TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
TASAVVUF BİLİM DALI

TASAVVUFÎ GELENEKTEKİ YARDIMLAŞMA İLE BİRLEŞİK KRALLIK'TAKİ CHARITY MODELİNİN MUKAYESESİ

Doktora Tezi

Merve Nur KILIÇ

Ankara, 2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
TASAVVUF BİLİM DALI

TASAVVUFÎ GELENEKTEKİ YARDIMLAŞMA İLE BİRLEŞİK KRALLIK'TAKİ CHARITY MODELİNİN MUKAYESESİ

Doktora Tezi

Merve Nur KILIÇ

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Muhammet Mustafa ÇAKMAKLIOĞLU

Ankara, 2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
TASAVVUF BİLİM DALI

TASAVVUFÎ GELENEKTEKİ YARDIMLAŞMA İLE BİRLEŞİK KRALLIK'TAKİ CHARITY MODELİNİN MUKAYESESİ

DOKTORA TEZİ

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Muhammet Mustafa ÇAKMAKLIOĞLU

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ

Adı ve Soyadı

1. Prof. Dr. M. Mustafa ÇAKMAKLIOĞLU

2. Prof. Dr. Ahmet Cahid HAKSEVER

3. Prof. Dr. Müfit Selim SARUHAN

4. Prof. Dr. Hamdi KIZILER

5. Doç. Dr. Esma ÖZTÜRK

Tez Savunma Tarihi:

22.12.2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Prof. Dr. Muhammet Mustafa ÇAKMAKLIOĞLU danışmanlığında hazırladığım **"TASAVVUFÎ GELENEKTEKİ YARDIMLAŞMA İLE BİRLEŞİK KRALLIK'TAKİ CHARITY MODELİNİN MUKAYESESİ"** adlı doktora tezimdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış etik ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma süresince bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

22.01.2026
Merve Nur KILIÇ

ÖN SÖZ

To Allah, From Allah, For Allah

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ العَالَمِينَ وَ الصَّلَاةُ وَ السَّلَامُ عَلَى رَسُولِنَا مُحَمَّدٍ وَ آلِهِ وَ صَحْبِهِ اَجْمَعِينْ

In the Name of Allah, the All Merciful, the Especially Merciful.

Eûzu billahî mineş-şeytânirracîm. Bismillahîrrahmanirrahîm.

Elhamdulilahî rabbil âlemîn vesselatu vesselâmu alâ Resûlinâ Muhammed'in ve alâ âlihî ve sahbihî ecmaîn.

Çalışmamız, insan olarak gücümüz ve imkânlarımız ölçüsünde sınırlı olsa da, ecdadımızdan tevarüs ettiğimiz mânevî mirası günümüze taşıma gayretimiz açısından derin bir anlam taşımaktadır. Önerdiğimiz bu modelin yaşaması, kalıcı ve bereketli hayırlara vesile olması; yalnızca bugüne değil, yarına da umut taşıması en samimi niyazımızdır. Dileriz ki bu çalışma, kâinatta yaratılmış her mahlûkata şefkat ve hizmetle yönelen bir anlayışın küçük de olsa bir tecellisi olur ve gönüller fethetmeye vesile kılınır. Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, bilimsel rehberliği ve yönlendirici katkılarıyla her aşamada yol gösterici olan değerli tez danışmanım Prof. Dr. M. Mustafa Çakmaklıoğlu ve tez izleme komitemdeki Prof. Dr. A.Cahid Haksever ile Prof. Dr. Müfit Selim Saruhan hocalarıma en derin şükranlarımı sunarım.

Hayatımın her döneminde maddî ve manevî destekleriyle yanımda olan, sabırları, duaları ve sevgileriyle varlığımı anlamlandıran çok kıymetli anneme ve babama en içten teşekkürlerimi ifade etmek isterim. Aynı şekilde, her daim desteğini hissettiğim kıymetli dayım Mikdat Kutlu'ya; sevgileriyle güç veren kardeşlerim Osman Sait, Şeymanur, Cihan ve Asiye Betül'e; hayatıma neşeleriyle anlam katan yeğenlerim Agâh Selim, Muhammed Musab, Nihan Sare, Alparslan ve Dilruba Hifa'ya gönülden teşekkür ederim. Bu çalışma, aileme; hayatta olanlara, ebediyete irtihal edenlere ve geçmişlerime bir vefa nişanesi olarak ithaf edilmiştir. Bu niyet ve temenniyle; yaşamımı anlamlandıran, gönül ufkumu açan ve hayatımın her safhasında bana yol gösteren "Kıymetli Mânevî Büyüğüme" ve tasavvuf yolunun bütün büyüklerine derin bir hürmet ve muhabbetle niyazda bulunuyor, mânevî himmetlerini vesile-i khayır addederek hatıralarını kalpten yâd ediyorum. Himmetleri mümkün ve dâim ola.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
KISALTMALAR ..... **vi**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **vii**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **viii**
GİRİŞ **1**
1. Araştırma Problemi 1
2. Tezin Konusu 4
3. Tezin Amacı 6
4. Tezin Önemi 7
5. Kuramsal Tartışma 12
6. Araştırma Soruları 14
7. Kapsam ve Sınırlılıklar 14
8. Araştırma Boşlukları 15
9. Metodoloji ve Araştırma Tasarımı 17

BİRİNCİ BÖLÜM

TASAVVUFTA YARDIMLAŞMA GELENEĞİ:

KAVRAMLAR, İLKELER VE KURUMSALLAŞMA

1. Tasavvuf ve Fütüvvette Yardımlaşma Merkezli Temel Kavramlar 19
   1.1. Cûd 19
   1.2. Fakr 21
   1.3. Îsâr 22
   1.4. İhsan 23
   1.5. İnfâk 26
   1.6. İstiğna 28
   1.7. Kanaat 29
   1.8. Kerem 30
   1.9. Sehavet / Seha 32
   1.10. Şükür 33
   1.11. Tevekkül 34
   1.12. Zekât 35
   1.13. Zühd 37

2. Tasavvuf ve Fütüvvette Yardımlaşmanın Temel Prensipleri 38
2.1. Tasavvufta Mülkiyetten Arınıp Hürriyete Ulaşmak: "Sahip Olmamak ve Sahip Olunmamak" Prensibi 39
2.2. "Bir Lokma Bir Hırka" Prensibi: Manevî Yeterlilikten Kurumsal Sürdürülebilirliğe 41
2.3. Tasavvufî İnsan Merkezli Yardımlaşma Modelinin Kurumsal Tezahürü: "İnsanı Yaşat ki Devlet Yaşasın" Prensibi 43
2.4. Emanet Ekonomisi: İsraf ve Tasarruf Ekseninde "Sermayeyi Allah İçin Mahlûkatın Hizmetine Yöneltmek" Prensibi 45
2.5. "Gözü Tok Gönlü Geniş Olmak" Prensibi: Tasavvufî Kanaat ve Cömertlik Ahlâkının Kurumsal Yansımaları 47
2.6. Tasavvufî Yardımlaşma Modelinde Hizmet Ahlâkının Metafiziği: "Halka Hizmet Hakka Hizmet" Prensibi 48
2.7 Kulluğun Eylemde Tecellisi: "Eli Karda, Gönlü Yâr'da Olmak" Prensibi 52
2.8. Yardımda Görünmezlik Ahlâkı ve İhlas Temelli Bağış Yaklaşımı: "Sağ Elin Verdiğini Sol Elin Görmemesi" Prensibi 55
2.9. "Sadaka-i Câriye": İyiliğin Sürdürülebilirliği ve Kurumsal Hayır Yapılarında Manevî Devamlılık 55
3. Tasavvufî Yardımlaşma Kavram ve Prensiplerinin Analizi 58
4. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin Kültürel ve Kurumsallaşma Boyutu 62
5. Tasavvufî Yardımlaşmanın Kurumsal Mekânları: Tekke ve Zâviyeler 64
5.1. Tekke ve Zâviyelerin Sosyal Fonksiyonları ve Toplumsal Etkileri 69
5.2. Tekke ve Zâviyelerin Çözülme ve Kapatılma Süreci 73
5.3. Tekke ve Zâviyelerin Kapatılmasının Tasavvufî Yardımlaşma Anlayışına Etkileri 76
6. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin İktisadî Boyutu: Kavramsal Çerçeve 79
7. Tasavvufî İktisadın Kurumsal Tezahürü Olarak Fütüvvet ve Ahîlik 84
7.1. Fütüvvet 85
7.2. Ahîlik 89
8. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin Teşkilatlanma Biçimleri 107
8.1. Ahîlikte Yönetim, İşleyiş ve Eğitim 107
8.2. Vakıflarda Yönetim, İşleyiş ve Eğitim 121
8.3. Tekkelerde Yönetim, İşleyiş ve Eğitim 126
9. Günümüz Tasavvufî Yardım Organizasyonlarının Kurumsal Kimlikleri 130
9.1. Dernekler 131

9.2. Vakıflar 135
10. Günümüze Aktarılamayan Tasavvufî Yardımlaşma Örnekleri 144
10.1. Sadaka Taşı 144
10.2. Zimem Defteri 146

İKİNCİ BÖLÜM

BİRLEŞİK KRALLIK CHARITY MODELİ:

HUKUKÎ ÇERÇEVE, YÖNETİŞİM VE OPERASYONEL YAPI

1. Charity Shop Kavramı: Temel Tanımlar ve Örgütsel Özellikler 148
2. Charity Shopların Çok Boyutlu Katkıları 152
3. Charity Shoplarda Gönüllülük: Gönüllü Profilleri ve Katılım Dinamikleri 161
4. Charity Perakendesi: Hayırsever Ticarî Pratikler ve Tüketici Davranışları 165
5. Charity Modelinin Vergisel Statüsü 169
6. Charity Modelinin Hukukî Çerçevesi 171
7. Charity Modelinde Kurumsal ve Yapısal Çeşitlilik 175
8. Charity Perakendesinde Fiyatlandırma Politikaları ve Gelir Stratejileri 179
9. Charity Mağazalarında Lokasyon Planlaması ve Stratejik Genişleme 185
10. Charity Organizasyonlarında Üst Düzey Yönetsel Yetkinlikler 187
11. Charitylerde Hesap Verebilirlik, Şeffaflık ve Raporlama Mekanizmaları 190
12. Birleşik Krallık'ta Charity Kurumlarının Koordinasyon ve Denetim Mekanizmaları 194

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TASAVVUFÎ YARDIMLAŞMA İLE CHARITY MODELİNİN

KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

1. Charity Modeli ile Tekke, Vakıf ve Ahîlik Müesseselerinin Karşılaştırılması 199
1.1. İslamî Vakıf Geleneği ve Charity Modeli Unsurları 200
1.2. Tarihî-Doktrinel Kökenler 202
1.3. Kurumsal Amaçlar ve Değerler 202
1.4. Teşkilât ve Yönetişim 202
1.5. Finansman ve Ekonomik İşlev 205
1.6. Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık İlkeleri 206
1.7. Sosyal Etki ve Hizmet Kapsamı 206
1.8. Profesyonelleşme ve Güncel Sürdürülebilirlik 207
1.9. Tarihsel Süreklilik ve Öğrenme Alanları 208
2. Karşılaştırmalı Analiz Bağlamında Hibrit Bir Model Önerisi: Hayırsever Dükkân. 209
2.1. Hayırsever Dükkânların Temellendirilmesinde Tasavvufun Rolü 209

