyaç duymaktadırlar (Kean,1998: 6). Beckman (1998: 11), sivil toplumu, “gönüllü, kendi kendini yaratan, kendi ayakları üzerinde duran, devletten özerk örgütlü toplumsal yaşam alanı” olarak görmektedir.

Sivil toplumun bir diğer önemli unsuru özellikle katılımcı demokrasi yoluyla toplumsal sorunlara ve taleplere demokratik ve uzun dönemli çözümler bulmak için siyasal toplumu etkileme işlemini vermektir. Bu bağlamda sivil toplum sadece bireysel ve hak ve özgürlüklerin hayata geçirilmesi ve güvence altına alınması ya da siyasal sistemin demokratikleşme süreçlerinin değil, aynı zamanda bir ülkede devlet=toplum=birey ilişkilerinin katılımcı demokrasi temelinde kurulmasının da önemli bir aktörü olmaktadır (Keyman, 2003: 7).

Kısaca ifade etmek gerekirse sivil toplum, devlet yönlendirmeli olsun ya da olmasın, toplumsal yapı ve sistemleri etkileyen, dönüştüren, hareket ettiren ve ona ivme katan toplumsal bir faktördür.

1.2.4. Sosyolojik Kuramda Hayırseverlik

Stratejik hayırseverlikle daha çok işletmelerin kâr ve kazanç odaklı hayırseverlik faaliyetleri anlatılmaktadır. Ancak bunu sadece işletmeler bazında kurumsal boyutta incelemek stratejik eylemi açıklamada pekte yeterli olmayacaktır. Çünkü eğer stratejik hayırseverlik sadece işletmelerle ilgili ise ve buradaki amaç hayırseverliği de ekleyerek kazanmayı arttırmaksa bireysel hayırseverlik için de neden aynı şey düşünülmesin? sorusunu akla getirmektedir. Yani, bireylerin de stratejik hareketli hayırseverlik eylemlerinde bulunmaları mümkün olabilir. İşte tam burada konuyla ilgili olarak

hayırsever davranışların doğasını anlamaya çalışan ve bazı yorumlamalar yapan toplumbilimcilerden örnekler vermek yararlı olacaktır.

Hayırseverliğin sosyolojik kökeni irdelendiğinde bu alanda belki de ilk önemli çalışmayı yapan sosyolog Marcel Mauss'un hediyeleşme ve toplumsal yapı arasındaki ilişki üzerine kurulu fikirlerine gitmek gerekiyor. Mauss (1990), Pasifik Adaları toplumları ile Kuzeybatı Amerika'nın Pasifik kıyılarında yaşayan toplumlara dair gözlemlere dayanan görüşlerinde, verme fillerinin hepsinin zorunlu ve karşılıklı olduğunu öne sürmüştür. Her türlü hediye statü işaretidir ve üstünlük iddiasını, eşitliğin tanınmasını veya itaatin kabulünü gösterir. Mauss'a göre toplumsal düzen ve istikrarı yaratan şey, sürekli olarak hediyelerin bireyler arasında takas edilmesi, paylaşılmasıdır. Hediyeleşmenin kesintiye uğraması veyahut bozulması mevcut sisteme bir meydan okumaya veya sistemin çökmesine işaret eder.

Sennett ise (2012: 96), İngiliz sosyolog Richard Titmuss'un kan bağışçılarıyla ilgili diğerkâmlık ve pratik rol arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmasını örnek vererek hayırseverliği anlatır. Titmuss çalışmasında, karşılıksız kan verenlerle karşılığında para alanları karşılaştırır. Karşılıksız kan bağışlayan, yaptığı şeyden dolayı büyük bir tatmin yaşarken, para karşılığında verenin yaptığı eylemle ilgili çok az bir hissi vardır. Diğer yandan diğergâmlık yaralanan birinin yardımına koşmak gibi, spontane de gerçekleştirilebilir. Ancak karşılığında, verene hiçbir şey getirmeyen böyle bir hediye tamamen kendini düşünmeyen bir harekettir.

Verme eylemini merhamet, cömertlik ve hayırseverlik bilişenleri ile ele alıp değerlendiren ve verme eyleminin daima pozitif bir işbirliği anlamı taşımadığını ifade eden Sennett (2005: 142) "...diğerlerine vermek, onları manipüle etmenin bir yolu olabilir ya da daha kişisel olarak kendimizdeki bir şeyi onaylatmak ihtiyacına hizmet edebilir" der.

İnsanlara ihtiyaçları olan şeyleri vermek onlar için birer armağan gibidir. Armağan ise cömertliğin bir ifadesidir. Sennett, bir uçta, tamamen karşılıksız olarak verilen, diğerinde ise manipüle etme amaçlı verilen armağan olmak üzere armağan sunmanın iki ayrı yüzünden bahseder. İlki, diğerlerinin, bir şeylerden yoksun oldukları, ihtiyaç içinde oldukları yalın gerçeği üzerine odaklanan karakter yönünü temsil eder; diğer verme eylemiyse yalnızca onlar üzerinde güç elde etmek için bunu bir araç olarak kullanır (2005: 143).

Sennett, manipüle etmenin bir yolu olarak vermeyi, Batı hayırseverlik tarihinde cömertlik kategorisine; daha kişisel ve düşünömsel verme şeklini ise Hristiyan hayırseverlik kategorisine sokmaktadır (2005:142).

Sennett, hayırseverlik eylemlerini aynı zamanda bir *çift taraflı kazanç değiş tokuşu* olarak yorumlar. Çift taraflı kazancın insana ilişkin en temel örneği, tüm tarafların kazandığı iş anlaşmalarıdır. Bu mutlu sonuca ulaşmak için bireyler birbirleriyle rekabet etmiş olabilirler, fakat paylaşımında herkes için bir şeyler vardır (2012: 98).

Bourdieu (2015a:169) ise bağış mübadelesi çözümlemesini simgesel ekonominin genel ilkeleri bağlamında bağış *al gülüm, ver gülüm* mantalitesinden öte bir şey ve sosyolojik olarak daha karmaşık anlamları olan nesnel bir gerçeklik olarak anlatmaktadır. Bourdieu, bağış mübadelesini süreklilik göstermeyen bir cömert edimler silsilesi olarak betimleyen Mauss'un fikirleri ile Strauss'un bağışın karşı bağışa göndermede bulunduğu mübadele edimlerini aşkın bir karşılıklılık yapısı olarak tanımlamalarından hareket etmekte ve burada kendince gördüğü bazı eksiklikleri dile getirmekte ve şunları aktarmaktadır:

"...simgesel metalar ekonomisinin paradigması olarak kavranan bağış mübadelesi, kökeninde hesaplayan bir özneye değil, toplumsal olarak, niyet ya da hesap yapmaksızın mübadele oyununa girmeye önceden yatkın bir özneye sahip olduğundan ötürü, ekonomik ekonominin 'al gülüm, ver gülüm'ünün karşıtıdır. Kendi ekonomik mübadelesinin nesnel gerçeğini bilmezlikten gelmesi ya da yadsıması bundan dolayıdır. Bunun bir başka kanıtı da ekonomide, ya ekonomik çıkarın gizli biçimde bırakılması ya da açıklığında, bunun örtmeceli olarak, yani bir yadsıma diliyle yapılmasıdır. Örtmece, adlandırılmayanı, yani bir simgesel metalar ekonomisi dahilinde ekonomik olanı, 'al gülüm-ver gülüm'ü adlandırmamızı sağlar" (2015a: 175).

Hayırseverliğin tarihsel ve kültürel kökeni üzerine ilgilenen ve bu alanda tarihsel ve sosyolojik yazıları olan Amy Singer da (2004: 5) "...nerede olursa olsun cömert davranışların arkasında, çok çeşitli yollardan edinilen servet vardır ve çok geniş bir yelpazeye yayılan hedefler ve hırslar bu davranışları motive etmektedir. Bu istisnai bir durum değildir. Çok az hayır işi salt başkalarına iyilik etme amaçlı yapılmıştır ve yardımsever girişimleri destekleyenlerin çok azının tamamen kendi çıkarlarını gözetmeden hareket ettiği görülür" diyerek hayırseverliğin stratejik yönüne dikkat çekmekte ve kimi hayırsever eylemlerin bazı kazanımlar elde etmeye yönelik gerçekleştirildiğini vurgulamaktadır.

Kısaca ifade etmek gerekirse, hayırseverlikle ilgili çeşitli sosyolojik kuramların verme/yardım eyleminin her zaman ve her yerde sürekli salt iyiliğin ve erdemli bir davranışın ürünü olamayacağı, stratejik amaç ve hedefleri de içinde barındırabileceği tezi üzerine kurulu olduğu anlaşılmaktadır.

1.3. Hayırseverlik ve Din

İnsanoğlunun hemen her döneminde toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik hayatını etkileyen aşkın bir güç ve sosyal fenomen olarak karşımıza çıkan din, geçmişte olduğu gibi günümüzde de bir yaşam biçimi olarak toplumdaki sosyal davranışların oluşmasında önemli bir etmen olmaya devam etmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde toplumların geçirdiği değişim süreçlerinde din, sosyal bir karaktere sahip olmasından ve inananlarına belli bir takım değerler ve semboller sistemi vererek bir zihniyet kazandırmasından dolayı merkezi bir yer işgal etmiştir (Taş, 2012: 37). Böyle bir sosyal fenomeni inceleme konusu olarak ele alan din sosyolojisi ise, dinin mahiyetinden ziyade toplum içerisindeki yeri ve diğer toplumsal kurumlarla olan ilişkilerini ele alıp incelemektedir. Başka bir deyişle din sosyolojisi, dini toplumsal bir fenomen olarak ele almakta ve insanın dinden kaynaklanan sosyal faaliyetlerini incelemektedir (Taş, 2012: 37).

Hiçbir din sadece bireylerin yaşadığı subjektif bir tecrübe olarak kalmaz. Aksine somut bir şekil veya tavır haline dönüşerek nesnelleşir. Böylelikle din ve toplum karşılıklı olarak birbirini etkilemeye başlar. Dinî açıdan toplum içerisinde bir etki meydana gelmesi için dini düşünce, duygu ve heyecanın ifade edilmiş olması lazımdır (Wach, 1995: 76). Dinler, tarih boyunca toplum hayatında çeşitli işlevler üstlenmiştir. Dinî tecrübe ve hayat, şartlara göre toplumsal bütünleşmeyi sağlamanın yanında ihtilaflara, hatta bazı zamanlarda toplumsal ayrılmalara, bölünmelere yol açabilir. Ancak dinin toplumdaki bütünleştirici rolü, ayırıcı ve parçalayıcı rolünden daha yaygın ve belirgindir (Wach, 1995: 293-295).

Din, kültürel değer ve normların aktarılması bakımından da önemli bir yere sahiptir. Sosyalleşme ve toplumsal bütünleşmenin önemli bir unsuru olarak işlev görmektedir. Sosyalleşme süreci, sadece toplumun maddi kültür unsurlarının edinilmesini içermemekte, aynı zamanda manevi-dini kültür öğelerini de içerisinde barındırmaktadır. Birey bir yandan maddi kültür unsurlarını alarak hem kişisel gelişimini hem de toplumsal uyumunu gerçekleştirirken aynı zamanda toplumun sosyo-

kültürel biçimlenişinde önemli bir rol oynayan dini inanç, değer, norm, duygu ve düşünce ve davranışları da kazanır. Böylece bireyin bir taraftan dinî gelişimi gerçekleşir, öte yandan içinde bulunduğu toplumun dinî kültürüne ayak uydurur (Çoştı, 2012: 374; Günay, 2012: 455-456).

Bireyin sosyalleşme süreci içerisinde kazandığı kültürel değerlerden biri de toplum yanlısı davranış, yardım etme davranışı gibi özelliklerdir ki bunların aktarılmasında dinlerin rolü büyüktür.

Hemen hemen bütün dinlerde *“ihtiyacı olana yardım etmek”*, *“iyilik yapmak”*, *“birinin sıkıntısını gidermek”* gibi toplum yanlısı öğütlere rastlamak mümkündür. Bu bağlamda din ve dindarlık sevgi, adalet, merhamet, iyilik, yardımseverlik gibi kavramlarla özdeşleşmiştir. Pek çok sosyal bilimci ve araştırmacı, yardım etme ve toplum yanlısı davranışlarını çoğunlukla dini inanç ve pratiklerle ilişkilendirmişlerdir. Bilhassa ilahi dinler başta olmak üzere dünya dinlerinden çoğu, ihtiyaç sahibine yardım etme, fakiri-fukarayı doyurma, zor durumda olanları sıkıntılarından kurtarma gibi konular üzerinde önemle durmakta ve bu hususta müntesiplerine motivasyonlar sunmaktadır (Ayten, 2013: 94-95).

İnsanlar arasında varlık sahibi olanların yanında ihtiyaç sahibi kimselerin varlığı da yadsınamaz bir gerçektir. Bu realite insanlar arasında sosyo-ekonomik açıdan bazı farklılıkların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Servetin farklı şekilde dağılımı sebebiyle oluşan zenginle fakir arasındaki ekonomik dengesizlik toplumda huzursuzluklara ve karışıklıklara neden olmaktadır. Ortaya çıkması muhtemel kargaşa ve huzursuzlukların önlenmesi konusunda dinler başat bir rol oynamaktadırlar. Mensupları arasında meydana gelmiş olan ekonomik kaynaklı sorunların çözümünde özellikle de vahiy kaynaklı dinlerin etkin bir görev üstlendikleri görülmektedir. Bu çerçevede dinlerin, zenginleri, fakir kimselere yardım yapmaya davet etmesi ve bu konuda zorunlu bazı mali yükümlülükler getirmesi, toplumdaki farklı sosyo-ekonomik katmanlar arasındaki sorunların giderilmesine yöneliktir. Dinler, mensupları arasındaki yardımlaşma ve dayanışma olgusunu genel itibariyle kişilerin ferdi inisiyatifine bırakmamış ve bunu belirli ölçülere bağlamıştır. Yardımlaşmada gönüllük esası her zaman olmakla birlikte, din mensuplarının ister tarım, ister ticaret isterse de başka bir alandan elde ettikleri gelirlerinin bir kısmını fakir kimselerle paylaşmaları dinî bir zorunluluk haline getirilmiştir (Şeker, 2014: 84).

1.3.1. Dinlerde Hayırseverlik ve Yardımlaşma

Yoksul ve ihtiyaç sahiplerine yardımcı olma, hemen hemen bütün dinlerde yer alan bir gelenektir. Bu sayede dinler, mensupları arasında var olan maddi uçurumları olabildiğince yoksullar lehinde dengeleyerek toplumsal huzurun inşasına ve devamına katkıda bulunma hedefi taşırlar.

Özellikle ilahi dinlerde yardım etmek dinî bir nasihat ve motivasyon olmanın yanı sıra her şeyden önce bir emir olarak telakki edilmiştir. Örneğin, İslam'ın beş temel şartından biri olan zekât, durumu müsait olan her Müslüman (zengin) için farzdır, yani yerine getirilmesi zorunlu olan bir vazifedir. Kur'an'da yardım etmeyi ve dayanışmayı teşvik eden sadaka, infak ve yardımlaşma kavramlarıyla ifade edilen pek çok ayet bulunmaktadır. Bazı sure ve ayetlerden şu örnekleri verebiliriz:

“Sevdiğiniz şeylerden (yoksullara) sadaka vermedikçe asla hayır işlemiş olamazsınız. Muhakkak ki Allah, yolunda harcadığınız şeyleri bilendir” (Al-İmran: 92).

“Mümin erkek ve mümin kadınlar birbirlerinin yardımcılarıdır. İyiliği emreder, kötülükten alıkoyarlar. Namazı (gereği gibi) kılarlar, zekât verirler, Allah ve peygamberine itaat ederler, işte onlara Allah rahmet edecektir. Çünkü Allah azizdir; Hâkimdir” (Tevbe: 71).

“Ey iman edenler! Sadakalarınızı, malını gösteriş için harcayan, Allah'a ve Kıyamet'e inanmayan kişiler gibi başa kakmak ve eziyet etmek suretiyle boşuna vermeyin. O çeşit adam, üzerinde az bir toprak bulunan bir kayaya benzer ki şiddetli bir yağmurun yağmasıyla üzerindeki toprak gider, kendisi yine katı bir taş halinde kalır. Onlar (gösteriş için sadaka verenler) yaptıkları şeyden hiçbir sebep kazanmazlar. Allah kâfirler kavmini doğru yola iletmez” (Bakara: 264).

“Muhakkak ki Allah, iyiliği, adaleti ve akrabaya/yakınlara yardım etmeyi emreder, çirkin işleri, hayâsızlığı ve fenalığı da yasaklar. O, düşünüp tutasınız diye size öğüt veriyor” (Nahl: 90).

“Allah'a ve Resûlüne iman edin; O'nun size emanet olarak verdiklerinden, başkaları için de infak edin. İçinizden iman edip infakta bulunanlara büyük bir mükâfat vardır” (Hadîd: 7).

Benzer şekilde Hz. Peygamber (S.A.V.) de fedakâr, cömert, başkalarını kendine tercih edebilen, yardımsever ve samimi bireylerden oluşan bir toplum oluşturmaya hedeflemiş; başkasını düşünmeyen bireyci ve bencil yaklaşımları ise onaylamamıştır (Kasapoğlu, 2004). Hz. Peygamber (S.A.V.)'in yardımlaşma konusundaki bazı hadis-i şeriflerinden şunları örnek verebiliriz:

“Sizden biri kendi nefsi için sevip istediği bir şeyi kardeşi veya komşusu için de sevip istemedikçe bihakkın mümin olamaz” (Buhârî, İman, 7; Müslim, İman, 71-72).

“Güneşin doğduğu her gün insanın bütün eklemleri için sadaka vermesi gerekir. İki kişinin arasını düzeltmen sadakadır. Bir kimseyi kaldırarak hayvanına binmesine yardımcı olman ve eşyasını ona yüklemen sadakadır. Güzel söz de sadakadır. Namaza giderken attığın her adım sadakadır. Yoldaki rahatsızlık veren şeyi kaldırman sadakadır” (Müslim, Zekât, 56).

“Bir mümin, aç bir mümini doyurursa, Allah da o kimseyi cennet meyveleriyle doyuracaktır. Yine bir mümin, susuz kalan bir mümine bir şeyler içirip susuzluğunu giderirse, Allah kıyamette ona (misk ile mühürlenmiş lezzetli bir içecek olan) 'Rahîk-ı Mahtûm'dan içirecektir. Yine bir mümin, elbiseye ihtiyacı olan bir mümini giydirirse, Allah da ona cennetin yemyeşil elbiselerinden giydirecektir” (Tirmizî, Kıyâme, 18).

“Allah için size sığınan kimseye sığınak olun. Allah için isteyen kimseye verin. Sizi davet edene icabet edin, size bir iyilik yapana karşılığını verin. Eğer onun karşılığını verecek bir şey bulamazsanız, karşılıkta bulunduğunuzu kanaat getirinceye kadar ona dua edin” (Ebu Dâvud, Zekât, 38).

“Dul bir kadının ve fakirin işleri için koşturan kimse, Allah yolunda cihat eden yahut geceyi namazla, gündüzü oruçla geçiren kimse gibidir” (Buhari, Nafaka,1).

Yukarıda çeşitli örneklerini verdiğimiz ayet ve hadislerden de anlaşılacağı üzere İslam dini, fakire, yoksula, ihtiyaç sahibi olana maddi yardımı tavsiye ve emrettiği kadar, gülümsemeyi, hal hatır etmeyi, selamlaşmayı dahi sadaka ve yardım mahiyetinde görmüş ve inananlarına tavsiye etmiş; yardımlaşma ve dayanışmayı engelleyen bencillik, haset, ihtiras gibi davranışları ise yermiştir (Apaydın vd., 2006: 531; Beşer, 1988: 33).

İnfak, Allah'ın rızasını kazanmak amacıyla müminin kendi servetinden harcama yapmasıdır. Eşine, dostuna, akrabalarına, ihtiyaç sahiplerine yardımda bulunmasıdır. Allah'ın kendisine lütfettiği zenginlikten başkalarını da faydalandırmasıdır. Kardeşinin gönlünü yapması, olmayana yardım etmesi, olana da ikram etmesidir.

Yahudilikte, ihtiyaç sahibi olanlara yardım yapma ve onların ihtiyaçlarını temin etme faaliyeti Tevrat'da da önemli ilkelerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu ilkenin önemini vurgulama adına Tesniye, 15/4. ve 5. bölümlerinde anlatılan *“aranızda yoksul kimse olmayacak”* ifadesi her topluluğun kendi üyelerine sahip çıkması gerektiğinin dinî bir görev şeklinde vurgulanması açısından önemlidir. Bu görev sadece bireysel değil, tüm topluma yüklenmiş olan kolektif bir sorumluluktur. Her bireyin toplumdaki yoksulluğun giderilmesi noktasında sosyal sorumluluk bilincini yüksek tutması istenmektedir. İslam da olduğu gibi Yahudilikte de yardım ve yardımlaşma, sadece

ihtiyacı gidermek için değil, aynı zamanda toplumsal eşitlik ve sosyal adaleti sağlamak adına yapılan bir faaliyettir. Bu bağlamda Yahudi kültüründeki sadaka ve infak kavramlarına karşılık gelen İbranice *tzadek* (doğru olmak) ten türetilmiş olan *tzadeke* sözcüğü, doğru biri olmak, doğru iş yapmak, adil olmak anlamına gelmektedir. Kısacası *tzadeke* sözcüğü salt manada hayırseverliği, yardım etmeyi karşılayan bir kavram değil, aynı zamanda adaleti ve doğruluğu temsil eder. Bu yönüyle *tzadeke* her Yahudi için bir ahlâkî yükümlülüktür (Ostrower, 1995: 13; Şeker, 2014: 87).

Hıristiyanlıkta ise, genel olarak hayırseverliğin, özel olarak da sadakanın Hz. İsa'nın tavsiyeleri çerçevesinde şekillendiğini görmek mümkündür. Bu konuda Hıristiyanların model aldığı şahsiyet olan İsa peygamberin, hayrı teşvik ettiği ama zorunlu tutarak ilkelerini belirlemediği görülmektedir (Şeker, 2014: 86). İncil'de de *iyilik*, *sevgi* ve *merhamet* gibi kavramlara sıkça yer verilmektedir. Hz. İsa, takipçilerini Merhametli insanlar/İyi Samiriyeli olarak nitelendirmiş (Luka 10: 29-36) ve yardım edenlere övgüde bulunmuştur.

Hz. İsa'nın en önemli emirlerinden biri olan “*komşunu seveceksin*” mesajı, komşuya yardım etmenin sadece onu ilgilendiren bir husus olmadığı aslında Tanrı'nın rızasını (I. Korintliler, 16/1-2) kazanmak için bunun bir vesile olduğu ima edilmektedir (Şeker, 2014: 86).

Hıristiyanlıkta *ondalık* ve *sunu* şeklinde kiliseye takdim edilen birincisi düzenli, ikincisi ise hastalık, afet, evlilik ve yeni işe başlama gibi özel durumlarda yapılan periyodik olmayan yardımlar bulunmaktadır. Ondalıklar kişinin gelirine göre, haftalık ya da aylık olarak miktarını kendisinin belirleyerek, kilisenin hizmetlerinin devamı ve görevliler için verdiği maddi katkılardır. Diğer durumlarda ihtiyaç sahiplerine yapılan her türlü gönüllü yardımın adı sadakadır. Sadakanın da herhangi bir zamanı ve ne kadar verileceğine dair bir oran belirlenmemiştir. Genel olarak tavsiye edilmiş ancak miktar kişinin kendisine bırakılmıştır. İncil'de sadaka ya da yardımın zorunlu bir ilke halinde ifade edildiğine rastlamak mümkün değildir. Fakat ahlâkî bir gereklilik olarak kabul edildiği de bir gerçektir (Şeker, 2014: 86).

Öte yandan ilahi/kutsal dinler dışındaki diğer dinlerde de hayırseverlik ve yardım etme konusunda önemli vurgulara rastlanmaktadır. Mesela Budizm, iyilik (metta), merhamet (karuna), verme (dana) gibi ahlâkî değerlere vurguda bulunmaktadır. Pek çok Budist düşünür de “başkası yönelimli” düşünme tarzına dikkat çekmekte ve kişiyi toplum yanlısı davranış eğilimleri yok eden düşmanlık, haset, hüsrân gibi

duygulara karşı uyarmaktadır (Ayten, 2013: 95). Budist serveti başkalarıyla paylaşmak ve ona körü körüne bağlanmamak kaydıyla ondan yararlanabilir. Budizm’de sadaka manevi ve sosyal bağları güçlendiren bir faaliyettir. Sadaka ayrıca bireysel bütün aktiviteleri etkileyen ruhsal bir davranış olarak da Hinduizm’de büyük bir öneme sahiptir. İdeal bir sadakanın düşmanlığı önleyeceğine inanılır (Şeker, 2014: 85).

Kısacası hayırseverlik, bütün dinlerin üzerinde durduğu en önemli erdemler arasında yer almaktadır. Her din, inananlarına, başkalarına yardımcı olmayı, sahip olduklarından vermeyi ve muhtaçların ihtiyaçlarını karşılamayı emir ve tavsiye etmektedir. Dindar birey, kendi varlığını ancak kendisi dışındakilerin varlığıyla birlikte değerlendirdiği ve onları kucakladığı ölçüde dininin mesajına uygun davranmış olur. Kendi arzularından ve isteklerinden vazgeçerek, karşılık beklemeden yapılan yardım, bireyi sıkıntıya sokuyormuş gibi görünse de, samimi duyguların eşlik ettiği böyle bir davranış, sonuçta insana iç huzuru ve ruhsal zenginliği kazandırır (Bahadır, 2002: 107-109).

1.3.2. Hayırseverlik ve Ahlaki Sorumluluk

Ahlak, “insan topluluklarınca zamanla benimsenen, fertlerin birbirleriyle ve aile, toplum, devlet ve bütün insanlarla ilişkilerini düzenleyen kurallar, ilkeler ve inançlar bütünü” (Bolay, 1996: 4) olarak da tarif edilmektedir. Kısacası ahlak, “kişiler veya gruplarla benimsenen eylem kurallarının bütünü” (Akarsu, 1984: 2) olarak tanımlanabilir.

Bir başka açıdan ahlak, tikel bir topluluktaki insanlar arası ilişkileri düzenleyen ilke ve kurallar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bu ilke ve kuralların söz konusu toplum ya da topluluğun olumlanan ve olumsuzlanan davranışlarını düzenleyen bir sistematik yapı oluşturduğu söylenebilir. İlke ve kurallarla örülü her normatif düzen temel olarak topluluk ya da sosyal grubu oluşturan bireylerin çoğunluğunca benimsendiği oranda bir bağlayıcılık ve caydırıcılık taşıyacaktır. Bu bağlamda herhangi tikel bir topluluğun ahlakı, kendine özgü dini, ekonomik, politik ve kültürel şartlarla belirlenir. Bu alanları birbirinden tümüyle yalıtımak imkânsızdır (Çuhadar ve Çoşar, 2019: 12).

Sonuç olarak ahlak, insanların eylemlerini ve birbirleri ile ilişkilerini düzenlemek amacıyla oluşturulmuş ilke ve kurallar sistemidir. Toplumun olduğu her yerde insanların davranışlarını ve birbirleri ile ilişkilerini düzenleyen normlar ve

kurallar var olagelmıştır. Bunlar ise o toplumun değerler sistemini oluşturmaktadır. Ahlak, insanın eylemlerini ve ilişkilerini düzenleyen ilke ve kurallar bütünü olduğuna göre bu ilke ve kuralları belirleyen temel yapı taşları olacaktır. Bu temel unsurlar, din, örf, adet, gelenek-görenek, ekonomi, siyaset vs. şeklinde belirlenebilir.

Sorumluluk ise, görev ve yetki bilincidir. İnsanlar, hem kendi eylemlerinden hem de müdahil olması gereken davranışlardan sorumludurlar. Ahlakiliği; istek, tavır, davranış ve eylemlerinin ilkesine dönüştürmüş olan insanlar ahlaki yetkinliğe ulaşabilir. Kişi, davranış ve eylemlerinin hesabını ancak ahlaki yetkinliği sayesinde verebilir ve almış olduğu kararlarda sadece kendisinin değil, yaşamını paylaştığı ve sosyal ilişkide bulunduğu insanların da sorumluluğunu alabilecek bir yetkinliğe ve karaktere sahip olur. İnsanın hayat boyu sorumluluk bilinciyle yüklendiği bazı ödevler vardır. Bu ödevler; topluma, çevreye ve Tanrıya karşı üstlenilmiş görevlerdir. İster dinî ister evrensel temellendirmelerle olsun yardım etme davranışının; kısacası hayırseverliğin, ahlaki davranış ve sorumlulukla ilişkisinin var olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü hayırseverlik insana, topluma ve çevreye karşı duyarlılık, bilinç ve sorumluluğu kazandıran ahlaki bir prensip olarak kendini göstermektedir. Bir davranışın toplumca olumlu görülüp takdir edilmesi onun ahlakiliğine de delalet ediyorsa bu durumda hayırseverlik te takdire şayan bir davranış ve eylem olarak ahlaki olacaktır.

1.4. Hayırseverlik ve Ekonomi

Hayırseverliğin aile merkezli ilgiden ve bireysel iyilikten modern refah devletine uzanan doğrusal geçişi ve seküler yardımseverliğin ve mensuplarının olağanüstü bir çeşitlilik gösteren hayır işlerinin icrası ve kolektif destek için bir araya gelen gönüllü sivil toplum kuruluşlarının gelişmesi bir karma hayırseverlik ekonomisi yarattığı pek çok bilim insanı tarafından vurgulanmaktadır.

Seçilmiş, bürokratik ve kişiler üstü bir yönetimin hüküm sürdüğü modern çağda devletlerin yardım eylemi yanında ulusal ve uluslararası yardım fonları ve buna ilaveten zengin aile şirketlerinin yardım vakıfları, dünya genelinde ve bilhassa Batı’da, küresel çapta bir ekonomiyi oluşturmakta ve oldukça büyük yekûn tutmaktadır.

Söz konusu bu devasa hayırseverlik ekonomisi, gerek büyük yardım organizasyonlarının ve gerekse pazarlama, psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, antropoloji ve ekonomi dâhil olmak üzere farklı disiplinlerin bakış açılarından hayırseverliği inceleyen akademik çalışmaların da dikkatini çekmektedir.

Bu araştırmanın da önemli konuları arasında yer alan hayırseverlik ekonomisi ele alınmış, hayırseverliğin, ekonomik anlamda bu dikkat çekici boyutuna değinilmek istenmiştir.

1.4.1. Hayırseverlik Ekonomisinin Küresel Görünümü

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Gündemi (SDGs), hayırseverliğin küresel zorluklarla mücadelede daha büyük bir rol oynamasını istemektedir. Çeşitli ülkelerdeki 100'den fazla özel hayırsever vakfı inceleyen Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) bir araştırmasında SDGs'lere yönelik hayırseverlik faaliyetlerinin temel olarak genel sağlık ve eğitim konularına (%62) odaklandığını, bunun ardından da tarım, ormancılık ve balıkçılık (%9), hükümet ve sivil toplum (%8) gibi ilgi alanlarının geldiğini ortaya koymaktadır. Yardımların ana alıcıları Afrika (%29) ve Asya (%16) ülkelerdir, ancak yardımların yalnızca üçte biri en az gelişmiş ülkeler olarak sınıflandırılan ülkelere yönlendirilmekte ve ödeneğin üçte ikisi ise orta gelirli ülkelere gitmektedir (OECD, 2017).

Birçok ülkede hayırsever faaliyetler vergi sübvansiyonları ile desteklenmektedir. Daha iyi verilere sahip olunan ülke olan Amerika Birleşik Devletleri'nde, hayırsever hediyeler, Amerikan hane halkı için ortalama 2.200 ABD dolarının üzerinde olan bağışlarla GSYİH'nın yaklaşık %2'sine (2016'da yaklaşık 400 milyar ABD doları) karşılık gelmektedir (Andreoni, 2015).

Hudson Enstitüdeki Küresel Refah Merkezi (CGP), gelişmekte olan ülkelere verilen küresel hayırseverliğin 2006'da 42 milyar dolardan, 2014'te 64 milyar doların üzerine çıktığını tahmin etmektedir (Grafik 1).

2014 yılında ABD, toplam hayırseverlik ekonomisinin yaklaşık %70'ini oluşturmuştur. Bunu, İngiltere (%8), Japonya (%7) ve Almanya (%3) izlemiştir. Genel olarak, en büyük 10 bağışçı ülke, gelişmekte olan ülkelere verilen toplam yardımların %95'ini oluşturmaktadır. Toplam hayırseverlik oranının %1,1'i ile İsviçre, bu sıralamada, Hollanda'dan hemen sonra ve Güney Kore'den önce yer almaktadır (Grafik2).

Hayırseverlikteki bu farklılıklar genelde ekonomik boyuttaki farklılıklardan etkilenmektedir. Örneğin, yaklaşık 17 trilyon dolarlık GSYİH ile ABD ekonomisi İsviçre ekonomisinin yaklaşık 25 katıdır. Gelişmekte olan ülkelere GSYİH ile yapılan bağışların ölçeklendirilmesi, ABD ve İngiltere'yi sırasıyla %0,25 ve %0,16 ile en büyük

bağışçı olarak bırakırken, aynı zamanda İrlanda, Belçika ve İsviçre gibi küçük ülkeleri de Japonya ve Almanya gibi daha büyük ekonomilerin önüne taşımaktadır (Grafik 3).

Hayır Kurumları Yardım Vakfı'nın (CAF) verilerine göre, 2014 yılında hayırsever bağışların GSYİH'nin %1,4'ünden fazlasını oluşturduğu ABD ilk sırayı alırken; bunu, Yeni Zelanda ve Kanada (her ikisi de GSYİH'nin %0,8'ine yakın) ve ardından İngiltere, Kore ve Singapur takip etmiştir (Grafik 4).

1.4.2. ABD'de Hayırseverlik Ekonomisi

ABD'de hayırsever bağışlar, 1990'da 133 milyar dolardan 2016'da yaklaşık 400 milyar dolara çıkmıştır. Bununla birlikte, GSYİH'nin payı olarak, bağışlar son yıllarda %2,5'ten %2'ye düşmüştür (Grafik 5). 2017'de hayırsever bağışlara ilgi devam etmiş ve 410 milyar dolara yükselmiştir (<https://givingusa.org/giving-usa>).

Bağışların %70'inden fazlası bireylerden, %15'i vakıflardan, %8'i miraslardan ve geri kalan %5'i ise şirketlerden gelen bağışlarıdır (Grafik 6). Alıcı sektörler açısından, bağışların yaklaşık üçte biri dinî kuruluşlara yönlendirilmektedir. İkinci ve üçüncü en büyük alıcılar, ihtiyaç sahibi insanlara doğrudan yardım sağlayan gıda bankaları ve evsiz barınakları gibi yardım kuruluşları olan eğitim kurumları ve insan hizmetleridir. Vakıflar, bağışların %10'unu, sağlık kurumları ise %8'ini toplamaktadır. Son olarak, bağışların yaklaşık %6'sı uluslararası işler için ve %5'i ise sanat ve kültür alanlarındaki faaliyetler için ayrılmıştır (Grafik 7).

Vakıflar, ABD'nin verdiğinin yalnızca %15'ine katkıda bulunurken; bazıları, özellikle de çok büyük varlığa sahip bir grup vakıf, yaklaşık 1 trilyon dolara yakın varlığa sahip oldukları için hayırsever faaliyetlerin önemli aktörleridir. ABD'deki en büyük 50 vakfın her birinin 2 milyar ABD dolarını aşan varlıkları vardır. Ayrıca, ABD'nin en büyük 5 vakfı, 10 milyar ABD dolarının üzerinde bir değere sahip olup, Gates vakfı 40 milyar ABD doları eşliğinin üzerindedir (Grafik 8). 2014 yılında, orta büyüklükteki vakıflar bağış ve yardımlar için 700.000 ABD doları ayırırken; en büyük 10 vakıf yaklaşık 8 milyar ABD doları bağış yapmıştır (Grafik 9). 2016 yılında ise Gates Vakfı 4,3 milyar ABD doları hibe yapmıştır (Monnet ve Panizza, 2017: 7).

1.4.3. Avrupa’da Hayırseverlik Ekonomisi

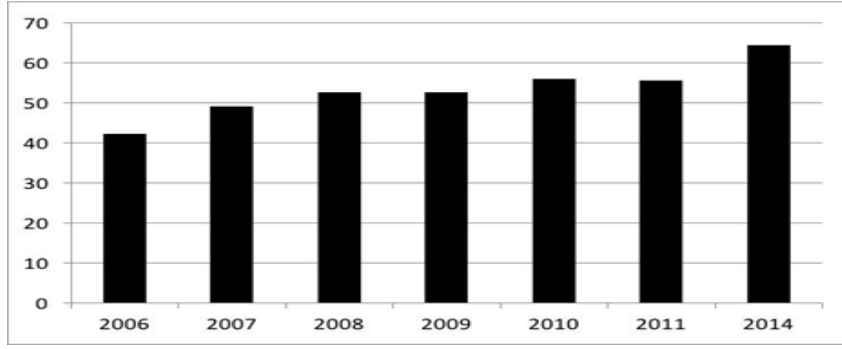
Avrupa’da hayırseverliğin doğuşu, Musevi-Hristiyan yardım geleneği ile beslenen Ortaçağ’a kadar dayanmaktadır (CERPhi, 2015).

Avrupa hayırseverliğinin modern şekli ise 20. yüzyılın ikinci yarısında, refah devleti modelinin yaygın olduğu, sosyal güvenlik, sağlık hizmeti, eğitim ve kamu yararı için altyapı geliştirmek gibi sosyal sorumluluk ve sivil bilinçlenmenin yaygınlaştığı bir dönemde gelişmeye başlamıştır. Son zamanlarda ise Avrupa’nın hemen hemen her yerinde vakıf sektörünün geliştiği ve yaygınlaştığı görülmektedir. Buna ek olarak Avrupalı hayırsever veya bağış yapanların hayırsever portrelerinde de farklılıklar göze çarpmaktadır (CERPhi, 2015).

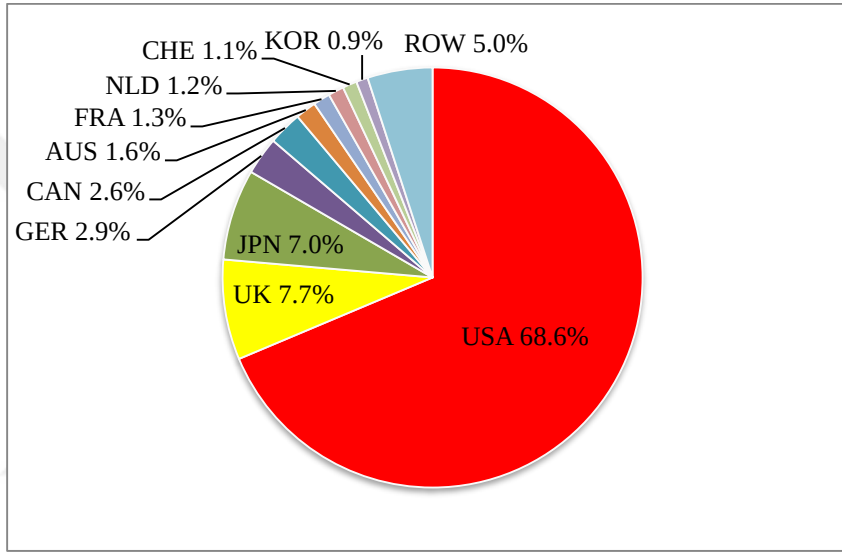
Avrupa’da hayırseverlik sektörü, toplam yardım açısından ABD’dekine kıyasla daha küçüktür. Ancak vakıf sayısı açısından daha büyüktür. 23 ülkeyi kapsayan ve yaklaşık 7.500 vakıf ve hibe üreticisi içeren gayri resmi bir ağ olan Avrupa’daki Bağışçılar ve Vakıflar Ağı (DAFNE)’na göre, Avrupa’da faaliyet gösteren yaklaşık 141.000 vakıf varken, ABD’de ise 85.000 vakıf faaliyet göstermektedir. Almanya, İtalya ve İngiltere’de yaklaşık %90, Belçika’da %85 ve Fransa’da yaklaşık %60 olmak üzere Avrupa vakıflarının büyük çoğunluğu aile vakıfları iken; ABD’deki aile vakıflarının oranı daha düşük olup %50’den az bir orana tekabül etmektedir (The Economist Intelligence Unit).

The Economist Intelligence Unit’in raporuna göre Avrupa’da oldukça yüksek gelire sahip zengin ailelerin ömür boyu bağış ve yardım yapmalarının varlıklarının yaklaşık sadece %12’sini tüketeceği tahmin edilmektedir.

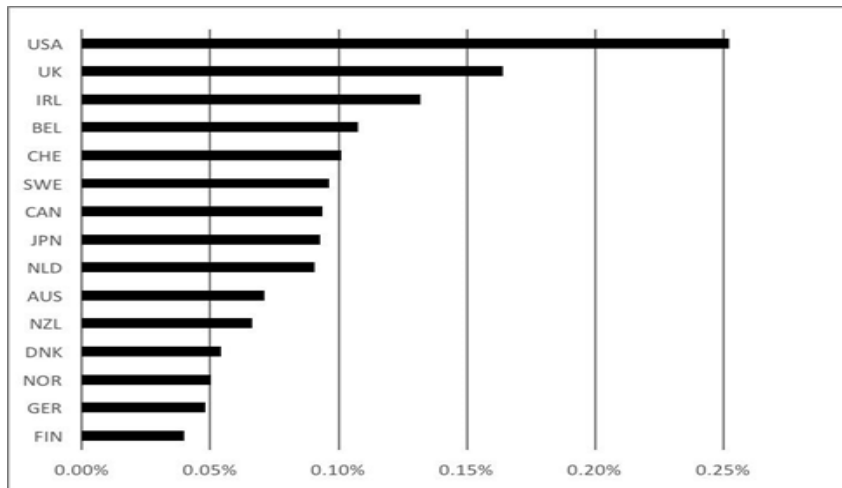
Avrupa’da bin kişi başına düşen vakıflar bakımından, Liechtenstein, Macaristan, İsviçre, İsveç ve Norveç ilk beş ülke arasında yer almaktadır. Kişi başına neredeyse bir vakıf düşen Liechtenstein vakıf ve STK’laşma bakımından Avrupa’da önde gelen ülkedir. Diğer dört ülke bin kişi başına düşen vakıf sayısı olarak 13 ila 21 vakıf arasında değişmektedir. En büyük beş Avrupa ülkesinde bin kişi başına en az 3 vakıf düşmektedir (Almanya’da 2,5, İngiltere ve İspanya’da 1,9, İtalya’da 1,1 ve Fransa’da 0,6) (Grafik 10).

Grafik 1. Gelişmekte Olan Ükelere Yapılan Toplam Hayırsever Bağışlar (milyar \$)

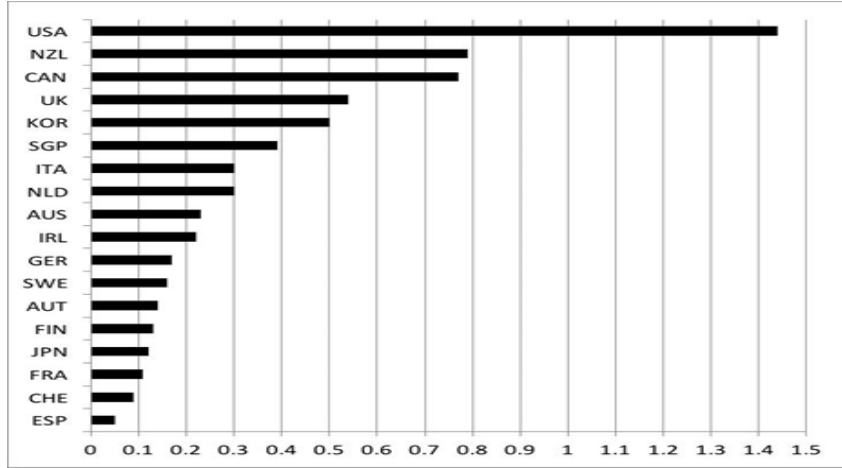
Kaynak: The Center for Global Prosperity, Hudson Institute.

Grafik 2. Gelişmekte Olan Ükelere Yapılan Hayırsever Bağışların Ülke Payları

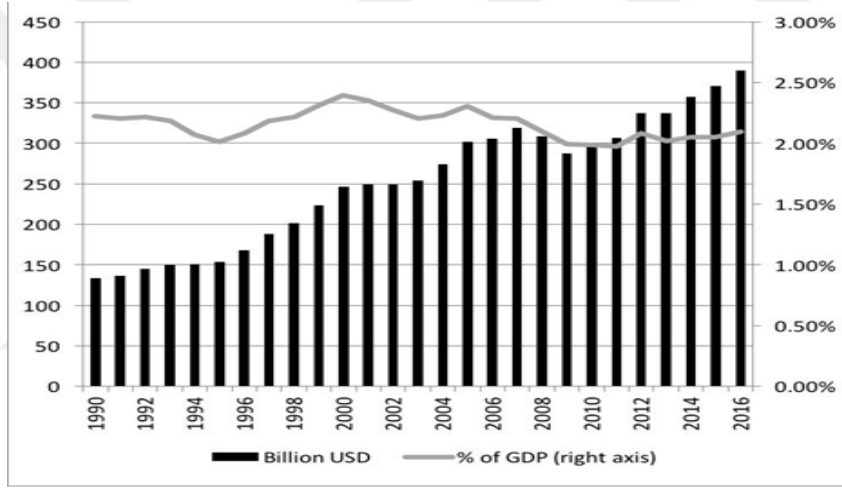
Kaynak: The Center for Global Prosperity, Hudson Institute, (2014).

Grafik 3. Gelişmekte Olan Ükelere Bağış Veren Ülkeler ve Yüzdelik Paydası

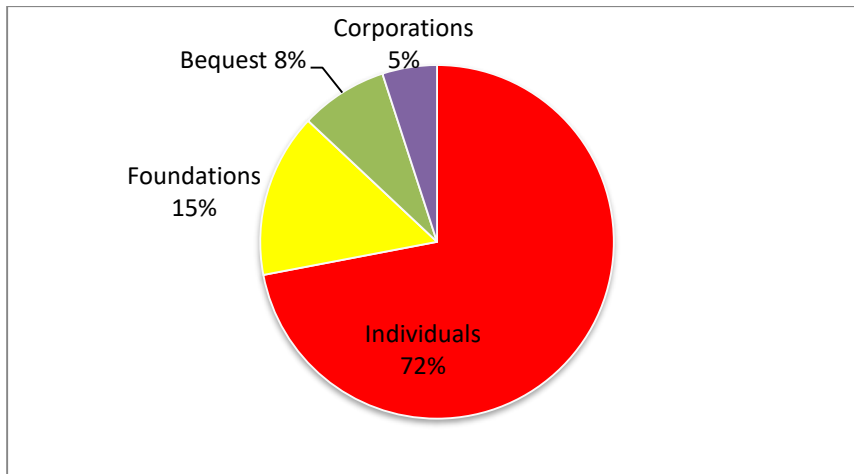
Kaynak: The Center for Global Prosperity, Hudson Institute, (2014).

Grafik 4. GSYİH'nın Yüzdesi Olarak Toplam Hayırsever Bağışlar (2011-2014 arası)

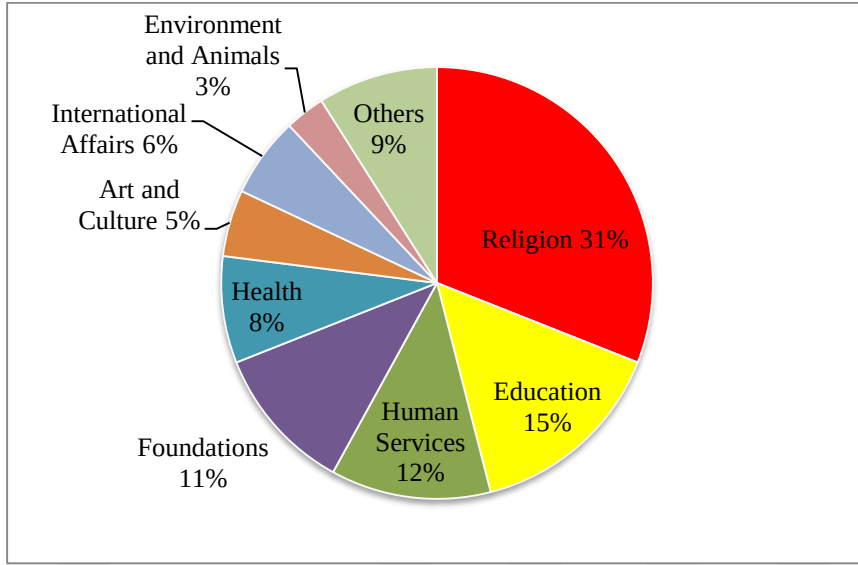
Kaynak: Charities Aid Foundation (CAF) data, (<https://www.cafonline.org>).

Grafik 5. ABD'de Hayırsever Bağışlar

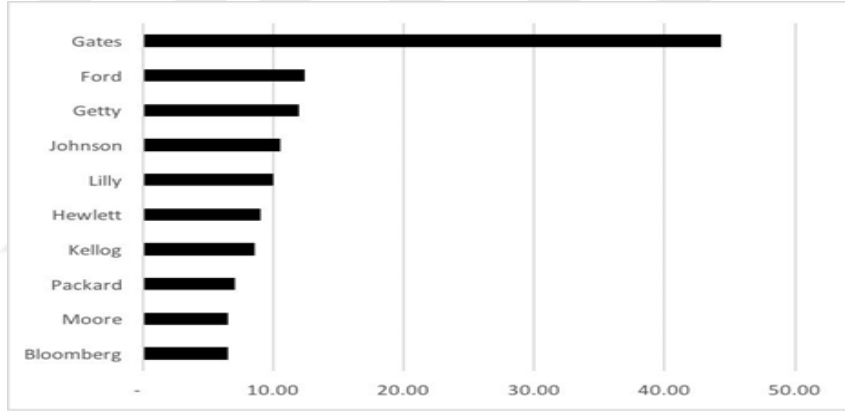
Kaynak: US Giving Data.

Grafik 6. ABD'de Hayırsever Bağış Kaynakları

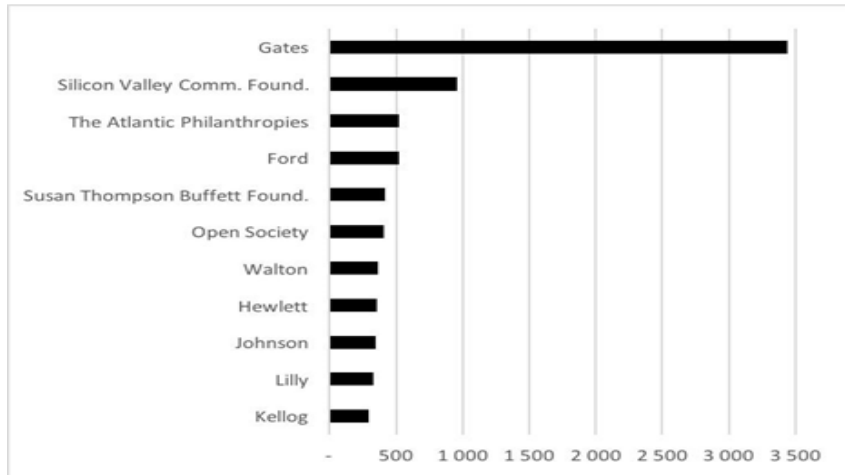
Kaynak: US Giving Data, (2016).

Grafik 7. ABD’de Hayırsever Bağış Alıcıları

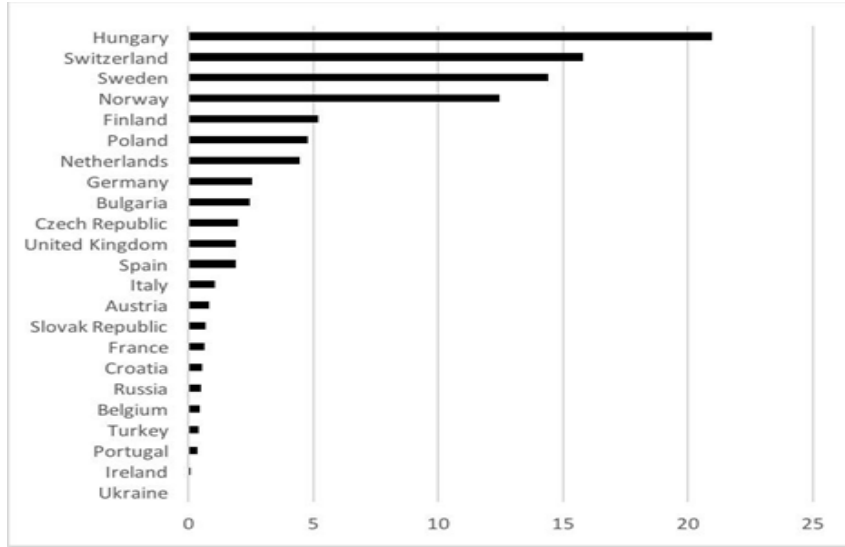
Kaynak: US Giving Data, (2016).

Grafik 8. Varlıkları İtibariyle ABD’deki En Büyük 10 Vakıf (Milyar ABD Doları)

Kaynak: Foundation Center Data, (2014).

Grafik 9. ABD’de Bağış Yapan En Büyük 10 Vakıf (Milyon ABD Doları)

Kaynak: Foundation Center Data, (2014).

Grafik 10. Avrupa Vakıflarının Yoğunluğu (1000 Kişi Başına Düşen Vakıf Sayısı)

Kaynak: DAFNE data, (<https://dafne-online.eu>).

1.4.4. Türkiye’de Hayırseverlik Ekonomisi

Türkiye’de vakıf ve STK’ların gelirleri ile ilgili olarak TÜSEV’in 2014 yılı verilerine göre 10.036.313.279,27 TL’lik toplam gelire sahip olan STK’ların en büyük gelir kaynakları yaklaşık %40’lık bir oranla bağış gelirleridir. Vakıfların toplam geliri ise 15.619.000.000 TL olup, bunların da en büyük gelir kaynağı yine bağış gelirleri olmaktadır (TÜSEV, 2014).

Yine aynı verilere göre faal dernek sayısı 104.066, vakıf sayısı ise 5000 civarındadır. Türkiye nüfusunun yaklaşık %13’ü dernek üyesidir. Ülke nüfusu göz önünde tutulduğunda her 750 kişiye bir dernek düşmektedir (TÜSEV, 2014).

2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu’nun 6. maddesi uyarınca kamu yararına çalışan dernek, kurum ve vakıflardan izin almadan yardım toplayabilecek olan vakıfların sayısı ise 21’dir (<https://sivilalan.com>).

CAF’ın 2017 yılı raporuna göre, en çok yardım eden dünya ülkeleri sıralamasında Türkiye %20’lik dilimde 131. sırada yer alırken, %59’luk orana sahip olan Endonezya en yardımsever ülke sıralamasında birinci olmuştur. 2016 yılına kadar ilk sırada bulunan ABD bu yeni raporda zirveyi Endonezya’ya bırakmıştır (CAF, 2017).

İlk kez Capital Dergisi tarafından 2012 yılında hazırlanan “*Türkiye’nin Gönlü Zengin 50 İş İnsanı Araştırması*” Türkiye’de zengin aile vakıflarının bağış miktarlarını gözler önüne sermektedir. Son on yıl içerisinde yapılan toplam bağış miktarına göre yapılan sıralamada Türkiye’nin Gönlü Zengin 50 İş İnsanı listesinde ilk sırayı Mustafa

Koç almıştır. İkinci sırayı, 762 milyon TL'lik bağış tutarıyla Bilkent Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Doğramacı izlemiştir. Fiba Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hüsnü Özyeğin ise 675 milyon TL'lik bağış miktarıyla 3'üncü sırada yer almıştır (<https://www.capital.com.tr>). Dergi, 2016 yılında araştırmasını güncelleyerek bağış tutarlarını ve Türkiye'nin hayırsever zenginlerinin yeni portresini sunmuştur (Bkz. Şekil.3, s.128).

1.5. Hayırseverlik ve Yoksullukla Mücadele

İnsanlığın kadim sorunlarından biri olan yoksulluk günümüz dünyasında da toplumların üstesinden gelmekte zorlandıkları temel sosyal problemler arasında yer almaktadır. Küresel niteliğe kavuşan yoksulluk, karmaşık ve çok boyutlu bir toplumsal sorun olarak karşımızda durmaktadır. Küreselleşme, modernleşme ve kapitalizmin getirdiği yenilikler ve sunduğu kolaylıklar gündelik ve sosyal hayatı daha rahat yaşanılır kılarken; diğer taraftan, eşitsizlikleri üreten sistemler olarak da yoksulluğun çok katmanlı hale gelmesinde önemli derecede etkili unsurlar olmuşlardır (Aytaç, 2013a: 9).

Kapsamı, şiddeti, temsilcileri ve yaşanıldığı yeri hızlı ve sürekli değişebildiğinden yoksulluk olgusunun görüldüğünden daha karmaşık ve dinamik bir yapısı ve özelliği vardır. Belki de bu nedenledir ki genel kabul gören bir tanımının yapıldığı pek söylenemez. Fakat genel anlamda bir sosyal, kültürel, ekonomik ve politik mahrumiyet durumunu karşılayan bir kavram olarak tanımlayabiliriz (İlhan, 2013: 169; Açıkgöz, 2013b: 378).

Yoksulluk deyince akla ilk gelen şey genellikle maddi imkânı olmayanlardır. Yani paradan yoksun kişilerdir. Paradan yoksun olmak ise doğrudan ekonomik ilgiye işaret etmektedir. Bu tek yönlü ilgi yoksulluğu tanımlamada ve açıklamada yeterli olacak mıdır? sorusunu tartışma konusu yapmaktadır. Ekonomik ilgi temelli bir tanımlama eski dönemler açısından yeterli gibi görünse de içinde yaşadığımız yeni dönem açısından bakıldığında ve de yoksullukla ilgili yapılan araştırmaların verileri, ekonomik durumlara bağlı olarak yapılan tanımlamaların yetersizliğini ortaya koyduğu görülmektedir.

Yoksulluk, kimi zaman paradan yoksunluk, kimi zaman tedavisi şart kronik bir hastalık, kimi zaman bazı insanların ve kesimlerin tercih ettikleri ortak bir yaşam kültürü, kimi zaman modern kapitalist sistemin yapısından kaynaklanan yapısal bir sorun, kimi zaman işsizlik ve ekonomik krizlere bağlı olarak ortaya çıkan geçici bir

durum şeklinde tanımlanmış ve çeşitli tartışmaları beraberinde getirmiştir (Açıkgöz, 2013a: 30).

WB, IMF ve UNDP gibi uluslararası kuruluşlar yoksulluğu bir hastalık gibi değerlendirip uluslararası ve ulusal düzeyde hükümetlerle işbirliği yaparak çeşitli kalkınma hedefleri projeleri çerçevesinde problemin çözümüne yönelik adeta reçeteler sunmaktadırlar. Bu da yoksulluğun hastalık olarak kabul görülmesine neden olmuştur (Açıkgöz, 2013a: 30; Rahnema, 2009: 314).

Yoksullukla ilgili temel görüşlerden bir kısmı ilk olarak Oscar Lewis'in (1959) ileri sürdüğü "yoksulluk alt kültürü" tanımlamasına dayanmaktadır. Yoksulluk alt kültürü tanımlaması, Lewis'in, Porto Rikolu ve Meksikalı yoksul aileler üzerine yapmış olduğu alan çalışmalarına dayanmaktadır. Lewis, yoksulluğu, kendi çerçevesi içinde ve rasyonel olarak, ailede kuşaktan kuşağa aktarılan ve kabullenilmiş bir yaşam şekli olarak nitelemektedir. Oysaki yoksulların çoğu, kendileri dışında cereyan eden durumlardan dolayı yoksul duruma düşmektedir. Dolayısıyla Lewis'in yoksulluk alt kültürü savındaki gibi yoksulluğun tercih edilen bir yaşam biçimi olarak görülmesi ve genele izafe edilmesi doğru gözükmemektedir.

Bir diğer konu yoksulluğun toplumsal yapı ve sistemlerden kaynaklı bir sorun olduğudur. Burada özellikle kapitalist sisteme gönderme yapılmaktadır. Bir toplumdaki toplumsal yapıyı oluşturan değerler, gelenekler, kurumlar, ekonomik ilişkiler, sosyal statüler ve benzeri ögeler yoksulluğun ortaya çıkmasında belirleyici unsur olabilmektedir. Örneğin, sermaye sahiplerinin çıkarlarına yönelik kâra dayalı bir ekonomik sistem olan kapitalist sistem yapısı gereği hem aşırı zenginlik hem de sürekli yoksulluk üretmektedir. Ancak bu durum sadece kapitalizme özgü değildir. Kapitalist olmayan toplumlarda da toplumsal yapı ve sistem yoksulluğun ortaya çıkmasına veya devam etmesine neden olabilmektedir (Başkaya, 2004; Açıkgöz, 2013a: 32). Açıkgöz (2013a: 33) buna, dinsel inançlar ile iç içe geçen geleneksel değerlerin hala önemini koruduğu Bangladeş'teki yoksullukla mücadele yöntemini örnek olarak vermektedir.

Yukarıda anlatımlarını yaptığımız yoksulluk sorunlarını düşündüğümüzde bu durumda "yoksulluk nasıl çözülebilir ve hayırseverliğin rolü nedir?" sorusuna yanıt aramamız gerekiyor. Yoksulluğun ciddi bir toplumsal sorun olarak görülmediği eski zamanlarda bile, özellikle İslam toplumlarında ihtiyaç sahibi insanlara ve dezavantajlı kesimlere yönelik yardım faaliyetlerinin yürütüldüğü vakıf çalışmaları görülmektedir. Ayrıca, zekât, sadaka, fitre ve bunlar dışındaki gönüllü bağışlar ile yardımlaşma ve

dayanışmaya atıfta bulunan dinî emir ve tavsiyeleri kendilerine şiar edinmiş kişiler ve vakıf çalışanları başta yoksullar olmak üzere alt tabakadaki toplumsal kesimlerin hak ve taleplerini de hesaba katarak bu önemli yükümlülüğü üstlenmişlerdir. Diğer yandan toplumun ileri gelenleri, zengin aileler, meslek örgütleri, din adamları toplumdaki ihtiyaç sahibi kişilere karşı kendilerini sorumlu hissetmişler ve yardımlaşma yoluyla toplumsal dayanışma ve bütünleşmeye katkıda bulunmuşlardır (Singer, 2012: 208-209; Açıkgöz, 2013b: 380).

Batı'da ise sağlıklı bir toplumu zedeleyen unsurlar olarak görülen yoksul kesim toplum dışında tutulmaya ve de dışlanmaya maruz kalmıştır. Sanayileşme sonrası ve modernleşmenin ivme kazandığı dönemde batılı ülkelerde varlıkları iyice hissedilmeye başlayan yoksul kesim ve yoksulluk sorunu için çözüm arayışları daha çok ikinci dünya savaşı sonrası yıllarda gündeme girmeye başlamıştır.

Batı'da, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ilk olarak yoksullukla mücadele etmeyi ve bir sosyal güvenlik ağı oluşturmayı hedefleyen refah devlet politikalarının varlığı göze çarpmaktadır. 1980'den sonra neoliberal politikaların etkisi ile refah devleti politikalarında zayıflamalar başlamış, ulus devletler birçok hizmetten vazgeçerek özel sektöre devretmiştir. Yoksullukla mücadeledeki ikinci grup politikalar ise, iktisadi büyümenin sağlanarak işsizlik sorununun azaltılması ve böylece yoksullukla mücadelede çözüm arayışlarını amaçlayan politikalar (Açıkgöz, 2013b: 383; Gürses, 2007: 60).

2000'li yıllardan itibaren yoksullukla mücadele için çeşitli stratejilerin geliştirilmesi ve uygulanması yoğunluk kazanmış, ülkelerin sosyal devlet, refah devleti olma yönündeki çabaları yoksullukla mücadele de yeni stratejilerin ve uygulamaların yaygınlık kazanmasını sağlamıştır. Öncelikle devletler, yoksullukla mücadeleyi, kalkınma politikaları içine almışlardır. Sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıf ve dernekleri oluşturmuşlardır. Bu vakıf ve derneklerin fonları ile yoksulların, ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçları maddi ve ayni olarak karşılanmaya çalışılmıştır. Ancak gün geçtikçe artan nüfus, devletlerin ve kurumlarının yoksullukla mücadelede yeterli olamayacağını da göstermiştir. Bu nedenle toplumun genelinin, yardımlaşma ve dayanışma konusundaki hassasiyetlerinin ve ilgilerinin artırılması ve bu yolla sivil örgütlenmelerin daha çok sayıda oluşturulması ve desteklenmesini gerekli ve önemli kılmıştır. Devletlerin yardım kurum ve kuruluşları ile birlikte sivil organizasyonlar, gönüllü yardım kuruluşlar ve buralara maddi ve manevi imkân ve güçlerini kullanan

gönüllü yardımsever vatandaşlar, yoksulluk ve diğer önemli toplumsal sorunlarla mücadelede önemli roller üstlenmektedirler (Açıkgöz, 2013b: 402-405; Gürses, 2007: 70-72; Gündüz, 2006: 48-52; Aktan ve Vural, 2002).

Yoksullukla mücadeleye çözüm arayışlarının önemli bir katkı ayağı da akademiadır. Yapılan pek çok bilimsel araştırma sonuç ve önerileri yoksullukla mücadele stratejileri için önemli bir veri sağlamaktadır.

Bireysel, örgütsel veya kamusal şekillenmelerle daha yoğun bir şekilde yardım faaliyetlerinin sürdürüldüğü günümüz dünyasında yoksulluk ve işsizlik gibi sorunların devam ediyor olması şaşırtıcıdır. Bunu en genel ifadeyle mevcut toplumsal sistemler ile yardım faaliyetleri ilgili uygulamaların yetersizliği olarak açıklamak mümkündür.

Kapitalist sistemin adil olmayan eşitsiz gelir ve ücret dağılımı artık hemen hemen tüm dünya ülkelerini sarmış durumdadır. Bu durum, yoksulluğun hala artan şekilde devam ediyor olmasının başat nedeni olarak kabul edilebilir. Diğer yandan, lüks yaşam tarzı ve isteği, tüketim çılgınlığı, aşırı ve lüks beslenme, toplumun orta, düşük ve alt sınıflarından tecrit edilmiş gösterişli mekân ve konutlarda hayat sürdürme, alış-veriş faaliyetlerinin lüks ve büyük Plaza ve AVM'lerde gerçekleştirilmesi, düşük gelirli sınıfın, hatta orta sınıfın bile alım gücünün üstünde fiyat arzları ve daha çokça sayılabilecek pek çok kapitalist kültür ürünleri, yoksulluğun ve ona endeksli sorunların çözümüne katkısını kırmakta, zayıflatmaktadır.

Sonuç olarak modern kapitalist sistemin, iş bölümü, ihtisaslaşma ve sermaye ilişkilerinin bir sonucu olarak *mutlak, göreceli, insani* veya *kentsel* gibi ne türden olursa olsun her türlü yoksulluk günümüzün önemli problemi haline gelmiştir. Yoksulluk ve yoksulluk endeksli diğer toplumsal sorunlara çözüm arayışları, sivil toplum görev ve bilincinin insanlara aşıladığı sosyal sorumluluk ve sosyal adalet güdüsünün arttırıcı ve pekiştirici gücü olarak hayırseverlik davranış ve bilincini daha da tetikler hale getirmektedir.

1.6. Hayırseverlik ve Sivil Toplum Kuruluşları

Geleneksel ya da bireysel hayırseverlik ile günümüz hayırseverlik anlayışını birbirinden ayıran önemli unsurlardan biri de günümüz toplumsal ve ekonomik sorunlarına çözümler üretebilmek adına yardım ve bağış faaliyetlerinin daha büyük örgütlenmeler yoluyla (kurumsal olarak) yapılıyor olmasıdır.

Modernleşmenin, küreselleşmenin ve demokratikleşmenin bir bileşkesi olarak sivil toplum anlayışının tezahürü sivil olma bilincinin oluşmasına bu ise toplumsal sorunlara duyarlı olmak bakımından sosyal sorumluluk ve sosyal adalet bilincinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Günümüz toplumlarının demografik büyümeleri sorunların da büyümesine yol açmıştır. Derinlik ve uzunlukları artan, sığası genişleyen genel toplumsal sorunlar kolektif birlikteliği ve çalışmayı zorunlu hale getirmektedir.

Daha iyi bir yaşam, toplumsal refah, ekonomik ve sosyal güven, yoksulluk ve zenginlik bakımından bireyler ve sınıflar arası aralığın açılmasının önüne geçilmesi gibi faktörler insanların birbirilerine daha fazla yardımcı olmalarını, kısacası hayırsever, yardımsever donatılarının güçlü olmasını adeta zorunlu kılmaktadır. Sorunların büyüklüğü ve çoğunluğu bireysel gücü aşmaktadır. Bu nedenledir ki, pek çok toplumsal alanda olduğu gibi yardım faaliyetleri de çözüm odaklı düşünüldüğünde örgütselliği (organize olmayı) gerekli kılmaktadır.

Hayırseverlik, günümüzde, geleneksel özelliğini devam ettirse de daha çok örgütsel anlamda devam eden sosyal bir kurumdur. Bu yönüyle hayırseverlik salt anlamda basitçe bir yardım etme davranışı olarak görülmemelidir. Böyle bir sosyal kuruma zenginlerin katkısı ayrıca önemlidir. Yardımların büyük oranda ve bir kanalda toplanması bakımından kurumsallaşma daha da önemli hale gelmektedir (Ostrower, 1995: 8).

Ostrower (1995: 9), zenginlerin çoğunluğunun bireylere direk olarak bağış ve yardım yapmaktan ziyade kâr amacı gütmeyen gönüllü yardım organizasyonlarına yöneldiklerini ve bunun çağdaş elit hayırseverliğinin doğasında var olan bir durum olduğunu belirtmektedir. Kısacası, elit hayırseverliği, doğası gereği kurumsaldır.

Hayırseverliğin kurumsal yönünü ifade eden toplumsal örgütlenmeler, kimi zaman üçüncü sektör olarak ta tanımlanan vakıflar, dernekler, STK'lar, gönüllü yardım organizasyonları vb. örnekler adı altında toplanmaktadır. Şimdi, bunlar ve faaliyetleri hakkında kısaca bilgi verelim.

1.6.1. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşları, küreselleşme çağının politika oluşturan aktörlerinden biridir. Bu önemi, özellikle, toplumları yönlendirme konusunda önemli aktörlerden biri olmasından kaynaklanmaktadır (Talas, 2011: 391).

ABD’de gönüllü kamu örgütleri (public voluntary organizations) şeklinde adlandırılan, İngilizce’ de Non Governmental Organizations (NGOs) olarak kullanılan kavramın Türkçe’ deki karşılığı ise sivil toplum kuruluşları (STK)’dır. Bu kavram, katılım veya temsilen hükümete dâhil olmayan doğal ve yasal şahıslar tarafından yaratılan hükümet dışı örgütler şeklinde ifade edilmektedir (Güneş, 2004: 1).

Devlet dışı sivil örgütlenmelerin tarihsel olarak eskiye dayandığı gerçeği yanında aslında İkinci Dünya Savaşı sonrasında ve özellikle küreselleşmenin, modernleşmenin, çoğulcu demokratik katılım anlayışının gelişimine bağlı olarak STK’ların önem kazandığı söylenebilir (Mostashari, 2005; Talas, 2011: 391).

Sivil örgütlenmenin günümüz gelişmiş toplumlarında yaygın ve etkin olmasının bir başka sebebi ise demokratik haklar, sosyal sorumluluk, sosyal adalet gibi sivil toplum anlayışını destekleyen toplumsal bilincin, kentleşmenin olduğu, kentlilerin ve kent kimliklerinin ortaya çıktığı bir ortamda meydana geliyor olmasıdır. Bu bakımdan kentleşme ve kentlilik, sivil örgütlenmenin önemli unsurlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Talas, 2011: 393; Atar, 1997: 99).

Çeşitli sosyal, politik ve ekonomik sorunlar üzerine odaklaşan ve farklı alanlarda faaliyet gösteren ve günümüzde giderek yaygınlaşan STK’ları, gönüllü üyeliğe dayalı ve topluma hizmet ve siyaseti etkilemeye yönelik resmi olmayan örgütlenmeler olarak ifade etmek mümkündür. Siyasi etkileme boyutunda STK’lar, yerel, bölgesel, ulusal, hatta uluslararası küresel konulara ve sorunlara yönelik faaliyetler gösterebilirler (Keyman, 2004; Gönel, 1998: 2).

Güneş’e (2004:2) göre sivil toplum örgütlerinin tespit edilmiş işlevleri şunlardır:

“1. Kamuoyu oluşturmak yolu ile bireylerin taleplerinin dile getirilmesine yardımcı olmak, 2. Çoğulcu toplum yapısının oluşumunu sağlamak suretiyle piyasadaki metalaşmaya ve egemen piyasa değerlerine karşı dengeleyici bir unsur olmak, 3. Kendi içlerinde oluşturdukları katılımcı ve çoğulcu bir kültürle beslenmiş ve aynı zamanda yönetim deneyimi de edinmiş bireylerin yetişmesini sağlamak, 4. Pilot projeler üretmek, bu projelere kaynak bulmak ya da bu projeleri uygulamaya geçirmek yoluyla eğitim, sosyal refah ve istihdam konularında hükümet politikalarına paralel ya da alternatif sorumluluklar alabilmek.”

STK’ları var eden önemli faktörlerden biri de onların aktiviteleridir. STK’ları yaşatan aktiviteleri; halk sağlığı ve eğitimi aktiviteleri, sağlık krizlerini ortaya çıkarma, ortak sosyal problemler, yoksullukla mücadele, çevre olayları, ekonomik değişkenler, gelişme ve ilerleme çalışmaları, kadın sorunları ve daha pek çok alanda faaliyet gösterenler şeklinde sınıflandırabiliriz. STK’lar, farklı alanlarda çalışan gönüllü

örgütlerden düşünce kuruluşlarına, sosyal hareketlerden vatandaş inisiyatiflerine, hükümet dışı örgütlerden sendikalara ve meslek odalarına kadar geniş bir yelpaze içerisinde hareket eden bir alanı temsil etmektedirler. Sosyal fayda sağlama amacının yanı sıra toplumsal gelişme ile demokratikleşme amacıyla insan hakları, çevre, gençlik, eğitim, sağlık, engelliler, kalkınma vb. gibi farklı alanlarda çalışan farklı örgütlenme modelleri vardır.

1.6.1.1. Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları

Türkiye’de sivil toplum sürecinin tarihsel anlamda yeni sayılması dolayısıyla sivil toplum kuruluşlarının gelişimi ve yaygınlaşması da bu tarihsel gelişim sürecine paralel olarak son dönemlere tekabül etmektedir. Batılı anlamda STK şeklinde bir örgütlenme tarzı ülkemizde son zamanlarda yaygınlık kazanmaya başlamış ancak bu gelişen sürece rağmen batıdaki gibi bir sivil toplum ve sivil toplum örgütlenmesi süreci ve boyutunu yakalamak zor olmuştur.

Eskiden, bilhassa Osmanlı döneminde, güçlü bir şekilde var olan ancak zamanla yozlaşması engellenemeyen vakıflar, kimi zaman bazıları tarafından aksi söylense de bir sivil örgütlenme türü olarak kadim tarihimizin ve kültürümüzün içinde yer almıştır. Dolayısıyla Türk kültüründe bir hayırseverlik olgusundan bahsedilecek ve hayırseverliğin kurumsal boyutuna atıfta bulunulacaksa o zaman hayırseverliğin tarihsel ve kültürel kökenine inme gerekliliği doğmaktadır.

Bu bölümde, ilk olarak eski dönemlerde hayırseverlik kültürü ile onun kurumsal yönü, ikinci olarak günümüz Türkiye’si açısından yeni görünümüne değinilecektir.

1.6.1.1.1. Türk Kültürü ve Tarihinde STK’ların İlk Görünümleri

Türk kültürü ve tarihinde hayırseverlik her zaman toplumsal yaşamın önemli bir parçası olmuştur ve tarih boyunca bu tür faaliyetleri misyon edinmiş bazı sosyal kurumların varlığı güçlü bir biçimde hissedilmiştir. Temelde kolektivist eğilimlere sahip olan toplumlar arasında görülen bu özellik Türk toplumunun da belirgin özellikleri arasında yer alır. Dayanışma, bağlılık ve yardımlaşma gibi normların güçlü olduğu bu toplumlarda özgeci davranışlar ve hayırseverlik faaliyetleri toplumun faydası ve iyiliği için önemli olduğu kadar bu tür normların güçlenmesinde ve bireylere aktarılmasında kayda değer bir sosyal sermaye unsuru olarak görülür (Kıyak, 2017: 2495-2498).

Hayırseverlik kültürünün günümüze aktarılmasında büyük önem arz eden bu kurumların başında Ahilik ve vakıflar gelmektedir. Bu tür kurumların ele alınması ve çalışma konusuna dâhil edilmesi, hayırseverlik faaliyetlerinin Türk toplumundaki öneminin anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

a- Ahilik

Bazı akademik yazılarda ve halk dilinde bir esnaf kuruluşu olarak tanıtılıp bilinse de aslında tarihsel ve sosyal anlamda önemli fonksiyonlara sahip bir teşkilattır. Özünde yardımlaşma ve dayanışma ruhunu taşıyan, toplumsal birliği ve toplumsal yapıyı yeniden tesis eden bu teşkilat beraberinde tasavvuf düşüncesini de içine alan çok fonksiyonlu bir kurum olma özelliği gösterir (Özerkmen, 2004: 59).

Ahi kelimesi Türkçe *akı* kelimesinden gelmektedir. Akı, eskiden Türklerin yiğit, cömert ve yardımsever olarak adlandırdıkları insan tipine verdikleri bir isimdir. Bu cömert ve yardımsever kişilerin mesleğine ise *akılık* adı verilmiştir. Akı ismi tarihi süreçte kelimenin kullanımları ve dönüşümü sonucunda (bugün de bilinen ve tanınan adıyla) *ahi* kelimesi olarak günümüze gelmiştir (Gölpınarlı, 1950: 6; Günay, 1998: 70; Özerkmen, 2004: 60; Kemaloğlu, 2013: 256, Kıyak, 2017: 2495).

Kurumsal olarak Ahilik, “birbirini ve işini seven-sayan, fakiri fukarayı gözeten, onlara yardım eden ve her türlü ihtiyacını karşılayan, çalışmayı ibadet kabul eden ve ahlâkî ilkelere bağlı bir şekilde esnaf ve sanatkârlık yapanların bağlı olduğu teşkilat olarak tanımlanabilir” (Elkatmış ve Demirbaş, 2013: 722).

Ahilik teşkilatının temel ilke ve kurallarını oluşturan fütüvvetnameler ise fütüvvetin amacının, esaslarının, ilkelerinin ve özelliklerinin yer aldığı yönetmelik görevi gören eserlerdir (Ülgener, 2006: 89). Fütüvvetnameler hem ticari hem de sosyal yaşamı düzenler nitelikte özelliklere sahiptirler. Emanete sahip çıkmak, yalan söylememek gibi bazı kuralların yanı sıra, alış-veriş ilişkilerinde alıcılara zarar verecek tutumların önüne geçilmesini sağlayacak ticari ilkeler de mevcuttur (Güvemli, 1995: 399).

Ahiliğin genelde ekonomik ve sosyal olmak üzere iki işlevi vardır. Eğitim ile ilgili faaliyetler sosyal işlevlerinin başında gelmektedir. Mesleki ve ahlâkî olmak üzere iki türlü eğitim faaliyeti yer almaktaydı. Meslek eğitimi iş yerinde ve atölyelerde verilen uygulamalı bir eğitimi kapsamaktadır. Bu eğitimde çırak ustasına bakar, onu izler ve işi öğrenir. Usta ise çırağına, sanatını en ince ayrıntısına kadar öğretmekle yükümlüdür.

Ahlâkî eğitimde ise insanlık, dürüstlük, cömertlik, yardımseverlik gibi toplumsal ahlak, edebiyat, tarih, tasavvuf, musiki, Kur'an okuma dersleri verilmekteydi (Özerkmen, 2004: 74; Mahiroğulları, 2008: 146). Öte yandan, mesleki sorunları çözme ve yönetim yeri işlevleri yanında fakirlerin ve yolcuların yedirilip içirilmesini sağlamak, yolda kalmışların, şehre gelen yabancıların ve kimsesizlerin yardımına koşmak ve konaklamalarına yardımcı olmak gibi sosyal yardım işlevi de vardır (Günay, 1998: 72; Mahiroğulları, 2008: 148). Bu yönüyle ahilik, günümüzdeki sosyal yardım kuruluşlarının devlet dışında ve devletin katkısı olmaksızın sivil toplum örgütü mantığıyla işlev görmüştür diyebiliriz.

Ahilik kültüründe toplumun refahı ve sosyal sorumluluk, önemli ve öncelikli bir ilke olarak kabul edilmiştir. Yeterli ve kaliteli mal ve hizmet üretimi bu kültürün önemli unsurlarıdır. Ahi için üretim sadece bir kazanç yolu değil, işçi, işveren ve müşteri üçlüsü arasında adil ve insani bir paylaşım anlamı taşır. Kazanç, bencilce bir kâr dürtüsü ve acımasız bir rekabet anlayışıyla değil, toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri sağlamaya yöneliktir (Arslan, 2012: 995).

Ahilik felsefesi ve prensibinde insan merkezli anlayış yer almaktadır. Ahilik, Türklere özgü örfler, adetler, misafirperverlik anlayışı, dayanışma, yardımlaşma duyguları etrafında toplumsal yapıya en büyük katkısını insan anlayışı üzerine inşa etmiştir. Dolayısıyla ahiliği ve onun toplumsal, kültürel ve ekonomik işlevlerini anlamak, Türk kültürünün hayırseverlik ile ilgili temellerini anlamak demektir.

b- Lonca Teşkilatı

Kısa adıyla esnaf örgütleri olarak isimlendirilen lonca teşkilatlanması, Osmanlı Devleti döneminde sınırların genişlemesi ve değişen iktisadi yapı ile birlikte gayrimüslim grup ve kesimlerin Osmanlı ticaretinde yer alması ve Ahilik teşkilatının giderek yetersiz kalması gibi nedenlere bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Ahilik teşkilatı sadece Müslümanların oluşturduğu bir örgütlenme idi. Farklı dinlere mensup kişi ve kesimlerin esnaf ve zanaatkârlık alanlarında giderek yaygın şekilde faaliyet göstermeleri ve bu gayrimüslim kesimin arz ve talepleri yeni bir teşkilatlanma sistemi olarak Locaların doğuşuna zemin hazırlamıştır. Yani lonca teşkilatı gayrimüslim ve Müslüman esnafların oluşturdukları bir teşkilat olmuştur (Güler, 2000: 128-129; Güvemli, 1998: 69).

17. yüzyılda İstanbul'daki loncaların üyelerinin %57,9'u Müslüman, %24,4'ü Hristiyan, %1,4'ü Yahudi ve %16,3'lük kısmı ise diğer gayrimüslim esnaf ve zanaatkârlardan oluşmaktaydı (Kuran'dan (2010) akt., Akbaş vd., 2018: 174).

Osmanlı döneminde loncaların bazı yardım sistemleri geliştirdikleri görülmektedir. Yardımların önemli bir kısmı için o dönemlerde *sandık* diye tabir edilen bir yardım sistemi ile yapılmaktadır ki, bunu loncaların kendilerine ait ilk yardım organizasyonu olarak değerlendirmek mümkündür. Loncaların kurdukları sandıklara, *orta sandığı* veya *tevaün sandığı* adı verilmiştir. Sandıkların gelir kaynakları esnaf ve zanaatkârların ödeme imkân ve gücüne bağlı olarak haftada veya ayda bir toplanan bağışlardan ve çıraklıktan ustalığa terfi alanların teşkilata ödedikleri paralardan sağlanıyordu. Sandık yardımları lonca teşkilatının üyelerine hizmet için kullanılmakta idi. Yaşlılık dolayısıyla işini terk etmek zorunda kalmışların geçimlerini sağlamak, hasta ve çeşitli sağlık sorunları olan usta, çırak ve kalfalar ve ayrıca onların benzer durumlardan muzdarip olan yakın çevreleri ve ailelerinin ihtiyaçlarını karşılamak için bu sandıktan faydalanılmaktaydı (Dilik, 1998: 62).

c- Vakıflar

Arapça bir isim olan *vakıf* kelimesi sözlükte “durma, durdurma, hareketten alıkoyma, hapsetme, dinlendirme, alıkoymak” anlamlarında kullanılmaktadır. Terim olarak anlamı ise bir malın sahibi tarafından dinî, sosyal ve hayrî bir gayeye ebediyen tahsisi şeklinde tanımlanmaktadır. Taşınır veya taşınmaz mallarını toplumun yararına tahsis edenlere *vakıf* vakfedilen şeye *mevkuf* adı verilmektedir (Açıkel ve Sağırılı, 2005: 1; Özcan, 2003: 1; Çınar ve Kaya, 2015: 3-4). Kısacası vakıf, herhangi bir mal veya mülkün toplum yararına bağışlanması anlamına gelmektedir.

Günümüzde hayırseverlik, yardımseverlik, diğergamlık, sadaka, vakıf gibi kavramlarla ifade edilen yardımlaşma duygu ve düşüncesi hiç şüphesiz insanın varoluşu kadar eskidir. İnsanın yaratılışından gelen benzer bir takım özellikler dini veya insani ya da her iki düşünce yapısının birlikteliği ile farklı bölgelerde ve toplumlarda uygulama alanı bulmuştur. İnsanlık tarihi boyunca kimi zaman ferdi bir teşebbüs kimi zaman da kurumsallaşarak karşımıza çıkan bu hayır veya yardımlaşma kurumlarına, ilahi dinlerden pagan inanç sistemlerine kadar toplumların çok geniş bir kesiminde rastlamak mümkündür. Farklı din ve toplumlarda farklı şekillerde ve farklı isimlerle karşımıza çıkan iyilik ve yardımlaşma duygusu İslam vakfının menşei başka din ve kültürlerde

arayanlar için bir dayanak noktası olmuştur. Bazı araştırmacılar bu müessesenin ilk çekirdeğini İslam öncesi Arap geleneklerinde, Babil hukukunda, Roma ve Bizans hukukunda ya da Budizm’de olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bazıları ise bunların İslam vakıflarının gelişmesi üzerinde tesiri olabileceğini ifade etmişlerdir. İslam kültür ve tarihindeki vakıf müessesesi, bütün bu kültürden ve hukuk sistemlerinin bazı unsurlarını almış olması muhtemeldir. Ancak şurası da bir gerçektir ki, menşei veya elde ettiği birikim ne olursa olsun yeni hali ile ortaya çıkan vakıf, bir İslam müessesesi hüviyetini almış ve İslam ülkelerinde meydana gelen toplumsal değişmelerde müspet olduğu kadar, bazı dönemlerde de menfi izler bırakmıştır (Yediyıldız, 2012: 480; Çınar ve Kaya, 2015: 4).

