

## Charity in Islamic Societies

**Kitap Eleştirisi: Singer, Amy. (2008). *Charity in Islamic Societies*. Cambridge University Press.  
ISBN: 978-0-521-82164-3**



**Rıdvan KOCAMAN<sup>1</sup>**

Hayırseverlik iktisat, antropoloji, sosyal psikoloji ve sosyolojinin çeşitli düşünce okulları tarafından açıklanmaya çalışılmış ve bu disiplinlerden her biri kendi bakış açısı bağlamında, bireyin kime, neden, ne zaman, nasıl ve hangi koşullar altında yardımda bulunduğuna ilişkin değerlendirmelerde bulunmuştur. Pazarlama bilimi ise, bu alan içerisine görece yeni sayılabilecek bir dönemde dâhil olmuştur. Hayırseverlik sürecinin bu bilim dalı tarafından ele alınması, süreç içerisinde taraflar arasında karşılıklı bir mübadelenin yaşandığı ve bu mübadelenin pazarlamanın çalışma alanı içerisinde olduğu bakış açısına dayanmaktadır (Bagozzi, 1975). Hayırseverlik davranışının yardım etmenin ticari olmayan yönünü oluşturması ve taraflar arasında bir mücadele ilişkisinin meydana gelmesi sebebiyle (Belk, 1979), pazarlama kavramı 1970’li yıllarda kar amaçsız örgütler içerisinde telaffuz edilmeye başlamış olup, bu yöndeki çalışmalar yoğunluk kazanmıştır. Bu doğrultuda, pazarlama bilimi literatüre kar amaçsız örgütlerde pazarlama ve tüketici davranışları bakış açısından katkı sağlamıştır (Sargeant, 1999).

<sup>1</sup> **Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Arş. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ridvan.kocaman@bilecik.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0008-7041>

**Makale Türü / Paper Type:** Kitap Eleştirisi / Book Review

**Makale Geliş Tarihi / Received :** 26.04.2021

**Makale Kabul Tarihi / Accepted:** 30.05.2021

Günümüz literatürü değerlendirildiğinde, hayırseverlikle ilgili çalışmaların önemli bir bölümü Kuzey Amerika ve Avrupa olmak üzere Batılı kültürler bağlamında gerçekleştirilmiştir. Bu kültürlerin dışında gerçekleştirilen çalışmalar ise oldukça sınırlıdır. Dolayısıyla, hayırseverliğin uygulama olarak kendisine çok geniş bir alan bulduğu toplumlar araştırma odağının dışında kalmıştır. Bu noktada, Singer'ın, hayırseverlik ve yardımseverlik hakkında yapılacak bir incelemenin insan toplumlarının doğasını ve tarihsel değişimini derinden kavramaya yarayacağı inancıyla hazırladığı bu kitabın, literatürdeki mevzubahis boşluğun doldurulması adına bir pusula niteliği taşıdığı söylenebilir. Bu eser, İslam toplumlarının tarihsel serüveninde hayırseverliğin konu olduğu ortak metinlerin ve çeşitli uygulamaların bir incelemesidir. Bu inceleme ile hem temel dini metinlerdeki öğütler ve uyarıları anlamak hem de farklı tarihsel dönemlerde hayırseverliğin itici gücünün nasıl ifade edildiğini ve bunun İslam toplumlarını şekillendirme hususunda hangi rollere sahip olduğunu araştırmak amaçlanmaktadır.