2.2. Gelişen Küresel İkinci El Tüketim Ekosisteminin "Hayırsever Dükkân" Yaklaşımına Katkıları 213
2.3. "İyiliğe Dönüştür" Yaklaşımı: Yeniden Kullanıma Dayalı Hayırsever Dükkân Stratejisinin Temelleri 215
2.4. Hayırsever Dükkân Önerisinin Ampirik Gerekçelendirilmesi 219
2.5. Hayırsever Dükkânların Hukukî Statüsü ve Kurumsal Yapılanma Açısından Kurulum Önerisi 224
2.6. Hayırsever Dükkânların Yönetimsel Yapısı 231
2.7. Hayırsever Dükkân İş Akışı ve Operasyonel Örgütlenme Süreci 239
2.8. Hayırsever Dükkânlarda Görev Tanımları ve Sorumluluklar 245
2.9. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanımsal Gereklilikler (Demirbaşlar) . 247
2.10. Hayırsever Dükkânlarda Fiyatlandırma Stratejileri ve Örnek Tablo 255
2.11. Hayırsever Dükkânların Türkiye'de Uygulanabilirliği: Riskler ve Engellerin Değerlendirilmesi 257
2.12. Günümüz Tasavvufî Yardım Kuruluşlarının Gelir Dinamikleri ve "Hayırsever Dükkân" Önerisinin Gerekçelendirilmesi 262
SONUÇ 270
KAYNAKÇA 274
ÖZET 303
ABSTRACT 304

KISALTMALAR

a.s. : Aleyhisselam

bkz. : Bakınız

c. : Cilt

CFG : Charity Finance Group

çev. : Çeviren

DİA : Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi

ed. : Editör

haz. : Hazırlayan

HDH : Helen & Douglas House

ICISEF : International Conference on Islamic Economics and Finance

in. : İçinde

NCVO : National Council for Voluntary Organisations

nşr. : Neşreden

ö. : Ölümü

r.a. : Radıyallahu anh

S. : Sayı

s.a.v. : Sallallâhu aleyhi's-veselâm

ss. : Sayfa Sayısı

STK : Sivil Toplum Kuruluşu

TDV : Türkiye Diyanet Vakfı

ts. : Tarihsiz

vb. : ve benzeri

Yay. : Yayınları

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. İslamî Vakıf Sistemi ve Charity Modeli Unsurlarının Karşılaştırılması 201
Tablo 2. Hayırsever Dükkânlarda Ürün Yaşam Döngüsü ve Operasyonel İş Akışı.... 244
Tablo 3. Hayırsever Dükkânlarda Görev Tanımları ve Sorumluluklar..... 246
Tablo 4. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanım Gereklilikleri 253
Tablo 5. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanım Gereklilikleri-2 254
Tablo 6. Hayırsever Dükkânlarda Fiyatlandırma Strateji ve Örnek Tablosu 256

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Hayırsever Dükkân Önerisinin Ana Unsurları 231
Şekil 2. Hayırsever Dükkânlarda Organizasyonel Yönetim Yapısı 234
Şekil 3. Hayırsever Dükkânlarda İş Akışı ve Operasyonel Örgütlenme 243
Şekil 4. Hayırsever Dükkânlarda Örnek Fiyat–Etiket Gruplandırması 257

GİRİŞ

1. Araştırma Problemi

Tasavvufî anlayış, insanın varlıkla, toplumla ve nihayetinde Allah ile kurduğu ilişkiyi, arınma ve olgunlaşma ekseninde yeniden anlamlandıran irfanî bir disiplindir. Bu irfanî çerçeve, yalnızca bireyin iç dünyasını terbiye etmeyi ve ahlâkî olgunlaşmasını hedeflemekle kalmaz; aynı zamanda insanlar arası ilişkilerden toplumsal dayanışma biçimlerine kadar uzanan daha geniş bir düzlemde, içtimaî ve kurumsal düzenin de özünü teşkil eden bir değerler manzumesi sunar. Dolayısıyla tasavvuf, bu çalışmada, tarihsel ve kültürel bir arka plan unsuru veya soyut bir ilham kaynağı olmanın ötesinde, bakış açımızı sistematik biçimde şekillendiren kurucu bir referans noktası olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda tasavvuf, araştırma probleminin kavramsallaştırılmasına ve analizlerin çözümlenmesine yön veren, çalışmanın bütününe teorik yaklaşımı belirleyen temel referans çerçevesi olarak konumlandırılmaktadır.

Bu teorik konumlandırmanın somutlaştığı başlıca eksen ise, tasavvuf literatüründe merkezî bir yere sahip olan "*yardımlaşma*" olgusudur. Yardımlaşma, insan varoluşunun en temel toplumsal davranış biçimlerinden biri olup, tarih boyunca değişmeyen bir ihtiyaç alanını temsil etmektedir.[1] İnsan, hayatını tamamen bireysel imkânlarıyla ve tek başına sürdürebilecek şekilde yaratılmış bir varlık değildir; her dönemde dayanışma ve yardımlaşmaya ihtiyaç duymaktadır.

İslam dininin temel ilkeleri arasında yer alan yardımlaşma ve dayanışma, müminlerden yerine getirmeleri beklenen ve aynı zamanda güçlü bir biçimde teşvik edilen bir davranış biçimi olarak öne çıkmaktadır. Tasavvufî düşünce, bu motivasyonla yardımlaşma meselesine ayrıca önem atfetmiş; zamanla bu alanda geliştirdiği refleksleri vakıf, tekke ve Ahîlik gibi müesseseler aracılığıyla kurumsal yapılara dönüştürmüştür.[2] Söz konusu kurumların kimi isimleri kimi kültürel etkileri kimi de formel örgütlenme biçimleri üzerinden günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır.