Yardımseverliğin bir aracı olan vakıfların İslam dünyasında ilk kez ne zaman ortaya çıktıklarını gösteren herhangi bir yazılı belge veya başka bir kanıt yoktur. İslam dünyasının ilk yıllarındaki vakıf kurma geleneğinin kökenleri daimi ve somut kanıtlardan ziyade tahmini yorumlara dayandırılır. Buna göre, İslam geleneğindeki ilk vakfı Hz. Peygamber kurmuştur. Bir diğer görüşe göre ise ilk vakıf fikri Hz. Ömer’den çıkmıştır. Vakıflardan bahseden eski yazılı belgelere göre ise vakıfların 8. yüzyılın sonları ve 9. yüzyılın başlarında ortaya çıktığı anlaşılmaktadır (Singer, 2004: 18; Açıklık ve Sağır, 2005: 1).

İslam’da inananlara hayırsever olmaları, Müslüman olmanın şartı olan zekât vermeye ek olarak başka yardımlar da yapmaları Kur’an ayetleri ve hadislerde sıkça telkin edilmiştir.

İslam dünyasının hemen hemen her döneminde, her bölge ve her kentinde mevcut olan vakıflar, küçük ölçekli yardım kuruluşlarından halkın refahı ile ilgili büyük projelere, cami ve medreseden tutunuz yol ve köprülerin, mahalle çeşmelerinin inşasına kadar her şeye aracılık ederlerdi. Yine aynı şekilde vakıfların bağış ve yardımlarından (hayırseverliğinden) yoksullar, dervişler, âlimler, öğrenciler ve aile üyeleri de yararlanırlardı (Singer, 2004: 4-5).

İslam kültür ve geleneğinin Türklerin vakıf oluşturmada önemli katkılarının ve etkilerinin olduğu bir gerçektir. Ancak Türklerin İslamiyet’i kabul etmesinden önce de Türklere ait olan bazı vakıfların varlığı bilinmektedir. Türk kültürü ve tarihinde ilk vakıf izlerine Uygur Türklerinde rastlanır. Bazı Batılı arkeolog ve bilim insanlarının özellikle Uygur Türklerinin yaşamış olduğu bölgelerde yaptıkları kazı ve araştırmalar sonucunda edebî, iktisadî, tıbbî ve idarî metinler, vakfiye, vasiyetname gibi vesikalarla,

hususî mektuplara rastlanılmıştır. Doğu Türkistan'da yapılan kazılarda ele geçirilen vakfiyeler Türklerdeki ilk vakıf hüviyetini teşkil etmektedir (Ertem, 2011: 32-33; Özden, 2003: 341).

Günümüze kıyasla eski dönem Türk vakıf sistem ve kültürünün temelinde, iktisadi saikten çok; duygu, maneviyat aramak gerekmektedir. Türk kültür ve düşüncesinin önemli değerleri olan Hacı Bektaş-ı Velî, Mevlânâ, Yunus Emre ve Ahmet Yesevî gibi şahsiyetlerin de sıkça vurguladıkları insana ve tüm varlıklara duyulan sevgi, Türk vakıf geleneğinin temel düşüncesini yansıtmaktadır. Tanrı'ya, insana ve tüm varlıklara duyulan bu sevgi, Türk vakıf düşünce ve anlayışının esasını teşkil eder (Özden, 2003: 344).

İslam dünyasında vakıf kurma hayırseverliğin resmi biçiminin başlıca yolu olarak büyük kabul görmüştür. Kuruluşları ve işletilme biçimleri ile ilgili sıkı yasal kısıtlamalara rağmen vakıflar, dönüşerek/evirilerek gayet esnek ve koşullara uyum sağlayabilen kurumlar halini almışlardır. Yaygın kabul görmeleri kısmen, salt bir yardımseverlik aracı olmalarının yanında, kurucularının başka hedeflerine ulaşmalarını sağlamada yardımcı olmasından kaynaklanmıştır. Bundan dolayı vakıflar bugünün Müslüman toplumlarında da varlıklarını sürdürmektedirler ve vakıf kurma ile ilgili yasal düzenlemeler çoğu yerde anayasaların ve devletlerin hukuk sistemlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Singer, 2004: 18-19).

Osmanlı döneminde vakıflar mal ve mülk sahibi olan Müslüman erkekler ve kadınlar için gönüllü hayırseverlik yapmanın her yerde mevcut ve belli kuralları olan birer aracıydılar. Bununla birlikte Osmanlı Hanedanı'nın üyeleri de hayır işlerini himaye etmek konusunda etkindiler. Bugün bile pek çok şehirde örneklerine rastladığımız vakıf ve imaretler Osmanlı saltanatının birer vasiyetnameleri gibidirler. Cami, medrese, hastane, tekke, imaret, kervansaray, kütüphane, çarşı, hamam ve büyük külliye kent mekânlarının önemli unsurları olarak bugün bile varlığını devam ettirmektedir. Özellikle Hürrem Sultan'ın yaşadığı döneme gelindiğinde Osmanlı'da vakıf kurma geleneği iyice yerleşmiş olup, hanedanın zenginliği, ileri gelenlerin hırsı ve de halkın beklentileri ile iyice güçlenmiştir (Singer, 2004: 5).

Vakıflar sadece Türk İslam dünyasında hayır ve yardımlaşmanın sağlam temellerini atmakla kalmamış, aynı zamanda toplumun kültürel ve eğitimsel gelişimlerinde de anahtar rol oynamıştır. Örnek olarak Türkiye'de yaşayan azınlıklara ait ibadethaneler, kiliseler, havralar, manastırlar, okullar, yetimhaneler, dispanserler,

hastaneler gibi cemaat vakıfları verilebilir. Ancak Müslüman olmayan Osmanlı vatandaşlarına ait müesseselerin tümü padişah fermanıyla kurulmuştur. Bu bakımdan diğer İslami vakıflardan farklılık arz ederler. İslami vakıflar bir vakfeden tarafından vakfiye ile kurulur ve şer'i mahkemelerce de tasdik edilirdi. Cemaat vakıfları teknik olarak tam anlamıyla vakıf değildir. Belli bir malın belli bir gayeye tahsisi vardır ve anonim olarak kurulmuşlardır (Ballar, 2001: 5).

Vakıflar, hayır ve yardımlaşmanın temelini atmakla kalmamış aynı zamanda toplumun kültürel ve eğitimsel gelişimlerinde de önemli rol oynamıştır. Vakıflarca verilen yardım ve hizmetlerde ırk ve din ayrımının gözetilmemesi, toplumsal eşitliğe ve dayanışmaya katkı sağlamıştır (Ballar, 2001: 5).

Vakıfların eğitsel alana yönelik en önemli katkıları medreselere olmuştur. Medreselerin çoğu vakıflar sayesinde kurulmuş ve birçoğu da vakıflar aracılığıyla maddi olarak desteklenmişlerdir. Cumhuriyet döneminde de vakıfların eğitim faaliyetlerine katkılarının devam ettiği görülmektedir. Cumhuriyet döneminde kurulan 5411 yeni vakfın 2250'sinin amaçları arasında eğitim yer aldığı; bunlardan 1500 tanesinin burs, kırtasiye yardımı ve öğrenci yurtları gibi eğitim ve öğretim faaliyetleri yürüttüğü tespit edilmiştir (Atabay, 2012: 100).

Osmanlıdan (özellikle Kanuni döneminden) Cumhuriyete vakıfların faaliyet alanları genişlemiş ve vakfiye benzeri belgeler incelendiğinde vakıfların;

- Eğitim ve öğretim hizmetleri,
- Kültür hizmetleri,
- Yapım, bakım ve yenileme hizmetleri,
- Dinî hizmetler,
- Sağlık hizmetleri,
- Hayri ve sosyal yardım hizmetleri,
- Güvenlik hizmetleri,
- Ulaşım hizmetleri,
- Temizlik hizmetleri,
- Turizmi teşvik mahiyetindeki hizmetler,
- Ekonomik hizmetler,
- Şehircilik hizmetleri,

gibi birçok hizmet alanlarında etkin rol üstlendikleri ve görev icra ettikleri görülmektedir (Bkz. Ertem, 2011; Özcan, 2003).

Kökeninde öncelikle Allah rızası, yardım etme, koruma ve esirgeme duygusu, insanlık sevgisi bulunan vakıflar, yetimlerin, dulların, kimsesiz çocukların ve yoksulların korunması; yollar, kaldırımlar, köprüler, limanlar, barınaklar, kemerler, su yolları, çeşmeler, okullar, kütüphaneler, camiler, mescitler ve hastanelerin yapımı ile bunların bakım ve onarımları; evcil ve doğa hayvanlarını koruma gibi birçok hizmeti sergileyen kültür ve tarihimizin önemli sosyal kurumlarından biridir.

1.6.1.1.2. Günümüz Türkiye'sinde STK'lar

Vakıf dışında düşünüldüğünde ülkemizde, batıdakilerine benzer sivil toplum örgütlenmelerinin gelişimi oldukça yakın zamanlara dayanmaktadır. Bunun sosyal ve siyasal yapı, çoğulcu, demokratik ve sivil hakların elde edilmesinin geç dönemlere tekabül etmesi vb. daha pek çok şekilde sıralanabilecek çeşitli sebeplere dayandırılması mümkündür.

Türkiye'de STK'ları işlevleri, aktivite alanları, kuruluş amaç ve şekillerine göre çeşitli gruplar içerisinde sınıflandırmak mümkündür. Buna göre Türkiye'deki STK'ları; sendikalar, işveren kuruluşları, hizmet ve üretim birlikleri, yerel ve ulusal idari birlikler, kooperatifler, esnaf ve sanatkâr örgütlenmeleri, politik ilgi grupları, sağlık sorunları ve hizmetlerine yönelik örgütlenmeler, çevre ve hayvan koruma birlikleri, dinsel ilgi grupları, gönüllü yardım organizasyonları, ticari birlikler, şeklinde gruplandırmak mümkündür (Talas, 2011: 396; Gönel, 1998: 5-10).

Türkiye'de STK'ların sayısında zaman içinde büyük artışların olduğu, ivme kazandığı görülmektedir. Şöyle ki 90'lı yıllarda ülke nüfusu dikkate alındığında Türkiye'de faal olan STK'ların sayısının batı demokratik ülkelerine göre çok yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu farklılık Avrupa'da özellikle İsveç ile karşılaştırıldığında daha net bir şekilde görülmektedir. İsveç'te örgütsüz olmak ayıp sayılırken ve her İsveçli en az dört derneğe üye olurken ülkemizde 860 kişiye bir dernek düştüğü rapor edilmiştir (Erol, 1995: 63).

2000'li yıllar ve sonrası dönemlerde STK'laşmada önemli yol alındığı bazı araştırma raporlarında görülmektedir. Örneğin, Vakıflar Genel Müdürlüğü ile Dernekler Dairesi Başkanlığı'nın web sitelerinde yayınlanan istatistiklere göre, Ocak 2016'da Türkiye'de 108.748 dernek ve 5.014 yeni vakfın faaliyet gösterdiği; vakıfların en fazla eğitim ve sosyal yardım, derneklerin ise mesleki dayanışma, sportif faaliyetler ile din

hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik alanlarda çalıştıkları tespit edilmiştir (Bkz., <https://www.vgm.gov.tr/>).

Yine bazı raporlar da ise Türkiye’de önceki yıllara kıyasla sivil toplum üyeliğine olan ilgide önemli bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Çeşitli derneklere üye olan kişi sayısının 9 yılda 5,3 milyondan 10 milyona çıktığı, yani iki kat artış gösterdiği belirtilmektedir. Ancak bu rakamın nüfusun sadece %13’ünü oluşturduğu düşünüldüğünde sivil topluma katılım açısından bir değerlendirme yapıldığında bu oranın AB ülkeleri ortalamasının oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir (Ersen, 2016).

1.7. Hayırseverliğin Psikolojik Boyutu

Bireycilik/bireyselleşme ve ileri safhası olarak kabul edilen bencillik, başkasını düşünmeyi ve fedakârlığı olumsuz etkileyen en önemli unsurlardır. Günümüzde bireyin kendi çıkarlarını ön planda tuttuğu, sadece kendini düşünme ve kendini geliştirmenin hedeflendiği, fedakârlığın göz ardı edildiği bir anlayışın hâkim olduğu gözlenmektedir. Özellikle Batı’da ve küreselleşmeyle birlikte giderek tüm dünyada, aileler fonksiyonunu yerine getiremeyen birer sosyal kurum haline gelmektedir. Eğitim kurumlarında, rekabet her şeyin üstünde tutulmakta ve bireyin başkalarını göz ardı ederek sadece kendini geliştirmesi üzerine odaklanılmaktadır. Bütün bunların yanı sıra, modernite-din etkileşiminde insan, dikkatini ve entelektüel eğilimlerini kutsal alandan uzaklaştırarak seküler alana yöneltmektedir (Oliner’den akt., Ayten, 2013: 15). Bu durum, insanların dünyevi hevesler, mal biriktirme gibi hedefler peşinde koşuşturması sürecini hızlandırmaktadır. Günümüzde değerler hiyerarşisi giderek değişmekte; dünyevi, maddi ve bencil değerler birincil düzeye çıkarılmaktadır. Kendisini ve isteklerini her şeyden üstün tutan nesillerin yetiştiğine dair tartışmalar yapılmaktadır. Bu şartların hüküm sürdüğü ortamda *yardımseverlik*, *doğruluk*, *adalet* ve *sorumluluk* gibi prososyal değerler, günümüzde her zamankinden daha fazla sorgulanır hale gelmiştir (Ayten, 2013: 16).

İnsanoğlu doğuştan yardımsever midir yoksa rekabetçi ve egoist midir? gibi sorular pek çok düşünür tarafından ele alınmıştır. Aristo ve Platon gibi ilkçağ filozoflarından tutun, Hobbes, Hume, Smith, Nietzsche ve Freud gibi son dönem düşünürleri dahi, bencillik-diğergamlık ikilemi konusunda fikir üretmişlerdir. Platon ve Aristo’ya göre insan doğal olarak sosyal bir varlıktır. Bu nedenle diğergamlık ve dayanışma insanoğlunun varlığı için gereklidir. Yukarıda isimleri verilen Rönesans ve

sonrası düşünörlere göre insan, genel olarak egoist bir eğilime sahiptir. Fert için kazanç ve rekabet asıldır ve önemlidir. Bu nedenle diğergamlık ve yardımseverlik gibi rekabeti engelleyen prososyal değler, kültürel bir sürecin sonrasında elde edilmiştir (Batson vd., 2005: 486). Diğler yandan bazı biyologlar diğergâmlığın insan genlerinde programlı olduğunu iddia eder. Eğer işbirliği yapmasaydık, bir şeyler almanın yanı sıra vermeseydik, diğler toplumsal hayvanlar gibi yok olabilirdik (Sennett, 2012: 141).

Psikoloji ve sosyal psikoloji alanında gerçekleştirilen ilk çalışmalarda, anti-sosyal davranışların zıddı olarak kullanılan prososyal davranış kavramı, bir başka birey ya da bireylerden oluşan gruba yardım amaçlı yapılan gönüllü davranışlara verilen genel bir isimdir (Eisenberg ve Mussen, 1989: 3). “Toplum yanlısı veya başkasının yararını gözetten davranış” olarak ifade edilen prososyal davranış, karşılıklı veya karşılıksız olarak başkası yararına hareket etmenin ve iyilikseverliğin bütün formlarını kapsar. Başta yardım etme olmak üzere, teselli etme, kurtarma, dürüst davranma, paylaşma ve adil olma gibi davranışlar, prososyal davranışlardır. Özellikle yardım etme davranışı (*helping behaviour*) kavramı, prososyal davranışla özdeşleştirilen ve çoğunlukla da prososyal davranış yerine kullanılan bir kavramdır. Son zamanlarda ise özgecilik ve diğergamlık gibi kavramlarla da ifade edilmeye başlayan yardımseverlik özellikle batıda 1990’lardan bu yana, ölkemizde ise yakın zamanlarda psikoloji ve sosyal psikolojide ilgi alanı haline gelerek yoğun akademik çalışmalara konu olmuştur (Ayten, 2013: 19; Kasapoğlu, 2013: 4).

“Başkasına yardım etmek ve yardım etmede sorumluluk almak demek olan özgecilik, yalnızca karşılıklı alma-verme ilişkisinden ibaret olmayıp, bireyin elinden geleni isteyerek yapmasını sağlayan sonuçta bireyi hoşnut eden bir hizmettir” (Öz’den akt., Kasapoğlu, 2013: 4). “Özgeci davranış, insanlara yardım etmiş olmanın verdiği haz dışında başka herhangi bir karşılık ya da ödöl beklentisi olmadan bir başkasına yardım etmeye gönüllü olmaktır” (Taylor vd., 2010: 379). Toplumdaki bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için çaba harcayan ve onların mutluluğunu arzulayan merhametli ve iyi insanlar bu yaşantıların gücünde mutluluk duyarlar (Öymen, 1975: 46).

Özgecilik ve yardım etme anlam olarak birbirileriyle yakından ilişkili kavramlardır, ancak bazı açılardan birbirinden ayrılmaktadır. Bunlardan biri, yardım edenin yardım etmekteki maksadı, diğleri ise yardım etme davranışı sonucunda elde ettiğli kazanımlardır. Yardım kavramının tanımında, yardım edenin maksadı ve sonuçtan herhangi bir kazanım elde edip etmediğli söz konusu değilken, özgeci bir davranış

tanımlamak bakımından bunlar önem arz etmektedir. Bazı kuramcılara göre özgecilik, elde edilebilecek herhangi bir ödül beklemeksizin bir başkasına yardım etmek demektir. Diğer bir ifadeyle, herhangi bir çıkar veya kazanç elde edebileceği fikri ile bağışta bulunma yahut gösterişte bulunmak ve birilerini etkilemek için para yardımı yapma reel anlamda özgeci davranış olarak değerlendirilemez (Akbaba, 1994; Şerif ve Şerif, 1996).

Çoğu bilim insanı, insan kişiliğinin dinamik yapısını açıklamaya çalışırken bireyin bencil ihtiyaç ve isteklerinin karşısında başka bireylerin ihtiyaç ve istekleri arasındaki ilişkiyi anlama yoluna gitmiştir. Toplumsal yaşam süreci içerisinde kendi ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanmış ve bunu öncelikli olarak gören bireyler genellikle negatif olarak görülmüş ve egosantrik, hedonist, bencil şeklinde tarif edilmişlerdir. Buna karşılık başkalarının ihtiyaçlarına odaklı görünen bireyler ise bencil olmayan, verici, toplum yanlısı gibi pozitif sözcüklerle ifade edilmiştir (Flynn ve Black, 2011).

Batson' a göre özgecilik, başkasının iyiliğini artırma amacına yönelik güdüsel bir tutum; egoizm ise bireyin kendi iyiliğini artırma güdüsüdür. Dolayısıyla Batson, özgecilik ile egoizm arasındaki farkı, davranış ve davranışın sonuçlarıyla ilintili olarak değil, güdüsel bir bakış noktası olarak ele almıştır (Mastain, 2006: 26).

İnsanların iyiliği için çaba göstermek, özveride bulunmak ve diğerlerine karşı sorumluluk yüklenmek özgecilik kuramını çağırıştır. Bu kuramı işlemiş olan ilk düşünürlerden biri de Auguste Comte'dur. Comte'a göre, Fransız ihtilâlinin getirdiği bireycilik ve onun zorunlu sonucu olan bencillik toplumda bir başsızlık ve kargaşanın doğmasına neden olmuştur. Bu kaosun giderilebilmesi ancak yeni bir toplum düzenine geçilmesiyle mümkündür. Bu yeni düzende toplum etkilidir ve söz konusu toplumsal düzenin başlıca ilkesi ise başkaları için yaşamak olmalıdır. (Bilhan, 1991; Hançerlioğlu, 1986: 312).

1.7.1. Özgeciliğin ve Yardım Etmenin Sosyal Davranışlar İçerisindeki Yeri

“Sosyal davranış, bir toplumda alışkanlık haline gelen bütün eylemleri ifade eden kavramdır” (Erkal vd., 1997: 243). “Sosyal davranışlar sosyal gelişmede önemli bir yer tutar. Sosyal davranışın birçok çeşidi vardır. Bunlar arasında empati, dostluk, rekabet, liderlik davranışları, işbirliği ve özgecilik sayılabilir” (Fazlıoğlu, 2009: 138).

Yardım etme davranışı kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerinde dikkat çeken önemli yönlerden biridir (Cüceloğlu, 1993). Yardım içerikli tüm davranışları anlatan bir kavram bulmakta zorluk çeken psikologlar, kişilerin başkalarına yardım konusunda

nasıl davrandıklarını araştırdıklarında çoğu zaman “prososyal davranış” kavramını kullanmayı tercih etmişlerdir. Diğer bir deyişle prososyal davranış, anti sosyal davranışın karşıtı olarak ifade edilebilir. Prososyal davranış, insanların kendi istekleri ile diğer kişi veya grupların faydalanmalarına yönelik yaptıkları eylemlerdir. Kimi psikologlar, “prososyal davranış” kavramı “yerine yardım etme davranışı” kavramını kullanmayı tercih etmiştir (Bilgin, 2013: 274-275).

1.7.2. Prososyal Davranış Elementleriyle Özgecilik-Yardım Etme İlişkisi

Prososyal davranışın en önemli bileşenleri ile özgecilik arasında yakın bir ilişki vardır. Bu bileşenler, değer verme, rol üstlenme, empati ve benzerleridir (Kasapoğlu, 2013: 40).

Bireylerin yardımsever davranışları ile kendine değer verme arasında doğru orantı bulunur. Bireyler kendilerine ne kadar fazla değer verirlerse diğerlerine de daha pozitif yaklaşmaktadırlar. Kişilerin kendilerini ve başkalarıyla olan ilişkileri anlamlandırma yalnızca prososyal davranışlar içerisinde olmamakla birlikte diğerlerine karşı yönelim ve bakış açıları ile alakalıdır. Hunt’a göre, kendilerine daha fazla değer veren kişiler, kendilerine daha az değer veren kişilere göre daha çok özgecidir (Mutafçılar, 2008).

Prososyal davranış bileşenlerinden birisi de davranışta bulunacak bireyin rol üstlenmesi veya bakış açısı oluşturmastır. Davranışta bulunacak kişi de rol üstlenme; başkalarının ihtiyaçlarını görüp yetenek ve yeterlikleri ile alakalı öngöründe bulunmadır. Oluşan yardımsever davranışın göstergesi bu yeterlilihtir. İnsanlar diğer insanların bakış açısını görebildiğinde, kendilerine özgeci olmak ve öyle davranmak için birçok sebep bulur (Mutafçılar, 2008).

1.7.3. Yardım Etme Davranışında Empatinin Rolü ve Önemi

Türkçede, *eşduyum*, *duygudaşlık* ve *duyarlılık* gibi kavramlarla kullanılan *empati* kavramı, 1900’lü yılların başlarında kullanılmaya başlanmış, literatüre ise hümanist psikolog Carl Rogers tarafından kazandırılmıştır (Ayten, 2013: 79).

Toplum yanlısı bir davranış gerçekleştirmemiz için muhtemelen önce bir uyarılmaya ihtiyacımız vardır ve empati bizi başkalarına yardım etmek üzere harekete geçiren bir diğer uyarıcıdır (Hoffman, 1981).

Empati bir başkasının acısına gösterilen duygusal bir tepki, üzücü bir olaya tanık olmaya verilen reaksiyondur. Gerek yetişkinlerin gerek çocukların bir başka bireyin sıkıntısına empatik olarak tepki verdiğine dair yeterince veri mevcuttur. Birkaç günlük bebekler bile başka bir bebeğin acısına tepki verebilir (Sagi ve Hoffman, 1976'dan akt., Hogg ve Vaughan, 2014: 588).

Empatiyi tanımlayan bir diğer faktör benzerliktir. Kendimize benzediğini düşündüğümüz insanlara karşı empati duymamız daha olasıdır (Hogg ve Vaughan, 2014: 589). Oswald (1996), empatinin, perspektif edinmeyi, yani bir kimsenin pozisyonunu onun bakış açısından görebilmeyi gerektirdiğini iddia etmiştir. Oswald, yaptığı araştırmalar sonucunda, bilişsel perspektif edinimi (*bir kimsenin ne düşündüğünü anlamak*) ile duygulanımsal perspektif edinimi (*bir kimsenin ne hissettiğini anlamak*) şeklinde iki ayrı perspektifsel edinim modeli belirlemiş; bilişsel perspektif edinenlerin daha yüksek düzeyde bir empatik ilgi ve yardım etme konusunda daha fazla gönüllülük gösterdiklerini bulgulamıştır (Hogg ve Vaughan, 2014: 589).

Batson, Early ve Salvarani (1997) perspektif edinimiyle ilgili olarak daha ileri düzeyde bir ayırım yapmışlardır. Bu, bir kimsenin neler hissettiği ile sizin aynı durumda neler hissedeceğinizi anlamak arasındaki bir ayırımdır. Öte yandan cinsiyet faktörüne bağlı olarak yapılan empatik araştırmalar, kadınların erkeklere görece aynı cinse karşı daha fazla empati kurma eğilimi gösterdiklerini bulgulamıştır (Hogg ve Vaughan, 2014: 590).

Empatinin temelinde, “insanlar başkalarının mutluluğunu ve sıkıntısını tıpkı kendi mutlulukları ve sıkıntıları gibi zihinlerinde ve duygularında yaşayabilirler” anlayışı yer almaktadır. Bu çerçevede empati kurmak, sosyal ilişkilerin kurulması ve korunmasında önemli bir görev üstlenmektedir (Ayten, 2013: 79-80).

Empati, insanların birbiriyle olan ilişkilerinde ve hayatın her alanında sağlıklı iletişim kurabilmeleri için gerekli bir unsurdur. Empati kuran kişi çevresindeki insanlarla daha iyi iletişim kurmanın mutluluğunu yaşarken, kendisiyle empati kurulan kişi de anlaşılmış olmanın haz ve mutluluğunu yaşar. Empati kurmak, başkalarının ihtiyaçlarına, sıkıntılarına duyarlı olmak ve onlara yardım etmekle doğrudan ilişkili olsa da sadece insanların insanlara karşı gerçekleştirdiği bir eğilim veya eylem değildir. İnsan, doğaya ve diğer canlılara karşı da empati duyabilmelidir. Zira günümüzde doğal çevrenin korunması ve yaşamın sağlıklı sürdürülebilmesi açısından empati kurmak ya da kuramamak etkili olmaktadır (Batson vd., 2005: 372).

1.7.4. Yardım Etme Davranışlarının Sınıflandırılması

Yardım etme davranışının çok boyutlu bir yapısı olduğu bilinmektedir. Bu durum, yardım etme davranışını bir bütün olarak incelemeyi zora sokmaktadır. Yardım etmenin çok boyutlu yapısı içerisinde, iki eşit taraf arasındaki yardımlaşmayı içeren “*dayanışma*” ve “*iş birliği*” ve gönüllü olarak herhangi bir hayır kurumunda çalışma olduğu gibi, “*diğergam davranış*” olarak tanımlayabileceğimiz karşılıksız yardım etme eylemi de yer almaktadır. Nitekim L. Wispé, D. Batson, N. Eisenberg, G. Carlo gibi araştırmacılar da yardım etme davranışının bölünmez bir yapı değil de çok boyutlu bir yapı olduğunu dile getirmişlerdir. Bu çerçevede araştırmacılar genel olarak yaptıkları araştırmaya göre yardım etme davranışını farklı boyutlarda incelemiş ve tasnif etmişlerdir (Ayten, 2013: 35).

1.7.4.1. İçerik Bakımından Sınıflandırma

İçerik bakımından sınıflandırma yardımın yapılış şeklini, miktarını, içeriğini ve kime yapıldığını kapsamaktadır. Bu sınıflandırmada araştırmacılar farklı şekillerde sınıflandırmalar yapmış olsalar da benzer yönleri de ihtiva etmektedir.

Örneğin, Pearce ve Amato yaptıkları araştırmalar sonucunda dört farklı yardımlaşma davranışı belirlemişlerdir. Bunlar; *acil yardım, yabancılara yapılan küçük yardımlar, bağışta bulunma ve paylaşmadır*. Daha sonra yaptıkları deneysel analizler sonucunda içerik bakımından yardım etme davranışının üç farklı türünü ortaya koymuşlardır: *a- Planlı (formal) yardıma karşılık plansız (informal) yardım, b- Önemli yardıma karşılık önemsiz yardım ve c- Doğrudan yardıma karşılık dolaylı yardım* (Pearce ve Amato’dan akt., Ayten, 2013: 36).

Benson ve arkadaşları ise, yardım etme davranışını “*kendiliğinden olan (spontaneous)*” ve “*kendiliğinden olmayan (nonspontaneous)*” şeklinde iki gruba ayırmıştır. Kendiliğinden olan yardım etmede, hızlı karar vermek gerekir ve yardım eden ile edilen arasındaki iletişim kısa sürelidir. Mesela düşen birinin kalkmasına yardım etmek veya kitaplarını düşüren birinin kitaplarını toplamasına yardımcı olmak gibi. Kendiliğinden olmayan yardım etme ise ön hazırlık gerektiren, yardım eden ile edilen arasında uzun süreli bir ilişkinin olduğu ve karar verme sürecinin daha uzun sürdüğü durumlardır. Örneğin, gönüllü olarak bir hayır kurumunda çalışmak, hastaya veya bir hayır kurumuna maddi yardım ve bakıcılık yapmak gibi. Bu tür bir yardımdan önce işleri planlamak, önceliklerine göre ayırmak gerekir. Bu tür yardım etmede

sürprizlere ve belirsizliklere yer yoktur. Bireyin dinî inançları kişilik özellikleri, değerleri bu yardım etme türünde durumsal faktörlere göre daha önemli ve belirleyicidir (Benson'dan akt., Ayten, 2013; 36-37).

Carlo ve Randall (2002) ise çoklu bir prososyal davranış modeli geliştirerek, yardım etme davranışını şu şekilde gruplandırmıştır:

- a. Bireyin kendisinden talep edildiği durumlarda bu isteğe uyarak yardım etmesini içeren *itaatkar/uyumlu yardım*,
- b. Yardım edilecek ortamda başkalarının varlığına bağlı olarak yapılan yardım olan *sosyal yardım*,
- c. Duygusal olarak uyarılmışlık halinde yapılan yardımı belirten *duygusal yardım*,
- d. Herhangi bir karşılık beklemeden yapılan yardım *diğergam yardım*,
- e. Muhtaç kişiye sadece acil durumlarda yardım etmeyi içeren *acil yardım*,
- f. Yardım edenin kendi kimliğini ortaya çıkarmadan yaptığı yardım türüne işaret eden *anonim yardımdır*.

1.7.4.2. Motivasyonel Açıdan Sınıflandırma

Sosyal psikologlar genel olarak yardım etme davranışını, bu davranışın altındaki motivasyonlardan yola çıkarak *diğergam* ve *bencil* yardım etme olmak üzere iki şekilde ele almışlardır:

- a. Diğergam/Özgeci Yardım (Altruistic Helping): İnsanların kimi zaman herhangi bir karşılık beklemezken yaptıkları yardıma “*diğergam (özgeci) yardım*” adı verilir. Örneğin, para, övgü ve karşı yardım gibi herhangi bir karşılık beklemezken hayır kurumuna ya da bireye yardımda bulunmak.
- b. Bencil Yardım (Egoistic Helping): Bireyler, çoğu kez karşılıksız yardım etmeyi düşünmezler. Bazı bireylerin yardım etmekteki asıl amaçları bireysel çıkarlarıdır. Bu kişilerin çoğu, yardım ettikleri kişi(ler) ya da kurum(lar) dan kendilerine herhangi bir menfaatin geleceğini düşünürler. Mesela bir kimsenin ileride kendisine yardım edeceğini düşündüğü bir arkadaşına yardım etmesi buna örnek olarak verilebilir (Franzoi'den akt., Ayten, 2013: 38-39).

1.7.5. Yardım Etme Davranışını Açıklayan Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Bazı Kuramlar

Sosyal psikolojinin ilgilendiği konulardan birisi olan prososyal davranışlar ve yardım etme konusu psikologların da üzerinde durdukları konulardan birisi olmuştur. Yardım etme eğilimi, birey ile diğer birey ve gruplar arasındaki sosyal etkileşimin niteliğinin önemli bir göstergesi olduğu için, yardım etme gibi prososyal davranışlar, insan tabiatı üzerine gerçekleştirilen felsefi ve kuramsal tartışmalarda her zaman yer almıştır.

İnsanları yardım etme güdüsüne iten temel etmenlerin neler olabileceğine dair tartışmalar bu yaklaşımların temelini oluşturmaktadır. İnsanların kime, neden, nasıl, ne zaman, hangi motivasyonlarla yardım ettiği, bu olumlu sosyal nitelikleri nasıl kazandığı ve hangi evrelerden geçerek bu özelliklere sahip olduğu şeklindeki sorulara verilen cevaplara istinaden psikoloji ve sosyal psikoloji alanında ne gibi yaklaşımlar geliştirildiğini bu bölümde ele almaya çalışacağız.

1.7.5.1. Psikanalitik Kuram

Psikanalitik teorinin kurucusu olan Sigmund Freud'a (1997a: 103-104) göre insan içgüdüsel olarak bencil ve saldırgan bir varlıktır. İnsan davranışlarının temelinde id'i tatmin etme amacı yer alır. Bu yaklaşıma göre kişilik gelişimi esnasında güçlü bencil duygular bastırılır ve özgecilik, dürüstlük ve bağışlayıcılık gibi bencil olmayan değerler öğrenilir. Ancak insan hiçbir zaman tam anlamıyla özgeci bir davranışta bulunmaz. Çünkü Freud'a göre, insanlar yardımda bulunurken her zaman bunun kendisine sağladığı kazancı ve zararı hesap ederek bencilce davranırlar. Freud'a (1997b) göre, kişinin geçmişi, yetiştiği ortam, çevresinin kişiye olan etki ve zorlaması içgüdüsel olarak kişide iyiye yönelik bir gelişim gösterir ve kişiyi bencilikten özgeciliğe yöneltir. Diğerlerini sevmek, ideal toplumun üyelerinden beklediği bir davranıştır. Sevgi, kişilere özveride bulunmalarını gerektirecek birçok görev yükler. Freud'un insana bakışını özetlemeye çalışan Hall ve Lindzey insanın biraz bencil, biraz yardımsever karmaşık bir yapıda olduğunu belirtmektedirler (Miller, 2008: 191).

Freud'un görüşüne karşı çıkan E. Fromm (1997a: 278-79), insanın doğal olarak toplumsal bir varlık olduğunu savunur. Freud'daki içgüdüsel ihtiyaçların doyumundan ya da engellenmesinden kaynaklanan ve tali sonuçlar olarak görülen sevgi ve nefret gibi duygular, Fromm için insan ilişkilerinin merkezini oluşturan temel ihtiyaçlar ve ruhsal

olguları oluşturur. Fromm (1997b: 89-90), insanın doğuştan bütünüyle iyi veya bütünüyle kötü olduğunu savunan görüşleri kabul etmez. Ona göre insanda iyi ve dürüst olma eğilimleri olduğu gibi saldırganlık ve yıkıcılık potansiyeli de vardır. Fromm'a (1991: 47-77) göre insan ancak sevgi, saygı, özen ve sorumlulukla hakiki insanlığını sürdürür. Sahip olmak yönelimiyle hareket eden birey hırsla, her şeye sahip olma, hükmetme, cimri olma ve saldırgan olma gibi antisosyal özellikler edinir. Oysa olmak yönelimine sahip birey sevmeye, paylaşma ve başkalarına yardımı esas alır. Sahip olmak yöneliminde elde etme hırısı, kişinin insani ve ahlâkî yönlerinin önüne geçmiştir. Sahip olmak yöneliminin hâkim olduğu birey, mal varlığını artırarak mutlu olurken, olmak yönelimli birey, onları ihtiyaç sahipleriyle paylaşarak mutlu olur.

Carl G. Jung, özgecilik ve yardımseverlik gibi erdemleri kişinin bireyleşme süreciyle açıklamaya çalışır. Kişi, bireyleşme sürecinde sadece kendi özüne kavuşmakla kalmaz, aynı zamanda olgun bir kişiliğe ve dinlerin de ulvi erdemler olarak gösterdiği özgecilik ve yardımseverlik gibi değerlere kendiliğinden sahip olur (Ayten, 2013: 44).

Erik Erikson (1984) da yardımlaşma konusunu sekiz aşamalı psiko-sosyal gelişim teorisi çerçevesinde değerlendirir. Yardım etmeyi yetişkinlik döneminin özelliği olan üretkenliğin bir dışavurumu olarak görür. Erikson'a göre birey bu evrede yaklaşan ölüm gerçeğinin farkına varmaya başlar ve gelecek nesillere bir şeyler aktarmak ister. Bir başka ifadeyle özgeci yardım etme davranışları orta ve son yetişkinlik çağında zirveye ulaşır.

Yardım etme davranışını üstünlük duygusuyla ilişkilendiren Adler (2003: 285), başkalarına yardım eden bireylerin aslında kendi üstünlük duygularını tatmin etme amacıyla olabileceklerini iddia eder. Yardım eden aslında karşı taraftan üstün olduğunu gösterir ve üstünlük duygusunu tatmin eder. Bu durum, aynı zamanda, yardım alan kişi de yardım eden kişiye karşı bir eziklik ve minnet duygusu yaşatacaktır.

1.7.5.2. Davranışçı ve Sosyal Öğrenme Kuramı

Watson ve Skinner gibi ilk dönem davranışçı teorisyenler, değerleri ve değer merkezli hüküm ve yargıları önemsemezler. İnsan davranışlarını etki-tepki formuna indirgeyen davranışçı yaklaşıma göre gerçek anlamda bir özgecilik yoktur. Bireyler yaptıkları davranışın kendilerine yönelik olumlu sonuçlarını gördüklerinde başkalarına yardım etmeyi devam ettirir, olumsuz sonuçlarını gördüklerinde ise azaltırlar (Deaux ve Wrightsman'dan akt., Ayten, 2013: 45-46).

Yardım etme davranışını pekiştireçler (ödül-ceza) bağlamında değerlendiren Skinner'a göre, insanlar, ileride yardımsız kalmamak için başkalarına yardım ederler veya daha önce kendilerine yardım edene yardım etmeyi tercih ederler. Ona göre insanlar, karşılık bulamayacakları ya da yardım etmediklerinde duygusal protestoyla karşılaşacakları bir bireye yardım etmezler. Yardım etmenin beklenmeyen sonuçları üzerinde de duran Skinner, bazen insanlara yardım ederken onlara zarar verilebileceğini de söyler. Bu konuda bir çocuğun ayakkabısını bağlamayı örnek verir. Ona göre bu, çocuğa yardım değil, onun öğrenmesine engel olan ve onu tembelliğe iten bir davranıştır (Skinner'den akt., Ayten, 2013: 46).

Bir başka ifadeyle, davranışçı teoriye göre, muhatap tarafından karşılık bulan ve ödüllendirilen davranışın tekrarlanma ihtimali artar. Bu ilke, yardım etme davranışına uygulandığında, birey yardım ettiğinde yardım ettiği kişi ve çevreden ödül alıyorsa başkalarına yardım etmeye devam eder.

Yeni davranışçı kuram olarak da kabul edilen sosyal öğrenme teorisi, özgeci davranışların doğuştan gelmediğini; toplumsallaşma sürecinde zamanla oluştuğunu ileri sürmektedir. Bandura, Rushton ve Walters gibi sosyal öğrenme teorisyenlerine göre, gözlemleyerek veya model alarak öğrenme, bireylerin yardım davranışını kazanmasında etkili olur. Kişi, küçüklükten itibaren yardımlaşma davranışlarını gözlemleyerek başkalarına nasıl yardım edeceğini/edileceğini öğrenir. Aynı zamanda bu tür davranışların sonuçlarını gözlemleyerek bencil olduğunda ya da yardımsever olduğunda neler olabileceğini görebilir. Bu gözlemleri doğrultusunda başkalarına yardım etme davranışını benimser ya da reddeder. Sosyal öğrenme teorisyenleri yardım etme davranışının özellikle çocuklara kazandırılmasında anne-babalar ve öğreticilere önemli görevler düştüğünün altını çizerler. Anne-baba ve öğreticilerin çocuklara sadece başkası yararına yardım sağlayan davranışları öğütlemek yerine bizzat yardım ederek örnek olmaları gerektiğini söylerler (Ayten, 2013: 47; Akbaba, 1994: 33; Kasapoğlu, 2013: 45).

1.7.5.3. Evrimci Kuram

Yardım etme ve özgeci davranış konusunda evrimci teorisyenler görüşlerini gözlemledikleri hayvan davranışlarını dikkate alarak ortaya sürmüşlerdir. Onlar, hayvanların gösterdikleri özverili davranışlardan yola çıkarak insanların yardım etme davranışlarını açıklamaya çalışırlar (Ayten, 2013: 41). Mesela buna görsel medyada

özellikle belgesel kuşağı filmlerde rastladığımız, grup halinde yiyecek arayan şempanzelerin yırtıcı hayvan tehlikesini fark ettiklerinde tek başlarına kaçmak yerine diğerlerini sesle uyarmalarını örnek olarak verebiliriz.

İlk evrimci teorisyenler hayvanların kendi türlerinin korunması bakımından birbirlerine olan yardımlarından hareketle insanların da yakın çevre ve akrabalarına neden yardımcı olduklarını açıklamaya çalışmışlar ve *akraba seçimi* (kin selection) adını verdikleri bir kavram geliştirmişlerdir. Ancak bu kavram, türlerin diğer türlere olan yardımlarını açıklamak konusunda kısır kalır ve dolayısıyla diğer bazı evrimci teorisyenler türler arası karşılıklı yardımlaşmayı açıklamak üzere *karşılıklı yardımlaşma* (reciprocal helping) dedikleri bir kavram daha geliştirirler. Trivers ve Wilson gibi teorisyenlerin geliştirdiği bu kavramla türler arası yardımlaşma dürtüsü daha da anlaşılır hale gelmiştir. Örneğin, annesi tarafından terk edilen yavrulara aileden olmayan türlerin bakması gibi (Aytan, 2013: 41-42).

Darwin'ın evrim teorisini geliştiren Wilson, özgecilik ve toplum yanlısı davranışı genetik yapıyla açıklamaya çalışır. O, özgeciliğin, insanoğlunun temel biyolojik tabiatının bir parçası olduğunu söyler (Deaux ve Wrightsman'dan akt., Aytan, 2013: 42). İnsanda başkalarına yardım etmeyi kolaylaştıran bazı fizyolojik ve nörolojik yatkınlıklar vardır. Bunların bireydeki varlığı ya da yokluğu, onun başkalarına yardım etmesinde veya etmemesinde belirleyicidir (Penner vd., 2005: 372).

1.7.5.4. Hümanist Kuram

Psikanalitik ve davranışçı teorisyenlere görece hümanist ekol, insanı daha olumlu bir yaklaşımla ele alır. En önemli temsilcileri A. Maslow ve C. Rogers'dır. Onlara göre insanoğlu doğuştan iyi bir tabiata/huya sahiptir. Uygun şartlarda insanın genel eğilimi, dostluk, dürüstlük ve yardımseverlik gibi toplum yanlısı ve yapıcı nitelikler yönündedir. Dolayısıyla birey, doğuştan başkalarına yardım etme ve yardım ederken de özgeci olma potansiyeline sahiptir. Öfke, saldırganlık, korku, tembellik, nefret ve bencillik gibi özellikler insanın yeteneklerinin engellenmesi sonucu ortaya çıkan durumlardır (Maslow, 2001: 8-9).

Maslow'a (2001: 164-165) göre insan, sürekli gelişen, var olma çabası gösteren ve kendi içerisinde oluşumunu tamamlamaya çalışan bir yapıya sahip olan varlıktır. İnsandaki bu yöneliş, dürüstlük, sevgi, özgecilik, nezaket ve adalet gibi olumlu sosyal değerlere yönelik bir istektir. Dolayısıyla insanların başkalarını sevmesi, onlarla empati

kurması, onlara karşı dürüst olması ve özgeci bir motivasyonla yardım etmesi, doğuştan var olan kendini geliştirme ve gerçekleştirme isteğinin bir parçasıdır.

Maslow'a (2001: 89) göre doğruluk, iyilik, yardımseverlik ve adil olma gibi olumlu sosyal değerler, bireyin diğer insanları ve onların durumlarını bencil olmadan değerlendirebilmesi olarak tanımladığı varlık bilişi esnasında kazandığı varlık değerleri (being-values) dir. İşte birey, başkalarını anlama, onların sorunlarıyla ilgilenme ve onlara yardımcı olma gibi özellikleri kendini gerçekleştirme sürecinde kazanır. Dinî inanç ve ritüeller ise bu değerlerin kazanılmasında birer vasıtaadır (Maslow, 1996: 41; Fuller, 1994: 170).

1.7.5.5. Hakkaniyet (Equity) / Adil Dünya (Just World) Kuramı

Homans'ın *adil paylaşım* kavramı ile *bilişsel çelişki* kuramının çelişkili duyguların yarattığı huzursuzluk duygusu öğelerini bir araya getiren Adams, hakkaniyet kuramını ileri süren ilk teorisyendir. Kurama göre hakkaniyet, herhangi bir ilişkide bulunan iki kişinin girdi-çıkı oranlarının eşit olması durumudur. Örneğin, çok çalışanın çok, az çalışanın az kazanması hakkaniyet ekseninde uygun bir durumdur. Adams'a göre herhangi bir durumun hakkaniyete uymaması rahatsız edicidir ve kişiler bu rahatsız edici durumdan davranışlarını veya durumla ilgili değerlendirmelerini değiştirerek kurtulmayı amaçlarlar (Hortaçsu, 1991: 23). Örneğin, fazla kazanç elde eden biri haksız kazanç elde ettiğini düşünerek daha çok çalışmak isteyebilir. Veya diğerlerine nazaran az kazandığını gören, düşünen biri de çok çalışmaktan vazgeçip az çalışarak zaman ve işgücünden feragat edebilir.

İnsanların karşılaştıkları bazı muhtelif haksızlıklar vardır. Bunların bir kısmına kişinin bizzat kendisi sebep olurken; diğer bazı haksızlıkları da başkaları meydana getirir. Her iki durumda da kişilerde bu haksızlıkları giderme ve adaleti yeniden tesis etme doğrultusunda bir gayret görülür. Bu gayretlerden birçoğu özgeci davranış olarak karşımıza çıkar (Akbaba, 1994: 37). Örneğin, acil duruma ihtiyaç olan kişiler çoğu zaman haksızlığa uğramış insanlar olarak bilinir. Bu durumu gören kişinin acil durumu ortadan kaldırma çabası, özgeci bir davranış olup hakkaniyeti yenide kurma girişimi olarak görülebilir. Mesela düşküne, yoksula yardım etmek, bir ihtiyacını karşılamak gibi.

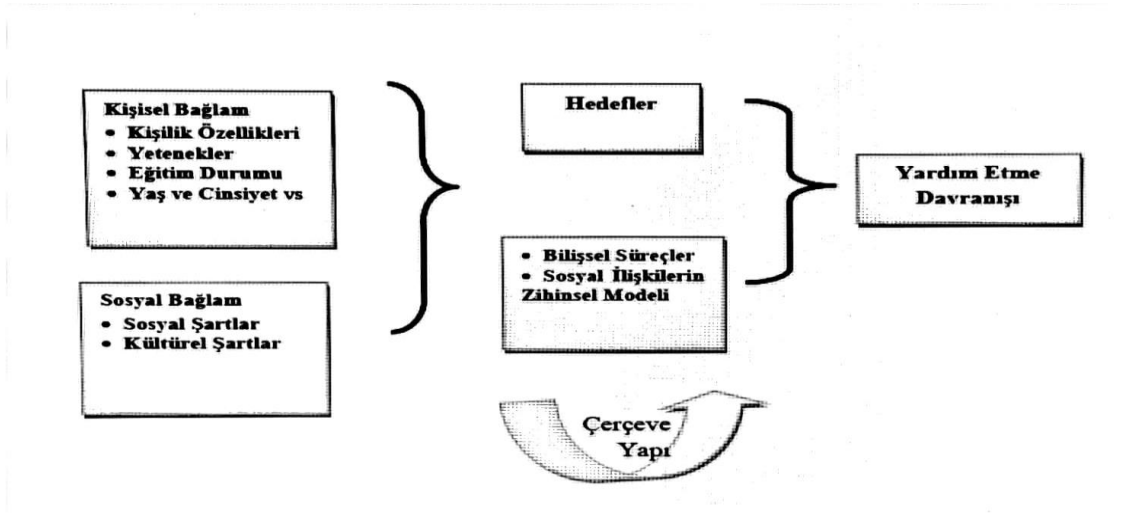
Adil dünya yaklaşımında ise durum biraz daha farklıdır. Kişiler genellikle yardıma muhtaç birini gördüğünde o kişinin bu durumu hak edip etmediğine göre tavır

olarak hareket ederler. Adil dünya algısına sahip kişiler yaşadıkları çevrenin adil olduğunu ve herkesin yaşadığını hak ettiğini düşünür. Bu yaklaşıma göre bireyin başına bir musibet gelmişse, o kötü bir şey yapmış ve başına geleni hak etmiş demektir. Bu tür durumlarda sebep-sonuç ilişkisi kurulamasa da, bu yaklaşıma sahip bir zihin, olayları bu şekilde yorumlar. Bu tür kişiler, insanların hak ettiklerini yaşadıklarını düşünerek yardım etmesi ya da müdahale etmesi gereken bir durumda muhtaç kişinin içinde bulunduğu durumu hak ettiğini düşünür hatta onu suçlama yoluna gider (Schipper-Lange ve Batson'dan akt., Ayten 2013: 53). Örneğin, yardım etmesi gereken bir fakir gören ancak onun böyle bir yaşamı hak ettiğini düşünen kişi, ona yardım etmediği gibi ayrıca onun tembellik ettiği için fakir kaldığını da düşünebilir.

1.7.5.6. Çerçeve Yapı Kuramı

S. Lindenberg'e göre insanlar, başkalarına yardım etme gibi davranışlarda bulunurken onları yönlendiren bir çerçeve yapıya sahiptirler. Bu çerçeve yapı, iç motivasyonu şekillendiren bilişsel süreçlerden ve sosyal ilişkilerin zihinsel modelinden beslenir. Zihinsel model ise kişinin başka bireylerle nasıl bir ilişki biçimi geliştireceğini belirler. Örneğin, her birey yakın arkadaş veya komşuyla nasıl bir ilişki kuracağına dair zihinsel bir modele sahiptir. Sosyal ilişkiler ağına ait bu zihinsel model, motive edici bilişsel süreçler ve bireyin hedefleri, onun zihinsel çerçevesini oluşturur. Lindenberg'e göre bireylerde normatif, faydacı ve hedonist çerçeveler olmak üzere üç temel çerçeve vardır. Normatif çerçevede hedef, duruma uygun olanı yapmadır. Faydacı çerçevede bireyin temel hedefi, kendi durumunu, imkânlarını, statüsünü iyileştirmektir. Bir başka ifadeyle bu çerçevede temel hedef bireyin kendi çıkarıdır. Hedonist çerçevede ise temel hedef, kendini iyi hissetmedir. Başkalarına yardım etme bu çerçevelerin her biri devreye girdiğinde görülebilir. Ancak sosyal ve bireysel bağlam (kişilik özellikleri, yetenekler, eğitim durumu vs.), bu çerçevelerden hangisinin asıl çerçeve olacağına etkili olur (Lindenberg'den akt., Ayten, 2013: 53-54). Başkalarına yardımı etkileyen bu süreç, şematik olarak şu şekilde gösterilebilir:

Şekil 2. Çerçeve Yapı Kuramına Göre Yardım Etme Süreci



Kaynak: Ayten, 2013: 54.

1.7.5.7. Zihinsel-Ahlâkî Gelişim Kuramı

Zihinsel (cognitive) gelişim kuramı, insanda var olan potansiyele dikkat çekerek insanın zihinsel gelişimine paralel olarak çocuğun da büyükler gibi içinde doğup büyüdüğü çevresini ve bu çevredeki uyarıcıları algılayarak yorumlayabileceği vurgusunu yapmaktadır. Bu kuram, yardım etme davranışını da zihinsel gelişim süreci açısından ele almaktadır. Kuram, genel olarak, bireyin başkalarına yönelik ilgisinin hangi evrede başlayıp ve nasıl bir süreçten geçerek şekillendiğini, bu ilgisinin hangi evrelerde yardım etmeye dönüştüğünü ve kişinin başkasına yardım ederken hangi evrelerde hangi motivasyonların davranışına yön verdiğini ortaya koymayı amaçlar (Akbaba, 1994: 33; Ayten, 2013: 49).

Zihinsel gelişim, çevresel olaylar ile zekâ yapılarının değişimi (olgunlaşması) arasındaki etkileşimin sonucudur ve bu değişmez evrensel safhalardan geçerek kazanılır. Tamamlanan her safha nitelik açısından diğerinden farklıdır ve ilk safhalarla yer değiştirerek bir sonrakiyle tamamlanır. Zekânın bir göstergesi olan ahlâkî muhakeme ve karar verme, diğer zihinsel fonksiyonlarda olduğu gibi büyür ve değişir (Mussen ve Eisenberg-Berg'den akt., Akbaba, 1994: 33).

Ahlâk gelişimine zihinsel gelişim paralelinde eğilen ilk kuramcı Dewey olmuştur. Dewey, ahlâkî gelişim alanında üç gelişim evresi ileri sürmüştür:

1. Ahlâk veya gelenek öncesi düzey: Biyolojik ve sosyal dürtülerle güdülenen ahlâkî davranışları içeren evre.

2. Geleneksel düzey: Bireyin grubuna özgü değerleri benimsediği evre.

3. Özerk düzey: Bireyin davranışlarının kendi akıl yürütme ve karar vermesiyle oluştuğu, bireyin içinde bulunduğu grubun standartlarını irdelleyerek benimsediği evre (Çileli, 1987: 266).

Zihinsel gelişim teorisinin öncüsü sayılan Piaget ve Piaget'in fikirlerinin gelişmesine katkıda bulunan Kohlberg de ahlâk gelişimini evreler halinde ele alarak incelemiştir.

Piaget üç ahlâk gelişim evresi belirlemiştir:

1. Ahlâk öncesi evre: Kurallara uyma kavramının olmadığı evre.

2. Bağımlı evre: Kurallara harfiyen uyma, otorite ve cezaya boyun eğme olarak adlandırdığı evre (ortalama 5-8 yaş arası).

3. Bağımsız evre: Kurallara uymanın amaç ve sonuçlarının irdelendiği, boyun eğmenin yerini eşit alış verişin aldığı evre (ortalama 8-12 yaş arası) (Çileli, 1987: 266).

Kohlberg evre kavramı ile erinlikten yetişkinliğe kadar ahlâki yargı gelişiminde 3 düzey ve 6 evre olduğunu ortaya koymuştur:

I. Gelenek Öncesi Düzey

1. Evre: Bağımlı evre

2. Evre: Bireycilik ve çıkara dayalı alış veriş

II. Geleneksel Düzey

3. Evre: Karşılıklı kişilerarası beklentiler, bağlılık ve kişilerarası uyum

4. Evre: Sosyal sistem ve vicdan evresi

III. Gelenek Ötesi Prensiplere Dayalı Düzey

5. Evre: Sosyal anlaşma, yararlılık ve bireysel haklar

6. Evre: Evrensel ahlâk prensipleri (Çileli, 1987: 271).

Kohlberg'in sunduğu bu tabloya göre çocuk en somut ve yüzeysel ahlâk anlayışından en soyut ve derin bir ahlâk anlayışına ulaşır (Cüceloğlu, 1993: 353).

Özgecilik ve başkasına yardım etmeyi, geliştirdiği ahlâkî gelişim evreleri yaklaşımı çerçevesinde değerlendiren Kohlberg, dinî ve kültürel arkaplanları ne olursa olsun tüm insanların aynı evrelerden geçtiğini öne sürer. Kohlberg'e göre ilk yaşlarda bencil davranışlar gösteren insanoğlu daha sonra karşılıklı yardım etmeyi, bir sonraki aşamada ise karşılıksız, özgeci motivasyon ve içgüdü ile yardım etmeyi öğrenir (Ayten, 2013: 50).

Her fert bulunduğu ahlâkî düşünce aşamasına uygun ahlâkî davranışta bulunabilir. Diğer bir ifadeyle insanın ahlâkî davranışı, onun ahlâkî muhakeme düzeyini ve dolayısıyla zihinsel gelişim aşamasını gösterir. Nitekim bir düşünürün de ifade ettiğı gibi; “Ahlaksal düşünce bireyin ahlaksal davranışını belirleyen değişkenlerden biridir” (Cüceloğlu, 1993: 353).

Özgeci davranışın aynı zamanda ahlâkî davranış olduğu göz önünde bulundurulursa, zihinsel gelişimin özgeci davranışla olan ilişkisi kolayca anlaşılabilir. İnsanın özgeci davranışta bulunabilmesi için birtakım zihinsel yeteneğe sahip olması gerekir (Akbaba, 1994: 35).

Sonuç olarak gerek psikanalitik kuram ve gerekse öğrenme kuramları yetişkin müdahalesi olmadan ahlâk gelişiminin gerçekleşmeyeceğine inanırlar. Zihinsel gelişim kuramı ise ahlâk gelişimini zihinsel bir süreç olarak görmesi ile bu iki kuramdan ayrılır. Bu açıdan bakıldığında yine psikanalitik ve öğrenme kuramları ahlâk gelişiminin en üst düzeyi olarak, çocuğun içinde yetiştiğı toplumun değer ve standartlarını benimsemesini görürlerken, zihinsel gelişim kuramı prensiplere dayalı ahlâkî özerkliği ahlâk gelişiminin en üst düzeyi olarak kabul eder (Çileli, 1987: 266).

Psikanaltik, sosyal öğrenme ve zihinsel gelişim kuramlarının her üçü de tek başlarına olumlu sosyal davranış gelişimini ve dolayısıyla özgeci, toplum yanlısı davranışın gelişimini bütün yönleriyle açıklamış değildirler. Ancak her üç yaklaşım da ahlâkî davranışın muhtelif yönlerine değinmişlerdir. Bu nedenle özgeciliğin ve prososyal davranışın gelişiminde önemli rolleri olan, güdülerin, öğrenmenin ve zihinsel gelişimin dikkate alınmasında fayda vardır. Bu üç kuramın dışında kalan diğer kuramlar ise özgeciliğin veya toplum yanlısı davranışın gelişiminden ziyade nedenlerini açıklamaya çalışmaktadır. İnsan neden toplum yanlısı davranış sergiler? Neden yardım eder ya da etmez? gibi soruların cevaplarını bulmaya çalışan kuramlardır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ZENGİNLİK VE HAYIRSEVERLİK

2.1. Zenginlik Olgusu

Yüksek gelir düzeyi, yüksek hayat standardı, servet oluşumu ve para sahibi olmak gibi kavramlarla açıklayabileceğimiz zenginlik olgusu ve zenginler çok fazla çalışılan bir konu olmamıştır. Zenginliğin çalışma konusu olarak genellikle gelir dağılımı adaletsizliği gibi konular içerisinde yoksullukla birlikte ele alındığını görmekteyiz.

Zenginlik denince ilk akla gelen paradır. Zenginlik hep değerli bir şey, bir yat, büyük bir daire, uzaklara geziler, hizmetçilerle dolu büyük bir evde boş zaman imkânı olarak belirginleşmektedir. Zenginlik çoğu zaman maddi boyuta yani mal ve hizmet satın almaya indirgenmektedir (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 20). Smith (2011: 3), paranın hem bir ticaret aracı, hem de bir değer ölçüsü olmasının yanı sıra zenginliğin bir emaresi olduğunu belirtmektedir. Tıpkı insanlar gibi ülkelerin de zengin olmasının ilk ölçütü paraya sahip olmaktır.

Dünyanın zenginleri arasında gösterilen Amerikalı milyarder Jean Paul Getty'nin "Paranızı hala sayabiliyorsanız gerçekten zengin değilsiniz demektir" şeklinde deklere ettiği sözünden de anlaşılacağı üzere sayılamayacak kadar çok para sahibi olmak zenginliğin bir göstergesi olarak kabul edilebilir (Zengin, 2015: 15).

Dünya Zenginlik Raporu (World Wealth Report) verilerine göre mali kazanımları 1 milyon doları aşanlar *zengin*, 30 milyon doların üzerinde olanlar ise *aşırı zengin* olarak tanımlanmaktadır.² İngiliz yardım kuruluşu OXFAM, küresel gelir adaletsizliğinin 2017'de arttığını ifade ederek, küresel servetin %82'lik bölümünün en zengin %1'lik kesime gittiğini belirtmektedir. Rapora göre, dünyanın fakir %50'lik kesimindeyse herhangi bir servet artışı gözlenmemiştir. OXFAM, rapor sonuçlarını küresel ekonomik sistemin başarısızlığı olarak yorumlamaktadır. Kuruluşa göre, vergiden kaçınma, şirketlerin siyaset üzerinde artan etkisi, işçi haklarının uğradığı erozyon ve kemer sıkma politikaları, gelir adaletsizliğindeki uçurumun derinleşmesinde rol oynayan başlıca nedenlerdir. OXFAM, 2017 yılı için dünya nüfusunun yarısının

² <https://www.worldwealthreport.com/Global-Wealth-Expanded-Around-the-Globe>, Erişim:21.12.2017.

servetinin 8 kişinin elinde olduğunu; 2018 yılı için ise bu sayının 42'ye yükseldiğini belirtmiştir.³

Frank (2009: 45-47), genel olarak birine zengin diyebilmemiz için 10 milyon dolar servetinin olması gerektiğini söylemektedir. Bir zenginlik araştırması firması tarafından yapılan bir araştırmaya değinen Frank, 1 milyon dolara sahip olan zenginlerin 2,5 milyon dolara, 10 milyon dolara sahip olanların ise 20 milyon dolara ihtiyaçları olduğunu belirtmiş olmalarından hareketle zenginliğin sübjektif olarak tanımlanabileceğini belirtmektedir. Frank'ın ifadesinden de anlaşılacağı üzere zenginler kendi zenginliklerini sahip oldukları servet değerlerinin karşılığı olarak görmemektedirler. Başka ifadeyle zenginler, kendilerinin sahip olduklarından daha fazlasına sahip olanları zengin olarak tanımlamaktadırlar.

Zengin ve zenginlik kavramları çoğu kez eşdeğer olmasa da birbirini çağrıştıran *burjuva* ve *elit* kavramlarıyla da anlatılmaktadır. Kime, niçin zengin denir, zenginliğin bir sınırı var mıdır yahut toplum hangi kesimlere zengin olarak bakar? gibi bazı sorular aslında bize zenginliğin öncelikle toplumsal sınıflara işaret eden bir kavram olduğunu göstermektedir. Adam Smith (2011), *Ulusların Zenginliği* isimli çalışmasında zenginliğin toplumsal olarak ne anlama geldiğini ve de nasıl arttırılabileceğini sorgularken aslında toplumsal sınıflara vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde Simmel de zenginliği, kişinin sahip olduğu maddi varlıklarıyla bulunduğu/yer aldığı sınıf tarafından belirlenmiş amaç ve hedefler arasındaki ilişki olarak ifade etmektedir (Doğuç, 2005: 74).

Pinçon ve Pinçon-Charlot (2012: 13), zenginler sınıfı için, günümüzde kolektif çıkarlarının ve sınırlarının bilincinde olan bu sınıfın var olan tek sınıf olduğunu ifade etmektedir. Çünkü hiçbir toplumsal grup, bu derece bir devingenlik, birlik ve kendilik bilinci göstermemiştir.

Pareto'ya (2013: 10-13) göre zengin, aynı zamanda gücü ve seçkinliği elinde bulundurandır. Ona göre seçkin, güç, zenginlik ve bilgi gibi sosyal değer veya servet bakımından en yüksek başarıya ulaşmış kişi anlamında, değer yargılarından uzak bağımsız bir terim olarak ele alınmalıdır. Seçkinler arasında yaşanan olaylar ve alınan kararlar, toplumun tarihi bakımından büyük halk kitlelerinde alınan kararlara ve de yaşanan olaylara nispeten daha fazla bir öneme sahiptir. O'nun *Seçkinlerin Dolaşımı*

³ <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42770005>, Erişim: 21.12.2017.

teorisine göre insanlık tarihi seçkinlerin sürekli durmaksızın devam eden yer değiştirme tarihinden ibarettir. Biri yükselirken diğeri alçalmaktadır.

Darwinist teoriye uygun düşer şekliyle zengin tanımını yapan Sumner, zengini, tabii ayıklanmamın ürünü olarak tanımlar. Spencer ise zengini, “kendi üstünlüğünün masum bir yararlanıcısı” olarak tarif eder. Kişinin daha iyi ve farklı olduğu için zenginliğe sahip olduğunu idrak etmesi, sahip olduğu varlığın zevkini sürmeye haz katmakta ve tabiat, hayata iyi uyum sağlayanla sağlayamayanı ayıklayarak zengin ve yoksul diye ayıştırmaktadır (Türkdoğan, 2011: 63).

Zenginlikle sermaye arasında ilişki kuran Karl Marx, zenginliği, sermaye olarak aslında bireyin emeğinin yarattığı bir değer birikimi olarak görmektedir (Köse ve Karahanoğulları, 2005: 26). Kapitalist bakış açısından zenginlik, özel mülkiyet nesnesi olunca daha anlamlı olmaktadır. Kapitalizmde para, zenginliğin ölçülebilir açık bir göstergesidir (İnsel, 2008: 54). Kapitalist rejimin egemen sınıfı olan burjuvazi, zenginliğin, mesleğin, entelektüel ve estetik eğitimin, modanın, kendi çevresine sınırlar çizerek ve layık olduğunu düşündüğü seviyede kalmanın araçlarını sağlayarak toplumun üst tabakasında yer alan toplumsal bir sınıf olarak karşımıza çıkmaktadır (Fidan, 2013: 343).

Zengin kavramıyla eş anlamlı olarak kullanılan kavramlardan biri de *burjuvadır*. Wallerstein (2007: 170-172), hali vakti yerindelik ve paraya sahip olmakla özdeşleştirdiği, ekonomik bakımdan gelir düzeyi yüksek olan burjuvanın toplumsal arenada statü bakımından en iyi yerde durduğunu ifade etmektedir.

Burjuva terimi zenginlik ve parayı çağrıştırırsa da esasında bundan da öte anlamlar ifade eden bir kavramdır. Nitekim burjuvazi bir zenginliğin çok biçimli olduğunu ifade eden Pinçon ve Pinçon Charlot (2012: 12), “*Burjuva zengindir, ancak bu zenginlik çok biçimlidir; paradan çok paradan olduğu kadar, kültür, toplumsal ilişkiler ve prestijden oluşan bir karışımdır. Burjuvazinin kültüre dayalı ayrıcalıkları da üst üste yığılmıştır*” diyerek burjuvayı zenginliğin farklı bir ögesi ve görünümü olarak tarif etmiştir.

Zenginlik kavramının anlatımında sıklıkla kullanılan bir diğer kavram ise *elittir*. Elit kavramı, köken olarak Latince *eligre, electa* sözcüklerinden türemiş, Fransızcadaki *élite* sözcüğünden dilimize geçmiştir. Elit sözcüğü genellikle toplumsal yapı içerisinde en üst tabakaya ait bireyleri tanımlamada kullanılmaktadır Elit, üst tabakaya mensup olabileceği gibi alt toplumsal tabakaların içinden de yükselebilen kimseler olabilir. Elit,

sadece kapitalist sınıf veya üst toplumsal sınıf üyeliğine karşılık gelen bir kavram olmakla kalmayıp, aynı zamanda orta sınıf veya işçi sınıfından bireyleri de kapsar. (Arslan, 2007)

Elitler, maddi varlıkları sayesinde bazı toplumsal kararları şekillendirme imkân ve ayrıcalığına sahip olmanın yanında ekonomi, siyaset, eğitim, yargı, askeriye ve medya gibi karar verme mekanizmalarında da söz sahibi olabilmektedirler (Fidan, 2013: 345).

Sorensen (2014: 177), zenginliğin iki temel bileşeni olduğunu belirtir. Bunlardan ilki kişisel ve fiziksel zenginliktir. Bunlar genellikle emek piyasasının dışında okulda ve ailede elde edilir. Diğer ise istihdam ilişkilerinden elde edilen zenginliktir.

Zenginler için paranın yanı sıra onur ve saygınlık da çok önemlidir. Bazı zamanlarda ekonomik gücünü kaybetmiş zenginlerde prestij kaybının yaşanmaması sahip oldukları kültürel sermayelerinden kaynaklanmaktadır. Zenginler için bazen ekonomik sermaye azalmış veya yitirilmiş olsa da geçmişten taşınan kültürel değerler önemini kaybetmemektedir (Mağgönül, 2006: 163).

Zengin, ne özdeş bir gruptur ne de durağan bir kategori içinde belirlenir. Bireyler zenginliğe doğru ya da zenginlikten ayrılan pek çok yol izlerler. Bazı zengin insanlar “eski zengin aileler içinde doğarlar” bu deyim nesilden nesile geçen zenginlikleri işaret etmek için kullanılır. Diğer zengin bireyler “kendilerini yaratanlardır”. Fakir başladıkları hayata başarılı biçimde zenginleşerek, zengin olarak devam ederler (Giddens, 2012: 355).

Kısaca ifade etmek gerekirse zengin, burjuva ya da elit diye ifade edebileceğimiz ve toplumsal katmanın ayrıcalıklı kutbunda yer alan bu kesimin en önemli özelliği parayı, gücü, serveti, saygınlığı ve onuru elinde tutmasıdır (Gürhan, 2015: 97-98).

2.2. Zengin Sınıfın Tezahürü (Tarihsel Arka Plan)

Sınıf kavramı denilince akla ilk gelen sosyal bilimci Karl Marx'tır. Marx, toplumsal sınıf teorisinde iki temel sınıf olduğunu belirtmiştir. Sınıflar, mülkiyetin ortaya çıkışı ve buna bağlı olarak gelişen eşitsizliklerin bir sonucu olarak görülmektedir. O'nun sınıf teorisinde toplumsal sınıflar burjuva ve proletarya olarak iki ayrı sınıftır ve aralarındaki mücadele üretim ilişkileri ve mülkiyet sahipliğinin ortaklaşa

gerçekleştirilmesi sonucunda nihayete ermesi ve sınıf farkının ortadan kalkması ve nihayetinde sınıfsız bir toplumun varlığına doğru gidiş tezi yer almaktadır.

Marx'ın burjuva diye tanımladığı sınıfın üyeleri ise toplumda zengin, varlıklı, elit kimseler olarak tanınan kişilere karşılık gelmektedir. Zenginlerin varlığı eski toplumlarda dahi görülmektedir. Eski zamanların aristokratları olarak tabir edilen kişiler şimdinin zenginlerini karşılamaktadır.

Tarihin eski toplumlarından günümüz toplumlarına kadar hemen hemen her toplumda seçkinlerin var olduğu bilinmektedir (Sala, 2009: 3). Tarih boyunca zenginliğin iki esas göstergesinin *ihtişam* ve *kudret* olduğu söylenebilir (Göksu ve Demirel, 2008: 92). İhtişam ve kudretin var olabilmesi için gerekli koşullardan biri de eşitsizliktir. Mülkiyet eşitsizliği ile mülkiyet hakkına ulaşabilme eşitsizliği zenginliğin ortaya çıkışında temel faktör olduğu ifade edilebilir (İnsel, 2008: 53).

Geçmişte çoğu kez ticaretle özdeşleştirilen ve onun doğurduğu bir statü olarak zenginler, âlim-ruhban kesimin ve idari-askeri güç ve statü sahiplerinin himayeleri altında varlıklarını sürdürebilmişlerdir. Çünkü o dönemlerde mal varlığı ve paraya sahip olmanın verdiği güç ve statü modern çağa kadar itibar ve toplumsal meşruiyet açısından kabul görmemekteydi. Mal mülkiyet hakkının temel ve dokunulmaz insan hakkı olarak tanınmasıyla oluşan modern burjuva toplumunda ise zenginlerin statüsü, itibar derecesi ve nüfusları artmış, hatta geçmişte himayelerine muhtaç oldukları kesimleri yönlendirebilme, yönetebilme gücünü ve statüsünü kazanmışlardır (Gürhan, 2015: 99).

Kent, ticaret ve elit tabakanın gelişimi arasında paralel ilişki kurmaya çalışan Bumin, ticaretin gelişerek üretim ve ticaretin birbirinden ayrışmasıyla birlikte kentler, uzmanlaşmış bir burjuva sınıfının doğuşunu sağlamıştır. Bu dönemde burjuva zamanla kentin yönetiminde söz sahibi olmaya başlamıştır. Burjuva, ekonomik gücünü iyiden iyiye arttırması sonucunda kentin daha önce ki diğer güç sahipleriyle kimi zaman mücadele ederek kimi zaman da uzlaşarak sonrasında modern devletin üzerinden yükseleceği farklı bir uygarlığın gelişiminin önünü açmıştır (Kaygalak, 2009: 34).

Begel (2012: 13), ortaçağ kentlerinde günümüz sosyal yapılarından büyük ölçüde farklı bir sınıfsal düzenin varlığını ortaya koymaktadır. Ona göre kentlerin çoğunda çoğunlukla unvanları da olan bir aristokrasi kesiminden oluşan üst katman; tüccarlardan oluşan ikinci katman; lonca üyesi zanaatkârlardan oluşan üçüncü katman ve statü olarak daha düşük zanaat ustalarının yer aldığı daha bir alt katman ile

hizmetkârlardan oluşan en düşük katmanlar vardı. En üstteki üç grup arasında kesintisiz bir iktidar mücadelesi devam ederken, son iki grubun siyasi hakları dahi yoktu.

Kentsel sınıf oluşumuyla ilgili olarak Aslanoğlu (2000: 35-43) ise olguya, kentin ekonomisi açısından yaklaşmaktadır. Aslanoğlu'na göre sanayi öncesi kentlerde yaşayan elit sınıf, büyük arazi sahipleri, din, devlet ve eğitim gibi alanlarda önemli yerleri elinde tutan kişilerden oluşmaktadır. Sanayi öncesi kent, imtiyazlı kısıtlı/dar bir üst tabaka tarafından idare edilmektedir. Sanayi toplumu ise köylüler, sanayi ya da hizmetlerde çalışan kitleler ve bunlar üzerinde kontrol gücü olan üst tabakalardan oluşur. Bireyin iş ve meslek çevresi modern kent yaşamında beşeri ilişkilerde etkili unsurdur.

15. ve 16. yüzyılları daha fazla paraya sahip olmak ve her şeyi kısa sürede paraya dönüştürme düşüncesinin giderek yaygınlaştığı bir dönem olarak değerlendiren Sombart, bu dönemde soyluların adeta zengin tefecilere benzemeye başladığını, devletlerin kasalarına mümkün olduğunca daha çok para sokacak politikalara yöneldiklerini, nihayetinde para sahibi olmanın yollarının giderek arttığını belirtmektedir. Bu dönem, daha çok para kazanma tutkusunun hız kazandığı ve bunun modern Avrupa insanının ayrılmaz bir parçası haline geldiği bir dönem olmuştur (2011: 42-50).

Sombart, burjuvayı *eski moda burjuva* ve *yeni moda burjuva* şeklinde ikiye ayırmıştır. Eski moda burjuva kapitalist bir girişimci ve para kazanma gayesiyle şirket kuran biridir. Eski moda burjuva için zenginlik, hoşlanılan ve elde edilmeye çalışılan bir şeydir. Fakat hayatın tek gayesi değildir (2011: 162-174). Yeni moda burjuva ise, bolluk içerisinde yaşayıp çevresindeki pek çok insanı besleyen, günlerini oyunlar, turnuvalar ve av partileriyle; gecelerini ise arkadaş ve dost çevresi ile birlikte zar atıp güzel kadınların kolları arasında eğlenerek geçiren, şatolar ve kiliseler inşa ettiren, oldukça lüks bir yaşantı süren kişidir (2011: 23).

Günümüz ise, yeni kapitalizmle birlikte zenginlerin giderek daha da zenginleşmelerinin yolunu açan faktörlerin gelişmesi, özel mülkiyet hakları sınırlarının esnekleştirilmesi, paraya sahip olmanın lükse sahip olmak ve lüks harcamak anlamlarına geldiği, zenginlerin ve zenginliğin toplum nezdinde sempatikleştirilerek gıpta ile bakıldığı bir dönem haline gelmiştir (İnsel, 2008: 52; Duman, 2008: 60).

2.3. Ülkemizde Zenginliğin Tezahürü ve Zengin Sınıfı

Ülkemizde Avrupa'daki örneklerinde olduğu gibi gerek fiziki gerekse içerik olarak yüzyıllar öncesinde ortaya çıkıp gelişim ve değişim sürecini yaşayıp çeşitli değişikliklerle günümüze kadar gelmiş olan bir zengin sınıfı veya burjuvadan tam anlamıyla bahsetmek mümkün görünmemektedir (Mağgönül, 2006: 154).

Türkdoğan (2011: 34,56), eski Türklerde insanların yeni bir statü kazanmalarının yolunun servetlerini tüketmekle mümkün olduğunu vurgulamaktadır. Biri “beğ” olmak istiyorsa servetini, malını-mülkünü yoksullara yedirmeli, dağıtmalı, paylaşmalıdır. *“Ağalık, beylik vermekle olur”, “Eğer bir mahallede yoksul varsa orda zengin yoktur”* gibi deyimlerimiz hayır işlere, yardım etmeye, muhtacı görmeye ve gözetmeye verilen önemin bir başka anlatımıdır. Bu anlayış, zenginin daha fazla zenginleşmesinden ziyade toplumdaki sınıfsal ayrımın, kutuplaşma ve zıtlıkların önüne geçen unsurlar olmuştur.

Ancak her toplumda var olan eşitsizlikler ve buna bağlı olarak oluşan sınıflar Türk İslam toplumlarında da çeşitli şekillerde var olmuştur. Osmanlı'dan günümüze varlığını sürdüren aydın ve elit tabakanın oluşturduğu bir üst sınıf ile avam diye tabir ettiğimiz ve büyük çoğunluğunu halkın oluşturduğu bir alt sınıftan bahseden Türkdoğan, bu üst sınıfı milli ve dini değerlerden soyutlanmış bir zümre olarak; alt sınıfı ise güçlü bir dini norm ve değerler yanında töre ve gelenekleriyle milli unsurlarına sıkı sıkıya bağlı bir zümre olarak görmektedir (2011: 157).

Osmanlı dönemi toplumsal yapısı, yönetenler ve yönetilenler şeklinde bir toplumsal sınıf ayrımına tabi tutulabilse de böyle bir kategorizenin o dönem toplumsal sınıf düzenini ve yapısını tanımlamada/açıklamada yetersiz kaldığı ifade edilebilir. Çünkü yönetici sınıfla birlikte kentlerde yaşayan zanaat veya küçük sanayi üreticiliği/işletmeciliği yapan geniş bir halk kesiminin yanında ve yine bu halk kesimi içerisinde değerlendirilen fakat iktisadi ve politik gücü itibarıyla de bu halktan farklı, merkezden uzak bir taşra seçkinleri de mevcut idi (Bkz. Türkdoğan, 2011; Yediyıldız, 2015; Öz, 2012; Günay, 2003; Sala, 2009).

Cumhuriyet dönemine kadar sınıf kavramına dayalı bir toplumsal yapıdan ziyade, dengeli, zenginlik normlarını törpüleyen dayanışmacı bir model mevcuttur. Bu oluşumda devletin İslami normlara yönelik toplum felsefesi ve iktisadi zihniyeti önemli rol oynamıştır (Türkdoğan, 2011: 14).

Tanzimat döneminde Türk unsuru ağırlıklı bir *bürokratik burjuvazi* ile gayrimüslim etnik unsurlardan oluşan ve uluslararası kapitalizmle bağlantısı olan bir *ticari burjuvazi* şeklinde iki ayrı seçkin sınıf bulunmaktaydı. Cumhuriyetin kuruluşundan sonraki yıllarda Kemalizm ve Türk milliyetçiliği ekseninde şekillendirilen bürokratik burjuvazi ülkede egemen olmaya başlamış, gayrimüslim ticari burjuvazinin tasfiyesi ile de burjuvazinin bürokratik kanadı kamusal alana hâkim olmaya başlamıştır (Durakbaşı, 2010: 17).

Demokrat Partili yıllarda Türkiye’de uygulanan liberal ekonomi politikası sonucu salt ekonomi için ekonomik faaliyetlerde bulunma düşüncesi temelinde kısa süre içerisinde zengin olma bilinci desteklenmiş ve para kazanma için para kazanmanın yolları açılmıştır (Türkdoğan, 2011: 207). 1960’lı yıllarda uygulanan politika sonucu Türkiye’de yeni zenginlerin türediğini belirten Bali (2011: 24), bu yeni zengin sınıfın Anadolu kökenli ve de kentli zenginlere göre daha düşük bir eğitim düzeyine sahip oluşları nedeniyle kentli elitler tarafından “Hacı Ağalar” gibi küçümseyici bir lakap ile anılmalarına neden olduğunu ifade etmektedir. Benzer duruma dikkat çeken Türkdoğan (2011: 204), kendilerini köklü zenginler olarak gören *Beyaz Türklerin*, ortaya çıkan yeni türedi zenginleri *Siyah Türkler*, *Siyah Zenginler*, *Doğulu Kırolar* şeklinde kategorize ederek tabaka içerisindeki ayrımı/farklılığı ortaya koymaya çalıştıklarını belirtmiştir. Bali’nin (2011: 39) “*köklü aileler ve eski servetler*”, “*yeni zenginler ve yeni servetler*” şeklinde tabir ettiği bu durum seçkinlerin kendi içinde sınıflaştıklarının bir göstergesidir.

Türkiye’de 1980 sonrası izlenen ekonomi politikaları, büyük burjuvazinin gelişimini desteklemiştir. Büyük burjuvazinin gelişim sürecinde, holding ve banka sahibi kişilerin artması aslında finans-ticaret ve sanayi sermayesinin iç içe geçmiş olduğunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Durakbaşı’dan akt., Gürhan, 2015: 105).

Durakbaşı (2010), 1980’li yılları taşra burjuvazisinin atağa geçtiği bir dönem olarak nitelendirir. Bu dönem *Anadolu Kaplanları* şeklinde adlandırılan taşralı girişimcilerin, tarım kökenli küçük sanayi işletmeciliğinden ihracata yönelik büyük sanayilere yönelerek uluslararası ticarete faal hale geldikleri bir dönem olmuştur. Taşra burjuvazisi olarak nitelenen bu zenginler, ekonomik olarak güçlenen ve küresel ekonomiye eklemlenen yeni sermaye grupları ve yatırımcılar olarak kentin yeni zengin aileleri arasında yer almışlardır.

Son zamanlarda ortaya çıkan bir diğer elit kesim olarak dindar zengin kesimin ivme kazanmasıdır. İslam inanç sisteminde istisna ve sorumluluk duygusuyla iç içe tanımlanan zenginliğin getirdiği sorumlulukları unutarak tüketim kültürüyle birlikte genel zenginlik kültürünün benimsenip içselleştirildiği ve *İslami Sosyete*, *Yeşil Sermaye*, *İslami Burjuvazi* gibi önadlarla tanımlanan yeni bir zengin zümrenin ortaya çıkışına tanıklık etmiştir (Bkz. Alpman, 2012: 38; Karadağ, 2012: 56; Göksu ve Demirel, 2008: 92). Bu dindar elit grup üyelerinin giyim ve kuşamlarıyla, kullandıkları araçlarıyla, katıldıkları partilerdeki görüntüleriyle, gerek canlı medya gerekse sosyal medyadaki paylaşımlarıyla şaşılağan yaşam tarzlarını göstermekten çekinmedikleri; aksine, eğlencesi mutlulukları adeta yüzlerinden okunmaktadır.

Son kertede Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) 2016-2017 verilerinden yola çıkarak yapılan tahminde, Türkiye'de en yüksek gelir grubunda 2.200 ailenin yaşadığı, bunun da 10.000'e yakın kişi anlamına geldiği, sözü edilen gelir grubunun yıllık ortalama gelirinin 300 ile 750 milyar TL arasında değiştiği ve ortalama servetlerinin ise 26 trilyon TL'nin üzerinde olduğu ileri sürülmektedir.⁴

2.4. Zenginliğin Görünümleri

Gerek kişisel kazanım ve miras yoluyla gerekse de gelir ve mülkiyet eşitsizliğinin bir sonucu ortaya çıkan zenginlik, kendini çeşitli şekillerde toplumda göstermektedir. Zenginliğin, kaynağına, başka deyişle elde edilme şekline, yaşama biçimine ve de mekânsal olarak gösterilme biçimine göre çeşitli görünümüleri olduğunu söylemek mümkündür.

Zenginlik olgusu toplumdan topluma, kültürden kültüre, zamandan zamana ve hatta aynı toplumsal yapı ve sistem içerisinde bile çeşitli farklılıklar gösterebilir. Bu farklılıkları mekânsal, sınıfsal ve kültürel düzeyde incelemek mümkündür.

2.4.1. Kültürel Görünümü

Zenginlik, toplumlarda sınıfsal farklılık yaratmanın ötesinde sosyal, siyasal, kültürel ve iktisadi yaşama olan etkisiyle de tüm toplumu şekillendirmektedir. Bilhassa sosyo-kültürel pratikleri, tüketim tarzı, zenginliğin öne çıkan değerleri ve zenginlik anlatılarındaki mesajlar gündelik yaşamı etkilemektedir. Başka bir deyişle zenginlerin yaşam tarzları, üretim ve tüketim biçimleri bir *zenginlik kültürünü* oluşturmaktadır.

⁴ <https://www.capital.com.tr/ekonomi/makro-ekonomi/72-milyon-zengin-var>, Erişim: 02.12.2017.

Değişen pek çok şey gibi bu zenginlik kültürü de zamana ve döneme bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Zenginliğin kültürel görünümüleri toplumdan topluma değişebilmekle birlikte toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik yapısındaki değişmelere bağlı olarak ve aynı toplum içerisinde farklı şekillerde de ortaya çıkabilmektedir.

Mağgönül (2006: 205), eski zenginlik kültüründe görgü/kültür, aile/soy-sop gibi öğelerin yerini günümüzde daha çok alım gücünün belirlediği farklılıklara bıraktığını belirtmektedir. Önceki zamanlarda görgü, soy/sop gibi değerler üst sınıfın hayat tarzına işaret ederken bugünlerde ise paranın gücüne dayalı bir üst sınıftan bahsedilmektedir. Yani, eskinin *kültürel sermayesi* yerini, bugünün *ekonomik sermayesi* ne bırakmıştır. Kültürel sermayenin sunduğu zevk, beğeni ve tercihler günümüzde maddi güçle gerçekleştirilmektedir.

Kültürel sermayeyi ekonomik sermaye yoluyla yaşatmaya ve de teşhir etmeye çalışan bu sınıfın zenginlik kültürünü betimleyen Türkdoğan (2011: 60-61), bu yeni para kıvıran sınıfın davranış biçimi ve ahlak anlayışının gelişen ekonomik sisteme göre bir biçim aldığını belirtmektedir. Ona göre, dünya nimetlerine gereğinden fazla değer veren, teşhire meraklı, kibirli ve barbarca gösteriş tüketimi içine giren yeni bir insan tipi ortaya çıkmıştır. Türkdoğan, bu yeni insan tipini Amerika'nın kuzeydoğu bölgesinde bulunan Rhode Island Eyaletindeki Newport⁵ evlerinde yaşamlarını sürdüren insanlara benzetmektedir. Bu evler, şaşıaalı, gösterişli bir yaşam tarzının sergilendiği yerlerdir ve orada insanlar adeta servetlerini teşhir ederler.