Kitap içerisinde hayırseverliğe odaklanılarak, bir yandan İslam toplumlarında vazgeçilemez olan ortak bir yön vurgulanırken diğer yandan İslam tarihinin farklı zaman dilimlerinin münferit olarak daha iyi değerlendirilmesine imkân sunulmaktadır. Hayırsever idealler ile uygulamaların incelenmesi, İslam toplumlarının tarihi ve kültürlerinin kavranmasına önemli katkılar sunmaktadır. Çünkü bu konuda hayırseverlik hem kendi içerisinde hem de kendi başına zengin bir saha araştırması sunmaktadır. Bu eserde, hayırseverlik her ne kadar İslami bir bağlamda incelense de, onun evrensel bir olgu olduğu varsayılmaktadır. Bu doğrultuda, bu özel bağlamın sunacağı ideallerin, insanlık tarihinin deneyimlerine ilişkin anlayışları da genel olarak zenginleştirebileceğini söylemek mümkündür. Bu tartışmaların ortak bir zemine taşınabilmesi adına, Singer (2008) bu kitabın tasarlanışını ve yazılmasındaki yegâne niyeti aşağıdaki şekilde açıklıyor:

*Bu kitap temel kavramsal bir çerçeve düzenleyerek ve geniş bir yelpazeden örnekler tahlil ederek, hayırseverlik konusundaki başka araştırmalar ve düşünceler için bir başlangıç olarak tasarlanmıştır. Niyetim,*

*okurları hayırseverlik prizmasından bakarak tarihi yeniden ele almanın getirdiği zengin olasılıklarla tanıştırmaktır (s. 3-4).*

Yazar, bu eserin hazırlanışında tüm İslam tarihini içine alacak kadar, konu, kaynak, yer ya da analitik yaklaşımlar bakımından geniş kapsamlı olma iddiasında bulunmamakla birlikte, en çok aşına olduğu Osmanlı tarihine ve o döneme ilişkin kaynaklara meyletmiştir. Ayrıca, kitabın bütünüyle sistematik bir çalışma olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Ancak, sonradan yapılacak olan sistematik araştırmaların hangi alanlarda mümkün olabileceği ve hangi soruların cevaplanmasının faydalı olacağı hakkında öneriler sunarak, daha önce de vurgulandığı üzere bir yol haritası görevi üstlenmektedir. Hayırseverliği odağına alarak, İslam kültürünün zaman ve mekân içerisindeki çeşitliliğine ilişkin de fikir verme çabası bulunan bu kitap, doğrusal bir tarih anlatımı olmayıp konulara göre alt başlıklarıyla birlikte beş bölüme ayrılmaktadır.

Birinci bölümde, zekât ideali ve zekâtın anlamı, hem Müslümanlarla Allah arasında ilişki kurmak hem de Müslümanların kendi aralarındaki ve maddi dünyayla olan ilişkilerini düzenlemek bakımından, zorunlu verme eylemine İslam'da atfedilen rolü anlamak amacıyla derinlemesine incelenmiştir. Ayrıca, zekât ile sadaka arasındaki ilişkilere ve farklara da değinilmiştir. Bölüm, bir antropoloğun 1970'li yıllarda Fas notlarından aktarmış olduğu, bir aile tarafından yorumlandığı haliyle müstesna bir zekât tanımı sunan bir hikâye ile başlamaktadır. Yapılan bu tanımda, her şeyin Allah'tan olduğu ve zekâtı teklif etmenin veren tarafı, kullanmanın da alan tarafı şereflendireceği ifade edilmektedir. Buradaki mübadele ilişkisinde vurgulanmak istenen nokta, hem verenin hem de alanın aktif bir role sahip olmasıdır. Çünkü mübadeleye konu olan nesne kişinin kendisinden değildir. Nitekim bu inancın kuvvetlendirilmesi adına, bu rollerin zaman içerisinde değişebileceği ve kişinin bu ilişkide hangi tarafta olursa olsun mutlu olması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, zekât sadakadan ayrılmaktadır. Sadaka zekâtla kıyaslandığında, verenin aktif, alanın ise daha pasif bir role sahip olduğu durumlara işaret etmektedir. Öyle ki; yazar gönüllü sadaka vermenin tek yanlı bir işlem olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak bakıldığında ise, yazar verme

eylemine zekât (zorunlu) ve sadaka (isteğe bağlı) bağlamında incelemiştir.