Bu çalışmada ele alınan tasavvufî kurumlar arasında, vakıf ve tekkelerin kurumsal bakımdan ayrı yapılar olarak görünmekle birlikte, işlevsel bakımdan birbirini tamamlayan tek bir bütünün iki boyutunu temsil ettikleri kabul edilmektedir. Vakıflar

[1] Abdulmuttalip Baycar, "Dinî ve Sosyolojik Boyutlarıyla Dayanışma-Yardımlaşma Olgusu", *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. XXI, S. 39 (Haziran 2019), ss. 199-225.
[2] Mustafa Fidan, "Fütüvvet ve Ahilik Sürecinden Osmanlı Devletinin Âsitâne/Âstâne Olması ve Esnaflık Anlayışındaki Değişim", *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, c. VIII, S. 22 (2020), ss. 171-198.

ağırlıklı olarak yardımlaşmanın maddî ve örgütsel zeminini, tekkeler ise bu zemini besleyen manevî iklimi, değerler dünyasını ve toplumsal dayanışma kültürünü üretmekte; böylece ancak birlikte var olduklarında tasavvufî yardım geleneğinin tam anlamıyla işleyebildiği bir kurumsal bütünlük ortaya çıkmaktadır. Ahîlik teşkilâtı ise bu ikili yapıyla akraba olmakla birlikte, onlardan farklı olarak meslekî ve ticarî hayatı tasavvufî ahlâk ve prensipler etrafında kurumsallaştıran bir model sunmaktadır. Bu çerçevede vakıf, tekke ve Ahîlik, toplumsal hayatın farklı boyutlarına nüfuz eden; maddîyat, manevîyat ve meslek ahlâkını üç temel eksen hâlinde düzenleyen bütüncül bir içtimaî haritanın birbirini tamamlayan unsurları olarak değerlendirilebilir. Çalışmada bu üç yapının ayrı ayrı incelenmesi, tümevarımsal bir yaklaşımla tasavvufî yardımlaşma geleneğinin bütünsel, kurumsal mantığını kavramayı ve günümüz bağlamına aktarılabilecek yönlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bahsedilen yapılar içinde tasavvufî yardımlaşmanın en belirgin kurumsal omurgalarından birini vakıf–tekke ilişkisi teşkil etmiştir. Klasik dönemde vakıf–tekke dinamiği, bir yandan vakıf kurumunun sağladığı düzenli ve öngörülebilir malî kaynaklar, diğer yandan tekke ve zâviyelerin ürettiği manevî sermaye, sosyal hizmet ve dayanışma kültürü üzerinden tasavvufî yardımlaşmayı hem sürdürülebilir hem de kurumsal bir çerçeve içine yerleştirmekteydi. Bu çift yönlü yapı sayesinde, yardımlaşma sadece bireysel ve dönemsel bir infak pratiği olarak kalmıyor; vakıf gelirleriyle desteklenen, tekke mekânında somutlaşan, süreklilik arz eden bir sosyal yardım pratiğine dönüşüyordu.

Ancak tarihsel süreç içerisinde tekke ve zâviyelerin kapatılması, vakıf gelirlerinin farklı mecralara yönelmesi ve tasavvufî kurumların kamusal görünürlüğünün zayıflamasıyla birlikte dengenin büyük ölçüde sarsıldığı söylenebilir.[3] Özellikle vakıf–tekke dinamiği, tasavvufî yardımlaşmanın kurumsal omurgasını oluşturan bütüncül bir yapıya işaret etmekeydi. Tekkelerin kapatılmasıyla bu dinamiğin yalnızca vakıf formunda sürmesi, tarihsel olarak taşıdığı imkân ve işlevlerin önemli ölçüde âtıl kalma riskini beraberinde getirmiş; bu durum da bizi buna yönelik bir analiz ihtiyacına ve alternatif bir yaklaşım arayışına yöneltmiştir.

Bu tarihsel kırılmanın günümüzdeki yansımaları da kurumsal düzeyde açık biçimde gözlemlenmektedir. Bugün tasavvufî referansa sahip pek çok yardım girişimi, çoğu zaman yalnızca bağış toplamaya dayalı, proje temelli ve dışsal etkenlere

[3] "Tekke ve Zaviyelerle Türbelerin Seddine ve Türbedarlıklarla Birtakım Unvanların Men ve İlgasına Dair Kanun", Kanun No. 677, Kabul Tarihi: 30 Kasıml 1925, Resmî Gazete, 13 Aralık 1925, Sayı 230, md. 1–2.

(ekonomik krizler, bağış eğilimlerindeki dalgalanmalar, güven kaybı gibi) son derece hassas yapılara dönüşmüştür. Bu durum ise tasavvufî yardımlaşma geleneğinin tarihsel olarak sahip olduğu gelir üretme dinamizminin ve kurumsal süreklilik imkânının günümüz bağlamında yeniden üretilemediğini göstermektedir.[4]

Bu tablodan hareketle Birleşik Krallık'taki charity organizasyonu ve özellikle charity shop uygulamaları, bu çerçevede dikkat çekici bir örnek sunmaktadır. Zira bu model, bir yandan tamamen hayır amaçlı bir misyon ve örgütlenme üzerinde yükselirken, diğer yandan bağışlanan ürünlerin perakende satışını gerçekleştirerek kurumsal faaliyetleri destekleyen bir gelir akışı potansiyeline sahiptir. Charity modelinin, modern ticarî sisteme entegre olmayı başaran, gelişmiş toplumsal ihtiyaçları etkili şekilde karşılayabilen, sistematik bağış toplama ve kaynak seferberliği yaklaşımı; çalışmamızın önemli kilometre taşlarından biridir.