Zengin sınıfın, yoksul veya alt sınıf gibi kendine has bir kültür yarattığını belirten Türkdoğan, kenar mahallelerde yaşayan yoksullar ile lüks semtlerde yaşayan zenginlerin toplumdaki hâkim yapıyla ve kültürle kaynaşamadığını ve bunun neticesinde bir *yan kültür* oluşturduğunu belirtmektedir. Türkdoğan, Lewis'in *yoksulluk yan-kültürü* tanımlamasına benzer şekilde, toplumdaki hâkim kültürden bir sapma olarak gördüğü yeni zenginliğin de bir *yan kültür* oluşturduğunu ifade etmektedir (2011: 56-59).

⁵ Rhode Island, Amerika Birleşik Devletleri'nin 50 eyaletinden biridir. Ülkenin en küçük eyaleti konumundadır. Yaklaşık nüfusu 25.000 olan eyaletin sekiz kenti vardır. Dünyanın en görkemli evleri, şatoları, malikâneleriyle meşhur kentlerdir. Kişi başı gelirin 80 dolar üstü olduğu eyalette yoksulluk oranı %4,8 olduğu belirtilmektedir. Ayrıca dünyanın zengin ailelerine ev sahipliği yaptığı belirtilen eyalette lüks yaşam hâkimdir (Bkz. <https://www.homesnacks.net/richest-places-in-rhode-island-126432/>, Erişim:14.12.2017).

Türkdoğan'a göre modern çağın zenginlik kültürü, daha çok gösteriş için sürekli harcayan, tüketen ve toplumsal yaşam içerisinde bunu bir yarışma biçimi haline getirmiş fertlerin yaşam şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkdoğan, toplumsal değerlerden soyutlanmış ve toplumcu kimliği olmayan, çoğunlukla doyumsuz, sömürücü, yayılımcı, bireylerin bu yeni kültürün insan tipleri olduğunu ifade eder.

Zenginler için para önemlidir. Zenginlik normunu temsil edenler, daima para peşinde koşan, servetine servet ekleyen bir sürecin içindedirler. Ancak paranın aldatıcı efendi olduğunu söyleyen Lefebvre (2010: 164), maddi gücün zenginleşme yolundaki bireye verdiği zararı şöyle ifade eder: "Para, burjuva toplumunun gayri insani yaşamında, insanın kendisinden koparılmasını simgeler; para yabancılaşmanın simgesi olmanın ötesindedir. Bizzat insanın yabancılaşmasıdır".

Parayla birlikte pahalı ve ince zevklere, alışkanlıklara sahip olmak yeni zenginler için birazda zorunludur. Zorunluluk, zenginlerin kendilerini yeni sınıflarına kabul ettirebilmeleri için ne kadar zevkli ve eli açık olduklarını sergilemeleri gerektiğine dayanır (Duman, 2008b: 112).

Zenginler için seçkin olmanın önemli şartlarından biri de yüksek eğitimli olmaktır. Hatta eski toplumlarda eğitim hakkına sahip olabilmenin ilk kuralı zengin olmaktı. Mesela, Antik Yunan'da yalnızca zengin, aristokrat ve yönetici kesim eğitim alabiliyordu (Goldsmith, 2010: 13). Önceleri görgü ve terbiye bilgilerinin kullanılıyor olması eğitim için yeterli ve gerekli bir koşulken, şimdilerde kolej tarzı okullara gitmek ve sonrasında yurtdışında iyi ve prestijli bir üniversiteden mezun olmak, hatta master ve doktora programları tamamlamak önem arz etmektedir (Veblen, 2005: 239-240).

Veblen (2005: 238-240), zengin sınıfın eğitim alanında seçici olduğunu, toplumun endüstriyel yaşamıyla ilişkili olan bilimlerle ilgilenmekten ziyade klasik ve resmi olan bilgiyle ilgilendiklerini belirtir. Bununla birlikte hukuk, politika ve idari bilimler en çok ilgilendikleri alanlar arasındandır. Bu alanlar, resmi hizmet alanının da kural belirleyicisidir. Toplum üzerinde baskı ve kontrol kurmanın bir yolu da buradan geçmektedir. Bu ise, seçkine, imtiyazlı olanak tanınmasına fırsat vermektedir.

Ülkemiz açısından da durum pek farklı değildir. Yurt dışında eğitim görmenin seçkinlerin statükolarını sağlamlaştıran önemli bir imtiyaz olduğu ifade edilebilir. Nitekim Tefik Güngör' ün "Amerika'da Üniversiteler" başlıklı makalesi, dönemin varsıl veya zengin kesimi olarak tanımlayabileceğimiz üst sınıfın bu konuya bakışını anlatmaktadır. Güngör, yazısının bir bölümünde şunları zikreder:

“Türkiye’nin yarınları zengin çocuklarıdır. Çünkü bugün Amerika’da çocuk okutabilmenin faturası en az 25-35 bin dolar arasındadır. Bu parayı ancak sınırlı aileler verebilir. Bu parayı verecek ailelerin Amerikan Üniversitelerinde okuma şansına sahip olacak çocukları, yarın Türkiye’nin elitini oluşturacaktır. Çünkü bu şansa kavuşmamış ve Türkiye’nin kısır imkânlarıyla eğitim görmüş olanlarla aralarında dağlar kadar bilgi farkı bulunacağından, elitler önde koşacak, ülkenin dümenine onlar geçecektir. Bu böyle biline ve bu gerçek yüreklere sindirile...” (Bali’den akt., Gürhan, 2015: 120)

Bali, ülkemizde zengin sınıfın görünümelerini yine İş adamı İshak Alaton’nun bir açıklamasından alıntılanarak şöylece nakleder:

“Birinci gruptakiler: Birkaç lisan bilir. Kültürlüdür, güzel sanatlara, klasik müziğe yatkındır. Türkiye’nin gelişmiş ülke imajına katkıda bulunur. İnsancıldır, hoşgörülüdür. İkinci gruptakiler: Giyim ve görünüme çok önem verir. Kokteyllerde sık sık rastlaşırsınız. İlkbahar ve sonbaharda hafta sonlarını Bodrum’da geçirir. Diğer ülkelerin sosyete kulüpleriyle yakın ilişkilidir. Hoşsohbettir, nüktedandır, fazla derin değildir. Üçüncü gruptakiler: Yeni zengin olmuştur. Parasal kudret önde gelir. Kültür eksikliğini cömert jestlerle, bol para harcamayla dengelemeye çalışır. Çocuğunun sünnet düğününde kuş sütü hariç her şey bol miktarda bulunur. Siyah havyar çorba kaşığıyla verilir. Garsonlara haşın davranır, servis personeline sık sık hakaret eder. Saati kalın bilezikli ve parlak taşlıdır. Sık sık açık gömlekle gezer, boynunda kalın altın zinciri görülür” (Bali’den akt., Gürhan, 2015: 122).

İshak Alaton’nun bu açıklaması zengin sınıfın da kendi içerisinde katmanlaştığını anlatan bir cümledir. Alaton’un bu sözlerini Bourdieu’nun ekonomik ve kültürel sermaye kavramlaştırmasından yola çıkarak değerlendirdiğimizde, birinci gruptaki zenginleri bilhassa kültürel sermaye ile birlikte ekonomik sermaye sahibi üst sınıf; ikinci gruptakileri, ekonomik sermaye ile kısmen kültürel sermaye sahibi üst sınıf; üçüncü gruptakileri ise daha çok ekonomik sermaye sahibi üst sınıf olarak tanımlayabiliriz.

İster eski dönem zenginleri ve burjuvazisi isterse de yeni dönemin varılları, türedi zenginleri, yeni zenginleri veya başka hangi önadlarla tanımlanırlarsa tanımlansınlar zengin diye tabir ettiğimiz üst sınıf kendine özgü görülgen bir kültür normu oluşturmuştur. Bu kültürel norm, dünyanın değişen sosyo-kültürel ve ekonomik şartlarıyla birlikte değişmekte ve kendisini yenilemekte olsa da üst sınıf toplumun sürekli sivrilen tarafı olmaya devam etmiştir. Giyim kültüründen yemek kültürüne, sağlıklı ve rahat yaşam kültüründen en iyi, en pahalı, en gösterişli olanın harcandığı, tüketildiği bir tüketim kültürüne kadar kendine özgü kültürel tarzını belirleyen bir zenginlik kültürü var ola gelmiştir. Her türlü ayrıcalıkları elinde bulundurma gayreti ve kudretine sahip olan bu sınıf haliyle toplumların imtiyaz ve nüfuz sahibi kişileri olarak

zirve sayılabilecek üst statülere sahip olmuşlar ve olmaya da devam edeceklerdir. Bilhassa yenedünya, paranın dünyası olmuştur. Yenedünyada para, halk dilinde yaygın şekliyle kullanıldığı gibi adeta “fakirin rüyası, zenginin dünyası” dır.

2.4.2. Sınıfsal Görünümü

Toplumda bazı insanların daha fazla güç ve zenginliğe sahipken bazılarının ise bunlara yeterli ölçüde sahip olmaması toplumsal eşitsizliklere yol açmaktadır. Toplumsal tabakalaşma, bu eşitsizlikleri ortaya koyan sistematik bir tanımlamadır (Kalaycıoğlu vd., 1998; Marshall,1999). Giddens (2000: 256) ise tabakalaşmayı farklı insan gruplaşmaları arasındaki yapılaşmış eşitsizlikler olarak tanımlamaktadır.

Sanayileşme ve kapitalizmin egemen duruma gelmesi ile birlikte tabaka sosyolojisine ilgi de artmaya başlamıştır. Temel sosyoloji kitaplarında genellikle “tabaka” kavramı kapsayıcı bir kavram olarak ele alınmakta ve “sınıf” kavramını da kapsadığı görülmektedir. Ancak “tabaka” ile “sınıf” kavramı arasındaki kapsayıcılık kuramdan kurama farklılık arz etmektedir. Weberci kuramda “sınıf” toplumsal tabakalaşmanın unsurlarından biri olarak görülür, ancak toplumsal süreçlerdeki belirleyiciliği statü ile sınırlı tutulur. Marksist kuramda ise “sınıf” ın hem toplumsal süreçlerin temel belirleyicisi hem de “tabakaları” kapsayan üst bir kavram olduğu ve temel iki sınıf arasında bir takım katmanların olabileceği kabul edilmektedir (Öngen, 2006).

Genellikle toplumsal tabakalaşma literatürü içinde kullanılan toplumsal sınıf kavramı üzerinde bütün sosyologların üzerinde anlaştıkları tam ve kesin bir tanım vermek nerdeyse imkânsızdır. Bu imkânsızlık ise sınıf kavramının tanımlanmasında kullanılan temel kavramların farklılığından veya çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır.

Latince *classis* sözcüğünden gelen sınıf kavramı, kişileri, sahip oldukları servete göre ayıran çeşitli kategorileri belirtir. Zamanla sözcük toplumsal farklılıkları belirtmekte kullanılmaya başladı. Hem kişileri, hem de şeyleri sıralamada, düzenlemede kullanılıyordu. Toplumsal gerçekliğe uygulandığında ise, aynı anlam öbekleri içinde diğerlerinden pek farkı yoktu, hatta daha önemsizdi ve toplumsal örgütlenme ya da hiyerarşi konusunda özgün bir anlam taşııyordu. Fakat 18. ve 19. yüzyılda *sınıf* sözcüğü az ya da çok açık bir şekilde, bir anlamda kendi özerkliğini kazanırken, önceki terimlerden başka şeyleri ifade etmeye başladı ve toplumsal ayırım ve ilişkileri farklı düşünmenin bir anlatım şekli oldu (Beneton, 1992: 11).

Toplumsal sınıflar endüstriyel toplumların karakteristik gruplarıdır. Bu sınıf sisteminde din ve geleneklerden çok makineleşme, üretim araçlarına sahiplik ve teknoloji önem kazanmaktadır. Toplumsal sınıf endüstriyel toplumlarda defacto (yasal ya da dinsel tanımlamayı gerektirmeyen), kapalı değil, nispeten açık gruplardır. Bu özelliği ile diğer tabaka sistemlerinden önemli bir biçimde farklılık göstermektedir. Tartışmasız olarak ekonomik bir temele dayanır. Ancak, bunun yanında ekonomik grup olma özelliğini de aşan niteliklere sahiptir. Toplumsal sınıfların 17. yüzyılla birlikte ortaya çıkan sanayi toplumunun karakteristik bir özelliği olduğu kabul edilmektedir. Ancak, sayılarını belirlemeye veya herhangi bir sınıf üyeliğine ilişkin tanımlamaya, betimlemeye çalışıldığında önemli güçlükler ortaya çıkmaktadır (Bottomore, 1984: 206-207). Sınıf kavramı, insanların toplumsal ve ekonomik pozisyonlarına göre ister bu pozisyonun bilincinde olsun ister olmasın bölünmeleridir. Toplumsal statü ise toplumdaki bir bölünmeyi temsil etmez, birçok faktör tarafından belirlenen bir pozisyonu içerir (Özkalp, 1987: 232).

Marx ve Weber tarafından geliştirilen kuramlar, sınıf ve tabakalaşma üzerine birçok sosyolojik çözümlemenin temelini oluştururlar. Bu anlamda sınıf kavramıyla ilgili bilindik ilk tanımlama Marx ve Weber'e dayanmaktadır denilebilir. Marx için sınıf, üretim araçlarıyla genel bir ilişki içerisinde bulunan ve yaşamlarını sürdürdükleri araçlara sahip insanlarca oluşmuş bir öbektir. Modern sanayinin doğmasından önce üretim araçları, evcil hayvanlar veya ekin için kullanılan araçlardan ve her şeyden çok topraktan oluşuyordu. Dolayısıyla sanayi öncesi toplumlarda iki temel sınıf, yani, toprak sahipleri (aristokratlar, soylular ve köle sahipleri) ile toprakta işgücüne endeksli etkin olarak üretim yapanlardan (serfler, köleler ve özgür köylüler) oluşuyordu. Modern sanayi sonrası toplumsal değişim beraberinde yeni sınıfsal düzeni de doğurmuştur. Fabrikalar, yazıhaneler, makineler ve bunları satın almak için gereksinilen kapital ve zenginlik giderek daha da önemli hale geldi. Marx'ın deyimiyle üretim araçlarına sahip olan sanayici ve sermayedarlar ile yaşamlarını emekleriyle kazanan bir işçi sınıfı doğmuştur. Marx, kapitalist sistemle birlikte varlıklı sınıfın zenginliğinin artmasına buna karşılık işçi sınıfının görece olarak yoksul kalmasına dikkat çekmeye çalışmıştır. Marx, *yoksullaştırma* terimini kapitalist sınıfla ilişkisi içinde giderek güçsüzleşen işçi sınıfını betimlemek için kullanmıştır (Giddens, 2012: 345-346).

Weber, Marx tarafından geliştirilen toplumsal sınıf çözümlemesini yapılandırmış ve de ayrıntılandırmıştır. Marx'ın ekonomik temelli sınıf tanımlamasını daha da

geliştirerek toplumsal kutuplaşmanın çok boyutlu ve karmaşık yapısını fark etmiştir. Weber'e göre toplumsal tabakalaşma, basit bir sınıf sorunu değildir. Ona göre sınıf ayrımı yalnızca üretim araçlarının denetiminden veya denetim eksikliğinden türemez, aynı zamanda mülkiyetle bağlantısız olunca hiç bir şey ifade etmeyen gibi görünen ekonomik ayrımlardan da türer. Böylesi kaynaklar insanların elde edebileceği türden meslekleri etkileyen nitelikleri veya güvenilebilirlik ve yetenekleri içerir ki bunun adı ise *statü* dür. Weber'e göre statü, kişilere başkalarının yüklenilen toplumsal saygınlık veya onur anlamında, toplumsal gruplar arasındaki ayrımları belirtir. Statü, insanların yaşam tarzları aracılığıyla dile getirilir. Statünün işaretlerinin ve simgelerinin “barınma, giysi, konuşma tarzı ve meslek gibi” hepsi bir başkasının gözünde bireyin toplumsal konumunun biçimlenmesine yardımcı olur (Giddens, 2012: 347).

Weber, toplumsal tabakalaşmayı gücün (iktidarın) dağılımı anlamında açıklamaya çalışmıştır. Toplumsal tabakalaşmanın temel unsurları olan *sınıflar*, *statü grupları* ve *partiler* bu güç dağılımını ortaya koyan olgulardır. Weber, insanların sadece ekonomik zenginleşme uğruna güç peşinde koşmadıklarını vurgular. Weber'e göre genel anlamda gücün, ekonomik güç de dâhil olmak üzere kendi başına bir değeri vardır, dolayısıyla, sosyal onur için de iktidar peşinden koşulabilir. Sonuç olarak, Weber'e göre, ekonomik anlamda güç genel anlamda güç ile aynı değildir ve ekonomik güç ortaya çıkışı başka alanlarda var olan bir gücün sonucu olabilir. Hukuk düzeni güç ve onuru güvence altına alabilir, ancak hukuk bu güç ve onurun başlıca kaynağı değildir. Sadece onların koruma şansını artıran ek bir etmen olup, garanti sağlamaz. Toplumsal düzen de onurun belirli gruplar arasında dağılım biçimi ile oluşmaktadır (Kılıç, 2013: 65).

Weber'in sınıf konumu ve yaşam tarzları arasındaki paralellikler üzerine olan düşünceleri statüye dayalı ayrışmaların sıklıkla sınıf ilişkileri ile örtüşebileceğine vurgu yapmaktadır. Başka bir deyişle sınıf üyeleri ortak yaşam fırsat ve pratiklerini paylaşırlar. Ortak statü ve yaşam tarzı buna uygun bir sınıfı oluşturur ve diğer sınıfları kendinden ayırıştırır (Breen, 2014: 50). Bourdieu' da sosyal sınıflar ile yaşam tarzları ve pratikleri arasındaki ilişki üzerinde durur. Ona göre toplumsal uzamdaki her konum belli bir sınıf durumuna tekabül ederken, aynı sınıf konumunda yer alan bireyler homojen tavır ve eylemler sergilerler. Toplumsal sınıf, sınıf konumlarının içselleştirilmiş biçimi olan *sınıf habitusu* ile ilişkilendirilmelidir. Habitus, düşünceleri, algıları, ifadeleri ve eylemleri yönlendiren toplumsal olarak kurulmuş yatkınlıklar

sistemidir. Yaşam tarzlarını ve statü farklarını toplumsal sınıf farklılıklarının tezahürü olarak gören Bourdieu, habitus ile sınıf arasında bir bağlantı kurmaktadır. Tüketim pratiklerinin sınıf yapısında farklı mevkiler işgal eden bireyler arasında sembolik sınırlar kurduğunu belirtir (Weininger, 2014: 111-117).

Bourdieu, toplumsal grupları birbirlerinden ayırtıran habitusları, farklı nitelikte sermaye kaynaklarının toplam sermaye içindeki niceliksel ve niteliksel katkısına dayanarak betimlemekte; toplumsal grupları, toplumsal uzamda yer alma biçimlerine göre sınıflandırmakta, toplumsal sınıfları, birbirlerine göre yararlanabildikleri ya da yoksun oldukları ayrıcalıklar, avantajlar veya elverişlilikler olarak kavramsallaştırmaktadır. Bourdieu, farklı formlardaki sermayenin (ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik) dağılımına bakarak sosyal sınıfları tanımlamaktadır. Toplumsal uzamdaki her bir mevki, yani sermaye hacminin ve kompozisyonunun her bir kombinasyonu *sınıf durumu* olarak adlandırdığı özgül yaşam koşulları setine tekabül etmektedir. Ekonomik sermaye, örneğin, gelir, servet ve parasal varlıktan oluşur. Kültürel sermaye ise üç biçimde görülür; kurumsallaşmış biçimi (formel eğitim), cisimleşmiş biçimi (zihinsel ve bedensel tavırlarımız), nesneleştirilmiş biçimi (kültürel nesneler) içerir. Sosyal sermaye ilişkilerle oluşur, bağlar ve grup üyeliğinin getirdiği sosyal ağlara dayanır (Bourdieu, 2015b: 115-121).

Zenginliğin sınıfsal olarak en belirgin özelliği onu diğer sınıflardan ayıran ve ayırmakla da kalmayıp devasa farklılığa neden olan servet ve varlıklarıdır. Bazı araştırma raporlarından hareketle Bauman (2017: 14), ABD’de milyarderlerin sayısının 2007’ye kadarki sürede 25 yılda kırk katına çıkarken, en zengin 400 Amerikalının toplam varlığının 169 milyar dolardan 1.500 milyar dolara yükseldiğini ve artışın devam ederek milyarderlerin sayısının 2011’de 1.210’a, toplam varlıklarının ise 4.500 milyara vardığını aktarmaktadır.

Toplumsal tabaklaşmanın en üst katmanında yer alan zenginler, kendilerini, genellikle diğer alt sınıflardan ayrı tutmayı tercih etmektedirler. Bourdieu, seçkinliği, seçiciliği yani ayırmayı beraberinde getiren toplumsal bir konum olarak tanımlaması zenginliğin sınıfsal ayrışmanın bir tezahürünün olduğunu bize göstermektedir (Mağgönül, 2005: 129).

Bourdieu, aynı zevk, ilgi ve önceliklere sahip insanların birbirlerine benzediklerini, farklı zevk ve ilgilere sahip diğer insanları ise dışarıda tuttuklarını ifade

eder. Ona göre bu durum kişilerin kendi statülerini meşrulaştırmak için mücadele ve rekabet içine girdiklerinin bir kanıtıdır (Doğuç, 2005: 76, 83).

Lamont, sınıflar arası farklılık gösteren beğeni, zevk ve tercihlerin ekonomik ve kültürel imkânlarla belirlendiğini söyler. Kişi kendisine benzeyen kimseleri arkadaş olarak seçim yaptığında, yeni sınıf yapısının oluşumuna dolaylı yoldan katkı sağlamış olur (Lamont, 1992: 182). Lamont, sınıfsal ayrışmanın veya farklılığın tanımında *sembolik sınırlar* adında bir kavram kullanmaktadır. Lamont'a göre, konulan sınırlar sayesinde ayırma, aslında bir yandan güvenli bir ortam yaratmanın bir başka yolu, diğer yandan ise yaşanan çevrenin genel normlarını belirginleştirmek için kullanılan bir stratejidir (Lamont, 1992: 11; Mağgönül, 2006: 141). Bourdieu, ayrışmanın ileri boyuta varmasının olası sonuçlarından biri olarak farklı yaşam tarzlarına duyulan ilginin kaybolarak tiksintiye dönüşebileceği vurgusunu yapar (Bourdieu, 2015b: 58).

Veblen (2005: 35), bireyin kendisini sınıfsal olarak toplum içindeki diğer kesimlerden ayırabilmesi ve belli bir statüye erişebilmesinin tek yolunun servet sahibi olabilmesine bağlı olduğunu ifade eder. Ona göre bireyin sahibi olacağı/olduğu zenginlik kayda değer bir başarıdan daha fazla şöhrat ve ün kazandırmaktadır.

Zenginliğin beraberinde getirdiği sınıfsal ayrışma, bireyin çevresindekileri ayırarak seçme şeklinde olabileceği gibi, meslek seçiminde de etkilidir. Mesela ortaçağ Feodal Avrupası ile Feodal Japonya'da belli işlerin belli sınıflara özgü olması, sınıf ayrımının en göze çarpan özelliklerinden biridir. Örneğin üst sınıf bireyleri endüstriyel faaliyetlerden muaf tutulup dâhil edilmemiş, onlara içinde "onur" barındıran işler ayrılmıştır. Aynı şekilde sınıfsal ayrımın bir başka benzer örneğini Hindistan'da görmek mümkündür. Üst sınıftakiler çoğunlukla idari ve dini görevler almakta, yanı sıra savaşıklık oyunları ile bazı atletik sporlara ilgi göstermektedirler (Veblen, 2005: 20-23). Anlaşılacağı üzere tarihin eski zamanlarından beri mesleklerin de sınıflara göre sınıflandırılmış olduğu görülmektedir. Çoğunlukla üst sınıf üyelerinin yer aldığı değerli ve prestijli işler, içinde kahramanlık, başarı ve saygınlık barındırırken; değersiz görülen/kabul edilen işler ise alt sınıf üyelerine bırakılmıştır.

Zenginlik, ürettiği nüfuz, güç, sınıfsallık, hiyerarşi vb. ile görece daha nötr olan "sosyal çevre" den farklılaşmakta, varıl-yoksul ilişkisi ise genelde dışlama, hiyerarşi, ötekileştirme, şiddet, iktidar ilişkileri gibi süreçlerle birlikte okunabilmektedir (İlhan, 2013: 200).

Sınıfsal ayrım sadece alt ve üst sınıfı bir birinden ayırmakla kalmamakta; sınıfların da kendi içinde ayrışmasına neden olmaktadır. Bir başka deyişle sınıfsal ayrışma ve dışlanma alt ve üstün ayrılması şeklinde çift yönlü değil, üst veya zengin sınıfın da kendi içinde çok yönlü olarak ayrılması şeklinde de gerçekleşmektedir. Yani üst sınıf kendini kültürel, ekonomik ve sosyal kazanımları bakımından ayırtmaktadır.

Bu ayrımın ülkemizdeki şekline dikkat çeken Türkdogan (2011: 234), zengin sınıfın görünümünü şöyle özetlemektedir: Son yıllarda kabuğuna çekilen ve kültürel bir kast oluşturmaya çalışan ve diğer sınıflarla diyaloglarını kesmiş olan “Beyaz Türk” veya “Euro Türk” gibi sıfatlarla anılan bir üst sınıf ile kırsal alanlardan gelip, büyük kentlerde sanayi ve ticaret sektörlerinde artılım yapan Anadolu insanları “Eğreti Burjuvalar” veya “Siyah Türkler” olarak takdim edilen bir diğer zengin sınıfıdır.

2.4.3. Mekânsal Görünümü

Yaratılmış bir varlık olarak insana bahşedilen önemli fitri özelliklerden biri de *ümran* sıfatına sahip oluşudur. Terim manası olarak *ümran*, imar etmek, evirmek çevirmek, düzeltmek, şekil vermek gibi manalara gelir ki terimin faili karşılığı insan olarak gösterilir. Hemen hemen her şeyi şekillendiren insanoğlu, mekânları ve yaşadığı çevreyi de kendi eylemlerine göre şekillendirmektedir.

Nasıl ki insanoğlunun yeryüzündeki ilk yaşam sürecinden günümüze kadar gelen tarihi süreç içerisinde bir gelişim ve değişimi varsa, mekânların da aynı şekilde bir değişim ve gelişim süreci vardır. Mekânlar, beşeri kültürün yeryüzüne yansımış, vücut bulmuş halidir.

Mekânlar nasıl ve neye göre şekillenir veya değişme uğrar? İnsanlar için mekânların ifade ettiği manalar nelerdir? İnsanın kültürel eylemlerinin bir sonucu olarak kentteki suretlerin de aynı şekilde değiştiğini görürüz (Kaygalak, 2009: 28-30). Beşeri ilişkilerden tutun da insanların ruh ve beden algısı, herhangi bir tıbbi keşfin ilan, bir devrimin patlak vermesi, bir savaşın çıkması, bir fabrikanın açılması veya bir kitabın yayınlanması bile mekânların değişiminde önemli dönüm noktaları olarak değerlendirilebilir (Sennett (2008)’den akt., Gürhan, 2015: 123).

Zenginliğin mekânsal görünümü dediğimiz vakit akla ilk gelecek şey elbette kent olacaktır. Kentler, çoğunlukla belli bir sınıfın/grubun diğerlerine göre daha refah içinde yaşayabildiği yerlerdir. Pek çok fırsatları ve imkânları sunabilme özelliğine sahip

olan kentler kırsal alanlara göre daha çok lükse, israfa ve gayri ahlâkî aşırılıklara yönelmeye/sapmaya olanak tanıyan bir yapıya sahiptir (Akın, 2012: 61).

Zenginliğin mekâna yansıdığı alanlardan biri de semtlerdir. Zenginler, genellikle aynı semtlerde toplanmaktadır. Yüksek sosyete ve elit kesim, mekân üzerinde de iktidarını kurmakta, oturduğu çevrede biz bizelik hissini yaşamak istemektedir. Örneğin, Paris, Londra, Madrid, Brüksel gibi dünyanın pek çok şehrinde yüksek sosyetenin ikamet ettiği mahalleler her zaman yenidir ve kendileri tarafından sırf kendileri için inşa edilmiştir. Bu mahallelerde toplumsal damgayı mimari biçimler, kentsel ve ticari donanımlar, gelen geçenlerin rafine davranışları vurur (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 64-65).

Kentleri, farklılık ve çeşitliliğin mekânı olarak yorumlayan Ritzer (2011: 29-48), kentleri; restoranlar, zincir mağazalar, alışveriş merkezleri, elektronik alışveriş merkezleri, indirimli mağazalar, süper mağazalar, kumarhaneler, yetişkinlere yönelik eğlence mekânları, spor merkezleri, lüks girişli siteler, eğitim ortamları, tıp ve hastaneler, müzeler, hayır kurumları, mega kiliseler, konser ve tiyatro salonları gibi çeşitli aktivitelerin gerçekleştirildiği bir anlamda zenginliğin ve lüks yaşamın dışı vurumu, kendi tabiriyle “tüketim katedralleri” şeklinde tanımlar.

13. ve 18. yüzyıllar arasında feodal ekonominin etkin gücünü yitirmesi ve bunun karşısında ticaret burjuvazisinin giderek güç kazanması sonucu “klasik burjuva kenti” olarak adlandırılan yeni bir kentsel yapı ortaya çıkmıştır (Kaygalak, 2009: 34).

Sanayi öncesi dönemde kent merkezinde genellikle elit kesimin oturduğu konutlar yer almaktadır. Elitlerin kent merkezini işgal etmeleri nedeniyle merkez, itibarlı bir alan olup, işsizlerin ve de düşük gelirli olanların yaşadığı, yıpranmış, terk edilmiş konutlardan oluşan bir çöküntü bölgesi yoktur. Bu nedenle merkez yakınlarına yerleşmenin bir değer taşıdığı, burada yer alan konutların ise prestij değerine sahip olduğu söylenebilir. Kısacası ayrıcalıklarını ve lüks yaşamlarını yitirmek istemeyen elit/zengin kesim, stratejik ve korunaklı bir alan olarak kent merkezinde yaşamayı tercih etmektedir (Gürhan, 2015: 125). Benzer şekilde sanayi öncesi kentsel mekânın, kentin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı ile uyumlu olduğunu belirten Aslanoğlu (2000: 26), cadde ve sokakların dar ve konut ve binaların ise alçak ve sıkışık vaziyette olduğunu söyler.

Modern kentlerin dizaynının da ise teknoloji ve mimari estetiğin yansımalarını görürüz. Cadde ve sokaklar genişlemiş, yapılar yükselmiştir. Elit grubun oturduğu

mekânlar merkezden uzaklaşarak kent çevresinde toplanmıştır. Alt tabaka ve istenmeyen unsurlar ise merkez ve yoğunlukla üst ve orta tabakanın işgal ettiği çevre konutlar arasında bir yer tutmuştur (Aslanoğlu, 2000: 43).

Statü bakımından eşit olan kesimler yaşamak için aynı bölgeyi seçmekteler, bu nedenle de gelir düzeyi, etnik özellikler, gelenek ve alışkanlıklar düzeyinde birbirinden ayrılmış kentsel yerleşimler ortaya çıkmaktadır (Wirth, 2002: 85). Sınıfsal ve mekânsal ayrışma sosyal ve kültürel bağlamda bir farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Kent ve kentliliğe dair yapılan çeşitli araştırmalarda ketin çevresindeki uydu yerleşim bölgelerinde yaşayanların kentin geri kalan nüfusundan farklı kültürel özellikler ve toplumsal kimlik geliştirdikleri ortaya konmuştur (Danış, 2001: 151).

Modern kentlerin yüksek eşitsizlik rekabet ortamı da sınıf-altı (aşağı sınıf) oluşumunu tahrik etmektedir. Bu ortam, yoğunlukla ezilen, etnik-ırksal, mekânsal ve ekonomik yönden ayrıma ve mahrumiyete uğrayan, sosyal yönden en çok dışlanan, ekonomik olarak en çok marjinalleşen kesimlerin yaygınlaşmasında büyük pay sahibidir. Bu bağlamıyla sınıf-altı, sosyo-mekansal, ırki ve sınıfsal bir toplumsal yapıya karşılık gelmektedir Kentsel alanda sınıf-altının en fazla görünürlük kazandığı mekânsal oluşumlar getto yerleşmeleri şeklinde kendini göstermektedir (Aytaç, 2013b: 81-82). Gettolar her ne kadar altsınıfların kentsel mekânları şeklinde tarif edilse de getto ve gettolaşma kavramları toplumsal sınıf ve grupların mekânsal tezahürleri bağlamında toplumun diğer bazı kesimleri için de zaman zaman kullanılmaktadır. Özellikle zenginlerin mekânı olan güvenli, görkemli siteler dışı kapalıdır ve kendi içinde homojen bir yapıyı sahiptir. Bunlara “zengin gettoları” denmektedir (Alver, 2010a: 60).

İster sınıf-altının, ister elitlerin mekânlarını tanımlamak için kullanılsın getto ve benzeri kentsel mekânların tezahürü, toplumsal sınıflaşmanın ve ayrışmanın mekânsal ayrışma da ne denli etki ettiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Nitekim Fransız sosyolog Bourdieu, “mekânın etkileri” ne dair yazısında, toplumsal mekânın yapılanması ile fiziki mekânın yapılanması arasındaki ilişkilerin ortaya konulması, bir toplumun içindeki ayrışmanın boyutlarını tam anlamıyla kavramak için yeterli olduğunu ifade etmektedir (Aytaç, 2013b: 81).

Mekânsal farklılaşmalar, kent içindeki toplumsal grupları hızlı bir şekilde birbirinden koparmaktadır. Sadece ekonomik ve toplumsal konumları itibariyle değil, yaşam tarzları, tüketim normları ve davranış kalıpları açısından da birbirinden kopuk kentli gruplar oluşmaktadır. Bourdieu (2015b: 56), farklı sınıflara mensup bireylerin

kendi benimsediklerinden ayrı bir yaşam tarzını sürdürmekte olanlara karşı besledikleri hoşnutsuzluktan bahseder ve bunun “sınıflar arasındaki en güçlü bariyer” olduğu vurgusunu yapar.

Mingione ise metropol ya da mega kentlerdeki kentsel alanların toplumsal dokusunun, sınıflar arası hiyerarşik farklılıkları yansıttığını ve kentsel yaşam koşullarında ortaya çıkan bu yeni durumun özellikle orta ve üst sınıflar arasındaki uzlaşmayı tehlikeye düşürdüğünü belirtmektedir. Ona göre toplumsal grupların yaşam alanlarının değişen niteliği, sosyo-mekânsal eşitsizliklerin de kaynağıdır (Mingione, 2013).

Sınıfsal ayrışma, kentin mekânsal yapısını önemli ölçüde etkilemekte ve buna bağlı olarak zenginlerin belirli mekânlarda yoğunlaşarak zenginliğin mekânda billurlaşmasına, mekânın elit bir surete bürünmesine neden olmaktadır. Zenginler, mekânları kendi zevkleri, eğlence stilleri ve dünya görüşleri doğrultusunda değiştirmekte, inşa etmektedirler (Türkdoğan, 2011: 194).

Madalyonun öteki yüzüyle bakıldığında kentlerin bazı mekânları zenginlerin yaşam biçimleri, eğlence ve tüketim kültürüne göre güzelleşirken diğer taraftan varlıksız yoksul kesimin işgal ettiği yerler ise maddi ve manevi görseelliği bakımından oldukça çirkin ve gösterişsiz kalmaktadır.

Kentlilikle ilgili en yeni kuramlar, kentliliğin özerk bir süreç olmadığını ve ana ekonomik ve siyasi değişim örüntüleriyle ilgisinde ele alınması gerektiğinin altını çizmektedirler. Bu bağlamda Castells ve Harvey toplumun mekânsal biçiminin genel gelişimini sağlayan düzeneklerle bağlantılı olduğunu belirtir (Giddens, 2012: 952). Castells (1983: 103), kentleri anlayabilmek için mekânsal biçimlerin hangi süreçler vasıtasıyla yaratıldığını ve dönüştürüldüğünü kavramamız gereğini söyler. Ona göre kentlerin ve mahallelerin genel düzeni ile mimari özellikleri toplumdaki farklı grupların mücadelelerini yansıtır. Bir başka deyişle, kentsel çevre büyük toplumsal güçlerin simgesel ve uzamsal görünüşleridir. Söz gelimi gökdelenler kâr elde etme beklentisiyle inşa edilmiş olabilirler ama bu dev yapıtlar aynı zamanda “paranın teknoloji yoluyla kentin iktidarını elinde bulundurmasını, kendine güveni simgelerler ve şirket kapitalizmi çağının katedralleri konumundadırlar”.

Kentsel mekânlar, biryandan kişisel zevklere, tercihlere ve beğeniye hitap eden bir mimari ve tasarım anlayışının ön plana çıkarak reklamcılık ve pazarlama stratejisiyle ticarileştirilerek konutlar, AVM’ler, eğlence ve iş yerleri olarak inşa edilirken; diğer

yandan farklı gelir mensuplarına/gruplarına hitap eden konut ve yaşam alanlarının inşa edilmesiyle mekânsal düzlemdeki sınıfsal ayrışmaların da yerleri olmuştur (Meder ve Çicek, 2012: 290).

Zenginliğin mekânsal tezahürlerini sadece seçkinler için inşa edilen lüks evlere, güvenli sitelere, rezidanslara bakarak değil; aynı zamanda, bu insanların özel alan dışındaki kamusal alanlarına bakarak da görmemiz mümkündür. Metropollerin seçkin semtlerindeki restoranlar, kafeler ve son zamanların trendi haline gelmiş kahve evleri gibi mekânlar ihtişamın ve zenginliğin izlerini taşımaktadır (Gürhan, 2015: 129).

2.5. Hayırseverliğin Önemi ve Zenginlik-Hayırseverlik İlişkisi

Çalışmanın ilk bölümünde de belirtildiği gibi batı literatüründe yaygın olarak philanthropy şeklinde kullanılan ve Türkçede genellikle hayırseverlik olarak tabir edilen yardım eyleminin dinî, ahlaki, psikolojik, sosyolojik ve ekonomik çeşitli yönleri mevcuttur. Bilhassa günümüzde, sadaka, bağış, yardım gibi anlamları da içeren ve tüm bunlardan daha geniş anlam ve bağlamları olan bir terimin karşılığı olarak kullanılan hayırseverlik, genellikle yardım eden ve yardım alanın perspektifinden değerlendirilir. Dolayısıyla hayırseverlik, hem yardım edenlerin (hayır sahiplerinin) hem de yardım alanların (hayırdan faydalananların) motivasyonları ve beklentileriyle şekillenmektedir.

İşte bu motivasyon ve beklentiler, hayırsever eylemlerin temel bileşenlerinin kaynağıdır. Hayırsever eylemlerin temel bileşenleri/saikleri arasında dinî inanç ve tutumlar, empati kurma, huzur ve mutluluk psikolojisine erişmek, sosyal sorumluluk ve sosyal adalet, ekonomik refahı arttırmak gibi unsurlar yer almaktadır. Bunlar, hepsi birlikte hayırsever eylemleri motive eden nedenler arasında yer alabilirken, bunlardan sadece biri de bu türden eylemlerin nedenini oluşturabilmektedir.

Bireysel hayırseverlik eylemlerinin başat nedenleri arasında çoğunlukla dinî inanç ve tutumların yer aldığı pek çok araştırma raporunda ortaya konmuştur. Dinî inanç ve tutumlar, sadece günümüz hayırseverliğinin önemli bir vechesi olmakla kalmaz, aynı zamanda hayırseverliğin tarihsel kökeni itibarıyla de ilk göze çarpan unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

İlk Hristiyan toplulukların maddiyata (para, altın, gümüş vb. değerli maddi kıymetler) karşı duyulan ilgi ve bağlılığın yanı sıra insan ve tanrı sevgisini vurgulayan genel dinî ve ahlaki ilkeler geliştirdikleri görülmüştür. Bağış ve yardımlar, hayırseverlikle sıkı sıkıya bağlı olan manastırların kurulmasına ve gelişmesine vesile

olmuştur. Manastırlar, yapılan yardımlarla ayakta durmaya çalışırken bir yandan da ihtiyaç sahiplerine yardımda bulunmaya çalışıyorlardı. Benzer durum Yahudi topluluklarında da görülmekteydi (Singer, 2012: 17-18).

Hayırseverliğin kadim dinlerdeki bağlantısını ilk dönem İslam toplumunda da görmekteyiz. Köleliğin ve kabileciliğin hâkim olduğu, insan haklarının ihlal edildiği, yoksulun ve ihtiyaç sahiplerinin görmezden gelindiği ve hatta ötelendiği bir toplumda hayat bulan ve yardımlaşmanın ve insan sevgisinin, refah ve huzurun yeniden tesis edilmesinin yolunu açan İslam dinin yardımlaşmaya verdiği önem pek çok kaynakta vurgulanmaktadır. Ayrıca ayet ve hadislerde hayırseverlik övülmüş ve Müslümanların bu yönde gayret ve çaba göstermeleri emir ve tavsiye edilmiştir.

Yukarıdaki anlatımda da anlaşılabacağı üzere hayırseverliğin kadim tarihsel kökeninin genellikle dinî bağlamda değerlendirildiği anlaşılmakta ve bunun ise daha çok sadaka ve yardımlaşma şeklinde bir anlam kazandığı görülmektedir. Ancak philanthropy, zamanın ilerlemesiyle değişen ve dönüşen toplumların yardım eylemlerini anlatmak üzere, özellikle 19. ve 20. yüzyılın rasyonel ve dünyevi alanını tanımlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer yandan dinî ilham ve öğretiler, dünyanın pek çok yerinde, seküler ve rasyonel bir bakış açısıyla örgütlenmiş kurumlarda (örneğin okullar) bile bir dizi inanç bağlamı içinde sunulan ahlaki eğitimin temel bir veçhesi olabilmektedir. Bunun yanı sıra, dinî dilde ifade bulan projelerin kaynağında hiçbir dinî niteliği olmayan etkenler de olabilir. Örneğin, özellikle de Amerika’da zenginlerin bazı yardım faaliyetlerinin inanç temelli yardım kurum ve kuruluşları vasıtasıyla insanî ve toplumsal refahın sağlanmasına yönelik çabalarına çoğunlukla “kültürel projeler” şeklinde atıfta bulunulması gibi (Ilchman vd., 1998, : X; Singer, 2012: 20).

Maddiyata verilen önemin güçlenmesi ve servetin artması, zenginin giderek daha da zenginleşmesi, dinî inanç ve tutumlardan uzaklaşmaya ve seküler bir yaşam tarzının tercih edilir hale getireceği düşünülebilir. Ancak modern yaşam tarzı, dünyevileşmeye etki etse de dinî inanç ve kültürüne önem veren zenginlerin var olduğu da bilinmektedir. Ayrıca, bu inanç ve kültürün, ailede, kuşaktan kuşağa aktarılması da zenginlik kültürünün önemli bir parçasıdır. Bu nedenledir ki günümüzde her ne kadar seküler bağlamıyla ele alınırsa alınsın hayırseverliğin dinî bağlamı ve ilgisinde bir kopuş her zaman için söz konusu değildir.

Ostrower'in (1995: 55) zengin bağışçılarla ilgili araştırmasında Katoliklerin genellikle kiliselere ve Katolik okullarına bağışta bulundukları, Protestanların ise kiliselere yönelik bağışta bulundukları, Yahudilerin ise tapınak ve ibadethanelere yardım yaptıkları belirtilmiştir.

ABD'de ki zenginlerin dinî bağışlarını konu alan bir araştırmada ise gelirleri 50.000 doların üzerinde olanların bağış ve yardımlarının %36'sının, 50.000 ile 100.000 dolar aralığında olanların %54'ünün, 100.000 ve 200.000 dolar aralığında olanların %62,5'inin ve 200.000 doların üzerinde olanların %64'ünün dinî bağışlara ayrıldığı ortaya konmuştur (Rooney, 2010: 9).

US Giving Data'nın 2016 yılı verisinde bağış ve yardım alıcıların %31'lik dilimle (Bkz. Grafik.7, s.40) en yüksek payı alanın dinî kurum ve kuruluşlar olduğunu da göz önünde tutacak olursak hayırsever faaliyetlerin temelinde dinî tutum ve inancın etkisi daha net anlaşılabacaktır.

Günümüzde hayırseverliğin diğer yardım eylemlerinden ayırt edilmeye çalışılmasının önemli dayanaklarından biri de modernizm ve sivil örgütlenmelerin hız kazanmasıdır. Hayırseverlik ile yardımlaşmayı birbirinden ayrı tutmak, "*merhamet eylemleri*" ile "*topluluk eylemleri*"ni birbirinden ayırmak çabasının bir sonucudur. Esasında yardımlaşma ve hayırseverliğe konu olan dinî ve dünyevi ilhamları ne herhangi bir zaman, ne herhangi bir yer ve ne de herhangi bir birey temelinde birbirinden ayırmak mümkündür.

Zenginlerin hayırseverlik ilgilerinin bir diğer önemli kaynağı da ekonomik ilgisidir. Bazı ekonomiler, kişilerin kazandıkları servetin ve de mali varlıklarının makbul kullanımlarını denetler ve yönlendirirler. Örneğin, kapitalizm servet birikimini savunduğu halde değişik hukuksal sistemler, doğrudan vergilendirme yoluyla insanları zenginliklerini paylaşmaya mecbur bırakan veya yardım ve bağışlarında vergi indirimleri tanıyarak servet ve kazanımlarını dağıtmaları için bazı kanunlar çıkarır. Yüksek vergi oranlarının uygulandığı, yüksek kamu hizmeti ve sosyal refah sektörüne sahip devletlerin bulunduğu Kuzey Avrupa ülkeleri bunun tipik bir örneğidir. Amerika'da da benzer durum söz konusudur, ancak vergi oranları Avrupa ülkelerine kıyasla daha düşüktür (Ilchman vd., 1998: XI). Vergiden muafiyet veyahut vergi indirimi gibi teşviki yollarla zenginlerin servet ve mal varlıklarını paylaşmalarının ülke ekonomisine ve yardım faaliyetlerine kayda değer bir katkısının olacağı aşîkârdır. Vergi indirimi yoluyla yardım ve bağışlara yönelen/yönlendirilen ekonomik kaynak, bugün

Türkiye'nin de içinde bulunduğu ve de dünyanın pek çok ülkesinde uygulanan bir ekonomik sistem olarak yaygınlık kazanmıştır.

Zenginlerin hayırseverliklerinin bir diğer ekonomik ilgisi ise zenginlerin bir karma hayırseverlik ekonomisinin içinde ve belki de en temel yerinde bulunmalarıdır. Karma hayırseverlik ekonomisinden kasıt ise bireylerin, devletlerin, gönüllü yardım kuruluşlarının, vakıfların, derneklerin ve de zengin aile vakıflarının içerisinde yer aldığı devasa bir bağış ekonomisidir. Ülkemizin de içinde yer aldığı ve dünyanın pek çok yerinde giderek artan ve yaygınlaşan zengin aile vakıflarının dudak uçuklatan servet ve kazanımları dünya ekonomik sistemine yön verebilme gücüne sahip bir büyük alt ekonomik sistemi oluşturmaktadır.

Zenginleri hayırsever eylemlere yönlendiren bir diğer unsur ise hayırseverliğin kurumsal olarak desteklenmesidir. Zenginler, hayırsever faaliyetlerde bulunan pek çok vakıf ve yardım kuruluşlarını desteklerken, bir yandan da kendilerine ait vakıflarıyla da hayırsever eylemlere doğrudan iştirak etmektedirler.

Büyük özel zengin aile vakıfları yıllardır bir yandan hayırsever eylemleri desteklerken, diğer yandan hayırseverlikleri gittikçe artan sınırları aşmakta ve dünyanın toplam hayırsever eylemlerinden daha fazla pay almaktadır. Sivil toplum kuruluşları, sosyal girişimler ve çok taraflı ve iki taraflı bağışçılara alternatif arayan yardım kuruluşları için özel vakıf bağışları giderek daha da önemli hale gelmektedir (Monnet ve Panizza, 2017; Salazar, 2011).

Dünya ekonomisine yön veren bu özel vakıfların en önde gelenleri ABD ve İngiltere'de bulunmaktadır. Dolayısıyla ABD ve İngiltere bağış ekonomisine yön veren ülkeler konumundadır. Noel Salazar'ın (2011) 2010 yılı itibarıyla ABD ve İngiltere'de tespit ettiği en zengin bağışçı 10 vakıf ve bunların toplam bağışları bizlere, zengin ailelerin hayırsever bağışlarının bu alana olan ekonomik katkısı hakkında oldukça net bir bilgi vermektedir. Salazar'ın tespit ettiği zengin aile şirketlerine ait vakıflar ve bunların bağış miktarları şöyledir:

- Bill & Melinda Gates Foundation: 3.05 milyar dolar
- Open Society Foundation: 683 milyon dolar
- Ford Foundation: 520 milyon dolar
- William and Flora Hewlett Foundation: 358 milyon dolar
- Children's Investment Fund Foundation: 214 milyon dolar
- United Nations Foundation: 108 milyon dolar

- John D. and Catherine T. MacArthur Foundation: 230 milyon dolar
- Conrad N. Hilton Foundation: 100 milyon dolar
- Rockefeller Foundation: 136 milyon dolar
- Gordon and Betty Moore Foundation: 178 milyon dolar.

Salazar'ın (2011) sunduğu verilerde özel vakıflar ile zengin aile vakıflarının toplam hayırsever bağışlarından küresel kalkınma yardım fonuna ayırdıkları bağışların yüzdelik dilimleri ise şöyledir:

Bill and Melinda Gates Foundation %82, Open Society Foundation %59, Ford Foundation %26, William and Flora Hewlett Foundation %2, Children's Investment Fund Foundation %4, United Nations Foundation %100, John D. and Catherine T. MacArthur Foundation %40, Conrad N. Hilton Foundation %67, Rockefeller Foundation %40, Gordon and Betty Moore Foundation %11.

Bazı web sitelerinin araştırma raporlarıyla ilgili haber sayfalarında Gates vakfının 2016 yılı itibari ile toplam bağış miktarının 4,5 milyar dolara ulaştığı tahmin bilgisi yer almaktadır. Ancak, burada, şunu da belirtmek gerekirse internet haber kaynaklarında zengin aile vakıflarının toplam bağışlarının kimi zaman yıllara göre farklı rakamlar içerdiği de görülmektedir. Çeşitli haber kaynakları ve araştırma fonlarınca rapor edilen bilgiler, hayırsever bağışlarla ilgili verilerde bazı farklılıklar içerse de bağış miktarlarının oldukça büyük yekûn tuttuğuna dair önemli bilgiler sunmaktadır.

Hayırseverliğin bir diğer önemli unsuru ise gönüllülüktür. Bu bakımdan hayırseverlik kısaca *kamu ve çevre yararı için gönüllü eylemi* şeklinde de tanımlanmaktadır. Burada bahsi geçen *gönüllü eylemi*, bir kişinin maddi veya aynı yardımlarının yanı sıra eyleme, zaman ayırma ve uzmanlık şeklinde hizmet sunma ve ayrıca ekonomik değerlerin toplanması ve dağıtılmasında kolektif birlikteliği, yani örgütlenmeyi ifade eder. Hayırsever örgütlenme, vakıflar, dernekler, yardım kuruluşları ve STK'lar şeklinde çeşitlilik göstermektedir. Zenginlerin neredeyse dünya çapında gerek aile vakıfları, şirket vakıfları ve özel vakıflar şeklinde örgütlenmeleri ve gerekse diğer yardım kuruluşlarıyla olan ilişkileri ve onlara verdikleri destek ve yardımlar, hayırseverliğin kurumsallaşmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye için de benzer durum söz konusudur. Ülkenin önde gelen ve tanınmış zengin ailelerinin birden çok vakıfları olmakla beraber diğer vakıflara olan destek ve bağlantılarının olduğu bilinmektedir. Sabancı Vakfı, Koç Vakfı, Kadir Has Vakfı, Doğan Holding Vakfı, Fiba Vakfı bunlardan bir kaçıdır. Zenginler, hayırseverlik faaliyetlerinin çoğunu vakıfları

aracılığıyla kurumsal olarak yürütmektedirler. Sabancı ve Koç vakıflarının internet tabanlı adresleri vardır ve hayırseverlik faaliyetleri ve bu konudaki sosyal ve akademik çalışmaların rapor ve bilgileri açık bir şekilde sunulmaktadır. Zenginler, servetleriyle, emek ve iş gücüyle, uzmanlıklarıyla UNICEF, OECD, CAF, US Giving gibi dünya çapında örgütlenmiş pek çok yardım kuruluşuna da destek vermektedir.

Günümüzde hayırseverlik ile zenginlik arasındaki bir diğer ilgi ise hayırseverliğin, zenginliğin bir teşhir biçimi olarak kullanılmasıdır. Hayırseverliğin teşhiri doğrudan olabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleşebilir. Zengin aile şirketleri internet ve medya yoluyla bağış ve yardımlarını paylaşmaktadırlar. Örneğin, Sabancı Vakfı kendi internet sitesinde vakfın hayırsever faaliyetlerinin tanıtımını yapmaktadır. Yine zenginlerin kamu hizmetine sunulmak üzere yaptırdıkları bazı okulların, hastanelerin, camilerin açılış törenlerinde basın ve medya organlarınca alınan görüntü ve resimlerin gazete, televizyon ve internet haber sitelerinde paylaşılması ise hayırseverliğin dolaylı yoldan teşhir edilmesi anlamına gelmektedir.

Hayırseverliğin motivasyon ve etkileri bakımından mutlak surette her zaman için bir “iyi kalpliliğe” dayanmadığını da ifade etmek gerekir. Hayırsever faaliyetlerin bir kısmı sevilen bir aile mensubuna duyulan sevgi ve saygıdan, üstesinden gelinen zorlukların anısından veya fikirler ile davalara adanmışlıktan ilham alan bireylerin bağışlarına borçludur. Reklam yapmak ve ekonomik çıkarlarını gözetmek gibi ahlaki olmayan güdüler de hayırseverliğin saikleri arasında yer alabilmektedir. Hayırseverlik sevilen, övülen ve hayranlık duyulan bir eylem olabilir, ama beraberinde hayırseverliğin ne olduğu, ne elde ettiği ve ne denli zararlı olabileceği hakkında yapılmış eleştiri ve tartışmaların varlığına da dikkat çekmekte fayda vardır (Vaux, 2001; Singer, 2012).

Zenginlerin hayırseverlikleri, aile geleneğine dayanan ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir kültürel kod şeklinde de kendini göstermektedir. Hayırseverlik bir yönüyle zenginlerin kültürel miras ve sermayesidir. Kimi zenginler, zenginliklerini tanımlayan özellikleri korumak ve aktarmakla meşguldürler. Her zengin hayırsever olmadığı gibi toplumda hayırseverlikleriyle tanınmış zenginler de vardır. Hayırseverlik kültürüne sahip olmak ve hayırsever olarak tanınmak, zenginler arasında sosyal ve kültürel sınıf ayrışımına da neden olmaktadır. Hayırsever zenginlerin toplumca beğeni toplaması ve takdir görmesi, zenginlerin kendi aralarında toplumsal statü içerisindeki yerlerini de etkilemektedir.

Zenginlerin hayırseverliklerinin bir başka önemli vechesi de çok geniş ve birbirinden farklı hizmet alanlarına yapılan bağış ve yardımlarıdır. Bu ise insanî ve toplumsal duyarlılığın bir göstergesi olarak ifade edilebilir. Zenginlerle ilgili yapılmış araştırmaların çoğunda zenginlerin eğitim, sağlık, kültür, sosyal hizmetler (yoksullar ve ihtiyaç sahipleri), dinî hizmetler, hayvanlar ve çevre koruma, genç nesli destekleme gibi pek çok farklı alanda hayırsever olarak destek ve yardımlarını ortaya koydukları görülmektedir. Bağış yapılan yerler ve kesimler bakımından zenginlerin en yüksek miktardaki bağışlarının gittiği alanlar sıralamasında eğitim ve sağlık hizmetleri ön sırada gelmektedir (Ostrower, 1995; Ilchman vd., 1998; Thomas, 2013; Monnet ve Panizza, 2017).

Uluslararası bazı yazınlarda zenginlerin hayırseverlikleri bakımından tipolojisi yapılmaya çalışılmıştır. O tipolojik sınıflamalardan biri, Russ Alan Prince'in (2016) bir makalesinde yer almıştır. Orijinal başlığı "The Seven Faces of Philanthropy (Why the Wealthy Give to Charity)" olan Hayırseverliğin Yedi Yüzü (Zenginler Niçin Bağış Yapar) adlı makalesinde Prince, yedi zengin bağışçı tipolojisi ortaya koyar. Bu tipolojiye göre;

Komünistler, en yaygın varlıklı bağışçı kişiliğe sahiptirler. Onlar için iyi şeyler yapmak makuldür. Genellikle işletme sahipleridir ve çeşitli topluluklar kurarak organize olmuşlardır.

Dindarlar, Tanrı'nın isteğini yapanlar. Dinî inançları, onları kâr amacı gütmeyen kuruluşları maddi ve kişisel olarak destekleme konusunda motive etmektedir. Onlar için vermek (bağış) dinî bir eylemdir. Tanrı onları servetle kutsadığı için, bu kutsanışın karşılığı olarak servetlerini başkalarıyla paylaşmaları gerektiği inancını taşımaktadırlar. Aynı zamanda, vermek, onlar için ahlaki bir zorunluluktur.

Yatırımcılar, hayır işlerini iyi bir eylem olarak görmektedirler. Onlar için bağışın ikili amacı vardır. Bir yandan hayırsever sebeplere yardım ederlerken; diğer yandan vergiden tasarruf sağlamaktadırlar.

Sosyalistler, yardım ve bağışları kâr amacı gütmeyen kuruluşlara yönelik olan kişilerdir. Yardım organizasyonlarına emek ve zamanlarını harcayarak sosyal anlamda katkıda bulunurlar. Sosyal ağları, destekledikleri yardım kuruluşlarının önemli bir belirleyicisidir.

Fedakâr insanlar, sık sık diğer varlıklı bağışçılarla ilişki kurarak bağışlardaki katkı ve desteği yükseltme eğilimindedirler. Ahlaki bir zorunluluk duygusu yaşarlar.

Cömertlikleri “doğru şeyi yapma” üzerinedir. Mütevazı olma eğilimindedirler ve genellikle yardım ve bağışların gizli kalmasını isterler.

Geri ödemeciler (Repayers) gönüllü yardım kuruluşlarının hizmetlerinden faydalanma eğilimindedirler. Sonrasında ise, kendileriyle aynı veya benzer konumda bulunan ve hizmet veren yardım kuruluşlarına destek vererek onlara bağışta bulunurlar. Geri ödemeciler, bağışlarıyla daha çok sağlık ve eğitimsel hizmet alanlarına odaklanma eğilimindedirler.

Hanedan üyeleri, diğer hayırsever kişiliklerin aksine, genellikle servetlerini miras alanlardır. Parayla büyüyen hanedanlar, yardım ve bağış konusundaki değerli aktiviteleri destekleyerek topluma yakınlaşmaktadırlar. Onlar için bağış, ailelerinin kültürel mirası gibidir ve yardım kuruluşlarına destek vermeleri beklenir.

Sonuç olarak zenginlerin hayırseverlik ilgilerinin çok yönlü olduğu açıkça görülmektedir. Din, sağlık, eğitim ve sosyal hizmet alanlarında hizmet gören/veren vakıf, dernek, yardım kuruluşları ve STK'lara doğrudan veya dolaylı maddi ve manevi katkılarıyla iştirak eden zenginler, hayırseverlik faaliyetlilerinin ve hayırseverlik kültürünün önemli yürütücüleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Toplumu insanların birbirleri ile etkileşim içerisinde oldukları ortak değerlere sahip olan bir ortak yaşama platformu olarak nitelendirmek mümkündür. Bu ortak yaşam platformunda yaşayan her birey topluma karşı bir misyon üstlenmektedir. Her birey toplumla etkileşim halindedir. Bireyin toplumla organik bir ilişkisi söz konusudur. Bu ilişkiler ağı içerisinde yardımlaşmanın sosyal dayanışma ve sosyal bütünleşme açısından oldukça önemli bir yeri vardır. Kısacası, yardımlaşma, dayanışmanın gereği olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim hayırseverliğin iyi niyetler çerçevesinde oluştuğu öngörüldüğünden bu dayanışmanın manevi yönlerinin güçlü olduğunu varsaymak mümkündür.

Hayırseverlik yaklaşımının toplumsal sorunlara duyarlı bireylerin iyi niyetleri çerçevesinde yardım odaklı duruşu temsil ettiği söylenebilir. Bu çerçevede hayırseverlik, toplumdaki bireyler arasındaki yoksulluk farkının azaltılmasına karşı oluşan toplumsal bir dayanışma türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşmenin, modernleşmenin, kentleşmenin ileri seviyelerinin yaşandığı ve beraberinde gelen toplumsal sorunların çığ gibi büyüdüğü günümüz toplumlarında sosyal yardımlaşma, sosyal adalet, sosyal eşitlik gibi unsurların ön plana çıktığı çoğu bilim insanı tarafından vurgulanmaktadır. Sosyal yardımlaşma ve dayanışma, sosyal adalet ve eşitlik gibi unsurlar, devletlerin, ülkelerin kendi vatandaşları için refah girişimlerini yeniden ve programlı bir şekilde ele almasını gerekli kılmıştır. Bu çaba ve gayretler içinde vatandaşlar, vakıflar, gönüllü kuruluşlar, kâr amacı gütmeyen (*nonprofit*) örgütler gibi kurumlar ve unsurların da önemli yeri vardır. Bunların içinde ise, bireysel bağışçılar düzeyinde zengin bağışçıların katkısı oldukça önemlidir. Bu anlamda zengin kesimin hayırseverlik ve yardım konusundaki önemi azımsanamayacak ölçüde büyüktür. Bu bakımdan hayırseverlik bağlamında ülkemizin zengin bağışçılarının hayırseverliğe ve yardımlaşmaya dair ilgi ve eğilimlerini anlamak, bu kültürün profilini çizmek ve tanımak önem arz etmektedir.

Diğer yandan bireysel bazda değerlendirildiğinde hayırseverlik salt anlamda genellikle manevi/ruhani bir misyonu karşılamaktadır şeklinde düşünülebilir. Ancak,

durum, sosyo-ekonomik yönden toplumun üst katmanlarında bulunan zengin kesimin iştirakiyle değişmekte ve hayırseverlik saf manevi havasından çıkmakta, karmaşık bir kültürel dokuya dönüşmektedir. Başka bir ifadeyle hayırseverlik, zenginlerin devreye girmesiyle kimi zaman dinî veya vicdani saiklerinden sıyrılmakta; bunun yerine sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik, hatta kapitalist ve teknolojik unsurların her birinin parçasından oluşan karmaşık bir içeriğe sahip olmaktadır. Bu da, kâr amaçlı, kazanma odaklı yardımlaşmayı akla getirmektedir. Ayrıca sosyo-ekonomik yönden zengin kesimin bağışları ciddi oranda bağış ekonomisi olarak adlandırabileceğimiz güçlü bir ekonomiyi oluşturmaktadır. Böyle güçlü bir ekonomi, ulusal ve uluslararası düzlemde insanî yardım ve hayırseverlik adına önemli bir katma değerdir.

Araştırma özelde görüşmecilerin, bağış durumları, bağış yapmalarının temel nedenleri, bağış yaptıkları yerler ve kesimleri, vakıf ve yardım kuruluşlarıyla ilişkileri, hayırsever eylemlerinin siyasi, ticari, ekonomik ve diğer bazı farklı kazanımlar elde edip etmediği ve ayrıca aile itibarları ile sosyal konumlarının güçlenip güçlenmediği gibi konular üzerine yoğunlaşırken; genelde ise, zenginlerin hayırsever ilgi ve eylemlerinin başta yoksulluk olmak üzere diğer bazı toplumsal ve ekonomik sorunların çözümünde sağlayacağı katkıyı irdelemektedir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Hayırseverlik üzerine yapılan araştırmalara son yıllarda kayda değer bir ilgi gözlenmektedir. Ancak zenginlerin hayırsever ilgi ve eğilimlerini ve hayırseverlik kültürüne olan katkılarını irdeleyen araştırmalar pek göze çarpmamaktadır. Hayırseverlik üzerine yapılan araştırmalar genellikle ya bireysel bağışçılar, ya vakıflar ya da yardım kuruluşları ve STK'lar üzerinde yapılmıştır. Kısacası hayırseverlikle ilgili yapılan araştırmaların çoğunluğu onun, kurumsal yönü ve önemi üzerine kuruludur. Bu perspektiften hareketle, hayırseverlik üzerine yapılmış her türlü bilimsel çalışmanın yanında zengin kesimin hayırsever ilgi ve eğilimlerinin araştırılması, hayırseverlik konulu araştırmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda zenginlerin hayırseverlik ilgi ve eğilimleri üzerinden zenginlerin hayırseverlik kültürünü tanımaya ve açıklamaya çalıştığımız bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki zenginlerin hayırsever eylem ve davranışlarının dayandığı dinî, sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve psiko-sosyal kökenleri sosyolojik bir perspektiften analiz etmektir. Bu temel amaç çerçevesinde;

- Bağışçıların bağış miktarlarını,
- Bağış yapılan yerlerin ve kesimlerin neler olduğunu,
- Bağışların düzenli olup olmadığını,
- Bağıшта bulunmanın temel amaç ve hedeflerini,
- Bağıшта bulunmanın temel saiklerini,
- Bağışçıların vakıf ve yardım organizasyonlarıyla ilişkilerini,
- Bağış yapmanın önemini,
- Bağış yapmanın medyatik yönünü,
- Hayırseverliğin dayandığı sosyo-kültürel zemini,
- Hayırseverliğin dayandığı/beslendiği motivasyonel etkileri

araştırmak, bu araştırmanın hedefi içerisinde ele alınacak olan bazı konulardandır.

3.3. Literatür Değerlendirmesi: Konuya İlişkin Önceki Çalışmalar

Konuyla ilgili yapmış olduğumuz literatür taraması sonrasında hayırseverlik, yardım ve bağışlar, yardım kuruluşları, yoksulluk gibi temel başlıklar altında çok sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Çalışmaların sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, din psikolojisi, din sosyolojisi ve iktisat gibi geniş bir alana yayılmış olduğu tespit edilmiştir.

Bu bölümde, araştırma konusuyla ilgili olarak ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli bilim alanlarında yapılmış araştırmalardan bazı örnekler verilecektir.

3.3.1. Ulusal Alanda Yapılmış Çalışmalar

Hayırseverlik, yardım ve bağış konusu üzerine yapılmış en kapsamlı araştırma TÜSEV (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı) tarafından 2004 yılında yapılmış ve 2006'da yayınlanmış bir alan araştırmasıdır. *Türkiye'de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet Araştırması* başlıklı araştırma kapsamında, Türkiye'de bireysel ve kurumsal bağışların ortaya çıkarılması, Türk vakıflarının karşı karşıya kaldıkları zorluk ve engellerin boyutunun belirlenmesi ve sosyal adalet için hayırseverlik potansiyelinin anlaşılıp ölçülmesi hedeflenmiştir. Ayrıca araştırmada hayırseverlik algısı, bireysel bağışçılık alanındaki eğilimler, bağış yapılan alanlar ve bağış yapma motivasyonları gibi birçok konular da ele alınmıştır.

Hayırseverlik algısı ve sivil toplum bilincinin güçlenmesi yönündeki çaba ve gayretlerine bilimsel araştırma projeleriyle de katkıda bulunan TÜSEV, 2015 yılında,

Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması adıyla yeniden ikinci bir hayırseverlik araştırması gerçekleştirmiş ve araştırma raporunu 2016’da yayınlamıştır. Bu yeni araştırma ile aynı zamanda bireysel bağışçılık ve hayırseverlik alanlarında son on senedeki değişimin karşılaştırmalı analizi yapılmıştır.

Konumuzla ilgili olarak yakın zaman içerisinde yapılmış sosyolojik bir araştırma ise Eda Arslan’ın *Antalya İlinde Hayırsever Kişilerin Özellikleri Üzerine Bir Araştırma* adlı Yüksek Lisans tez çalışmasıdır. Bu araştırma, Antalya’da gerçekleştirilen hayırseverlik faaliyetlerinin özelliklerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamına 2012-2013 yılları itibariyle “Hayırda Yarışanlar” projesinde yer alan 23’ü kadın, 72’si erkek olmak üzere toplam 95 Antalyalı hayırsever dâhil edilmiş ve nitel araştırma yöntemi izlenmiştir. Araştırmada, hayırsever kişilerin özellikleri, bağış ve yardımda bulunmanın temel nedenleri ile ne tür hayırseverlik faaliyetlerinin yapıldığı tespit edilmek istenmiştir.

Ragıp Evren Aydoğan tarafından 2009 yılında yapılmış *Derinleşen Hayırseverlik: Türkiye’deki Sosyal Yardım Mekanizmaları ve Bir Örnek Olay Olarak Ankara Büyükşehir Belediyesi* adlı bir araştırma ise daha çok kurumsal hayırseverlik bazında çalışılmış bir alan araştırmasıdır. Araştırma, ülkenin içinde bulunduğu sosyal politika sistemi ve anayasal haklar bağlamında bir temeli bulunmayan ve kamusal anlamda hesap verilebilirlikleri olmayan, belediyeler tarafından gerçekleştirilen sosyal yardım mekanizmaları ile ilgilidir. Araştırmacı, Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin sosyal yardım mekanizması olarak hayırseverlik üzerine temellendirilmiş, hem kişilerin hem de belediyelerin cömertliğini, iyilikseverliğini öne çıkartan söylem, yöntem ve stratejilerini araştırmaktadır.

Yoksulluk ve toplumsal sorunlara ilişkin söylemlerin gündemin öncelikli konuları arasında yer aldığını belirterek; yoksulluğun etkilerinin Türkiye’de de ciddi bir biçimde hissedilen ekonomik kriz ve yaşanan yerel seçim süreci, yazılı ve görsel medyada yoksulluk oranlarındaki artışın, yoksulluğun neden olduğu toplumsal riskin, sosyal yardım ve sosyal güvenlik sisteminin içinde bulunduğu darboğazın sürekli tartışılmasına da neden olduğunu vurgulayan Şengül Hablemitoğlu (2009), *Medyatik Hayırseverlik ve Muhafazakâr Popülizm Kışkırtıcılığı: Sosyal Haklar* isimli çalışmada Türkiye’de son yıllarda ciddi eleştirilere ve tartışmalara yol açan yoksul kesime yönelik hayırseverlik etkinliklerinin gerçekleşme biçimi, sosyal hakların görmezden gelinmesi ve buna yol açan ideolojik/siyasi yapının yenedünya düzenindeki çelişkileri analiz

etmekte ve yoksulluk sorununun sosyal haklar ekseninde tartışılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Sosyal Bir Ürün Olarak Topluma Pazarlanan Hayırseverlik: Stratejik Hayırseverlik konulu çalışmalarıyla Betül Balıkcıoğlu ve Korhan Karacaoğlu (2007) kâr güdüsü, sponsorluk ve neden ilişkili pazarlama gibi bazı motivasyonlara dayanan stratejik hayırseverlik olgusu üzerinde durmaktadırlar. Kurumsal hayırseverlik faaliyetlerinin, toplumsal yararı gözetmenin ötesinde uzun vadeli kârlılık ve rekabetçi üstünlük yaratmak amacıyla benimsenen bir strateji haline geldiği ve geleneksel anlamdaki kullanımı ile toplumsal yarar merkezli olmaktan uzaklaştığı düşüncesinin benimsendiği bu çalışmanın temel savı, hayırseverlik faaliyetlerinin işletmeler tarafından topluma yarar sağlamanın yanında en az onun kadar veya ondan daha fazla işletmeye yarar sağlamaya dönük olduğudur.

Hayırseverlik, yardımseverlik konulu önemli çalışmaların psikoloji, sosyal psikoloji ve din psikolojisi alanlarında da yapıldığı görülmektedir. Bu alanlarda yapılan çalışmalar genellikle *diğergâmlık, özgecilik, iyilik hali, empati, dindarlık ve yardım etme ilişkisi* gibi başlıklar içerisinde irdelenmeye çalışılmıştır.

Ülkemizde hayırseverlik ve yardım etme konusunu dindarlık boyutuyla ele alıp incelemeye çalışan önemli çalışmalardan biri Ali Ayten (2009) tarafından yapılmış doktora tezi çalışmasıdır. Ayten, *Prososyal Davranışlarda Dindarlık ve Empatinin Rolü* başlıklı tez çalışmasında yardım etme davranışı, dindarlık ve empati ilişkisi ekseninde dinin başkalarını anlama ve muhtaç insanlara yardım etme konusunda ne tür motivasyonlar sunduğu ve bu motivasyonların bireyler üzerinde gerek empatik eğilim, gerekse başkalarına yardım etme noktasında nasıl bir tesirinin olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmada ayrıca cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim durumu gibi demografik niteliklerin yardım etme, dindarlık ve empatik eğilim değişkenleriyle olan ilişkisi incelenmiş, araştırma sonucunda dindarlık düzeyli ile empatinin yardım etme sürecine olumlu katkısı olduğu empirik olarak ortaya konmuştur.

Sosyal Kimliğin Yardım Etme Davranışı Üzerindeki Etkisinin Empati ve Öznel İyi Oluş Değişkenlerine Göre İncelenmesi başlıklı doktora tezi çalışmasında Elvan Kiremitçi Canıöz (2019), bireylerin kendi ile aynı grupta yer alan insanlarla etkileşim içinde olduğunda kendilerini daha mutlu hissetmeleri ve bu üyelere yönelik daha empatik yaklaşımları, kendini daha mutlu hisseden ve daha empatik yaklaşan insanların daha fazla yardım etmesi gerektiği temel hipotezi üzerine kurduğu araştırmada anlamlı

sonuçlar elde edilmiş ve sosyal kimliğin yardım etme davranışını etkilediği ve insanların yardım ederken kendi ile aynı grupta olan bireylere daha fazla yardım etmeyi tercih ettiği tezi doğrulanmıştır. Bir başka ifadeyle, özgeci/diğergam yardım etme isteğinin grup veya topluluk dışındaki bireylerden ziyade grup içi bireylere daha fazla gösterildiği ortaya konmuştur.

3.3.2. Uluslararası Alanda Yapılmış Çalışmalar

Bilimsel araştırmalar düzeyinde hayırseverlik çalışmaları Batı’da ve bilhassa ABD’de 1960’larda başlamıştır. Konuya yoğun ilgi ise 1980 ile 2000 yılları arasında gösterilmiştir. Türkiye’deki çalışmalar ile karşılaştırıldığında yaklaşık 25-30 yıllık (bir çeyrek asır) bir zaman farkı söz konusudur.

Ülkemiz ile Batı’daki hayırseverlik araştırmaları arasındaki diğer önemli bir fark ise özellikle 2000’li yıllarda başlayan ve zaman geçtikçe daha çok ilgi odağı haline gelen büyük yardım organizasyonları, kuruluş ve vakıfların (CAF, DAFNE, OECD, UNİCEF, IMF, RACI, EFC, Dünya Bankası, US Giving Data, Hudson Institute vb.) ulusal ve uluslararası düzeydeki büyük çapta araştırma projeleridir. Bu araştırma projeleri kapsamında yapılan hayırseverlik araştırmaları ve sonuçları belirli aralıklarla rapor olarak sunulmaktadır.

Uluslararası alanda hayırseverlikle ilgili çok fazla sayıda yapılmış araştırma mevcuttur. Elbette bu araştırmaların tamamının veya tamamına yakının burada verilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla bu bölümde özellikle de zenginlerin hayırseverliklerinin konu edildiği bazı araştırmalardan örnekler verecek olursak;

Çalışmanın belki de en önemli esin kaynağı olarak Francie Ostrower’in (1995), *Why the Wealthy Give: The Culture of Elite Philanthropy* adlı Türkçe karşılığı “Zengin Niçin Verir? Elit Hayırseverlik Kültürü” olan araştırması, yabancı literatür açısından bu araştırmanın temel referansları arasında yer almıştır. ABD’de zenginlerin gerek bireysel gerekse kurumsal anlamda hayırseverlik faaliyetleri pek çok araştırmaya konu olmuştur. Özellikle Amerika’nın New York City kenti, zenginler ve onların bağışlarını konu alan pek çok araştırmanın yapıldığı yerler bakımından ön sırada gelmektedir. New York City kentinin bu tür araştırmalara ev sahipliği yapmasının önemli nedenleri arasında, ekonomik anlamda büyük ölçüde bağışların yapıldığı ve hayırsever faaliyetlerin yürütüldüğü, Yahudi ve Hristiyan menşeli zengin ailelerin çok sayıda oluşu gösterilebilir.

Ostrower'ın çalışması, Amerika'nın New York City kentinde 66 zengin bağışçı ve kâr amacı gütmeyen bağışçı organizasyonlar üzerinde yapılmış bir nitel araştırmadır. Yazar, bu çalışmayı, Amerikan elit hayırseverlik kültürünü betimlemek amacıyla bir doktora çalışması olarak yapmış ve 1995 yılında yayınlamıştır. Bağışçıların hayırseverlik algılarının cinsiyet, etniste ve dinî mezhep gibi bazı değişkenler açısından incelendiği bu araştırmada katılımcıların yarıdan fazlası (%59,1) Yahudi, dörtte biri (%26,1) Katolik, daha az bir kısmı (%10,2) Protestan ve geriye çok daha az bir kısmı ise (%4,5) herhangi bir dini inancı bulunmayan kişilerdir. Araştırmada, bağış yapılan yerler ile bağış yapmanın amaç ve hedeflerinin neler olduğu araştırılmış, hayırseverliğin dinî ve gönüllülük temelli prensipleri üzerinde durulmuştur.

Yine New York City'de zengin bağışçılar ve onların hayırsever tutumları ile bağışçıların vakıf ve yardım kuruluşlarıyla olan ilgileri ve bağlantılarını konu edinen bir araştırma Teresa Odendahl (1987) tarafından gerçekleştirilmiştir. Aşağı yukarı benzer bir çalışma yine aynı kentte Sirota ve Alper (1988) tarafından *New York City Kenti Gönüllüleri ve Yardımları* adıyla yapılmış bir nitel araştırmadır.

Bremner'in (1988) *Amerikan Hayırseverliği* isimli çalışması yardımseverliğin Amerika'nın sosyokültürel gelişmesinin önemli bir veçhesi ve anahtarı olduğu iddiasını devam ettiren bazı araştırmalardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sivil toplum ve hayırseverlik üzerine çalışmasıyla Bruce R. Sievers (2010), 17.yüzyıl Hollanda Cumhuriyeti ve 18. yüzyıl İskoç Aydınlanmasında sivil toplumun gelişmesinin izlerini takip ederek, sivil toplum ve hayırseverliğin birbiriyle bağlantılı tarihsel ilgi ve kökenini araştırmaktadır.

Page, Cook ve Moskowitz'in (2011) Amerika'daki zenginlerin hayırseverlik ekonomisine katkılarının önemine değinen *Zengin Amerikalılar, Hayırseverlik ve Ortak İyilik* konulu çalışmasında zenginlerin kişisel özellikleri, ekonomik durum ve pozisyonları, politik tutum ve yönelimleri ile hayır faaliyetlerinin çeşitli yönleri ele alınmıştır.

Editörlüğünü Norine MacDonald ve Luc Tayart de Borms'ın (2008) yaptığı *Avrupa'da Hayırseverlik: Zengin Bir Geçmiş, Umut Verici Bir Gelecek* adlı çalışmada Avrupa ülkelerindeki sivil toplum modelleri, STK'lar ve vakıfların çeşitliliği ve hayırsever faaliyetlerindeki rolleri, Avrupa vakıflarının sivil topluma desteği, Avrupa'da vakıflar ve politika etkisi gibi konular ele alınmaktadır. Ayrıca bu çalışmada, vakıfların geçmiş, şimdiki ve gelecekteki rolleriyle ilgili olarak Türkiye'ye özel önem

verildiği görülmektedir. Türkiye'deki vakıflar ve vakıfların hayırsever faaliyetleri ilgili bilgiler Filiz Bikmen tarafından sunulmuştur. Sabancı Vakfının tanıtımını yapan ve *Türkiye'de Hayırseverliğin Zengin Tarihi: Gelenek ve Modernliğin Bir Paradoksu* konulu çalışması ile Bikmen bu eserde Türkiye'nin hayırseverlik kültürünü tanıtmaktadır.

Hayırseverlik kültür ve tarihi ile yakından ilgilenen ve bu konuda Müslüman toplumlarında kadim hayırseverlik kültürünün tarihsel izini sürmeye çalışan oryantalist araştırmacı ve yazar Amy Singer'in araştırma konumuzla ilgili iki önemli çalışmasından örnek vermek yararlı olacaktır. *İyilik Yap Denize At: Müslüman Toplumlarında Hayırseverlik* (2012), adlı eserinde hayırseverlik kavramının lengüistik köken analizini yapan yazar, kavramın teolojik yorumlarına da değinerek çalışmasını tarihi dokümanlar, vakıf senetleri ve eski vesikalardan elde ettiği bilgilerden hareketle İslam'da zekât, fitre ve sadakanın yeri ve önemine değinerek Müslüman toplumlardaki hayırseverliği bağışlar, vakıflar, yönetici ve elit zümre perspektifinden inceleyen bir çalışma yapmıştır.

Osmanlı'da Hayırseverlik Kudüs'te Bir Haseki Sultan İmareti adlı çalışmasında ise hayırseverliğin Osmanlı siyasal ve toplumsal kültürünün önemli bileşenlerinden biri olduğunu belirten Singer (2004), hayırseverlik kültürünün özgün bir ürünü olarak tanımladığı Osmanlı dönemi (özellikle Kanuni dönemi) İmaretlerinin hayır faaliyetlerindeki rollerini incelemekte ve hayırseverlik kavramını geniş eleştirel bir çerçeveye yerleştirerek Osmanlı Devletinde meşruiyet mekanizmaları, dinsel inancın toplumsal davranışlardaki etkisi, kadınların iktidar ilişkilerindeki rolü, merkezi iktidar ile taşra toplumunun ilişkileri gibi noktalarda da ilgi çekici saptamalar yapmaktadır.

3.4. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın temel problemi, Türkiye'de zengin bağışçıların hayırseverlik olgusuna bakışı nasıldır ve zenginlerin hayırseverlik kültürünü betimleyen/tanımlayan unsurlar nelerdir? şeklindedir. Bu temel problem ve araştırılmak istenen olgularla bağlantılı olmak üzere oluşturulan alt problemler ise şöyledir:

1. Bağışçılar ne sıklıkta, ne miktarda ve ne kadar sürede bağış yapmaktadır?
2. Bağış yapmanın gerekçeleri/nedenleri nelerdir?
3. Bağış yapılan yerler ve kesimler nelerdir?

4. Bağıшта bulunmanın psikolojik etkisi var mıdır? İnsanı mutlu ve huzurlu kılmakta mıdır?
5. Bağış yapmanın kendini gerçekleştirme, benlik saygısı edinme gibi bireysel psikolojik ilgisi var mıdır?
6. Zenginler için hayırseverlik, aile geleneği olarak sürdürülen ve aile üyelerince paylaşılan kültürel bir miras mıdır?
7. Bağış yapmak konusunda aile üyelerinin telkin ve tavırları nasıldır?
8. Bağışçı-hayırsever zengin olmak veya böyle tanınmak, toplumsal statü ve prestije katkı sağlamakta mıdır?
9. Bağışların dinî ve dinî olmayan saikleri hakkındaki düşünceler nelerdir?
10. Dinî inanç ve tutumlar, mezhep farklılıkları, dünyevi ve siyasi görüş farklılığı hayırsever ilgi ve eylemlere yansımakta mıdır?
11. Başta yoksulluk olmak üzere hangi toplumsal sorunların çözümlenebileceğine dair fikir ve düşünceler nelerdir?
12. Bağışlara bel bağlayan ve nerdeyse sırf bağışlar üzerinden hayatlarını sürdüren kesimler başta olmak üzere, yoksulluklarını bir yaşam biçimi olarak sürdüren bazı yoksul kesimler ve dilenciler hakkındaki görüşler nelerdir?
13. Görüşmecilerin vakıf, dernek vb. sivil toplum kuruluşlarıyla ilişki ve bağlantıları var mıdır?
14. Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri ve katkıları hakkındaki düşünceler nelerdir?
15. Hayırseverlik üzerinden zenginlik reklam ve teşhir edilebilir mi? Şayet ediliyorsa bunun amaç ve hedefleri neler olabilir?
16. Günümüz açısından değerlendirildiğinde hayırseverliğin niteliğinde bir değişme var mıdır?

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Bilimsel yöntemin temel amacı, olgular arasındaki ilişkileri keşfetmek ve bunları teorik modeller içerisinde doğru bilgiye giden yolda genelleştirmektir. Bu ilişkilerin genelleştirilme faaliyeti ise esasen bir soyutlamadır. Soyutlama mevcut gerçeklerin simgelerle belirlenmesi olup bir tür kavramlaştırma hareketini ifade eder (Seyidoğlu, 1995: 13). Gerek nicel ve gerekse nitel araştırma yöntemlerinin her ikisi de temelde kesin, doğru, güvenilir, objektif ve genellenebilir sonuçlar elde etmek için kullanılan

farklı araştırma stratejileridir. Burada hangi yöntemin kullanılacağını belirleyen temel etken ise araştırma problemidir (Bryman, 1999: 47-49; Gorden, 2003: 170).

Nitel araştırma yöntemi kullanılarak elde edilen veriler genellikle istatistiki olarak sayısal veriler içerdiğinden açıklayıcı olmaktan ziyade betimleyici bir niteliktedir. Nitel araştırmalar ise, toplumsal olgu ve olayları parçalara ayırmadan, bütüncül olarak kavramaya ve bu olgu ve olayları tezahür ettikleri sosyal ve kültürel bağlam içerisinde anlamaya çalışmaktadır. Bir başka ifadeyle, toplumsal olgulara ilişkin derin bir anlayışa ulaşmaya çalışan, insanların dünyayı nasıl anladığını, deneyimlediğini ve yorumladığını anlamayı amaçlayan yöntemlerdir (Gönç Şavran, 2012: 69).

Nitel araştırmalarda araştırmacının aktif ve katılımcı bir rolü vardır. Araştırmacı görüşmecilerle doğal ortamda vakit geçirmekte, yüz yüze ilişkiler kurmaktadır. Böylece, araştırmacı, ortamda gerçekleşen olaylara şahit olmakla birlikte kendi gözlemlerinden de yararlanmaktadır. Araştırmacı, araştırdığı sosyal çevrenin ayrıntılı bir betimlemesini yapmayı amaçlar. Ancak bu betimleme, sıradan detayları da içerisine almalı ve sosyal çevredeki katılımcıların (görüşmecilerin) perspektifiyle uyumlu olmalı, olaylar ve davranışlar kendi bağlamları içerisinde anlaşılmalı çalışılmalıdır (Kuş, 2009: 82).

Türkiye’de Hayırseverlik Kültürü: Zengin Bağışçılar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma konulu çalışmamızın nicel yöntem ve tekniklerle yapılmasının konuya dair yeterli bir anlama, kavrama ve açıklama imkânı sunmayacağı düşünüldükçe, araştırmada anket tekniği yerine derinlemesine görüşme (depth interview) (Bkz. Gorden, 2003: 170-171; Johnson, 2002: 105-109; Holstein ve Gubrium, 2004: 140-150) ve gözlem tekniğine dayalı nitel araştırma yönteminin kullanılmasının daha uygun olacağına karar verilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin bir diğer önemli nedeni ise “araştırılan konuyu ilgili bireyin bakış açısından görebilmeyi ve bu bakış açılarını oluşturan sosyal yapı ve süreçleri ortaya koymaya olanak sağlamasıdır” (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 40-41).

Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına ve yüz yüze görüşülerek bilgi toplanmasına imkân veren, bir nitel veri toplama tekniğidir. Görüşme yapılan bireyin, duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine görüşme yoluyla ulaşılır (Tekin, 2006: 101). Johnson (2002: 106), derinlemesine görüşmedeki derin kelimesini, görüşme yapılan bireyin gerçek hayatta yaşadığı günlük aktivite, olay ve mekânların bütün

yönleriyle anlaşılmasına çalışılması şeklinde ifade etmektedir. Araştırmacı, bilemediği konuda bilgi almak için ya da daha önce kendisiyle paylaşılan bilgilerin/konuların doğruluğunu kontrol etmek için bu tekniğe başvurur.

Kısaca ifade edecek olursak; araştırmamızda, araştırılmak istenen konulara dair daha ayrıntılı bilgiler elde etmek ve iyi bir betimleme yapmak amacıyla araştırmacı ve katılımcıyı bir araya getiren, rahat bir diyalog ve gözlem ortamı/imkânı sağlayan derinlemesine görüşme ve gözlem tekniklerinin kullanıldığı nitel yöntem süreci izlenmiştir.

3.5.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Bilimsel araştırmalarda iki tür evren vardır. Birincisi, genel evren, ikincisi ise çalışma evrenidir. Genel evren soyut bir kavram olup tanımlaması kolay fakat ulaşılması güç hatta bazı durumlarda mümkün değildir. Çalışma evreni ise ulaşılabilir evrendir. Bu yönü ile somuttur. Araştırmacının ya doğrudan gözleyerek ya da önceden seçilmiş bir örneklem grubu üzerinden yapılan gözlem ve incelemelerden yararlanarak hakkında görüş bildirebileceği evren, çalışma evrenidir (Karasar, 2006: 110).

Bilimsel araştırmanın en zor aşamalarından birisi araştırma evreninden evreni temsil yeteneğine sahip örneklem büyüklüğünün belirlenmesidir. Bu durumda kesin bir yargıya varmak mümkün olmamakla birlikte yaklaşık hesaplamalarla durumu sayısallaştırmak olasılığı vardır. Amaç temsil yeterliliğini zedelemeyecek en küçük sayıyı bulmak ya da birimi tespit etmektir (Karasar, 2006: 117-118). Bu durum, nicel yöntemin izlendiği araştırmalarda görece daha mümkün ve olanaklı görünmektedir. Ancak, nitel araştırmalarda evreni temsil potansiyeline sahip bir örneklem sayısal büyüklüğü önemli olmamaktadır.

Nitel araştırmalarda veri kaynağı direkt olarak gerçek kişilerin verdiği bilgiler olduğundan çok sayıda kişinin örneklem grubuna dâhil edilmesi araştırmanın sıhhati açısından pek uygun değildir. Araştırılan konunun mahiyetine göre bazı durumlarda tek bir kişi bile bir araştırmanın örneklemi teşkil edebilir. Ayrıca gerek alan araştırmasına ayrılan kaynakların sınırlılığı, gerekse veri toplamada kullanılan yöntem ve tekniklerden kaynaklanan bazı nedenlerden dolayı da çok sayıda bireyin araştırma sürecine dâhil edilmesi mümkün olmamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 87). Bir başka deyişle, nitel araştırmalarda araştırma evreni, toplumsal gerçekliğe dair genellemeler yapılması

amacıyla incelenmediği için araştırma sorularının yanıtları için veri üretebilecek örneklerle çalışır (Kümbetoğlu, 2005: 96).

Ülkemizdeki zengin sınıfın hayırseverlik kültürünü sosyolojik yönleriyle ele alıp incelemeye çalıştığımız bu çalışmada araştırma konusunun belirlendiği ilk zamanlarda tasarlanan araştırma evreni Malatya ili, örneklem grubu ise burada yaşayan, yardım ve bağışlarıyla tanınmış hayırsever zenginlerin oluşturduğu bir grup olacaktı. Ancak bölgesel farklılıkların ve benzerliklerin elde edilecek bulgulara zenginlik katması ve kültürel yelpazeyi daha iyi analiz etmede katkı sağlayacağı düşünüldükçe, araştırma evreninin Malatya ili ile sınırlı kalması fikrinden vazgeçilmiştir.

Araştırma evreni, araştırmanın yükü, maliyeti ve zaman tasarrufu gibi unsurlar da göz önüne alınarak bölgesel anlamda ülkemizin batısı, ortası ve doğusunu temsilen seçilen 3 ilden oluşmuştur. Bu iller, İstanbul, Konya ve Malatya'dır. Örneklem grubu ise 50 kişi ile sınırlandırılmıştır. Ancak görüşmecilerden gelen cevapların tekrara girmesi nedeniyle 45. görüşmeci ile mülakat sonlandırılmıştır. Örneklem grubu 45 görüşmeciden oluşmuştur. Örneklem grubunun illere göre dağılımında ise illerin nüfus yoğunluğu dikkate alınmıştır. Buna göre örneklem grubu içerisinde görüşme yapılan kişilerin yarıya yakını (%46,7) İstanbul'daki görüşmeciler, yaklaşık üçte birini (%31,1) Konya'daki görüşmeciler, geriye kalanını da (%22,2) Malatya'daki görüşmeciler oluşturmaktadır.

Örneklem seçiminde *kartopu modeli örneklem* seçimi yöntemi kullanılmıştır. Kartopu modeli örneklem seçiminde bir veya birkaç örnek olaydan gelen göndermeleri kullanarak örnek olaylar seçme ve sonra bu örnek olaylardan gelen göndermeleri kullanma vb. yolu takip edilir (Neuman, 2009: 321). Kartopu örneklemede öncelikle evrene ait birimlerden birisi ile temas kurulur. Temas kurulan birimin yardımıyla ikinci birime, ikinci birimin yardımıyla üçüncü birime gidilir. Bu şekilde, sanki bir kartopunun büyümesi gibi örneklem büyüklüğü genişler (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 45).

Araştırmaya dâhil edilen 45 görüşmeciden 39'u erkek, 6'sı kadındır. Ayrıca İstanbul'dan 2'si kadın, 3'ü erkek olmak üzere 5 Hristiyan görüşmeci araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılımlarını istediğimiz kişilerden bazıları görüşmeyi çeşitli gerekçelerle reddetmişlerdir. Bunların sayısı Malatya'dan 2, Konya'dan 3 ve İstanbul'dan 5 kişi olup toplamda 10 kişidir. Bu 10 kişilik gruptan yarısı (Konya'dan 2, İstanbul'dan 3 kişi), görüşme talebini herhangi bir neden veya gerekçe göstermeksizin kabul etmemişlerdir. Geriye kalan gruptan 1 kişi sağlık durumunu, 2 kişi iş

yoğunluğunu gerekçe göstererek araştırmaya katılmak istememiştir. Diğer 2 kişi de hayırseverliğin, özel, mahremiyeti gerektiren durumlardan olduğundan bu konu üzerine herhangi bir görüş belirtmek istemediklerini ifade etmişlerdir.

Üst sınıflar hakkında bilimsel araştırmalar yapmak zordur. Bunun çeşitli nedenleri vardır ki onlardan biri de zenginlerin kendi sınıfları ve durumları hakkında pekte konuşkan olmadıklarıdır (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 11). Üst sınıflarla ilgili yapılan çalışmalarda zengin sınıfların kendileri hakkında bilgi vermekten kaçındıkları, zengin kesime ulaşmakta ve onlar hakkında araştırma yapmakta zorlandıkları pek çok araştırmacı tarafından belirtilmektedir (Gürhan, 2015: 135). Benzer güçlüklerle karşılaştığımız bu araştırmada da gerek konunun hassasiyeti gerekse yukarıda bahsettiğimiz çeşitli nedenlerden dolayı kartopu örneklem seçimi yöntemi ile toplamda 45 kişiyle derinlemesine mülakat yapılmıştır. Mülakatlar, referans yolu ile gerçekleştirildiğinden görüşmecideki güven referans kişi tarafınca temin edildiği için görüşmeler çoğu kez rahat ve sohbet havasında geçmiştir.

3.5.2. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada veri toplama tekniği olarak derinlemesine mülakat ve gözlem tekniği kullanılmıştır. Bu tekniği araştırma sürecinde etkin olarak kullanabilmek için araştırmanın amacına uygun bir mülakat formu hazırlanmıştır. Mülakat formunun araştırmanın amacına uygunluğunu test etmek için sınırlı sayıda kişiyle pilot uygulama yapılmış ve aksayan yönleri tespit edilerek revize edilmiştir. Mülakat formunda yer alan gelirle ilgili sorular elemine edilmiştir. Görüşmecilerin büyük çoğunluğu gelirleriyle ilgili bir rakam vermekten kaçındıkları için bu soru mülakat formundan çıkartılmıştır.

Mülakat formu, araştırma kapsamındaki konularla ilgili yaklaşık 50 civarında açık uçlu sorular içermektedir. Sorular kendi içerisinde gruplandırılarak 11 başlık altında toplanmıştır. Soruların gruplandırıldığı başlıklar şöyledir;

- a- Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri İle İlgili Sorular,
- b- Görüşmecilerin İş ve Ekonomik Durumlarıyla İlgili Sorular,
- c- Görüşmecilerin Bağış Durumlarına İlişkin Sorular,
- d- Bağış Yapılan Yerler ve Kesimlere İlişkin Sorular,
- e- Bağış Yapmanın Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Temellerine İlişkin Sorular,
- f- Bağış Yapmanın Aile ve Sosyal Bağlılık Olgularıyla İlişkisine Dair Sorular,

- g- Hayırseverliğin Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Yönleriyle İlişkisine Dair Sorular,
- h- Bağış Yapmanın Dinî ve Dinî Olmayan Saiklerle Olan İlişkisine Dair Sorular,
- i- Görüşmecilerin Vakıf veya Yardım Kuruluşlarıyla Olan İlişkilerine Dair Sorular,
- j- Bağışların Reklam Edilme Durumuna Dair Sorular,
- k- Bağışların Nicelik ve Nitelik Düzeylerine Dair Sorular.

Pilot uygulama Malatya ilinde gerçekleştirilmiş olup, 5 kişi üzerinde yapılmıştır. Araştırma öncesinde, yapılacak görüşmelerin ses kaydının alınması düşünülmüştür. Ancak görüşme esnasında görüşmecilerin neredeyse hepsi ses kayıt cihazının kullanılmasından rahatsızlık ve endişe duymuştur. Dolayısıyla görüşmelerin tamamında not tutma yoluna gidilmiş, verilen cevaplar soru kâğıdının boş alanlarına yazılmıştır. Bu da haliyle görüşme süresinin biraz daha uzamasına neden olmuştur.

Görüşmeler yarı yapılandırılmış mülakat soruları çerçevesinde tematik konular etrafında yapılan ve yaklaşık 1,5-2 saat arasında değişiklik gösteren karşılıklı konuşmalardan oluşmuştur. Görüşmeler, görüşmecinin sosyal konumuna ve görüşmeciden gelen talebe göre genellikle öğle ve öğle sonu saatlerde ev ve işyeri gibi mekânlarda gerçekleştirilmiştir.

3.5.3. Uygulamada Karşılaşılan Güçlükler ve Strateji

Öncelikle araştırmanız bir alan araştırması olması nedeniyle bazı onaylardan geçmesi gerekiyordu. Araştırmanın ilk onayı etik kurul tarafından verilecek olan onaydı. Etik kurulun verdiği araştırma izni 2016 yılının mayıs ayının sonlarına tekabül etmiştir. Etik kurul onayından sonra Üniversite Rektörlüğü aracılığıyla araştırmanın yapılacağı illerin Valiliklerine araştırma izni ile ilgili dosyalar gönderilmesi ve gerekli onayın verilmesi durumunda 2016 yılının Eylül ayında sahaya inilmesi ve araştırmaya başlanması planlanmıştır. Ancak milli irade ve demokrasiye karşı yapılan 15 Temmuz 2016 darbe girişimi araştırmanın da zamanında uygulanmasını zora sokmuş ve planlanan takvimin altı aydan fazla bir süreyle sarkmasına neden olmuştur. Söz konusu darbe girişimi, kamu kurum ve kuruluşlarıyla birlikte özel sektör alanında da ciddi rahatsızlıklara neden olmuş ve sonucunda gerek kurumlarda gerekse kişilerde bir güvenlik hassasiyeti oluşturmuştur. Malatya ve Konya Valiliklerinden araştırma için

gerekli onayın çıkması gecikmiş, araştırmacının kişisel gayreti sonucunda izinler alınabilmiştir.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi izlendiğinden görüşmecilerin tespitinde uygulama öncesinde bir dizi strateji geliştirilmiştir:

İlki, yüksek miktarda bağış ve yardımda bulunan zenginlerin tespiti için yardım kuruluşları, vakıflar, dernekler, STK'lar gibi kurum ve kuruluşlarla yapılacak görüşmeler neticesinde grüşebileceğimiz kişilerin isim ve adreslerini almak.

İkincisi, araştırmacının uygulama yapacağı illerde önceden yapacağı araştırmalardan hareketle (yazılı-görsel-internet basınında yer alan haber-analizler, vakalar, vb. materyaller) tespit ettiğı zenginlerle rastgele örnekleme yoluyla görüşmeler yapmak.

Üçüncüsü, rastgele örnekleme yoluyla yapılacak görüşmelerin neticesiz kalması durumunda kartopu modeli örnekleme seçimini kullanarak görüşmecilere ulaşmak.

Araştırmamızın anahtar kavramı, “bağış ve yardım” olduğundan haliyle uygulamada çeşitli zorluklarla karşılaşabileceğimizi düşündük ve yukarıda saydığımız bir dizi stratejileri geliştirme ve izleme yoluna gitme kararı almıştık. Ancak, belki de araştırma konusunun hassasiyeti nedeniyle olacaktır ki herhangi bir yardım kuruluşu, vakıf veya dernekten bir isim veya adres almak mümkün olmadı. *“Kendileriyle ilişkili olan veya kendilerine yardım ve bağışta bulunan kişilerin isimlerini vermelerinin gizlilik ihlali olacağı, zaten pek oğıu tanınan, bilinen kişiler olduğundan bizim adres vermemiz yerine sizin onlarla doğrudan görüşmeniz daha doğru olacaktır”* gibi ifadelerle/gerekçelerle vakıf ve derneklerle yapılan görüşmelerden olumlu bir sonuç elde edilememiştir.

İkinci stratejimizi uygulamaya geçtiğimizde ise, doğrudan görüşme yapmamız gereken kişiler yerine, ikinci, hatta üçüncü şahışlar olarak ifade edebileceğimiz çalışan personel, sekreter veya yönetici asistanlarıyla görüşmemiz istenmiştir. Bunlar, doğrudan görüşmemiz gereken zengin kişiler olmadığından görüşme talebinden vazgeçilmiştir.

nc stratejimiz olan kartopu modeli örnekleme seçimi kullanılarak görüşmecilere ulaşmak düşüncesinin bu araştırma için uygun bir örnekleme seçim yöntemi olduğı anlaşılmış ve görüşmeler bu yolla gerçekleştirilmiştir.

3.5.4. Verilerin Analizi

Analiz için kullanılan isim kodları araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Seçilen rnekler ve oluşturulan gruplamalar, araştırmada uygun bir metin ortaya çıkaracak biçimde bölümlere yerleştirilmiştir. Araştırmanın ve analizlerin güvenirliğinin arttırılması için, tüm görüşmeler yazıya dökülmüş ve metinler tek tek okunarak sınıflandırmalar yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler, özgün biçimlerine sadık kalınarak ve telaffuzlar dahi değiştirilmeden söylendiği gibi aktarılmıştır.

Alan araştırması sonrasında elde edilen veriler deşifre edilerek içerik zmlemesi yapılmıştır. Seçilen rnekleme grubunun belli konulardaki eğilim, temayül ve değerlendirmelerinin benzeşen, farklılaşan ve örtüşen yönleri tespit edilerek sosyolojik analiz yapılmaya çalışılmıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde görüşmecilerin vermiş oldukları yanıtlar ışığında, elde edilen bulguların konuyla ilgili literatür kaynaklar ve çeşitli araştırma sonuçlarıyla birlikte analiz ve değerlendirmesi yapılmaktadır.

4.1. Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu bölümde, araştırmaya katılan görüşmecilerin yaş, cinsiyet, doğum ve ikamet yerleri, eğitim durumu, medeni hâli, mesleki durumu ve eşleri ile ilgili olarak genel bir demografik tanıtımı yapılmaya çalışılmıştır.

4.1.1. Katılım Yerleri ve Cinsiyet Durumu

Tablo 1. Katılım Yeri ve Cinsiyet Dağılımı

Katılım Yeri	Kadın		Erkek	
	N	%	N	%
Malatya	2	33.3	8	20.6
Konya	-	-	14	35.8
İstanbul	4	66.7	17	43.6
Toplam	6	100	39	100

Araştırmaya katılan görüşmecilerin büyük çoğunluğu erkek, geriye kalan küçük bir kısmı ise kadın görüşmecilerden oluşmaktadır. Görüşmeler kartopu örnekleme yöntemiyle gerçekleştirildiğinden kadın görüşmecilere ulaşma şansı daha az olmuştur. Referans olarak verilen kadın görüşmecilerin bir kısmı ise şirket/işletme sahibi olmak yerine çalışan personel olmaları nedeniyle tercih edilmemişlerdir. Malatya'dan iki, İstanbul'dan dört olmak üzere toplam altı kadın görüşmeci araştırmaya katılmıştır. Konya'da ise herhangi bir kadın görüşmeciye ulaşılamadığından sadece erkek görüşmeci grubu oluşmuştur. Erkek görüşmeci grubundaki katılımcıların illere göre dağılım oranlarına baktığımızda ise %43,6'sının İstanbul'dan, %35,8'inin Konya'dan ve %20,6'sının da Malatya'dan katıldığı görülmektedir.

Araştırma, Malatya, Konya ve İstanbul olmak üzere üç ilde yapılmıştır. Görüşmecilerin sayısı illerin nüfus büyüklüğü ile orantılı olarak Malatya'dan başlamak

üzere Konya ve İstanbul şeklinde sıralanmıştır. Araştırmaya Malatya'dan başlanmış, Konya ile devam edilmiş ve İstanbul'da sonlandırılmıştır.

4.1.2. Yaş ve Medeni Hâl Durumu

Tablo 2. Yaş ve Medeni Hâl Dağılımı

	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Yaş												
30-35	-	-	-	-	-	-	2	14.3	1	25.0	1	5.8
36-41	-	-	-	-	-	-	3	21.4	-	-	2	11.8
42-47	-	-	2	25.0	-	-	2	14.3	3	75.0	1	5.8
48-53	2	100	3	37.5	-	-	1	7.1	-	-	2	11.8
54-59	-	-	1	12.5	-	-	2	14.3	-	-	3	17.7
60-65	-	-	1	12.5	-	-	3	21.4	-	-	6	35.2
66-71	-	-	1	12.5	-	-	1	7.1	-	-	1	5.8
72 ve Üstü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.8
Toplam	2	100	8	100	0	00	14	100	4	100	17	100
Medeni Hal												
Evli	2	100	7	87.5	-	-	13	92.9	3	75.0	16	94.1
Bekâr	-	-	1	12.5	-	-	1	7.1	1	25.0	1	5.9
Toplam	2	100	8	100	0	00	14	100	4	100	17	100

Araştırmaya katılan kadınların yaş ortalaması bakımından çoğunluğu 42-47 ve 48-53 yaş aralığındakilerin oluşturmaktadır. Bu, kadınların, erkeklere kıyasla daha düşük yaş aralığında oldukları anlamına gelmektedir. Kısacası araştırmaya katılan kadınlar daha genç yaş aralığında yer almaktadır. Erkek görüşmeciler açısından değerlendirildiğinde ise Malatya'dan katılanların yaş aralıkları bakımından çoğunluğun 42-47 ve 48-53 yaş aralıkları arasında olduğu anlaşılmaktadır. Konya'dan katılanların yaş aralığı yelpazesinin genişlediği, hemen hemen her yaş grubundan katılım olduğu görülmektedir. İstanbul'da ise ilk sırayı %35,2'lik bir oranla 60-65 yaş grubu arasındakiler almıştır. Bu sıralamayı, %17,7'lik oranla 54-59 yaş aralığındakiler takip etmektedir. 66 ve üstü yaş aralığında ise üç ilden birer görüşmeci yer almıştır.

TÜİK'in 2016 verilerine göre Türkiye genel yaş ortalaması 30-35 arası olarak açıklanmıştır (<http://www.tuik.gov.tr>). Buna göre, araştırmaya katılan erkek görüşmeciler açısından genel yaş grubu aralığının orta üstü ve ileri yaş grubu düzeyinde olduğu; kadınlarda ise orta ve orta üstü düzeyde olduğu söylenebilir.

Medeni durum açısından bakıldığında, araştırmaya katılan kadın ve erkek görüşmecilerin büyük çoğunluğu evlidir. Kadınlardan bir ve erkeklerden üç kişi bekârdır. Bekâr erkeklerin illere göre dağılımı ise eşittir.

4.1.3. Doğum ve İkamet Yerleri

Tablo 3. Doğum ve İkamet Yeri Dağılımı

	Kadın		Erkek	
	N	%	N	%
Doğum Yeri				
Ankara	1	16.7	1	2.6
Antakya	-	-	1	2.6
Aydın	-	-	1	2.6
Elazığ	-	-	1	2.6
Erzurum	-	-	2	5.1
İstanbul	2	33.3	6	15.3
İzmir	-	-	1	2.6
Konya	-	-	12	30.7
Malatya	2	33.3	13	33.3
Ordu	1	16.7	-	-
Sivas	-	-	1	2.6
Toplam	6	100	39	100
İkamet Edilen Yer				
Malatya	2	33.3	8	20.6
Konya	-	-	14	35.8
İstanbul	4	66.7	17	43.6
Toplam	6	100	39	100

Araştırmaya katılan görüşmeci grubunun vermiş oldukları yanıtlar çerçevesinde doğum yerleri olarak 11 il tespit edilmiş ve yukarıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre, Malatya doğumlu görüşmeciler ilk sırada gelmektedir. Bunu, Konya ve sonrasında İstanbul doğumlular takip etmiştir. Geriye kalan görüşmecilerin doğum yerleri ise Ankara ve Erzurum'dan ikişer kişi; Antakya, Aydın, Elazığ, İzmir, Ordu ve Sivas olmak üzere birer kişidir.

Görüşmecilerin ikamet yeri dağılımları ise İstanbul, Konya ve Malatya şeklinde sıralanmıştır. Kadın ve erkek görüşmecilerin büyük çoğunluğu İstanbul'da ikamet etmektedir. Malatya'daki katılım sayısı 10 olduğu halde doğum yeri kişi sayısı 15'tir. Bunu nedeni ise, İstanbul'dan 3 ve Konya'dan 2 erkek görüşmecinin Malatya doğumlu olmalarıdır (Bkz. EK.3, s.260).

4.1.4. Kendilerinin ve Eşlerinin Öğrenim Durumları

Tablo 4. Öğrenim Durumu Dağılımı

	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gör. Öğrenim Der.												
İlkokul mezunu	-	-	2	25.0	-	-	3	21.4	-	-	2	11.8
Ortaokul mezunu	-	-	1	12.5	-	-	-	-	-	-	2	11.8
Lise mezunu	-	-	2	25.0	-	-	4	28.5	-	-	6	35.3
Yüksekokul mezunu	-	-	1	12.5	-	-	1	7.2	-	-	1	5.8
Lisans mezunu	2	100	2	25.0	-	-	5	35.7	4	100	5	29.5
Lisansüstü mezunu	-	-	-	-	-	-	1	7.2	-	-	1	5.8
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100
Eşlerin Öğrenim Der.												
İlkokul mezunu	-	-	2	28.6	-	-	5	38.4	-	-	3	18.8
Ortaokul mezunu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Lise mezunu	-	-	4	57.2	-	-	7	53.9	-	-	8	50.0
Yüksekokul mezunu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lisans mezunu	1	50.0	1	14.2	-	-	1	7.7	3	100	3	18.8
Lisansüstü mezunu	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Toplam	2	100	7	100	-	-	13	100	3	100	16	100

Kadın görüşmecilerin tamamı lisans mezunudur. Aynı zamanda kendileri gibi eşlerinin de lisans mezunu düzeyinde oldukları görülmektedir. Sadece bir kadın görüşmecinin eşi lisansüstü mezunudur. Bu görüşmecimiz eşinin öğretim üyesi olduğunu belirtmiştir.

Erkek görüşmecilerin öğrenim durumlarına baktığımızda en düşük orana sahip olan grup lisansüstü grubudur. Lisans ve lise mezunlarının sayılarının en yüksek oranda ve eşit olduğu görülmektedir. Dikkat çekici diğer bir yüzdelik ise ilkokul mezunu grubudur. Yaklaşık %20'lik bir dilimi oluşturmaktadır. Ekler kısmında sunulan Ek.3 Katılımcı Çizelgesi tablo verilerinde de anlaşılabileceği üzere ilkokul mezunu görüşmecilerin çoğunlukla 55-60 ve üzeri yaş grubundan oldukları anlaşılmaktadır. 40 yaş altı birkaç görüşmecinin de ilkokul mezunu olduğu tespit edilmiştir. Öğrenim dereceleri düşük olan görüşmecilerimize bunun nedeni sorulduğunda ise genel olarak verilen yanıt; *“okumaya hevesli olmamak”, “aile geçimine yardımcı olmak, katkı sağlamak için çalışmak zorunda kalmak”* şeklinde olmuştur.

Erkek görüşmecilerin eşlerinin öğrenim durumlarına baktığımızda çoğunluğun lise mezunu olduğu görülmektedir. Bunu, bu grubun yarısı kadarı bir oranla ilkokul mezunu olanlar takip etmektedir. Lisans mezunu derecesine sahip olanların oranı ise düşük seviyededir.

Kadın ve erkek görüşmeciler totalinde öğrenim derecesi bakımından en yüksek oranla ilk sırayı lisans mezunları, ikinci sırayı lise mezunları, üçüncü sırayı ise ilkokul mezunları almıştır.

4.1.5. Aile Üyesi Sayısı

Tablo 5. Aile Üye Sayısı Dağılımı

Üye Sayısı	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
İki kişi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.8
Üç kişi	-	-	1	12.5	-	-	2	14.3	1	25.0	3	17.7
Dört kişi	1	50.0	2	25.0	-	-	5	35.7	2	50.0	7	41.1
Beş kişi	1	50.0	3	37.5	-	-	5	35.7	1	25.0	3	17.7
Altı kişi ve üstü	-	-	2	25.0	-	-	2	14.3	-	-	3	17.7
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100

Biri kadın üçü erkek olmak üzere toplam dört görüşmeci bekârdır. Bunlar aileleri ile birlikte yaşadıklarından aile üyesi sayısı tespitinde gruba dâhil edilmişlerdir. Ebeveynler dâhil olmak üzere, aile üyesi sayısı açısından bakıldığında kadın görüşmecilerin yarısı (en yüksek orana sahip olmak üzere) dört kişilik aileye sahiptir. Bu oran erkek görüşmeciler grubunda da ilk sırayı almaktadır. Totalde bakıldığında ise dört kişilik aile grubu yine en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Bunu, yine kadın ve erkek görüşmecilerde olmak üzere beş kişilik aile grubu takip etmektedir. Kadın görüşmecilerden farklı olarak erkek görüşmeci grubunda altı ve üstü aile üyesine sahip görüşmecinin oluşudur. Bu oran, genelin yaklaşık dörtte birlik bir kısmına tekabül etmektedir.

Aile üyesi sayısının hayırseverlik kültürünün nesillere aktarılması ve bu geleneğin devam ettirilmesi açısından nicel bir değerinin olacağını söylemek pek yanlış olmayacaktır. Kültürün, daha çok aile üyesiyle paylaşılması, yaşatılması ve aktarılmasında sayısal değerın önemi de ortaya çıkmış olmaktadır. Bu ise yardımların, bağışların sayıca fazla olmasına etki edecektir. Bir başka deyişle, hayırsever sayısı arttıkça yardımlar da artacaktır.

4.1.6. Kendilerinin ve Eşlerinin Mesleki Durumları

Tablo 6. Görüşmecilerin ve Eşlerinin Mesleki Dağılımları

	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gör. Meslekleri												
Özel sektör	1	50.0	7	87.5	-	-	14	100	4	100	14	82.6
Doktor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.8
Eczacı	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Belediye Personeli	-	-	1	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-
İnşaat Mühendisi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.8
Kimya Mühendisi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.8
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100
Eşlerinin Meslekleri												
Ev Hanımı	-	-	7	100	-	-	13	100	-	-	10	62.6
Öğretmen	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Öğretim Üyesi	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eğitimci	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Doktor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Özel Sektör	-	-	-	-	-	-	-	-	3	100	2	12.6
İnşaat Mühendisi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.2
Toplam	2	100	7	100	-	-	13	100	3	100	16	100

Mülakat formunda yapılan incelemeler sonucunda gerek katılımcıların gerekse eşlerinin mesleki durumlarına ait meslek türü ve dağılımı yukarıdaki tabloda olduğu gibi verilmiştir. Tablodaki meslek türleri görüşmecilerin beyanları esas alınarak düzenlenmiştir.

Kadın görüşmecilerden beşi özel sektör alanında meslek sahibi iken sadece biri eczacıdır. Özel sektör alanında meslek sahibi olan kadın görüşmeciler genellikle inşaat ve tekstil alanlarında hizmet vermektedir. Aynı şekilde erkek görüşmecilerin de yine büyük çoğunluğu özel sektör alanında meslek sahibidir. Özel sektörde çalışma oranı iller bazında değerlendirildiğinde de oldukça yüksek bir oran karşımıza çıkmaktadır. Tabloda belirtilen diğer meslek gruplarından ise sadece birer kişi bulunmaktadır. Konya'daki erkek görüşmecilerin tamamı ile İstanbul'daki erkek görüşmecilerin % 82,6'sı özel sektör alanında meslek sahibidirler ve bu görüşmeci grubu totalin en yüksek oranına sahiptir. Görüşmecilerin eşlerinin mesleki durumlarına bakıldığında her üç ildeki erkek görüşmecilerin eşlerinin büyük çoğunluğunun ev hanımı oldukları görülmektedir. Geriye kalan meslek gruplarındaki oranlar ise oldukça düşük düzeydedir. Özetle ifade etmek gerekirse araştırmaya katılan kadın ve erkek görüşmecilerin büyük çoğunluğu özel sektör alanlarında meslek sahibidirler.

4.2. Görüşmecilerin İş ve Ekonomik Durumları

Görüşme yaptığımız kişilerin aktif olarak çalıştıkları, yürüttükleri iş sahası, mesleki alan ve bu alandaki çalışma süreleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Mülakat formlarında yapılan değerlendirmeler sonucunda görüşmecilerden bazılarının meslekleri ile faaliyet gösterdikleri alanlar arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Örneğin, lisans mezunu görüşmecilerin birçoğu farklı mesleki alanda iş hayatını sürdürmektedir.

Araştırmamızda, görüşmecilerin gelir durumuyla ilgili herhangi bir bilgi vermemeleri nedeniyle gelir durumu, aylık veya yıllık kazanç ile ilgili istatistiki bir değerlendirme yapılamamıştır. Görüşmecilerin gelir durumlarıyla ilgili bilgilerin verilemeyeşine ilişkin açıklamalar, çalışmanın araştırma yöntemi bölümünde izah edilmiştir.

4.2.1. İş/Mesleki Alanlar

Tablo 7. İş/Mesleki Alan Dağılımı

İş/Mesleki Alan	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kuyumculuk			1	12.5							2	11.7
Kayıt/Kuru Yemiş Esnafı			1	12.5								
Eczacılık	1	50.0										
Otomotiv Satış ve Pazarlama							2	14.2			1	5.9
İnşaat			1	12.5							2	11.7
Mobilya/Beyaz Eşya			1	12.5								
Tekstil							2	14.2	1	25.0	2	11.7
Ticaret Sek.							2	14.2	1	25.0	2	11.7
Gıda Sek.							2	14.2				
Toptan Satış Sek.							1	7.1				
Sağlık Hizmetleri											3	17.8
Ayakkabı Üreticiliği							1	7.1				
Ambalaj Sanayi							1	7.1				
Yazılım Sektörü							1	7.1				
Metal Hammadde									1	25.0		
Branda Üretim/Dağ.											1	5.9
Birden Fazla Meslek	1	50.0	4	50.0			2	14.2	1	25.0	4	23.6
Toplam	2	100	8	100			14	100	4	100	17	100

Görüşmecilerin hali hazırda faaliyet gösterdikleri iş sahası ve meslek grupları yukarıda ki gibidir. Bunların bir kısmının toplamda 16 meslek dalında ve tek alanda

faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir⁶. Geriye kalan kısmı ise birden fazla alanla uğraşmaktadır.

Tablodaki verilere göre Malatya'daki kadın ve erkek görüşmecilerin yarısı birden fazla meslek gurubunda yer alırken, geriye kalan yarısı diğer meslek gruplarından olmak üzere birer kişidir. Konya'daki görüşmecilerin iş sahasında ise çeşitlilik görülmektedir. Pek çok farklı sektörlerde çalışıldığı anlaşılmaktadır. İstanbul'da ise birden fazla sektörde çalışan görüşmeciler yaklaşık dörtte birlik oranla (%23,6) ilk sırayı almıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise meslek sahasında ağır basan veya yoğunlukta olan şu veya bu sektör diyebileceğimiz bir iş ya da mesleki alan yoktur. Ancak sağlık hizmetleri sektörü diğer sektörler içinde dikkat çekmektedir. Bu sektör, %17,8'lik oranla sadece İstanbul'daki erkek görüşmeci grubunda yer almıştır.

4.2.2. İş/Meslek Sahasındaki Çalışma Süresi

Tablo 8. İş/Mesleki Sahada Çalışma Süresi Dağılımı

Çalışma Süresi (Yıl)	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
10-15	-	-	-	-	-	-	1	7.1	1	25.0	3	17.7
16-21	-	-	-	-	-	-	6	43.0	3	75.0	2	11.7
22-27	1	50.0	-	-	-	-	2	14.3	-	-	1	5.8
28-33	1	50.0	3	37.5	-	-	1	7.1	-	-	3	17.7
34-39	-	-	-	-	-	-	2	14.3	-	-	-	-
40-45	-	-	3	37.5	-	-	1	7.1	-	-	5	29.4
46-51	-	-	2	25.0	-	-	1	7.1	-	-	3	17.7
52 ve üstü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100

Mesleki alandaki çalışma süresi kadınlarda farklılık göstermektedir. Şöyle ki, İstanbul'daki kadın görüşmecilerin dörtte biri 10-15 yıllık çalışma süresi aralığında yer alırken; dörtte üçü 16-21 yıllık çalışma süresi aralığında yer almıştır. Malatya'daki kadın görüşmecilerin mesleki çalışma süreleri İstanbul'dakilerine kıyasla da daha fazladır. Diğer bir ifadeyle, İstanbul'daki kadın görüşmecilerin meslekteki çalışma süreleri Malatya'dakilere göre daha düşük kalmaktadır.

⁶ Birden fazla mesleki alanda faaliyet gösteren görüşmecilerle ilgili detaylı bilgi Ek.3'te verilen Katılımcı Çizelgesinden elde edilebilir.

Konya'daki erkek görüşmecilerin meslekte çalışma süresi aralığı en yüksek 16-21 iken; bu yüksek oran, Malatya'daki görüşmecilerde 28-33 ile 40-45 yıllık süreler arasında görülmektedir. İstanbul'daki erkek görüşmeciler de çalışma süresi bakımından en yüksek oran ise 40-45 arasında olmasına rağmen diğer bazı çalışma süresi aralıklarının da (10-15, 28-33, 46-51 gibi) yüksek oranlarda olduğu görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse görüşmecilerin iş/mesleki alanlarındaki çalışma sürelerinin daha çok 20 ile 45 yılları arasında değişiklik gösterdiği ifade edilebilir.

4.3. Görüşmecilerin Bağış Durumları

Bu bölümde, görüşmecilerin ne kadar sıklıkta bağış yaptıkları, bağış miktarı, ne kadar süredir bağış yaptıkları ve bağışların açıklık ve gizlilik durumuna dair bilgiler elde edilmeye çalışılmış ve bu bilgiler sayesinde görüşmecilerin bağış durumlarına dair genel bir portrenin ortaya konması amaçlanmıştır.

4.3.1. Bağış Yapma Sıklığı

Tablo 9. Bağış Yapma Aralığı

Bağış Aralığı	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Aylık	-	-	-	-	-	-	4	28.6	2	50.0	5	29.4
Yıllık	-	-	3	37.5	-	-	2	14.2	-	-	2	11.8
Her ikisi	2	100	5	62.5	-	-	8	57.2	2	50.0	10	58.8
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100

Araştırmamıza katılan görüşmecilere ne sıklıkta bağış yaptıklarına dair soru yöneltilmiş ve bu soruya verilen cevapların yarısından fazlası, (yaklaşık %60'ı) hem aylık hem de yıllık olmak üzere duruma göre değişiklik gösterdiği şeklinde yanıtlanmıştır.

Hem aylık hem de yıllık olarak bağış yapma oranı diğer bağış türlerine ve aralığına göre yüksektir. Malatya'daki görüşmeci grubunda aylık bağış yapma durumu söz konusu değilken, Konya ve İstanbul'daki görüşmeciler için bu ikinci sırada gelmektedir. Yani, Konya ve İstanbul'daki görüşmecilerin yarıya yakını sadece aylık bağış yaparlarken yarısından fazlası ise hem aylık hem de yıllık şeklinde bağış yapmaktadır.

Mülakat notlarının detaylı incelemesinde aylık bağış yapma durumunun genellikle yüksek miktarlarda bağış yapanlarda görüldüğü tespit edilmiştir. Yüksek miktarlarda bağış yapanların genellikle aylık bağış yapma nedenleri ise bağış yapılan yerler ve kesimlerden kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır. Bunlar, vakıflar, gönüllü yardım kuruluşları, öğrenciler, hastalar, ihtiyaç sahipleri vb. yerler ve kesimlerdir. Mesela, öğrenciler için genellikle aylık veya üç aylık burslar şeklinde yardımlar yapılmaktadır ki bu da bağışların genellikle aylık süreler içerisinde yapılmasına neden olmaktadır. Hem aylık hem de yıllık bağış yapanlar da yine bağış yapılan yerler ve kesimlere bağlı olarak bağışların aylık ve yıllık şeklinde gerçekleştiğini ifade etmişlerdir.

Bağış yapma sıklığının değişiklik göstermesinin önemli nedenlerinden biri de beklenmedik plan dışı yapılan yardım talepleridir. Örneğin İstanbul'dan bir görüşmecinin, *“Bağışlarımızı aylık veya yıllık olarak gerçekleştirmekteyiz. Bağış yaptığımız yerlere göre aylık veya yıllık değişebiliyor. Mesela öğrenci bursları genelde aylık periyotlarda, hastane, okul, cami, vakıf ve dernekler gibi yerlere ise aylık olmakla birlikte daha çok yıllık bağışlarımız olmaktadır. Ancak kimi zaman da plan dışı beklenmedik bağış ve yardım talepleri dolayısıyla ekstra olarak devreye giren bağışların da olması bağışların farklı sürelerde yapılmasına neden olmaktadır”* (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.) ifadeleri, bağış yapma aralığının neden farklılık gösterdiğini özetlemektedir.

4.3.2. Bağış Miktarı

Tablo 10. Yıllık Ortalama Bağış Miktarı

Yıllık Bağış Miktarı (Türk Lirası)	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
25.000-50.000	1	50.0	4	50.0			3	21.5	1	25.0	5	29.4
51.000-75.000							3	21.5				
76.000-100.000	1	50.0	1	12.5			4	28.6			3	17.6
101.000-125.000												
126.000-150.000							1	7.1	1	25.0		
151.000-175.000												
176.000-200.000			1	12.5			1	7.1			1	5.9
201.000-250.000			1	12.5							2	11.8
251.000-300.000			1	12.5					1	25.0		
301.000-350.000							1	7.1				
351.000-400.000							1	7.1			2	11.8
401.000-450.000												
451.000-500.000									1	25.0	3	17.6
501.000-550.000											1	5.9
Toplam	2	100	8	100			14	100	4	100	17	100

Görüşmecilerden aldığımız yanıtlar doğrultusunda yıllık ortalama bağış miktarları yukarıdaki tabloda gösterilmiştir. Bağış miktarları 25.000 TL’lik alt sınır ile 550.000 TL’lik üst sınır arasında değişiklik göstermektedir. Yıllık ortalama bağış miktarı bakımından Malatya’daki görüşmecilerin yarısı 25 ile 50 binlik dilimde yer almaktadır. Konya’daki görüşmecilerden ise %28,6’lık oranla 76 ile 100 bin liralık aralıkta bağış yapanlar ilk sırada gelmektedir. Malatya’da olduğu gibi İstanbul’daki görüşmeci grubundan da ilk sırayı 25 ile 50 binlik aralıkta bağış yapanlar almıştır.

Yüksek miktarda bağış yapanlar bakımından İstanbul’daki görüşmeciler çoğunlukta olup ilk sırayı alırken, bunu Konya ve Malatya’daki görüşmeciler takip etmektedir. İller bazında değerlendirildiğinde şehirlerin konum ve büyüklükleri ile buralarda elde edilen kazancın farklı oluşuna bağlı olarak bağış ve yardım miktarlarının da farklılık göstermesi mümkündür. Dünyanın metropollerinde içerisinde değerlendirilen, uluslar ve kıtalararası ticaretin ülkemizdeki merkezi konumunda olan ulusal ve uluslararası alana hizmet veren büyük şirketlerin bulunduğu bir yer olarak İstanbul’un bağış kenti olarak önde gelmesi doğaldır.

Bağış miktarı olarak verilen rakamların sabit olmayıp yıldan yılda değişiklik gösterdiği görüşmeciler tarafından vurgulanmıştır. Bu değişikliği etkileyen faktörlerin

ise genellikle o yılki kazanç, genel ekonomik gidişat ve harcama giderleri olduğu söylenmiştir.

Aşağıda verilen şeklide 2016 yılındaki bağışlarıyla Türkiye'nin en hayırsever zenginleri gösterilmektedir.

Şekil 3. Türkiye'nin Hayırsever Zenginleri Sıralaması (2016)

İSİM	YAPTIĞI BAĞIŞ (TL)	ŞİRKETİ
KOÇ AİLESİ	400 BİN	KOÇ HOLDİNG
FERİT ŞAHENK	271 BİN	DOĞUŞ HOLDİNG
FUAT TOSYALI	137 BİN	TOSYALI HOLDİNG
SEZGİN BARAN KORKMAZ	130 BİN	SBK HOLDİNG
TUNCAY ÖZİLHAN	91 BİN	ANADOLU GRUBU
CAN HAS-NURİ HAS	88 BİN	KADİR HAS VAKFI
ERMAN ILICAK	68 BİN	RÖNESANS HOLDİNG
YAŞAR AİLESİ	68 BİN	YAŞAR HOLDİNG
VAKKAS ALTINBAŞ	63 BİN	ALTINBAŞ HOLDİNG
HÜSNÜ M. ÖZYEĞİN	50 BİN	FİBA HOLDİNG

Kaynak: Capital Dergisi, <https://www.capital.com.tr>

Şekil.3'de verilen zenginlerin bağış miktarları ile karşılaştırıldığında araştırmamıza katılan görüşmeci grubunun bağış miktarlarının da kayda değer olduğu görülmektedir. Şekilde verilen bağış rakamları, ailelerin gelirleriyle birlikte düşünüldüğünde düşük seviyede kaldığı söylenebilir. Ancak bağışların çoğunun her yıl düzenli olarak yapıldığını göz önünde bulunduracak olursak, bağış miktarlarının totalde görünenden daha büyük meblağlar oluşturduğunu da belirtmek gerekir. Diğer yandan bağış konusuyla ilgili olarak, özellikle ülkemizde bağışların gizliliği hususunda gösterilen hassasiyet, verilerin doğruluk değerini de etkilemektedir. Mütevazılık, alçak gönüllülük gösterip bağışı gerçek değerinden daha aşağıda göstermek kadar, övünmek, hava atmak veya görsünler, bilsinler maksadıyla daha yüksek göstermekte mümkündür.

Pilot araştırma safhasında görüşmecilerin gelirleri ile bağış miktarları arasında bazı farklılıklar tespit edilmiştir. Bazılarının gelirlerinin, bağış miktarından daha düşük kaldığı görülmüştür. Bu da bağış miktarı ile ilgili verilen rakamların doğruluğunu şüphelendirmektedir. Bağış miktarı konusunda ketum tavırların sergilendiği gözlemlenmiştir. Pinçon ve Pinçon-Charlot'un (2012: 11) da belirttiği gibi zenginlerin net ve güvenilir bilgi vermekten kaçındıklarına dair söylemin benzeri buradaki bağış miktarı konusunda da yaşanmıştır.

4.3.3. Bağış Yapma Süresi

Tablo 11. Bağış Süresi Dağılımı

Bağış Süresi (Yıl)	Malatya				Konya				İstanbul			
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek		Kadın		Erkek	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
10-15	-	-	-	-	-	-	1	7.2	1	25.0	3	17.7
16-21	-	-	-	-	-	-	6	42.8	3	75.0	2	11.7
22-27	1	50.0	-	-	-	-	2	14.2	-	-	1	5.8
28-33	1	50.0	3	37.5	-	-	1	7.2	-	-	3	17.7
34-39	-	-	-	-	-	-	2	14.2	-	-	-	-
40-45	-	-	3	37.5	-	-	1	7.2	-	-	5	29.4
46-51	-	-	2	25.0	-	-	1	7.2	-	-	3	17.7
52 ve üstü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	2	100	8	100	-	-	14	100	4	100	17	100

Bağış kültürünün önemli etmenlerinden biri de bağış olgusunun bir sürece tekabül etmesidir. Anlık veya kısa dönemli yapılan eylemler ile uzun süreli yapılan eylemler kültürün devamlılığı ve kalıcılığında ayırt edici unsurlardır. Bu bakımdan bağış yapmak kadar bağış yapma süresi de önem arz etmektedir. Dolayısıyla bağış yapma süresi merak konusu edilmiş ve buradan hareketle araştırmamızın bu bölümünde görüşmecilere bağış süreleri sorulmuştur. Görüşmecilerden alınan cevaplar yukarıdaki tablodaki gibidir.

Görüşmecilerin yaptıkları bağışların 10 ile 50 yıllık süreler arasında olduğu görülmektedir. Bağış süresi bakımından en yüksek oran 16-21 yıllık süre ile Konya'daki erkek görüşmeci grubu ile İstanbul'daki kadın görüşmeci grubundadır. Bu grupta yer alan görüşmeci sayısı totalde de yine en yüksek orana sahiptir. Bunu, 40-45 yıldır bağış yapan erkek görüşmeciler takip etmektedir. En düşük düzey ise yaklaşık 35 yıldır bağış yapan görüşmeciler grubuna aittir.

Bağış yapma süresinin uzunluğu bağışların devamlılığı ve kalıcılığı açısından önemlidir. Bağış yapma süresinin ilk olarak önemi bağışçının bağış yaparak hayırseverlik kültürünün devamına ve uzun süre yaşatılmasına katkı sağlamış olmasıdır. İkinci önemi ise bağış alan içindir. Bağış alan yerler ve kesimler, gruplar, kişiler bağışçılardan gelen yardımlar sayesinde eksiklerini tamamlayarak hayatlarını daha uzun süre devam ettirmek bakımından bir kolaylık ve refah elde edecektir.

Genel olarak ifade edecek olursak, araştırmaya katılan zenginlerin büyük çoğunluğu yaklaşık yirmi yıldır bağış yapmaktadırlar. Diğer bir çoğunluk da yaklaşık kırk yıldır bağış yapanlardır. Ayrıca, her ne kadar bazı süreler yüksek oranlara sahip

olsa da diğer bağış süresi aralıklarının da orta düzeyde oranlara sahip oldukları görülmektedir. Bu da bize, görüşmecilerin yaş, meslekteki çalışma süreleri ve aile geleneğini devam ettirme tutumlarına bağlı olarak bağış süresi aralıklarının değişiklik gösterebileceği bilgisini vermektedir.

4.3.4. Bağışların Açıklık ve Gizlilik Durumu

Bağışların açıktan veya gizlice yapılıp yapılmamasının bireysel, toplumsal ve dinî temelleri ile birlikte bazı olası sonuçlarının olacağı kuşkusuzdur. Mesela, dinî saikle yola çıkacak olursak, dinî emir ve tavsiyeler, yapılacak yardımın gizli tutulmasının daha iyi olacağı ve mükâfatının/karşılığının misliyle verileceği yönünde olduğu bilinmektedir. Bu araştırmada da bu durum merak konusu edilmiş ve zengin kişilerin de bağışlarını açıktan mı yoksa gizlice mi yaptıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Görüşmecilere “bağışlarınızı açık veya gizli mi yaparsınız?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Verilen cevapların çoğunluğu her iki şekilde olduğu yönünde olmuştur. Bağışların hem açık hem de gizli olması ile veya sadece gizli yapılmasının elbette bazı nedenleri olacaktır. Bu nedenleri görüşmeciler şöyle aktarmışlardır:

Açık ve gizli yapıyorum. Özellikle bazen aleni yapıyorum ki diğer arkadaşlara da teşvik olsun. Bu şekilde küçük çapta yardımlarımız bir arada büyüyor (G.11, E.46, Konya, Ayakkabı İmalatçısı).

Her iki şekilde de yapılıyor. Aslında en güzeli gizli olanı tabiki. Ancak yardım ettiğimiz yerler bazen bilinen yerler olduğundan açıktan yardımda bulunmuş oluyorsunuz (G.12, E.40, Konya, Dış Ticaret).

Kişiye özel yardımlarımızdan daha çok vakıf, dernek ve gönüllü yardım kuruluşlarına bağış yaptığımızdan genelde açık bağış oluyor. Kişiye özel bağışlarımız ise gizlidir. Ben ve yardım ettiğim kişi arasında olduğundan haliyle gizli kalıyor (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Oldukça geniş kesimlere ve yerlere yüklü miktarlarda yardım ve bağışlarımız oluyor. Okul, hastane, vakıf ve dernekler, öğrenciler, hastalar, yoksullar vb. çok geniş alanlara bağışlar yaptığımızdan gizli kalması düşünülemez elbette. Ayrıca çeşitli kurumların düzenledikleri bazı gün ve gecelerdeki bağış organizasyonlarına açıktan bağış yaptığımız durumlar da oluyor (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Bağışlarımı gizli yapmaya çalışıyorum. Bilinmesi taraftarı değilimdir. En fazla yakın çevrem bilir. Çünkü bağışlarımın çoğunluğu akraba çevresidir (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuru Yemiş Esnafı).

Bağışlarımı genellikle gizli yapıyorum. Vicdanen daha rahat hissediyorum. Herkesin bilmesini istemem (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Gerek kilise vakıfları ve gerekse diğer yardım kuruluşlarına yardımlarım olduğundan pekte gizli kaldığı söylenemez (G.44, K.45, İstanbul, İç/Dış Ticaret).

Gerek sağlık alanı gerekse sosyal alanlardaki çeşitli yardım kuruluşları ve vakıflara, öğrenci yurtlarına bağışta bulunmam dolayısıyla gizli kaldığını söylemek mümkün olmaz. Ancak yakın çevremden, oturduğum semtten bazı kişilere şahsen bağış yaptığımdan bunlarda gizli kalıyor diyebilirim (G.10, K.52, Malatya, Eczacı).

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere bağışların genellikle açıktan yapıldığı görülmektedir. Açıktan bağış yapılmasının en önemli nedeninin bağışların daha çok bilinen, tanınan yerlere yapılmış olmasıdır. Bunlar, gönüllü yardım kuruluşları, vakıflar, dernekler, okullar, hastaneler, öğrenci yurtları vb. yerlerdir. Bununla birlikte çeşitli kurumlarca gerçekleştirilen bağış organizasyonlarına katılımlarda yapılan açıktan bağışların da bağışın gizli kalmasını haliyle engellemektedir.

Diğer yandan bağışların bir kısmının gizli olarak yapıldığı da görülmektedir. Bu tür bağışların ise yakın çevre ve tanıdıklara yönelik olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Burada dinî ve toplumsal hassasiyetler öne çıkmaktadır. “Bir elinin verdiğini öbür elin görmesin” gibi deyimlerimiz bu hassasiyete güzel bir örnektir. Bir yoksula, yardıma ihtiyacı olan birine yahut bir hayır işine yapılan yardım, çevre tarafından bilinmemelidir. Çünkü bu çeşit yardımlar dinî ya da sosyal bir ödevdir. Amaç kendini göstermek değil, bir yaraya merhem olmaktır. Herkes görsün, işitsin, kendisini övsün diye yapılan yardım, dinî, vicdani veya insanlık duygusu ile yapılmış bir iyilik olmaktan çıkacaktır.

4.4. Bağış Yapmanın Temel Nedenleri

Bağışta bulunma nedenleri arasında pek çok faktör sıralanabilir. Bunları genel olarak dinsel, bireysel, sosyal ve ekonomik saikler şeklinde ele almak mümkündür. Dinî inanç ve tutumlardan hareketle yapılan bağışları dinsel saik; empati kurma, huzur ve mutluluk psikolojisine erişmek gibi amaçlarla gerçekleştirilen bağışları bireysel saik; sosyal sorumluluk ve sosyal adalet perspektifinden yapılan bağışları sosyal saik; ülke ekonomisine katkıda bulunmak ve ekonomik refahı arttırmak amacıyla yapılan bağışları ekonomik saik şeklinde tanımlamak mümkündür.

İşte saydığımız bu tür saiklerden hareketle görüşmecilere yukarıda da izah edildiği gibi konu ile ilgili benzer açıklamalarda bulunduktan sonra “neden bağış

yaparsınız, bağış yapmanızın temel gerekçesi nedir/nelerdir?” şeklinde soru yöneltmiştir. Alınan cevapların çoğunluğunda dinî gerekçeli yapılan bağışlar ilk sırada yer almıştır. Bunu, sosyal adalet ve sosyal sorumluluk eksenli düşünceden hareketle yapılan bağışlar takip etmektedir. Bireysel ve ekonomik amaçlarla gerçekleştirilen bağış ve yardımlar ise daha düşük seviyede kalmıştır. Sadece sosyal ve ekonomik gerekçelere dayalı olarak bağış yaptıklarını ifade eden görüşmeciler bağışların sırf dinî inanç ve tutumla ilgisi olması gerekmediğini düşünmektedirler. Özellikle sorular arası çapraz değerlendirmeler sonucunda elde edilen bulgularla konuya bakıldığında kendilerini dindar olarak gören ve bağış miktarları diğerlerine kıyasla daha az olan görüşmecilerin daha çok dinî saike vurgu yaptıkları tespit edilmiştir.

Yalnızca Allah rızası için bağışta bulunuyorum. Benim için önemli olan Allah'ın emridir ki, Allah da böyle emretmiştir (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Bağışta bulunmamın tek gerekçesi dini yükümlülüktür (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuru Yemiş Esnafı).

Dinî ve insani görev addettiğim için bağışta bulunuyorum (G.11, E.46, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Dinî inancım gereği ve insanlık görevi (G.13, E.50, Konya, Tekstil Sek.).

Hem dinî hem de insani hassasiyetler nedeniyle bağışlarımı yaparım. Ancak öncelik tabiki de dinî inanç ve hassasiyettir (G.20, E.45, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Bağışlarımızı sadece hayır için yaparız (G.25, E.75, İstanbul, Tekstil/İnşaat Sek.).

Buna ilaveten yüksek miktarlarda bağışta bulunan görüşmecilerin konuya ilişkine verdikleri cevaplardan bazı örnekler ise şöyledir:

Hem bireysel hem sosyal hem de dinî nedenlerle bağışlarımızı yapıyoruz. Ama aslında tüm bunları tek bir neden altında toplamak mümkündür. O da dinî saiktir diyebiliriz. Çünkü Allah'ın emri sadece kulun vazifesi olarak değerlendirilmemelidir. Allah'ın emir ve yasaklarının hem bireysel hem de toplumsal anlam ve amaçları vardır. Mesela Cuma hutbesinde okunan Nahl Suresinin 90. ayeti bunu bize daha iyi anlatıyor. “Allah, adaleti, iyiliği ve akrabaya yardımı emreder. Kötülükten ve fenalıktan men eder. Düşünüp tutasınız diye size öğüt veriyor.” Bu ayette kişiye hem bireysel hem de sosyal sorumluluklar yüklenmiştir. Yani dini boyut aslında hem bireysel hem de sosyal temaları da içinde barındırmış oluyor (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv/İnşaat Sek.).

Gerek insani ve gerekse dinî hassasiyetler dolayısıyla bağışlarımızı yapmaktayız. Bağış yaparak hem ilahi emri hem de Hz. Peygamberin sünnetini yerine getirmiş oluyorsunuz. “Birine yardım eden tüm insanlığa yardım etmiş gibidir. Birine zarar veren de tüm insanlığa zarar vermiş gibidir” şeklinde öğüt veren bir dinin

inanenları olarak bizler de yaptığımız bağışların öncelikle Allah'ın rızasını kazanmak ve emrini yerine getirmek ve bu vesileyle ihtiyaç sahiplerine ulaşarak sosyal sorumluluğu yerine getirmek ve ekonomik eşitsizliğe ne kadar ölçü ve nispette olursa olsun katkıda bulunarak makas aralığının daha fazla açık kalmamasına etki etmek anlamında katkı sağladığımızı düşünüyorum (G.21, E.37, Konya, Gıda/Sağlık Hizmetleri Sek.).

Bağışta bulunmamı sağlayan şey yetiştirilme tarzı, inanç şeklimin yanı sıra içimizdeki insancıl sevgi, empati yetisi ve bunu yapabilecek güce sahip olmak. Ayrıca servetin paylaşıldıkça çoğalacağına inananlardanım (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil).

Bağışlarımı, insani, vicdani ve dinî emir amaçlı olarak yapmaktayım. Bu, sadece dini değil, sosyal bir sorumluluk ve yükümlülüktür de (G.29, E.67, İstanbul, Kinik/Sağlık Sek.).

Yukarıda verdiğimiz bazı mülakat örneklerinden de anlaşılacağı üzere görüşmecilerin bir bölümü bağış olgusunu salt anlamda sadece dinî, insani ve sosyal saikler olarak birbirinden ayırmamakta; aksine birbirini tamamlayan unsurlar olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Bu da bize, bazı görüşmecilerin bağış konusu hakkında farkındalık ve bilinçlilik seviyelerinin üst düzeyde olduğunu göstermektedir.

Hem karşılaştırma amaçlı hem de araştırma bulguları düzeyinde benzer ve farklı değerlendirmelere imkân tanınması amacıyla örneklem grubuna üçü erkek ve ikisi kadın olmak üzere beş Hristiyan görüşmeci dâhil edilmiştir. Onlardan bir kısmının konuyla ilgili düşünceleri ise şöyledir:

İhtiyaçların karşılanması, yardıma muhtaç kişilerin ihtiyaçlarının giderilmesi için bağışlarımızı yaparız. Ayrıca bir Hristiyan olarak kiliselere de bağış yapmak zorundayız. Hem ilahi emir hem de kilisenin ihtiyaçlarını karşılamak içindir bu (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Kiliselerin sosyal projelerine destek olmak için bağışta bulunuyorum. Devlet eskisi gibi destek olmuyor (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Yeni nesillere yol açmak, okulların içinde bulundukları maddi zorluklarda eğitime biraz olsun destek için bağışta bulunuyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde İmalatçısı).

Görüldüğü üzere bağış yapmak Hristiyan görüşmeciler için de hem dinî hem de sosyal sorumluluk esaslarına dayanmaktadır.

İstanbul'dan iki Malatya'dan da üç kişi olmak üzere beş görüşmeci bağış yapmanın sadece bireysel ve sosyal sorumluluk yönlerine atıfta bulunmuşlardır.

Sosyo-ekonomik eşitsizliğin giderilmesi gerektiği düşüncesinden hareketle bağışlarımı yaparım (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Bağışlarımı, yoksulluğun giderilmesi ve beşeri hassasiyet gerekçesiyle yaparım (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek).

Kendi camiamıza yardımcı olmak ve onların ihtiyaçlarını gidermek amacıyla bağış yaparım (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Görüldüğü üzere dindarlık düzeyinin yüksek veya az oluşu bağış olgusuna bakış tarzını da etkilemektedir. Bu araştırma dindarlık düzeyi ile bağış yapmanın nedenleri arasında bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Dindarlık düzeyine göre bağış yapma saikleri de değişiklik göstermektedir. Bir başka ifadeyle dinsel yükümlülükleri yerine getirme amacı görüşmecilerin bağışlarında önemli bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazı araştırma örnekleri de araştırmamızda ortaya çıkan bu bulguyu desteklemektedir. Şöyle ki;

Yardım etme davranışının dinî inanç boyutu ile ilişkisini ele alan araştırmasında Ayten (2013: 166-167) dindarlığın inanç-etki boyutu ile yardım etme eğilimi arasında açıklayıcılık gücü yüksek ve olumlu bir ilişki söz konusu olduğunu ortaya koymuştur.

TÜSEV' in 2006 yılı araştırma raporunda da benzer sonuçlar ortaya konmuştur. Araştırma raporuna göre bağış yapma gerekçeleri arasında “*dinsel yükümlülükleri yerine getirme çabasının*” %32,5’lik oranla ilk sırayı aldığı, bunu %26,3’lük oranla “*toplumsal gelenek ve göreneklerin*” takip ettiği, “*toplumsal hizmet ve kişisel tatmin*” gibi etkenlerin ise daha düşük oranlarda kaldığı belirtilmiştir (TÜSEV, 2006: 98).

Açıkgöz’ün (2013a: 161) *Yoksullukla Mücadelede Üçüncü Sektör* konulu araştırmasında, araştırma kapsamına dahil edilen Dost Eli Derneği, Mamuret’ül Aziz Vakfı, Sarmaşık Derneği ve Gönül Kuşağı Derneği çalışanlarının bu kuruluşlarda gönüllü olarak çalışmalarının nedenleri arasında “*vicdani sorumluluk*” (%38,7) ve “*dinî hassasiyet*” (%37,1) ilk sıralarda yer alırken, “*sosyal sorumluluk*” (%24,2) üçüncü sırada gelmektedir. Görüldüğü üzere gönüllü yardım kuruluşları, vakıf ve dernek çalışanları da bu alana katılmalarının ve hayırsever faaliyetlerde bulunmalarının başat nedenleri olarak dinî ve vicdani sorumluluğu öncelemektedirler. Dinî hassasiyet ve sorumluluğun bağış yapmanın en önemli gerekçeleri arasında ilk sırayı aldığı kendi araştırmamız da dâhil olmak üzere her iki araştırmada ortaya konmuştur. Bu da, ister zenginler olsun ister yardım kuruluşlarında çalışanlar olsun hayırsever faaliyetlerde bulunmanın önde gelen temel saiklerinin ortak olduğunu göstermektedir.

Bağışçı olmanın dinî ve seküler saikleri dışında bağışçılık bilincinin de var olması önemli bir etmendir. HASVAK Yönetim Kurulu Başkanı Engin Öztürk'ün açıklamaları bizlere bağışçılık bilincine dair önemli hatırlatmayı yapmaktadır:

“Benim hikâyem insanın isterse her şeyi yapabileceğinin bir göstergesi. Bağışçılara başladıkları işe devam etmeyeceklerse hiç başlamamalarını tavsiye ediyorum. Bağışçılık bambaşka bir faaliyettir ve ticarete benzemez. Bağışçılar bunu bilinçli olarak seçmeli ve sonuna kadar götürmeliler. Hepimiz bir gün bu dünyadan ayrılacağız ama ardımızda bırakabileceğimiz hoş seda ancak yaptığımız bu çalışmalar olabilir” (Kılıçalp, 2013: 49).

Bağışçı olmanın önemli unsurlarından biri de gönüllülük ve insan sevgisidir. İnsan sevgisi ise merhamet ve yardım etme duygusuna etki eder. Rahmi Koç, babası Vehbi Koç'un hayırseverlikte insan sevgisinin önemine dair şu sözlerini aktarmaktadır:

“Babam Vehbi Koç, insan sevgisine inanırdı ve ‘Ülkeneye sana verdiklerinden bir kısmını geri vermek zorundasın. Bu, yapılar, teçhizat veya burs şeklinde olabilir’ derdi. Bunu söylediği zaman verdikleri plansız, o ana özgü ve vergiden muaf olmayan şeylerdi. 1946 yılında, savaştan hemen sonra, ABD’yi ilk ziyaretinde büyük hastanelerin, üniversitelerin ve müzelerin arkasında büyük vakıfların olduğunu gördü. İnsan sevgisi kurumsallaştırılmıştı. Bunlardan ve yasal çerçevelerinden çok etkilendi. Türkiye’ye döndüğünde, bir vakıf kurmaya çalıştı fakat bunu gerçekleştirmek için bir yasal çerçeve yoktu. 23 yıl boyunca, bir yasa oluşturmak için çeşitli başbakanlar, hükümetler ve parlamenterlerle hiç bıkmadan çalıştı. Sonunda başarılı oldu ve Türkiye’de kendi adını taşıyan ilk vakfı kurdu” (<http://www.koc.com.tr/tr-tr/koc-gundem/basin-odasi>).

4.5. Bağış Yapılan Yerler ve Kesimler

Bu bölümde bağışların genellikle nerelere ve kimlere yapıldığını ortaya koymak amacıyla görüşmecilere iki soru yöneltilmiştir. Sorularda bağış yapılan yerlerden kasıt okul, hastane, gönüllü yardım kuruluşları, vakıflar vb. kurum ve kuruluşlar; bağış yapılan kesimlerden kasıt ise yoksul, yetim, mülteci, dilenci, öğrenci, işsiz vb. beşeri ögelerdir.

4.5.1. Bağış Yapılan Yerler

Genel olarak zengin olunsun ya da olunmasın çoğu kişi hayatında bir veya birkaç kez bağışta bulunmuştur. Bağış ise genellikle bağışçının düşünce ve iç dünyasından (vicdan ve gönül dünyası) hareketle yapılan bir eylemdir. Bununla birlikte bireyin zihninde belirlediği bazı durumlara göre de örneğin, öncelikler, hassasiyetler hatta dini, siyasi, ideolojik ve etnisitel perspektifler dahi önemli rol oynamaktadır.

Görüşme yaptığımız kişilere genellikle hangi alanlara yönelik olarak bağış yapmakta oldukları sorulmuş ve alınan yanıtlar okul, hastane ve dernekler şeklinde

olmuştur. Görüşmecilere derneklerden kasıtlarının ne ve nereler olduğu sorulmuş ve alınan cevaplar dernek adıyla ifade edilmek istenen şeyin STK'lar, gönüllü yardım kuruluşları ile LÖSEV, Kızılay, Mehmetçik Vakfı, Türkiye Diyanet Vakfı (TDV) vb. gerek özel ve gerekse devlet destekli yardım kurumlarının olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen bulgular okul, hastane ve yardım kuruluşlarının bağış yapılan yerler sıralamasında büyük çoğunlukta olduğunu göstermiştir.

Bazı okullarda fakir öğrencilere tanıdığımız öğretmenler veya okul ile irtibatlı olan kişiler aracılığı ile ayakkabı gönderiyoruz (G.11, E.46, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Ben genellikle bağışlarımı Diyanet ve Mehmetçik Vakıflarına yapıyorum. Kendim Erzurumluymuş ve geçen yıl bir arsamızı Türkiye Diyanet Vakfı'na bağışladık (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Benim faaliyetlerine sık sık katıldığım ve kendilerini de yardım ve bağış yaptığım bir cemaatin yardım kuruluş organı var. Bağışlarımın zaman zaman büyük bir kısmını oraya yaparım (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Bağışta bulunmanın gerekçesine bağlı olarak da bağışta bulunulan yerlerin değişiklik göstereceği düşünülebilir. Nitekim araştırma bulguları bağış yapılan yerle bağış yapmanın nedenleri arasında bir korelasyon olduğunu göstermiştir. Örneğin; yardım kurum ve kuruluşları açısından değerlendirildiğinde dinî inanç ve tutum gerekçesiyle bağışta bulunanların oldukça büyük bir kısmının bağış yerlerinin cami dernekleri ile gönüllü yardım kuruluşları olduğu tespit edilmiştir. Aynı durum Hristiyan görüşmeciler içinde söz konusudur. Daha öncede ifade edildiği gibi Hristiyan görüşmecilerin büyük çoğunluğu kiliselere bağışta bulunduklarını belirtmişlerdir. Bir kadın ve bir erkek iki Hristiyan görüşmeci ise kilise ile birlikte kilise dışı yerlere de bağışta bulunduklarını ifade etmişlerdir.

Bağışlarımı çoğunlukla kilise vakıflarına örneğin Adalar Kilisesi Vakfına yaparım. Ancak yardım konusunda insani hassasiyetin olması gerektiğine inanan biri olarak sadece kendi çevremize veya cemaatimize yardım yapmakla kalmayıp ulusal ve uluslararası sorunlara karşı duyarlı bir vatandaş olarak Kızılay, Tema, LÖSEV gibi kuruluşlara da bağış ve yardımlarımız olmuştur. Hatta Somaya ve Myanmar'a dahi bağış yaparak katkımızın olmasını istemişizdir (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Kilise vakıfları ile Türkiye'deki ulusal düzeyde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlara da bağışlarım olmuştur. Örneğin, Kızılay ve LÖSEV gibi vakıflara da bağışta bulundum. Özellikle çocuklar hem bizlerin geleceği olması hem de onlara karşı aşırı ilgim ve hassasiyetim nedeniyle LÖSEV'e zaman zaman yardımlarda bulunur ve takip ederim (G.44, K.45, İstanbul, İç/Dış Ticaret).

Benzer durum Malatya’da görüşme yaptığımız alevi görüşmecilerde de gözlenmiştir. Mülakat grubunda yer alan üç alevi görüşmeciden biri durumu şöyle ifade etmektedir:

Bağış yaptığımız yerler zaman zaman değişiklik gösterse de genellikle bağışlarımızı Haçovalılar Derneği⁷’ne yapıyoruz (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Buna ilaveten yüksek miktarlarda bağış yapanların bağış yaptıkları yerler bakımından çeşitlilik gösterdiği, diğer bir deyişle yelpaze aralığının genişlediği görülmektedir. Örneğin;

Oldukça geniş kesimlere ve yerlere yüklü miktarlarda yardım ve bağışlarımız oluyor. Okul, hastane, vakıf ve dernekler, LÖSEV, Kızılay, Mehmetçik Vakfı, vb. farklı alanlara bağışlarımız olmakta. Tekstil ve giyim sanayi alanında uğraşı verdiğimizden mesela ürünlerimizin bazılarını elbise ve giyecek yardımı olarak bazı cezaevlerine mahkûmlara verilmek üzere bağışlıyoruz (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Elbette ki bazı hassasiyetlerimiz ve inancımız gereği bazı yardım kuruluşlarını öncelikli olarak göz önünde bulunduruyoruz. Bağış ve yardımlarımızı genellikle Bilim Yayma Cemiyetine, Kur’an Kurslarına, İHH’ ya, bununla birlikte mesela hastaneler, okullar, LÖSEV, Sakatlar Derneği, Mehmetçik Vakfı gibi vakıflara ve yardım kurum ve kuruluşlarına yapıyoruz (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv/İnşaat Sek.).

Okullar, hastaneler, camiler, dernekler, Tema Vakfı ve LÖSEV gibi çok farklı alanlarda hizmet gören ve çalışan dernek ve sosyal yardım kuruluşlarına bağışlarımız oluyor (G.21, E.37, Konya, Gıda/Sağlık Hizmetleri Sek.).

Omurilik Felçlileri Derneği, LÖSEV, Mehmetçik Vakfı, Eğitim Vakfı, çeşitli yardım kuruluşları, Türkiye Diyanet Vakfı, Cami ve Kur’an Kursları dernekleri gibi yerlere bağışlarımız oluyor (G.29, E. 67, İstanbul, Klinik/Sağlık Hizmetleri Sek.).

LÖSEV, UNİCEF, Umuda Koşanlar, Yetiştirme Yurtları, okullar ve hastaneler gibi çeşitli alanlara yardımda bulunuyorum (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Yukarıda bazı örneklerini verdiğimiz görüşme notları sonuç itibariyle her ne kadar bazı öncelik ve hassasiyetlere göre yapılsa da bağışların değişik ve çeşitli alanlara yönelik olarak yapıldığını göstermektedir. Bu da bağışların yapılma nedenini tek bir saike dayandırmak veya determine etmek gibi bir durumu bertaraf etmektedir. Ayrıca bağış yapılan yerlerin farklı alanlar olması bağış kültürünün zenginliğinin bir göstergesi

⁷ Malatya Haçova Köyü Kültür ve Dayanışma Derneği, Malatya’nın Yeşilyurt ilçesine bağlı Haçova Köyü yerleşkesi sakinleri tarafından 2005 yılında kurulmuştur. Derneğin amacı, Haçovalıların birlik, beraberlik ve yardımlaşmasını sağlamaktır. Bu bölgede yaşayanlar çoğunlukla alevi olduklarından derneğin diğer önemli bir hizmeti de alevi kültürünü yaşatmak ve korumaktır (<http://www.malatyahacovakoyu.com/sayfa-anasayfa>; <http://www.matav.org>., Erişim: 26.09.2018).

olarak da düşünülebilir. Bağış yapılan yerlerin farklı alanlardaki sayıca fazlalığı, hayırseverlik bilincine işaret etmekle birlikte gösterişte değil, gerçekte bir hayırsever olmak bakımından da önem arz etmektedir. Bununla birlikte bağış yapılan yerlerin çeşitliliği, bağışçının sosyal sorumluluk, hak, adalet ve eşitlik ilkesi gibi evrensel ve beşeri değerlerin kazanılmış olmasının da göstergesi olarak görülebilir. Böylesi bir beşeri ve sosyal kazanım toplumun, ülkenin ve yaşanılan yerin sorunlarını ve ihtiyaçlarını gören ve buna göre yardım etme davranış ve düşüncesine sahip olarak toplumsal sorunları ele alan, onunla ilgilenen ve nihayetinde toplumun güvenini kazanan biri olmak önemlidir.

Avrupa ve ABD’de de bağışların çoğunlukla din, sağlık, eğitim gibi alanlarda hizmet veren yardım kurum ve kuruluşlarına yapıldığı ulusal ve uluslararası bazı yardım kuruluşlarının araştırma raporlarında ortaya konmuştur (Bkz. s.38-40). Aynı zamanda akademik çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Benzer sonuçların bu araştırmada da ortaya çıktığı verilerden anlaşılmaktadır. Ayrıca ulusal düzeyde yapılan çeşitli araştırma raporları da benzer sonuçları doğrulayan veriler ortaya koymaktadır.

4.5.2. Bağış Yapılan Kesimler

Bağış ve yardımların yapıldığı yerler gibi bağış yapılan kesimler açısından da çeşitli benzerlikler öne çıkmaktadır. Öncelikle ilk önemli benzerlik bağış yapılan kesimlerin de geniş bir yelpazeye sahip olduğudur. Bir diğer benzerlik ise bağış yapma nedeni ile bağış yapılan kesim arasında az da olsa bir ilişki olduğudur.

Ben genellikle şu veya bu kesim diye pek gözetmem, ihtiyaç sahibi herkes benim için yeterlidir. Bu, yoksul olur, öğrenci olur, işsiz olur, hasta olur... Fark etmez (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Ayrımımız yoktur, her kesime yardım ederim (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv, Tekstil/İnşaat Sek.).

Yoksul, işsiz, öğrenci, yetim-öksüz, yaşlı ve hasta (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Pekte seçtiğim belli bir kesim yoktur. Yelpazenin geniş olmasına dikkat ederim (G.25, E.75, İstanbul, Tekstil/İnşaat Sek.).

Yoksullar, yetimler, mülteciler (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Yardımda bulunduğumuz kesimler arasında hemen hemen her kesim vardır... Hastalar, öğrenciler, yoksullar, işsizler, vb. (G.45, E.65, İstanbul, Sağlık Hizmetleri Sek.).

Bununla birlikte bazı görüşmeciler yardımlarını bir veya birkaç kesimle sınırlı tutmuşlardır. Konya'dan bir, Malatya ve İstanbul'dan ikişer kişi olmak üzere toplam beş görüşmecinin bağış ve yardımlarını genellikle öğrencilere yönelik yaptıkları tespit edilmiştir. Öğrencilere yapılan yardımlar genellikle onların eğitim ve barınma gibi ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak gerçekleştirilmektedir.

Öğrencilere ve eğitim sektörüne bağışta bulunuyorum (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Ticarette birlikte yurt işletmeciliği de yaptığım için bağışlarımın çoğunluğu öğrencilerin ihtiyaçlarına yöneliktir. İhtiyaç sahibi öğrencileri gördükçe, onları tanıdıkça bu kesime yardım etme isteğim daha da artmakta. Bu yüzden de önceliğim öğrenciler olmaktadır (G.7, E.67, Malatya, Ticaret/Yurt İşletmeciliği).

Öğrencilere burs şeklinde bağışta bulunuyorum. Genç nesillerin eğitimlerinin önemli olduğunu düşünüyorum (G.17, E.68, Konya, Ambalaj Sanayi).

Yardımlarımızı genelde yoksullara ve öğrencilere yaparım. Bana göre öncelikli kesimler bunlardır. Bu nedenle de bu iki kesim dışında yardımlarımız olsa da azdır (G.39, K.45, İstanbul, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Sadece cemaat okullarına yardımda bulunuyorum. Kilise cemaati dışında pek yardım alamadığımızdan bende haliyle kendi cemaatimizin ilköğretim ve Lise okullarına bağışlarımla destekte bulunmaya çalışıyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Görüldüğü gibi bağış yapılan kesimler konusunda çoğu görüşmecinin farklı kesimlere yönelik bağış yaptıkları; bunun yanı sıra, az sayıda (yaklaşık %15'lik bir dilimi) görüşmecinin ise çeşitli gerekçelerle bir veya iki kesime yönelik olarak yardımda bulundukları anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, sadece bir veya daha az sayıdaki kesimlere yönelik yapılan bağış faaliyetlerinin bağış yapmanın amaç ve hedeflerine yönelik olarak gerçekleştiği söylenebilir. Bağış/Bağışçının amaç ve hedefi ile bağış yapılan kesim arasında güçlü bir ilişki vardır. Bunların kişiden kişiye değişiklik göstermesi muhtemeldir. Örneğin; yoksulluk, açlık gibi problemler bazı kişilerin öncelikleri arasında yer alırken, sağlık problemi veya ekolojik sorunlar da diğer bazı kişilerin öncelikleri arasında yer alabilir. Bu ise kişilerin önemli gördükleri, öncelik verdikleri durumlara göre pozisyon almalarına, eylemde bulunmalarına neden olmaktadır. Diğer yandan bazı yer ve kesimlerin veya yardım kuruluşlarının yardım amaçlı desteklenmesinin belli gayelerle gerçekleştirilmesi de mümkündür. Bu ise stratejik amaçlı yardıma işaret eder. Bazı yardım faaliyetlerinin stratejik olarak gerçekleştirilmesi özellikle günümüz hayırseverliğinin doğasında var olan bir durumdur.

Bu açıdan bakıldığında yardımların belirli kesimlere ve yerlere yapılıyor olması normaldir.

4.5.3. Bağışlar Hangi Kesimlere Yönelik Olmalıdır?

Burada görüşmecilere önem sırası veya derecesine göre bağışların hangi kesim/kesimlere yönelik olması gerektiği şeklinde soru yöneltilmiş ve alınan cevaplar ile bağış yapılan kesimler konusunda verilen cevaplar arasında benzerlikler görülmüştür. Birden çok, farklı ve geniş kesimlere bağışta bulunan görüşmeciler aynı şekilde yine farklı kesimleri sıralamışlardır. Bu gruptaki görüşmeciler için ilk derecede önem arz eden kesim başta yoksullar olmuştur. Sıralama, *hastalar, yaşlılar, öğrenciler, mülteciler* şeklinde devam etmiştir. Aynı şekilde öğrencilerin eğitim, barınma ve diğer bazı temel ihtiyaçlarının karşılanması gerektiği ve bu konudaki hassasiyetleri dikkate alarak yardımda bulunan bağışçılar için ise sıralamadaki ilk yeri *öğrenci kesimi* almıştır.

Tüm görüşmeciler fikirlerini beyan ederlerken dilenciler konusunda bir şey belirtmemişlerdir. Dilenciler kesimi kendilerine hatırlatıldığında ise sadece iki görüşmeci dışında kalan diğer tüm görüşmeciler, dilencileri, yardım edilmesi gereken kesim olarak görmemiş; hatta bu kesimi dışarıda tutmuşlardır.

1. Yoksullar, 2. Hastalar, 3. Öğrenciler diye sıralayabilirim. Dilenciye para vermem. Kategoriye bile almam. Bana göre dilenen kişi ihtiyaç sahibi değil, insanları dolandıran, kandıran kişidir (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Yukarıda örneğini verdiğimiz bu ifade İstanbul'dan Ermeni uyruklu Hristiyan görüşmecinin ifadesidir ki “*dilenciye para vermem, yardım etmem*” gibi benzer ifadeleri diğer görüşmeciler de belirtmişlerdir. Görüşmecilerin bir kısmı dilencileri, dolandırıcı, insanları aldatan kişiler olarak yorumlamışlardır. Ancak iki görüşmeci konuya farklı açılardan yaklaşım tarzı göstermiştir. Örneğin;

Esasında dilencilere ve dilenmeye karşıyım. Ancak yaşadığım bir olay nedeniyle bu konuda fikrim biraz değişti. Daha doğrusu konuya farklı bakmak gerektiğini düşünüyorum. Dilenen kişilere “Neden dileniyorsun? Çalış kazan denilebilir”. Mesela, bir kadın geldi. Para istedi, ben de “Sağlıklısin halin yerinde dedim”. O da, “Evet ama ben işten, çalışmaktan anlamam, becerim değildir. Ben sadece ihtiyacım kadar yardım istiyorum. Aşırısına kaçmaz, hep dilenmem. Sizin dediğiniz kadar sağlıklı ve güçlü biri değilim. Yapabileceğim şey kendimden para kazanmak, hayat kadınlığı yapmaktır. Günahıtan para kazanamam” dedi. Kadının bu sözü üzerine ona yardımcı oldum. “Sen yine de çalışarak kazancını sağlamanın yolunu ara, becerini geliştir, bir şeyler yapmaya bak” deyip gönderdim. Kadın burada doğru veya yalan söylüyor olabilir. Bilemem tabi, ama şahsen beni bu sözleri etkiledi ve düşündürdü. Bu konu

üzerine düşünmek lazım, dilencidir gönder gitsin, yüzüne bile bakma demekle iş bitmiyor (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv/İnşaat/Tekstil Sek.).

Dilenmek hoş bir şey değil, dilenciler ise yardım edilmesi gereken kesimlerden değil elbette. Lakin her dileneni de bir tutmamak lazım. Neden, niçin dilenir bir bakmak, anlamak lazım (G.45, E.65, İstanbul, Sağlık Hizmetleri Sek.).

Dilenci “...aslında yoksul olmadığı halde kendisini yoksul göstererek ihtiyaç hissettiklerini elde edebilmek için, imkân sahibi olanlardan söz, yazı veya davranışlarla para veya eşya isteyen kimsedir” (Gürbüz, 2014: 747).

Dilencilik, emek sarf etmeden, çalışmadan, maddi kazanç elde etme arayışı içinde olan bir davranış türüdür. Biryandan insan gücünü değersizleştiren ve insan onurunu zedeleyen diğer yandan insani, vicdani ve dini bazı duyguların istismar edilerek, beşeri ve sosyal dokunun zedelenmesine neden olan dilenmek ve dilencilik ülkemizin önemli sosyal problemlerinden biridir.

Dilencilige neden olan ve devamını sağlayan önemli faktörler arasında toplumsal, kültürel, dinsel tutum ve anlayışlar, dilenen kişi ya da grupların sosyo-ekonomik nitelikleri, dilencilğin yaygın olduğu toplumsal alanlar, dilencilikle mücadelede yetersiz kalan politikalar, yoksulluk, özürlülük, yaşlılık vb. unsurların yer aldığı söylenebilir (Parin ve Tuna, 2008: 4). Toplumsal yelpazede bu kötü ve olumsuz görünümüne rağmen dilencilği farklı açılardan yaklaşılarak her zaman kötü bir şey olarak gösterilmemesi gerektiğini, insanların neden dilendiklerini anlamak ve ortada makul ve kabul edilebilir bir neden varsa onlara yardımcı olmak gerektiğini vurgulayan yaklaşım ve fikirler de mevcuttur.

Görüşmeci 4 ile 45’in de belirttiği gibi, dilencilğin arka planında muhtaç insanların toplumsal dayanışmayla ihtiyaçlarının giderilmesi gibi makul bir gerekçe de bulunmaktadır. Bu haliyle gerçekten çalışamayacak ve muhtaç durumda olanların, yaşamlarını devam ettirmek için toplumsal dayanışmanın yerine getirilmesine itiraz edilmeyebilir. Dilencilere yardım edilmesi ve edilmemesiyle ilgili yapılan araştırmaların çoğunda yardım edilmesi gerektiğine dair örneklem görüşlerinin biraz daha yüksek olduğu saptanmıştır. Örneğin, Taburoğlu’nun (2018) dilencilik üzerine yaptığı bir araştırmada katılımcıların, yolda karşılaştıkları dilencilere bağışta bulunup bulunmadıkları sorusuna %47’si “*evet, bağış veririm*”, %33’ü ise “*hayır, vermem*” demiştir. Bu araştırmaya katılan görüşmecilerden ikisinin, yardım yapıp yapmamayla ilgili duygu ve düşünceleri ise şöyledir:

“Yardıma muhtaç adam belli olur. Ben de o zaman düşünmeden biraz para veririm. Elleri bakarım mesela. Eğer temizse yalan söylüyor demektir. Elleri kararmışsa, çaresiz kalmış, zor durumda demektir. Suratı da kararmıştır. Ayazda kalmış gibi çatlamıştır” (Taburoğlu, 2018: 91).

“İstemediğim için vermedim. Vermek zorunda değilim. Gerçekten aç ve yoksullara veririm daha iyi. Hem bunların hepsi benden daha zengin... Hiçbirine acımiyorum. Bu soruyu sorarak beni yargılayamazsınız. Kimse onlara bir şey vermeye mecbur değil” (Taburoğlu, 2018: 94).

Sokak dilencilerine yardım etmek konusu TÜSEV’in araştırmasında da ele alınmıştır. Vatandaşların, %45’i dilencilere yardım ederken, %54’ü ise yardım etmemektedir. Ayrıca ABD’de yapılan bir araştırmada sokak dilencilerine verilen para yardımlarının yılda toplam 46,8 milyon ABD doları bulduğu tespit edilmiştir (Çarkoğlu, 2006: 101).