Kitabın ikinci bölümü, ilk bölümle benzer şekilde, bir yabancı olarak İslam toplumlarında vakit geçirme imkânı bulan Fransız bilim insanı Guillaume Postel (1510-81) tarafından aktarılan küçük bir pasaj ile başlamaktadır. Burada Postel, hem hayır işlerindeki çeşitlilikten hem de hayır sahiplerinin çeşitliliğinden bahsetmiş olup, çeşitli hayırseverlik uygulamalarıyla, Müslüman coğrafyanın her yerinde karşılaşılabileceğini vurgulamıştır. Yazar, bu eylemlerin hayatın akışı içerisinde nasıl dâhil olduğunu ve günlük rutinler, normal ve özel ritüeller ile bayram kutlamalarının vazgeçilmez parçası olarak ne anlam ifade ettiklerini ve niçin önemli olduklarını kavramak amacıyla bölüm içerisinde derinlemesine bir tahlil sunmaktadır. Bu bağlamda, hayırseverlik eylemleri her ne kadar çeşitlilik arz etse de, bunları gerek öngörülebilir şekillerde gerek anlık ameller olarak yıllık ve ömürlük takvimlerin akışıyla bütünleştirmiştir. Bölümün ilerleyen kısımlarında ise, çok uzun yıllar İslam toplumlarında hayır işlerinin en belirgin ve tanınmış şekillerinden olan vakıflar incelenmektedir. Yazar, bir yandan vakıfların önemine ve niçin kurulduklarına dair değerlendirmelerde bulunurken, öte yandan vakıflar bünyesindeki kapsamlı kayıtlar sayesinde, hem bağış yapanların hem de alanların kimliklerine ilişkin bir pencere sunmaktadır. Bölüm içerisinde ortaya konulan vakalar, sadakanın kapsamını, çeşitliliğini ve oluşturduğu etkiyi açıklamak için yetersiz kalsa da, onun birinci bölümde detaylı bir şekilde incelenen zekât uygulamasından etkinlik olarak daha geniş ve görünür bir alana yayıldığını göstermektedir.

Üçüncü bölümde, çalışmanın odağı kurumlardan bireylere doğru kaymıştır. Bu bağlamda, biyografik hikayelerle hayırsever eylemlerin nasıl bütünleştirildiğini keşfetmek amacıyla bağışçılar münferit olarak gözden geçirilmiştir. İslami tarihsel metinler içerisinde biyografik literatürün zengin oluşu bu hususta önemli bir ikincil veri kaynağı sunmaktadır. Literatürde hayırseverlik ile ilgili araştırmaların çoğunluğu bağış alan taraftan ziyade veren tarafa odaklanmıştır. Singer bu durumu aşağıdaki ifadelerle açıklıyor:

*Hemen hemen her kültürde, ihtiyaç sahiplerinden ve hatta orta sınıftan ziyade zenginlerin hayatı hakkında çok daha fazla kaynak olduğu göz önünde bulundurulursa, bu durumun hiç de şaşırtıcı olmadığı söylenebilir. Çoğu araştırma neyi, kime, ne kadar, ne zaman ve hangi amaçla vereceklerine nasıl karar verdiklerini kavramak için hayrı yapanlara odaklanmıştır (s. 28).*