Bu hususlar neticesinde charity modeli ile tasavvufî yardımlaşma teşkilatlanması arasında mukayeseli bir analiz gerçekleştirilmesi hedeflenmiş; söz konusu yapılar benzerlik ve farklılıkları açısından incelenmiş, charitylerin avantaj ve dezavantajları değerlendirilmiştir. Yapılan mukayeseler bağlamında charitylerin gelir üretme mekanizmalarının vakıf ve derneklere gelir üretme imkânı sunacak hibrit bir işleyiş modeli önerisi olarak uygulanabilirliği tartışılmıştır. Çünkü günümüzde pek çok yardım kurumu, faaliyetlerini büyük ölçüde bağışçılığa dayalı bir yapıda sürdürmekte; bu durum ise hem finansal kırılganlık üretmekte hem de stratejik planlama ve uzun vadeli yatırım imkânlarını daraltmaktadır. Başka bir ifadeyle, yalnızca bağış toplama pratiklerine yaslanan bir model, kurumların hareket kabiliyetini kısıtlamakta ve onları dışsal dalgalanmalara (ekonomik krizler, bağış eğilimlerindeki değişim, güven sorunları vb.) karşı son derece hassas hâle getirmektedir. Aynı zamanda değişen dünya düzeni, bireyselliğin ön plana çıkması, iletişim imkânlarının ve hızının artması, yardım ve bağış alanlarında yaşanan kötüye kullanımlar ve güven zedelenmeleri, yardımlaşma kavramına ve yardım kurumlarına karşı temkinli bir yaklaşımın ortaya çıkmasına sebep olmuştur.[5] Bu gelişmeler, doğrudan doğruya yardım kurumlarının işleyişine ve bağış hacmine de yansımıştır.

Özetle çalışmada problem alanının çıkış noktası, tasavvufî yardımlaşma geleneğine dayalı kurumların gelir üretebilme kapasitelerinin sınırlılığı ve bunun

[4] Perihan Hazel Kaya, Mevlüt Koca, "Osmanlı'dan Günümüze Vakıf Sisteminin Gelişimi", *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, c. V, S. 2, 2020, ss. 146-160, s.159.

[5] Nezriye Gözde Bircan, *Kâr Amaçsız İşletmelerde Hile Denetimi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Denetimi Bilim Dalı, İstanbul 2013, s. 125.

doğrudan doğruya kurumsal sürdürülebilirlik üzerindeki etkisidir. Faaliyetlerini büyük ölçüde bağışlara dayanarak yürüten müesseseler için alternatif gelir üretme yollarının geliştirilip geliştirilemeyeceği temel bir araştırma sorusu hâline gelmektedir. Bu sorunun izini sürmek üzere, çalışmada ortak bir insanî yardım hassasiyetini paylaşan iki farklı kurumsal evren karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır. Araştırma İngiltere'deki charity kurumları ile Türkiye'deki tasavvuf merkezli yardımlaşma yapılarının insanî yardıma yönelik ortak bağlılıkları temelinde kurgulanacaktır. Konumuz; tekkeler, vakıflar, Ahîlik teşkilâtı ile charity müesseselerinin operasyonel modelleri, kültürel bağlamları ve organizasyonel yapılarındaki önemli farklılıklar ve benzerlikler çerçevesinde ele alınacaktır. Farklı gibi görünen ancak aslında birbirleriyle bağlantılı olan charity kurumları ile geleneksel tasavvufî yardım kuruluşlarının yapısal sistematiğini ve aralarındaki kesişim noktaları belirlenecektir. Tasavvuf öğretilerinden türeyen hayırseverlik modellerinin, günümüz yardım kurumlarının operasyonel stratejilerini nasıl etkileyebileceği tartışılacaktır. Elde edilen bulgular doğrultusunda ise, hem manevî referanslara dayanan hem de charity modelinin sürdürülebilir finansman ve yönetişim öğelerini içeren bütüncül bir işleyiş modeli önerisi geliştirilecektir.

2. Tezin Konusu

İslam, hem bireysel hem de toplumsal meseleleri düzenleyen; aynı zamanda tüm yaratılmışlarla ilgili konuları da kapsayan kapsamlı bir inanç ve yaşam sistemidir. Bu dinde her dünyevî iş aynı zamanda dinî bir iştir ve dine mensup kişilerin sadece kendileri ile alakalı mesuliyetleri yoktur.[6] Aynı zamanda topluma, diğer insanlara veya tabiata karşı da sorumlulukları da vardır. İnananlar, bu alanlarda "yardımlaşma" ilkesiyle hareket ederek faydalı olmayı benimsemiştir. İslam, bu konuyla ilgili hukukî düzenlemeler yapmış, inananları teşvik etmiş ve bu yönde usul ile metotlar ortaya koymuştur. Hatta bu alanda yarar sağlayanlara büyük müjdeler ve mükâfatlar vaat edilmiştir. Dolayısıyla "yardımlaşma", hem İslam'ın temel kavramlarından biri hem de Müslümanların birlikte hareket ederek kurumsallaşmaları gereken önemli bir alandır.