Alışkanlık veya meslek haline getirmiş olmanın yanı sıra insanlar çeşitli gerekçelerle dilenirler. Örneğin, Palabıyık’ın (2010: 133) yoksulluk ve dilencilik üzerine araştırmasında dilenenlerin %33,3’ünün işsizlik, %31,3’ünün zorunlu göç, %13,1’nin sakatlık, %9,5’inin kolay para kazanma, %8,3’ünün ise başka bir iş yapamama nedeniyle dilendikleri tespit edilmiştir.

Kısacası, onu meydana getiren sosyal, ekonomik ve kültürel pek çok bileşeni ile dilencilik ve dilenme problemi bu araştırmanın da konusu olarak karşımıza çıkmıştır. Dilencilğe ve dilencilere karşı olumsuz tavır ve bakış kadar, kimi insanın mecburen yapmak zorunda kaldığı bir davranış ve eylem olarak görülen dilencilğin, anlaşılması, araştırılması ve çözülmesi gereken bir toplumsal sorun olduğu görüşmeciler tarafından vurgulanmıştır.

Çocuklar konusundaki hassasiyeti dolayısıyla öne çıkan İstanbul’dan bir görüşmeci ise yardım edilmesi gereken öncelikli kesim olarak çocukları görmektedir. Bu görüşmecinin, çocuk sağlığı ve bakımı ile yakından ilgili olması münasebetiyle yardım ve bağışlarını büyük oranda bu alana aktardığı anlaşılmaktadır.

Yetim-öksüz çocuklara, kimsesiz çocuklara, hasta ve bakıma muhtaç çocuklara öncelik verilmelidir. Yoksul ve ihtiyaç sahipleri bence daha sonra gelir. Çünkü nesil çocuklardan dönecek, devam edecek. Öyleyse sağlıklı, sağlam çocuklar yetiştirmemiz de bir anlamda şart. Onlar, geleceğimizin unsurları (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Çocuk sağlığı ve bakımı, kimsesiz çocukların yetiştirilmesi ve topluma kazandırılması, çocuk dilen(diri)ciliği ile mücadele, sanayi vb. sektörlerde küçük yaşta çocukların çalıştırılması, çocukların hırsızlık faaliyetlerinde kullanılması ve daha pek

çok sayabileceğimiz türden çocuk sorunları önemli toplumsal sorunlar arasında yerini almaktadır. Günümüzde ulusal ve uluslararası arenada çocuk sorunlarına ilgi ve eğilim önemli ölçüde artmıştır. Konuyla ilgili sivil toplum bilinci gelişmekte ve kurumsal faaliyetler hız kazanmaktadır.

Görüldüğü üzere yardım konusunda zengin zümrenin de tavrı öncelikli olarak yoksul, yardıma muhtaç kesim olarak karşımıza çıkmaktadır. Temel etkenin ihtiyaç sahibi olmak olduğu anlaşıyor. Bu anlamda ihtiyaç sahibi olarak fakirler, yaşlılar, hastalar, öğrenciler, çocuklar ülkemizdeki varlıklı ailelerin yardım konusundaki ilgi ve hassasiyetlerinin bir göstergesi olarak öncelikli yeri almaktadır. Dilencilik ise hoş karşılanmamış, adeta reddedilmiştir.

4.5.4. Bağış Sonrası Geri Dönüşlerin Durumu

Bağışlar sonrası bağış yapan kişi ya da kişilere geri dönüşlerin olması bağışların devamlılığı açısından önemli bir teşvik unsurudur. Bilhassa olumlu dönüşler daha çok teşvik edici olacaktır. Bu yönüyle görüşmecilere, yaptıkları bağış ve yardımlar sonrasında geri dönüş alıp almadıkları, alıyorlarsa nasıl ve ne şekilde geri dönüşler olduğunu ortaya koymak amacıyla bu yönde bir soru yöneltilmiştir. Verilen cevaplar % 90'lık bir oranla dönüşlerin olduğunu ortaya koymuştur. Geriye kalan az sayıdaki görüşmeciler ise dönüşlerin olmadığını belirtmişlerdir. Dönüşlerin olmadığını ifade edenler buna neden olarak bağışlarını mümkün olduğunca gizli yapmaya çalıştıklarını dolayısıyla da geri dönüşlerin olmadığını belirtmişlerdir.

Genellikle şahıslara bağışta bulunduğumdan, yani bir anlamda gizli kaldığından dolayıdır ki dönüş olmuyor (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuru Yemiş Esnafı).

Biz genellikle önceden de dediğim gibi öğrenci bursları şeklinde bazı derneklere bağış yapıyoruz. Bu dernekler adımıza öğrencilere verilmek üzere burs şeklinde onlara ulaştırıyorlar. Dolayısıyla da öğrencilerden ziyade dernek tarafından teşekkür alıyoruz (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Bağış sonrasında dönüşlerin olduğunu belirten görüşmecilerin dönüşlerin nasıl ve ne şekilde olduğu sorusuna yanıtları ise “olumlu olup, teşekkür mahiyetinde plaket ve teşekkür yazıları” ile karşılık verildiği şeklinde olmuştur.

Elbette teşekkür mahiyetinde geri dönüşler alıyoruz (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Çeşitli vakıf, dernek ve kurumlara bağış yaptığımdan her ne kadar bir teşekkür beklemek gibi his içerisine girmesem de minnettar kaldıklarına dair teşekkür dönüşleri alıyorum (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

Uzun yıllardır dershanecilikle uğraşıyorum. Gençlere, eğitim ve öğretimlerinde yardımcı olmak adına bağışlarım oluyor. Bunlardan çoğu katkılarımdan dolayı teşekkür için ziyaretime geliyorlar (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Geri dönüşler alıyorum. Teşekkür mahiyetinde telefon, mesaj veya yazıyla geri dönüşler alıyorum. Hatta bazı derneklerden yardımlarım dolayısıyla şirketim ve şahsım adına teşekkür plaketleri de almışlığım vardır. Örnek verecek olursam mesela Omurilik Felçlileri Derneği gibi (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Yaptığım bağışların yerinde kullanılıp kullanılmadığını zaman zaman takip ederim. Yardımda bulunduğum okul ve kiliselerden şahsım adına gerek sözlü gerekse yazılı olarak teşekkür alıyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Evet. Tabi ki geri dönüşler oluyor. Özellikle “bağış ve yardımlarınızın devamını dileriz” şeklinde teşekkür mesajları alıyorum. Tabi bu da haliyle insanı sevindiriyor. Ben de mümkün olduğunca özellikle dönüş aldığım yerlere yardımlarımı devam ettirmeye gayret ediyorum. Hatta bazen öyle oluyor ki önceliği onlara tanıyorum. Samimiyetle, içtenlikle verilen bir teşekkür burada gerçekten insanı etkiliyor (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Görüldüğü üzere yapılan yardımlar ve bağışlar sonrasında yazılı ve sözlü olarak olumlu geri dönüşler olmaktadır. Geri dönüşlerin görüşmeciler için önemli olduğu ifadelerden anlaşılmaktadır. Son olarak örneğini verdiğimiz İstanbul’daki Kadın (G.32) görüşmecimizin de belirttiği gibi teşekkür mahiyetli dönüşlerin bağışların devamlılığı açısından teşvik edici bir etmen olduğu anlaşıyor.

Per-Yön Onursal Başkanı Ferhat Şenatalar, yaptığı bağışlar sonrasında kendisine yapılan dönüşlerden aldığı mutluluğu, hazzı şöyle ifade etmektedir:

“Öğrencilerin Ferhat Amcasıyım, sırdaşıyım. Çalıştığımız yörelere gidip bana ‘Ferhat Amca’ diye seslenmelerini duydukça inanın, dünyanın en mutlu insanı oluyorum. Sadece çocuklar değil aileleri de o kadar yakın davranıyorlar ki bir kez daha motivasyonum artıyor. Öğrencilerin çoğu düzenli olarak mektup yazıyor, bana hayatlarını anlatıyorlar. Burada şehrin göbeğinde kimsenin arayıp birbirine “Nasılsın?” diye sorduğu yok. Eski dostlarla nadiren de olsa bir araya geldiğimizde hastalıklarımızdan bahsediyoruz, bu insanı umutsuzluğa sürüklüyor. Gençlerle birlikte olmak insanın kafasını değiştiriyor, can katıyor” (Kılıçalp, 2013: 52).

Çalışmamızın önceki bölümlerinde de değinildiği üzere bağışta bulunma ve yardım etme eğilimi, psikoloji ve sosyal psikoloji alanında özgecilik, diğergâmlık ve prososyal davranış gibi çeşitli kavramlarla izah edilmeye çalışılmıştı. İnsanları özgeci davranışa iten pek çok unsur vardır. Bu unsurlar arasında yardım edenin durumu kadar yardım alanın da durumu ve yardım edene karşı gösterdiği tepkiler önemli etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Bkz. Ayten, 2013: 60, 67; Kasapoğlu, 2013: 50-52; Düzgüner, 2013: 120).

Yardım etme davranışı, karşı tarafa verilen birer hediye gibidir. Bu tür hediyeler hem vereni hem de alanı iyi hissettirir, mutluluk hissi verir. Bu hediye çıkar için değil, başkasının iyiliği içindir (Seligman, 2007: 91). Bu hediye sonrasında yardım alan kişinin yardım edene karşı gösterdiği tavır, jest, mimik ve hareketler psikolojik hali pozitif olarak etkileyecek, özgeci tutum ve davranışın devam etmesine katkı sağlayacaktır. İşte “teşekkür etmek, minnettar kalmak” gibi karşılık vermeler yardım edenin psikolojisini olumlu ve pozitif etkileyerek hem iyilik halinin kalıcı olarak yükselmesine hem de özgeci davranışın ve yardım etme motivasyonunun devamlılığına etki edecektir.

Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre minnettarlık duygusunun sık sık ifade edilmesinin büyük etki yarattığı ortaya konmuştur. 492 evli çift ile gerçekleştirilen araştırmada “*teşekkür etmenin gücü*” nün, evliliğin uzun ömürlü olmasını ve sosyal hayatta yaşanan sıkıntılara karşı dimdik ayakta kalmasını sağladığı ortaya konmuştur. Minnet duygusunun dışa vurulması, hem kadınlar hem de erkeklerin kendini daha değerli, daha çekici ve daha iletişim kurmaya değer hissetmesini sağlamaktadır. Bu da çiftler arası özgüveni perçinlemekte ve ilişkinin genel seyrinin daha sorunsuz ilerlemesinin yolunu açmakta olduğunu göstermiştir (Barton vd., 2014: 986-991). Minnet duygusunun ifade edilmesi, toplumsal hayatın bir parçası olan tüm ilişkilerde pozitif etki yapacağı muhakkak. Karşınızdaki insanın hayatınızdaki sosyal rolü ne olursa olsun, sarf ettiği emek için ona teşekkür etmek ve tabii onun size karşı minnettarlığını hissetmek sevgi, saygı ve güven duygusunu olumlu etkileyecektir. Kısacası araştırma, teşekkür etmenin, minnettarlığın gücünü ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, tıpkı bu araştırma örneğinde olduğu gibi yardım alanın da yardım edene karşı gösterdiği şükran duygusunun yardım edenin mutlu olmasına, iç huzur ve sevinç yaşamasına neden olduğu anlaşılmaktadır.

Sosyal antropolojik teorilerde de benzer argümanları görmek mümkündür. Bağışta bulunmanın yardım alan kişi açısından bir hediye/armağan gibi kabul görülmesi bazı sosyal antropologlar tarafından vurgulanmıştır. Örneğin; Mauss (2005: 207), her armağanın bir alınma veya verilme nedenin olduğundan bahseder. Ona göre armağanların verilme nedenleri arasında, çıkar, yarar sağlamak, korku, yandaş olma arzusu, gücün yanında olmak, onay almak gibi stratejik tutum ve davranışlara yönelik gizli veya açık düşüncelerin yanı sıra sevgi/saygı kazanmak, yakınlık duymak, önemsemek, minnetini anlatmak, nezaketini ifade etmek vb. olumlu ve tamamen saf,

güzel, içten ve samimi his ve davranışlar da yer almaktadır. Akkayan da (2010: 13-14) armağanın işlev ve amaçları arasında teşvik etmek, mutlu etmek, yüreklendirmek, dayanışma ve yardımlaşmayı sağlamak gibi unsurları sıralamaktadır.

Buradan anladığımız kadarıyla bağışta bulunmak, yardım etmek aynı zamanda bir armağan işlevi görmektedir. Zira yardım alan kişinin yardım edene sunduğu teşekkür, bir anlamda bir armağan, bir hediye karşılığında verilen teşekkür ile benzer kabul edilebilir.

4.6. Bağış Yapmanın Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Boyutu

Yardım etmek, birinin sıkıntısını gidermek, yardım edenlerle birlikte organize olarak faaliyetler yürütmek bazı sosyolojik/toplumsal amaç ve hedefleri içermekle birlikte yardım eden ve yardım alan açısından önemli bazı psikolojik temelleri de olan bir olaydır. Bu yönüyle hayırseverliğin psikolojik boyutuna da değinmek önem arz etmektedir.

Bu bölümde görüşmecilere bağış yapmanın onların psikolojileri üzerinde nasıl bir etki oluşturduğu, ne tür duygular uyandırdığı, kendini gerçekleştirme, benlik saygısı edinme gibi durumlarına nasıl etkisi/katkısının olduğu, ayrıca toplum içerisindeki statüsüne veya iktidar sahibi olma hissine herhangi bir etkisinin olup olmadığı gibi durumları ortaya koymak amacıyla çeşitli sorular yöneltmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda bağış yapmanın psikolojik ve sosyal psikolojik yönü/boyutu ortaya konmaya çalışılmıştır.

4.6.1. Bağış Yapmanın Psikolojik Duruma Etkisi

Ruh sağlığı, pozitif psikoloji ve mutluluk arasında teorik bağlamda bir ilişkinin varlığı su götürmez bir gerçektir. Bu teorik ilişki, Seligman'ın 1991 yılında yayınlamış olduğu *Öğrenilmiş İyimserlik* adlı deneysel çalışmasıyla bilimsel olarak kanıtlanmış, psikoloji ve psikiyatri sahasına kazandırılmıştır.

Temelde insanların içindeki iyicil davranma güdüsüne odaklanmak olan pozitif psikoloji, kısaca insanların ve toplulukların kendi duygusal, yaratıcı ve davranışsal potansiyellerini nasıl hayata geçirebileceklerine ve pozitif duyguları nasıl deneyimleyeceklerine dayanır (Hogg ve Vaughan, 2014: 496). Bu yönüyle özgeci veya toplum yanlısı davranışlar olarak nitelendirilen davranış kalıplarının da pozitif

psikolojiyle ilişkisi olacağı ortadır. Psikolojik iyi hal ile özgeci davranış ve tutumlar aslında birbirini etkileyen unsurlardır.

Yapılan çeşitli araştırmalar özgecilik düzeyi ile psiko-sosyal sağlık düzeyi arasında bir korelasyon olduğunu ortaya koymuştur. Mesela, Midlarsky ve Kahana tarafından yapılan bir araştırmada özgeci düzeyleri yüksek olanların özgeci düzeyleri düşük olanlara kıyasla psiko-sosyal bakımdan daha sağlıklı oldukları tespit edilmiştir (Akbaba, 1994: 108). Yardım etme duygusu sadece karşılıklı alıp vermeden ibaret olmayıp, kişinin isteyerek ve severek yaptığı ve sonucunda kişiyi hoşnut eden dürtüdür (Öz, 1998). Yardım etmek karşı tarafa bir tür armağan sunmaktır. Değerli olduğunun bir göstergesidir. Armağanı alan için de veren için de temel haz mutluluktur (Seligman, 2007: 91-92).

Ruh sağlığının iyileştirilmesi yönündeki psikoterapik çalışmalarda da özgecilik unsuruyla karşılaşmaktayız. Çeşitli psikoterapilerde, bilhassa grup psikoterapileri için belirlenmiş bazı iyileştirici unsurlar vardır. Grup dayanışması, sosyalleşmenin geliştirilmesi, kişilerarası ilişkiler konusunda öğrenme, aile içi iletişim, özgecilik vb. Burada özgecilik, iyileştirici faktörleri harekete geçirmek suretiyle tedavi boyunca hastaların kendi aralarında karşılıklı olarak yardımlaşmalarını ve duygu paylaşımlarını sağlamaktadır. Hastalara kazandırılmak istenen şey, dayanışma ve paylaşımcılığın, vericiliğin olumlu değerler olarak algılanmasını, anlaşılmasını sağlamaktır (Güleç, 2002: 95).

Psikolojik olarak yorgun ve mutsuz olan, ruh sağlığı bozulmuş kişilere genellikle üç farklı terapi yaklaşımı vardır. Bunlar, farmakoterapi, psikoterapi ve sosyoterapidir. Yardım etme terapisi sosyoterapi bağlamında uygulanabilmektedir. Bu terapinin en belirgin ve etkili yönü bireyi kişilik bakımından geliştirmesi ve özgürleştirmesidir (Merter, 2012). İnsanın yaşamında bazı anlam türlerinin varlığından bahseden Yalom (1999: 676), bu anlam türlerinden birinin özgecilik olduğunu belirtir. Yalom'a göre dünyayı içinde yaşanacak iyi bir yer olarak bırakmak, başkalarına hizmet etmek, yardım derneklerine katkıda bulunmak, başkalarının huzur ve mutluluğuna vesile olmak işte bunlar iyi, güzel ve doğru olan şeylerdir ki pek çok insan için hayatın anlamını oluşturlar.

Yardım etme davranışının psikolojik bağlamda ilişkilendirildiği kavramlardan biri de *iyilik hali (wellness)* dir. Mayers (2000: 252) iyilik hali kavramını “Bireyin sosyal ve doğal çevresi içinde tam ve işlevsel olarak yaşaması için beden, zihin ve

ruhun birleştiği en yüksek seviyede sağlık yönelimli bir yaşam biçimi ve iyi olma durumu” şeklinde tarif eder. Archer ve Gage (1987) iyilik halini “Beden, zihin ve ruh birleşiminden meydana gelen maksimum işlerliği yükseltme yöntemi” olarak tanımlar. Dunn ise iyilik hali kavramını “Bireyin erişebileceği potansiyeli maksimize etmeye yönelik, entegre bir eylem yöntemidir. Bu yöntem bireyin faaliyet gösterdiği çevredeki, dengesini ve anlamlı davranışlarını sürdürmesini gerektirir” diye tanımlar (Kasapoğlu, 2013: 11).

Tanımlardan hareketle *iyilik hali* ile vurgulanmak istenen şeyin bireyin beden, ruh ve fiziksel işlerliğinin kalite anlamında yüksek oluşu olduğu anlaşılmaktadır. Yardım etme davranışı ise iyilik halini olumlu etkileyen etmenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bölüm başlığı altında görüşmecilere; 1- Bağış yapmanın psikolojiniz üzerinde olumu/pozitif bir etkisi var mı?, 2- Bağış yapmak sizde ne tür duygular uyandırıyor?, 3- Bağış yapmanın insanı iyileştirdiği fikrine katılıyor musunuz?, 4- Bağış yapmak sizi mutlu, huzurlu kılıyor mu? şeklinde dört soru yöneltilmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin tamamı bağış yapmalarının kendilerini mutlu, huzurlu kıldığını, dolayısıyla psikolojilerine olumlu etkisi olduğunu ifade etmişlerdir.

Psikolojik olarak kendimi mutlu ve huzurlu hissettiriyor. Bende iyi bir insan olduğum duygusunu uyandırıyor (G.11, E.46, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Bağış yapmaktan haz duyuyorum. Rahatlatıyor, mutlu kılıyor. Özellikle de yaptıklarımızı yerinde gördüğümüzde ayrıca bir mutluluk veriyor (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek).

Elbette mutlu, huzurlu kılıyor. Bana keyif veriyor, keyif alıyorum. Bu yönleriyle psikolojimize olumlu yansıdığı açıkça ortada (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Her şeyden önce vicdani bir rahatlığı var ve iyi bir şey yapmış ve başarmış olmanın verdiği tarifsiz bir his var (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Aynı şekilde bağış yapmanın olumlu, pozitif etkisine İstanbul’daki Hristiyan görüşmeciler de vurgu yapmışlardır.

Tabi ki olumlu etkisi var. Her şeyden önce iyi hissettiriyor. Yardımcı olmak ihtiyacı karşılamak mutlu ediyor insanı (G.33, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Bağış yaptığım zaman kendimi daha mutlu ve huzurlu hissediyorum. Benim yardımlarımla birilerinin hayatında değişiklikler, iyileşmeler olacağını bilmek huzur veriyor. İnsanı özellikle iyileştirdiğine inanıyorum. Zaten iyi bir insansanız bağış yaparsınız (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammade Sek.).

İstanbul'dan bir görüşmeci hayırseverliğin sosyal psikolojik önemine vurgu yapan bir ifade kullanmıştır:

Evet, huzur ve mutluluk veriyor; ancak bundan ziyade kendim zor koşullar altında eğitim hayatımı sürdürdüğüm içindir ki hep o yılları hatırlayıp hiç değilse çevremdekiler rahat olsun duygusu ağır bastığından bağış yapma dürtüsü oluşmakta (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Konya'dan iki görüşmeci de konuya vicdani ve dinî psikolojik etki boyutu ile yaklaşmışlardır.

Vicdanen kendimi rahatlamış hissediyorum. Hoş ve tatlı bir duygu ve his uyandırıyor içimde (G.13, E.50, Konya, Tekstil Sek.).

Cennete yaklaşmak gibi bir his uyandırıyor bende (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

Bu ifade bize dinî psikolojik etkinin varlığını göstermektedir. Benzer şekilde Ayten'in (2013) araştırmasında da dindarlığın inanç-etki boyutu ile yardım etme eğilimi arasında yüksek ve olumlu bir ilişki ortaya konmuştur.

Konuya biraz daha farklı yaklaşan Malatya'dan bir görüşmeci yardım etmenin psikolojik etki ve sonuçları hakkında şunları söylemiştir:

Yardım etmek, bağışta bulunmak bana her türlü mutluluğu ve rahatlamayı veriyor. Rahatlıyorum çünkü yardımcı olmanın huzurunun farklı olduğunu düşünüyorum. Oruç tutmak, kurban kesmek nasıl rahatlık ve huzur veriyorsa bağış yapmakta o derece beni mutlu ediyor. Mesela ilginçtir daha rahat ve huzurlu uyuyorum (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Görüşmeci 1'in ifadesinde yer alan “*rahat ve huzurlu uyumak*” uyku kalitesiyle ilişkili bir durumdur. Uyku kalitesi, uyku düzenini ve rahatlığını etkiler.

Uyku kalitesi ve uyku düzeni bozukluğu ile ilgili araştırmaların çoğu uyku düzeninin bozulmasına neden olan fiziksel aktiviteler, anksiyete ve depresyon gibi etmenlerin etkileri üzerinde yoğunlaşmaktadır (Altıntaş vd., 2006; Staner, 2003). Ülkemizde de bu tür araştırmaların ve klinik çalışmaların varlığına dikkat çeken Demir (2010), Türkiye’de %21,8 oranında uyku kalitesinde bozulma, %34 oranında ise uykuya dalmada zorluk ve erken uyanma problemi olduğunu bildirmiştir. Aşırı ve yoğun çalışma süreleri ile yapılan iş ve mesleki alandaki memnuniyetsizlik, bu tür uyku problemlerinin başat nedenleri arasında sıralanmıştır.

Bireyin iyi bir uyku düzeninin olması uyku kalitesine bağlıdır. Uyku kalitesi ise kişinin iç ve dış etmenlerine bağlı olarak düşer veya artar. Söz konusu etmenler genel

olarak psikolojik ve sosyal etmenler şeklinde gruplandırılabilir. Pozitif psikolojik halini etkileyen unsurlardan biri de fiziksel ve sosyal aktivitelerdir. Yardım etmek, bağış yapmak da bu tür aktivitelerden biridir. Olumlu, pozitif aktiviteler psikolojiye de olumlu yansımaktadır. Nitekim yukarıda örneğini verdiğimiz görüşmeci notu da bu duruma güzel bir örnek teşkil etmektedir. Bunu, kısacası güzel ve iyi faaliyetlerin psikolojiye pozitif yansımaları ve bunun da uyku kalitesine olumlu etki etmesi şeklinde özetleyebiliriz. Şematik olarak formüle edecek olursak;

İyi aktivite } İyi psikoloji } İyi uyku

Daha önce de değinildiği gibi ruh sağlığının iyileştirilmesi yönündeki psikoterapik çalışmalarda da yardım etme davranışının olumlu etkisine vurgu yapılmaktaydı. Yukarıdaki görüşmeci notları da bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Benzer şekilde Türkiye'nin tanınmış ileri gelen zenginlerinden Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı, TOÇEV Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Ebru Uygun ve Çağdaş Yaşam Dila Kurt Eğitim Evi Yürütme Kurulu Üyesi Şule Kurt bağışçı olmanın psikolojik duruma ve iyilik haline olumlu etkileri hakkında şunları aktarmaktadırlar:

Bülent Eczacıbaşı: *“Babam Nejat Bey, ‘Mutluluk bir şeyler yaratmak ve yaratırken de sevilip sayılmaktır’ derdi. Bunu söylerken sadece zengin olmak, fabrikalar kurmaktan bahsetmiyor, topluma bir şeyler katmanın ve bunun takdir görmesinin verdiği hazzın başka hiçbir şeye benzemediğini anlatamaya çalışıyordu”* (Kılıçalp, 2013: 39).

Ebru Uygun: *“Burası beni besliyor, genç tutuyor. Kitap yazmamı, ebru yapmamı, ticari işimde üretken olmamı sağlıyor. Hayata bakışımı değiştiriyor. Bunu tatmak için insanın hayatında en az bir kez sivil toplumda gönüllü çalışmalarda bulunması gerekir. Böylece mutluluğun kendi içinizde olduğunu görüyorsunuz. Tanımadığınız bir kişinin hayatını bir karşılık beklemeden değiştiriyorsunuz veya ülkede bir değişime öncülük ediyorsunuz. Paylaşmak, bildiğimiz bir şeyi başkalarına aktarmak bizim doğamızda var. Bunu unuttuğumuzda mutlu olamıyoruz. Gönüllü çalışmalar bize bunu tekrar tattırıyor”* (Kılıçalp, 2013: 46).

Şule Kurt: *“Gönüllü çalışmalar insanın ruh temizliği, mutluluk kaynağıdır. Kayıp veren birinin acısıyla başa çıkmak için yapabileceği en güzel şey toplumsal bir çalışmanın içerisinde yer alması ve elinde ne varsa onu vermesidir”* (Kılıçalp, 2013: 136).

Sonuç itibarıyla bağış yapmanın, yardım etmenin insan psikolojine olumlu katkısının olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Psikoloji ve psikiyatr sahasında yapılan çalışmalarda da bunu kanıtlar nitelikte sonuçlar ortaya konmuştur.

Açıkgöz'ün araştırmasında gönüllü yardım kuruluşlarında çalışanların gönüllü hayırsever faaliyetlerinin psikolojilerini nasıl etkilediğine dair elde edilen bulgular

oldukça anlamlı olup araştırmamızın bulgularıyla paralellik arz etmektedir. Şöyle ki, Açık göz'ün araştırma bulgularına göre yardım kuruluşlarında çalışanların yarısının (%50) yaptığı faaliyetten dolayı mutlu olduğu, %46,8'inin vicdanen rahatladığı, %45,3'nün sosyal sorumluluğunu yerine getirdiği, %24,2'sinin dinî vecibeleri yerine getirdiğine inandığı ve %16,1'inin kendine güveninin arttığı şeklinde bir sonuç ortaya çıkmıştır (2013: 178-179). Bağış ve yardım yapmak, hayırsever olmak sadece bağışı yapan için değil, yardım faaliyetlerinde gönüllü olarak çalışanlar, zaman ve emeklerini bu tür organizasyonlarda harcayanlar için de pozitif psikolojik etkiye neden olduğu açıkça görülmektedir.

Kısacası, bağış ve yardım eylemi veren, alan ve bu hizmeti gönüllü olarak yerine getiren aracı için mutluluk, huzur ve rahatlama his ve duygusunu yaşatmakta ve bir iyilik hali yaratmaktadır. Psikolojik rahatlama, huzur ve mutluluğun kendine güven duygusunu arttıracığı da söylenebilir. Nitekim kendine güven duygusu psikolojik etkiyle de ilişkilidir. Hayırsever aktivitelerin psikolojik sonucu olarak insanın kendinin mutlu hissetmesi faktörü her iki araştırmada da öncelikli sonuç olarak ortaya çıkmıştır.

4.6.2. Bağış Yapmanın Sosyal Psikolojik Boyutu

Bağış yapma eyleminin iki tarafı vardır. Bunlardan biri bağış veren diğeri bağış alandır. Doğal olarak bağış yapmak her iki tarafı da etkileyecektir. Öncelikli olarak bağış yapanın kendisini bağış yapmaya iten elbette bazı sebepleri olacaktır. Bu sebepler pek çok psikolog ve sosyal psikologlarca tartışma konusu edilmiştir. Bu sebeplerin neler olduğuna/olabileceğine değinmeden önce yardım etme sürecinde etkili olan temel esas üzerinde durmak yararlı olacaktır. Bunu kısaca *karar verme süreci* şeklinde tanımlamak mümkündür.

Yardıma ihtiyacı olan biriyle karşılaşan kişinin, onun bulunduğu durumu açıklaması ve yorumlaması yardım edip etmemede etkili olmaktadır. Dolayısıyla kişi, öncelikle olayı algılama, anlamlandırma ve yorumlama şeklinde devam eden bir karar verme sürecinden geçmektedir (Ayten, 2013: 55). Sosyal psikoloji alanında *karar verme süreci* yükleme teorisine göre izah edilmeye çalışılmıştır. Yükleme teorisine göre, insanların herhangi bir olayı açıklama biçimleri, onların o olay karşısında nasıl davranacakları konusunda belirleyicidir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1999: 301). Karar verme sürecinde birey, olası seçeneklerin sağladığı yararları ve getireceği zararları ölçtükten sonra en iyisini benimsemeyi ister (Ayten, 2013: 55). Yardım etme

davranışında bireyin kendi ve karşısındakinin durumu da karar verme sürecini etkileyen önemli etmenlerdendir. Karar verme sürecinde pek çok etmen etkili olabilmektedir. Bunlar genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir:

- 1- Yardım edenin durumu
- 2- Yardım edilenin durumu
- 3- Değer/normlar ve toplumsal bakış

Yardım edenin durumuyla ilgili olarak iki tür etkenden bahsedilebilir. İlki, ruh hali gibi psikolojik şartlar, diğeri ise dinî inanç ve tutum, empatik eğilim, cinsiyet, yaş, gelir durumu vb. kişilik özellikleridir. Yardım alanının durumu ise yardım etme davranışının başında gelen faktörlerindendir. Burada öncelik yardım alanının ihtiyaç sahibi olma durumuna göre değişiklik gösterecektir. Ayrıca yardıma ihtiyaç olanının o anki durumu da yardımcı olmada etkili olmaktadır. Örneğin insanlar biri sarhoş diğeri hasta olan iki kişiye aynı oranda duyarlı davranmaz ve yardım etme eğilimi göstermezler (Ayten, 2013: 59; Franzoi, 2000: 497). Bir araştırmaya göre kişilerin homoseksüeller, sarhoşlar, uyuşturucu bağımlıları, tinerciler gibi ahlâkî değerlerden yoksun yaşantı sürdüklerini düşündükleri veya riskli olarak değerlendirdikleri kimselere yardımcı olmada isteksiz davrandıkları ortaya çıkartılmıştır (Bilgin, 2013: 287). Yardım edilenin durumuna göre yapılan yardım eğilimine etken unsurlardan biri de ihtiyaç sahibi olma durumudur. Kişiler ne kadar yoksul veya ihtiyaç sahibi ise buna göre de yardım etme eğilimi değişiklik gösterecektir. Normlar ve toplumsal bakış veya sosyal çevre de yardım etme eğilimini etkileyen bir diğer unsurdur. Sosyal psikologlar, karşılık bekleme, adalet duygusu ve sorumluluk gibi toplumsal değer ve normların yardım etme eğilimindeki etkisi üzerinde durmuşlardır. Çünkü başkalarına yardım etme veya etmemede toplumsal değer ve normların içselleştirilmesi etkili olmaktadır (Taylor vd. 2010: 16).

Toplum yanlısı davranışlarda esas olarak üç toplumsal norm etkin olmaktadır. Bunlar, *karşılıklılık*, *sorumluluk* ve *sosyal adalettir*. Karşılıklılık, “insanların sana nasıl davranmasını istiyorsan sen de onlara öyle davran” ilkesine dayanır. İhtiyaç sahiplerine yardım etmek ise sosyal sorumluluğun bir gereğidir. Yardımı hak edenlere yardım etmek ve olabildiğince eşitlik dengesini gözetmek ise sosyal adalet ilkesine dayanmaktadır (Ayten, 2013: 68; Taylor vd., 2010: 382).

Yukarıda yardım etmenin sosyal psikolojik önemine vurgu yaptığımız araştırmamızın bu bölümünde yardım eden açısından bir değerlendirme yapılmıştır.

Karşılıklılık ve sorumluluk ilkelerinin bireysel psikoloji üzerindeki etkisi ve bunun sosyal yansımaları üzerinde durulmuştur. Toplumsal değer ve normların hayırseverlikle olan ilgisine dair konuya ileriki bölümlerde ayrıca değinilecektir.

Bu bölümde görüşmecilere bağış yapmanın kendini gerçekleştirme, kendisiyle barışık olma, benlik saygısı edinme gibi durumlara katkısının olup olmadığı ve zenginlik, iktidar/güç sahibi ya da toplum içerisinde önemli biri olma yönünde bir his uyandırıp uyandırmadığı şeklinde iki soru yöneltilmiştir.

Görüşmecilerin tamamına yakını bağış yapmanın kendini gerçekleştirme, barışık olma ve benlik saygısı edinmeye katkısının olduğunu belirtmişlerdir. Sadece iki görüşmeci biraz farklı bir yaklaşım tarzıyla durumu ifade etmişlerdir.

Kendimle alakalı bir duygu hissetmiyorum. Bu tamamen ihtiyacı olan birinin huzurlu olduğunu görmek için yapılan bir davranıştır. Bu sorunuz bende daha çok egoizm gibi bir şey uyandırdı (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Benlik saygısı, kendini gerçekleştirme, enaniyet anlamında ise cevabım hayır olacaktır. Çünkü bağış yaptım diye övünmemek, gururlanmamak lazım (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Aslında bu iki görüşmecinin ifadesini tersten bir okumayla topluma faydalı olmak anlamında insana verdiği haz şeklinde yorumlamamız mümkündür.

Kendini gerçekleştirme isteği sorumluluk ve karşılıklılık kavramlarıyla açıklanabilir. İhtiyaç sahibi olana yardım etmek, darda kalana el uzatmak aslında bir anlamda aynı havayı soluyan, aynı çevreyi paylaşan bireyler olarak sorunların çözümünde “ben de varım” demek gibi bir şeydir. İşte “ben de varım” diyebilmek kendini gerçekleştirme güdüsünün bir sonucudur. Bunu olumsuz yorumlamak veya anlamlandırmak doğru olmayacaktır. Ayrıca başkalarının sorunlarına, ihtiyaçlarına yardımcı olmak birey olarak duyarlı olmak demektir. Buna, Descartes’çe söylemin özgeci karşılığı olarak da bakılabilir. Yani “düşünüyorum o halde varım” söylemine binaen “yardım etmede ben de varım” demek.

Kişinin başkalarına yardım etmesi, onda var olan kendini gerçekleştirme isteğinin bir parçasıdır. Yardım etme dürtüsü, empati kurma ve özverili olma, özgeci kişiliğin unsurlarıdır. Bu kişilik özellikleri de psikolojik açıdan sağlıklı olan kişilerin özellikleridir (Maslow, 2001). Öyleyse problemlerin çözümünde yardıma hazır bulunmak kişiyi rahat ve mutlu hissettirecektir. İşte bu mutluluk, kişinin kendisiyle barışık olmasına da olumlu katkı sağlayacaktır.

Büyük işletme sahipleri, girişimciler ve şirketler için üst düzey hizmetler sunan bir şirketin sahibi olan ve aynı zamanda Yönetim Kurulu Başkanlığını yapan Justin Sachs (2010), yüksek düzeylerde bağış ve yardımlarda bulunan kişilerin, kâr amacı gütmeyen kuruluşların, şirketlerin ve girişimcilerin hayırseverlik öykülerini kaleme aldığı *The Power of Philanthropy (Hayırseverliğin Gücü)* adlı eserinde zengin, varlıklı ailelerin bağışlarının hayatlarına kattığı anlam, haz ve mutluluktan, dünyaya bakış açılarındaki değişimden bahseder. Karşılık beklemeden vermenin, yardım etmenin insanın dünyasına kattığı anlam mutluluk ve şükürdür.

Öte yandan konunun dinî psikolojik bağlamına da dikkat çekmekte fayda vardır. Çünkü bazı görüşmeciler ilahi emir ve tavsiyenin yerine getirilmiş olması sebebiyle de insanın kendini gerçekleştirdiğini, benlik saygısı edindiği vurgusunu yapmışlardır. Burada erdemli insan vurgusu öne çıkmaktadır.

Bağış yapmak kimi zaman ruhani bir görevi yerine getirmenin hazzını verdiğinden kendimle daha fazla gurur duymama sebep oluyor diyebilirim (G.34, E. 30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Yardım etmek, bağış yapmak hem Allah'ın emri hem de Hz. Peygamberin sünnet ve tavsiyesidir. Yoksula, akrabaya, hastaya, çocuğa kısacası ihtiyaç sahibi olan yediden yetmişe herkese imkânımız ölçüsünde yardımcı olmanız Müslümanlığımızın şiarıdır. Zenginsiniz, Müslümansınız ama hayrınız yok, bağışınız yok. Olur, mu böyle Müslümanlık! Topluma hayrın yok kendine de hayrın yok demektir. Müslüman kimliğinizi hissedecesekseniz, hayırsever de olmanız gerekir. Çünkü Allah ve Peygamberi emretmiştir (G.9, E.55, Malatya, Gıda/İnşaat Sek.).

Buradaki ifadelerden dinî kimlik üzerinden bir benlik algısı ve kendini gerçekleştirme vurgusu yapılmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Bu görüşme notları biri Hristiyan, diğeri Müslüman/Sünni iki görüşmecinin ifadeleridir. Bu ifadeler, dindarlığın, kişinin kendini gerçekleştirme ve benlik saygısı edinmedeki etkisi/katkısı anlamında değerlendirilebilir.

Benlik saygısı edinme, kendini gerçekleştirme bencillikle ilgili olmayıp esasında zıt şeylerdir. Salt nefis ve menfaat için çalışmak, paylaşmamak ve pragmatist temelli bir anlayışla hareket etmek bencilliktir. Bunun zıttı olan, cömertlik, fedakârlık, özgecilik ise İlahi dinlerde erdemli insanların özellikleri olarak zikredilir. Nitekim Hz. Peygamber, fedakâr, cömert, başkalarını kendine tercih eden, samimi insanlardan oluşan erdemli bir toplum oluşturmayı amaçlamıştır (Kasapoğlu, 2004: 126). Cimrilik, aşırı hırs, kibir, açgözlülük, tamahkârlık gibi bazı kötü huylar, kimi zaman bencillik duygusu sonucunda oluşan durumlardır (Sarıçam, 2003: 374).

Bireyin, kişiliği ve benliğinin gelişmesinde dinin önemi göz ardı edilemez. Şöyle ki, diğer dini inanışlarda da olduğu gibi bilhassa İslam’da Yaratıcının kulundan istediği sadece ibadetlerin yerine getirilmesi değil, kendisinden emin olunan, güven duyulan, cömert ve fedakâr özelliklerin de kazanılmasıdır. Hem kendisi hem de içinde yaşadığı topluma faydası olan ve güven veren bir model insan olmasıdır. Bunu kazanmak için çaba gösteren birey, Yaratıcının kendisinden istediklerini yerine getirmiş olmakla kişiliğini ve de benliğini gerçekleştirmiş olmaktadır. Allah’ın emirlerini yerine getiren kul yaptıkları iyi şeyler nedeniyle bundan bir haz ve mutluluk duyacaktır. Bu haz ve mutluluk kişinin kendine iyi bir kul, iyi bir insan olduğu şeklinde bakmasına neden olacaktır. Diğer yandan toplumsal bakış da kişinin kendisine iyi bir insan olduğu hissini uyandıracaktır. Cömert, fedakâr, paylaşımcı, ihtiyacı olana yardım eli uzatan bireye çevresindeki insanların ona müteşekkir olmaları, onda kendine olan özgüven ve saygısını arttıracaktır. Bu ise onun kişilik ve karakterine olumlu yansıyacaktır.

İkinci sorumuz olan “bağış yapmak sizde zenginlik, iktidar ya da önemli bir kişi olma gibi bir duygu uyandırıyor mu?” sorusunu görüşmecilerin büyük çoğunluğu “hayır, uyandırmıyor” şeklinde yanıtlarken; sadece dört görüşmeci “evet, uyandırıyor” şeklinde cevap vermiştir. Bu görüşmecilerin ifadeleri ise şöyledir:

Zenginlikten ziyade bir konum duygusu uyandırıyor. Birazda bu toplumsal yansımadan kaynaklıdır diyebilirim. Zengin olmak haliyle bir statüye neden oluyor (G.18, E. 60, Konya, Gıda Sek.).

İnsan bağış yaptığı zaman kendisini daha zengin ve daha güçlü hisseder. Çünkü para, varlık güç demektir. Ancak bu gücü faydaya, yarara harcamak asıl erdemli olan ise budur. Zaten amaç toplumsal fayda ve Allah’ın emrini yerine getirmektir (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Evet, uyandırıyor. Uyandırmıyor desem pekte doğru söylemiş olmam sanırım. Çünkü bağış yapmak için varlıklı olmanız lazım, para sahibi olmanız lazım. Varlıklı olmakta zenginliğin bir emaresidir (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil/Ticaret Sek.).

Elbette uyandırıyor. Çünkü zenginsiniz. Öte yandan ister istemez yaptığımız bağışlarla tanınıyoruz. Geniş kesimlere, yerlere bağışlarda bulunduğunuzdan tanınıyorsunuz. Aynı zamanda, bağışlarımızın, zaman zaman görsel ve yazınsal medyada da yayınlanması, hayırsever zengin olarak tanınmamıza sebep olmaktadır. Yani toplumsal bakış da sizi zengin bir yere konumlandırıyor (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Görüşmecilerin zenginlik veya önemli bir şahsiyet olma duygusunu, böbürlenmek, övünmek, gururlanmak vb. anlamında değil, Allah’ın verdiği bir lütuf,

bağış ve yardım faaliyetleri nedeniyle toplum içerisinde tanınma, görsel ve yazılı basında tanınma/tanıtılma gibi olumlu anlamlarda kullandıkları görülmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde de değinildiği üzere zengin sınıfı sadece *varlıklılık* düzeyinden tanımlanabilecek bir sınıf değildir. Kendine özgü kültürel öğeleri de olan bir sınıftır. Hatta bu sınıf kendi içerisinde toplumsal konumlandırmasını yaparken zenginler arası farklılıklara binaen her zengini zengin sınıfı olarak değerlendirmemektedir. Tam da burada ülkemizin zengin ailelerinden Alaton ailesinin önde gelen isimlerinden olan İshak Alaton'un konu ile ilgili olarak yaptığı demeç akla gelmektedir. Alaton, zengin sınıfını tanımlarken birinci grup zenginler, ikinci grup zenginler ve üçüncü grup zenginler olmak üzere üç ayrı zengin sınıftan bahseder. İlk gruptakileri, kültürel ve ekonomik mirasa sahip, ülkenin gelişimine katkıda bulunan, hoşgörülü, yardımsever, cömert, eğitimden güzel sanatlara, müziğe, edebiyata ve tarihe kadar hâkim bir doneye sahip olan; ikinci gruptakileri ise giyim ve şık görünüme önem veren, kokteyllerde boy gösteren fazlaca bir siyasi, fikri ve sanatsal derinliğe sahip olmayan, magazin dünyasında boy gösteren; üçüncü gruptakileri de kültür eksikliğini cömert jestlerle, bol para harcamayla dengelemeye çalışan sadece para zengini olanlar şeklinde tanımlar (Bali, 2011: 39). Alaton'un bu sınıflaması bize belirli özelliklere sahip olma durumuna göre zengin sınıfının da kendi içerisinde ayrıştığını göstermektedir. Zenginliğin kültürel sermayesi olarak ifade edebileceğimiz, yardımseverlik, cömertlik zengin sınıfın bir belirleyeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısaca ifade etmek gerekirse hayırseverlik, zengin sınıfın kültürel sermayesidir ve onun tanımlayıcı özelliklerinden biridir.

4.7. Bağış Yapmanın Aile ve Sosyal Bağlılık Olgularıyla İlişkisi

Bağış yapmak, hayırsever olmak, ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılamak sadece toplumsal veya ekonomik bir faaliyet değildir. Bu tür faaliyetler, toplumsal altyapısı/temeli olan faaliyet ve etkinliklerdir. Bu faaliyetlerin dayandığı, beslendiği bir kültürel köken vardır.

İnsanların hayatlarını toplumdan sıyrılmış, izole edilmiş bir halde düşünmek imkânsızdır. İnsan doğumundan itibaren belirli bir sosyal çevre içerisinde yaşar. Toplum içerisinde diğer insanlarla olan ilişkilerini ve hayatını yalıtılmış olarak sürdüremeyen kişi, aynı zamanda çevrenin yoğun belirleyici bir tazyiki ile de karşı karşıya bulunur. Toplumsal çevrenin bireyi şekillendirmedeki bu gücü nispetinde bireyler benzer şeylere inanır, benzer şeylere önem ve değer verirler (Ersoy, 2012: 53).

İnsanın içerisinde yaşadığı ilk sosyal çevre ailedir. Dolayısıyla ilk beşeri ilişkileri de ailede başlayacaktır. “Aile, insan neslinin devamı, çocukların sosyal çevreye hazırlanması, birincil grup tatmini, toplumsal kültürün kuşaktan kuşağa aktarılması vb. işlevleri yerine getiren temel sosyal bir kurumdur. Aile toplumun çekirdeğini oluşturur. Toplumun en küçük birimi ve toplumu oluşturan önemli yapı taşlarından biridir” (Aytaç, 2002: 141). Aile, neslin ve dolayısıyla toplumun devamı, çocukların korunma, bakım gibi çeşitli gereksinimlerinin karşılanması, kültür, değer ve normların çocuklara aktararak sosyalleşiminin sağlanması, cinsel davranışların düzenlenmesi, güven, saygı, sevgi, şefkat ve yardımlaşma duygularının kazandırılması, toplumsal statü sağlanması gibi önemli fonksiyonları yerine getiren kurumdur (Aytaç, 2002: 142-143; Bozkurt, 2017: 261). Bu nedenle temel kültür öğelerinin çekirdeği konumundadır ve bu çekirdekten çıkan/yayılan kültür genele yani toplumsal kültüre sirayet edecektir. Ailenin ürettiği kültürel renk ve doku sosyal tabiatın renk ve dokusunu oluşturur.

Bu kültürel değerler içerisinde yer alan hayırseverlik olgusu da kültürel miras olarak ebeveynlerden çocuklara ve onlardan da bir sonraki nesle aktararak döngü devam edecek ve canlılığını sürdürecektir. İşte bu mirasın aktarılmasında aile önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bölümün alt başlıkları içerisinde hayırseverlik kültürünün aile geleneğine dayanıp dayanmadığı, aile büyüklerinin ve aile üyelerinin bağış yapmak konusundaki telkin ve tavırlarının ne/nasıl olduğu, bağış yapmakla aile itibarının güçlenip güçlenmediği gibi hususlar irdelenmeye çalışılmıştır.

4.7.1. Yardım Etme Davranışının Aile Geleneğiyle İlişkisi

Türkçe sözlükte “bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar, anane” şeklinde tanımlanan gelenek, kültürün önemli yapı taşlarından biri olarak karşımıza çıkar (Dikici, 2001: 253). Bilginin, alışkanlıkların, davranış kalıplarının bireye aktarılması, kazandırılması ise toplumsallaşma sürecinde gerçekleşir.

Toplumsallaşma, kişinin içinde yaşadığı yaşama ve davranma desenini içselleştirmesi, ona uygun hareket etmesi sürecidir. Toplumsallaşma, topluma, gruba ait değer, norm, tutum ve davranışların, yaşama şeklinin benimsenmesi, özümsemişi anlamını taşır (Aytaç, 2002: 165). E. Williams’a göre toplumsallaşma “bireyin, salt

biyolojik bir varlık olmaktan çıkıp, belli bir topluma ve belli kümelere bütünleştirilmesi sürecine denir. Bu süreç aracılığıyla birey, kişilik kazanmakta ve belli bir toplumda yaşamasını olanaklı kılan davranışları edinmektedir” (akt. Aytaç, 2002: 165).

Toplumsallaşma süreci toplumsal yapının temel öğeleri olan formel ve enformel kurumlar aracılığıyla gerçekleşebilir. Eğitimsel, dinî ve askerî kurumlar toplumsallaşmanın formel araçları; medya, aile ve akran grupları ise enformel araçları olarak düşünülebilir.

Toplumsallaşma sürecinde bireye aktarılan, öğretilen ve beraberinde spontane olarak öğrenilen öğelerden biri de gelenek halini almış bilgi, alışkanlık ve davranış kalıpları ve çeşitli öğretiler vardır. Paylaşımcı olmak, fedakârlık yapmak, yardım etmek gibi çeşitli davranış öğretileri de toplumsallaşma süreciyle bireye aktarılan, kazandırılan önemli kalıplardır. Diğer değer ve kültürel unsurlar gibi hayırseverlik te bireyin sosyalleşme süreciyle birlikte kazandığı davranış kalıbıdır. Bu yönüyle hayırseverlik davranış modelinin aile geleneğine dayanıp dayanmadığının sosyolojik anlamda ilgisi ortaya çıkmaktadır. Böyle bir sosyolojik ilgiyi tespit etmek, ortaya çıkartmak adına görüşmecilere bağış yapmanın aile geleneğiyle bağının olup olmadığı sorusu yöneltmiştir.

45 görüşmeciden 8’i (yaklaşık %20’si) bağış yapma kültürünün aile geleneğine dayanmadığını, aileden gelen bir öğreti olmadığını ifade etmiştir. Geriye kalan çoğunluğu ise aile geleneğine dayandığını belirtmiştir. Yardım etme davranışı ve hayırsever olmanın aile geleneğine dayanmadığını ifade eden görüşmeciler bunun en önemli nedeni olarak ailelerinin bu tür faaliyetlerde bulunabilecek kadar varlıklı olmadıklarını belirtmişlerdir.

Gelenekten gelen bir durum değil. Benim ailem eskiden fakirdi. Babamın ancak kendi geçimimizi sağlayabilecek kadar kazancı olurdu (G.2, E.50, Malatya, Kayısı ve Kuruyemiş Esnafı).

Dedemi görmedim. Babam da fakir bir adamdı. Ama elinden geldiğince az da olsa etrafına her türlü yardımda bulunmaya gayret ederdi. Benim şuan yaptığım gibi yüksek miktarlarda bağış yapması imkânsızdı. Her ne kadar hali vakti yerinde olmayan biri de olsa babamın bu cömertliği beni etkiledi sanırım (G.13, E.50, Konya, Tekstil Sek.).

Hayır değil, bu benimle başlayan bir gelenektir diyeyim. Çünkü önceleri dedem ve babam dönemleri fakirdik. Elde bir şey yok ki bağışlarımız olsun (G.17, Konya, E.68, Sanayi/Ambalaj Sek.).

Hayır, aile geleneğine dayanan bir geçmişi yoktur. Özellikle kilise vakıflarına yaptığımız bağışlar ile birbirimize yardımcı olmaya çalışıyoruz (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Değil, çünkü babam varlıklı biri değildi. Çocukların bakımı, eğitimi vs. şeylerle uğraştı. Sağ olsun onun bize katkısıyla okuduk, iş ve meslek sahibi olduk. Şuan oldukça iyi durumdayım. Ben de hem beşeri hem de dini hassasiyetlerim dolayısıyla bağış ve yardım konusunda dikkat gösteriyorum. Yokluğun ne olduğunu bildiğimden özellikle bu konuda hassasiyetim var (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Bu görüşmeciler, hayırseverliklerinin aile kültürü olmadığını, aile geleneğine dayanmadığını belirtmiş olsalar da insanların kendi kendilerine hayırsever olmaları da beklenemez. Bu da, bu kültürü aktaran diğer toplumsallaşma araçlarının varlığına işaret eder. Akran grupları, sosyal çevre, dinî gruplar, eğitimsel çevre gibi birçok unsurlar bunlar arasında sayılabilir.

Bağış kültürünün aile geleneğine dayandığını belirten görüşmecilerin genel/ortak ifadeleri ise şöyledir:

Evet, aile geleneğine dayanmaktadır. Dede'den gelen bir gelenektir. Dedem kazancının oldukça büyük kısmını mesela yaklaşık yüzde seksenini dağıtırmış. Bu yüzden ona deli Mustafa derlermiş. Öyle ya parasını fütursuzca dağıtana başka ne denir ki... Akıllı adam işi değil (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Evet, babam da bu konuda hassas bir insandı. Hayırseverliğiyle tanınan bir şahsiyettir. Bugün bile onun bağış ve yardımları halk arasında anlatılır. Bu anlamda gelenekseliyiz diyebilirim. Yani babamızın geleneğini devam ettirmek ve bunu çocuklarımıza da kazandırmak ben ve ailem için önemlidir (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Evet, aile geleneğinden gelen bir özellik diyebilirim. Büyük dedemden kalan bir aile mirası gibidir. Dilerim çocuklarımız da bu mirasa sahip çıkarlar (G.44, K.47, İstanbul, Ticaret Sek.).

Bizde dededen gelen hatta daha da eski bir gelenektir diyebilirim. Bizde eskiden kalma bir ağalık durumu vardı. Dedemin babası ağaymış hatta dedem tarafına lakap olarak Osmanağalar derlermiş. Gerçi hala da kullanılır. Dedemi gördüm bayramlarda, düğünlerde, cenazelerde sahiplerine baya yardımda bulunurdu. Biz bunu babamızdan da gördük ve bir aile geleneği olarak devam ettiriyoruz çok şükür (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Ülkemizin önde gelen zengin ailelerinin verdikleri bazı demeç ve röportajlardan hayırseverlik kültürünün aile bağlarıyla yakından ilişkili olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Örneğin, Eczacıbaşı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı ve Sabancı Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı Güler Sabancı şunları aktarmaktadır:

Bülent Eczacıbaşı: “*Nejat Bey’in günümüzde de bir örnek oluşturduğunu düşünüyorum. Bugün, kendisinin aramızdan ayrılışından yaklaşık 20 yıl sonra da hem iş hem de kültür ve sanat alanında hatırlanan bir girişimci olması, herhalde birçok başka girişimciye ilham vermiştir ve vermektedir. Doğrudan öncülük ettiği ya da amaçlarına inandığı için, içinde yer aldığı birçok vakıf ve kuruluşu destekledi. Biz de aynı geleneği izliyoruz. Kültür-sanat ve toplumsal gelişimi hedef alan girişimleri, kuruluşumuzdan beri olduğu gibi, desteklemeyi sürdürdük. Yaklaşık son 20 yılda ise, Türkiye’de bilişim kesiminin gelişmesini, önündeki engellerin kaldırılmasını amaçlayan Türkiye Bilişim Vakfı’nın, İstanbul Modern Sanat Müzesi’nin ve Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı’nın kuruluş ve gelişmelerini destekledik. Babamızın aramızdan ayrılmasından sonra da artık ailemizin ve kuruluşlarımızın kültüründe yer alan konularda, toplumsal gelişimi destekleyen girişimlerimizi devam ettiriyoruz. Ancak bu etkinliklerimizi kurumsal bir çerçevede ele alarak daha sürdürülebilir hale getirmeye çalışıyoruz... Nejat Bey, ‘Mutluluk bir şeyler yaratmak ve yaratırken de sevilip sayılmaktır’ derdi. Bunu söylerken sadece zengin olmak, fabrikalar kurmaktan bahsetmiyor, topluma bir şeyler katmanın ve bunun takdir görmesinin verdiği hazzın başka hiçbir şeye benzemediğini anlatamaya çalışıyordu*” (Kılıçalp, 2013: 38-39).

Güler Sabancı: “*Değerli Konuklar, Bizim kültürümüzün, ülkemizin kültürünün de çok önemli bir parçasıdır hayırseverlik. Ve bize güç veren bir toplumsal miras olduğuna inanıyorum hayırseverliğin... Biz de Sabancı Ailesi olarak bu kültürün bir parçasıyız. Bu kültürün içinde, toplumsal gelişmeye katkıda bulunmanın en temel vazife olarak benimsendiği bir ailede yetiştik. Bizim için hayırseverlik bir aile değerimizdir*” (Sabancı Vakfı, Nesilden Nesil’e Hayırseverlik Semineri).

Hayırseverlik kültürünün aile geleneği olarak sürdürülüyor olmasının sosyolojik bağlamda bazı önemli yönleri vardır. İlk olarak bu kültürün varlığı ve devamlılığı açısından toplumsal bir önemi vardır. İkincisi, toplum ve kültür birbirilerini tamamlayan unsurlardır ve bireyin toplumsallaşma süreci içerisinde bu davranış kalıbını öğrenmiş, kazanmış olması bakımından önemlidir. Üçüncüsü, toplumsal dayanışma ve bütünleşme açısından önemlidir. Dördüncüsü toplumsal bilinçlenme açısından önem arz etmektedir. Çünkü bu kültürel anlayışa sahip olan bireyde toplumsal sorunlara karşı ilgisiz kalmak yerine kayıtlanma dürtüsü gelişecektir.

Araştırma bulguları da göstermiştir ki hayırseverlik davranışı aile geleneğine dayanmakta ve kültürel bir miras olarak nesilden nesile aktarılmaktadır. Bu ise, hayırseverliğin kültürel yönüne önemli bir atıftır.

4.7.2. Bağış Yapma Konusunda Aile Üyelerinin Yaklaşımı

Hayırsever olmak, yardımsever olmak, özgeci olmak, vs. adına ne dersek diyelim tüm bunların işaret ettiği temel nokta bu tür özelliklerin bireyde bulunmasını gerekli kılan bir duruma işaret etmesidir ki o da öncelikle böyle bir davranış kalıbına sahip olunmasıdır. Tüm bunları yardım etme davranışı adı altında toplayacak olursak

elbette bu davranışın kazanılmasında bazı etkenler rol oynayacaktır. Her şeyden önce yardım etme davranışı diğer davranış örnekleri gibi özelliklere sahiptir.

Davranış, bireyin ya da organizmanın yapabileceği, deneyimleyebileceği, öğrenebileceği bütün eylemlerdir. Dıştan ve içten gelen uyarıcılara karşı gösterilen ve gözlemlenebilen tepkilerdir. Öğrenilenin gözlenebilen kısmıdır (Civelek, 2014). Davranışlar öğrenilmiş ve öğrenilmemiş olarak ikiye ayrılır: Öğrenilmiş davranışlar, doğuştan gelmemiş olan ve öğrenme sonucuyla meydana gelen nispeten kalıcı izli davranışlardır. Öğrenilmemiş davranışlar ise, doğuştan getirilen ve geçici davranışlar olmak üzere ikiye ayrılır. Öğrenme sonucunda oluşmayan, organizmanın hayatını devam ettirebilmesi için gösterdiği davranışlar, doğuştan gelen davranışlar (içgüdü ve refleks gibi); sürekli gösterilmeyen, belirli durumlarda ortaya çıkan davranışlar ise (yüksek ateşli birinin sayıklaması gibi) geçici davranışlar olarak tanımlanabilir (Plotnik, 2009).

Yukarıdaki tanımlamalara göre yardım etme davranışının da öğrenilmiş davranışlar türünden olduğu anlaşılmaktadır. Böyle bir davranışı öğrenmenin ilk ortamı elbette aile olacaktır. Yardımsever olmanın iyi, güzel ve erdemli yönleri bireylere ailede aktarılacaktır. Dolayısıyla aile büyüklerinin benzer davranış örneklerini göstermelerinin, yapmalarının yanı sıra onların tavır ve telkinleri de yardım etme davranışının kazanılmasında önemli bir yer tutmaktadır.

Aile büyüklerinin bağış yapma konusunda örnek tavır ve telkinlerinin olup olmadığı ve diğer aile fertlerinin bağış konusuna yaklaşımlarının ne ve nasıl olduğunu tespit etmek amacıyla görüşmecilere iki soru yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar çıkan sonucun olumlu olduğunu göstermektedir.

Eşim ve çocuklarım bağış yapmak konusunda beni teşvik ediyorlar. Hatta bağış yapacağım yere ve kimselere göre yönlendirme ve telkinlerde bulundukları oluyor (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuru Yemiş Esnafı).

Aile büyüklerinin örnek tavır ve telkinleri oluyor. Zaten bu konuda onların fikir ve düşünceleri de benim için ayrıca önemli. Özellikle bazen bağış yapacağım yerlerle ilgili tavsiyeler, istekler, hatta ricalar bile oluyor (G.8, K.52, Malatya, İnşaat/Otomotiv Sek.).

Mutlaka telkinleri oluyor. Özellikle anne ve babamın bu konuda bir hayli telkinleri oluyor. Diğer aile fertlerinin örneğin eşim ve çocukların yaklaşımı ise oldukça olumlu hatta destekleyici (G.11, E.46, Konya, Ayakkabı İmalatçısı).

Evet, oluyor. Özellikle bir Malatyalı olarak İstanbul'da yaşıyor olsam da memleketim olan Malatya'dan "ya işte şuraya ver, buraya ver, şuna da yardımcı ol" gibi telefonlar sıkça alıyorum. Sonuçta hayırlı bir iş yapıyorsunuz. Kimi

zaman çocuklarım özellikle LÖSEV için, Kızılay için veya mahalleden ihtiyacı olan kimseler için, okul arkadaşları için yardım etmek istediklerini söylerler (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Benzer durum Hristiyan görüşmecilerde de görülmektedir.

Ailem, gönüllülük ve yardım konusunda oldukça destekçi ve teşvik edicidir (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Babamı örnek alıyorum. Kendisinin ben ve kardeşlerime yardım etmek konusunda telkinleri çok olmuştur. Ayrıca diğer aile fertleri de bağış ve yardımlarımı destekleyip, takdir ediyorlar (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Olumlu karşılanır ve genellikle takdir edilir (G.35, K.35, İstanbul, Metal hammadde Sek.).

Elbette aile büyüklerinin telkin ve teşvikleri oluyor. Eşim ve çocuklarımdan ve diğer yakın akrabalarımın teşekkür alıyorum (G.44, K.47, İstanbul, Ticaret Sek.).

Görüldüğü üzere aile üyelerinin bağış yapmak konusundaki telkin ve olumlu tavırları, onları desteklemeleri, birer hayırsever bireyler olarak olumlu etkilemekte ve yardım etme davranışını kazandırmaktadır. Aile üyelerinin bu konuda birbirilerini desteklemeleri onların yardım konusundaki farkındalık düzeylerinin de bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu sonuçlara göre, gerek görüşmeciler gerekse onların aile üyelerinin bağış ve yardım konusunda farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Böyle yüksek farkındalık düzeyi, toplumsal ve bireysel bazdaki sorunların çözümüne yardımcı olacaktır. Ayrıca bağış yapma fikrinin/eyleminin aile üyelerince desteklenmesi fedakârlık, cömertlik gibi iyi, güzel, faydalı insani hasretlerin çocuklara kazandırılmasını da sağlamış olacak ve böylece nesilden nesle aktarılan bir geleneğin devamına katkı sağlayacaktır.

Toplum faydasını düşünen, iyi, fedakâr, cömert, paylaşımcı bir davranış olarak hayırseverliğin aile üyelerince desteklenmesi ve teşvik edilmesinin Hristiyan görüşmeciler tarafından da belirtilmesi bir yandan farklı din ve mezhep müntesiplerince hayırseverliğe verilen değer ve önemi gösterirken; bir yandan da onun dinler-üstü evrensel bir değer olarak kabul görmesini sağlamaktadır.

4.7.3. Bağış Yapmanın Ailenin İtibarına ve Sosyal Konumuna Etkisi

Zenginliğin önemli göstergelerinden biri de toplumsal konum ve statüdür. Bu konum ve statüyle birlikte gelen prestij de ayrıca önemlidir. Toplumsal statü ve konum bireyin kendisinin elde ettiği/kazandığı kadar; toplumun, çevrenin ona verdiği değer/önem derecesiyle de ilgilidir.

Zenginler sadece varlıkları dolayısıyla toplumun üst katmanında yer alamazlar. Yaşam tarzları, siyasi meşguliyetleri, sanatsal ve toplumsal etkinlikleri, yeme-içme alışkanlıkları/tarzları vb. daha pek çok alanda sayılacak özellikleri ile toplum içerisinde ön plandadırlar. Kimi zenginler popülerdir; kimi zenginler biraz gizli, açıkça ortada görülmekten pek hoşlanmayan, vakur; kimi zenginler de magazinsel yaşam tarzıyla hep gündemdedir. Bununla birlikte hayırseverlikleriyle tanınmış zenginlerin varlığı da küçümsenemez ölçüdedir. Bağış ve yardımlar kimi zaman çeşitli sosyo-kültürel faaliyetlerde kendini göstermektedir. Örneğin, yardım amaçlı düzenlenen etkinliklerde zenginlerin yüksek miktarlardaki bağışlarının gösterildiği TV programlarına şahit olmaktadır.

Peki hayırseverlik, zenginler için bir prestij ve statü göstergesi midir? Bağış ve yardım yapmak aile itibarını güçlendirir mi? Eğer cevabımız evet olarsa bu durumda hayırsever olmak zenginler için daha da önemli olacaktır. Bu bölümde hayırsever olmakla aile itibarının ve konumunun güçlenip güçlenmediğini görmek, bir başka deyişle bağışçı-hayırsever zenginlik ile statü ve prestij ilişkisini ortaya koymak amacıyla görüşmecilere bağış ile aile itibarının ve konumunun güçlenip, güçlenmediği sorusu yöneltilmiştir.

Görüşmecilerden gelen yanıtlar, yaklaşık %65 civarında “evet”, geriye kalan kısım ise “hayır” şeklindedir. Bu da bize hayırseverliğin zenginler için bir prestij ve statü göstergesi olup olmadığı konusunda daha net bir ayırım yapma imkânı tanımamaktadır. Konuyu dindarlık seviyesi bakımından değerlendirdiğimizde ise durum biraz daha netlik kazanmaktadır. Çünkü kendilerini dindar veya çok dindar olarak tanıtan görüşmeciler hayırseverlik ile ailenin toplumsal konum ve itibarının güçlenmesi arasında bir ilişki kurmadıkları görülmüştür. Bunun önemli gerekçesi olarak “dinî sorumluluk” ve “İlahi emrin yerine getirilmesi” şeklinde hususlar öne sürülmüştür.

Bağışlarımızı itibar veya herhangi bir konum için yapmıyoruz. Bağış insanların ihtiyacını karşılamak ve Allah'ın rızasını kazanmak için yapılır. Ben de bu gaye ve maksatla yapmaktayım. Farklı düşünenler için de bir şey diyemem (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Hayır. Çünkü bağış ve yardımlarımı zenginliğin gerekçesi veya bir göstergesi olarak değil, Allah rızası ve dini yükümlülükleri yerine getirmek maksadıyla yapmaktayım (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuruyemiş Esnafı).

Hayır. Böyle bir düşünce insanı küçültür. Yaptığınız yardım ya da bağışın da faydası olmaz. Sırf zenginsiniz diye bağış yapmak itibar kazandırmaz; itibarsızlaştırır (G.12, E.40, Konya, Dış Ticaret).

Düşünmüyorum. Çünkü hayır hasenat işlerin prestiji olmaz; olamaz. Ama dış bakış nasıldır ona da bir şey diyemem (G.25, E.75, İstanbul, Tekstil/İnşaat/İthalat/İhracat).

Hayır, bence ilgisi yok. Yani neden itibarımız sırf buna bağlı olsun. Zaten olması da pek hoş görünmüyor kanımca. Zaten yardımdaki en büyük amaç ise fakiri görüp gözetmektir (G.29, E. 67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Hayırseverlik ile ailenin toplumsal saygınlığının güçleneceğini düşünen ve bu konuda bir ilişki olduğunu ifade eden görüşmecilerden kimileri bunun zenginliğin bir göstergesi olarak kabul edilebileceğini, kimileri böyle bir toplumsal saygınlığın kendiliğinden oluşan bir durum olduğunu, kimileri de iyi işler yapmanın toplum tarafından takdir edilmesinin bir sonucu olarak görmüştür.

Evet, uyandırıyor. Çünkü yardım yapmak, toplumsal ihtiyacı gidermek, bir yarayı tedavi etmek gibi bir şeydir. Gücünüz varsa bunu yapabilirsiniz. Yoksa yapamazsınız. Bu ise haliyle sizin toplumsal konunuza etki edecektir (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Toplumda hayırsever biri olarak tanınca haliyle toplumsal bakış bizde böyle bir duygu uyandırıyor. Bunu hissedebiliyoruz (G.20, E.45, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

O yönde bakmıyorum. Ama yardımseverliğiniz, cömertliğiniz toplumdaki insanlar arasında konuşuluyor. Öte yandan bağış yapınca insan kendini güçlü hissediyor. Bu iki şey yani kendini güçlü hissetmek ve insanlar tarafından söz edilmeniz, bence toplumsal konuma etki ediyor (G.18, E. 60, Konya, Gıda Sek.).

Tabi ki var. Her şeyden evvel bir toplumsal bakış var. Özellikle aile geleneğinden gelen böyle bir kültüre sahipseniz toplum içerisinde aileniz konuşulur, parmakla gösterilir. Bir de bu itibarın saygınlığın korunması da var. Devamlılık denen şeyden bahsediyorum. Devamı yoksa bu saygınlığın da devamı olmaz (G.17, E.68, Konya, Ambalaj Sanayi).

Evet, var. Her şeyden önce bu faaliyetlerimizle tanınan bir aileyiz. Bu da haliyle toplumsal bir saygınlığın oluşmasına etki ediyor (G. 32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Türkiye'nin her şehrinde mağazamız var. Çok geniş yerler ve kesimlere yardımlar yapıyoruz. Resmi kurumlar da bunlara dâhil. Sadece toplumsal değil aynı zamanda bürokratik bir saygınlığımız da var. Bu saygınlık haliyle toplumsal statü ve prestije olumlu katkı sağlıyor (G.41, E. 60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Hristiyan görüşmeciler içinde benzer durum söz konusudur. Bu görüşmeciler arasında da farklı düşünceler mevcuttur. İki görüşmeci hayırsever olmakla aile itibarının güçlenmesi arasında bir ilişki kurmamıştır. Diğer üç görüşmeci ise toplumsal saygınlığı kazanmak bakımından konuyla ilgili bir ilişki kurmuştur.

Hayır, düşünmüyorum. Bence ilgisi yok. Sonuçta salt yardım amaçlı olduğundan bunun ne gibi bir katkısı olabilir ki (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Manevi olarak düşünmüyorum. Ancak bazen çevresel faktörler nedeniyle yapılan bağışların görülmesi, duyulması veya medya organlarına yansımaları durumunda oradan görülmesi gibi durumlarda itibarımızın da güçlendiğini düşünüyorum. Bağışta bulunduğum bazı yerleri ziyarette gittiğim zamanlar orada karşılanışınız ve size olan tavırların oldukça iyi ve saygı duyulur şeklinde olduğunu görünce bu kanaat bende uyanıyor (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Evet, bence bir ilgisi var. Çünkü insanların sizle daha ilgili olduklarını görüyorsunuz. Bu ilgi ise size olan sevgi ve saygılarının artmasının bir sonucudur diye düşünüyorum. Bu ise saygınlık ve itibarın artmasına etki eden bir unsur (G.44, K.47, İstanbul, İç ve Dış Ticaret Sek.).

Sonuç olarak görüşmecilerin yaklaşık % 35’lik kısmı, toplumda bağışçı olarak tanınmanın aile itibarına olumlu katkısının olmadığını açık ve net bir şekilde ifade etmişlerdir. Yaklaşık %65’i ise hayırsever olmanın aile itibarı, ailenin toplumsal konum ve prestijine bir katkısının olduğunu düşünmektedir.

Ancak hayırsever olmakla aile itibarının ve sosyal konumun güçlenmediğini ifade eden görüşmecilerden bir kısmı, kendileri böyle düşünmedikleri halde, toplumun bakış açısından yani bir dış bakışla değerlendirdiklerinde böyle bir durumun varlığını da yadsımamaktadırlar. Bu grubu da göz önünde tuttuğumuzda zenginlerin hayırseverliklerinin toplum tarafından görülüp takdir edildiği, bunun da sosyal konuma etki ettiği ve böylece ailenin sosyal itibarının değer kazandığı söylenebilir.

4.8. Hayırseverliğin/Hayırseverlerin Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Yönleri

Hayırseverliğin sosyal, ekonomik ve siyasal faktörlere bağlı çeşitli bileşenlerinin olduğu bilinmektedir. Siyasi çıkar ve rant sağlama amaçlı siyasi bağlantılı hayırseverlik eğilimi, toplumsal statü ve mevkiinin sağlamlaştırılması, hayırseverlik üzerinden ekonomik kazanç sağlama gibi stratejik faktörler hayırseverliğin genelde bilmeyen, görünmeyen yüzü olarak ifade edilir.

Diğer yandan sosyal dayanışma ve yardımlaşma ruhunu pekiştirici yönüyle toplumsal sorunların çözümüne yönelik arayışlara katkı sağlayan hayırseverlik eyleminin desteklenmesi başta yoksulluk olmak üzere diğer pek çok sorunların çözümünde büyük katkılar sağlayacağı da açıkça görülmektedir.

4.8.1. Hayırseverlik Yurttaşlık Görevi midir?

Görüşmecilerin büyük çoğunluğu hayırseverliğin yurttaşlık görevi olduğu konusunda hem fikirdirler. Ancak başta iki Hristiyan görüşmeci olmak üzere az sayıda görüşmecinin konuya yaklaşımlarında bazı farklılıklar görülmüştür.

Sırf yurttaşlık görevinden hareketle bağış yapılmamalı, insanın içinden gelmeli (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Hayır, düşünmüyorum. Herkes bağış yapmalı diye bir zorunluluk olmamalı, bağış yapmak isteyen bağışını yapmalıdır. Görev ve sorumluluktan ziyade gönüllülüktür (G.35, K.35, Metal Hammadde Sek.).

Sadece yurttaşlık görevi olarak değerlendirmek doğru değil (G.28, E.57, İstanbul, Branda Üretim ve Dağıtım Sek.).

Hayır, bağış yapmak evrenseldir diye düşünüyorum. Bağış yaparken özellikle vatanıma, yurttaşıma ulaşsın diye düşüncem yok (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Öncelikle bu soruya bu şekilde cevap veren görüşmecilerin yurttaşlık görevi bakımından durumu zorunluluk gibi algıladıkları anlaşılmaktadır. Oysaki burada “zorunlu mudur” şeklinde bir soru kipi kullanılmamıştır. Elbette bağış yapmanın ilk ve belki de en önemli unsuru gönüllülüktür. Zira birine zoraki yardım etmenin adı bağış ve yardım olamaz. Ancak bu görüşmecilerin ifadelerini, yani hayırseverliği salt anlamda bir yurttaşlık görevi olarak görmemek bunun yurttaşlık görevi olmayacağı anlamına gelmeyeceği şeklinde de değerlendirebilir. Bu soruyu görüşmecilere sorma gayemizden biri de hayırseverlikle yurttaşlık bilinci arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymaktır. Zira görüşmecilerin çoğunun yardım etmenin yurttaşlık görevi olduğunu belirtmeleri bu olumlu ilgiyi ortaya koymuştur. Konuyla ilgili olarak dikkat çeken iki görüşme notundan örnek vermek yeterli olacaktır.

Mesela benim her zaman dikkatimi çeken bir husustur. Ayet ve hadislerdeki emir ve tavsiyeleri düşünürüm. “Allah akrabaya yardım etmeyi emreder”, “Komşusu açken tok yatan bizden değildir” gibi örnekleri ele alalım. Yardıma en yakınınızdan başlamanın bir anlamı olmalı. Yakını görmeyen uzağı da göremez. Yakının derdinden haberdar olmayan uzaktaki ile de dertleşemez. Akribanız, komşunuz, hemşeriniz, köylünüz, şehirliniz bize aslında önce ana yurdu hatırlatır. Yurdunla hem hal olmak yurttaşlıktır. İşte yine “yurtta sulh, cihanda sulh” içinde

böyle bakabiliriz. Yurdunda sulh olmayanın cihanda sulhta gözü ne gezer. Değil mi... (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Deprem olur herkes birbirine yardıma koşuşturmakla kalmaz. Mesela Van depreminde, Gölçük depreminde sadece oradaki yaşayan halk mı birbirilerine yardım ettiler. Hayır. Devletimiz başta olmak üzere pek çok zengin/varlıklı aileler hatta küçük büyük her türlü yardımda bulunmaya çalışan insanlarımız tarafından, bu ülkenin dört bir yanından yardımlar gönderildi. Bu vatandaşlık hissi, heyecanı, görgüsüdür (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Borusan Kocabıyık Vakfı Kurucu Başkanı Asım Kocabıyık ise TÜSEV'e verdiği bir röportajında şunları söylemektedir:

“Her iş adamını veya varlıklı kişileri, doğduğu, köklerinin bulunduğu yere kalkınma yardımı yapmaya çağırıyorum. Farklı alanlarda, farklı coğrafyalarda çalışabilirler ve lüzum gördükçe başka konuları destekleyebilirler ancak kendi memleketlerine yapacakları sosyal yatırımın uygulaması, takibi ve yönetimi kolay olduğu kadar faydalıdır da” (Kılıçalp, 2013: 36).

Yurttaşlık bilinci ve sorumluluğuyla ilgili olarak Nuri Has ise şunları aktarmıştır:

“Sadece çalışmak ve kazanmak yetmiyor; kazanmayı olduğu kadar, harcamayı ve paylaşmayı da bilmek gerekiyor. Çünkü insanoğlunun sadece kendisi için yaşamasının mümkün olmadığı bir gerçektir. Doğup büyüdüğümüz topraklara, bize çalışma ve kazanma imkânı sağlayan ülkemize borçlu olduğumuz da, unutulmaması ve göz ardı edilmemesi gereken bir zorunluluktur... Bağış, bir gönül işidir. Ailemizin reisi, Vakfımızın ve Üniversitemizin kurucusu, merhum Kadir Has'ın deyimiyle, 'ödenmesi gereken bir vatan borcu' dur, biz de bu ödevimizi yerine getirmeye çalışıyoruz” (Kılıçalp, 2013: 117-118).

Asım Kocabıyık ve Nuri Has'ın sözlerinden de anlaşılacağı üzere ülkeye, memlekete, yaşanılan yerlere yatırım yapmak, buradaki yatırımları desteklemek, yardım ve yatırımın ülke açısından önemini göstermektedir. Servetin kazanıldığı ülkeye borçlu olduğunun unutulmaması bir yurttaşlık bilinci ve görevidir.

Ülkemizde yurttaşlık bilincinin gücünü aldığı, beslendiği bazı dinî ve kültürel değerlerimiz vardır. Mesela aynı çevreyi paylaştığın, aynı toprak üzerinde yaşadığın insanları görüp gözetmeyi, akrabaya, komşuya ve yakın çevreye yardım etmeyi tavsiye eden din, bu yönüyle, inananlarına bir yurttaşlık bilincini aşılar. Hayır işlerinde olmak ve paylaşmak, yurttaşlık bilincini kuvvetlendirir. Bununla birlikte, sosyal sorumluluk da yurttaşlık bilinci ve görevinin önemli bileşenidir. Sorumluluk duygusu gelişmiş insanların toplumsal, fiziksel, çevresel sorunlara duyarsız kalması beklenemez.

4.8.2. Hayırseverliğin/Hayırseverlerin Toplumsal Sorunların Çözümüne Katkısı

Yardım etmek, birinin ihtiyacını karşılamak elbette bazı sorunların çözümünde faydalı olacak, katkı sağlayacaktır. Hayırseverlik yoluyla başta yoksulluk olmak üzere farklı toplumsal sorunların önüne geçilebileceği düşüncesinden hareketle görüşmecilere, hayırseverlikle çözümüne katkı sağlanabilecek yahut önlenebilecek muhtemel toplumsal sorunların neler olabileceği sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplardan bir kısmı şöyledir:

Yolsuzluk, hırsızlık, namussuzluk azalır. Kısacası yoksulluk her türlü kötülüğü yaptırır (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Mesela, bir kadın geldi. Para istedi, ben de “Sağlıklıysın halin yerinde dedim”. O da, “Evet ama ben işten, çalışmaktan anlamam, becerim değildir. Ben sadece ihtiyacım kadar yardım istiyorum. Aşırısına kaçmaz, hep dilenmem. Sizin dediğiniz kadar sağlıklı ve güçlü biri değilim. Yapabileceğim şey kendimden para kazanmak, hayat kadınlığı yapmaktır. Günahtan para kazanamam” dedi. Bu örneği daha öncede size arz etmiştim. Şimdi de şu nedenle söylüyorum. Hayırseverlikle yoksulluğun yanında hırsızlık, dilencilik, fuhuş ve hatta terör gibi sorunlar azaltılabilir, önlenir. Mesela fuhuş ve terörün suça yönelten ekonomik temeli var. İnsanlar para kazanmak için bu tür olumsuz faaliyetlere yönelebiliyorlar (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv/Tekstil/İnşaat Sek.).

İnsanlar arasındaki sınıf farklılıkları ortadan kalkar. Kardeşlik bağları güçlenir. Fakirlikten kaynaklanan ailevi ve sosyal sorunlar daha kolay çözülür (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Kardeşlik bağı güçlenir, terörizm sorunu çözülür. Yoksulluk biter. Hırsızlık biter. Yolsuzluk biter. Yolsuzluk, hırsızlık açıktan kaynaklanıyorsa biter. Ama tamahkârlıktan ise bitiremezsiniz. Tamahkâr daima ister. Onun sorunu açlık değil sürekli olsun, gelsin, bitmesin, tükenmesin sorunudur (G.20. E. 45, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Gelir adaletsizliği dünyanın ve ülkemizin en büyük sorunu. Her geçen yıl çok zenginle çok fakir arasındaki makas açılıyor. Devletler de yılsonunda şu kadar büyüdük diye insanları kandırıyor (G.26, E.37, Eğitim/Finans Sek.).

Yoksulluk başta olmak üzere hırsızlık, ahlaksızlık gibi sorunların çözümüne katkıda bulunur. Kadın ahlaksızlık, erkek hırsızlık yapabiliyor. Yine teröründe engellenebileceğini düşünüyorum. Parayı verenler bu insanları kullanabiliyorlar. İlâveten, kötü alışkanlıklar, esrar, alkol, sigara kullanımının da azalacağı kanaatindeyim (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

İşsizlik, hırsızlık ve hatta fuhuş gibi sorunların önüne geçilebilir (G.39, K.45, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Açlık, sefalet, yoksulluk ortadan kalkarsa zenginlere olan kin, nefret duygusu azalır. Kısacası “vandalizm” biter. Tok açın halinden anlamalı. Bu da zengin ile fakir arasındaki uçurumu azaltıp toplumsal barışa yol açar (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Eğitim imkânından yoksun olanlara yardım ederek eğitimlerine katkı sağlanabilir. Örneğin doğu bölgesinde kız çocuklarının eğitimleri ile ilgilenilebilir. Kimsesiz çocuklar ve yaşlılar için bakımevleri yaptırılarak onlara yardımcı olunabilir. Her türden Engelli sorunlarının çözümü için önemli katkı sağlar (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Görüşmeciler, hayırseverliğin yoksullukla birlikte fuhuş, hırsızlık, dilencilik gibi yokluk nedeniyle insanı suça yönelten sorunlar ile terör, göç, zengin-fakir arasındaki sosyo-ekonomik aralığın açılması, sınıfsal farklılıkların kalkması vb. çoğu problemlerin çözümünde önemli rol oynayacağını belirtmektedir.

Mutlak, göreceli, kırsal, kentsel, eski, yeni, konjonktürel-tesadüfi, yapısal vb. pek çok türü ve şekliyle yoksulluk hemen hemen tüm dünya ülkelerinin karşı karşıya kaldığı evrensel bir sorundur. Yoksulluk, özellikle üçüncü dünya ülkeleri diye tabir edilen az gelişmiş ve gelişmemiş, fakir ve (çoğu, bugün bile sömürü ülkesi olan) dışa bağımlı ülkelerde daha çok görülen ve derinden hissedilen bir sorundur (Bkz. Aytaç, 2013a; Açıkgöz, 2013a; Giddens, 2012; Singer, 2012). Afrika'nın oldukça büyük kısmı, Asya'nın güney, orta ve doğu bölgelerinden bir kısmı, Kuzey Amerika'nın güney bölümü ile Güney Amerika'nın büyük bir bölümü yoksulluğun küresel haritasında yer alır.

Günümüz dünyasında kötünden kötüye kendini fazlaca gösteren yoksulluk türlerinden biri de kent yoksulluğu ve kent yoksullarıdır. Kent yoksullarının yaşadıkları tek sıkıntı yoksullukları da değildir. Kentteki zengin ve orta kesimin varlığı, kent mekânlarının sosyal katmanlaşmaya göre dizayn edilmesi, sosyal ve fiziki yaşam alanlarının ayrımlaştırılması, sınıf-altı konumları nedeniyle sosyal ve mekânsal dışlanmaya maruz kalmaları gibi sorunlarla da karşı karşıya kalan kentsel yoksullar, yoksulluğun bir başka şeklidir (Işık ve Pınarcıoğlu, 2015; Aytaç, 2013b; Mingione, 2013; Giddens, 2012).

Yoksullukları nedeniyle sınıfsal ve toplumsal dışlanmaya maruz kalan yoksullar mekânda da dışlanarak damgalanmaktadır. Maddi imkânsızlıklardan dolayı kentin cılız, şaşıksız, gösterişsiz yerlerinde yaşamak beraberinde onları farklı farklı suç türlerine yöneltmektedir. Fuhuş, hırsızlık, dilencilik bunlardan bazılarıdır (Aytaç, 2013b: 78). Yoksulluk, iç savaş, terör, deprem, sel, erozyon gibi olumsuz fiziki çevre şartları, kabile ve akraba içi düşmanlıklar vb. sebeplerle yer değiştirmek zorunda kalan ve gittiği yerde hayati değerdeki bazı sosyal ve siyasal haklardan mahrum kalan kesimler olarak göçmenler ve mülteciler de önemli sosyal sorunlardan biridir. Dünyanın hemen hemen

her ülkesinde görülen terörizm ve terör faaliyetleri ülkemizin de muzdarip olduğu sorunlardan biridir. Terör faaliyetleri iç ve dış kaynaklı çeşitli politik, ekonomik ve sosyal unsurlarca desteklenmektedir. Bu da terör ve terörle bağlantılı sorunların çözümünü zora sokmaktadır. Göçmenlere, mültecilere ve terör kaynaklı çeşitli sorunlara ve bunlardan muzdarip insanlara yardım eli uzatmak, onların sorunlarının azaltılmasına etki edecektir.

Toplumsal kalkınmanın itici gücü, demokrasinin temeli ve bir toplumun gelişmişlik derecesinin bir göstergesi olarak eğitim de hayırsever faaliyetlerle desteklenerek daha da güçlendirilebilir. Çocukların ve gençlerin eğitime ulaşmalarının kolaylaştırılması ve kaliteli eğitim almalarının sağlanmasında yardımların ve desteklerin yeri ve önemi büyüktür.