Hayırseverlik araştırmalarının önemli bir kısmının bağış yapanlarla ilgili olmasının sebebi, hayır sahiplerinin eylemlerinin, bağışı alanların hayatlarından ziyade kendi hayatlarından, hayırseverlik algılarından ve niyetlerinden kaynaklanmasıdır (Geremek, 1994: 25). Yazar, bu durumun bağış alan tarafı önemsizleştirmedini, hatta onların çoğunlukla bağışçılar ile bağışları arasındaki ilişkinin çok önemli bir parçasını meydana getirdiklerine vurgu yapmıştır. Bu bağlamda, bölüm içerisinde ilgi bağış alanlara yöneltilerek, onların bağışların şekillenmesindeki rolü kavranmaya ve yapılan hayrın etkisi değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Kitabın ilk üç bölümünde, hayırseverliğin ideallerine, uygulamalarına ve tarihteki örneklerine odaklanılırken, dördüncü bölümde hayrın yapıldığı kişiler, özellikle de sayıca çok büyük bir grubu temsil eden yoksul ve muhtaç kimseler ilgi odağına yerleşmiştir. Daha önce bahsedildiği gibi, hayırseverlik tarihsel olarak bağış alanların bakış açısından pek fazla incelenmemiştir. Singer bu durumunun sebebi olarak, bu kişilerin hayatlarının tasvir ya da açıklama gerektirecek pek fazla bir şey sunmamasını ve bireysel hikâyelerinin tarihsel olarak çok fazla önem arz etmemesini göstermektedir. Bu doğrultuda, bölüm içerisinde öncelikle yoksulluğun ne olduğuna dair kısa bir tartışmaya yer veren yazar, mevzu bahis güç durumla başa çıkmak için, bağış alanlar ve onların deneyimlerine ilişkin bulguları sunma amacıyla, mümkün olduğu ölçüde birinciden tanıklıklara yer vermiştir. Bölüm kapsamında tartışılan hayırsever dağıtımların kişisel insiyatiflere sıkı sıkıya bağlı olması, onların önemli bir karakteristik özelliğini meydana getirmektedir. Her ne kadar İslam toplumlarında vakıfların sunduğu kurumsal desteğe erişimin yasal bir düzenlemeye tabi olduğuna ilişkin işaretler olsa da, yoksulların denetimi ve yönetiminin 19. yüzyıla kadar büyük ölçüde özel kişilerin elinde ol-

duğuna vurgu yapılmıştır. Bu bağlamda, günlük ve yıllık temeldeki mükerrer dağıtımlarda, bağış alan tarafın kurumlarla olan bağından ziyade münferit bağışçılar ile olan ilişkilerine odaklanılmıştır.

Son bölümde ise, münferit bağışçıların yanı sıra devlet ile sivil toplum örgütlerinin ya da özel kuruluşların da ele alınmasının gerekli olduğu inancıyla, önemli bir kısmı Osmanlı Devleti'nden ve Ortadoğu'dan alınan örnekler bağlamında hayırseverlik ekonomisine yön veren farklı aktörler incelenmiştir. Devletin sosyal refahın sağlanması amacıyla birimler oluşturması büyük ölçüde, bir modernleşme ve refah dönemi olarak nitelendirilen 19. yüzyılda başlamıştır. Ancak resmi otoritelerin ve devlet yöneticilerinin, devletin var olmaya başladığı andan itibaren halklarının refahını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediğini söylemek mümkündür. Bunlara ilaveten, sivil toplumun güçlenmesi ve orta sınıfın büyümesi gibi sebeplerle, 19. ve 20. yüzyılda sivil sosyal refah örgütlerinin sayısı kamusal alan içerisinde bir artış göstermiştir (Singer, 2008: 29). Tarih boyunca münferit hayırsever çabalar devam ederken, devlet birimlerinin ve sivil toplum kuruluşu formlarının gelişmesi ile birlikte karma hayırseverlik ekonomisi ortaya çıkmıştır (Singer, 2008: 177). Yazar bu ekonomik faaliyeti detaylı bir şekilde incelenmek amacıyla bölüm içerisinde, bir refah devleti olarak Osmanlı'nın karakteristik özellikleri, vakıfların organizasyonu ve yönetimine ilişkin devlet reformları, hanedan tarafından yapılan hayırseverliğin ve zekâtın yeniden icadı ve yoksullara karşı değişen tutumlar ile derneklerin ve sivil toplum kuruluşlarının rolü gibi önemli konulara odaklanmıştır. Ayrıca, yazar hayırseverliğe ilişkin tarihsel değişimleri daha iyi analiz edebilmek için 19. ve 20. yüzyılı bir sınır olarak belirlemiştir. Bunun en önemli sebebi ise, bu dönemdeki değişimlerin belgelerle desteklenmesi ve bilimsel araştırmalara konu olmasıdır. Bu odaklanmalar neticesinde, hayırseverliğin mevzubahis değişim sürecinin hem öznesi hem de nesnesi olduğuna ilişkin yapılacak daha kapsamlı tahlillere yol göstermek amaçlanmaktadır.