Tasavvuf, kendisini "İslam'ı yaşama biçimi" [7] şeklinde tanımlarken, yardımlaşmayı da bu yaşantının merkezine yerleştirmiş; bu doğrultuda yardımlaşma konusunda kendine özgü bir vizyon ve sistematik bir pratik inşa etmiştir. Fütüvvet

[6] Sayyid Abul A'la Maududi, *Islamic Way of Life*, çev. Khurshid Ahmad, International Islamic Publishing House (IIPH), Riyadh 1997, s. 1.
[7] Hacı Bayram Başer, "Teşekkül Döneminde Tasavvuf", in: İbrahim Halil Üçer (haz.), *İslam Düşünce Atlası 2: Klasik Dönem*, Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, İstanbul 2022, ss. 511–532, s.511.

anlayışıda tasavvufun yardımlaşmaya bakışını şekillendiren temel felsefelerden biridir. Bu kavram, öncelikle cömertlik, şefkat ve diğerkâmlık gibi yüksek ahlâkî nitelikleri ifade eder. Aynı zamanda, kişinin başkalarını kendisine tercih etmesi anlamına gelen îsâr davranışını da kapsar. Bu değerler bütünü, tasavvufî yardımlaşma anlayışını derinden etkileyerek zamanla özgün bir yapı ve uygulama biçimine dönüşmesine zemin hazırlamıştır.

Tasavvufî gelenek, İslam'ın mensuplarından beklediği bu fedakârlığı yalnızca bireysel bir erdem olarak değil, toplumsal bir organizasyon biçiminde ele almıştır. Bu organizasyonların en yaygın örneklerinden biri ise tekke ve zâviyelerdir. Mutasavvıflar, sadece yardımlaşma faaliyetlerini değil, aynı zamanda eğitim, irşad ve toplumsal rehberlik gibi pek çok misyonu da tekkeler aracılığıyla yürütmeye başlamıştır. Bu müesseseler zamanla sistematik ve kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Gelişen toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda, bu yapılar ekonomik faaliyet alanlarına da yönelmiş ve üretim ile ticareti düzenleyen uygulamalar geliştirmiştir. Bu tür uygulamaların kurumsal boyutunu ise müstakil bir yapı olan Ahîlik Teşkilâtı üstlenmiştir. Ahîlik mümessilleri de tasavvufî gelenekle iç içe şekillenen adap ve prensipleri benimseyerek faaliyetlerini sürdürmüştür.

Ahîlik müessesesi, tasavvufî gelenekten beslenen değerlerle hem meslekî hem de sosyal dayanışma alanında uzun yıllar boyunca etkili olmuştur. Ancak bu yapılar çeşitli sebeplerden ötürü zamanla dağılmış, günümüze kadar kurumsal devamlılıklarını sürdürememiştir. Yerlerine, benzer amaçları taşıdığı varsayılan, dernek ve sivil toplum kuruluşları ortaya çıkmıştır. Ne var ki, bu yeni yapılar her ne kadar yapısal olarak benzer gibi görünse de, ortak bir felsefî temele dayanmadan ve genellikle yalnızca yasal zorunluluklar çerçevesinde şekillenmiş yapılardır.

Bugün Türkiye'de faaliyet gösteren yardımlaşma organizasyonları, İslamî ya da tasavvufî bir zemin yerine, modern hukuk düzenlemeleriyle tanımlanan bir form altında çalışmaktadır. Bu kuruluşlar arasında tasavvufî bakış açısını korumaya çalışan örnekler bulunsa da, gelirlerini büyük oranda bağışlarla sürdürmekte; bu da onları finansal açıdan kırılgan hâle getirmektedir. Hızlı ve sürdürülebilir kaynak üretimi noktasında yetersiz kalan bu sistemin, amaçlarını gerçekleştirebilmesi için işlevsel bir ticarî modele duyduğu ihtiyaç artık kaçınılmaz bir gereklilik hâline gelmiştir.

Bu ihtiyaçtan hareketle, modern dünyada hem hayır temelli faaliyetleri sürdürebilen hem de ekonomik açıdan gelir üretebilen başarılı kurumsal modellerin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Birleşik Krallık'ta ticarî anlamda belirli

bir sermaye birikimine ulaşmayı başaran charity modeli, söz konusu niteliğiyle diğer pek çok hayır kuruluşundan ayrışan önemli bir referans noktası olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca bu kurumların günümüzün toplumsal ve ekonomik sistemine fiilen entegre olmuş olması, onları analiz etme tercihimiz açısından hem güncellik hem de uygulanabilirlik bakımından güçlü bir gerekçe sunmaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın odak noktalarından biri, Birleşik Krallık'taki charity modeli üzerinden belirlenmiş; araştırmanın bir bölümü İngiltere'de faaliyet gösteren bir charity mağazasında saha çalışması yapılarak yürütülmüştür. Bu kurumun mağazacılık sistemi aracılığıyla bağışları ve yardımları nasıl finansal bir değere dönüştürdüğü yerinde gözlemlenmiş; bir sektör hâline gelen söz konusu model, günümüze intikal edememiş olan tekke, zâviye ve Ahîlik kurumları ile vakıfların temel ilkeleri çerçevesinde mukayeseli bir analizle değerlendirilmiştir. Böylece, tasavvuf temelli yardımlaşma mirası ile modern charity modelinin imkân ve sınırlılıkları bir arada ele alınarak, günümüz Türkiye'si için uygulanabilir nitelikte hibrit bir kurumsal işleyiş modeil arayışı bu tezin konusunu oluşturmaktadır.

3. Tezin Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, tasavvufî yardımlaşma geleneğinin tarihsel süreçte müesseseleştirdiği tekke, vakıf ve Ahîlik gibi kurumsal yapıların, günümüz koşullarında da etkin ve sürdürülebilir bir biçimde işlev görme imkânlarını değerlendirmektir. Bu çerçevede, tasavvufî yardımlaşmaya temel teşkil eden ilke ve kavramlar kuramsal düzlemde yeniden ele alınmakta; söz konusu teşkilatların bu ilkeler doğrultusunda günümüzde nasıl okunabileceği ve yeniden nasıl yapılandırılabileceği tartışılmaktadır. Böylece, söz konusu geleneğin güncel toplumsal ve ekonomik zeminle bağının neden yeniden kurulması gerektiği temellendirilmektedir.