Gençlerin toplumsal sorunlara duyarlılıklarının artırılması, dikkatlerinin çekilmesi bakımından sosyal sorumluluk projelerinde yer almaları önemlidir. Eğitim ve gençler konusuna önem verilmesi gerektiğini belirten Sosyal ve Ekonomik Yaşamda Nitelikli Değişim ve Gelişime Destek Derneği Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Betil konuyla ilgili olarak şunları söylemektedir:

“Değişim gençlerden başlayarak topluma nüfuz ediyor. Gençler sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer alarak önce kendileri bir değişim sürecinden geçiyor, sonra bulundukları yeri dönüştürüyorlar. Toplum gönüllüsü gençlerin TOG’da geçirdikleri zamanın etkisiyle nasıl ilerlemeler kaydettiklerini yaptığımız izleme değerlendirme çalışmaları ile de tespit ettik. Gençlerdeki özgüven artışı, sosyal sorumluluk bilinci, kendini ifade edebilme becerisi buradaki deneyimleri sayesinde çok büyük gelişme gösteriyor” (Kılıçalp, 2013: 76).

Toplumsal sorunlara duyarlılık ve çözüm arayışları konusunda Güler Sabancı ise şöyle düşünmektedir:

“Günümüzde gerek kendi toplumumuzun, gerekse dünyanın baş etmek zorunda olduğu çok çeşitli ve hayati toplumsal sorunlar var. Bu konuda sivil toplum, iş dünyası ve kamu kurumları olmak üzere hepimize çok büyük sorumluluk düşüyor. Hep birlikte ülkemizin sosyal ve toplumsal sorunlarına eğilmeli, bu sorunları çözmek için yaklaşımlar ve öneriler geliştirmeliyiz. İşbirliği, paylaşım ve dayanışma ile toplumsal gelişmenin mümkün olduğunu gösterebilmeliyiz” (Kılıçalp, 2013: 61).

Görüşmeci notlarından da anlaşılabacağı üzere hem ülkemizin hem de dünyanın baş etmek zorunda kaldığı sorunlar, sivil toplum örgütleri, iş dünyası ve kamu kurumlarının elbirliği ile koordineli çalışmaları ve hayırsever ilgi ve eğilimlerin neticesinde önemli ölçüde çözülebileceği anlaşılmaktadır. Bu bakımdan zenginlerin maddi ve manevi katkıları önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Diyarbakır ilinde yeni zenginlerin yoksullarla ilgili yardımlarını da konu alan çalışmasında Gürhan (2015: 330-335) yeni zenginlerin yoksullara gösterdikleri ilgi ve eğilimin olumlu yönünden bahseder. Bu araştırmada, zengin bireylerin, zenginliklerini sadece kendileri için değil aynı zamanda toplumun faydasına özellikle yoksul kesimin ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik kullandıkları, dolayısıyla yoksullara ilgi gösterdikleri ortaya konmuştur. Buradan da anlaşıyor ki yoksulluk ve yoksullar hayırsever ilginin birincil unsuru olmaktadır.

4.8.3. Hayırseverliğin Sosyal Adaletle İlişkisi

Sosyal adalet genel anlamıyla, ekonomik olarak zayıf grupların veya sosyal sınıfların güçlü olan grup ya da sosyal sınıfa karşı korunması veya gruplar ve sınıflar arası eşitsizlik ve dengesizliğin asgariye indirgenmesi yönünde yapılan uygulamaların tümü olarak tanımlanabilir. Sosyal adalet, güçlü ile güçsüz, yoksul ile zengin, yönetenler ile yönetilenler arasındaki eşitsiz güç ve fırsat dağılımının karşısında durmaktır.

Bu nedenle yoksul ve zengin arasındaki farkın azaltılması, sosyal adaletin sağlanması adına hayırseverlik, zenginlerin kazanım ve servetlerinin bir kısmından feragat ederek aslında bir anlamıyla varlıklarını borçlu oldukları ihtiyaç sahibi, yardım ve bakıma muhtaç olanlara ya da daha iyi bir eğitim, çalışma ve sağlıklı yaşama olanağı bulmak isteyenlere yardımcı olmak bakımından önemli bir görevdir.

Bağış ve yardımları, toplumsal dengenin korunması bakımından önemli görüyorum. Ekonomik dengesizliğin giderilmesi de eşitlik adına önemli bir adımdır (G.8, K.52, Malatya, İnşaat/Otomotiv Sek.).

Sosyal adalet ve sosyal eşitlik sınıf farklılıkları arasındaki uçurumu azaltır. Bu yönüyle bağış ve yardımların buna büyük ve katkısının olacağını düşünüyorum (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Sosyal adaleti bağışlarla sağlayamayız. Çözüm çok daha keskin olmalı. Üretenin yöneten olması gerekir (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Elimde olsaydı zenginden alıp fakire vererek sosyal eşitlik ve sosyal adaleti sağlamaya çalışırdım. Ancak bu pek mümkün değil. Ortada emek olmalı. Emek olmadan kazanılan şey de zaten adaletsizlik oluyor (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Bence olmaz, gerçek bir eşitlik böyle sağlanmaz. Çünkü bu devlet destekli özel girişimlerin topyekûn harekete geçirilmesini zorunlu kılar. Bununda mümkünlik derecesi ortada (G.38, E.53, İstanbul, İnşaat/Otomotiv/Tekstil Sek.).

Yapılan bağışlarla sosyal eşitlik ve sosyal adalet yakalanmaya çalışılabilir. Ancak kesin bir başarı sağlanabileceği konusunda kaygılarım var. Zor görünüyor (G.44, K.47, İstanbul, İç ve Dış Ticaret Sek.).

Aç olana bir dilim ekmek, çıplak olana da yırtık elbise vermekle yardım olmaz, eşitlik olmaz (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Görüşmecilerin sosyal adalet konusundaki düşünce ve görüşlerinin sosyal adalet kavramının bilimsel anlatımıyla aşağı yukarı örtüştüğü görülmektedir. Bu da sosyal adalet ile ilgili bir bilinçlilik düzeyinin olduğuna işaret eder ki, zenginlerin böyle düşünceleri ve sosyal adalet için hayırsever aktivitelerde bulunmaları, toplumun iyiliği, refahı için çaba sarf etmeleri, toplumsal yardımlaşma, dayanışma ve bütünleşme adına önemli bir adımdır.

Barış için Müzik Vakfı Kurucu ve Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Selim Baki sosyal adalet ve hayırseverlik ilişkisine şu anlamlı sözleriyle vurgu yapmaktadır:

“Vicdan diye bir şey varsa insanların adalet sağlamak için bir şeyler yapması lazım. En büyük güvenlik adaleti sağlamaktır. Herkes bir şey yaparsa dünya değişir. Böyle bir girişim çocuklarınıza bir apartman bırakmaktan çok daha değerlidir” (Kılıçalp, 2013: 109).

Sosyal adaletin toplumsal anlamda en önemli getirisi eşitliktir. Eşitlik, bir terazinin iki ucunun birbirine denk gelmesi olarak değil, eşitliği bozan aralığın, sığınan daha fazla açılmaması ve hep bir yöne doğru ağır basmaması anlamında düşünülmelidir. Toplumdaki bireyler hiçbir zaman birbiriyle denk olmayacaktır. Bir toplumda farklı değer ve derecelerde olan insanlar ve gruplar olacaktır. Zengin de olacaktır. Bir zenginin sahip olduğu varlık kadar varlığa sahip olamayanlar da olacaktır. Toplumsal anlamda sosyal adalet ve eşitlik, daha fazla güç, varlık ve servet sahiplerinin diğerlerini yok saymadan, dışlamadan ve bir anlamda kendi varlıklarının bir parçası olduklarının bilincinde olarak onların sorunlarının çözümüne kayıtsız kalmamak ve her türlü yardım ve faydayı sağlamak adına güç ve enerjilerini harcamaktır.

4.8.4. Hayırseverliğin Toplumsal Statü ve Konumun Güçlenmesine Etkisi

Bağışların, zenginlerin toplum içindeki statülerini arttırmakta bir faktör olup olmadığının tespitine yönelik olarak görüşmecilere “hayırseverlik ile toplumsal statü ve toplumda tanınan biri olma” arasında bir ilişkinin var olup olmadığı sorulmuştur. Alınan yanıtlar ise şöyledir:

Taninan bir şahsiyet oluyorsunuz evet. Statünün sağlamlaşması ise bir anlamda, bir yere kadar kabul edilebilir. Fakat burada daimi değilsiniz. Kazanamaz, olur da bir gün zenginliğinizi kaybedersiniz, konumunuzu da yitirmiş olursunuz (G.17, E.68, Konya, Ambalaj Sanayi).

Özellikle bir statü veya konumumuz olsun beklentisinde değiliz. Ama yardımlarımız dolayısıyla ister istemez tanınan bir şahsiyet oluyorsunuz. Hayırsever kişiler olarak anılmak, tanınmak bu anlamda güzel bir duygu. Ama dediğim gibi sırf tanınmış olalım ya da bir konumumuz olsun diye bir hevesle hayırseverlik yapmıyoruz (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Bağış yaptığımız tabi ki biliniyor. Zekât, fitre, sadaka dışında bağışlarımız da var. Mesela cami, vakıf, hastane, Kur'an kursu, okul gibi yer ve kurumlara ihtiyaçlarını karşılamak üzere kendi imkân dâhilimizde yardımda bulunuyoruz. Bu nedenle de tanınıyorsunuz. Ancak bunun statü veya mevkiinin sağlamlaşması anlamda ele aldığımızda işte buna pek katılmıyorum (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Hayır, benim için böyle bir etkisi yok, ama çevremde etkili olan kişileri görüyor, tanıyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Hayır, yok. Bunu da doğru bulmuyorum. Statü için bağış yapmak insanın kendini kandırmasıdır (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Görüşmecilerin yarısından fazlası (yaklaşık %80'i) hayırsever olmanın toplumun nazarında tanınmaya neden olduğu, bunun da toplumsal statünün sağlamlaşmasına otomatikman yansıdığı şeklinde görüş bildirmiştir. Geriye kalan görüşmeciler ise hayırseverliğin statü, itibar, konum, tanınma gibi amaçlarla yapılmasının doğru olamayacağını bu nedenle de hayırseverliğin statü ve mevkide herhangi bir katkısının veya etkisinin olmayacağını düşünmektedir.

Zenginlerin bağışları genellikle toplumca bilinmekte veya görülmektedir. Bu da onların toplum içinde tanınan şahsiyetler olmasına ve bu nedenle toplumsal statülerinin de iyiden iyi sağlamlaşmasına neden olmaktadır. Zenginler, sadece varlıkları ve sermayeleri dolayısıyla değil, aynı zamanda bağış ve yardımlarıyla da öne çıkarak toplumun tanınan şahsiyetleri olarak rollerini devam ettirmektedirler. Hayırsever zengin olarak tanınmak, ahlaki değerler açısından da önemlidir. Çünkü bu, zenginin, toplumun gözünde erdemliliğine, toplumca benimsenen ve sevilen bir şahsiyet olmasına olumlu katkı sağlayacaktır. Zengin açısından ise insani değerlere daha çok sahip olmak ve bu erdemliliğin ağırlığını taşıma onur ve gururunu verecektir.

4.8.5. Hayırseverlerin Siyasi Konum ve Beklentileri

Araştırmanın bu bölümünde görüşmecilerin siyasi ilgi ve beklentilerinin hayırseverlikle ilişkisini tespit etmek amacı güdülenmiştir. Çünkü zenginlerin önemli bir kısmı aynı zamanda siyasi arenada kendilerini göstermekte; siyasi parti üyeliği, milletvekilliği, yerel yönetimler ile parti yönetimi kadrolarında yer almaktadırlar.

Araştırmada, örnekleme dâhil olan kişilerin herhangi bir siyasi bağlantı, konum veya rollerinin olup olmadığını tespiti amacı ile görüşmecilere iki soru yöneltilmiştir. İlk olarak görüşmecilerin siyasi bağlantı ve konumlarının olup olmadığı; ikinci olarak, bağış yapmalarının herhangi bir siyasi beklentiyle ilgisinin olup olmadığı tespit edilmek istenmiştir. Malatya'dan bir, Konya'dan iki ve İstanbul'dan dört olmak üzere yedi görüşmecinin siyasi konum ve bağlantısı vardır. Siyasi konum ve bağlantıları olan görüşmeciler bağışlarının herhangi bir siyasi beklentiyle ilişkili olmadığını, ancak başkaları için aynı şeyi söyleyemeyeceklerini ifade etmişlerdir.

Bir siyasi partinin il yönetimindeyim. Bağışlarımın siyasi bir beklenti veya amaç ile ilişkisi yoktur; olmaz da. Belki bunu gösteriş amaçlı kullananlar olabilir ama şükür benim ve ailemin böyle bir durumu söz konusu değil (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Bir siyasi partinin merkez il ve ilçe teşkilatlarında zamanında görevlerim oldu. Şimdi resmi olarak bir siyasi görevim yok. Ama bağlantılarım devam etmektedir. Sık sık ziyaret eder, hal hatır sorar, parti çalışmaları ve faaliyetleri ile de dışardan da olsa ilgilenirim. Bağışla siyasi ilgi konusuna gelince, böyle bir durumum söz konusu değildir. Olan var mı, yok mu diye sorarsanız bu konuda da yorumsuz kalayım bu da kısmen bir cevaptır sanırım (G.9, E.55, Malatya, Gıda/İnşaat Sek.).

İki yıl önce bir partinin ilçe teşkilatında üyeliğim vardı. Ancak şimdi siyasi bir konumum yok. Sadece bağlantım devam ediyor diyeyim. Şahsım adına bağışlarımın siyasi bir beklentiyle ilgisi olmadığını söyleyebilirim. Ancak başkaları için aynı şeyi söyleyemem. Çünkü şahit olduğum, bildiğim bazı örnekler oldu (G.25, E.75, İstanbul, Tekstil/İnşaat/İthalat/İhracat Sek.).

Siyasi konum ve bağlantısı olmayan görüşmecilerin yarısından fazlası ise bağışlarla siyasi beklenti arasında bir ilişki kurmaktadır. Bu ilişki kendileri için değil başkaları adınadır.

Siyasi konumum veya bağlantım yoktur. Bağışlarımın siyasi ilgisi de yoktur. Ancak başkaları adına aynı şeyi söyleyemem (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Bağışlarımızın tek amacı var o da Allah rızasıdır. Onun dışında bir ilgi, alaka bizim işimiz değildir. Siyasi amaçla bağış yapan varsa da kınarım. Allaha korkmak lazım (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Siyasi bağlantım yok. Siyasi amaçlı bir hayırseverlik anlayışım da yoktur. Ancak genel anlamda konuşacak olursak, bağışların kısmen de olsa iyi niyetler ve ya sırf

Allah rızası veya toplumsal amaç ve gaye ile gerçekleştirildiğini düşünmüyorum. Siyaset öyle bir alan ki buna bulaşıp bundan nemalanmayan olamaz. Olamaz derken genelleme yapmayayım. Ama bir şekilde bazıları siyaseti yol bulma, yolunu bulma, iş götürme yeri gibi görenler var. Bu, sadece ülkemize mahsus bir şey değil, dünyanın düzeni böyle, her yerde var (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Görüşmeciler, kısaca, dinî, vicdani ve gönüllük menşei hayırseverlik ile sosyal sorumluluk, sosyal adalet ve eşitlik gibi sosyal referanslı hayırseverlik esaslarına dayalı olarak bağışta bulunduklarını, bunun da siyasi bir beklentiyle yapılmadığını belirtmişlerdir. Bulgulara göre görüşmecilerin bağışlarının siyasi beklenti veya ilgiden uzak olduğu anlaşılmaktadır. Ancak görüşmecilerin başkalarının bağışları ile ilgili aynı şeyi söyleyemeyeceklerini belirtmeleri de ilginçtir. Görüşmecilerin çoğu, kendileri için değilse de bildikleri, şahit oldukları bazı durumları örnek göstererek çevrelerindeki zengin kişilerin hayırsever eylemlerinin siyasi bağlantısı olduğunu vurgulamışlardır. Bu durumda, görüşmecilerin bakış açısına göre hayırsever eylemlerin bir kısmının siyasi beklentiyle ilişkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu ilişki ise kimi zaman siyasi bağlantı üzerinden çeşitli çıkarlar elde etmeye yönelik bir amaca hizmet etmektedir.

Dünyanın zenginlere göre yapılandırıldığı, sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda söz sahibi oldukları, ülkelerin, toplumların ve devletlerin geleceğine yön verdikleri çoğu bilim insanı ve teorisyenlerce vurgulanmaktadır. Özellikle ülkemizde zenginlerin ve zenginliğin kültürel ve siyasi formasyonunu betimlemeye çalışan eserlerde zenginlik ve siyasi ilişkiyi görmek mümkün. Örneğin; Şerif Mardin, *Türk Modernleşmesi* (2017) isimli eserinde, Türkiye toplumunda Tanzimat'tan buyana hala hâkim olan zenginlik ve burjuvazi tahayyülü, edinilen servetlerin vurguncu veya gayrimeşru kaynakları ile ve gösterişçi tüketim, israf ve zenginlik temasını anlatmaktadır ki bunu, zenginlerin hayırseverlik ve sosyal sorumluluk ile olan meşguliyetini de bu imgeye karşı bir meşrulaştırma arayışı olarak görebiliriz.

İlhan'ın (2013: 203), Elâzığ ili özelinde gerçekleştirdiği kent yoksullarıyla ilgili araştırmasında (*Kentsel Yoksulluğun Anlam Dünyası*) yoksulların gözünde zenginlerin, istismar, fırsatçılık, sömürü gibi gayri meşru yollardan zenginleştiklerine dair bulgular da zenginlerin kazanım ve servetlerine dair dış bakışın pek de olumlu olmadığına işaret etmektedir.

Özellikle son elli yılda her siyasi dönemin ve partilerin yarattıkları veya bu dönemlerde servetlerine servet katarak daha da zenginleşen zenginlerin varlığına tanıklık edilmekte. CHP, ANAP, REFAHYOL ve son olarak AKP dönemi yılları

zenginlerin siyasi platformu kullanarak zenginliklerini nasıl devam ettirdikleri ve onların siyasal ilişkilerine dair bilgiler görsel ve yazınsal basında yer almakla birlikte bazı akademik çalışmalarda da kaleme alınmaktadır.

4.8.6. Bağışlara Bağımlılık Gösteren Kesimlerin Varlığı

Bağış ve yardımlar her ne kadar olumsuz durumları bertaraf etmek ve insan iyiliği için yapılıyor olsa da bazen beklenilenin veya düşünülenin dışında istenmedik sonuçlar da doğurabilir. İşte bu olası sonuçlardan biri de bağışlara bel bağlayan, bağımlılık gösteren ve hayatını salt bağışlar üzerinden idame ettiren bir grup veya kesimin varlığıdır. Bu olgunun görüşmecilerin bakış açısından nasıl olduğunu görmek amacıyla görüşmecilerin düşünce ve fikirlerine müracaat edilmiştir. Konuyla ilgili düşünceler şöyledir:

Evet, öyle bir kanaatim var. Böyle bir yaşamı benimsemiş kişi ve kesimler var. Çoğu, devlete, vakıflara, derneklere sırtını dayamış. Yaşantısını, kendi kazancını elde etmek, sağlamak yerine bağışlara bel bağlamışlar var. Bunun önlenmesi için de gelir tespiti yapılarak ihtiyaç sahiplerinin belirlenmesi gerekiyor. Yeşil kartlı olup ta Mercedeslere binen insanları gördük haber programlarında. Burada da benzer durumlarla karşılaşyoruz. Adamın kayısı, elma bahçesi var öte yandan fakirlik belgesi de var. Trajikomik durum. Ama maalesef var (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Elbette var. Özellikle dilencileri bu gruba örnek verebilirim. İmkân sahibi olmalarına rağmen dilenciliğe devam ederler. Hatta dilenme kültürünün yaygın olduğu yerler, yerleşim alanları var. Mesela Adana'da böyle bir köy vardır. Orada dilenmeyen erkeğe kız vermezler (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Hayatını oradan şuradan çeşitli yardımlar alarak devam ettirenler biliyorum. Çalışarak kazanmama gerek yok demek veya böyle düşünmek emek, iş, güç sarf etmeden hayatı geçirmek gibi bir anlayışa sebep oluyor. Dilenciler ise bunu yaşam tarzı edinmişler (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Konya'dan bir görüşmeci konuya dinî bağlamda yaklaşarak, böyle bir ilginin olmadığını ifade etmiştir.

Hayır, mümkün değil. Böyle bir soruya evet demek İslam'ın zekât ve sadaka müessesini küçümsemek demektir (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Bu görüşmecinin konuyu geniş bir perspektiften değerlendirmedeğini söyleyebiliriz. Zekâtın bağışlara bağımlılığı artırıcı unsuru olamayacağı gibi yılda bir defaya mahsus verilmesi nedeniyle bağışsal bağımlılık yaratması da çok güçtür. Zekâtla geçinmeye çalışan kişi ya da kişilerin bir yıl beklemesi gerekiyor. Bir yıl beklemekle bağımlılık arasında ilişki kurabilmek ise zordur.

Bağışlara bağımlılık gösteren kesimlerin desteklenip desteklenmemesi hususu sosyal adalet perspektifinden pek çok görüş tarafından ele alınmıştır. Örneğin liberaller ve muhafazakârlar, yoksulların sürekli, kamu ve özel girişimler ile desteklenmesinin bir tembeller ve beceriksizler grubu yaratacağını ve dolayısıyla toplumun tembelliğe itilmiş olacağını düşünmektedirler. Onlara göre hayat bir yarış gibidir ve bu yarışta yavaş koşan kadar hızlı koşan da olacaktır. Yavaş koşanların desteklenmesi hızlı koşanlar için engel ve onların bir nevi cezalandırılması gibi bir durumdur. Sosyal demokratlar ve modern liberallere göre ise yoksulluk sorunu kişilerin tembelliği veya yeteneksizliğinden değil, toplumsal ve ekonomik düzenlemelerin eksikliği nedeniyle toplumun sahip olduğu nimet ve külfetlerin eşitsiz dağılımından kaynaklanmaktadır. Onlar, eşitsizlikler nedeniyle sürekli birilerinin kazandığı ve büyük çoğunluğunun ise kaybettiği bir hayat yarışını kabul etmemektedirler. Adil bir yarış için eşit koşulların oluşturulması gereklidir. Her toplumda zengin ve fakirlerin olması normal bir durum olmasına karşın zengin sayısının az, fakir sayısının fazla olması her iki grup arasında toplumsal kaynaklara sahip olma açısından büyük fark yaratmaktadır (Baştaymaz, 2016: 52-54). Bu farkın azaltılması dezavantajlı gruba imkân ve şans tanınmasıyla mümkün olacağından sosyal adalet yoksullar için daha da önemli olmaktadır.

Açıkgöz’ün (2013a: 234) araştırmasının “yardımların olumsuz etkileri” başlığında yardım kuruluşları çalışanlarının yardımların toplumsal sahaya yönelik olası olumsuz etki ve sonuçlarıyla ilgili elde edilen bulgularda olumsuz etkilerinin olmadığı düşüncesinde olanlar (%51,6) ile olumsuz etkilerinin olduğu düşüncesinde olanlar (%48,4) bir birine oldukça yakın oranlara sahiptir. Açıkgöz’ün araştırmasında yardımların olumsuz etkilerinin olduğunu düşünenlerin içerisinde bulunanların yarısında (%24, 2) yardımlara bağımlılık meydana getirdiği düşüncesi hâkimdir. Diğer olumsuz etkiler olarak ise istismarcılığa ve suiistimale neden olduğu (%11,3) ve insanları tembelliğe ittiği (%4,8) şeklindedir.

İstismarcılık, tembelliğe itme gibi unsurlar da aslında bir anlamda bağışlara bel bağlanmasının, bağımlılık gösterilmesinin bileşenleri olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamıyla bakıldığında her iki araştırmadaki katılımcıların benzer ifadelerinden hareketle bağış ve yardımların toplumda bazı insanların veya kesimlerin bağışlara bağımlılık gösterdikleri, bunun sonucunda, toplumda bağışlara bağımlılık gösteren, bel bağlayan bir kesimin var olduğu anlaşılmaktadır.

Görüşmecilerden bir kısmı dilencililiği ve dilencileri başlılara bel bağlayan kesim olarak göstermişlerdir. Bu kesimleri, bazı çingene toplulukları, özellikle kentlerde sınıfsal dışlanmanın yarattığı sosyal ve ekonomik dezavantajlılığın etkisiyle kentlerin varoş semtleri, gettoları denilen mekânlara itilmiş yoksulların bir kısmı şeklinde çoğaltabiliriz.

Ülkemizde yoksullar “...gecekonduya yaşayanlar, evsizler, göçmenler, sokak çocukları, sokak satıcıları, işsizler/eğitilmiş işsizler, geçici işçiler vs. oldukça kitlesel rakamlara tekabül etmekte, kentlerde yoğunlaşmakta, protest hareketlerde görünmekte, kentin enformel ve illegale havuzunu genişletici bir etken/aktör olarak öne çıkmaktadırlar” (Aytaç, 2013a: 14).

Kapitalist tüketimci toplumda yoksulluk sadece ekonomik faktörlerin bir sonucu olarak değil, göçler, yerel ve bölgesel istihdamdaki daralmalar ve buna bağlı işsizlik, savaşlar, iç çatışmalar, kuraklık ve gıda krizleri, eğitimsizlik ve kapasite yoksunluğu gibi unsurlara bağlı olarak karmaşık ve çok boyutlu bir sorun yumağı haline gelmektedir. Yoksullukla mücadele çabaları ise, yoksulların ve yoksulluğun giderek artan ivmesine etki edememekte, aksine, başlı ve yardımlara bağımlılık yoksulluğun derinleştiği bir düzenin kurumsallaşması sonucunu doğurmaktadır. Günümüz yoksulları, yoksulluğu maddi ve fiziksel olarak deneyimlemelerinin ötesinde ayrımcılık, dışlanma, damgalanma gibi farklı türden dezavantajların ağır yükünü yüklenmektedirler (Aytaç, 2013a: 13-14).

Yoksulların böylesi sosyal, kültürel, ekonomik ve sınıfsal olumsuz etkilerin tazyikine maruz kalmaları, kısacası, her anlamda kendileri için zora girmiş olan hayat şartları nedeniyle yardımlara el avuç açıp oraya dayanmaları ve çaresizlik, bu eylemi (yardımlara bel bağlamak) makul gösterebilir. Diğer yandan yoksulların mevcut durum ve halleri, onların toplum dışına itilmelerine sebep olanın faili olarak diğer kesimlerin neden olduğu/yarattığı bir olgu olarak düşünmekte gerekir.

4.9. Hayırseverliğin Dinî Boyutu ve Dinî Saikle İlişkisi

İnsanın sosyal, kültürel, ekonomik yaşamının yanı sıra dinî yaşam, inanç ve ibadetlerinin de topyekûn bir yaşam tarzını meydana getirdiği ve her birinin bir diğerini etkilediği reddedilemez bir gerçekliktir. Gündelik yaşam içerisinde dinî inanç ve tutumlar, bireylerin sosyal eylemlerinin kimi zaman belirleyicisi, kimi zaman

yönlendiricisidirler. Hatta sadece eylemlerinin değil, aynı zamanda onların oluşmasına zemin hazırlayan algı ve düşüncelerin de etkileyicisidirler.

İnançlı insanlar için inandıkları dinin kendilerine sunduğu öğretilere göre hareket etmeleri beklenir bir davranıştır. Tek tanrılı dinler, çok tanrılı ya da hümanist dinî öğretilerde ihtiyaç sahibine yardım eli uzatmak konusunda hep teşvik edici hükümler/unsurlar genellikle ön plana çıkmaktadır. Bilhassa İslam dininde dinî öğretinin bireye yüklediği görev ve sorumluluklar, dayanışma ve yardımlaşmayı temel ahlaki ilke kılmaktadır. İslam, yardımlaşma ilkesini hayatın merkezine yerleştirmiş ve yardımlaşmayı sosyal hayatın işlerliğini ve devamlılığını sağlamak adına dinî ve ahlaki bir görev saymıştır (Kıyak, 2017: 2500).

Dinî bir emir ve öğreti olarak yardımlaşmanın bu bakımdan inanan birey için bir yükümlülük olduğu anlaşılmaktadır. Bu da hayırseverlik olgusunun dinle olan yakın irtibatını bizlere göstermektedir. Hayırseverlik kültürünün dayandığı veya ilişkili olduğu temel esaslardan biri olarak karşımıza çıkan din ve dinin yaşayıcısı konumunda olan kişilerin dini algılama ve yaşayış biçimleri ile bunu hayatlarına tatbik ettirmek konusundaki çaba ve hassasiyetleri araştırmamızın ilgilendiği konulardan biridir.

Bu bölümde hayırseverlik algı ve kültürünün dinî temellerine ilişkin esaslarını araştırmak ve buradaki ilgiyi ortaya koymak adına görüşmecilerin dinî yaşamları ve yardımları konusu ele alınmıştır. Görüşmecilere dinî inanç ve tutum bakımından kendilerini nasıl değerlendirdikleri, bağışta bulunmalarının dinî inanç ve tutumla olan ilişkisi, zekât, sadaka vb. yardımları, farklı dinî inanç veya mezhepte olan kişilere karşı tavır ve tutumları gibi konularla ilişkili bazı sorular yöneltilmiştir.

4.9.1. Görüşmecilerin Dindarlık Algı ve Durumları

Dindarlık, dinin nesnel boyutu ile insanın sübjektif özelliklerinin bir karışımıdır. Bunun yanı sıra insanın diğer kültürel özellikleri de devreye girerek dindarlığı şekillendirmekte önemli rol oynamaktadır. Kısaca formüle edecek olursak “insan, din, kültür” dindarlığın temel yapı taşları olarak karşımıza çıkmaktadır (Karaca, 2011: 78). Örneğin, kişisel çaba ve eylemler bireysel dindarlığımızın belirleyicisi iken, Türk Müslümanlığını Arap Müslümanlığından ayırt eden unsur ise kültürel farklılıktır. Bu farklılık dindarlığın şekillenmesinde rol oynayacaktır.

“Dindarlık bir kişinin mensubu olduğu dine ait inanç, ibadet ve sembollere ilişkin içten kabul, yoğunlaşma ve meşgul olma derecesi olarak tanımlanabilir. Dindar,

dininin inanç, ilke, pratik ve sembollerini içselleştirerek bunları tutum ve davranışlarına yansıtan insandır” (Kurt, 2008: 22).

Dindarlığın üç temel unsuru vardır: İlki, akıl gücünün ötesinde varlık algısı tanrı, ikincisi bu varlığı kabul ve tasdik eden insan, üçüncüsü ise inanılan varlığın istek ve tavsiyeleri sonucunda kişinin hayatını şekillendirmesiyle ortaya çıkan dinî hayattır (Karaca, 2011: 77). Öte yandan dindarlık algısı ve düzeyinin şekillenmeye başlamasında dinî hayatın ve dinî tecrübenin önemi çoktur ve hatta belirleyici unsurlardır denilebilir. Özellikle de din psikologları dinî hayat ve dinî tecrübe boyutlarının dindarlık algısı ve düzeyinin belirlenmesinde önemini vurgulamaktadırlar.

Din psikologları dinî hayat ve tecrübenin temel boyutlarını;

- Dinî İnanç Boyutu
- Dinî Duygu Boyutu
- Dinî Tecrübe Boyutu
- Dinî İbadet-Davranış Boyutu
- Dinî Bilgi Boyutu
- Dinin Etkileme Boyutu
- Entelektüel Etkiler Boyutu

şeklinde gruplandırarak bunların dindarlığın ve dindarlık düzeyinin oluşumuna olan etkisini irdelemişlerdir (Bkz. Glock, 1962: 273; Arslan, 2011: 41-44; Kayıklık, 2011: 73-75; Gürses, 2010: 23-31; Yaran, 2009: 17; Karaşahin, 2008: 200).

Bu bölümde araştırmaya katılan görüşmecilere öncelikle dinî inanç ve mezhepleri sorulmuş, ardından yukarıda verilen dindarlığın temel boyutları hakkında kısa bir bilgi verilerek buna göre “dinî inanç ve tutum bakımından bir değerlendirme yapmanızı istersek kendinizi nasıl değerlendirirsiniz?” şeklinde bir soru yöneltmiştir. Soruyu genel olarak “a- çok dindar, b- dindar, c- biraz dindar ve d- dindar değilim” şeklinde yanıtlamaları istenmiştir. Verilen yanıtlar doğrultusunda görüşmecilerin dinî inançları ile dindarlık düzeyi bakımından kendilerini değerlendirme durumları şöyledir:

Araştırmaya katılan görüşmecilerden ikisi kadın üçü erkek olmak üzere toplamda beşi Hristiyan olup İstanbul’dan katılan görüşmecilerdir. Sadece Malatya’dan üç erkek görüşmeci Alevi, geriye kalan kadın ve erkek görüşmecilerin çoğu ise Sünni’dir.

Malatya’daki kadın görüşmeciler kendilerini “dindar” olarak tanımlarken; İstanbul’daki Müslüman/Sünni kadınlardan biri kendini “dindar” ve diğeri ise “biraz

dindar” olarak tanımlamaktadır. Yine İstanbul’daki iki kadın Hristiyan görüşmeci de benzer şekilde kendini “dindar” ve “biraz dindar” olarak görmektedir. Erkek görüşmeci grubundakilerde ise kendilerini “dindar” olarak görenlerin oranı kendilerini “biraz dindar” olarak görenlere nazaran yüksektir. Bu oran Konya grubundaki görüşmecilerde daha da yüksektir. Kendilerini “biraz dindar” olarak tanımlayan İstanbul’daki erkek görüşmecilerin oranı diğer iki ile göre biraz daha yüksektir. Erkek görüşmeci grubundan kendilerini dindar görmeyenlerin sayıları ise eşittir. Yani her üç ilde de birer görüşmeci kendini “dindar değilim” şeklinde tanımlamıştır. Hristiyan erkek görüşmeci grubunda ise kendini “dindar” olarak görenlerin sayısı çoğunluktadır.

Netice itibariyle gerek Hristiyan gerekse Müslüman kadın ve erkek görüşmecilerin büyük çoğunluğu kendilerini dindar olarak değerlendirmektedirler. Şunu da belirtmek gerekir ki, buradaki amaç bir “dindarlık düzeyi ölçeği” değerlendirmesi yapmak değildir. Kişilerle ilgili bu değerlendirmeler görüşmecilerin kendi bakış açılarından kendilerini tanımlama biçimleridir. Kişisel bazı özellikleri olduğundan fazla iyimser veya olumlu göstermenin sosyal cazibesinin katılımcılar tarafından kullanılması ihtimali göz önünde tutulduğunda bu tanımlama biçiminin subjektif bir yönünün olabileceğini de belirtmek gerekir. Diğer yandan dindar birinin tevazuu gösterip kendini yeterli değilmiş gibi görüp “biraz dindar” olarak tanımlaması olasılığı da mümkündür.

4.9.2. Bağışta Bulunmanın Dinî İnanç ve Tutumla İlişkisi

Daha önceki bölümlerde de ifade ettiğimiz gibi bağış ve yardımda bulunmak tutum ve davranışlarımızın bir sonucudur. Bu tutum ve davranışı etkileyen çeşitli güdüler vardır. Bu güdülerin ise beslendiği bazı kaynaklar vardır. Bu kaynaklardan biri de dinî inançlardır. Dinî inançlar, kişinin inandığı dinin öğretilerine dayanır. Dinî öğretiler ise inanan kişiye çeşitli emir ve tavsiyelerde bulunur. Bu emir ve tavsiyelerden biri de yardımlaşmadır. Örneğin, İslam’da ve Yahudilikte zekât, Hristiyanlıkta ondalık, emredilmiş; sadaka ise tavsiye edilmiştir. Bu emir ve tavsiyeler sadece kutsal metinlerde değil, peygamberlerin söz ve fillerinde de görülmektedir. İşte bu gibi nedenler dolayısıyla bu çalışmada da dinî inanç ile hayırseverlik ilişkisinin varlığını ortaya koymak, bir başka anlatımla hayırseverlik ve yardımlaşmada dinî inancın varlığını tespit etmek amaç edinilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda görüşmecilerin büyük çoğunluğu dinî inancın etkili olduğu yönünde görüş belirterek sonuçta hayırseverlik ile dinî inanç arasında yakın bir ilişkinin olduğu ortaya konmuştur.

Görüşmecilerden bazıları, özellikle Malatya ve Konya illerindeki görüşmeciler bağış ve yardımlar ile inanç arasında kuvvetli bir ilişki olduğunu kesin ve net bir şekilde vurgulamıştır.

Bana göre yüzde yüz etkili. Zekât olsun sadaka olsun hassasiyetle ilgilenirim. Hatta bu hususta aceleciyimdir (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Elbette ilişki var. Bağışlarımızı Allah rızası için yaparız (G.4, E. 49, Malatya, Otomotiv/Tekstil/İnşaat Sek.).

Tabi ki ilişkisi var. İnançlı biri olarak yok demem zaten yanlış olurdu. Farklı bir mensubu veya inancı olmayan biri ne der bilmiyorum ama ben açıkçası ilişkili olduğunu düşünüyorum. Çünkü hem emir hem de mükâfat olarak karşılığı büyük (G.14. E.55, Konya, İmalat Sek.).

Evet, ilişkisi var hatta doğrudan ilişkili diyebilirim. Dinin tavsiyeleri doğrultusunda bağış yapılmasından yanayım (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

Kesinlikle var en azından benim için en büyük sebeptir. Dini emir var (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

İnançla doğrudan bağlantılıdır. Çünkü ilahi emirdir. Bir Müslüman için yeterli bir sebeptir (G.36, E.63, İstanbul, Ticaret Sek.).

Bu konuda emir ve tavsiyeler oldukça mevcut. Bildiğiniz gibi çokça ayet ve hadisler var. Müslümanlığımızın gereğini yapıyoruz (G.37, E.43, İstanbul, İnşaat Sek.).

Bağışta bulunmanın dinî inanç ve tutumla ilişkisi hakkında Hristiyan görüşmecilerden de benzer yanıtlar gelmiştir.

Kesinlikle etkili olduğunu düşünüyorum (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Bizim dinimizde de dini bir vazifedir. Bu sebeple bağışlarımızı haliyle kilise ve kilise cemaatlerine bağışladığımızı daha önceden de ifade etmiştim (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Kutsal kitabımızda bağışlarla ilgili bölümler var ve bunun ben de dahil kimi insanları etkilediğini düşünüyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Ancak, bilhassa kadın görüşmecilerin çoğu başta olmak üzere bazı görüşmeciler (çoğunluğu İstanbul olmak üzere) hayırseverlik ile dindarlık arasında bir ilişkinin var olabileceğini fakat bu ilişkinin tamamen veya doğrudan tek nedenli olamayacağını, yani sadece/sırf dinî inanca dayandırılmayacağını belirtmişlerdir.

Tabi ki vardır ilişkisi. Ancak sadece dinî inanç gerekçesiyle yapılmak zorunda olduğunu da düşünmüyorum. İnanmayan veya zayıf dindar kişilerin yardımlarını nasıl değerlendirmemiz gerekir. Mesela ateist olup yardım ve bağışta bulunanlar.

Görsel ve yazılı basında zaman zaman karşılaşıyorum. Demek ki sadece dinle ilişkilendirmemek gerekir (G.10, K.52, Malatya, Eczacı).

Dinî inançla ilişkisi olacağı kuşkusuz. Sırf bu nedenle bağış yapmakta güzel bir şey ancak vicdani, insani hassasiyetler de önemlidir. Mesela yoksul bir aileyi görürsünüz aklınızdan o an için sadece onların acınası durumu sizin ruh halinizi etkiler ve o ruh haliyle yardımcı olursunuz (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Dindar biri olarak bunu söyleyebilirim evet. Muhakkak ilişkisi vardır. Ancak hep dindarlar mı bağış yapar. İnancı veya farklı din mensupları sadece kutsal dinler olarak söylemiyorum mesela Budist, Hinduist veya Brahman veya bu son zamanların meşhur dini cemaatleri yogacı gruplar ile vb. tarikatların üyeleri veya tamamen seküler inançlılar yani sırf dünya için yaşayanlar diyelim. Bunlar acaba yardımsever değiller mi? Mesela zengin ve yardımlarıyla habere çokça konu olan Bill Gates her türden insana yardım ederken dini inancı ile mi hareket ediyor acaba? Sanmıyorum (G.39, K.45, İstanbul, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Yani Allah rızasını kazanmak ve emri yerine getirmek var. Ancak, farklı duygusal insani hislerimizde bunda etkili diye düşünüyorum. Sosyal eşitlik gibi unsurlar da göz ardı edilemez veya kendi başınıza gelmesini istemediğiniz için de yani empati kurmakta burada etkindir diye düşünüyorum (G.45, E.65, İstanbul, Sağlık Sek.).

Malatya'dan iki, Konya'dan bir ve İstanbul'dan iki olmak üzere beş görüşmeci ise dinî inançla hayırsever olmak arasında ilişkinin olmadığını veya sırf buna dayandırılmayacağını belirtmişleridir. Bu görüşmeciler kendilerini “biraz dindar” ve “dindar olmadığını” belirten görüşmeci grubundaki kişilerdir.

Bağışlarımızı sadece eğitim amaçlı yaptığımızdan dinî bir faktör veya neden gözetmiyorum (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Bu konuda herhangi bir fikrim yok. Ancak yine de yardımsever olmanın dinî bağlantısı olduğunu düşünmüyorum (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Bazı insanların dinî duygularla bağış yapmaları normaldir. Bunda bir sıkıntı yok. En azından insanlara faydaları var. Ama bunun için dindar olmaya veya bir dinin mensubu olmaya gerek yok (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Yardım etme davranışının kazanılmasında dinî öğretilerin önemi göz ardı edilemez. Dolayısıyla dindar bireylerin diğer bireylerden daha yardımsever olmaları da muhtemeldir. Dinin bu husustaki etkisini Hardy ve Carlo (2005: 232) şöyle açıklar: “Din, başkalarına yardım etmeyi teşvik edici motivler sunar. Din, sosyal kontrol kaynağıdır. Din, bu tür davranışları ödüllendirir. Din, insanların sosyalleşmesinde hayırseverlik gibi sosyal değerlerin kazanılmasını sağlar”.

Dinî öğretilerin, yardıma muhtaç kişilere yardım edilmesini öğütlemesi dikkate alındığında, o dinin inançlı bireylerinin hem kendi ihtiyaçları hem de başkalarının ihtiyaçlarına duyarlı olmaları beklenir. Dindar insanlar çoğu kez dindar olmayan kişilere

göre yardıma muhtaç kişilerin ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı olduklarını ifade ederler. Bu da onların dinî emir ve tavsiyeleri dikkate aldıklarının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Aynı zamanda dindar kişiler başkaları tarafından hayırsever kişiler olarak ta algılanırlar. Örneğin, Longford'un yapmış olduğu bir araştırmada kiliseye giden 526 kişinin %58,7'si sıkça başkalarına yardım ettiklerini belirtirken, bu oran kiliseye gitmeyen 862 kişiden %31,4'ünü oluşturmaktadır (Ayten, 2013: 99-100). Öte yandan dindar insanlar kendilerini hayırsever olarak algılasalar ve başkaları tarafından da öyle algılandsalar bile, kimi zaman gerçekte bu böyle olmayabilir. Dindarlar dinin öğütlemesi yolu ile yardım davranışı konusundaki normları edinmiş olsalar da bunu sosyal hayata yansıtmada dindar olmayanlardan daha başarılı olmayabilirler (Ayten, 2013: 100).

Ülkemizde yapılmış bazı araştırmalar dindarlık ile hayırseverlik arasında yüksek düzeyde olumlu ilişki olduğunu; dindarlık düzeyi yüksek olanların zayıf olanlara kıyasla daha hayırsever olduklarını göstermiştir (Bahadır, 2002: 109). Bazı araştırmalar da ise dindarlıkla sadece sadaka ve fitre gibi başkalarına maddi yardımı içeren dinî ritüellerin yerine getirilme eğiliminin yüksek olduğu ortaya konmuştur (Günay, 1999: 133-15). Ancak bu araştırmada her ne kadar dindarlık ile hayırseverlik arasında olumlu ilişkinin var olduğu tespit edilmiş olsa da hayırseverlik eğiliminin kazanılmasında dinî inanç ve öğretilerin dışında farklı psiko-sosyal etmenlerin de rol oynayabileceği sonucuna varılmıştır. Yardıma muhtaç kişilere yardım etmenin temelinde sadece dinî öğreti olmadığı; sosyal adaletin sağlanması, vicdani rahatlama vb. insani hassasiyetlerin de devreye girdiği bir anlayışın var olduğunu ifade edebiliriz.

Amerika'nın New York eyaletinde bulunan New York City kentinde Odendahl (1987: 227-228), Sirota ve Alper (1988: 40) ile Ostrower (1995: 53-55) tarafından yapılmış zenginler ve hayırseverlik olgusunu ele alan araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Yine, TÜSEV'in 2004 yılındaki araştırmasında (araştırmanın rapor yayın tarihi 2006) dindarlık ile hayırseverlik arasındaki korelasyon irdelenmiş ve elde edilen bulguların bu araştırmadaki bulguları destekler nitelikte olduğu görülmüştür.

4.9.3. Bağış ve Zekât İlişkisi

Bazı araştırmalarda zekât bir bağış türü olarak kabul edilirken; bazılarında ise dinî emri yerine getirme ya da kulun dinî yükümlülüğü olarak kabul edildiğinden bağış olarak değerlendirilmemektedir. Zekâtın bağış olarak değerlendirilemeyeceğine dair ortaya sürülen görüşlerin en önemli dayanakları ise *gönüllülüktür*. Bu araştırmada

zekâtın bağış olarak kabul edilip edilemeyeceği ile ilgili konunun bir de görüşmecilerin perspektifinden ortaya konması amaçlanmıştır.

Konu zekât olduğundan İstanbul'daki Hristiyan görüşmeciler bu kategoriye dâhil edilmemişlerdir. Araştırmaya katılanların oldukça büyük bir kısmı zekât vermektedir. Bunlar, daha çok kendilerini çok dindar ve dindar şeklinde tanımlayan görüşmecilerden oluşmaktadır. Zekâtın bağış olarak kabul edilebileceğini ifade eden herhangi bir görüşmeci çıkmamıştır. Ancak, araştırmaya katılan erkek ve kadın görüşmecilerin yaklaşık dörtte biri zekâtın bağış olarak kabul edilip edilemeyeceği konusunda kararsızdır. Bu konuda kararsız kalanlar konuyu mülakat esnasında tartışma konusu yapmışlar ancak net bir sonuca varamadıklarından kararsız kaldıkları gözlemlenmiştir. Örneğin, G. 26 bu konuda şunları söylemiştir:

Siz buna zekât dersiniz, ben ise sosyal adalet diyorum. Ayrıca bu ilahi emir olmasaydı bağış yapılmayacak mıydı? Bunu sırf dini emirdir mantalitesi ile yapmak bana makul gelmiyor (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Görüşme notlarında yapılan detaylı inceleme sonucunda “zekât, Allah'ın emri ve dinî bir yükümlülüktür” diyerek zekâtın bağış olarak kabul edilemeyeceğini kesin bir dille ifade edenlerin kendilerini çok dindar ve dindar olarak tanımlayan kişiler olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkek görüşmecilerin tamamı zekât dışında da bağış yapmaktadırlar. Bu ise, bağışçının dinî inanç ve tutum düzeyi ne olursa olsun bağışın ihtiyaç sahibi olan herkes için yapılacağı anlamını taşır. Bağışçı olmak için ne zengin ne de dindar olmak gerekir.

4.9.4. Dinî İnanç ve Mezhep Farklılıklarının Bağış Durumuna Etkisi

Hayırseverlik algısının daha iyi anlaşılması bakımından önem arz eden hususlardan biri de kişilerin bağış ve yardımlarını yaparken dinî inanç ve mezhep farklılıklarını göz önünde bulundurup bulundurmadıklarının tespit edilmesidir.

Görüşmecilerin neredeyse tamamına yakınının (Alevi ve Hristiyan görüşmeciler de dâhil) bu soruya yanıtları “evet, genelde göz önünde bulundururum” şeklinde olmuştur. Sadece İstanbul'dan iki görüşmeci “hayır, göz önünde bulundurmam” diye cevap vermişlerdir.

Hayır, bana göre sadece hak edene, yani ihtiyaç sahibine vermek gerektiğini düşünüyorum. Çok farklı yer ve kesimlere bağışlar yaparım (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Hayır, daha öncede belirttiğim gibi ihtiyaç sahibi biri olması benim için yeterli sebeptir. Kurumlar açısından ise, birbirinden farklı amaç ve hedefleri olan

gönüllü yardım kuruluşları, bazı STK'lara yardımlarım vardır (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil/Ticaret Sek.).

Dinî inanç ve mezhep boyutunun bağış yapılacak yer veya kesimlerin belirlenmesinde göz önünde tutulması ve buna bağlı sebepleri ise şöyledir:

Bulundurmuyoruz dersek yalan olur. Zaman zaman tercihlerimiz oluyor tabi. Açıkça söylemem gerekirse benim yakından ilişkili olduğum bir dernek var. Hem yardımlarımı ona yapıyorum hem de dernek çalışanlarıyla birlikte zaman zaman yardım ve bağış almak için dolaştığımız, ziyaret ettiğimiz yerler oluyor (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Evet, bulundururum. Ancak mezhep grubundan ziyade inanç boyutu benim için önemlidir (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Mezhep boyutu için bir şey diyemem ama bağış yaptığım kişinin Müslüman olmasını göz önünde tutarım (G.17, E.68, Konya, Ambalaj Sanayi).

Evet, kendime yakın olanı tercih ederim. Bağış yağıcağım yer ve kurumlar için de aynı şekilde hareket ederim (G.36, E.63, İstanbul, İnşaat Sek.).

Dinî inanç ve mezhep farklılığının gözetilmesi durumu Alevi ve Hristiyan görüşmeciler için de benzer şekildedir.

Kendi çevremize ve köylümüze daha çok yardım etmeye özen gösteriyorum. Özellikle Yazıhan ve Arguvan bölgelerinde kalan yakından uzaktan tanıdık ve akrabalarımız vardır. Onlara bağış ve yardımlarım olur. Ancak azda olsa birkaç kez Camii ve Kur'an kursu için yardım talebinde bulunan ziyaretçilerimiz de oldu. Onlara da bağış yardımında bulundum. Kurumsal olarak da genelde Malatya Cem Vakfına zaman zaman yardım ve bağışlarım olur (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Haliyle zaman zaman dikkate aldığımız oluyor. Kurumsal olarak ise Haçovalılar Derneğine bağışlarımız vardır (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Göz önünde tutarım. Farklı ırk ve din mensupları yerine kendi cemaatimize yardımcı olmaya özen gösteriyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Genelde göz önünde bulundururum. Ancak, Müslüman kesime de yardımlarım az da olsa olmuştur. Mesela Myanmar ve Filistin'deki Müslümanlar için insani yardım organizasyonlarına yardım etmişimdir. Hristiyanlar arasında mezhep farkı gözetmem. Yahudi'ye hiç yardım yapmam. İhtiyacı yoktur. Yahudi'nin ihtiyacı olmaz. Çünkü Fakir Yahudi yoktur (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Dinî inanç ve mezhep farklılığının bağışların yapıldığı yerler ve kesimler ile bağış ve yardım alanında faaliyet gösteren sosyal organizasyonların seçiminde de etken bir rol oynadığı açıkça görülmektedir. Öte yandan Hristiyan görüşmecilerin vermiş

oldukları cevaplar da göz önüne alındığında bu farklılık gözetiminin dinî ve mezhepsel farklılıkla kalmayıp etnisitel farklılığa kadar da gidebildiği anlaşılmaktadır.

Konunun daha iyi anlaşılması bakımından *din*, *mezhep* ve *etnisite* kavramları hakkında bilgi vermek ve aralarındaki bağı/ilişkiyi ortaya koymak yerinde olacaktır. Dini kısaca, genellikle doğaüstü, kutsal ve ahlaki öğeleri, kendine özgü değer ve kurumları olan, inançlar ve ibadetler bütünü şeklinde tanımlayabiliriz. Mezhep ise, bir dinin kendi içerisinde görüş ayrılıkları veya yorum farklılıkları nedeniyle ortaya çıkan kollarından her birine verilen isimdir.

Etimolojik kökeni itibari ile etnisite kavramı oldukça eski tarihlere uzanmaktadır. Kavram, Yunanca ethnos teriminden gelmektedir. O dönemde ethnos, ortak biyolojik ve kültürel özelliklere sahip insan topluluklarını tanımlamak üzere kullanılmıştır. Yunanlıların daha çok “polis” diye tabir ettikleri şehir devletinin dışında kalan ve yaşamalarını sürdüren barbar ve ilkel kabilelerin haklarına ethnos deniliyordu (Smith, 2003: 4; Yetkin, 2008: 102; Nişancı ve Işık, 2015: 197-198). Roma İmparatorluğunun Hristiyanlık dinine geçiş süreci ve sonrasında tek tanrıya inanmayanlar için *putperest*, *dinsiz*, *pagan* şeklinde tanımlamak için; daha sonraları da Hristiyan olmayanlar için kullanılmış ve ortaçağ boyunca bu anlamda kullanımı uzunca süre devam etmiştir (Sağiroğlu, 2014: 24; Sağır ve Akıllı, 2004: 4).

Modern çağın başlangıcı ile birlikte etnisite kavramının anlamında değişimler de başlamıştır. Modern çağda ulus devleti önceleyen tarihsel, siyasal ve düşünsel faktörler kavramın anlamsal değişiminde önemli bir etkidir. Diğer yandan kavram modern ulus-devletlerin kurulmasıyla birlikte bir ideoloji halini almaya başlar.

Althusser’e (2002) göre etnisite, bireyin kendisini ötekilerden farklı tanıtmaya veya hâkim ideolojinin bireyi farklı tanımlama çabaları sonucunda ortaya çıkan bir olgudur. Birey kendini tanımlarken yalnızca vatandaşı olduğu ülkeye ya da ulusa veya mensubu olduğu ekonomik sınıfa atıfta bulunmakla kalmaz, kendine ait farklı bir takım tanımlama biçimlerine de yönelir. Yeni toplumsal hareketler ve küreselleşme süreci ile daha da önem kazanan yerel aidiyet biçimlerinin, demokrasi sahnesine taşınarak, ulus devletlerin elinde birer “ideolojik” aygıt halini alacağı ifade edilebilir. Günümüzde ise etnisite ırk, milliyet, kültür ve din farklılıklarını da içine alan bir kavram haline gelmiştir. Ancak yine de kavramın net bir tanımlanmasının yapılamadığı da çoğu sosyal ve siyasal bilimci tarafından vurgulanmaktadır.

Öte yandan aidiyet duygusu din, mezhep ve etnisite için önemli bir etmendir. İster mantıksal isterse duygusal anlamda olsun kişi kendisini neye ve nereye ait hissediyorsa oraya aittir diyebiliriz. Ait olma his ve düşüncesi insanoğlunun yaşamı gibi zaman ilerledikçe zamana ve şartlara bağlı olarak değişip, dönüşecektir. Birey kendini öncelikle doğup büyüdüğü aile ortamına nispet eder, sonrasında gezip dolaştığı sokak ve mahallesine, kurduğu arkadaşlık ortamlarına, yaşadığı köy veya kente hatta üzerinde vatan diye yaşadığı toprağa, ülkeye ait olduğunu hisseder. Bununla birlikte bir de kurumsal aidiyet hissi vardır. Bu bir futbol kulübü, bir vakıf veya bir sivil toplum kuruluşu olabilir. Bunun yanı sıra ontolojik olarak seçme hakkının olmadığı aile, sülale, etnik grup ve ırk mensubiyeti gibi aidiyet durumları da vardır. Bu saydıklarımızın yanın da bir de bireyin hayatını kuşatan, hayata yön, renk ve şekil veren din aidiyeti vardır. Dinî gruplar olarak nitelendirilebilecek dinî cemaat, tarikat ve mezhepler de dinî aidiyetin daha özel bir yönünü ifade eder.

Diğer yandan dinî gruplar da dâhil olmak üzere bir grubun bazı temel özellikleri vardır. Bunları kısaca birliktelik, sosyalleşme ve norm olarak belirleyebiliriz. Birliktelik, üyelerin aralarında sıkı bir bağ kurarak davranış birliğine ulaşmaları ve birbirilerine karşılıklı destek olmaları ve böylece kendi kendine yeterli varlık haline gelmelerini anlatır. Grubun üyelerine sunduklarının üyelerce kabul edilmesi ve içselleştirilmesi ise sosyalleşmenin bir göstergesidir. Normlar ise, bir grup üyesinin ne şekilde davranması gerektiğini anlatan ortak inanç ve değerler bütünüdür. Hem betimleyici hem de emredici özelliği vardır (Hogg ve Vaughan, 2014: 305-308). Normlar yasa ve yaptırım yoluyla dayatılan açık kurallar olabileceği gibi, örtük, fark edilmeyen, doğal karşılanan kurallar da olabilir (Aytaç, 2002: 186). Grup birlikteliği, grup normları ve sosyalleşme ile bireyler grubun değer ve kazanımlarına sahip olurlar. Bireyin gruptan edindiği kazanım ve davranış şekli bireysel ve sosyal ilişkiler ağı içerisinde diğer grup üyelerine karşı bir davranış modeli, tavrı ve yargısı geliştirir. Uluslararası ve ulus içi çatışmalar, siyasal hesaplaşmalar, etnik gruplar arasındaki ilişkiler, sendikal faaliyetler ve siyasal erk (yönetim) arasındaki müzakereler gruplar arası davranış örnekleridir (Hogg ve Vaughan, 2014: 400). Dinî inanç ve yaşama biçimi de grupsal davranışı etkileyen bir etmen olmaktadır. Her dinî grup veya mezhebin grup normu, üyesi tarafından benimsenmekte ve diğer bireylerle olan ilişkilere hatta onlara karşı bakış açılarına dahi etki etmektedir.

Din, mezhep, etnisite ve bunlara olan aidiyet duygusu doğal olarak bireyde grup içi ve grup dışı davranış kalıplarının yanında grup fikir ve düşüncesi ile grup ideolojisinin oluşmasında önemli rol oynayacaktır. Bunu kısacası grup ideolojisi diye adlandıracak olursak; bireyler, grup ideolojisinin etkisiyle grup içindeki fertler ile grup dışındaki fertlere farklı yaklaşım ve davranış kalıpları geliştirecektir. Her şeyden önce kişi grup dışındaki (diğer grup mensupları) fertleri *öteki* olarak görecektir. Ötekileştirmeye birlikte başlayan süreçte diğer ilişki kalıpları da ayrı ayrı etkilenmeye başlayacaktır. Aslında bu durum ontolojik, sosyolojik ve psikolojik bağlamda olağan bir şey olarak karşılanabilir. Çünkü bu, insanoğlunun tabiatında/fitratında var olan bir durum olarak değerlendirilebilir. Bunu yaşadığımız dünyanın içinde var olan doğal çevreden örneklerle ilişkilendirmek mümkündür. Örneğin, bir yeşil alan düşünelim. Bu yeşil alan içerisinde farklı türden ağaçlar, bitkiler, çiçekler, çalılıklar, otlar vardır. Türleri gibi renkleri de farklıdır. Yeşildir, ama farklı tonlarda rengârenk bir yeşil manzara sunar izleyenlerine. İşte insanın da kendini ait hissettiği, gördüğü ve hatta dâhil ettiği gruplar da bizlere böyle bir manzara sunar. Dolayısıyla insanların farklı ırk, ulus, milliyet, din ve mezhep mensubiyetlerinin olması doğal olmakla birlikte kaçınılmaz bir durumdur. Bu yönüyle bir problem yoktur. Problem, öteki olarak görmekte değil, öteki olarak görülenin düşman ve onunla mücadele edilmesi zorunlulukmuş gibi görülmesidir. Elbette farklılıklar ortadan kaldırılamayacaktır. Kaldırılması, yok olması gibi bir zorunlulukta yoktur. Olması gereken, farklılıkların kabul edilip insanlık adına iyi olacak olan ne varsa mümkün olduğunca tesis edilmesi, sağlanması olmalıdır. Kısaca özetlemek gerekirse din, mezhep ve grup farklılıklarının beraberinde getirdiği farklı fikir ve ideolojik bakış tarzı diğer pek çok alanda olduğu gibi yardım etme davranışına da yansımakta ve bireyin hayırseverlik algısını şekillendirmektedir.

Sağiroğlu'nun (2014) *Türkiye'de Etnisite, Din ve Önyargı: Üniversite Öğrencileri Örneği* başlıklı etnisite, din ve önyargı ilişkisini ele aldığı ve Türk ve Kürt katılımcılar üzerine yaptığı sosyolojik araştırmasında anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmada, Türk ve Kürt Katılımcıların dinî tutum ile sosyal mesafe tutumları, dinî tutumlar ile önyargı tutumları, dinî tutumlar ile duygular, dinî tutumlar ile kimlik önceleme, sosyal mesafe ile önyargı tutumları, sosyal mesafe ile duygular, sosyal mesafe ile kimlik önceleme gibi değişkenler arası ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmada dinî tutumlar ile kimlik önceleme arasında anlamlı ilişki olduğu,

etnisitel perspektifin devreye girdiği ve arkadaşlık ilişkilerinin buna göre şekillendiği ortaya konmuştur.

Görüşmeci 27'nin Yahudilerle ilgili bağış konusundaki fikirleri de dinî ve etnik ayırımın bir başka yönünü göstermektedir. Ostrower (1995: 59-60), Yahudi ve Hristiyan bağışçılar arasında dinî ve etnisitel farklılıklar nedeniyle belli bir düzeyde ayrımcılık yapıldığını ve etnik sınırların varlığına işaret ederek bu sınırların bağışların yapıldığı kişi, yer ve kurumlar açısından etken olduğunu, ancak eskiye nazaran zamanla hayırseverlik açısından etnik ayrımcılığın etkisinin azaldığını söyler. Araştırmada özellikle kâr amacı gütmeyen gönüllü yardım organizasyonlarında etnik olarak farklı zengin/varlıklı aile üyelerinin (Yahudi ve Hristiyan) bu tür organizasyonlarda aynı şemsiye altında yer alabildikleri, bir araya gelebildikleri ortaya konmuştur. Ostrower'in araştırmasında iki zengin Yahudi bağışçı şunları aktarmaktadır:

“Kültürel alanlar Yahudilere yasaklanmıştı. Tıpkı, savaş dönemi soykırımında olduğu gibi sadece Yahudiler olarak birbirimize yardımcı olabiliyorduk. O dönem için Yahudiler, hayırseverliklerini laik aktiviteler yerine, Yahudi odaklı olma eğilimi göstermekteydiler. Ancak bu günümüzde giderek değişiyor” (Ostrower, 1995: 60).

“Yahudi ve Hristiyan bazı kurumlar vardı ve gerçekten birbirilerine karışmamışlardı... Hala var, ancak aralığın çok daha dar olduğunu düşünüyorum” (Ostrower, 1995: 60).

Kısaca ifade etmek gerekirse etnik farklılık veya ayrımcılık her ne kadar eskiye nazaran azalmış olsa da hayırseverlik faaliyetlerinde bile varlığını göstermektedir. Bu durum, zenginlerin hayırseverlik algı, tavır ve davranışlarına da yansımış görünüyor.

4.9.5. Bağışta Bulunmanın Dinî Olmayan Saiklerle İlişkisi

Birine yardım etmenin, ihtiyaç sahibini görüp gözetmenin dinî inanç ve tutumla ilişkisi olduğu kadar dinî olmayan faktörlerin de yardım etme davranışında etkili unsurlar arasında olabileceğini kabul etmek gerekir. Toplumsal ve ekonomik dengenin gözetilmesi bakımından büyük öneme sahip “sosyal adalet ve eşitlik” gibi ilkeler bu unsurlardan biri olarak sayılabilir. Bununla birlikte vicdani hassasiyetler ekseninde empati yaparak varlıklı kimselerin kendilerinin de yardıma muhtaç kişilerin yerlerinde olabileceği düşünce ve hayalinden hareketle yardım elini uzatmak da yardım etme davranışını etkileyecektir. Bir hastanın, bir engellinin, bir yoksulun durumunu görüp yardım etmeye çalışmak kişinin iç dünyasının, ruh halinin etkilenmesinin bir sonucu ortaya çıkan davranıştır.

Görüşmecilere, “Bağışta bulunmanın dinî olmayan saikleri hakkında düşünceleriniz nelerdir? Bağış yapmak dinî bir sebebe dayandırılmalı mıdır?” şeklinde bir soru yöneltilmiş ve yardım etmenin dinî olmayan faktörlerle de ilişkilendirilip ilişkilendirilemeyeceği, kısacası görüşmeciler açısından hayırseverliğin dinî olmayan faktörlerle ilgisinin var olup olmadığının ortaya konması amaçlanmıştır. Görüşme notlarının detaylı incelenmesi sonucunda aralarında zaman zaman anlatım farklılıkları olsa da Hristiyan görüşmeciler de dâhil tüm görüşmecilerin “bağış yapmak dinî bir nedene dayandırılmamalı” şeklindeki ifadeyle ortak bir sonuca ulaştıkları tespit edilmiştir.

Allah insanları dinsiz yaratmamıştır. Ateistin bile bir yaşam tarzı ve inancı vardır. Onun inancı Allahsız tasavvur edilmiş, kurgulanmış kısacası kendine özgü bir fikre dayanmaktadır. Onlar da bağış yaparlar. Bu beşeri bir özelliktir. Herkes sırf ilahi emir diye yardım etmez (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Toplumsal ve bireysel gereksinimler de vardır. İlla ve illa ki dinî olmak zorunda değildir (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Dinî olsun olmasın her bağışın toplumsal faydası vardır. Önemli olan da budur zaten (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Dinî bir sebebe dayandırılabilir gibi din dışı bir sebebe de dayandırılabilir. Yani bağışlar illa dini amaçla yapılmak zorunda değil, ancak yaptığınız bağışın dini bir amaç ve gayesi de vardır (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Mesela yoksul dışında hasta birini düşünelim. Ona yardım edip sağlığına kavuşmasına vesile olmak Allah katında elbette bir değeri, mükâfatı olacaktır diye inanırız. Ancak bunun birde kişisel anlamda içten gelen şahsi bir çabanızın olması kadar da doğal bir şey yoktur. Böyle bir çabanın dinî olmaktan ziyade insani his ve duyguların harekete geçirdiği bir davranış olacağını düşünüyorum (G.39, K.45, İstanbul, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Her türden zenginler yardım ve bağışta bulunuyor. Mesela benim tanıdığım bir zengin iş adamı arkadaşım var. İllegal kazancı da olan biridir. Ayrıca dindar falan da değildir. Sosyete diye tabir ettiğimiz bir hayat tarzı da vardır. Ama aynı zamanda yoksula, hastaya, ihtiyaç sahibine düşkün bir tarafı da vardır. Ciddi miktarlarda bağışlarda bulunduğunu bilirim. Cami ve Kur'an kursları için bile maddi yardımda bulunmuş birisidir. Şimdi bunun sırf dinî amaçla yardım ettiğini söylemek mümkün olabilir mi? Demek istediğim hayırseverliğin sadece din ile bağdaştırılması kanaatimce doğru değil. Aksi takdirde bahsettiğim bu ve bu türden yardımları nasıl açıklayacağız. Ya da bu insanlara hayırsever demeyecek miyiz? (G.45, E.65, İstanbul, Sağlık Sek.).

Görüldüğü üzere hayırsever olmak ve yardım etme davranışının kazanılmasında dinin etkisi kadar dinî olmayan saiklerin de etkisi göze çarpmaktadır. Bu karmaşık durum hayırseverlik olgusunun doğasında var olan bir şeydir. Başka bir ifadeyle hayırseverliği sadece dindarlıkla özdeşleştirmek doğru bir şey olarak gözükmemektedir.

Yardım etme davranışı her şeyden önce insani bir tavidir. Böyle bir tavır ve davranışın beslendiği, güdülendiği çeşitli bazı etmenler olması normaldir. Hayırseverliği salt dine dayandırmak bu olguyu determine etmektir. Oysaki sosyal olgu ve olaylar determine edilemeyecek kadar karmaşık bir yapıya sahiptir.

Hayırseverliğin dinî inanç ve tutumla ilişkisi ile dinî olmayan faktörlerle ilişkisi bölümlerinde elde edilen bulgulardan çıkan sonuçlar arasında her ne kadar farklılık var görünse de görüşmecilerin kendilerine yöneltilen soruya odaklı cevap verdiklerini de düşünecek olursak böyle bir sonuç beklenen bir durum olarak değerlendirilebilir. Hayırseverliğin dinî ilgisini kuran ve bu hususta açık ve net tavır belirleyen görüşmeciler bu bölümdeki soruya da (mantıken sadece dinî ilişkisini kurmaları gerekirken) aynı şekilde ilgi kurarak cevap vermiş olmaları ile ilgiyi determine etmemiş olmaktadır. Öte yandan görüşmecilerin, hayırseverliği, dinî bağlam ve anlamının ötesinde diğer etkenlerle de ilişkilendirmeleri onların hayırseverlik algı ve düşüncelerindeki geniş bakış açısının varlığına dair bizlere önemli bir veri sunmaktadır.

4.9.6. Bağış Yapmanın Ahlaki Sorumlulukla İlişkisi

İnsan, hayatını düzenlerken bazı davranış kalıplarına girmektedir. İnsan eylemlerini gelişigüzel değil, belirli ilkelere göre yapmaktadır. Bu da insanın akıl sahibi bir varlık olmasının gereğidir. İnsan akıl mefkûresini kullanarak farklı eylemleri seçip ona göre davranabilme gücüne sahip olduğundan yaptığı eylemler iyi, kötü, doğru, yanlış vs. olarak nitelendirilebilmektedir (Aydın, 1992: 24; Kılıç, 1996: 1).

Ahlak, insanların eylemlerini ve birbirleri ile ilişkilerini düzenlemek amacıyla oluşturulmuş ilke ve kurallar sistemidir. Ahlak, insanın eylemlerini ve ilişkilerini düzenleyen ilke ve kurallar bütünü olduğuna göre bu ilke ve kuralları belirleyen temel yapı taşları olacaktır. Bu temel unsurlar, din, örf, adet, gelenek-görenek, ekonomi, siyaset vs. şeklinde belirlenebilir. Yani bir topluluk veya grupta bir davranış veya eylemin ahlaki olup olmadığı topluluk veya grubun sahip olduğu dini, kültürel, ekonomik ve siyasi yapı ve sistemleri içerisindeki temel kurallarla da ilişkilidir. Özellikle Müslüman toplumlarda dinin emir ve tavsiyeleri toplumun ahlak anlayışını etkilemekte ve şekillendirmektedir. Mesela Hz. Peygamber'in "Ben güzel ahlakı tamamlamak üzere gönderildim" şeklindeki buyurusu ve Hz. Ayşe'nin "Peygamberin ahlakı Kur'an ahlakıdır" ifadesi aslında bir Müslümanın sahip olması gereken ahlak ilkelerin temelini inşa eder.

İster dinî isterse evrensel temellendirmelerle olsun psiko-sosyal davranışlar içerisinde incelenen, diğergâmlık, özgecilik, prososyal davranış veya toplum yanlısı davranış şeklinde tarif edilen yardım etme davranışının; kısacası hayırseverliğin, ahlaki davranış ve sorumlulukla ilişkisi vardır. İhtiyaç sahibi olanlara yardım etmenin aklı, dinî ve duygusal temelleri vardır ve yardım etmeyi bu yönüyle ahlaki bir davranış ilkesi olarak değerlendirmek mümkündür. Bu nedenle araştırmada görüşmecilerin yardım etmenin ahlaki temeline ilişkin algı ve tanımlamalarının tespitine yönelik olarak “Bağış yapmanın ahlaki bir sorumluluk olduğu görüşüne katılıyor musunuz?” sorusu sorulmuştur.

Görüşmecilerin tamamına yakını hayırseverliğin ahlaki sorumluluk olduğu konusunda hem fikirdir. Ancak bu görüşmecilerden bir kısmı, ahlaki sorumluluğu, genel evrensel ahlak ilkesi ile din ahlakı şeklinde bir ayırıma tabi tutmuştur.

Ahlaki sorumluluk olarak görüyorum. Evrensel insani ilişkiler açısından değerlendirdiğimizde yardımsever olmak bir ahlaki sorumluluktur. Bu bir erdemlilik. İhtiyaç sahibine yardım etmek, el uzatmak erdemliliğini göstermektir. Şeref duyulması gereken bir hasrettir hayırseverlik (G.9, E.55, Malatya, Gıda/Tekstil/İnşaat Sek.).

Hem dinî hem de ahlaki bir sorumluluktur. Bana göre ahlaki olan aynı zamanda dinidir de. Kur'an ve Sünnet, ahlaki ele alıp işlemektedir. Bir Müslümanın ahlakı da bu manada bir Kur'an ve Sünnet ahlakıdır. Hatta Hz. Peygamber, “ben güzel ahlakı tamamlamak için gönderildim”der. Yardım etmek emir ve tavsiye edildiğine göre bunu dinî bir vazife olarak da değerlendirmemiz mümkündür (G.14, E.55, Konya, İmalat Sek.).

Bağış yapmanın ahlaki bir sorumluluk olduğu fikrine katılıyorum. Ancak bunu dinî bir faktöre veya temele dayandırılmış ahlaki anlayıştan ayırt ediyorum. Çünkü evet biliyoruz ki din bağış yapmayı emrediyor. Hatta zekât emriyle bunu zorunlu ve Müslümanlığın bir şartı olarak kılıyor. Oysa dinî inançları farklı olan veya inanç konusunda zayıf olan veya da inancı olmayan zengin hayırseverler için yardım etme davranışının bazı din dışı faktörleri neden olmasın. İşte o faktörlerden biri olarak görüyorum ben bunu. Sadece dindarlar mı ahlak sahibidir. Bana göre değil, en azından genel evrensel ahlak veya toplumsal ahlak ilkesi bağlamında görüyor ve öyle değerlendiriyorum. Kısacası toplumsal ahlak açısından toplum faydasını düşünmek ve buna göre hareket etmek ahlaki bir tavidir ve buna göre de hayırseverlik ahlaki bir değerdir (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

İstanbul'daki Hristiyan kadın görüşmecilerden biri ise bağış yapmanın ahlaki bir sorumluluk olduğunu düşünmemektedir.

Hayır düşünmüyorum. Yani bağış yapmamakla bir insan ahlak dışı mı hareket etmiş olur. Ayrıca bağış yapmadığı için insan ile de eleştirilmeli midir? Bunun ahlaki bir durumla ilişkilendirilmesi bana pek anlamlı gelmiyor (G.35, K.35, İstanbul, Metal hammadde Sek.).

Yine bir başka Hristiyan görüşmeci ise bu konuda şöyle düşünmektedir:

Teorik olarak evet ahlaki bir sorumluluktur diyebilirim. Ama ahlaki ilke ve değerler ülkeye ve kültüre göre değişiklik gösterebilir. Onu da düşünmek gerekir. Bazen ahlaksızlık olarak görür ve düşündüğüm de olur. Şöyle ki hem yardım eden hem de yardım alan açısından baktığımızda etik olmayan durumlarla karşılaşmak mümkün. Mesela yardım alanları bir bakıma dilencilğe alıştırmak gibi bir şey durumuna geliyor. Peki dilencilik ahlaki midir? Bana göre değildir. Topluma göre de değildir. Diğer yandan yardım eden, büyük yardım vakıfları kuran zenginler, yardım fonlarını gerçekten yüzde yüz toplum faydasına mı kullanıyorlar? Buna ilaveten zenginliğini göstermek için yapılan yardımları da düşünecek olursak bunların etik boyutunu sorgulamamız gerekmez mi? Konu belki biraz dağınıyor ama böyle bir durum da var (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Kısaca ifade etmek gerekirse hayırseverliğin ahlaki sorumluluk olduğu fikri görüşmeciler açısından genel kanaat olarak kabul görmektedir.

G.27'nin ifadeleri yardım etmenin amaç ve nedenlerine bağlı olarak yapılan bir analizden hareketle yardım etme davranışının ahlakiliğinin sorgulanması şeklinde bir değerlendirmedir. Ancak bir şeyin ahlaki olup olmaması ile ahlaki sorumluluk arasında bir farkın olduğunu da belirtmekte fayda vardır. Her türlü toplumsal fayda, yarar ve ihtiyacın karşılanmasında yardım etme davranışı ve buna gösterilen hassasiyet genel ahlaki sorumluluk olarak kabul edilebilir. Buradaki ince ayrımı *sorumluluk* belirlemektedir.

Sorumluluk bir davranışı, bir etkiyi benimsemek, kabullenmek ve ona göre tavır almaktır. Dolayısıyla hem eylemlerimizden, hem de müdahil olmamız gereken davranışlardan sorumlu olduğumuz söylenebilir. Sorumluluk, herhangi bir sorumluluğu üzerine alma yeteneği sonra da kendi öz çabalarıyla ödevini yerine getirme gücüdür (Yalın, 2015: 210). Ahlaki düzende insan, ister kurala uyarak, isterse onu çiğneyerek olsun, kendi hesabına herhangi birisini seçebileceği birçok imkân alanı içerisinde var olur. Bu imkân alanı da insanın sorumluluk kapsamı içerisine giren davranış ve eylemlerinin konusudur (Draz, 2002: 106). Ahlakilik bir anlamda iyi olma isteğidir. İyi olma isteğini temel tavır olarak seçmiş, ahlakiliği istek, tavır, davranış ve eylemlerinin ilkesine dönüştürmüş olan insanlar ahlaki yetkinliğe ulaşabilir. Kişi, ahlaki yetkinliği sayesinde faili olduğu eylemin gerekçelerinin hesabını verebilir ve kararlarında yalnızca kendisinin değil, birlikte yaşadığı insanların da sorumluluğunu alabilecek bir karaktere sahip olur (Pieper, 2012: 48).

Sorumluluk en genel tanımıyla görev ve yetki bilincidir. Bu bilinç onun yaşadığı dünya içerisinde yaşamını çevreleyen her şeye karşı gösterdiği tavidir. Dolayısıyla sorumluluk bilinci insanlara hayat boyu bir takım ödevler yükler. Bu ödevler, insanın insana, insanın çevreye ve diğer varlıklara ve insanın Tanrıya karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu davranış ve fiillerdir. İnsan, inancının gereği olarak inandığı dinin sorumluluklarını üstlenir. Bu anlamda insanın Tanrıya karşı çeşitli sorumlulukları vardır. Bu, kul olma görevini yerine getirme sorumluluğudur. Çevrenin ve diğer varlıkların korunması ise varlık bilincinin verdiği sorumluluktur. Toplum içerisinde yaşamının gereği olarak insanın diğer insan ve gruplarla ilişkilerindeki eylemlerinin farkındalığının karşılığı olarak toplumsal ve ahlaki sorumlulukları da vardır.

İşte yardım etmekte bu sorumluluğun bir parçası olmaktadır. İnsan, ister çevre bilinciyle, ister toplumsal bilinçle, ister vicdani ve duygusal bilinçle ve isterse dinî bilinçle olsun bir şekilde yardım etme eylemine girer.

Ahlaki sorumluluk için iyilik ve kötülüğün bilinmesi gerekir. Yardım etme davranışı ahlaki açıdan övmeye/övlümeye layık bir eylemdir. Bu eylem, dinî, sosyal ve kültürel olarak hoş karşılanmakta ve desteklenmektedir. Dinde olduğu gibi örf, adet ve geleneklerde yardım etme davranışı hep iyi, güzel ve erdemli insanın özellikleri olarak yer alır. Öyleyse hayırseverlik ahlaki bir değerdir ve ahlaki sorumluluğun bir gereğidir. İlahi bir emir olmanın yanı sıra toplumsal yardımlaşma ve dayanışma, sosyal adalet ve eşitlik adına paylaşmak, yardım etmek aynı zamanda ahlaki bir sorumluluktur. Böylesi bir ahlaki sorumluluk, zenginler için de önemli olmaktadır.

4.10. Görüşmecilerin Sivil Toplum Kuruluşlarıyla İlişkileri

Bilindiği gibi hayırseverlik kültürünün temel prensibi bağış ve yardımlardır. Bu kültürün toplumsal yürütücüleri diye de tanımlayabileceğimiz bazı unsurları vardır. İlk unsur, diğer kültür formlarında olduğu gibi bu kültürün de yaratıcısı olan insanın kendisidir. İkinci unsur ise yine insanın kendisine dayandığı ve onun elinden şekillenen formel veya informal organizasyonlardır. Dolayısıyla hayırseverlik, insan ve onun kurduğu çeşitli kurumlar aracılığıyla gerçekleşmektedir.

İnsanlar gerek doğrudan kendi bireysel çaba ve gayretleri sonucu gerekse bir araya gelerek daha büyük amaç ve hedefler için odaklanmış toplumsal organizasyonlarla bağış ve yardım faaliyetlerini sürdürürler. İhtiyaç sahibi kişilerin sayısı arttıkça kimi zaman bireysel çabaların yetersizliği de ortaya çıkmaktadır. Bu

yetersizliğe çözüm üretmek ve büyük çoğunluğa hizmet verebilmek adına insanoğlu kurumsallaşma yoluna gitmiştir. Kurumsallaşma, amaç ve hedefler için hem büyük bir faaliyeti yürütmek ve koordinasyonu sağlamak hem de daha büyük alana hizmet vermek için önemli bir toplumsal oluşumdur. Bu bakımdan kurumsallaşma, hayırseverlik faaliyetlerinin yürütülmesinde kişinin bireysel gayretinin karşısında daha büyük öneme sahip olmaktadır. Dolayısıyla insanlar, bağış ve yardımların daha fazla ve koordineli ve istikrarlı olarak yapılmasını sağlamak amacıyla yardım kuruluşları oluşturmuşlardır.

Belki de ilk olarak yoksullukla mücadelede etkin olmak amacıyla oluşturulmuş olan yardım organizasyonları sonraları daha geniş ve farklı sahalara hizmet götürmek amacıyla çeşitlenmeye başlamış ve farklı alanlarda faaliyet göstermişlerdir. Yoksullar, sağlık hizmetleri, din hizmetleri, eğitim hizmetleri, uyuşturucu ile mücadele, hastalar ve engelli sorunlarının çözümü, askeri hizmetler, doğal hayat ve çevreyi koruma gibi pek çok alanda etkinlik göstermektedirler.

Yardım faaliyetleri ülke ve devletlerin kendi resmi oluşumlarıyla yürütüldüğü gibi, özel alanda insanların bir araya gelerek oluşturdukları kuruluşlar ile de yürütülmektedir. Söz konusu yardım organizasyonları vakıflar, dernekler, gönüllü yardım kuruluşları, STK'lar veya Üçüncü Sektör diye tabir edilmektedir.

Hayırseverlik kültürünün yaşatılmasında, bağış ve yardım faaliyetlerinin yürütülmesinde önemli bir yere sahip olan vakıflar ve yardım kuruluşlarının üç temel unsuru vardır: Bunlardan ilki bağış, ikincisi bağışın ürettiği düzenli ve devamlı gelir, üçüncüsü ise belirli bir amaç ki bu ise eğitimden sağlığa ve yerel yönetim hizmetlerine, kısacası yukarıda çeşitli isimlerini verdiğimiz alanların herhangi birinde olabilir. Dolayısıyla her vakıf ve yardım kuruluşu, insanların kamusal bir amaca yönelik gönüllü zenginlik transferini içermektedir (Çizakça, 2009: 23). Vakıf ve yardım kuruluşlarının yardım faaliyetleri temel kaynakları olan gelirlerince yürütülebilmektedir. Gelirin elde edilmesinde önemli unsurlardan biri de bireysel bağışlardır. Bunun içerisinde zengin, varlıklı bireylerin bağışları ise ayrıca önemli olmaktadır. Çünkü bağış gelirinin toplanması ve yüklü miktarlar elde edilmesinde zenginlerin bağışlarının ne denli katkı sağlayacağı açıkça ortadır. Bununla birlikte zenginlerin yardım organizasyonlarında aktif olarak yer almaları, yardım faaliyetlerinin daha geniş çevrelerde ve daha yüksek miktarlarda yapılmasına imkân sağlayacaktır. Bu nedenle zenginlerin vakıf ve yardım kurumları ile ilişkileri önemli olmakta ve hayırseverlik kültürünün kurumsal boyutuna ışık tutmaktadır.

4.10.1. Vakıf ve Yardım Kuruluşları Algısı

Burada görüşmecilerin vakıf veya yardım kuruluşlarından ne anladıkları, nasıl tanımladıkları tespit edilmek istenmiştir.

İhtiyaç sahiplerini bulabilen, yardım ve bağışları yerinde ve zamanında ulaştırabilen kurum ve kuruluşlar olarak algılıyorum. Çünkü onların amaç ve hedefleri bunlardır (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Hayırseverliğin toplumda yaygınlaşmasına ve yardımlaşma kültürünün tesis edilmesine vesile olan organizasyonlardır (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

İhtiyaç sahiplerine yardım eden kuruluşlar (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Yardım amacı güden, karşılık beklemeyen kuruluşlar (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Çıkar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak düşünüyorum. Fakat yine de faaliyetleri ve alt yapıları çok iyi incelenmelidir (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

İhtiyaç sahiplerine doğrudan yardım etmeye çalışan, ilgi alanları, amaç ve gayelerine göre faaliyet gösteren ve kâr amaçlı olmayan organizasyon ve kuruluşlar olarak görüyorum (G.39, K.45, İstanbul, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Vakıf, dernek veya yardım kuruluşlarını kısacası hayırseverliğin kurumsal yapısını oluşturan organizasyonlar olarak tanımlayabiliriz. Kuruluş, ilke, amaç ve faaliyet alanlarına göre aralarında farklılıklar olsa da her vakıf, dernek veya yardım kuruluşunun asıl gayesi yardım etmek fikrine dayanmaktadır.

Vakıf, kişi veya kurumların bir malı ya da parayı toplum yararına bağışlama esasına dayanmaktadır. Tüzel kişiliği olan vakıfların amaç ve bu doğrultuda yürüttükleri faaliyetler hukuki düzenlemelerle yasal platformda gerçekleştirilmektedir. Bu yönüyle vakıfların amacı ve faaliyetleri hukuka uygun, anlaşılabilir olmalı ve devamlılık arz etmelidir (Açıkgöz, 2013a: 110).

Oluşumu itibarıyla vakıflardan daha yeni bir örgütlenme şekli olan dernek, “kazanç paylaşımı dışında, kanunlarla yasaklanmamış belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, en az yedi gerçek veya tüzel kişinin, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kişi toplulukları”dır (<https://www.dernekler.gov.tr/>).

Çeşitli alanlarda faaliyet gösteren, toplum ve grup faydasını/çıkarını gözetken ve yine yardım faaliyetlerinde bulunan diğer bir organizasyon yapılanması ise STK’lardır. STK’lar, toplumdaki belli ilgi gruplarını temsil etmek üzere organize olmuş kurumlar

olarak tanımlanabilir. Faaliyet alanlarına göre kalkınma ve yardım kuruluşları olarak ikiye ayırmak mümkündür. Sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınmayı hedefleyenleri kalkınma STK'ları; dezavantajlı toplumsal grup veya kesimler için insani yardım misyonu üstlenmiş olanları ise yardım STK'ları (Aydın, 1998: 5) şeklinde tanımlanabilir.