Sonuç olarak, pazarlamanın kar amaçsız örgütler kapsamında tartışılmaya başlanmasının en önemli sebeplerinden birisi, onun özünü oluşturan mübadele ilişkisidir. Öyle ki; bilinen ilk pazarlama faaliyeti Hz.

Havva'nın Âdem peygambere elma vermesi kadar eskiye dayandırılabilir (Hart, 1978: 249). Zira, pazarlamanın taraflarına tatmin sağlayan bir mübadele ilişkisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, geniş düzeyde sorgulanırsa her şeyin pazarlanabilir olduğu sonucuna ulaşılabılır (Baker, 1971). Verme çatısı altında ister zekâtın (zorunlu) ister sadakanın (gönüllü) farklı tezahürleri olarak karşılaşılan hayırseverlik uygulamaları da bu açıdan pazarlama biliminin çalışma alanı içerisine dâhil edilebilecektir. Çünkü hayırsever eylemlerin odağını da taraflarına değer yaratan mübadele ilişkisi ve ağları (Erdoğan, 2009) oluşturmaktadır. Şöyle ki; kitabın birinci bölümünün girişinde yer alan hikâyede verilen zekât tanımına istinaden, zekâtın dağıtılmasında veren taraf verdiği için alan taraf ise zekâta konu olan nesneyi kabul ettiği için şeref duymalıdır. Bu hayır işini, pazarlama tanımlarında da sıkça vurgulanan; taraflar, mübadele ilişkisi ve ağları, mübadeleye konu olan nesne ve değer oluşturmaktadır. Bu görüşü destekler nitelikte, Singer verme eyleminin evrensel olduğunu ve başkalarına bir şeyler vermenin insan toplumlarının temelinde yatan ilişkilerin kurulması için son derece önemli olduğunu ifade etmektedir (Singer, 2008: 29).

Genel olarak değerlendirildiğinde, kitap her ne kadar doğrudan bir tarih anlatısı olmasa da, hayırseverliğin farklı tarihi dönemlerdeki yansımalarını vaka ve örnekler yardımıyla inceleyerek hem konunun kavranmasını hem de çalışmaya konu olan tarihi dönemler hakkında fikir edinilmesini sağlamıştır. Ayrıca, incelemenin İslam toplumları tarihi bağlamında yapılmış olması, o zamana değin yoğun olarak Batılı kültürler kapsamında yapılmış olan hayırseverlik çalışmalarına farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Bunlara ilaveten, bu kitap, okurlarına İslam toplumları tarihinin hayırseverlik prizmasından bakılarak yeniden okunması ve yorumlanması için bir fırsat sunmaktadır.

**Kaynakça**

- Bagozzi, R. P. (1975). Marketing as exchange. *Journal of Marketing*, 39(4), 32-39.
- Baker, M. J. (1971). *Marketing: An Introductory Text*. London: Macmillian.
- Belk, R. W. (1979). Gift giving behavior. J. Sheth (Ed.), *Research in marketing içinde* (ss. 95-126), Greenwich, CT: JAI Press.
- Erdoğan, B. Z. (2009). Pazarlama: Küresel krizin suçlusu mu, kurtarıcısı mı?. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 41-51.
- Geremek, B. (1994). *Povetry: A history*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Hart, N. (1978). *The practice of advertising*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Sargeant, A. (1999). Charitable giving: Towards a model of donor behaviour. *Journal of Marketing Management*, 15(4), 215-238.