Tezin kuramsal düzlemde amaçları açısından; tasavvufî yardımlaşmaya temel teşkil eden ilke ve kavramların çerçevesini netleştirmek, bu ilkeler ışığında tarihsel kurumsal yapıları yeniden okumak ve bugüne uyarlanabilir boyutlarını gerekçelendirmek hedeflenir. Bu sayede, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yapılacak karşılaştırmalar için kavramsal temel oluşturulabilecektir.

Çalışmanın karşılaştırmalı ve uygulamalı düzlemde amaçları açısından; günümüzdeki kurumsal yardımlaşma modellerinden biri olan Birleşik Krallık'taki charity/charity shop yapılanması, hukukî statü, yönetişim ve operasyonel (perakende)

işleyiş açısından ele alınarak finansal üretim kapasitesi değerlendirilir; elde edilen bulgular tasavvufî yardımlaşma geleneğiyle karşılaştırılır. Bu noktada nihai gaye ise Türkiye bağlamına uygun uygulanabilir bir işleyiş modeli önerisinin gerekçeli temelini kurmaktır.

Araştırmanın iktisadî ve davranışsal düzlemde amaçları açısından; bağış ve ikinci el satış pratiklerini odağa alan hayırsever alışveriş tutumları, döngüsel ekonomi yaklaşımıyla birlikte tasarruf ve iktisat ekseninde analiz edilir. Böylece tüketim davranışının arzu, gösteriş ve statü odaklı yönelimlerden ihtiyaç temelli ve toplumsal faydayı gözeten bir çizgiye kaydırılmasının neden gerekli olduğu ortaya konulabilir. Bu çerçevede bireylerin hem satın alma hem de satış süreçlerinde hayra ortak olabildiği iktisadî organizasyonların Türkiye'deki yapılanma imkânları ve sınırları değerlendirilir.

4. Tezin Önemi

Araştırmamız, tasavvufî anlayışa dayalı yardım kurumları ile Birleşik Krallık'taki charity modeli karşılaştırmalı bir analiz çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu doğrultuda tasavvuf geleneğine ait yardım kurumları olarak tekkeler, vakıflar ve Ahîlik teşkilatı incelemenin odaklandığı başlıca yapılar olarak belirlenmiştir. Bu kurumların seçilmesindeki temel neden, bir yardımlaşma organizasyonu olmalarından ziyade doğrudan tasavvufî öğretinin bir parçası olmalarıdır. Ayrıca, İslam kültürüyle özdeşleşmiş bu yapıların, tarihsel süreçte işlevsellik kazanarak sistematik ve kurumsal yapılar hâline dönüşmüş olmaları da bir diğer önemli etkendir.

Tasavvufî yardım geleneğinin kurumsal organizasyonunda maddî boyutu temsil eden vakıflar ile manevî boyutu temsil eden tekkeler, tarihsel olarak birbirini tamamlayan bir bütünlük oluştururken, tekkelerin kapatılmasıyla bu ikili yapı sekteye uğramıştır. Bu süreçte tasavvufun yardımlaşma geleneğini kurumsal düzlemde taşıyan müesseselerden vakıf ve tekkelerin bütünlüğünün bozulmasından doğan araştırma problemi, günümüze kadar uzanan bir süreklilik arz etmektedir.

Bununla birlikte, tasavvufî yardımlaşma geleneğiyle yakından ilişkili bir diğer kurumsal zemin olan Ahîlik teşkilatının, meslek ahlâkı, dayanışma ve mesleki formasyon ekseninde şekillenen kurumsal sistematiği de ayrıca önem taşımaktadır. Ahîlik modelinin, özellikle meslek alanlarına sirayet eden ahlâkî prensipleri ve iç denetim mekanizmalarıyla birlikte, günümüz koşullarında yeniden değerlendirilmeye ve belirli yönleriyle ihya edilmeye elverişli bir imkân sunduğu düşünülmektedir. Değişen

ekonomik, toplumsal, yönetimsel ve davranışsal yapılara rağmen geleneksel yardımlaşma müesseselerinin bütünüyle işlevsiz kabul edilmemesi; aksine bu kurumların yeniden analiz edilerek günümüz bağlamında yeniden nasıl işlevsel hâle getirilebileceğinin tartışılması, güncel bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu problematik çerçevesinde, finansal açıdan sürdürülebilir gelir üretebilen yardım kurumlarından biri olan Birleşik Krallık'taki charity modeli, mukayeseli analizin diğer temel dayanağını oluşturmaktadır. Böylece bir yanda tasavvuf temelli tarihsel kurumların (vakıf, tekke, Ahîlik) ilke ve örgütlenme mantığı, diğer yanda modern charity/charity shop yapılanmasının finansal üretim kapasitesi ve yönetişim özellikleri birlikte ele alınarak, günümüz Türkiye'si için uygulanabilir nitelikte hibrit bir kurumsal model imkânı tartışmaya açılacaktır.