İster bir vakıf, ister bir dernek ya da STK olsun her biri yardım amaçlı, belirli bir misyon ve vizyonu üstlenmiş sosyal, ekonomik ve kültürel refahı ilke edinmiş bu kurumların temel prensipleri yardım etmektir. Bu kurumlar içinde önemli olan temel ürün bağış için gerekli menkul ve değerlerin toplanmasıdır. Yardım kurumları gelirleri sayesinde yardım faaliyetlerinde bulunurlar. Bu gelirlerin toplanmasındaki önemli unsurlardan biri de katkı düzeyi oldukça yüksek olan zengin kişilerin katılımıdır. Dolayısıyla bu tür organizasyonların faaliyetlerinin zenginlerin katılımlarıyla daha da güçleneceği aşikârdır. Yardım kuruluşlarıyla işbirliği içerisinde olan zenginlerin de bu tür organizasyonların faaliyetlerini daha da anlamlı hale getirmeleri bakımından ayrıca önem arz etmektedir.

Yukarıda bazı örneklerini verdiğimiz görüşme notlarından anlaşılacağı üzere görüşmeciler, vakıf ve diğer yardım kuruluşlarını toplum yararına odaklı, kâr ve kazanç amacı güdülmeksizin yardım etkinliklerinin yapıldığı, maddi ve manevi transferin gerçekleştirildiği sosyal organizasyonlar olarak görmektedirler. Bu ise vakıf ve yardım kuruluşlarının (G.15'in de belirttiği gibi) hayırseverlik kültürünün yaşatılmasında, yaygınlaşmasında ve devamlılık kazanmasında ne denli öneme sahip olduğunu göstermektedir.

TÜSEV'in 2006 yılı araştırma raporuna göre bireylerin büyük çoğunluğunun vakıfları, ihtiyacı olanlara destek veren bir kurum, yardım kurumu şeklinde algıladıkları ortaya konmuştur. Kısacası, vakıflar, yoksullara yardım yapan kurumlar olarak görülmektedir (Çarkoğlu, 2006: 92).

Özetle ifade ersek; vakıf, dernek ve STK'lar birer yardım kurum ve kuruluşları olarak algılanmaktadır. Bunların ilgi ve faaliyet alanlarının çeşitliliği ise sorunlara eğilme konusundaki toplumsal farkındalığa ve bilince işaret etmektedir. Ayrıca sivil toplumun gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

4.10.2. Vakıf ve Yardım Kuruluşlarının Hayırseverlik Kültürüne Katkısı

Görüşmecilerin tamamı vakıf ve yardım kuruluşlarının hayırseverlik kültürüne olumlu yönde katkı sağlayacağı vurgusunu yapmışlardır.

Şüphesiz önemli katkıları olacaktır. Her şeyden önce bu kültürün yaşatılması ve yaygınlaştırılmasında önemli bir katkısı vardır (G.10, K.52, Malatya, Eczacı).

Hayırseverliğin toplumda yaygınlaşmasına ve kültürümüzün kardeşlik üzerine tesis edilmesine vesile olur (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

Hayırseverliğin yaygınlaşmasına, desteklenmesine katkısı olduğu gibi, hayırseverliği özendirici davranışların gelişmesine de katkı sağlayacaktır (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Hayırseverliği teşvik edici, özendirici hale getirmekte olduğunu düşünüyorum. Çünkü hayırsever olmak daima devletin veya sadece bu tür kurumların görevi olarak görülmemeli. Bireylerin de bu tür faaliyetlere katılım göstermeleri beklenmelidir. Bu da, bu tür alanda faaliyet gösteren kurumlar sayesinde olabilir (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Görüşmeciler, vakıf ve yardım kuruluşlarının hayırseverliğin toplumda yaygınlaşmasına, desteklenmesine, yardım ve dayanışma duygusunun gelişmesine, yardım etme davranışının teşvik edilmesine vb. pek çok olumlu katkı sağlayacağı konusunda hem fikirdiler. Borusan Kocabıyık Vakfı Kurucu Başkanı Asım Kocabıyık ise vakıf faaliyetleri ve vakıfların hayırseverliğe olan katkılarını şöyle özetlemektedir:

“Sadece Kocabıyık Ailesi ve Borusan Grubu olarak değil başkalarıyla da bir araya gelerek ortak ideallerimizi gerçeğe dönüştürmek için işbirlikleri içinde oldum. İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul Sanayi Odası, TÜSİAD, İktisadi Kalkınma Vakfı, İstanbul Rotary Kulübü yönetim kurullarına katılmanın yanı sıra, TEMA, Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı, Eğitim Gönüllüleri Vakfı, Türk Musikisi Vakfı ve Afyon Eğitim Vakfı'nın kurucuları arasında yer aldım. Bağışçıların benzer hedefler güden kişi ve kuruluşlarla dayanışma içinde olması yapılan işlerin etkisini artırır, bu hedeflere daha kolay ulaşılmasını sağlar. Bağışçılara bireysel girişimlerini başlatmak ve onları güçlendirmeye çalışmanın yanı sıra ülke için önemli olabilecek diğer girişimlerin ortaya çıkabilmesi için yetişebildikleri oranda başka kuruluşlara ve gruplara desteklerini esirgememelerini tavsiye ediyorum” (Kılıçalp, 2013: 35).

Hayırseverliği, kısaca, kişinin diğer kişilere maddi-manevi desteği olarak tanımlayacak olursak eğer, tek bir bireyin yardımları ile birden fazla ve daha güçlü imkâna sahip olanların yardımları kuşkusuz aynı olmayacaktır. Özellikle zengin ve varlıklı kişilerin destekleri bu maddi gücü daha da büyütecektir. İmkânlar arttıkça yardım faaliyetleri artacaktır. Bu ise hayırseverliğin gelişmesine ve yaygınlaşmasına etki edecektir. Hayırseverliğin sürdürülmesinin bireysel faktörünün yanında kurumsal faktörünün daha önemli olduğu açıkça görülmektedir.

Günümüzde STK'lar başta yoksullukla mücadele olmak üzere pek çok alanda yardım faaliyetleri yürütmektedirler. Yoksullukla mücadele eden STK'lar da eğitimden sağlığa, iş desteğinden proje üretmeye kadar yoksulluğu ve buna bağlı sorunları ilgilendiren farklı alanlarda çalışmalar yapmaktadırlar. Günümüzde her biri kendi ülkesinde faaliyet gösteren ulusal kuruluşlar, ülke içinde olmakla birlikte uluslararası sahada da faaliyet gösteren dernekler ve sadece bulunduğu yörede aktivitede bulunan gönüllü yerel kuruluşlar yoksullukla mücadele eden STK'lara örnek gösterilebilir (Yaşar vd., 2011: 182-183). Ayrıca, modernleşme, sanayileşme ve kentleşme ile birlikte sosyal ilişkilerin dayanışmacı yönünün zayıflamış olması devletin ve gönüllü hareketlerin önemini ön plana çıkarmıştır (Yaşar vd., 2011: 182). Sorunların çığ gibi büyümesi ve yoksulluğun artması, toplumsal sorunlarla ilgilenme ve bunların çözümü için hayır işleri olarak adlandırılan yardım faaliyetlerinin daha profesyonel ve organize şeklide yürütülmesini zorunlu hale getirmiştir. Diğer yandan uluslararası STK'ların, vakıf ve gönüllü kuruluşların yerel düzeydeki kuruluşlarla işbirliğine girmeleri, bu organizasyonların eksik ve kusurlu yönlerinin gözden geçirilmesi ve çeşitli revizelerin olabileceği anlamına gelmektedir. Bu bağlamıyla hayırseverlik kültürü sadece bireysel bir faaliyet ve oluşum değil, aynı zamanda önemli ve büyük toplumsal özellik ve yönleriyle karşılaştığımız sosyolojik bir olgu olmaktadır. Dolayısıyla hayırseverliğin bireysel yönü kadar belki de daha da önem arz eden tarafı ise onun kurumsal boyutudur. Bu yönüyle hayırseverlik, yerel düzlemde ulusal düzleme ve hatta sınırları da aşarak ülkeler ve kıtalar arası arenada bir diğer ifadeyle sınırları olmayan mekânlara kadar uzanan evrensel bir kültür halini almaktadır.

4.10.3. Vakıf veya Yardım Kuruluşlarıyla İlişkiler/Bağlantılar

Görüşmecilerin herhangi bir vakıf ya da yardım kuruluşuyla ilişkilerini tespit etmeye çalıştığımız bu bölümde kadın ve erkek görüşmecilerin vakıflarla bağlantılı olma ile olamama durumu arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Yani, hem kadın görüşmeciler hem de erkek görüşmeciler açısından fark neredeyse yarı yarıyadır. Söz konusu fark sadece Malatya'daki erkek görüşmeci grubunda göze çapmaktadır ki o da vakıf veya yardım kuruluşlarıyla bağlantılı olanların oranı yaklaşık %63'e tekabül etmektedir. Malatya ve İstanbul'daki kadın görüşmecilerin yardım kuruluşlarıyla bağlantılı olma veya olmama durumlarındaki sayısal oranları ise eşittir. Kısacası, Malatya'daki erkek görüşmeci grubu dışında, İstanbul ve Konya'daki erkek

görüşmeciler ile Malatya ve İstanbul'daki kadın görüşmecilerin vakıflarla bağlantı ve ilişkili olma ile olmama durumu yarı yarıyadır.

Hristiyan görüşmeci grubunda iki erkek ve bir kadın görüşmeci vakıflarla bağlantılarının olduğunu belirtmiştir. Bunların kurumsal bağlantı ve ilişkileri ise kilise vakıflarına yöneliktir.

Görüşme esnasında görüşmecilere vakıflarla olan bağlantıları sorulduğunda bir kısmının olumsuz ve tedirgin tavırlar sergiledikleri gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra Konya'dan iki görüşmeci ise bu soruyu tepkiyle karşılamıştır. Konuşma derinleştikçe olumsuz tavır ve tepkinin kaynağının ise çeşitli vakıf ve yardım organizasyonlarına duyulan güven sorunu olduğu anlaşılmıştır.

Avrupa ve ABD'deki zenginlerin neredeyse tamamına yakınının kendi vakıfları yanında diğer vakıflarla işbirliği ve temasları ve bunun yanı sıra yine aynı şekilde Türkiye'deki tanındık, bilindik zenginlerin vakıf ve ilişkileri göz önüne alındığında araştırmaya katılan zenginlerin vakıf bağlantılarının sayısal olarak düşük oluşu düşündürücüdür. Ülkemizde yaşanmış bazı hadiseler nedeniyle görüşmecilerden bazılarının vakıflarla olan bağlantılarını gizlemeleri anlaşılabilir bir durumdur. Buna ilaveten bir kısım görüşmecilerin vakıflarla olan bağlantıları konusundaki fikirlerini beyan ederken sergiledikleri tavır ve hareketler, verilen cevapların doğruluğu ve güvenilirliği bakımından kuşku uyandırıcı görülmüştür.

4.10.4. Vakıf ve Yardım Kuruluşlarının Faaliyetleri İle İlgili Görüşler

Görüşme notlarından elde edilen bulgulara göre görüşmecilerin çoğu yardım organizasyonlarının faaliyetlerini olumlu görürlerken; bir kısmı da olumsuz görmektedir. Sayısal olarak ifade etmek gerekirse olumlu görenlerin oranları yaklaşık %80, olumsuz görenlerin oranı ise yaklaşık %20'dir. Yardım kuruluşlarının faaliyetlerini olumsuz görenlerin dayandıkları temel argüman *güven* problemidir.

Bu tür kuruluşların faaliyetlerini gerçek ve hakikati yansıtmıyor. Buz dağının görünen yüzü ile görünmeyen yüzü misali yardım ve bağışların ne kadarının dağıtıldığını, ne kadarının yerlerine ulaştığı hususunda endişelerim var. Dolayısıyla pek güvenmiyorum (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuruyemiş Esnafı).

Şahsen ben pek olumlu değerlendirmiyorum. Yardımlar için kendi istedikleri yerleri seçip belli kesimlere çalışabiliyorlar (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

15 Temmuz sonrası malum cemaatin yapılan yardımları bir yerde altın ve para olarak biriktirmeleri yardım kuruluşları hakkında izlenimlerimin değişmesine neden oldu. Güvenimiz sarsıldı (G.19, E.45, Konya, Gıda Sek.).

Pek güvenli bulmuyorum. Yeterince denetim olduğuna inanmıyorum. Bir keresinde bir yere bağış yaptığımız kişi geldi “hakkınızı helal edin” dedi. Meğerse o şahıs paraların farklı yerlere gittiğini öğrendiklerini arz etti. Helallik diledi (G.21, E.37, Konya, Ayakkabı Üreticiliği/Gıda/Sağlık Hizmetleri Sek.).

Belki olumlu ama bir kısım bu tür yardım organizasyonlarının gerçek yüzü ortaya çıkıyor. İstismar, çıkar ve rant gibi saiklerle hareket edenleri de gördük. Mesela Gülen cemaati... 15 Temmuz öncesinde de bunların hayır işlerinde çalışmadıklarını biliyorum. Yaşadığım bazı olaylara şahit olduğum için biliyorum. Siyasi rantlara peşkeş çekilen bazı örnekler biliyorum. Ama bunu burada zikredemem... (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Bazı dernekler nemalanmak için, tatmin olmak için var. Bunlardan bir kısmı faydalanmak için yanımıza gelip yardım istiyorlar. Bunlara da dikkat etmek gerekir. Hatta iyi araştırmak, haklarında bilgi edinmek gerekir diye düşünüyorum. Ama genellemiyorum. Gerçek ve yerinde olduğu sürece bu tür faaliyetler olumlu ve faydalıdır (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Yukarıda da görüldüğü gibi bazı görüşmeciler yaşadıkları, duydukları veya bildikleri çeşitli durumlar nedeniyle bazı vakıf ve yardım kuruluşlarına karşı güven problemi yaşamaktadırlar. Güven probleminin temel kaynağının ise, çeşitli vakıf ve yardım kuruluşlarının bağış ve yardım amaçlı sahip oldukları veya topladıkları gelirlerin ne kadarının dağıtıldığı, hangi kesim ve yerlere ulaştırıldığı veya istismar, çıkar ve rant; kısaca, kâr amaçlı kullanılıp kullanılmadığı şeklinde endişe ve kaygı olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, G.21’in de belirttiği gibi bağış için toplanan paraların farklı yer ve alanlarda kullanıldığı bilgisi de kurumsal hayırseverliğe olan güveni sarsmaktadır.

Diğer yandan kurumsal hayırseverliğe karşı güvensizlik oluşturan önemli etmenlerden biri de Türkiye’de siyasi ve idari krize neden olan Gülen Cemaati ve eylemleridir. Cemaatin mali olarak güç kazanmasındaki etkenlerden biri de bağış ve yardımlar toplayarak (bankacılık sistemlerini de kullanarak) ekonomik anlamda büyümesinin sağlanmış olmasıdır. Cemaatin bağış ve yardımlar üzerinden elde ettiği kazanımların himmet davası adıyla mercek altına alındığı, cemaate finansman sağlayıp örgüt adına himmet topladıkları ve kurdukları şirketlerde usulsüzlük yaptıkları gerekçesiyle bazı büyük holding sahipleri ve yöneticilerinin tutuklandığı bilinmektedir. Cemaat ve cemaate ait şirket ve derneklerin bağış toplama kampanyaları ve sonrasında bunu kendi siyasi, iktisadi ve idari çıkarları için kullanmaya kalkışması genel anlamda

cemaatlere olan bakışı etkilemiş ve insanların bu tür kurumların yardım etkinliklerine gösterdikleri olumlu tavır ve yaklaşımlarında kırılmalara neden olmuştur.

Açıkgöz'ün (2013a: 107) yoksullukla mücadele konulu araştırmasında araştırma kapsamına dâhil edilen Gönül Kuşağı Derneği yetkililerinin verdiği ifadelerde, üçüncü sektörün bütünüyle ekonomik faydadan ve siyasetten bağımsız olmadığı, çeşitli şirketlere ve cemaatlere bağlı çoğu yardım kuruluşlarının faaliyetlerinin kâr amaçlı olduğu belirtilmektedir. Yine aynı çalışmada yardım kuruluşlarında çalışanların gözünden toplumun gönüllü kuruluşların faaliyetlerini nasıl değerlendirdiklerine dair sonuçlarda çoğunlukla ve öncelikli olarak hayırseverlik (%41,9) ve sosyal sorumluluk (%33,9) anlayışı ile bakıldığı; siyasi amaçlı anlayışla bakışın ise oldukça düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmamızda, zenginlerin, vakıf veya gönüllü yardım kuruluşlarının faaliyetlerini genellikle toplumsal ilgi alanına yönelik olarak görmeleri ve olumlu değerlendirmeleri her iki araştırmanın örtüşen yönlerinden biridir.

TÜSEV'in 2004 yılında yaptığı araştırma 2015 yılında yeniden tekrar edilmiş ve aradan geçen on yıllık süreçte yeni bulgularla önceki bulgular arasındaki farklılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırma bulguları STK'lara yapılan bağışlarda azalma yönünde gözle görülür bir fark olduğunu göstermektedir. Araştırma bulgularına göre Türkiye'de bir yılda yapılan tüm yardım ve bağışların toplamı kişi başı yaklaşık 228 TL olarak hesaplanmıştır. Bağış miktarı, Türkiye Gayrisafi Yurt İçi Hasılasının (GSYİH) %0,8'ine denk gelmektedir. STK'lar aracılığıyla yapılan bağışlar değerlendirildiğinde ise bu oran %0,06'ya kadar gerilemektedir. "An Overview of Philanthropy in Europe (Avrupa'da Hayırseverliğe Genel Bir Bakış)"⁸ adlı raporda Avrupa ülkelerinde yapılan bağışların ülkelerin GSYİH'sine oranı yaklaşık %0,2, ABD'de de ise %1,5 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırma raporuna göre Türkiye'de genel olarak bireysel bağışlar ile birlikte STK'lara yapılan bağışların da Avrupa ve bilhassa ABD'ye göre geride kaldığı açıkça görülmektedir. Bireysel bağışların büyük çoğunluğunun (%88'i) herhangi bir yardım kurumu aracılığıyla değil, doğrudan yapılan bağışlar olduğunu ortaya koymuştur. Yardım kurumu aracılığı ile yapılan bağışların kendi içindeki oranına bakıldığında ise, bireylerin %34'ü bir kamu kurumunu tercih ederken; STK'ları tercih edenlerin oranı ise %18 ile oldukça düşük seviyede kalmıştır. Araştırmada, STK'lar

⁸ Observatoire de la Fondation de France ve Centre d'Etude et de Recherche sur la Philanthropie ortaklığında hazırlanan rapor. Rapor, Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İngiltere, İtalya ve Polonya olmak üzere on Avrupa ülkesinde gerçekleştirilmiş olan araştırma bulgularını içermektedir (<https://www.fondationdefrance.org/sites/default/files/atoms/files>).

aracılığı ile yapılan bağış oranının düşük olmasının nedenleri arasında *yardımların düzensiz yapılması, adı geçen kurumlara güven duyulmaması, kurumların yeterince tanınmaması ve yardım miktarlarının düşük olması* gibi hususlar yer almıştır. Araştırmada ayrıca güven probleminin tespiti için yapılan sorgulamalarda araştırmaya katılanların %10'u çoğu insana güvenilebileceğini belirtirken, %90'ı güven konusunda dikkati elden bırakmamak gerektiğini düşünmektedir (Çarkoğlu ve Aytaç, 2016: 13-14).

Vakıfların bağış faaliyetlerindeki şeffaflığı ve güven duygusu yaratmasının önemine ve gerekliliğine değinen emekli bankacı ve Sen De Gel Derneği Başkanı İbrahim Betil şu sözleriyle adeta son noktayı koymaktadır:

“...Kuruluş, varlıklarının ne kadarını idari giderler, ne kadarını amaca yönelik giderler için kullanıyor bilmek isterim. Destekleyeceğim kuruluş senelik olarak bağımsız denetimden geçiyor, mali tablolarını ve faaliyetlerini web sitesinde veya yıllık raporlarında kamu ile paylaşıyor olmalı. İdeolojik ve gizli gündemi olmamalı. Elimde bir kriterler listesi ile gidip sahada kontrol etmem, gidip yaşamakla da kuruluş hakkında pek çok şey öğrenebilirim... Desteklediğim tüm projelerin gelişimini takip etmek gibi rahatsız edici bir saplantım vardır. Sadece paranın nereye nasıl harcandığı değil, çalışmaların nasıl ilerlediğini, kimin nasıl faydalandığını, nasıl bir etki yaratıldığını da bilmek isterim. Rapor alma ve bilgi edinme bağışçıların bir hakkıdır; hatta bunun da ötesinde toplumda sivil anlayışı ve girişimleri geliştirmek için talep etmemiz gereken bir zorunluluktur ki STK'lar da şeffaflaşmak yönünde adım atsınlar. STK ve bağışçı arasındaki bilgi akışı son derece önemlidir. STK'ların talep edilmeden bağış makbuzlarını ve raporları sunmaları, bunu otomatik hale getirmeleri gerekiyor. STK'lar bu tür şeffaflık ve hesap verebilirlik standartlarını ortaya koydukları ve sistemlerinin bir parçası haline getirdikleri sürece bağışçılarda herhangi bir kuşku oluşmasını önledikleri gibi bir sonraki sene onların gönül rahatlığıyla bağışlarını yapabilmelerini sağlarlar” (Kılıçalp, 2013: 76-77).

Vakıfların, derneklerin, STK'ların vb. yardım kuruluşlarının oldukça büyük çoğunluğunun internet tanıtım sayfaları vardır. Ayrıca bağışların büyük çoğunluğu internet üzerinden online olarak gerçekleştirilmektedir. Kuruluşların internet üzerinden kendi faaliyetlerini tanıtımları kadar bağışların miktarları, bağışların harcandığı yerler vb. konularda insanların bilgilendirilmesi oldukça kolaydır. Betil'in de belirttiği gibi bağış ve yardım etkinlikleriyle ilgili rapor ve bilgi vermek suretiyle şeffaflığı ve hesap verilebilirliği sağlamak, vakıf ve yardım kuruluşlarına duyulan güven düzeyini olumlu etkileyeceğinden bağışların kurumsal olarak desteklenmesi ve artmasında önemli rol oynayacaktır.

4.11. Bağışların Reklam Edilme Durumu

Reklam, insanların bir düşünceye yöneltildiği ve dikkatlerinin bir ürüne, hizmete, fikir ya da kuruluşa çekilmeye çalışıldığı, insanların ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerinin amaçlandığı; iletişim araçlarından faydalanılarak yer ya da süre almak yoluyla sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulan bir duyuru olarak tanımlanmaktadır (Gülsoy, 1999: 9; Elden, 2009: 137; Bernard, 2002: 28; Çetin, 2014: 561).

Her reklamın belirli bir amacı ve görevi vardır. Her şeyden önce bir reklam anlam yükleyici ve belirleyici bir mesaja dayanmalıdır. Reklam her zaman bir kitleye ulaşmalıdır. Bu sebeple bir kitle iletişim aracılığı ile yayımlanmalıdır (Kavas, 1988: 66). Kotler'e (2003: 590) göre bir reklam şu amaçları içinde barındırır: Bilgi vermek, ikna etmek, hatırlatmak ve pekiştirmek.

Kısaca ifade etmek gerekirse reklam, gerek mal ve ürünlerin satış ve pazarlanmasında, gerek çeşitli faaliyet ve etkinliklerin duyurulmasında dikkati çekmek, ikna etmek, teşvik etmek, yönlendirmeyi sağlamak gibi amaçlarla kitle iletişim araçları vasıtasıyla topluma ulaşma yöntemidir diyebiliriz. Bu yönüyle reklam, modern dünyanın hızla yayılan yeni kültürel ürünü olmuştur. Diğer yandan reklam olgusu kapitalist toplumsal sistemin kendinden beklediği tüketim eğilimlerini hızlandırıcı bir faktörü ve tüketim toplumunun yeni kültürel formu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal ve gündelik hayatın hemen hemen her alanına sirayet eden reklam olgusu hayırseverlik kültürüne de etki etmektedir. Bağış ve yardım kampanyalarının başta televizyon olmak üzere diğer kitle iletişim araçlarıyla birlikte toplum önüne konulması veya hayırseverlerin isimlerinin zaman zaman birer reklam aracı olarak kullanılması reklam ve bağış ilgisini/ilişkisini gündeme getirmektedir. Bundan ötürü hayırsever zenginlerin bağış ve yardımlarının reklam konusu olup olmadığı, bağışların reklam edilmesinin amaç ve hedeflerinin neler olabileceği bu araştırmada cevap aranmaya çalışılan sorulardan biridir.

4.11.1. Bağışların Reklam Edilip-Edilemeyeceğine Dair Görüşler

Araştırma bulgularına göre bağışların reklam edilebileceğini düşünen görüşmecilerin oranının diğerlerine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu görüşmeciler bağışların belli şartlara bağlı olarak reklam edilmesini uygun görmüşlerdir.

Bana göre reklam edilmekte. Reklam edilmesi gerekir mi? diye sorarsanız bu konuda hem evet hem de hayır diyebilirim. Reklam edilmesinin olumlu ve de olumsuz yönlerinin olduğunu düşünüyorum. Menfaat beklemek şartıyla yapılan reklamlar olumsuz reklamlardır. Olumlu yönü ise bağış yapmak konusunda duyarlı insanların artmasına ve böylelikle bağışların sayısal anlamda artmasına katkı sağlayacaktır (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Örnek olup teşvik etmek maksatlı ise olumlu bakılabilir. Diğer yönlü olumsuz olduğunu tartışmaya bile gerek görmem (G.4, E.49, Malatya, Otomotiv/Tekstil/İnşaat Sek.).

Hayrın yayılması açısından, ihtiyaç duyulduğunda belli bir seviyeye kadar uygundur, reklam kullanılabilir (G.15, E.40, Konya, Toptan Satış Sek.).

Kon TV'nin Mirajans Yönetim kurulundan biri olarak şunu diyebilirim ki, reklamın bazen faydalı yönleri de vardır. Teşvik etmek özendirmek anlamında değerlendirebiliriz. O, veriyor bağış yapıyor, bende bağış yapayım diyenlerin sayısını artırır. Ancak gurur verici, enaniyete yönelik hislerle yapılması gibi durumlar kabul edilebilir bir şey değildir (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Reklam edilsin mi edilmesin mi tartışılabilir. Teşvik edici olması bakımından neden olmasın. Örnek teşkil eder. Bu bir kültür işidir. Bu yolla büyük bir kültür yaratılabilir. Oluşumuna katkı sağlayabilir (G.29, E.67, İstanbul, Klinik/Sağlık Sek.).

Özendirmek amaçlı yapılmasında bir sakınca görmüyorum. Reklamın iyisi pek çok insana faydalı olabilir (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Bana göre bağışlar, teşvik olması bakımından reklam edilebilir. Maksat ve gayesini aşmamak üzere yapılabilir. Gösteriştan uzak olunması gerekir. Sırf, görsünler, duysunlar, bilsinler diye reklam yapılmamalıdır (G.35, K.35, İstanbul, Metal Hammadde Sek.).

Bağışların reklam edilmesini uygun bulmayan görüşmeciler ise konunun amaç ve kapsamı dışında bulduklarından dolayı bağışlar ile reklam arasındaki ilişkiyi olumsuz yorumlamışlardır.

Reklam edilmesi kanaatimce hoş bir şey değildir. Çünkü bağış bana göre Allah'ın rızasını gözetmek, emrini yerine getirmektir. Öyleyse neden reklam edilebilir olsun ki (G.12, E.40, Konya, Dış Ticaret Sek.).

Reklam edilemez, edilirse adı bağış olmaz. Karşılık beklenerek yapılan bağışın masumiyeti sorgulanmalıdır (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Edilemez, edilmemelidir. Aksini düşünen varsa tanrı yalan söylemiş demektir (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Her ne sebeple olursa olsun edilmemelidir. Çünkü bağış yapmanın bazı sebepleri vardır. Allah rızası için bağış yaparsınız, vicdani, duygusal gerekçelerle bağış yaparsınız, sosyal eşitlik ve denge için bağış yaparsınız... Bunların hiç biri de reklamla alakalı bir durum değildir. Reklam, bana göre farklı menfaatleri hatırlatıyor. Mesela hastanelere yaptırılan hasta odaları vs. (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Görüldüğü üzere bağışların reklam edilmesinde bir sakınca olmadığı fikri genel kabul görmektedir. Bunun önemli nedenleri arasında, bağışlara ilgiyi arttırmak ve teşvik etmek, hayırseverlik bilincini geliştirmek, sorumluluk ve duyarlılığı arttırmak gibi unsurlar yer almaktadır. Ancak buna karşılık, bağışın anlam ve amacının dışına çıkıldığı, gizliliğinin ihlal edildiği ve gösterişe neden olduğu gibi gerekçelerle de bağışların reklam edilmesi düşüncesinin uygun olmadığına altı çizilmiştir. Nitekim Vehbi Koç da “hayır, hasenat işlerinin reklamı olmaz” diyerek reklam konusundaki olumsuz düşüncesini dile getirmiştir.

Özellikle televizyon, görsel medya ve internetin gündelik ve sosyal yaşamımıza girdiği zamanlardan bu yana hayatın pek çok alanında gizliliğin ihlali, deşifre edilmiş hayatlar, hayırseverlik kültürüne de yansımıştır. İnsanların yapıp ettikleri pek çok şey televizyon ve internette paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlardan hayırseverlikte payını almıştır. Hayırsever faaliyetlerin büyük bir kısmının internet ve televizyon ve diğer medya unsurları aracılığıyla paylaşılması bağışların gizliliğini de deşifre etmektedir. Reklamlar ise bu deşifrenin bir başka yönü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bağışların gizli tutulmasının birinci derecede önemli unsurunu yardım alanın onurunun incitilmemesi oluştururken; reklam edilmesindeki en önemli unsur ise teşvik edicilik olmaktadır. Ayrıca bağışların reklam amaçlı tanıtımları çoğunlukla genel toplumsal ihtiyaçlara yönelik yapılan bağış ve yardımlarla ilgili olmaktadır. Örneğin, bazı yardım kuruluşlarının Ramazan ve Kurban Bayramlarında zekât, sadaka, fitre ve kurban bağışları için internet üzerinden ve televizyon kanallarında nasıl, ne şekilde ve nerelerde değerlendirildiği ile ilgili tanıtım videoları yayınlanmakta ve bu yolla bağışçıların ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Yardım organizasyonlarının bu yolla daha hızlı ve pratik şekilde daha büyük kitlelere ulaşmaları bakımından internet ve televizyonun sağladığı kolaylık ve imkândan faydalanmak istemelerinin makul yönleri vardır. Büyüyen nüfusun getirdiği sıkıntıların karşısında insanlara daha kolay ve hızlı ulaşım reklamlara yönelmeyi ve bu sektörden faydalanmayı adeta mecburi kılmaktadır. Bağışların güvenli

ve doğru bir şekilde ulaştırıldığından emin olmanın yolu ise bilinçli bağışçı olmaktan geçmektedir. İbrahim Betil'in de belirttiği gibi sadece paranın nereye nasıl harcandığı değil, çalışmaların nasıl ilerlediğini, kimin nasıl faydalandığını, nasıl bir etki yaratıldığını araştıran, sorgulayan bir bağışçı olmak.

4.11.2. Bağışların Reklam Edilmesinin Amaç ve Hedefleri

Görüşmecilerin tamamı bağışların reklam edilmesini bazı faktörlere dayandırmışlardır.

Ticari rant, kazancı bağış reklamı yoluyla çoğaltmak, siyasi rant gibi etkenler olabilir. Mesela seçim zamanları özellikle yüz erkek çocuğun sünnet edildiğini bilirim. Hem de seçimlere bir ay kalışıya yapıldığını düşünürsek. Bunun afişlerle şehrin dört bir yerinde sergilendiğini de biliyorum (G.1, E.62, Malatya, Kuyumcu).

Menfaat sağlamak, siyasi ve ticari rant elde etmek vs. (G.10, K.52, Malatya, Eczacı).

Siyasi rant ve şöhret için (G.17, E.68, Konya, Ambalaj Sanayi Sek.).

İş ve siyasi beklentilerle ilişkili olabilir (G.20, E.45, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Gösterişe, siyasi ve ticari hedeflere bağlı olarak ilişkilendirilebilir. Böyle yapılması da doğru bir şey değil elbette (G.44, K.47, İstanbul, İç ve Dış Ticaret Sek.).

Siyasi, dinî ve statü kazanmak gibi nedenlerle reklam edilebilir. Siyasi bir beklentiniz veya gayeniz vardır o sebeple bağışlarınızı reklam edersiniz. Dinî olarak da özellikle cemaatler için bunu söylüyorum. Çünkü bir cemaatle dirsek temasındaysanız veya cemaatin bizatihi tanıtımını yapmak istiyorsanız bağış ve yardım yapıp bunu reklam edebilirsiniz. Örneklerini gördüğümüz için diyorum. Afaki konuşmuyorum (G.45, E.45, İstanbul, Sağlık Sek.).

Görüşmeciler, başta ticari, siyasi ve ekonomik kazanım, çıkar ve menfaat olmak üzere statü elde etmek, gösteriş yapmak gibi amaçlarla bağışların reklam edilebileceğini düşünmektedirler. Aşırı hırs ve kazanma odaklı ticaret anlayışı insanları bağışlarını reklam konusu etmelerinde sebep olabilir. Toplumda tanınmış biri olmak ve bununla onur duymak ve gururun okşanması gibi kişisel tatmin amaçlı hedefler için de bağışlar reklam edilebilir. Yine, dinî duyguları istismar, el üstünde tutsunlar, büyük önemli (muhterem bir insan/Müslüman) dinî bir şahsiyet gibi haz ve benliği okşayıcı kazanımlar elde etmek gayesiyle de reklamdan faydalanıla bilinilir.

Bilgin (2004), zenginlerin, dinî his ve duyguları genellikle zenginliklerini yoksullara karşı bir meşrulaştırma aracı olarak kullandıklarını ve din ile her zaman

yakın ilişkide bulunduklarını belirtilmektedir. Kimi zaman din, grup içinde eşitsiz güç ilişkilerini haklılaştırmada ve meşru bir zemine oturtmada kullanılmaktadır. Din, toplumsal hiyerarşide üst statüde yer alanların durumlarını, üstünlüklerini övmek ve onların neden bu konumda olduklarını izah eden geçerli kılma aracı olarak kullanılmaktadır (Okumuş, 2005: 51).

Gürhan (2015: 326-327) doktora tezi çalışmasında zenginlerin çoğu zaman din istismarı yoluyla toplumun dindar kesimlerinden yararlanma yoluna gittiklerini ve dini araçsallaştırdıklarını belirtmektedir. Yine bu çalışmada, zenginlerin iktidara göre görünüm değiştirdiği; bir nevi, iktidarın dinî görüşü yeni zenginlerin de dinî görüşü olduğu, zenginliğin siyasi rant elde etmenin aracı olarak kullanıldığı tespiti yapılmıştır.

Reklam, aynı zamanda, stratejik bağışın önemli unsurlarından biridir. Özellikle her Ramazan ayı öncesinde ve Ramazan ayı boyunca bağış taleplerinin arttığı ve reklam üzerinden şirketlerin satış ve pazarlama yaptıkları görülmektedir. Örneğin Coca-Cola şirketi her Ramazanda indirim yaparak “iftar sofralarının vazgeçilmez içeceği” diye ürün reklamı yapmakta; bununla da kalmayıp, iftar sofralarında tüketilmesi gereken bir içecek algısı yaratmaktadır.

Reklam, bir şeyi manipüle etmenin bir yoludur. Bir şeyi olduğundan fazla abartılı gösterip veya bir şeyin kusurlu, eksik yönlerini gizleyip insanların ilgisini, beğenisini kazanma ve o şeyi almasını sağlama yöntemidir. Bağış ve yardımlar da bu şekilde kullanılarak insanların ilgilerinin çekilmesi mümkündür. Ancak tablo her zaman bu kadar olumsuz ve kötümser değildir. Bunun aksine iyi niyet ve amaçlarla da reklamlardan faydalanarak hayırseverlik kültürüne katkıda bulunmak da mümkündür. Mesela, Omurilik Felçlileri Derneği ve benzeri yardım kuruluşlarının yürüme engelli kişilere tekerlekli sandalye yardımında bulunulması için televizyon ve sosyal medyada reklam içerikli bağış kampanyalarıyla insanların dikkatlerini çekmeye çalışmaları ve bağış talebinde bulunmaları bu duruma örnektir.

4.11.3. Bağışların Reklam Edilip-Edilmediğine Dair Görüşler

Görüşmecilere, çevrelerinden veya tanıdık zengin zümreden bağışlarını reklam konusu yapanların olup olmadığı sorulmuştur. Görüşmecilerin tamamı bu soruya aralarında bazı farklılıklar olsa da “evet, oluyor” şeklinde yanıt vermişlerdir. Görüşmecilerin aşağı yukarı benzer ifadeler vermiş olmaları nedeniyle görüşmeci notlarından örnek verme gereği duyulmamıştır.

Televizyon, gazete, dergi gibi görsel ve yazılı medyada reklamların yapıldığı ifade edilmiştir. Hatta bir görüşmeci (G.26), “maalesef insanların gözlerine soka soka reklam yapıyorlar ve bundan da rahatsızlık duyuyorum” diyerek bu konudaki serzenişini dile getirmiştir. Zenginlerin, zenginliklerini hayırsever faaliyetler üzerinden gösterme çabaları, zenginler arasında bağışta bulunmanın popülist bir yönünün olduğuna işaret etmektedir. Zenginlerin, zengin olarak tanınmak, bilinmek ve zenginlerle birlikte aynı ortamı paylaşmak istemeleri, zenginlik kültürünün paydaşları olarak önemli görülmektedir. Reklamlardan sadece işletmelerin veya kuruluşların değil, çoğu insanın da faydalandığı bilinen bir gerçektir. Zenginlerin de hayırsever faaliyetlerini reklam konusu yapmaları normaldir. Değişen dünya ve insan ilişkileri, pazarlama ve tüketim biçimleri reklamdaki daha fazla yararlanmaya itmektedir.

4.12. Bağışların Nicelik ve Nitelik Düzeyleri

Bu bölümde, yapılan bağışların gerek yaşanan kentler gerekse ülke geneli açısından yeterli olup olmadığı sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır. Görüşmecilerin bakış açısından durum şöyledir.

4.12.1. Yaşanılan Kentte Bağışların Yeterlilik Düzeyine Dair Görüşler

Malatya’daki görüşmeciler açısından değerlendirildiğinde bağış düzeyini yeterli görenler ile yeterli görmeyenlerin sayısal oranları birbirine yakın olduğundan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Görüşme notlarından bazı örnekler şöyledir:

Yeterli veya yetersizliği tam anlamıyla tespit etmek mümkün değil. Ancak, günümüz açısından iyi bir düzeyde olduğunu düşünüyorum (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Şu şartlarda yeterli olmayabilir. Çünkü esnafların kazançları eskiye oranla çok değil. Para kazanacaksınız ki bağış yapabilesiniz (G.7, E.67, Malatya, Efes Bayiliği/Yurt İşletmeciliği Sek.).

Bunun için net bir şey söylemem pek mümkün değil. Ancak kısmen yetersiz gibi geliyor bana. Çünkü bağış yapılacak o kadar geniş kesimler var ki bunların tamamına erişmek ve yardımcı olmak kolay değil (G.8, K.52, Malatya, İnşaat/Otomotiv Sek.).

Konya’daki görüşmecilerin çoğunluğu ise yaşadıkları kentteki bağışları nicel anlamda yetersiz bulmaktadır. İki görüşmeci ise konuyla ilgili net bir fikir beyan edememiştir.

Bana göre yeterli değil. Yeterli olsaydı fakir kalmazdı. Yardımlar çok, ama yeterli değil (G.18, E.60, Konya, Gıda Sek.).

Yetersiz görüyorum. Daha da çok bağış yapılmalı. Zenginlerimiz de var, ama bağışları yeterli görmüyorum. Yani aslında bu birazda zenginlerimizin daha hassasiyetle yaklaşmaları ile ilgili bir durum. Bu konuda hassas olan insanlarımız da var ama yeterli değil (G.20, E.45, Konya, Ayakkabı Üreticisi).

Orta düzeyde yeterli diyorum. Daha da iyi olabilir tabi ki. Konya da bağış ve yardım, zekât olsun diğer yardımlar olsun bana göre iyi düzeyde (G.21, E.37, Konya, Ayakkabı Üreticiliği/Gıda/Sağlık Hizmetleri Sek.).

Yaşanılan kentteki bağışların düzeylerinin yeterli olmadığını belirten görüşmeciler sayısı İstanbul için daha yüksek seviyededir. Hristiyan görüşmeciler de dâhil olmak üzere görüşmecilerin büyük çoğunluğu bağışları yeterli düzeyde görmemektedir. İki-üç kişi ile sınırlı bir görüşmeci grubu ise kısmen yeterli düzeyde görmektedir.

Yetersiz buluyorum. Sektörden varlıklı aileler tanıyoruz. Hepsi hayırsever değil. Teşvik etmekte her zaman mümkün olmuyor maalesef. Elimizden geleni yapıyor olsak da genel anlamda konuşmak gerekirse pek yeterli seviyede değil bence (G.32, K.45, İstanbul, Tekstil Sek.).

Yaşadığım bölge sosyal statü bakımından yüksek bir seviyeye sahip. Fakat yeterli olduğunu düşünmüyorum. Sadece gösteriş amaçlı özel günlerde bağışların yapılmasını da doğru bulmuyorum (G.35, K.35, İstanbul, Metal hammadde Sek.).

Yetersiz olduğunu düşünüyorum. Genellikle bazı zamanlarda olması da doğrusu yeterli olmuyor. Mesela Ramazan aylarında birden bire şehir bir hayırseverler yerine dönü veriyor. Ancak Ramazan sonrası her şey birden bire dini veriyor gibi bir hava alıyor. Sadece bağışlar mı? Diğer ibadetlerde de nasibini alırcasına benzer durum yaşanıyor. Teravihlerde dolup taşan camiiler Ramazan sonrasında içi boşalmış mabetlere dönüşüyor (G.34, E.30, İstanbul, Tekstil Sek.).

Yeterli mi, yetersiz mi? Şahsen, yardım ve bağışlar konusunda ciddi çalışmalar, yardım kampanyaları yapıldığını düşündüğümde emek var, gayret var. Bunları düşününce yetersiz de diyemiyorum (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Görüşmecilerin bir kısmı zenginlerin yeterince bağışta bulunmadıklarını belirtmektedirler. Ayrıca bazı bağış ve yardımların gösteriş amaçlı yapıyor olması bağışlara yeterli ve gerçek manada katkıyı sağlamaktan uzak kaldığı düşünülmektedir. Bağışların toplandığı yerler ve harcandığı birimler ve ne kadarının yardım amaçlı kullanıldığına dair etmenler, bağışların, tam anlamıyla yerinde kullanılıp kullanılmadığı endişesini doğurmaktadır. Bununla birlikte Ramazan ayında gösterilen hassasiyet ve faaliyetlerin bu ay sonrasında da gösterilmesi gerektiğinin altı çizilmektedir. Ramazan ayı sonrasında hayırsever faaliyetler birdenbire kesilmekte, pek çok yardımların devamı

gelmemektedir. Bu da yine yardımların genel düzeyde yeterliliğini olumsuz etkilemektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde görüşmeciler yaşadıkları kentteki bağışları yeterli düzeyde görmemektedirler. Bağışların yeterli düzeyde görülmeişinin nedenleri arasında yoksulluk ve diğer toplumsal problemlerin hala devam ediyor oluşu, bağış ve yardımlar konusunda zenginlerin duyarlılıklarının mevcuttan daha da düşük oluşu, bağış yapmaya teşvik edici unsurların yeterince desteklenmediğı ve sayıca yetersiz kaldığı vb. hususlar sıralanmaktadır.

4.12.2. Ülke Geneline Bağışların Yeterlilik Düzeyine Dair Görüşler

Görüşme notlarından elde edilen bulgulara göre yerel düzeyde olduğu gibi ulusal düzeydeki bağışların yeterlilik bakımından değerlendirilmesi arasında paralellik bulunmuştur. Üç kentteki görüşmeciler, bağışların ulusal düzeydeki yeterliliğini de aşağı yukarı benzer şekilde değerlendirmişlerdir.

Bu bölümde, görüşme notlarındaki benzerlikler ve de tekrar niteliğı olmaması bakımından örnek verme gereğı duyulmamıştır. Sadece bazı görüşmeciler (Malatya ve İstanbul'dan üç ve Konya'dan ise iki görüşmeci) ulusal düzeyde yapılan bireysel bağışların yanı sıra devlet destekli yardımlar ile vakıf ve gönüllü yardım kuruluşlarının bağışlarıyla birlikte ciddi bir bağış ve yardım sektörü oluştuğı vurgusunu yapmışlardır. Devlet destekli ciddi yardım kampanyalarının yanında belediyeler gibi yerel hizmetlerin yardım faaliyetlerinin de küçümsenemeyecek ölçüde katkısının olduğu belirtilmiştir.

Aslında burada sorulması gereken önemli sorulardan biri de gerek dünya çapında ve gerekse Türkiye ekseninde düşünöldüğünde bağış ekonomisi büyük bir ekonomik kısmı temsil etmektedir. O kadar büyük ekonomik kazanıma sahip olan bağış ekonomisinin varlığıyla beraber halen yoksulluğun yükselen ivmesi neden durdurulamıyor? Cevabı iki seçenekte bulabiliyoruz. Ya gerçekten görüşmecilerin de belirttikleri gibi bağışlar yetersiz ya da bağış ekonomisi sadece ihtiyaç sahibi olanlar için değil, zenginlerin veya farklı toplumsal sınıfların varlığını desteklemek için kısacası, varlıklarına varlık, servetlerine servet katmak için başka bir kazanım alanı olarak icat edilmiş olabileceğidir. Diğer yandan ABD ve Avrupa'nın dünya ölkeleri ve kıtaları arasında en büyük bağış ekonomisine sahip olduğu bilinmektedir. Bunlar dışında kalan pek çok ölkede çeşitli boyut ve türleri ile yoksulluk olgusunun devam etmesi ve buna karşılık onların refah ölkeleri olarak yaşamlarına devam etmeleri bağış

ekonomisinin de genel ekonomik çark içinde ve ülke içerisinde nasıl işlediğinin bir başka ifadeyle dışarı çıkmadığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

4.12.3. Hayırseverliğin Niteliğinin Değişip-Değişmediğine Dair Görüşler

Günümüz açısından hayırseverliğin niteliğinin değişip değişmediğiyle ilgili fikirler bakımından görüşmeciler ikiye ayrılmış gözükmektedir. Bazı görüşmeciler hayırseverlik algı ve anlayışındaki değişimleri olumlu değerlendirirken; bazıları ise olumsuz olarak değerlendirmişlerdir.

Daha bilinçli bir bağış kültürü oluştuğunu, yardımsever vatandaşlarımızın sayısal anlamda arttığını düşünüyorum (G.2, E.50, Malatya, Kayısı/Kuruyemiş Esnafı).

Daha zahmetsiz, daha rahat yardımda bulunuluyor. İnsanların gelirleri arttı. Duyarlılık ta arttı. Kazanç arttı. Doğal olarak bağışlar da arttı. Akraba komşu yardımlarından tutunuz artık daha geniş veya daha uzaktaki toplumsal kesimlere yardımları ulaştırıyoruz. Bu konuda vakıf ve derneklerin faaliyet ve katkısı da küçümsenemez (G.3, E.47, Malatya, Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat Sek.).

Halk olarak sanırım bu konuda daha çok bilinçlendik. Eskiye göre bakıyorum da her şeyden önce yardım eden insanlarımız arttı. Sayının artışı demek duyarlılığın artışı demektir (G.10, K.52, Malatya, Eczacı).

Alevi görüşmeciler ise günümüz hayırseverliğinin istismar aracı olarak kullanılmasından kaynaklı olumsuz yönlerine atıf yapmışlardır.

Halka doğrudan yapılan bağış ve yardımlar konusunda bir değişiklik düşünmüyorum. Ancak yardım kurum ve kuruluşları aracılığı ile yapılan yardımlar hakkında aynı şeyleri söyleyemeyeceğim. Özellikle bazı cemaatlerin yardımları çıkar amaçlı kendi gruplarının menfaatleri doğrultusunda kullandıklarını düşünüyorum. Bana göre bu manada hayırseverlik toplumdan çalmak gibi bir şey oluyor (G.5, E.50, Malatya, İnşaat/Ticaret Sek.).

Çoğu zengin vergiden düşmek adına bağış ve yardımda bulunuyor. Bu da onların ticari rant ve gelirlerine hizmet ediyor. Dolayısıyla burada bir halisane bir hayırseverlik anlayışı sezemiyorum (G.6, E.47, Malatya, Beyaz Eşya/Mobilya Sek.).

Konya'daki görüşmeciler için de benzer durumlar söz konusudur. Onlar da hayırseverlik algı ve kültüründeki olumlu ve olumsuz yöndeki değişimlerin varlığından bahsetmişlerdir.

Bence olumlu bir değişim var. Hayırseverlik bilinç ve yardım eden kişi sayısı artmıştır. Bazıları için bir menfaat veya beklentiye hizmet etse de bunlar her yerde olabilecek olağan durumlardandır. İşte son zamanlarda FETÖ meselesinden bahsedelim. Böyle bir şey yaşandı diye topyekûn bir hayırseverliği

olumsuz değerlendiremeyiz. Mesela Müslüman hata yaptığında hata nasıl ki dine indirgenemezse bu da aynı minvalden bir mevzuudur (G.12, E.40, Konya, Dış Ticaret Sek.).

Hayırseverliğin anlamı bana göre kişinin bakış açısına göre değişir. Bağış yaparak bir yerlere yaranmak, bir yerlerden veya bir şeylerden menfaatlenmek ise bunun iyi tarafından söz edemeyiz. Hayırseverlik muhakkak ki iyidir, güzeldir. Ancak eskiye göre yardım etmek bilinci bana göre daha da gelişti. Eskiden ülke olarak bu kadar zengin ve gelişmiş değildik. Ama ülkemiz hamdolsun şimdi daha iyi bir seviyede. Zenginimiz arttı. Dolayısıyla bağışlar da arttı (G.19, E.62, Konya, Gıda Sek.).

İstanbul'daki görüşmecilerden de hayırseverliğin niteliğinin değiştiği ile ilgili benzer cevaplar gelmiştir.

Evet değişmiştir. İnsanlarımızın çoğu hayırseverliği yanlış algılıyor. Haksız kazancını dağıtınca rahatladığını düşünüyorlar. Oysaki kazancın nasıl elde edildiğine de bakmak lazım (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Nispeten bir değişim mevcut. Gösterişçi, görsünler, duysunlar, bilsinler için bağış edenler var. Ama bunu genele nispet etmek de doğru değil (G.36, E.63, İstanbul, Ticaret Sek.).

Tabi ki değişiyor. Özellikle menfaat yönünde bir değişim var. Özellikle siyasetle ilgili olan siyasi zenginlerimiz var. Siyasete girdikten sonra daha da zenginleşen, varlığına varlık katan zenginleri gördüm. Mesela yakın çevremizden tanıdığım bir genç. Dürüst değildir. Sahtekâr, dolandırıcı biridir. 2010 yılında siyasete girerek milletvekillerinin taşeronluğunu yapmaya başladı. Okulların kantin işletmecilikleri, belediyelerin çöp toplama ve temizlik işletmesini almakla başladı. Şimdi saygın iş adamı olup çıkıverdi. Düşük fiyatlarla ihaleler alıp yüksek fiyatlarda hizmet veren bir sahtekâr. Ben bunu yüzüne de söylüyorum. Arkasından konuştuğum falan yok. Pişkin pişkin gülüyor. En çokta kızdığım ne biliyor musunuz? Şu ülkede yaralı parmağa pislemeyecek o kadar insan var ki hayırsever ve bağışçı diye reklam da edilmezler mi işte buna sinir oluyorum. Üzüliyorum ya. Neyse ki hak eden güzel insanlarımızın da çokça var olması ile teselli buluyorum (G.39, K.45, İstanbul, Finans/Gıda/Tekstil Sek.).

Hristiyan görüşmeciler ise hayırseverliğin mahiyetinde olumlu yönden ziyade olumsuz yönde değişimler olduğuna dikkat çekmişlerdir.

Çıkar güdümlü beklentiler çok. Karşılığında ne kadar alırım. Karşılık bekleniyor. Aynı mezhep aynı grup kısacası aynı renkten değilse niye, neden yapayım deniyor. Özellikle son dönemlerde bağışçılık particiliğe, klikciliğe dönüyor, dönüşüyor (G.27, E.58, İstanbul, Kuyumcu).

Eskilerde iyi niyetlerle yapıldığını düşünüyorum. Son dönemlerde ise çıkar ve menfaat amaçlı yapıldığı kanaatindeyim (G.35, K.35, İstanbul Metal Hammadde Sek.).

Hayırseverliğin iyi niyet ve barışçıl doğasının zedelendiğini düşünüyorum. Menfaat ve beklenti hayırseverliğin iyi niyetini; yandaşları için sadece bağış

vermek ise hayırseverliğin barışçıl, evrensel doğasını zedeliyor (G.44, K.47, İstanbul, İç ve Dış Ticaret Sek.).

Görüşmecilere göre günümüz hayırseverliğinin niteliği büyük oranda değişmiştir. Hayırseverliğin stratejik amaçlı çeşitli kazanımlara yönelik olarak gerçekleştirildiği; çıkar, menfaat ve beklentilerin ön plana çıktığı vurgusu yapılmaktadır.

Stratejik hayırseverliğin günümüz açısından önemli sakıncalarından biri olarak kazanma ve kâr odaklı yaklaşımlar hayırseverliğin o saf doğasını bozmaktadır. Bununla birlikte teşhire yönelik gösterişçi bağışçılık da hayırseverliğin niyet ve mahiyetini olumsuz etkileyen unsurlar arasındadır. Teşhircilik, zenginlerin zenginliklerini kültürel, sınıfsal, ekonomik ve mekânsal olarak gösterme biçimidir. Kimi zenginler, saygınlık kazanmak, tanınmak, parmakla gösterilmek gibi sosyal ve psikolojik egolarını tatmin etmeye yönelik olarak zenginliklerini göstermek için çeşitli yollara ve araç-gereçlere başvurmaktadır.

Zengin olmanın şartı olarak sunulan tüketim tarzları, zenginliğin kültürel pratikleri, zenginlik anlatılarında gizil olarak sunulan mesajlar, göze çarpmak ve ayrıcalıklı olmak zenginlik ve zenginleşmenin bir göstergesi olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve sınıfsal bir ayırma gönderme yapar (Kaya, 2012: 90; Frank 2009: 112). Lüks ev ve araba sahipliği, aşırı ve yüksek düzeyde tüketim, pahalı ve son model olanı tercih etme, lüks restoran, kafe, dinlence ve eğlence yerlerinde sıkça takılmalar, aşırı ve yüksek miktarda para harcama gibi yaşam tarzı ve kendini gösterme çabaları zenginliği teşhir etme çabasının bir ürünü olduğu vurgulanmaktadır (Ritzer, 2011; Karadağ, 2012; Yaşar, 2013; Gürhan, 2015).

Zenginlerin zenginliklerini gösterdikleri bir alan da sosyal, kültürel ve ekonomik bir gösterge olarak hayırseverliktir. Hayırsever zenginler, bir yandan yüksek miktarlarda bağış ve yardımlarıyla ekonomik güçlerini, Bourdieu'nun deyimiyle ekonomik sermayelerini gösterirken beraberinde toplum içinde seçkinliği elde etmiş olması nedeniyle de sosyal güçlerini, Bourdieu'nun deyimiyle sosyal sermayelerini göstermektedirler. Bağış ve yardımlar için büyük organizasyonlarda boy göstermek zenginliği teşhir etmenin bir başka yoludur. Öte yandan her ne kadar teşhir amaçlı olursa olsun yardım etmek ve bağışçı olmak toplumsal bakış açısından hayırsever bir kişi olarak toplumsal beğeni ve kabul görmeye de vesile olmaktadır. Örneğin Bill Gates, dünyanın sayılı önde gelen zenginleri arasında olmakla kalmaz, beraberinde

oldukça iyi tanınan, bilinen bir hayırsever olarak ta kabul görmektedir. Bu nedenle zenginlerin hayırseverlikleri, hayırseverliğin saf, öz doğasını etkilemekte ve hayırsever faaliyetlerin maksadını, öz gerçeğini anlamayı zora sokmaktadır.

Sonuç itibarıyla ister bir teşhir biçimi olsun isterse stratejik amaçlı olsun veya her ne şekilde eleştirilirse eleştirilsin hayırseverlik, zenginliğin bir göstergesi olarak kabul görmekte; zenginlerin toplumsal statü ve prestijlerine değer katmaktadır.

4.12.4. Bağış Yapmakla Zenginlik Arasındaki İlişki

Zenginlik ile hayırsever olmak arasında zorunlu bir ilişki var mıdır? sorusuna yanıt olmak üzere görüşmecilere “Bağış yapmak için ille de zengin olmak gerekir mi?” şeklinde soru yöneltilmiştir. Görüşmecilerin tamamı hayırsever olmak için zengin olmak gerekmediği hususunda hemfikirdir.

Zengin olan daha çok yardım eder. Ancak bu, zengin olmayanların da hayırsever olmayacağı anlamına gelmez (G.8, K.52, Malatya, İnşaat/Tekstil/Otomotiv Sek.).

Hayır, gerekmez. Çünkü her hayırsever zengin olmak zorunda değildir (G.11, E.46, Konya, Tekstil/Ayakkabı Üreticiliği).

Bence ilgisi pek yok. İsteyen herkes yardım eder. Herkes kendi gücü nispetinde yardım eder (G.21, E.37, Konya, Ayakkabı Üreticiliği/Gıda/Sağlık Hizmetleri Sek.).

Zengin olmasa da kendine yetecek kadar bir şeylerinin olması yeterli bence (G.26, E.37, İstanbul, Eğitim/Finans Sek.).

Gönül zenginliği bile hayırsever olmaya yeterli bence. Ayrıca herkes kazancı kadar hayırseverdir. Zenginler çok verir. Normal kişiler az verir. Kaldı ki bağış veya yardım sadece maddi de olmamalı. Yardım organizasyonlarında çalışanlar, gönüllü katılımcılar da bana göre hayırseverdir. Yani işin içine parasını, varlığını koymuş olanlar kadar, bu yolda emeğini, zamanını harcayanlar da hayırseverdir (G.41, E.60, İstanbul, Tekstil/Giyim Sek.).

Bağış insanın içinden gelir. Bütçe/gelir önemli değildir. Niyete bağlı olarak çeşitlilik gösterir. İhtiyacı olana yardım eden herkes hayırseverdir, bağışçıdır (G.44, K.47, İstanbul, İç ve Dış Ticaret Sek.).

Per-Yön Onursal Başkanı Ferhat Şenatlar da bağış yapmak için ille de zengin olmak gerekmediğini söyler. Şenatlar’ın konuya ilişkin düşünceleri şöyledir:

“Bağış yapmış olmak için bağış yapmadım. Bana göre bağıştaki maksat projelerin gerçekleştirilmesini sağlamak için her türlü kaynağı ortaya koymaktır. Zengin değilim, zaten maddi olarak 80 milyar tutarında bir yardım yaptım, o da parça parça gerçekleşti. Benim zaten amacım bunun yapılabilirliğini göstermekti. Zengin olmanız gerekmez, herkes bir şeyler yapabilir, sadece yardım etmeye karar verin yeter. Sivil toplum kuruluşları o kadar az kaynakla o kadar harika

işler başarıyorlar ki, sizler de bu çalışmalarını destekleyerek bunun bir parçası olabilirsiniz” (Kılıçalp, 2013: 52).

Görüldüğü gibi zenginler de bağış yapmak için zengin olmak gerekmediğini düşünmektedirler. Bağış yapmak her şeyden önce gönüllülük ve vicdani hassasiyeti gerektiren bir durumdur. Herkes hayırsever olabilir. Hayırsever olmanın sadece insanî boyutu yoktur. Yaşanılan çevredeki her şeye karşı duyarlılık ve bu duyarlılıktan hareketle elden geldiğince imkânlar ölçüsünde ilgi göstermek hayırsever davranıştır. Bu ilgi maddi olabileceği gibi emek, zaman, iş gücü harcamak şeklinde manevi de olabilir. Hayırsever faaliyetlerde uğraşı gösteren her türden vakıf ve STK’larda gönüllü olarak çalışanlar buna örnektir. Ayrıca hayırseverliğin dinî motivasyonel yönü, onu, sırf zenginler için değil tüm bireylerin imkânları ölçüsünde yapmaları gereken iyi ve güzel bir davranış örneği olarak tavsiye eder. Hz. Peygamber (S.A.V)’in *“bir yetimin başını okşamak dahi hayırdır”* şeklinde sahabelerine tavsiyesi bunun en güzel örneğidir. Yine *“komşusu açken tok yatan bizden değildir”* sözü de insanların birbirilerini görüp gözetmeleri, yardımlarına koşmaları anlamında yardım etmenin gerekliliğine ve yardım etme bilincine önemli bir atıftır.

Kısaca ifade etmek gerekirse, toplumun çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması, dayanışma ve yardımlaşma, sosyal adalet ve eşitlik gibi unsurların bileşenlerinde oluşan hayırseverlik, toplumun fertleri olarak sahip olunması ve üstlenilmesi gereken önemli değerlerdendir ve hayırsever olmak için zengin ya da varlıklı olmak gerekmiyor.

SONUÇ

Toplumun çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması, dayanışma ve yardımlaşma, adalet ve eşitlik gibi sosyolojik unsurlar hayırseverliğin ana bileşenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen ve gelişen yaşam şartları geleneksel diye tabir edilen ve daha çok bireysel çabaya dayanan hayırseverlik girişimleri günümüzde devam ediyor olsa da artık yetersiz kalmakta ve yerini kurumsal hayırseverlik anlayışına bırakmaktadır.

Hayırsever faaliyetlerde kolektif çabanın önemi daha da hissedilir hale gelmiştir. Bu tür faaliyetlere emek, zaman ve iş gücünü ayıranların yanında yine maddi olarak katkıda bulunanların; yani, toplumdaki zengin sınıfın katkılarının da bir hayli önemli olduğu gözükmemektedir.

Okullar, hastaneler, camiiler, öğrenci yurtları, yaşlı bakım evleri, kimsesiz çocuk evleri, yollar, çeşmeler ve daha birçok türden inşaatların yapımı; din, sağlık, eğitim ve sosyal hizmet alanlarında hizmet gören/veren vakıf, dernek, yardım kuruluşları ve STK'lara doğrudan veya dolaylı maddi ve manevi katkılarıyla iştirak eden zenginler, hayırseverlik faaliyetlilerinin ve hayırseverlik kültürünün önemli yürütücüleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bugün Türkiye de dâhil olmak üzere dünyadaki çoğu zengin ailelerin aile vakıfları vardır. Bu zengin aile vakıflarının kayda değer bir bağış ekonomisi oluşturduğu bilinmektedir. Bu durumda zenginlerin hayırseverlik kültürüne katkılarının incelenmesi, araştırılması zenginlerle ilgili yapılan çalışmalar içerisinde ayrıca bir öneme sahip olmaktadır. Ülkemizde zenginlerin hayırseverlik faaliyet ve kültürlerine yönelik bir çalışmanın olmayışı böyle bir çalışmanın yapılmasının temel nedeni olmuştur. Bu çalışmanın konu başlığı hayırseverlik ve zenginler üzerinedir. Zenginlerin hayırseverlik kültürünü sosyolojik bir perspektiften anlama, açıklama ve betimlemeyi amaç edinmiş olan bu çalışmada Türkiye'nin doğusundan, ortasından ve batısından temsilen seçilen üç ilde ikamet eden (Malatya, Konya ve İstanbul) bazı zengin aile ve kişilerle görüşme yapılmıştır.

Araştırma bulgularına göre elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir: Araştırmaya katılan zenginlerin hepsi düzenli olarak bağış yapmaktadır. Bağış miktarları, o yılki kazanç ve ekonomik gidişata bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bağışlar, bağış yapılan yerlere ve kesimlere göre aylık, üç ayda bir veya yıllık şeklinde gerçekleştirilmektedir. Bazı hastaların düzenli sağlık ihtiyaç ve giderlerinin

karşılanması (diyaliz hastaları, kronik rahatsızlıkları olanlar, yatalak hastalar gibi) yaşlı bakım evlerine yardımlar, öğrenci bursları gibi genellikle aylık yardımlara ihtiyaç duyan kesimlerin varlığı, bağışların da aylık periyotlarla yapılmasına neden olan etmenlerden bir kaçıdır.

Bağış yapılan yerler ve kesimlerin farklı ve çok sayıda oluşuna bağlı olarak bağışlar, hem nakdi hem de ayni olarak yapılmaktadır. Öğrenci bursları, yoksullara para, gıda ve elbise yardımı, hastanelerde hasta odaları ve bazı sağlık ekipman ve cihazları, vakıf ve yardım kuruluşlarına parasal yardımın yanı sıra malzeme, araç ve gereç alımları gibi yardım çeşitleri bunlardan bir kısmıdır.

Hayırseverlik kültürünün önemli bir yönü de bu kültürün belli bir süreyle devam ettiriliyor olmasıdır. Bir kültürün varlığı, onun yıllarca yaşatılıyor olmasıyla da yakından ilişkilidir. Bu araştırmada, zenginlerin hayırseverlik kültürlerinin 10 ile 50 yıllık bir süre arsında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Genel ortalama süre ise 25-30 yıllık bir sürece tekabül etmektedir.

Bağışta bulunma nedenleri arasında pek çok etmenin yer aldığı görülmektedir. Dinî inanç ve tutumlar, empati kurma, huzur ve mutluluk psikolojisine erişmek, sosyal sorumluluk ve sosyal adalet, sosyal dayanışma ve yardımlaşma gibi unsurlar göze çarpmaktadır. Bunlar içerisinde ise dinî saik önde gelmektedir. Bu bulgu, diğer bazı araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Konuya ilişkin benzer sonuçlar bize, ister üst sınıf olsun ister orta sınıf olsun hayırsever ilgi ve eylemlerin temel saiklerinin ortak olduğunu göstermektedir. Dinî inanç ve tutumlar ise bu ortak saiklerin ilk sırasında yer almaktadır. Bunu, İslam dini inancı ile bütünleşmiş kültürel ve sosyal hayatın Türk hayırseverlik anlayış ve kültürüne yansımalarının bir sonucu olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü İslam, zekât, fitre sadaka ve infak müessesleriyle müntesiplerine yardımseverliği öğütlemekte; bu özelliklere sahip kişileri ise *Salih Kullar*, *Takva Sahibi Kullar* şeklinde övgüye ve ödüle mazhar inanlar olarak tanımlamaktadır. Bu ise, hayırseverlik ve din ilişkisine ışık tutmakta, hayırseverliğin dinî boyutunun önemini açıkça göstermektedir.

Bağış yapmanın amaç ve nedenlerine bağlı olarak bağış yapılan yerler ve kesimler de değişmektedir. Zenginlerin kişisel özellik, dinî tutum, dünya görüşü ve hatta siyasi bakış açısına göre bağış yapılan yerler ve kesimler de farklılık göstermektedir. Batıda, özellikle ABD ve İngiltere’de zenginlerin hayırseverlik anlayışları ve yaklaşımları üzerine yapılan araştırmalarda da benzer sonuçlarla

karşılaşılmıştır. Katolik, Ortodoks, Protestan gibi Hristiyan mezhepleri ile Yahudi dinine müntesip zenginlerin de dinî inanç ve mezhep aidiyetine göre hayırsever eylemlere yöneldikleri ortaya konmuştur. Pek çok akademik yazında modern, kapitalist ve seküler dünyalar şeklinde tanımlanan ve demokrasi ve sivil toplum bilincinin öncüleri olarak tanıtılan Batı dünyasında hayırsever eylemlerin inanç ve mezhep aidiyetine göre şekil alması bu anlamda düşündürücüdür. Bu, bir anlamda, demokratik söylemlerin ne kadar gerçekçi olduğuna dair şüpheyi ortaya koymaya yetmektedir. Aynı değerlendirmeyi Türkiye'deki zenginlerin hayırseverlik anlayışları üzerine de yapmak mümkündür. Tüm ilahi dinlerin müntesipleri, *insanlar arasında ayırım gözetmeyeceksin* şeklinde bir emre mâtuf olmuşlardır. Emrin yerine getirilmeyişi veya en azından buna uymak konusunda gösterilen gevşeklik ve bununla ilintili sorunlar dinlerin değil, müntesiplerinin sorunudur. Diğer yandan, her ne kadar hayırsever eylemlerde dinî inanç ve mezhep farklılıkları göz önünde tutulsa da bağış yapılan yerler ve kesimlerin sayılarındaki çeşitlilik bu sığayı genişletmekte; bu ise, toplumsal duyarlılığın varlığına işaret etmektedir. LÖSEV, Kızılay, Yeşilay, Mehmetçik Vakfı, Türkiye Diyanet Vakfı gibi kurum ve kuruluşların bağış yapılan yerler içerisinde yer alması, hayırseverlik bilincine ve genel toplumsal ihtiyaç ve problemlere karşı ilginin varlığını göstermektedir. Olgular arası ilişkiler bakımında değerlendirildiğinde bağış yapma nedeni ile bağış yapılan yerler ve kesimlerin ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Yoksullar, hastalar ve öğrenciler zenginler için bağışta bulunulması gereken ilk kesimler arasında gelmektedir. Yaşam standartlarının iyileştirilmesi, zengin-fakir arasındaki uçurumun aza indirgenmesi, toplumsal dayanışma ve bütünleşmenin sağlanabilmesi ve refah toplumuna ulaşılabilmesi bakımından yoksullar öncelenmiştir. Ülkenin gelecek kuşağını temsil etmeleri ve sosyal, siyasal ve ekonomik refahı sağlamak konusunda gençlerin eğitime önem verilmesi gerektiği düşüncesinden hareketle öğrencilerin desteklenmesi gerektiği de diğer önemli bir husus olarak görülmektedir.

Araştırmaya katılan zenginlerin çoğu bağış sonrası yazılı veya sözlü olarak geri dönüşlerin olduğunu belirtmişlerdir. Bağış ve yardım aslında bir bakıma karşı tarafa verilen birer hediye gibidir. Bu tür hediyeler hem vereni hem de alanı iyi hissettirir, mutluluk hissi verir. Bu hediye çıkar için değil, başkasının iyiliği içindir. Teşekkür etmek, minnettar kalmak, bağış yapana karşı gösterilen olumlu tavırlardır. Bu olumlu tavırlarla bağış sonrası geri dönüşlerin olması zenginlerin hayırseverliklerine ayrı bir

anlam katmakta, onun verdiği haz ve mutluluğu yaşamaktadırlar. Bu ise bir sonraki bağışların devamı açısından önemli görülmektedir.

Bağış yapmak zenginleri mutlu, huzurlu kılmakta, onların psikolojilerine pozitif etki etmektedir. Yapılan çeşitli araştırma bulgularının da gösterdiği gibi özgeci davranışlar kişilerin psikolojilerini müspet yönde etkilemekte, özgeci düzeyin yüksek oluşuna bağlı olarak psiko-sosyal bakımdan ruh sağlığı ve iyilik hali artmaktadır. İyilik hali aynı zamanda bireyin çevresine karşı olumlu tavırlar sergilemesine neden olmaktadır. Bu çalışmada da yardım etme davranışının görüşmecilerin iyilik hali ve ruh sağlıklarına kattığı olumlu etki net bir şekilde ortaya konmuştur. Psikoloji ve sosyal-psikoloji sahasında yapılmış olan çeşitli araştırma sonuçlarında olduğu gibi araştırmamızda da hayırseverlik ile psikoloji arasındaki müspet ilişki ortaya konmuştur. Mutluluk ve iyilik hali üzerine yapılan çalışmalarda en çok yapılan vurgulardan biri empati ve karşılık beklemezsizin gösterilen yardımdır. Empati kurma sürecinde bireyin, karşısındakini anladığını ve onun bakış açısıyla söz konusu olayı değerlendirebildiğini göstermesinin yolu, kendisini ifade etmesidir. Empati kuran, karşısındakinin içinde bulunduğu durumu anladığını söz ile ifade edebilir. Ancak en iyi ifade şekli, karşısındakine, içinde bulunduğu sıkıntılı durumda yardım etmesidir.

Zenginlerin hayırseverliklerinin sosyal psikolojik bağlamda bir başka getirisi ise kişinin; kendini gerçekleştirme, kendisiyle barışık olma, benlik saygısı edinme gibi durumlara olan katkısıdır. Hayırsever olmak aynı zamanda cömert, fedakâr, paylaşımcı olmaktır. İhtiyacı olana yardım eli uzatan bireye çevresindeki insanların ona müteşekkîr olmaları, onun kendine olan özgüvenini arttıracaktır. Zenginler için de benzer durum söz konusudur. Zenginler, cömert, fedakâr ve paylaşımcı olmanın toplumsal saygınlığı ve güveni kazanmada önemli olduğunu vurgulamaktadırlar.

Görüşmecilerin büyük bir kısmı için hayırseverlik, kendilerine, toplum içerisinde önemli bir şahsiyet olma duygusunu yaşatmaktadır. Ancak bu duygu, böbürlenmek, övünmek, gururlanmak vb. anlamlarda değil, hayırseverler olarak tanınma, takdir edilme şeklinde algılanmaktadır. Zenginler, sadece varlıkları ve sermayeleri ile değil, aynı zamanda bağış ve yardımlarıyla da öne çıkmaktadırlar. Ayrıca zenginlerin bağışları genellikle toplumca bilinmekte veya görülmektedir. Bu da onların statü ve prestijlerine değer katmaktadır. Zenginlerin hayırseverliklerinin toplumca bilinmesi ve takdir edilmiş olması hayırseverlik ile toplumsal konumun güçlenmesi ve prestijin artması arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Diğer yandan

zenginlerin hayırsever eylemleri, onların toplum nezdinde tanınmalarının bir simgesi olarak düşünülebilir. İşte burada, Bourdie'nun simgesel sermayesine atıf yaparak hayırseverliğin zenginler için bir simgesel sermaye unsuru olarak görülebileceğini ifade edebiliriz.

Hayırseverliğin önemli kültürel uzantılarından biri de ailedir. Aile, gelenek, görenek ve değerlerin yaşatıldığı ve bireylere aktarıldığı ilk sosyal birimdir. Bu sebeple hayırseverliğin ailevi kökenlerinin olması tabii bir durumdur. Hayırseverliğin aile geleneklerine dayanması, aile büyüklerinin ve diğer aile üyelerinin bağış ve yardım konusundaki örnek tavır ve telkinleri, bağış konusundaki yaklaşımları, bağış faaliyetlerinin desteklenmesi, hayırseverliğin yaşatılması ve genç kuşaklara aktarılması bakımından önemli görülmektedir. Zenginler için hayırseverlik sadece bireysel bir tutum ve davranış örneği olmayıp aynı zamanda aile geleneğiyle yaşatılmaya ve kuşaklara aktarılmaya çalışılan önemli bir kültürel unsurdur. Bu yönüyle hayırseverlik Bourdie'nun tanımlamasıyla önemli bir kültürel sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayırseverliğin aile geleneği olarak devam ettirilmesi ve hayır işlerinin aile üyelerince desteklenmesi, hayırseverliğin kültürel bir miras olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Bağış yapmak bir yurttaşlık görevi olarak telakki edilmektedir. İnsanın sadece kendisi için yaşaması mümkün değildir. Zaten bu, onun, sosyal olma yeti ve özelliğine de uygun değildir. İnsanoğlu varlığını bir bakıma doğup büyüdüğü vatana, çalışma ve kazanma imkânı sağlayan ülkesine borçludur. Bu borcun ödenmesi ise yurttaşlık bilinci ve sorumluluğunun gereğidir. Ülkemizin önde gelen zenginlerinden Kadir Has'ın deyimiyle, “Bağış, gönül işidir. Ödenmesi gereken bir vatan borcu” dur düşüncesi görüşmecilerde de hâkimdir. Hayırseverlik yurttaşlık göreviyle özdeşleştirilmektedir.

Yardım etmek, birinin ihtiyacını karşılamak, bazı sorunların çözümünde faydalı olacak, katkı sağlayacaktır. Hayırseverlik yoluyla başta yoksulluk olmak üzere farklı toplumsal sorunların önüne geçilebileceği düşünülebilir. Zenginler, hayırseverlik yoluyla yoksullukla birlikte yolsuzluk, hırsızlık, dilencilik, fuhuş, terör, göçmenler ve mülteciler, ayrımcılık ve sınıfsal farklılıklar gibi problemlerin önüne geçilebileceğini ve bu konularda çözüm arayışlarına katkı sağlanabileceğini düşünmektedirler. Zenginlerin, hayırseverliğin genel toplumsal sorunların çözümüne sağlayacağı katkısına dair fikir ve görüşleri, dilenciler ve dilencilik olgusu söz konusu olduğunda tamamen değişmektedir. Zenginler, dilenciliği ve dilencileri hoş görmemekte, dilencilige teşvik edici yardımları

desteklememektedirler. Onlar için dilencilik bir yaşam tarzıdır ve bu yaşam tarzı dayanışma ve yardımlaşmayı olumsuz etkilemektedir. Zenginler, dilenciliği, bağış ve yardımlar dışında değerlendirilerek çözüme ulaştırılması gereken sosyal ve siyasal bir sorun olarak görmektedirler.

Araştırmaya katılan zenginler için hayırseverliğin dinî önemi yanında onun sosyal adalet ve sosyal eşitlik gibi seküler unsurlarının da önem arz ettiği görülmektedir. Görüşmeciler hayırseverliğin toplumsal bağlamına ve önemine de dikkat çekmektedirler. Onlara göre hayırseverlik, sadece dinî saikle ilişkilendirilmek zorunda değildir. Sosyal adalet, sosyal sorumluluk, sosyal dayanışma gibi sivil toplumun önelediği unsurlar hayırseverliğin değerleri olarak kabul görmektedir.

Araştırmaya katılan zenginlerin az sayıdaki bir kısmının siyasi konumları vardır. Siyasi konumları olanlarla birlikte diğer görüşmecilerin tamamı bağışlarının siyasi herhangi bir beklenti veya karşılık gayesiyle ilişkili olmadığını belirtmişlerdir. Bu nedenle hayırseverliğin siyasi beklentiyle ilişkisi kurulamamıştır. Ancak görüşmecilerin kendileri için böylesi bir durumun söz konusu olmadığını ama çevrelerinde gördükleri veya şahit oldukları bazı vakaları örnek vermeleri ise dikkat çekmektedir. Görüşmecilerin çoğunun kendileri için değil de diğer zenginler için aynı şeyi düşünmedikleri ve başkalarının bağışlarını siyasi beklenti veya menfaatle ilişkilendirmeleri ise tezat bir durumdur. Aslında bu tezatlık, zenginlerin bağış ve yardımları ile siyasi menfaat veya beklenti arasında bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Nitekim Türk siyaset tarihinde zenginlerin siyasi platformu kullanarak zenginliklerini nasıl devam ettirdikleri ve onların siyasal ilişkilerine dair bilgiler, görsel ve yazınsal basında yer almakla birlikte bazı akademik çalışmalarda dahi kaleme alındığı bilinmektedir. Buna ilaveten, Türk siyasetinin demokrat partili dönemlerinde uygulanan liberal ekonomi politikası ile 1980 sonrası izlenen ekonomi politikalarının büyük zengin ailelerin gelişimini desteklemiş olması da Türkiye’de yeni zenginlerin doğuşuna zemin hazırlamıştır. Bu dönemler arasında daha çok görülmeye başlayan zenginleşme ve yeni zenginler, bir bakıma ekonomi ve siyaset birlikteliğinden doğmuşlardır. Holding ve banka sahibi kişilerin artması aslında finans-ticaret-siyaset birlikteliğinin iç içe geçmiş olduğunun bir göstergesi olarak düşünülebilir. Okullar, Hastaneler, Fakülteler ve hatta Üniversiteler yaptıran zenginler, bağışlarını, kamu hizmetine sunmaktadırlar. Böylesi büyük bağış ve yardımlar karşılığında/sonucunda yine ve yeniden kazanç sağlayabilecekleri yeni iş anlaşmalarına imza atmaktadırlar.

Bağış ve yardımlar toplumun ihtiyaç duyduğu ve çözümüne katkı sağlayacak çeşitli problemlere yönelik olarak gerçekleştiriliyor olsa da kimi zaman beklenilenin veya düşünülenin dışında istenmedik sonuçlar da doğurabilir. İşte bu olası sonuçlardan biri de bağışlara bel bağlayan, bağımlılık gösteren ve hayatını salt bağışlar üzerinden idame ettiren ve bunu bir yaşam tarzı haline getiren bir grup veya kesimin varlığıdır. Bunun en iyi temsili örneği ise dilencilerdir. Ayrıca bazı çingene toplulukları ile Oscar Lewis'in yoksulluk kültürü kuramının esin kaynağı olan Porto Riko ve Meksikalı bazı yoksul aileler ve onların yaşam tarzları ve kültürleri bu gruba örnek olarak verilebilir. Görüşmeciler de benzeri kesimlerden örnekler vererek bağışlara bel bağlayan kesimlerin varlığından yakınmaktadırlar. Bağış ve yardımlar kimileri için tembellik ve iş yapmazlık gibi sorunlara yol açmaktadır. Bu da haliyle çeşitli farklı görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu görüşler, bağışlara bel bağlayan ve bunu yaşam tarzı haline getirmiş olanların kamu ve özel girişimlerce desteklenmesinin toplumun bir kısmını tembelliğe iteceğini öne sürenler ve yoksulluğu yaşayanların yoksunluklarının tembellik veya becerisizliklerinden değil nimet ve külfetlerin eşitsiz dağılımından kaynaklandığı tezini savunanlar şeklinde ikiye ayrılmıştır.

Araştırma bulgularına zenginlik katması ve özellikle hayırseverliğin dinî-inanç boyutu ile ilgili değerlendirmelerde inanç ve tutumlar arası bir karşılaştırma yapmak amacıyla araştırmaya farklı din ve mezhep grubundan görüşmeciler de dâhil edilmiştir. Malatya'daki görüşmeci grubuna üç alevi ve İstanbul'daki görüşmeci grubuna ise beş Hristiyan katılmıştır. Görüşmecilerin çoğu dinî inanç ve tutum bakımından kendilerini dindar ve biraz dindar şeklinde tanıtmışlardır. Kendilerini çok dindar olarak tanıtanların sayısı ise düşüktür. Gündelik yaşam içerisinde dinî inanç ve tutumlar, bireylerin sosyal eylemlerinin belirleyicisi ve yönlendiricisidirler. Hatta sadece eylemlerinin değil, aynı zamanda onların oluşmasına zemin hazırlayan algı ve düşüncelerin de etkileyicisidirler. İnsanların inançlarına yatkınlıkları ve yakınlıkları ise onların dindarlık düzeylerini belirlemektedir. Dindar, dininin inanç, ilke, pratik ve sembollerini içselleştirerek bunları tutum ve davranışlarına yansıtan insandır. Üç büyük ilahi din olan Yahudilik, Hristiyanlık ve Müslümanlıkta bağış ve yardım etme emir ve tavsiye edilmiş, bağışçı kişiler övgüye layık görülmüş ve sonunda büyük bir mükâfat ile ödüllendirilecekleri müjdesi verilmiştir. Buradan bakıldığında hayırsever olmanın din ve inançla ne denli yakından ilişkili olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Bu ilgi, görüşmecilerin çoğu tarafından vurgulanmıştır.

Her ne kadar hayırseverliğin ve yardım etme davranışının evrensel ve toplumsal ilkelerine önem verilse de, dinî inanç ve mezhep farklılıkları, bağışların yapıldığı yer ve kesimlerin belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Araştırmanın ilk safhalarında hayırseverliğin sosyal dayanışma ve yardımlaşma, sosyal adalet ve eşitlik gibi evrensel ilkelerinin zenginler tarafından kabul görülüp önemseneceğinden hareketle dinî inanç ve mezhep farklılıklarının bağışlar konusunda göz önünde bulundurulmayacağı düşünüldürken; bulgular, düşünülenin aksini ortaya koymuştur. Bağışçıların çoğu, bağış ve yardım yaparken ilk olarak kendi inanç ve ait oldukları etnik ve sosyal grubun gereksinimlerinin karşılanması fikrinden hareket etmektedirler. Ancak bu durum, bağışların daima grup içi kaldığı/yapıldığı anlamına gelmemelidir, çünkü genel toplumsal ihtiyaçlara gösterilen duyarlılık bağışların yapıldığı yerlerin yelpazesini genişletmektedir. Diğer yandan aidiyet duygusunun gruba veya topluluğa ait verdiği öncelik kati ve kesin bir şekilde sınırlandırılmadığı sürece normal karşılanabilir. Nitekim ayet ve hadislerdeki emir ve tavsiyelerde yakın çevreden (yakınlar, akrabalar, komşular vs.) başlanması veya ilk olarak onların görüp gözletilmeleri vurgusu yer almaktadır. Buradaki vurgu, akrabacılık veya komşuculuk şeklinde bir klikleşmeyi değil, herkesin öncelikle yakınındaki ile ilgilenmesinin önemine dairdir. Bu ilgi son nokta değildir. Yakından başlayıp ötekilerine doğru açılmaktır.

Hayırseverliğin dinî, sosyal, kültürel, psikolojik ve ekonomik yönü kadar önemli olan bir diğer temeli de onun, ahlaki ilke ve prensipler içerisinde gösterilmesi ve ahlaki sorumlulukla ilişkilendirilmesidir. Ahlak, insanın eylemlerini ve ilişkilerini düzenleyen ilke ve kurallar bütünü; sorumluluk ise bir davranış, bir etkiyi benimsemek, kabullenmek ve ona göre tavır almak, toplumsal ve bireysel ödevleri yerine getirme çabasıdır. Hayırseverliğin dinî, kültürel ve sosyal temelleri, onun ahlaki bir ilke ve sorumluluk olarak görülmesi ve kabul edilmesinin en temel sebepleridir. İhtiyacı olana yardım etmenin toplum tarafından kabul görmesi ve desteklenmesi bunun karşısı olarak cimrilik ve tamahkârlığın yerilmesi hayırseverliğin ahlakiliğine delalet eder. Araştırmaya katılan zenginlerin çoğunun, hayırseverliği, ahlaki sorumluluğun bir gereği olarak görmeleri bu anlamda kayada değerlidir ve sorumluluk ilkesine önem verildiğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan zenginlerin yarısının vakıf ve gönüllü yardım kuruluşlarıyla bağlantıları varken; geriye kalan yarısının ise herhangi bir bağlantısının olmadığı görülmüştür. Ülke ve dünya genelinde düşünüldüğünde çoğu zenginlerin; hatta

neredeysse tamamına yakının, vakıfları olmasa bile STK'larla olan bağlantıları olduğu bilinmektedir. Araştırmamıza katılan zenginlerin ise yarısının herhangi bir STK ile ilişkisinin olmayışı bu anlamda düşündürücüdür. Bu durum, konuyla ilgili araştırma sorusuna verilen cevapların doğruluğuna dair kuşku uyandırmaktadır. Kuşkumuzu doğrulayan unsur ise, bu sorunun cevaplanması esnasında görüşmecilerin gösterdikleri hoşnutsuz tavırlara ait gözlemlerdir. Araştırmanın uygulama kısmı 15 Temmuz sonrasında gerçekleşmiştir. 15 Temmuz sonrası oluşan genel toplumsal endişe ve kaygı görüşmecilere de yansımış olabileceğinden hareketle olumsuz tavırların sergilendiği düşünülmektedir.

Zenginler, vakıf ve yardım kuruluşlarını din, eğitim, sağlık gibi çeşitli hizmet alanlarında işlev gören; hayırseverlik kültürünün yaşatılmasında, yaygınlaşmasında ve devamlılık kazanmasında önemli roller üstlenen örgütler olarak görmekte ve tanımlamaktadırlar. Zenginler, vakıf ve yardım kuruluşlarının faaliyetlerini doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirildiği sürece olumlu karşılamaktadırlar. Ancak insanlardaki güven duygusunu zedelemeleri yüzünden bazı yardım örgütlerinin faaliyetlerini uygun görmemişlerdir. Türkiye'deki bireysel bağışları araştırma konusu yapan TÜSEV'in 2015 yılı raporuna göre, STK'lara yapılan bağış oranlarındaki düşüklük ve güven duygusu endişesindeki yükselme, son yıllarda vakıf ve yardım kuruluşlarına genel bakışta kırılmalara neden olmuştur. STK'lara yapılan bağışların artması ve güvenin yeniden kazanılması için yapılması gerekenler listesindeki ilk adımlardan biri STK'ların bağış ve yardım etkinlikleriyle ilgili rapor ve bilgi vermek suretiyle şeffaflığı ve hesap verilebilirliği sağlamaları olacaktır.

Kimi zaman zenginliği teşhir etmenin bir yolu olarak, kimi zaman yeni ve farklı kazanımlar elde etmek ve kâr sağlamak amacıyla, kimi zaman da özendirmek ve teşvik etmek maksadıyla hayırseverliğin reklam aracı olarak kullanılması mümkündür. Araştırmaya katılan zenginler, zenginlerin hayırseverliği farklı gaye ve maksatlarla reklam ettiklerini düşünmektedirler. Görüşmeciler, bu gaye ve maksatlar arasında ticari, siyasi ve ekonomik kazanım, çıkar ve menfaat elde etmek, statü kazanmak, gösteriş yapmak, tanınmış biri olmak ve bununla gurur duymak, hatta dinî duyguların istismarı, büyük, önemli bir zat, muhterem bir insan, ulvi bir şahsiyet gibi haz ve benliği okşayıcı psikolojik tatmin gibi unsurların yer aldığını ifade etmektedirler. Siyasi ve dinî istismarcılık, reklam ve teşhirciliğin başat faktörleri olarak görülmektedir ki, bulguların bağışların reklam edilmesi ile siyasi ve ekonomik bazı kazanımlar elde etmek ile ilişkili

olduğunu göstermektedir. Ticari, siyasi ve ekonomik kazanım, çıkar ve menfaat elde etmek, statü kazanmak gibi ögelerle tanımlanan stratejik hayırseverlik, özellikle üst sınıfın hayırsever ilgi ve eylemlerini tanımlayan bir hayırseverlik kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazı hayırseverlik eylemlerini aynı zamanda bir *çift taraflı kazanç değiş tokuşu* olarak yorumlayan Sennett'in de belirttiği gibi çift taraflı kazancın insana ilişkin en temel örneği, tüm tarafların kazandığı iş anlaşmalarıdır ki; stratejik hayırseverliğe yönelimin zenginler arasında neden/niçin daha yaygın olduğuna dair bizlere kanıt sunmaktadır.

Ülke çapında ve yaşanılan kentte zenginlerin bağışlarının yeterlilik düzeyleri bakımından görüşmecilerde farklı düşünceler vardır. Özellikle İstanbul'daki zenginler bağışları yeterli görmemekte, toplumsal sorunların ve yoksulluğun hala devam ediyor oluşunu bağışların yeterli olmadığıyla ilişkilendirmektedirler. Bununla birlikte dünya çapında değerlendirildiğinde ABD'de ve Avrupa ülkelerinde bağışların yüksek düzeyde oluşunun yanı sıra dünya genelinde yoksulluğun artan şekilde devam etmesi oldukça düşündürücüdür. Bu durum, bağışların nerede, nasıl ve ne şekilde değerlendirildiği sorusunu gündeme taşımakta ve batılı ülkelerin hayırseverliklerinin sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu ise, küresel güç ve hâkimiyet alanı için mücadele veren ülkeler, devletler ve zengin ailelerin bağış ekonomisinin yönlendiricisi ve kullanıcısı konumunda oldukları tezini doğrulamaktadır.

Zenginler, bağış yapmak için zengin olmak gerekmediğini düşünmektedirler. Ahlaki sorumluluğun bir ilkesi, dayanışma ve yardımlaşmanın gereği, sosyal adalet ve eşitliğin sağlayıcısı gibi çeşitli etmenler bakımından her bireyin hayırsever olabileceği ve hatta olması gerektiği görüşünü benimsemektedirler. Zenginlere göre her insan, kendi maddi ve manevi gücü ölçüsünde hayırsever olabilir. Hayırsever olmak için para, mal, mülk sahibi olmak gerekmiyor. Hayırseverlik faaliyetlerinde çalışmak, emek ve zaman harcamak da hayırseverlik olarak görülmektedir.

Nihai sonuç olarak değerlendirildiğinde, zenginlerin hayırsever ilgi ve eylemlerinin, bu kültürün yaşatılması ve devamının sağlanmasında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Zenginlerin hayırsever eylemleri, bağış ve yardımların hem daha çok miktarda yapılması hem de daha geniş alan ve kesimlere ulaşması bakımından önemli bir hizmet görmektedir. Zenginlerin hayırseverlik konusundaki kurumsal ve ekonomik katkıları ise kayda değer olmakla birlikte sorunların ve yoksulluğun devam ediyor oluşu bu katkıyı gölgelemekte ve zengin hayırseverliğinin eleştirilmesine ve

çoğu kez kötü/olumsuz bakılmasına neden olmaktadır. Buna ek olarak, teşhircilik (reklam etme/edilme), istismar, siyasi-ekonomik rant ve kazanç, kısacası zenginliğe zenginlik katmak gibi stratejik amaç ve hedeflerin varlığı, bu kültürün bir diğer yönünü oluşturmaktadır. Zenginlerin hayırseverlik kültürünün bu karmaşık yapısı/doğası, zenginlerin hayırsever faaliyetlere ve hayırseverlik kültürüne önemli katkılarının yanı sıra; siyasi ve ekonomik kazanımlar elde etmek, statü ve prestiji artırmak, zenginliği hayırseverlik üzerinden teşhir etmek gibi amaç ve eğilimler de zengin hayırseverliğinin bir göstergesi olarak gözükmemektedir.



KAYNAKÇA

- AÇIKEL, Ali ve SAĞIRLI, Abdurrahman (2005), *Osmanlı Döneminde Tokat Merkez Vakıfları-Vakfiyeler*, C.I, Yayın No.17, Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- AÇIKGÖZ, Reşat (2013a), *Yoksullukla Mücadele ve Üçüncü Sektör*, Ankara: Argonot Yayınları.
- AÇIKGÖZ, Reşat (2013b), “Yoksullukla Mücadele Etmek Kim(ler)in Görevidir?”, (Bölüm IV. Yoksulluğu Aşmanın İmkânı), *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç, Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- ADLER, Alfred (2003), *İnsan Tabiatını Tanıma*, (Çev. A. Yörükkan), İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- AKARSU, Bedia (1998), *Mutluluk Ahlakı*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- AKARSU, Bedia (1984) *Felsefi Terimler Sözlüğü*, Ankara: Savaş Yayınları.
- AKBABA, Sırrı (1994), *Grupla Psikolojik Danışmanın Sosyal Psikolojik Bir Kavram Olan Özgeciliğin Üzerindeki Etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- AKBAŞ, Halil Emre; BOZKURT, Serdar ve YAZICI, Kübra (2018), “Osmanlı Devletinde Lonca Teşkilatı Yapısı ve Yönetim Düşüncesi İle Karşılaştırılması”, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Eylül 2018 Özel Sayı., <https://dergipark.org.tr/download/article-file/507425>, Erişim: 12.12.2018.
- AKIN, Mahmut Hakkı (2012), “Türkiye’de Kent Sosyolojisi Alanında Yeni Bir Katkı: Kent Dindarlığı Meselesi”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- AKKAYAN, Taylan (2010), “İnsanın Şık İcadı Armağan”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, S. 24, ss. 1-17.
- AKMAN, Elvettin (2009), *Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Örneği: Çankaya Belediyesi Örneği*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- AKTAN, Coşkun Can ve VURAL, İstiklal Yaşar (2002), “Yoksullukla Mücadeleye Yönelik Öneriler”, *Yoksullukla Mücadele Stratejileri*, (Ed. Coşkun Can Aktan), Ankara: Hak-İş Konfederasyonu Yayınları.

- ALPMAN, Polat Sait (2012), “Bir Tasarım, Bir Temenni, Şimdinin Hakiki Burjuvazisi ve Eleştirisi”, *Birikim, Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, S.278-279, ss.38-45, İstanbul: Birikim Yayınları.
- ALTHUSSER, Louis (2002), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev. Yusuf Alp-Mahmut Özışık), 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ALTINTAŞ, Hakan vd. (2006), “HÜTF Dönem Dört Öğrencilerinin Uyku Bozukluklarının ve Uykululuk Hallerinin Epworth Uykululuk Ölçeği ile Değerlendirilmesi”, *Sted*, C.15, S.7, ss. 114-120. <http://www.ttb.org.tr/STED/2006/temmuz/hutf.pdf>, Erişim: 11.11.2018.
- ALVER, Köksal (2010), *Steril Hayatlar*, Ankara: Hece Yayınları.
- ANDREONI, James (2015), *The Economics of Philanthropy and Fundraising*, Edward Elgar Publishing.
- APAYDIN, Yunus; AYDIN, Mehmet; BARDAKOĞLU, Ali; ÇAĞRICI, Mehmet, (2006), *İlmihal II*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- ARSLAN, Adile (1998), “Türkiye’de Yeni Kentli Yoksulluk Biçiminden Bir Kesit: Van’daki Dere Kenarları”, *Van Dosyası: Teknolojik Afet, Zorunlu Göç, Yoksulluk, Mimarlık*, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası Yayınları.
- ARSLAN, Eda (2015), *Bireysel Hayırseverlik: Antalya İlinde Hayırsever Kişilerin Özellikleri Üzerine Bir Araştırma*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- ARSLAN, Hasan (2012), “Küresel Gelişmeler Işığında Ahiliğin Günümüze Yansımaları ve Yeniden Etkin Hale Getirilmesi”, *2. Uluslararası Ahilik Sempozyumu*, Cilt. II, ss. 993-1010., Ahi Evran Üniversitesi, Ahilik Kültürünü Araştırma ve Uygulama Merkezi, Kırşehir/Türkiye, Ankara: SFN Televizyon Tanıtım Tasarım Yayıncılık.
- ARSLAN, Hasan (2011), “Dindarlık Boyutları, Algıları ve Uygulamaları”, *Hikmet Yurdu*, Ocak-Haziran, Yıl: 4, C: 4, S: 7, ss. 39-61., <http://www.hikmetyurdu.com/index.php/hikmetyurdu/article/view/132>, Erişim Tarihi: 01.12.2018
- ARSLAN, Hasan (2008), *Ekonomik Kalkınmada Dinsel Tutum ve Davranışların Çift Yönlü Rolü*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

- ASLANOĞLU, Rana A. (2000), *Kent Kimlik ve Küreselleşme*, Bursa: Ezgi Kitapevi.
- ATABAY, C. (2012), “Vakıflar Genel Müdürlüğü Eğitim Hizmetleri”, *Vakıf Medeniyeti 2011 Yılı Eğitim Sempozyum Kitabı*, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- ATAR, Yavuz (1997), “Demokratik Sistemde Sivil Toplumun Fonksiyonu ve Sivil Toplum-Devlet Düalizmi”, *Yeni Türkiye Dergisi Sivil Toplum Özel Sayısı*, S. 18, s. 98-105.
- AYDIN, Mehmet (1992), “Manevi Değerler, Ahlak ve Bilim”, *Felsefe Dünyası*, S. 6, Ankara.
- AYDIN, Uğur (1998), "Sivil Toplum Kuruluşları: Kavramlar", *Sivil Toplum Kuruluşları - Üç Sempozyumu*, İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- AYDOĞAN, Ragıp Evren (2009), *Derinleşen Hayırseverlik: Türkiye'deki Sosyal Yardım Mekanizmaları ve Bir Örnek Olay Olarak Ankara Büyükşehir Belediyesi*, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- AYTAÇ, Ömer (2016), “Kent, Yoksulluk ve Sosyal Düzensizlik Potansiyeli”, *Mukaddime*, 7 (1), ss. 135-155., <http://mukaddime.artuklu.edu.tr>, Erişim: 14.04.2018.
- AYTAÇ, Ömer (2013a), “Giriş”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç, Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- AYTAÇ, Ömer (2013b), “Yoksulluk, Kentsel Sınıfaltı ve Sosyal Dışlanma: Modern Kentlerde Sınıfsal/Mekânsal Yarılma ve Suçlaştırılma Mekanizmaları”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç, Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- AYTAÇ, Ömer (2002), *Sosyoloji: Bir Giriş Denemesi*, Elazığ: Üniversite Kitapevi.
- AYTEN, Ali (2013), *Empati ve Din, Türkiye’de Yardımlaşma ve Dindarlık Üzerine Psiko-Sosyal Bir Araştırma*, 2. Baskı, İstanbul: İz Yayıncılık.
- AYTEN, Ali (2009), *Prososyal Davranışlarda Dindarlık ve Empatinin Rolü*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlahiyat Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı, İstanbul.

- BAHADIR, Abdülkerim (2002), *İnsanın Anlam Arayışı ve Din: Logoterapik Bir Araştırma*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- BALIKÇIOĞLU, Betül ve KARACAOĞLU, Korhan (2007), “Sosyal Bir Ürün Olarak Topluma Pazarlanan Hayırseverlik: Stratejik Hayırseverlik”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 / 2, ss. 121-141.
- BALİ, Rıfat N. (2011), *Tarz-ı Hayattan Life Styl’a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BALLAR, Suat (2001), “Önsöz”, *Eski Vakıflar Günümüze Ulaşan Uygulamaları ve Çözümleri*, (Der. Suat Ballar), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BARTON, Allen W., FUTRIS, Ted G., NIELSEN, R.B. (2014), “With a Little Help from Our Friends: Couple Social İntegration in Marriage”, *Journal of Family Psychology*, Vol 28 (6), December, pp. 986-991.
- BARUSCH, Amanda Smith (2009), *Foundation of Social Policy: Social Justice in Human Perspective*, 4th Edition, New Zealand: University of Otago.
- BAŞKAYA, Fikret (2004), “Kapitalizm ve Yoksulluk”, <http://www.ozguruniversite.org/baskayakyok.php>, Erişim: 08.09.2018.
- BAŞTAYMAZ, Tahir (2016), *Sosyal Politikanın Fikri Temelleri, Yeni Toplum İyi Toplum*, 1. Baskı, Bursa: Dora Yayınevi.
- BATSON, C. Daniel vd. (2005), *Empathy and Altruism, Handbook of Positive Psychology* (Ed. C. R. Snyder), London: Oxford University Press.
- BAUMAN, Zygmunt (2017), *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına mıdır?*, (Çev. Hakan Keser), 3.baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAYHAN, Vehbi (2002), “Demokrasi ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj ve Nepotizm”, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Mayıs 2002, C.26, No.1, ss.1-13., <https://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/57.pdf>, Erişim: 21.08.2017.
- BAYRAKTAROĞLU, S., ERSOY, S. ve CAN, M. (2014), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, C.2, S.3, ss. 99-115.
- BECKMAN, Björn (1998), “Demokratikleşmeyi Açıklamak: Sivil Toplum Kavramı Üzerine Notlar”, *Sivil Toplum Demokrasi ve İslam Dünyası*, (Çev. A. Fethi), İstanbul: Tarih Yurt Vakfı Yayınları.

- BEGEL, E. Ernest (2012), “Kentlerin Doğuşu”, *Kent ve Kültürü*, (Çev. Özden Arıkan), S.8, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BENETON, Philippe (1992), *Toplumsal Sınıflar*, (Çev. Hüsnü Dilli), İstanbul: İletişim Yayınları.
- BERNARD, M. (2002), “Advertising –The Rethorical Imperative”, *Visual Culture*, (Ed. C. Jenks), London: Routledge.
- BEŞER, Faruk (1988), *İslam’da Sosyal Güvenlik*, İstanbul: Seha Neşriyat.
- BİKMEN, Filiz (2006), “Türkiye’de Kurumsal Filantropi”, [www. tusev.org.tr](http://www.tusev.org.tr)
- BİLGİN, Nuri (2013), *Sosyal Psikoloji*, İzmir: Ege Üniversitesi Ege Üniversitesi Basımevi.
- BİLGİN, Vecdi (2004), “Dini Yaşantı Bağlamında Yoksulluğun ve Zenginliğin Değişen Anlamı”, *Köprü Dergisi*, S. 88., <http://www.koprudergisi.com/index.asp>., Erişim: 08.02.2019
- BİLHAN, Saffet (1991) *Eğitim Felsefesi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- BOTTOMORE, T. B., (1984), *Toplumbilim: Sorunlarına ve Yazınına İlişkin Bir Kılavuz*, (Çev. Ünsal Oskay), 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- BOURDIEU, Pierre (2015a), *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*, (Çev. Hülya Uğur Tanrıöver), 2. Baskı, İstanbul: Hil Yayıncılık.
- BOURDIEU, Pierre (2015b), *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*, (Çev. Derya Fırat Şannan, Ayşe Günce Berkkurt), Ankara: Heretik Yayıncılık.
- BOZAN, Mahmut (2016), “Bir Yumuşak Güç: Hayırseverlik”, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.7, S.14, ss. 407-425., <http://iibfdergi.bartın.edu.tr>, Erişim: 26.12.2017.
- BOZKURT, Veysel (2017), *Değişen Dünyada Sosyoloji, (Temeller, Kavramlar Kurumlar)*, Güncellenmiş 13. Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.
- BREEN, Richard (2014), “Neo-Weberci Sınıf Analizinin Esasları”, *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev. Vefa Saygın Ögüt), Ankara: Notabene Yayınları.
- BREMNER, Robert H. (1988), *American Philanthropy*, (Ed. Daniel J. Boorstin), Chicago and London: University of Chicago Press.

- BRYMAN, Alan (1999), “The Debate about Quantitative and Qualitative Research”, *Qualitative Research*, Volume I, (Ed. Bryman, Alan-Burges, Robert G.), Sage Publication, London, (pp. 33-69).
- CARLO, G. and RANDALL, B.A. (2002), “The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents”, *Journal of Youth and Adolescence*, No.31, pp.31-44.
- CASTELLS, Manuel (1983), *The City and the Grassroots: A Cross-Cultural Theory of Urban Social Movements*, University of California Press.
- CENGİZ, Serpil Aygün (2009), *Modernizm, Otomobil Kültürü ve Reklam*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- CERECİ, Sedat (2004), *Reklam Sanatı*, İstanbul: Metropol Yayınları.
- CERPhi (2015), *An Overview of Philanthropy in Europe*, Observatoire de la Fondation de France,
- CİVELEK, Murat (2014), *Öğrenme Psikolojisi*, <https://tr.scribd.com/doc/Ogrenme-Psikolojisi-Kitap>, Erişim: 08.18.2018.
- COHEN, Daniel (2000), *Dünyanın Zenginliği Ulusların Fakirliği*, (Çev. Dilek Hattatoğlu), İstanbul: İletişim Yayınları.
- COLE, Stephen (1999), *Sosyolojik Düşünme Yöntemi*, (Çev. B. Demirkol), Ankara: Vadi Yayınları.
- CÜCELOĞLU, Doğan (1993), *İnsan ve Davranışı*, İstanbul: Remzi Kitabevi
- ÇAHA, Ömer (1996), *Türkiye’de Sivil Toplum ve Kadın*, Ankara: Vadi Yayınları.
- ÇARKOĞLU, Ali (2006), “Türkiye’de Bireysel Bağışlar ve Vakıf Uygulamalarında Eğilimler”, *Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet Araştırması*, İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- ÇARKOĞLU, Ali ve AYTAÇ S. Erdem (2016), *Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik*, İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- ÇEÇEN, Anıl (2015), *Adalet Kavramı: Adalet Kavramının Göreliliği Üzerine Bir Deneme*, 4. Baskı, İstanbul: Seçkin Yayınevi.
- ÇETİN, Beyzade Nadir (2014), “Yeniden Anlamlandırma Aracı Olarak Reklam”, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Vol. 9/5, pp. 559-573,

<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37519601>,

Erişim:12.02.2019.

- ÇINAR, Hüseyin ve KAYA, Koyuncu Miyase (2015), *Vakıflar Kaynakçası*, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- ÇİLELİ, Meral (1987), *Ergenlik Psikolojisi*, (Der. Bekir Onur), 2. Baskı, Ankara: Hacettepe Taş Kitapçılık.
- ÇİZAKÇA, Murat (2009), “Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları”, <https://tusev.org.tr/usrfiles/files/.pdf>, Erişim: 15.11.2018.
- ÇİZAKÇA, Murat (2000), *A History of Philanthropic Foundations: The Islamic World From the Seventh Century to the Present*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- ÇOŞTU, Yakup (2012), “Toplumsallaşma ve Din”, *Din Sosyolojisi El Kitabı*, (Ed. Niyazi Akyüz, İhsan Çapcıoğlu), Ankara: Grafiker Yayınları.
- ÇUHADAR, Cengiz ve ÇOŞAR Hakan (2019),” Ahlak ve Temel Ahlaki Kavramlar”, *İslam Ahlak Esasları ve Felsefesi*, Ed. İsmail Erdoğan ve Enver Demirpolat, İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- ÇULHAOĞLU, Metin (2001), “Devlet, Sivil Toplum ve Demokratikleşme”, *Sivil Toplum: Devletin Büyümesi*, İstanbul: YGS Yayınları.
- DANIŞ, Didem (2001), “İstanbul’da Uydu Yerleşmelerin Yaygınlaşması: Bahçeşehir Örneği”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, İstanbul: Bağlam Yayınları, ss. 151-160.
- DEMİR, A. U. (2010), “Türkiye’de Erişkin Toplumda Uyku Epidemiyolojisi Araştırması İlk Sonuçları”, *Türk Uyku Tıbbı Derneği Yayını*, http://78.189.53.61/-/uyku/11uykusunu/7_acilis.pdf, Erişim: 12.12.2018.
- DİKİCİ, Abdullah (2001), “Geleneklerin Toplumdaki Yeri ve Önemi”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.11, S.2, ss. 251-258. <http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt11/sayi2/251-258.pdf>, Erişim: 13.12.2018.
- DİLİK, Sait (1998), “Sosyal Güvenliğin Tarihsel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, C.43, S.1, ss. 41-80., <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article>, Erişim: 14.12.2018.
- DOĞUÇ, Seçil (2005), “Yeni Orta Sınıfların Gözünde Zenginlik ve Yoksulluk”, *Toplum ve Bilim*, S.104, ss.73-91, İstanbul: Birikim Yayınları.

- DRAZ, M. Abdullah (2002), *Kur'an Ahlakı*, (Çev. Emrullah Yüksel ve Ünver Günay), İstanbul: İz Yayınları.
- DUMAN, Alper (2008a), "Zenginlerden Nefret Edin Sağlığınıza İyi Gelir", *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S.232-233, ss. 60-62, İstanbul: Birikim Yayınları.
- DUMAN, Anıl (2008b), "Doğu Avrupa'nın Yeni Zenginleri", *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S.232-233, ss. 108-112, İstanbul: Birikim Yayınları.
- DURAKBAŞA, Ayşe (2010), "Taşra Burjuvazisinin Tarihsel Kökenleri", *Toplum ve Bilim*, S.118, ss.6-38, İstanbul: Birikim Yayınları.
- DÜZGÜNER, Sevde (2013), *Maneviyat Algısı ve Diğergâmlıkla İlişkisi (Kan Bağışi Örneğinde Türkiye ve Amerika: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma)*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı, Din Psikolojisi Bilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi, Konya.
- EISENBERG, Nancy and MUSSEN, Paul H. (1989), *The Roots of Prosocial Behavior in Children*, Cambridge: Cambridge University Press.
- ELDEN, Müge (2009), *Reklam ve Reklamcılık*, İstanbul: Say Yayınları.
- ELKATMIŞ, M. ve DEMİRBAŞ M. (2013), "Ahi Evran Velinin Düşüncelerinin Demokrasi Kültürüne Yansımaları", *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, C.8, S.3, ss.719-728.
- ERCAN, Hülya (2002), "Türkiye'de Sivil Toplum Tartışmaları Üzerine", *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 26, S. 1, Mayıs-2002, Sivas, ss. 69-79.
- ERDOĞAN TOSUN, Gülgün (2001), *Demokratikleşme Perspektifinden Devlet Sivil Toplum İlişkisi*, İstanbul: Alfa Kitabevi Yayınları.
- ERGÜL, H. Fazlı ve KURTULMUŞ, Mehmet (2014), "Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişmesinde Topluma Hizmet Uygulamaları Dersine İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşleri", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.13, S.49, ss. 221-232., <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70545>, Erişim: 17.06.2018.

- ERIKSON, Erik H. (1984), *İnsanın Sekiz Çağı*, (Çev. B. Üstün-V. Şar), Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.
- ERKAL, Mustafa; BALOĞLU, Burhan ve BALOĞLU, Filiz (1997), *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*, İstanbul: Der Yayınları.
- EROL, Ahmet (1995), *Demokrasi, Örgütlenme Özgürlüğü ve İsveç Örneği*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- ERSEN, Tefik Başak (2016), “Türkiye’de STK’lar ve Son 10 yıl”, <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/turkiyede-stklar-ve-son-10-yil>, Erişim: 09.08.2018.
- ERSOY, Ersan (2012), *Değer Farklılaşmalarının Sosyolojik Boyutu*, İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- ERTEM, Adnan (2011), “Osmanlıdan Günümüze Vakıflar”, *Vakıflar Dergisi*, Aralık, S.36, ss.25-65.
- FAZLIOĞLU, Yeşim (2009), Sosyal Gelişim, *Eğitim Psikolojisi*, (Ed. N. Aral ve T. Duman), İstanbul: Kriter Yayınevi.
- FİDAN, Ali (2013), “Burjuvanın Dönüşümü: Arayışlar, Elitler ve Türkiye Ekonomisi”, *II. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı II*, Bursa: Star Ajans Matbaacılık.
- FLYNN, S. V. and BLACK, L. L. (2011), “An Emergent Theory of Altruism and Selfinterest”, *Journal of Counseling & Development*, No. 89, pp.459-469.
- FRANK, Robert (2009), *Zenginistan*, (Çev. Algan Sezgintüredi), İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- FRANZOI, Stephen L. (2000), *Social Psychology*, 3rd Edition, Boston: McGraw Hill.
- FREEDMAN, J. L.; SEARS, D. O. ve CARLSMITH, J. M. (1999) Sosyal Psikoloji, (Çev. Ali Dönmez), Ankara: İmge Kitabevi.
- FREUD, Sigmund (1997a), *Psikanalize Yeni Giriş Dersleri*, (Çev. S. Budak), Ankara: Öteki Yayınları.
- FREUD, Sigmund (1997b), *Uygarlık Din ve Toplum*, (Çev. S. Budak), Ankara: Öteki Yayınevi.
- FRIEDMAN, Lawrence J. and MCGARVIE, Mark D. (2004), *Charity, Philanthropy, and Civility in American History*, New York: Cambridge University Press.
- FROMM, Erich (1997a), *Hayatı Sevmek*, (Çev. A. Köse), İstanbul: Arıtan Yayınları.

- FROMM, Erich (1997b), *Özgürlükten Kaçış*, (Çev. S. Budak). 4. Baskı., Ankara: Öteki Yayınları.
- FROMM, Erich (1994), *Sevgi ve Şiddetin Kaynağı*, (Çev. S. Budak), 2. Baskı, Ankara: Öteki Yayınları.
- FROMM, Erich (1991), *Sahip Olmak ya da Olmak* (Çev. A. Arıtan), İstanbul: Arıtan Yayınları.
- FRUMKIN, Peter (2008), *Strategic Giving: The Art and Science of Philanthropy*, 2nd Edition, Chicago, US: University of Chicago Press.
- FULLER, Andrew R. (1994), *Psychology and Religion*, Boston: Little Field Publication.
- GIDDENS, Anthony (2012), *Sosyoloji*, (Yayıma Hazırlayan: Cemal Güzel), İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- GIDDENS, Anthony (2000), *Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi*, (Çev. Ümit Tatlıcan), İstanbul: Paradigma Yayınları.
- GLOCK, C.Y. (1962), “Dindarlığın Boyutları Üzerine”, *Din Sosyolojisi*, (Çev. Mehmet Emin Köktaş), ss. 252-274, Ankara: Vadi Yayınları.
- GODDARD, T. (2004), “Can Corporate Sector Philanthropy be Include in a New Vision for Community Health Programs?”, *Australian Occupational Therapy Journal*, Vol. 51, pp. 106-109.
- GOLDSMITH, Mark (2010), *Bilim Dedektifleri*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- GORDEN, L. R., (2003), “Dimensions of the Depth Interview”, *Interviewing*, Vol: I, Ed: Fielding, Nigel, Sage Publication, London, pp. 170-179.
- GÖKSU, Davut ve DEMİREL, Haşmet (2008), “Atlas ve Çul: Zenginliğin Dikotomisi ve İslami Sosyete”, *Birikim, Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S.232-233, ss. 92-99, İstanbul: Birikim Yayınları.
- GÖLPINARLI, Abdalbaki (1950), “İslâm ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilâtı ve Kaynakları”, *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 11, (1-4), 1949-1950, 3-354.
- GÖNÇ ŞAVRAN, Temmuz (2012), “Nicel ve Nitel Araştırmalarda Kullanılan Araştırma Teknikleri”, *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Ed. Temmuz Gönç Şavran, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- GÖNEL, Aydın (1998), *Önde Gelen STK’lar Araştırma Raporu*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul: Myra Yayıncılık.

- GÜLEÇ, Cengiz (2002), *Kültür ve Psikiyatri Yazıları*, 1.Baskı, Ankara: HYB Yayıncılık.
- GÜLSOY, Tanses (1999), *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*, İstanbul: Adam Yayınları.
- GÜNAY, Ünver (2012), “Toplumsal Bütünleşme ve Din”, *Din Sosyolojisi El Kitabı*, (Ed. Niyazi Akyüz, İhsan Çapcıoğlu), Ankara: Grafiker Yayınları.
- GÜNAY, Ünver (2003), “XV. Yüzyıl Osmanlı Toplumunda Sosyo-Kültürel Yapı, Din ve Değişme”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.14, Yıl: 2003/1, ss.21-48.
- GÜNAY, Ünver (1999), *Erzurum ve Çevre Köylerinde Dini Hayat*, İstanbul: Erzurum Kitaplığı.
- GÜNAY, Ünver (1998), “Dini Sosyal Bir Kurum Olarak Ahilik”, *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S.10, ss.69-77, Kayseri.
- GÜNDÜZ, A. Yılmaz (2006), “Türkiye’de Yoksullukla Mücadele Üzerine Bir İnceleme”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, ISSN:1304-0278 Kış-2006 C.5, S.15, ss.34-55., www.e-sosder.com, Erişim: 11.10.2018.
- GÜNEŞ, İsmail (2004), “Sivil Toplum Kuruluşları”, *Son Baskı Sanal Dergi*, Yıl:1, S. 5, <http://www.sonbaski.com/sayi7siviltoplum.htm>, Erişim: 18.06.2017.
- GÜRBÜZ, A (2014), “Reşat Nuri Güntekin’in Miskinler Tekkesi Romanında Dilencilik Algısı”. *Turkish Studies*, S.9, C.3, ss.745-754., <http://www.turkishstudies.net/DergiTamDetay.aspx?ID=6326>, Erişim: 23.10.2018.
- GÜRHAN, Nazife (2015), *Diyarbakır'da Yeni Zenginliğin Mekânsal ve Toplumsal Yansımaları: Diclekent ve Metropol Örneği*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.
- GÜRKAN, Ülker (2001), “Sosyal Adalet”, *Adalet Kavramı*, (Ed. Adnan GÜRİZ), Türkiye Felsefe Kurumu Derneği, Ankara: Kidega Yayınları.
- GÜRSES, Didem (2007), “Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele Politikaları”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.17, S.1, ss. 59-74.
- GÜRSES, İbrahim (2010), *Dindarlık ve Kişilik*, İstanbul: Emin Yayınları.

- GÜVEMLİ, Oktay (1998), *Türk Devletleri Muhasebe Tarihi*, Cilt.II, İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- GÜVEMLİ, Oktay (1995), *Türk Devletleri Muhasebe Tarihi*, Cilt.I, İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- HABLEMİTOĞLU, Şengül (2009), “Medyatik Hayırseverlik ve Muhafazakâr Popülizm Kısacasında Sosyal Haklar”, <http://www.sosyalhaklar.net/2009/bildiri/>, Erişim: 20.09.2018.
- HANÇERLİOĞLU, Orhan (1986), *Toplumbilim Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- HANDLER, J. F. (2009), ”Welfare, Workfare And Citizenship In The Developed World”, *Annual Review of Law And Social Sciences*, 5 (1), pp.71-90.
- HARDY, Sam A. ve CARLO Gustavo (2005), Religiosity and Prosocial Behaviours in Adolescence: The Mediating Role of Prosocial Values, *Journal of Moral Education*, 34 (2), pp.231-249., <https://www.tandfonline.com>, Erişim: 18.10.2018.
- HARMAN, Ata (2010), *Yerel Anlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Fayda Boyutu: Kocaeli Örneği*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Çalışma Ekonomisi ve Sosyal Adalet Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- HOFFMAN, M.L. (1981), “Is altruism part of human nature?”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, pp.121-137. Erişim: 22.04 2018.
- HOGG, Michael A. ve VAUGHAN, Graham M. (2014), *Sosyal Psikoloji*, (Çev. İbrahim Yıldız ve Aydın Gelmez), 2. Baskı, Ankara: Ütopya Yayınları.
- HOLSTEIN A. James and GUBRIUM, Jaber F., (2004), *The Active Interview, Qualitative Research Theory Method and Practice* (Ed. David Silverman), Sage Publications. London.
- HORTAÇSU, Nuran (1991), *İnsan İlişkileri*, Ankara: İmge Kitapevi.
- HOTAMIŞLI, Mustafa; ÇAĞ, Aydan; MENTEŞE, Asuman ve YÖRÜK, Emine (2010), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci: Afyon Kocatepe Üniversitesinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.9, S.34, ss. 280-299., www.esosder.org, Erişim: 17.06.2017.
- ILCHMAN, F. Warren; KATZ, N. Stanley and QUEEN, L. Edward (1998), *Philanthropy in the World's Traditions*, Bloomington: Indiana University Press.

- İŞİK, Oğuz ve PINARCIOĞLU, Melih (2015), *Nöbetleşe Yoksulluk: Gecekondulaşma ve Kent Yoksulları / Sultanbeyli Örneği*, 10. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- İLHAN, Süleyman (2013), “Kentsel Yoksulluğun Anlam Dünyası”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç, Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- İNSEL, Ahmet (2008), “Dünyanın Zenginleri ve Zenginliğin Şiddeti”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S.232-233, ss. 48-55, İstanbul: Birikim Yayınları.
- JOHNSON John M., (2002), *In-Depth Interview*, Handbook of Interview Research Context&Method, (Editors: Jaber F. Gubrium, James A. Holstein, Sage Publications. London.
- KALAYCIOĞLU, Sibel; KARDAM, Filiz; TÜZÜN, Sezgin; ULUSOY, Mahir (1998), “Türkiye İçin Bir Sosyo-Ekonomik Statü Ölçüt Geliştirme Yönünde Yaklaşım ve Denemeler”, *Toplum ve Hekim*, Cilt 13, Mart-Nisan, S.2, ss.126-137.
- KARACA, Faruk (2011), *Din Psikolojisi*, Trabzon: Eser Ofset Matbaacılık.
- KARADAĞ, Ahmet (2005), “Demokratikleşme ve Sivil Toplum, Liberal Düşünce Topluluğu Örneği”, *Sivil Toplum ve Demokrasi*, İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- KARADAĞ, Meltem (2012), “Gaziantep-Muhafazakâr Burjuvazisinin Yaşam Tarzları, Tüketim Pratikleri ve Öznellikleri, Muhafazakâr Anadolu Burjuvazisi”, *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, S.278-279, ss.55-60, İstanbul: Birikim Yayınları.
- KARASAR, Niyazi (2006), *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, 16. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.
- KARAŞAHİN, Hakkı (2008), “Din Sosyolojisinde Dindarlığın Ölçülmesi Problemi Üzerine Bir Araştırma”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. 49, S. 1, ss.191-200.
- KASAPOĞLU, Abdurrahman (2004), “Kur’an’da İki Zıt Karakter: Şuh (Bencillik) ve Îsâr (Özgecilik), *Akademik Araştırmalar Dergisi*, S.21, ss.125-137.
- KASAPOĞLU, Figen (2013), *Üniversite Öğrencilerinde İyilik Hali İle Özgecilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Psikolojik Danışma ve Rehberlik Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.

- KAVAS, Alican (1988), *Reklamın İşlevleri ve Toplumsal Açıdan Reklam, Reklamın Gücü*, İstanbul: Bilge Yayınevi.
- KAYA, Esra (2012), “Zenginliğin Gayrı Resmi Gündemi”, *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, S.278-279, İstanbul: birikim Yayınları, ss.90-98.
- KAYGALAK, Sevilay (2009), *Kentin Mültecileri Neoliberalizm Koşullarında Zorunlu Göç ve Kentleşme*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- KAYIKLIK, Hasan (2011), *Din Psikolojisi: Bireysel Dindarlık Üzerine*, Adana: Karahan Kitapevi.
- KEAN, John (1998), “Demokrasi ve Despotizm”, *Sivil Toplum ve Devlet*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- KEMALOĞLU, Muhammet (2013), “Anadolu’da İlk Esnaf Teşkilatı”, *Hikmet Yurdu Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, C.6, S.12, ss.253-266.
- KEYMAN, Fuat (2004), “Sivil Toplum, Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye” *Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları*, No.4, İstanbul Bilgi Üniversitesi, http://stk.bilgi.edu.tr/docs/keyman_std_4.pdf, Erişim: 18.04.2018.
- KEYMAN, Fuat (2003), *Avrupa’da ve Türkiye’de Sivil Toplum*, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- KILIÇ, Recep (2012), “Ahlakın Temellendirilmesi Problemi”, *İslam Ahlak Felsefesi*, (Ed. M. Selim Saruhan), Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.
- KILIÇ, Recep (1996), *Ahlakın Dini Temeli*, Ankara: TDV Yayınları.
- KILIÇ, Yalın (2013), *Türkiye’de Eğitimsel Eşitsizlik ve Toplumsal Tabakalaşma İlişkisine Dair Ampirik Bir Çalışma*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Politikası Anabilim Dalı (Eğitim Ekonomisi ve Planlaması), Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- KILIÇALP, S. Sevda (2013), *Bireysel Bağışçılar İçin Rehber ve İlham Veren Bağışçı Öyküleri*, TÜSEV-Değişim İçin Bağış Projesi, İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- KING, Anthony D. (2012), *Cogito Kent ve Kültürü*, (Çev. Yurdanur Salman), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- KIVANÇ, Ümit (2008), “Şunun Adını Koyalım Ona Göre Davranalım”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, ss. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- KIYAK, Abdulkadir (2017), “İslam’ın Yardımlaşma ve Dayanışma Prensiplerinin Sosyal Hayata Aksettirilmesinde Ahiliğin Rolü: Fütüvvetnâmeler Ekseninde”,

İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, C. 6, S. 5, ss. 2494-2511,
<http://www.itobiad.com/download/article-file/370914>, Erişim Tarihi:
 18.04.2018.

- KİREMİTÇİ CANİÖZ, Elvan (2019), *Sosyal Kimliğin Yardım Etme Davranışı Üzerindeki Etkisinin Empati ve Öznel İyi Oluş Değişkenlerine Göre İncelenmesi*, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Psikoloji Bilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi, Bolu
- KOTLER, P. ve LEE N. (2006), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (Çev. S. Kaçamak), İstanbul: Mediacat Yayınları.
- KÖSE, A. Haşim ve KARAHANOGULLARI, Yiğit (2005), “Türkiye’de Faktör ve Varlık Gelirlerinin Sınıfsal Temellerine İlişkin Gözlemler”, *Toplum ve Bilim*, S.104, ss.22-47.
- KURT, Abdurrahman (2008), *İş Adamlarında Dindarlık ve Dünyevileşme*, Bursa: Emin Yayınları.
- KUŞ, Elif (2009), *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nicel mi? Nitel mi?*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- KÜMBETOĞLU, Belkıs (2005), *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- LAMONT, Michelle (1992), *Money, Morals and Manners, The Culture of the French and American Upper-Middle Class*, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- LEFEBVRE, Henri (2014), *Mekânın Üretimi*, (Çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- LEWIS, Oscar (1959), *Five Families: Mexican Case Studies in the Culture of Poverty*, USA: Basic Books Inc.
- MACDONALD, Norine and BORMS, Luc Tayart de (2008), *Philanthropy in Europe A rich past, a promising future*, London, UK: Alliance Publishing Trust.
- MACDONALD, Robert (1997), “Dangerous Youth and the Dangerous Class”, *Youth, The 'Underclass' and Social Exclusion*, Routledge, Florence, KY.
- MAĞGÖNÜL, Zeynep (2006), *Seçkin Kentin Seçkin Sakinleri, Teşvikiye-Nişantaşı*, İstanbul: Kitabevi Yayınları.

- MAĞGÖNÜL, Zeynep (2005), “Teşvikiye-Nişantaşlıların Serveti”, *Toplum ve Bilim*, S.104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- MAHİROĞULLARI, Adnan (2008), “Selçuklu/Osmanlı Döneminde Kurumsal Bir Yapı: Ahilik/Gedik Teşkilatı ve Sosyo-Ekonomik İşlevleri”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, C.54, S.1, ss.139-154. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/9305>, Erişim: 17.07.2018.
- MANN, Kirk (1994), “Watching the defectives: Observers of the underclass in the USA, Britain and Austialia”, *Critical Social Policy*, vl. 41, no.1, pp.79-99.
- MARDİN, Şerif (2017), *Türk Modernleşmesi*, 25. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- MARDİN, Şerif (1990), *Türkiye’de Toplum ve Siyaset*, (Der. M. Türköne, T.Önder), İstanbul: İletişim Yayınları.
- MARSHALL, Gordon (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- MARX, Jerry D. (1999), “Corporate Philanthropy: What is the Strategy?”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 28, No: 2, pp.185-198., <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764099282004>, Erişim: 15.12.2018.
- MASLOW, Abraham (2001), *İnsan Olmanın Psikolojisi*, (Çev. Okan Gündüz), İstanbul: Kuraldışı Yayınları.
- MASLOW, Abraham (1996), *Dinler, Değerler, Doruk Deneyimler*, (Çev. H. Koray Sönmez), İstanbul: Kuraldışı Yayınları.
- MASTAIN, Lisa (2006), “The Lived Experience of Spontaneous Altruism: A Phenomenological Study” *Journal of Phenomenological Psychology*, 37(1), pp. 26-52.
- MAUSS, Marcel (2005), *Sosyoloji ve Antropoloji*, (Çev. Özcan Doğan), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- MAUSS, Marcel (1990), *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*, (English translation by W. D. Halls), Londra: Routledge.
- MEDER, Mehmet ve ÇİÇEK, Zuhale (2012), “Çağdaş Toplumda Kent ve Kentsel Mekânların Tüketimi”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alışım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- MERKEL, Wolfgang (2005), “Social Justice and The Three Worlds of Welfare Capitalism”, *European Journal of Sociology*, 43 (1), pp.59-91., Erişim: 03.04.2018.

- MERTER, Mustafa (2012), *Dokuz Yüz Katlı İnsan*, 10. Baskı, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- MILLER, P. H. (2008), *Gelişim Psikolojisi Kuramları*, (Çev. Z. Gültekin), İstanbul: İmge Kitabevi.
- MINGIONE, Enzo (2013), “İleri Endüstriyel Dünyada Kentsel Yoksulluk: Kavramlar, Analizler ve Tartışmalar”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Çev. Süleyman İlhan), (Ed. Ömer Aytaç, Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- MILLER, David (1999), *Principles of Social Justice*, Cambridge: Harward University Press.
- MONNET, Nathalie and PANIZZA, Ugo (2017), “A Note on the Economics of Philanthropy”, *Graduate Institute of International and Development Studies International Economics Department Working Paper Series*, <https://repository.graduateinstitute.ch/record/295337/files/HEIDWP19-2017.pdf>, Erişim: 17.12.2018.
- MOSTASHARI, Ali (2005), “An Introduction to Non-Governmental Organizations (NGO) Management” *Iranian Studies Group*, <http://web.mit.edu/isg/NGOManagement.pdf>, Erişim: 16.05.2018.
- MUTAFCILAR, Işık (2008), *Özgecilik Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Öğretmen Özgeciliği Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- MURRAY, Charles (1996), “The Emerging British Underclass”, in Charles Murray and the Underclass: The Developing Debate, ed. Charles Murray, The IEA Health and Welfare Unit Choice in Welfare No.33, London.
- NEUMAN, W.L. (2009), *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, (Çev. Sedef Özge), İstanbul: Yayın Odası.
- NİŞANCI, Şükrü ve IŞIK, Cemal (2015), “Etnisite Kavramının İdeolojik Serüveni”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 6, S. 9, ss. 195-204., <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/180223>, Erişim Tarihi: 18.11.2018.
- ODENDAHL, Teresa (1987), “Wealthy Donors and Their Charitable Attitudes”, (Ed. Teresa Odendahl), *America’s Wealthy and the Future of Foundations*, New York: The Foundation Center.

- OKUMUŞ, Ejder (2005), *Dinin Meşrulaştırma Gücü*, İstanbul: Ark Yayınları.
- OLINER, Pearl (1985), “Legitimizing and Implementing Prosocial Education”, *Humboldt Journal of Social Relations*, 13 (1-2), 389-408.
- OSTROWER, Francie (1995), *Why the Wealthy Give: The Culture of Elite Philanthropy*, United Kingdom: Princeton University Press.
- ÖNGEN, T (2006), “Marksist Sınıf Kavramının ve Sınıf Analizinin Ayırt Edici Özellikleri”, *Türkiye’yi Sınıf Gerçeğiyle Anlamak, 2. Sınıf Çalışmaları Sempozyumu*, Sosyal Araştırmalar Vakfı, Türkiye Sınıf Araştırmaları Merkezi, İstanbul.
- ÖYMEN, M. Münir Raşit (1975), *Psikoloji, Sosyoloji ve Pedagoji Açısından Ahlak Eğitimi*, İstanbul: Murat Matbaacılık.
- ÖZ, Mehmet (2012), “Osmanlı Toplum Yapısı”, *TDV İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, C.33, ss.532-538.
- ÖZCAN, Tahsin (2003), *Osmanlı Para Vakıfları, Kanuni Dönemi Üsküdar Örneği*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- ÖZDEN, H. Ömer (2003), “Türk Vakıf Kurumunun Duygusal ve Felsefî Temeller”, *Erzurum Vakıflar Bölge Müdürlüğü ve Atatürk Üniversitesi Kalkındırma Vakfı*, 20. Vakıf Haftası Paneli, Mayıs-2003. Erzurum., <https://dergipark.org.tr/download/article-file/31916>, Erişim: 12.11.2018.
- ÖZERKMEN, Necmettin (2004), “Ahiliğin Tarihsel-Toplumsal Temelleri ve Temel Toplumsal Fonksiyonları-Sosyolojik Yaklaşım”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 44, (2), ss.57-78.
- ÖZGENER, Şevki (2004), *İş Ahlakının Temelleri*, İstanbul: Nobel Yayınevi.
- ÖZKALP, Enver (1987), *Sosyolojiye Giriş*, Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı, Yayın No: 49, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖZÜPEK, M. Nejat (2005), *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*, Konya: Tablet Basım Yayın.
- PAGE, Benjamin I.; COOK, Fay Lomax and MOSKOWITZ Rachel (2011), *Wealthy Americans, Philanthropy and the Common Good*, Institute for Policy Research Northwestern University, Working Paper Series.

- PALABIYIK, Adem (2010), *Sosyolojik Bir Olgu Olarak Yoksulluk ve Dilencilik: (Van İli Örneği)*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Van.
- PARETO, Vilfredo (2013), *Seçkinlerin Yükselişi ve Düşüşü- Kuramsal Bir Sosyoloji Uygulaması*, (Çev. Merve Zeynep Doğan), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- PARİN, S ve TUNA, K. (2008), “Kent Yaşamı ve Dilencilik: İstanbul Dilencileri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma”, *Bir Kent Sorunu Dilencilik-Sorunlar ve Çözüm Yolları Sempozyumu*, (Yay. Haz. Suvat Parin), 18-19 Ekim, İstanbul, ss.147-158.
- PAYTON, Robert L. and MOODY, Michael P. (2008), *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission (Philanthropic and Nonprofit Studies)*, First Edition, 3rd Printing, Bloomington, Indiana, US: Indiana University Press.
- PELTEKOĞLU, Filiz (2001), *Hakla İlişkiler Nedir?*, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- PENNER, Louis A. ; DOVIDIO John F. ; PILIAVIN Jane A. ; SCHROEDER David A. (2005), “Prosocial Behavior: Multilevel Perspectives”, *Annual Review of Psychology*, 56, pp.365-392.
- PIEPER, Annemarie (2012), *Etiğe Giriş*, (Çev. Veysel Atayman ve Gönül Sezer), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- PINÇON-CHARLOT, Monique ve PINÇON, Michel (2012), *Burjuvazinin Sosyolojisi*, (Çev. Hande Turan Abadan), Ankara: Epos Yayınları.
- PLOTNIK, Rod (2009), *Psikolojiye Giriş*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- PORTER, M.E. and KRAMER, M.R. (2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, *Harvard Business Review*, December, pp.57-68.
- PRINCE, Russ Alan (2016) “The Seven Faces of Philanthropy (Why The Wealthy Give to Charity)”, <https://www.forbes.com/sites/russalanprince/2016/03/08/the-seven-faces-of-philanthropy-why-the-wealthy-give-to-charity>, Erişim:11.04.2019.
- RAHNEMA, Macit (2009), *Sefaletin Yoksulluğu Kovduğu Bir Dünya*, (Çev. Şule Ünsaldı), Ankara: Özgür Üniversite, Maki Basın Yayın.
- RAIBORN, C.; GREEN, A.; TODOROVA, L.; TRAPANI, T. and WATSON, W.E. (2003), “Corporate Philanthropy: When is Giving Effective?”, *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, Nov./Dec., pp. 47-54.,

- RICHARDS, J. I. and CURRAN, C. M. (2002), "Oracles on Advertising: Searching for a Definition", *Journal of Advertising*, Vol. 31 (2), pp. 63-77., <http://www.journalofadvertisingresearch.com/>, Erişim: 13.12.2018.
- RICKS, Joe M. (2005), "An Assessment of Strategic Corporate Philanthropy on Perceptions of Brand Equity Variables", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22, No.3, pp. 121-134., <https://www.researchgate.net/publication>, Erişim: 13.03.2018.
- RICKS, Joe M. (2002), *The Effects of Strategic Corporate Philanthropy on Consumer Perceptions: An Experimental Assessment*, Unpublished Doctoral Dissertation, Louisiana State University, USA.
- RITZER, George (2011), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek-Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi*, (Çev. şen Süer Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ROBERTS, K. (1997), "Is there an Emerging British Underclass?", in Youth, *The Underclass and Social Exclusion*, Routledge, Florence, KY.
- ROONEY, M. Patrick (2010), "Dispelling Common Beliefs about Giving to Religious Institutions in the United States", *Religious Giving: For Love of God*, Edited by David H. Smith, pp. 1-27., USA: Indiana University Press.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques (2017), *Toplum Sözleşmesi*, 21. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- SACHS, Justin (2010), *The Power of Philanthropy: Real Life Stories of Real People Creating Extraordinary Results*, United States of America: Motivational Press.
- SAĞIR ÖZTOPRAK, Meral ve AKILLI, Serkan (2004), "Etnisite Kuramları ve Eleştirisi", *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Mayıs, C. 28, No 1, ss. 1-22., www.cumhuriyet.edu.tr/edergi/makale/929, Erişim Tarihi: 18.11.2018.
- SAĞIROĞLU, Ali Zafer (2014), *Türkiye’de Etnisite, Din ve Önyargı: Üniversite Öğrencileri Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- SALA, Bedir (2009), *Türkiye’de Seçkin Sınıflar ve Siyasal Yapı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- SALAZAR, Noel (2011), “Top 10 Philanthropic Foundations: A Primer”, <https://www.devex.com/news/top-10-philanthropic-foundations-a-primer-75508>, Erişim: 12.04.2019.
- SALAMON, M. Lester (1992), *America’s Nonprofit Sector: A Primer*, New York: The Foundation Center.
- SARIBAY, Ali Yaşar (2000), *Global Bir Bakışla Politik Sosyoloji*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- SARIÇAM, İbrahim (2003), *Hız. Muhammed ve Evrensel Mesajı*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- SARIYER, Nilsun (2011), “Hayırsever Tüketici Davranışı: Çanakkale Örneğı”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, C.6, S. 2, ss. 255-268.
- SCHWARTZ, N. and SMART, T. (1995), “Giving and Getting Something Back”, *Business Week*.
- SELIGMAN, Martin E.P. (2007), *Gerçek Mutluluk*, (Çev. Semra Kunt), Ankara: HYB Yayınları.
- SELIGMAN, Martin E.P. (1991), *Öğrenilmiş İyimserlik*, (Çev. Semra Kunt), Ankara: HYB Yayınları.
- SENNETT, Richard (2005), *Saygı, Eşit Olmayan Bir Dünyada*, (Çev. Ümmihan Bardak), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SENNETT, Richard (2008), *Ten ve Taş, Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*, Bursa: Ezgi Kitapevi.
- SENNETT, Richard (2012), *Beraber*, (Çev. İlkay Özküralpli), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SEYİDOĞLU, Halil (1995), *Bilimsel Araştırma ve Yazma*, İstanbul: Güzem Yayınları.
- SIEVERS, R. Bruce (2010), *Civil Society, Philanthropy, and the Fate of the Commons (Civil Society: Historical and Contemporary Perspectives)*, London: University Press of New England.
- SINGER, Amy (2012), *İyilik Yap Denize At: Müslüman Toplumlarda Hayırseverlik*, (Çev. Ali Özdamar), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- SINGER, Amy (2004), *Osmanlı’da Hayırseverlik Kudüs’te Bir Haseki Sultan İmareti*, (Cev. Dilek Şendil), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- SIROTA and ALPER (1988), *New York City Volunteers and Gives*, Prepared for Daring Goals for a Caring Society, New York City.

- SMITH, Adam (2011), *Ulusların Zenginliği II*, (Çev. Metin Saltoğlu), Ankara: Palme Yayıncılık.
- SMITH, Anthony D. (2003), *Küreselleşme Çağında Milliyetçilik*, İstanbul: Everest Yayınları.
- SOMBART, Werner (2011), *Burjuva-Modern Ekonomi Dönemine Ait İnsanın Ahlaki ve Entelektüel Tarihine Katkı*, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- SORENSEN, Aage B. (2014), “Rant Temelli Bir Sınıf Analizinin Esasları”, (çev. Aydın Gelmez), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olvin Wright), Ankara: Notabene Yayınları.
- STANER, Luc (2003), “Sleep and Anxiety Disorders”, *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 5 (3), 249–258., <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles>, Erişim: 10.10.2018.
- STENDARDI, J.E. (1992), “Corporate Philanthropy: The Redefinition of Enlightened Self-Interest”, *The Social Science Journal*, Vol. 29, No : 1, pp. 21-30.
- ŞEKER, Cihat (2014), “Yahudilikte Sadaka”, *Marife*, S.3, ss. 83-104, <http://www.marife.org/sayilar.php?dil=tr&dmid=757>, Erişim: 08.08.2018.
- ŞENSES, Fikret (2017), *Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk*, 8. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ŞERİF, Muzaffer ve ŞERİF, Carolyn W. (1996), *Sosyal Psikolojiye Giriş*, (Çev. M. Atakay ve A. Yavuz), İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- TABUROĞLU, Özgür (2018), *Toplumsal Dayanışma, İşbölümü ve Dilencilik Olgusu Arasındaki İlişkiler: Almanya ve Türkiye Karşılaştırması*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- TALAS, Mustafa (2011), “Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi”, *TÜBAR*, S.29, ss. 387-401., www.tubar.com.tr, Erişim: 17.06.2018.
- TAŞ, Kemalettin (2012), “Sosyolojik Din Tanımları”, *Din Sosyolojisi El Kitabı*, (Ed. Niyazi Akyüz, İhsan Çapcıoğlu), Ankara: Grafiker Yayınları.
- TAŞTAN, Bal Seçil (2015), “Örgütsel Güven ve Sosyal Adalet Algısının Örgütlerde Sosyal Sermaye Yapısı İle İlişkilerinin İncelenmesi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 2015, ss.13-58., Erişim: 09.04.2018.

- TATAR, Burhanettin (2014), “Din ve Ahlak İlişkisi”, *İslam Ahlak Esasları ve Felsefesi El Kitabı*, (Ed. Müfit Selim Saruhan), 2. Baskı, Ankara: Grafiker Yayınları.
- TAYLOR, S. E., PEPLAU, L. A., ve SEARS, D. O. (2010), *Sosyal Psikoloji*, (Çev. Ali Dönmez), İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları.
- TDK, (2011), “Hayırseverlik”, *Büyük Türkçe Sözlük*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TEKİN, Hasan Hüseyin (2006), “Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme”, *Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 2006 Cilt: 3 Sayı: 13, ss.101-116, <http://tjs.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2015/12/13254-29804-1-SM.pdf>, Erişim: 28.02.2018.
- THOMAS, J. Davis (2013), *Religion in Philanthropic Organizations: Family, Friend, Foe?*, Bloomington, USA: Indiana University Press.
- TÜRKDOĞAN, Orhan (2011), *Günümüzde Aydınlıktakiler Karanlıktakiler*, İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- TÜSEV, (2016), *Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik*, İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- TÜSEV, (2014), “Sivil Toplum İzleme Raporu 2013-2014”, <https://www.tusev.org.tr>
- TÜSEV, (2006), *Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet*, İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- URRY, John (1999), *Mekânları Tüketmek*, (Çev. Rahmi G. Ögdül), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÜLGENER, Sabri F. (2006), *Zihniyet ve Din, İslâm, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlâkı*, İstanbul: Derin Yayınları.
- VAUX, Tony (2001), *The Selfish Altruist: Relief Work in Famine and War*, Londra: Published by Earthscan.
- VEBLEN, Thorstein (2005), *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çev. Zeynep Gültekin ve Cumhuriyet Atay), İstanbul: Babil Yayınları.
- VEYİSOĞLU, Murat (2009), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Toplum Gönüllüleri Faaliyetlerinde Yer Alan Katılımcıların Beklenti ve Algılarına Yönelik Bir Araştırma*, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- VURAL, Beril Z. ve ÇOŞKUN, Gül (2011), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, S. 1, ss. 62-87., <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/83925>, Erişim: 16.04.2018.
- WACH, Joachim (1995), *Din Sosyolojisi*, (Çev. Ünver Günay), İstanbul: M.Ü.İ.F. Vakfı Yayınları.
- WALLERSTEIN, Immanuel (2007), “11.Yüzyıldan 21.Yüzyıla Kavram ve Gerçeklik Olarak Burjuvazi”, *İrk, Ulus, Sınıf-Belirsiz Kimlikler*, (Ed. Etienne Balibar ve İmmanuel Wallerstein), (Çev. Nazlı Ötken), ss.165-187, İstanbul: Metis Yayınları.
- WEININGER, Elliot B. (2014), “Bourdieu’nın Sınıf Analizinin Esasları”, (Çev. Gökçen Ertuğrul), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev. ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- WIRTH, Louis (2002), “Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentlileşme”, *20. Yüzyıl Kenti*, (Der. ve Çev. Ayten Alkan, Bülent Duru), Ankara: İmge Yayınevi.
- YALIN, Salih (2015), “Ahmet Hamdi Akseki’de Ahlaki Sorumluluk”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.38, ss. 209-225.
- YALOM, Irvin (1999), *Varoluşçu Psikoterapi*, (Çev. Z. İyidoğan Babayigit), İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- YARAN, Cafer Sadık (2009), *Dini Tecrübe ve Meunet: Sıradan İnsanların Sıra Dışı Dini Deneyimleri*, İstanbul: Rağbet Yayınları.
- YAŞAR, M. Ruhat (2013), “Yoksulların Konutla İmtihani: Konut Yoksulluğu”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- YAŞAR, M. Ruhat; AYTAÇ, Ömer ve AÇIKGÖZ, Reşat (2011), “Yoksulluk Mücadelesinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Artan Önemi”, *9. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi Tebliğleri*, C.2, ss.180-191, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayınları.
- YAZICIOĞLU, Y. ve ERDOĞAN, S. (2004), *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- YEDİYILDIZ, Bahaeddin (2015), *Klasik Dönem Osmanlı Toplumuna Genel Bir Bakış*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- YEDİYILDIZ, Bahaeddin (2012), “Vakıf/Tarih”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, XLII: 479-486.

- YETKİN, Çetin (2008), *Siyasal Düşünceler Tarihi*, İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2005), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YILDIRIM, Filiz (2011a), “Üniversite Gençliği “Sosyal Adalet”ten Ne Anlıyor? Sosyal Adalet İlkelerinin Sosyal Adalet Algısı Üzerindeki Etkisi”, *Aile ve Toplum Dergisi*, Yıl: 12 Cilt: 7 Sayı: 25, 2011, ss. 113-124.
- YILDIRIM, Filiz (2011b), *Üniversite Gençliği “Sosyal Adalet” ten Ne Anlıyor? Sosyal Adalet İlkeleri Bağlamında Bir Eğilim Belirleme Araştırması*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi (Aile ve Tüketici Bilimleri) Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- YILMAZ, Bediz (2008), “Türkiye’de Sınıf-altı: Nöbetleşe Yoksulluktan Müebbet Yoksulluğa”, *Toplum ve Bilim*, S.13, ss. 127-145.
- YÖNET, Ender (2005), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk”, *Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi*, C.8, S.13, ss.240-264., <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi>, Erişim: 15.12.2018.
- ZENGİN, H. Salih (2015), “85 Zengin=Dünyanın Yarıısı”, *Sabah Gazetesi*, 25 Ocak 2015, <https://www.sabah.com.tr/pazar/2015/01/25/85-zengin-dunyanin-yarisi>, Erişim: 13.01.2018.
- ZİNCİR, Rana ve BİKMEN, Filiz (2006), “Kavramsal Çerçeve ve Yönetici Özeti”, *Türkiye’de Hayırseverlik, Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet Araştırması*, Yayın No: 38, İstanbul: TÜSEV Yayınları, <http://www.tusev.org.tr>, Erişim: 12.12.2018.

Online Kaynaklar

- <https://www.worldwealthreport.com/Global-Wealth-Expanded-Around-the-Globe>, Erişim: 11.11.2018.
- <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42770005>, Erişim: 21.11.2018.
- <https://www.dernekler.gov.tr/>, Erişim: 19.11.2018.
- https://www.fondationdefrance.org/sites/default/files/atoms/files/etude_fondatio_ns_int_web.pdf, Erişim Tarihi: 19.11.2018.
- <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24640>, Erişim: 23.03.2018.
- <http://www.malatyahacovakoyu.com/sayfa-anasayfa>; <http://www.matav.org>, Erişim: 26.09.2018.
- <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociologytextbook/stratification-inequality-and-social-class-in-the-u-s-9/social-mobility76/growing-gap-between-rich-and-poor-> Erişim: 16.12.2018.
- <https://www.tusev.org.tr/tr/haberler/tusevden-sosyal-girisimlerin-gelecegi-sivil-toplum-iliskisi-ve-surdurulebilirlik-semineri#.XMBVSTAzbIU>, Erişim:09.08.2018.
- <https://raci.org.ar/the-impact-of-philanthropy-on-economic-development/?lang=en>, Erişim: 09.12.2018.
- <https://dafne-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/PBF-Report-2016-9-30-16.pdf>, Erişim: 02.03.2018.
- <https://s3.amazonaws.com/media.hudson.org/files/publications/201703IndexofGlobalPhilanthropyandRemittances2016.pdf>, Erişim: 02.03.2018.
- <https://givingusa.org/giving-usa-2018-americans-gave-410-02-billion-to-charity-in-2017-crossing-the-400-billion-mark-for-the-first-time/>, Erişim: 03.03.2018.
- <https://eiuperspectives.economist.com/search/Philanthropy>, 18.01.2018.
- <http://www.koc.com.tr/tr-tr/koc-gundem/basin-odasi>, Erişim: 21.09.2018.

EKLER

Ek 1. Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	GÜLTEKİN EROĞLU
Öğrenci Numarası	132210201
Enstitü Anabilim Dalı	UYGULAMALI SOSYOLOJİ
Programı	DOKTORA
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	PROF. DR. ÖMER AYTAÇ
Tez Başlığı (Türkçe)	TÜRKİYE'DE HAYIRSEVERLİK KÜLTÜRÜ: ZENGİN BAĞIŞÇILAR ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 289 sayfalık kısmına ilişkin, 20/02/2020 tarihinde Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %15 'tir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Prof. Dr. Ömer AYTAÇ
Danışmanın Adı-Soyadı
(İmzası)

Prof. Dr. Ömer AYTAÇ
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ile birlikte enstitüye teslim edilir.

İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

Ek 2. Mülakat Formu

Saygıdeğer görüşmeci,

Doktora tezi olarak hazırlayacağımız bu çalışma, ülkemizdeki hayırseverlik kültürünü anlamaya/betimlemeye yönelik bir alan araştırmasıdır. Bu araştırmayla amacımız, zenginlerin hayırseverlik kültürünü yakından tanımaktır. Bu nedenle sizlere bu mülakat formunda yer alan bazı sorular yöneltilecektir. Şahsınızın veya sahibi olduğunuz şirketin kimlik bilgileri (ad-soyad, unvan vs.) belirtilmeyeceğinden sorularımıza içten ve samimiyetle cevap vereceğinizi umar, katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Ömer AYTAÇ
(Araştırma Yöneticisi)

Arş. Gör. Gültekin EROĞLU
(Araştırmacı)

Mülakat Formu Soruları:

A- Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri İle İlgili Sorular:

1. Cinsiyetiniz?
2. Yaşınız?
3. Medeni haliniz?
4. Doğum ve ikamet yeriniz?
5. Sizin ve eşinizin öğrenim durumu?
6. Sizin ve eşinizin mesleği?
7. Aile üyesi sayısı?

B- Görüşmecilerin İş ve Ekonomik Durumlarıyla İlgili Sorular:

1. İş/mesleki alanınız?
2. İş/mesleğinizi ne kadar süredir devam ettiriyorsunuz?

C- Görüşmecilerin Bağış Durumları ile İlgili Sorular:

1. Bağış yapma durumunuz nedir, ne kadar sıklıkta bağış yaparsınız (aylık, yıllık, vs.)?
2. Bağış miktarınız ne kadardır (yıllık ortalama miktar)?
3. Ne kadar süredir bağış yapıyorsunuz?
4. Bağışta bulunma gerekçeniz nelerdir?
5. Bağışlarınızı açık veya gizli mi yaparsınız?

D- Bağış Yapılan Yerler ve Toplumsal Kesimlere İlişkin Sorular:

1. Genellikle bağışta bulunduğunuz yerler (okul, hastane, dernek vs.) ve bağış şekliniz (nakdi veya ayni) nelerdir?
2. Genellikle hangi kesimlere (yoksul, yetim, mülteci, dilenci, işsiz vs.) bağışta bulunuyorsunuz?
3. Bağış yaptığınız kişi ve kurumlardan geri dönüş alıyor musunuz? Onların bağışlarınız hakkındaki fikirleri nasıldır?
4. Sizce bağışların hangi kesimlere yönelik olması gerekir?

E- Bağış Yapmanın Psikolojik ve Sosyal Psikolojik Temellerine İlişkin Sorular:

1. Bağış yapmanın psikolojiniz üzerinde olumu/pozitif bir etkisi var mı?
2. Bağış yapmak sizde ne tür duygular uyandırıyor?
3. Bağış yapmanın insanı iyileştirdiği fikrine katılıyor musunuz?
4. Bağış yapmak sizi mutlu, huzurlu kılıyor mu?

5. Bağış yapmanın, kendini gerçekleştirme, kendisiyle barışık olma, benlik saygısı edinme gibi durumlara katkısı oluyor mu?
6. Bağış yapmak sizde zenginlik, iktidar ya da önemli bir kişi olma yönünde bir duygu uyandırıyor mu?

F- Bağış Yapmanın Aile ve Sosyal Bağlılık Olgularıyla İlişkisine Dair Sorular:

1. Bağış yapma davranışı ailenizin yaptığı bir geleneğe dayanıyor mu?
2. Aile büyüklerinin bağış yapma konusunda örnek tavır ve telkinleri oluyor mu?
3. Sizin veya ailenizin itibarının, konumunun bağış yapmakla güçlendiğini düşünüyor musunuz?
4. Bağışta bulunma durumunuza ailenizin diğer fertlerinin yaklaşımı nasıldır?

G- Hayırseverliğin Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Yönleriyle İlişkisine Dair Sorular:

1. Bağış yapmanın bir yurttaşlık görevi olduğunu düşünüyor musunuz?
2. Hayırseverlik yoluyla yoksullukla birlikte hangi toplumsal sorunlar önlenabilir veya çözülebilir?
3. Bağışta bulunmanın sosyal adalet ve sosyal eşitlik gibi toplumsal olgularla ilişkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Bağış yapmanın toplumsal statü ya da mevkiinin sağlamlaşmasına veya tanınan bir şahsiyet olmanıza etkisi var mı?
5. Siyasi bir konumunuz var mı? Bağış yapmanın siyasi beklentilerinizin karşılanmasıyla ilişkisi var mı?
6. Bağışların artmasıyla toplumda bağışlara bağımlılık gösteren, bel bağlayan bir kesimin oluşmasına etkisinin olduğunu düşünüyor musunuz?

H- Bağış Yapmanın Dinî ve Dinî Olmayan Saiklerle Olan İlişkisine Dair Sorular:

1. Dinî inanç ve tutum bakımından kendinizi nasıl değerlendirirsiniz (dindar, çok dindar vs.) ?
2. Bağışta bulunmanın dinî inanç ve tutumla ilişkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?

3. Zekât verir misiniz? Zekât bağış olarak görülebilir mi? Zekât dışında bağışta bulunur musunuz?
4. Bağış yaptığınız kişi ya da kurumların dinî inanç/mezhep boyutunu göz önünde tutar mısınız?
5. Bağışta bulunmanın dinî olmayan saikleri hakkında neler söylersiniz? Bağışlar dinî bir sebebe dayandırılmalı mıdır?
6. Bağış yapmanın ahlaki bir sorumluluk olduğu görüşüne katılıyor musunuz?

İ- Görüşmecilerin Vakıf veya Yardım Kuruluşlarıyla Olan İlişkilerine Dair Sorular:

1. Vakıf veya yardım kuruluşundan ne anlıyorsunuz?
2. Vakıf veya gönüllü yardım kuruluşlarının hayırseverlik kültürüne katkıları hakkında düşünceleriniz nelerdir?
3. Herhangi bir vakıf veya gönüllü yardım kuruluşu/kuruluşlarıyla ilişkiniz var mı?
4. Bu tür organizasyonların faaliyetlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

J- Bağışların Reklam Edilme Durumuna Dair Sorular:

1. Bağışların reklam edilmesi hakkında ne düşünüyorsunuz? Bağışlar reklam edilebilir mi?
2. Bağışların reklam edilmesinin amaç ve hedefleri neler olabilir?
3. Size göre çevrenizdeki zengin zümrenin bağışlarını reklam ya da tanıtım konusu yaptıkları oluyor mu?

K- Bağışların Nicelik ve Nitelik Düzeylerine Dair Sorular:

1. Yaşadığınız yer veya kentteki zengin kişilerin bağışlarının yeterli olup olmadığı hakkında ne düşünüyorsunuz?
2. Ülkemiz açısından bir değerlendirme yapmak gerekirse zengin zümrenin bağış ve yardımlarını yeterli görüyor musunuz?
3. Günümüz açısından değerlendirmek gerekirse, hayırseverliğin niteliğinin değiştiğini düşünüyor musunuz?
4. Bağış yapmak için ille de zengin olmak gerekir mi?

EK 3. Katılımcı Çizelgesi

Kod	Yaş	Cinsiyet	Doğum ve İkamet Yeri	Medeni Hali	Kendisi ve Eşinin Eğitim Durumu	Kendisi ve Eşinin Mesleki Durumu	İş/Mesleki Alan	İş/Mesleki Çalışma Süresi	Yaklaşık Bağış Miktarı (Yıllık)
G.1	62	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	İlkokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Kuyumculuk	50 yıl	25.000
G.2	50	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Kayısı/Kuru Yemiş Esnafı	30 yıl	25.000
G.3	47	Erkek	Malatya/Malatya	Bekâr	Ortaokul	Özel Sektör	Otomotiv/Ev Gereçleri/İnşaat	40 yıl	250.000
G.4	49	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	Lisans /Lisans	Özel Sektör/Ev Hanımı	Otomotiv/Tekstil/İnşaat	30 yıl	300.000
G.5	50	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	Yüksekokul/ Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	İnşaat/Ticaret Sek.	40 yıl	200.000
G.6	47	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Beyaz Eşya/Mobilya	40 yıl	50.000
G.7	67	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	İlkokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Efes Bayiliği/Yurt İşletmecisi	50 yıl	50.000
G.8	52	Kadın	Malatya/Malatya	Evli	Lisans/Lisans	Özel Sektör/Öğretmen	İnşaat/Otomotiv	30 yıl	80.000
G.9	55	Erkek	Malatya/Malatya	Evli	Lisans/Lise	Belediye Per./Ev Hanımı	Gıda/Tekstil/İnşaat Sek.	30 yıl	100.000
G.10	52	Kadın	Malatya/Malatya	Evli	Lisans/Doktora	Eczacı/Öğretim Üyesi	Eczacılık	25 yıl	25.000
G.11	46	Erkek	Malatya/Konya	Evli	Yüksekokul/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Tekstil/Ayakkabı Üreticiliği	20 yıl	60.000
G.12	40	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lisans/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	İç ve Dış Ticaret	15 yıl	90.000
G.13	50	Erkek	Konya/Konya	Evli	Y.Lisans/Lisans	Özel Sektör/Ev Hanımı	Tekstil	25 yıl	85.000
G.14	55	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lisans/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Tekstil	20 yıl	150.000
G.15	40	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lisans/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Toptan Satış	20 yıl	100.000
G.16	60	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lisans/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Yazılım Sek.	20 yıl	180.000
G.17	68	Erkek	Malatya/Konya	Evli	İlkokul/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Ambalaj Sanayi Sek.	50 yıl	50.000
G.18	60	Erkek	Erzurum/Konya	Evli	Lise/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Gıda Sek.	35 yıl	60.000

G.19	62	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lise/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Gıda Sek.	40 yıl	80.000
G.20	45	Erkek	Konya/Konya	Evli	İlkokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Ayakkabı Üreticisi	30 yıl	25.000
G.21	37	Erkek	Konya/Konya	Evli	İlkokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Ayakkabı Üreticiliği/Gıda/ Sağlık Hizmetleri Sek.	20 yıl	400.000
G.22	33	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Otomotiv Satış/ Pazarlama	25 yıl	25.000
G.23	55	Erkek	Konya/Konya	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Otomotiv Satış/ Pazarlama	35 yıl	75.000
G.24	32	Erkek	Konya/Konya	Bekâr	Lisans	Özel Sektör	İç ve Dış Ticaret	20 yıl	100.000
G.25	75	Erkek	Elazığ/İstanbul	Evli	İlkokul /İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Tekstil/İnşaat/İthalat/İhracat	50 yıl	80.000
G.26	37	Erkek	Sivas/İstanbul	Evli	Y.Lisans/Y.Lisans	Özel Sektör/Öğretmen	Eğitim/Finans Sek.	15 yıl	25.000
G.27	58	Erkek	İstanbul/İstanbul	Evli	Ortaokul/Lise	Özel Sektör/Özel Sektör	Kuyumculuk	45 yıl	50.000
G.28	57	Erkek	Malatya/İstanbul	Evli	Ortaokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Branda Üretim ve Dağıtım	50 yıl	25.000
G.29	67	Erkek	Konya/İstanbul	Evli	Lisans/Lise	Kimya Mühendisi/Ev Han.	Klinik/Sağlık Hiz.Sek.	50 yıl	500.000
G.30	60	Erkek	Aydın/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	Özel Sektör/Eğitimci	Sağlık Hizmetleri Sek.	30 yıl	250.000
G.31	65	Erkek	İstanbul/İstanbul	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Dış Ticaret	40 yıl	250.000
G.32	45	Kadın	Ordu/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	Özel Sektör/Özel Sektör	Tekstil	20 yıl	500.000
G.33	50	Erkek	Malatya/İstanbul	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Otomotiv Alım/Satım	30 yıl	50.000
G.34	30	Erkek	İstanbul/İstanbul	Bekâr	Lisans	Özel Sektör	Tekstil	10 yıl	30.000
G.35	35	Kadın	İstanbul/İstanbul	Bekâr	Lisans	Özel Sektör	Metal Hammadde Sek.	10 yıl	25.000
G.36	63	Erkek	Erzurum/İstanbul	Evli	İlkokul/İlkokul	Özel Sektör/Ev Hanımı	Ticaret Sek.	40 yıl	100.000
G.37	43	Erkek	Antakya/İstanbul	Evli	Yüksekokul/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	İnşaat Sek.	20 yıl	200.000
G.38	53	Erkek	İstanbul/İstanbul	Evli	Lise/Ortaokul	Özel Sektör/Özel Sektör	İnşaat/Otomotiv/Tekstil	20 yıl	500.000
G.39	45	Kadın	Ankara/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	Özel Sektör/Özel Sektör	Finans/Gıda/Tekstil	20 yıl	300.000
G.40	55	Erkek	İzmir/İstanbul	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	İnşaat/Otomotiv	25 yıl	500.000

G.41	60	Erkek	Malatya/İstanbul	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Tekstil/Giyim	40 yıl	550.000
G.42	40	Erkek	İstanbul/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	İnşaat Müh./İnşaat Müh.	İnşaat/Yapı Malzemeleri	15 yıl	400.000
G.43	60	Erkek	İstanbul/İstanbul	Evli	Lise/Lise	Özel Sektör/Ev Hanımı	Kuyumculuk	40 yıl	80.000
G.44	47	Kadın	İstanbul/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	Özel Sektör/Özel Sektör	İç ve Dış Ticaret	20 yıl	150.000
G.45	65	Erkek	Ankara/İstanbul	Evli	Lisans/Lisans	Doktor/Doktor	Sağlık Hizmetleri Sek.	30 yıl	400.000

Ek 4. Etik Kurul Onayı

vrak Tarih ve Sayısı: 04/03/2016-134897

T.C.



FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu

Sayı :97132852/050.01.04/
Konu :Prof. Dr. Ömer AYTAÇ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜNE

İlgi :15/02/2016 tarihli, 131446 sayılı ve "Tez Çalışması Etik Kurul Onayı (Doktora Öğrencisi Gültekin EROĞLU)" konulu yazı

Enstitünüz Sosyoloji Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ömer AYTAÇ yönetiminde, Dok. Öğr. Gültekin EROĞLU'na ait "**Türkiye'de Hayırseverlik Kültürü: Zengin Bağışçılar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma**" konulu çalışma ile ilgili Etik Kurul Kararı ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır.
Prof.Dr. Mustafa KAPLAN
Kurul Başkanı

Not : Araştırmacıların TÜBİTAK'a yapılacak başvurular için, tüm üyelerin ıslak imzalarının bulunduğu etik kurul kararını talep etmeleri gerekmektedir.

EK :
Etik Kurul kararı 1(bir) sayfa

Firat Üniversitesi Rektörlüğü 23119 ELAZIĞ/TÜRKİYE
Tel: 0 (424) 237 00 00 Faks: 0 424 2122717
E-Posta: : Elektronik ağı: <http://www.firat.edu.tr>
halklailiskiler@firat.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için irtibat : Teslime ÖZKILIÇ

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

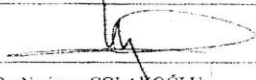
T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı

ETİK KURUL KARARI

TOPLANTI TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR NO	ÇALIŞMACININ ADI SOYADI
01.03.2016	05	11	Prof. Dr. Ömer AYTAÇ

KARAR

“Türkiye’de Hayırseverlik Kültürü: Zengin Bağışçılar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma” konulu çalışma etik kurulumuzda görüşülmüş olup; çalışmanın etik kurallara uygun olduğuna oybirliğiyle karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mustafa KAPLAN (Başkan)			
Prof. Dr. Engin ŞAHNA (Üye)	Bulunmadı	Prof. Dr. Neriman ÇOLAKOĞLU (Üye)	İmza
Prof. Dr. Süleyman Serdar KOCA (Üye)	İmza	Prof. Dr. Demet ÇİÇEK (Üye)	Bulunmadı
Prof. Dr. Seâ KAZANÇ (Üye)	İmza	Prof. Dr. Ertan FVİN (Üye)	Bulunmadı
Doç. Dr. Erdal TAŞKIN (Üye)	İmza	Doç. Dr. Fatih FIRDOLAŞ (Üye)	İmza
Doç. Dr. Yalın Kılıç TÜREL (Üye)	İmza	Doç. Dr. Alper Osman ÖĞRENMİŞ (Üye)	İmza
Doç. Dr. Murat SUNKAR (Üye)	İmza	Doç. Dr. Yüksel SAVUÇU (Üye)	İmza
Doç. Dr. Funda GÜLCÜ BULMUŞ (Üye)	İmza	Yrd. Doç. Dr. Nurhan HALİSDEMİR (Üye)	İmza

Ek 5. Araştırma İzin Belgeleri

	T.C. FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ Genel Sekreterlik	
Sayı :11611387/402.03.01/ Konu :Anket İzni (Gültekin EROĞLU) SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE		
İstanbul Valiliği İl Yazı İşleri Müdürlüğü'nün, 25.08.2016 tarih ve 66668 sayılı yazısı ekte gönderilmiştir. Bilgilerinize rica ederim.		
e-imzalıdır. Prof.Dr. Kutbeddin DEMİRDAĞ Rektör		
EK : Yazı (1 Sayfa)		
Firat Üniversitesi Rektörlüğü 23119 ELAZIĞ/TÜRKİYE Tel: 0 (424) 237 00 00 E-Posta: : halkliliskiler@firat.edu.tr	Faks: 0 424 2122717 Elektronik ağ:http://www.firat.edu.tr	Ayrıntılı bilgi için irtibat : Tuba KAYALI

Evrak Tarih ve Sayısı: 20/09/2016-160863



T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



Sayı :17206398/730.08.03/
Konu :Anket İzni (Gültekin EROĞLU)

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALINA

Rektörlük Makamının 06.09.2016 tarih ve 159755 sayılı yazısı ile İstanbul Valiliği İl Yazı İşleri Müdürlüğü'nün 25.08.2016 tarih ve 66668 sayılı yazısı ekte gönderilmiştir. Bilgilerinizi rica ederim.

e-imzalıdır.
Prof.Dr. Ömer Osman UMAR
Enstitü Müdürü

EKLER :

- 1- Rektörlük Makamının 06.09.2016 tarih ve 159755 sayılı yazısı (1 sayfa)
- 2- İstanbul Valiliği İl Yazı İşleri Müdürlüğü'nün 25.08.2016 tarih ve 66668 sayılı yazısı (1 sayfa)

Fırat Üniversitesi Rektörlüğü 23119 ELAZIĞ/TÜRKİYE
Tel: 0 (424) 237 00 00 Faks: 0 424 2122717
E-Posta : halklailetkiler@firat.edu.tr Elektronik ağı:http://www.firat.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için irtibat : Ahmet KILIÇ

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Yazı İşleri Müdürlüğü

Sayı : 85840981-605.01-E.66668
Konu : Anket İzni (Gültekin EROĞLU)

25/08/2016

İlgi : Fırat Üniversitesi Rektörlüğü Genel Sekreterliğinin 12.08.2016 tarihli ve 45425 sayılı yazısı.

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı doktora öğrencisi Gültekin EROĞLU'nun "Türkiye'de Hayırseverlik Kültürü: Zengin Başışçıları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma" isimli tez çalışması için anket uygulaması gerçekleştireceği konusundaki ilgi sayılı yazısı ve ekleri ilişikte gönderilmiştir.

Bilgi ve gereğini rica ederim.

Cemalettin ÖZDEMİR
Vali a.
Vali Yardımcısı

EK: İlgi sayılı yazı ve ekleri

DAĞITIM :

Gereği:
39 İlçe Kaymakamlığına

Bilgi:
Fırat Üniversitesi Rektörlüğüne

Evrak Tarih ve Sayısı: 12/08/2016-45425



T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Genel Sekreterlik

Sayı : 11611387/402.03.01/
Konu : Anket İzni (Gültekin EROĞLU)

KONYA VALİLİĞİNE

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı doktora öğrencisi Gültekin EROĞLU'nun, "Türkiye'de Hayırseverlik Kültürü: Zengin Bağışçılar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma" konulu tez çalışması için anket uygulaması gerekmektedir.

Bilgileriniz ile adı geçen söz konusu anket uygulamasını gerçekleştirebilmesi için gerekli iznin verilmesi hususunda gereğini arz ederim.

e-imzalıdır
Prof.Dr. Kutbeddin DEMİRDAĞ
Rektör

EKLER :
Yazı (24 Sayfa)
DAĞITIM
İSTANBUL VALİLİĞİNE
KONYA VALİLİĞİNE
MALATYA VALİLİĞİNE

**BELGENİN ASLI
ELEKTRONİK İMZALIDIR**

Evrak Doğrulamak için : <https://ebys.firat.edu.tr/enVision/Dogrula/NU3FRL7>
Firat Üniversitesi Rektörlüğü 23119 ELAZIĞ/TÜRKİYE Ayrıntılı bilgi için irtibat: Tuba KAYALI
Tel: 0 (424) 237 00 00 Faks: 0 (424) 0
E-Posta: halklaileskiler@firat.edu.tr Elektronik ağı: <http://www.firat.edu.tr>



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
MALATYA VALİLİĞİ
İl Yazı İşleri Müdürlüğü



Sayı : 80597322-529-E.14754
Konu : Anket İzni (Gültekin EROĞLU)

16/11/2016

FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı doktora öğrencisi Gültekin EROĞLU'na İlimiz genelinde anket çalışması yapabilmesi için izin verildiğine ilişkin Valilik Makamının 15.11.2016 tarih ve 80597322-529-E.14704 sayılı oluru ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Abdül Kadir DURAN
Vali a.
Vali Yardımcısı

EK: Onay (1 adet)

ÖZGEÇMİŞ

1974 yılında Malatya'nın Doğanşehir ilçesine bağlı Sürğü Kasabasında doğdum. İlk, orta ve lise öğrenimini Sürğü Kasabasında tamamladım. 1995 yılında Fırat Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümünde lisans eğitimini, 1999 yılında ise yine aynı Üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimini tamamladım. 2014 yılında Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında doktora programına başladım.

Şu an, İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak görevimi sürdürmekteyim.