Bahsedilen model; Birleşik Krallık ve diğer Batı toplumlarında farklı isimlerle anılmaktadır: "charity shop", "thrift store", "second-hand shop", "pre-loved store", "vintage store", "resale boutique" ve "op shop (opportunity shop)" gibi. Her bir terim, sistemin farklı bir yönünü yansıtır. "Second-hand" ifadesi doğrudan "ikinci el" anlamına gelirken, "pre-loved" terimi daha duygusal bir ton taşır ve "önceden sevilmiş, kullanılmış ama değeri korunmuş ürün" anlamındadır; bu ifade, ürüne karşı olumsuz bir algı oluşturmak yerine, yeniden değerlendirmenin sıcak ve insani yönünü vurgular. "Thrift" sözcüğü köken olarak tasarruf, tutumluluk ve israf etmeme anlamlarını taşır; dolayısıyla "thrift store", yalnızca ikinci el ürünlerin satıldığı bir yer değil, aynı zamanda bilinçli tüketim ve sürdürülebilir yaşam biçimini temsil eder. "Charity shop" ise, bu faaliyetlerin doğrudan bir hayır kurumuna bağlı yürütüldüğünü, mağazanın gelirinin ticarî değil, toplumsal fayda amaçlı olduğunu açık biçimde ortaya koyar. Bu terimlerin tümü, maddî kazançtan çok "hayrın kurumsallaşması", yani toplumsal sorumluluk, paylaşma kültürü ve yeniden değer üretimi fikrini çağrıştırır. Hayrın kurumsallaşmasına imkân veren bu tür yapılara ilişkin kavramsal ve pratik çerçeve ile tasavvufî yardımlaşma geleneği arasında hem ortak yönler hem de belirgin farklılıklar bulunmaktadır.

Bu kurumlara ilişkin yapılacak mukayeseli analiz, tasavvufî yardım geleneğinin günümüz bağlamında yeniden değerlendirilmesinin, iyileştirme ve gelişim açısından verimli bir imkân alanına işaret ettiğini göstermektedir. Araştırmanın özgün tarafı, probleme yönelik geliştirilebilecek kurumsal ve finansal imkânları sistematik biçimde araştırmasına dayanmaktadır. Birleşik Krallık'taki charity/charity shop yapılanmasının, hem yardım temelli bir misyona sahip olması hem de gelir üretme kapasitesine ulaşmış

bir model olarak incelenmesi, tasavvufî yardım geleneğiyle karşılaştırma yapmak için belirlenmiştir. Charity modelinin tasavvufî ilkeler ve tarihsel kurumlarla benzer ve farklı yönleri mukayeseli biçimde ele alındığında; güçlü ve sorunlu taraflar bütüncül bir bakışla görünür hâle gelmekte, böylece Türkiye bağlamına uygulanabilir hibrit bir işleyiş modeli tasarlamak için daha sağlam bir zemin oluşmaktadır.

Literatürde charity kurumları ve modern yardım organizasyonları üzerine çeşitli çalışmalar bulunsa da, tasavvufî yardımlaşma geleneğini tekke, vakıf ve Ahîlik bağlamında ele alıp bunu Birleşik Krallık charity modelinin gelir üretme ve kurumsal işleyiş mantığıyla doğrudan karşılaştıran çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu tez, tarihsel tasavvufî kurumlar ile modern charity modelini aynı analitik düzlemde tartışarak bu boşluğu doldurmayı ve Türkiye'de güncel, uygulanabilir bir yardım organizasyonu işleyiş tasarımına katkı sunmayı hedeflemesi bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır.

Araştırma konumuzla ilgili ulusal literatür incelendiğinde, mevcut çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Üstelik mevcut araştırmalarda tasavvufî bir perspektifle konuya yaklaşan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yürütülen çalışmalarda genellikle ikinci el giyim mağazacılığının moda ve geri dönüşüm yönleri ile bağış toplamanın ekonomik etkileri ele alınmıştır. Ayrıca, diğer araştırmalarda yer alan nicel veriler ve istatistiksel bulgular, konuyu farklı bir açıdan ele almakla birlikte, çalışmamızın eksik kalan yönlerini tamamlayıcı bir nitelik taşımaktadır.

Ulusal düzeydeki çalışmalarda, *"Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki 'Charity Shop' Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi"* [8] başlıklı makale çalışması; İngiltere'de yaşayan Türklerin charity shop deneyimlerinden elde edilen bulgular, bu modelin kapsayıcı ve evrensel nitelikte olduğunu; ikinci el ürün tüketimine yönelik toplumsal yadırgama riskinin ise oldukça düşük düzeyde kaldığını göstermektedir. Buna paralel olarak, yüksek lisans tez düzeyinde gerçekleştirilen *"İngiltere 'Charity Shop' Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi"*[9] adlı araştırma, sürdürülebilirlik ekseninde ikinci el uygulamalarına yönelik toplumsal algıyı analiz etmiştir. Bu çalışmada, İngiltere'deki yardım mağazası modeli üzerinden Türkiye'deki ikinci el giysi kullanımına ilişkin algı ve eğilimler olgubilim (fenomenoloji) deseniyle

[8] Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, Furkan Beşel, "Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki 'Charity Shop' Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi", *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, S. 19/44, Eylül 2019, ss.655-694.

[9] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Moda Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı, Ankara, 2022.

incelenmiştir. Her iki çalışma, Türkiye'de charity shop benzeri yapıların toplumsal kabul görme potansiyeline sahip olduğunu; doğru yönetim, şeffaflık, hijyen, düzen ve güven unsurlarıyla desteklendiğinde modelin sürdürülebilir olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu araştırmalardan elde edilen bulgular, tezin kuramsal altyapısına güçlü bir ampirik temel kazandırmakta ve geliştirilen model önerisinin uygulanabilirliğini desteklemektedir.

Bununla birlikte, literatürde doğrudan "charity shop" başlığında olmasa da, ikinci el, bağış, sürdürülebilir tüketim ve hayır kurumu finansmanı eksenlerinde hayır dükkânı modelinin ampirik ve kuramsal temellendirilmesine katkı sağlayan çeşitli çalışmalar mevcuttur. *"Sosyal Dayanışmada Bağışın Rolü: İkinci El Ürün Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma"*[10] adlı çalışma, ikinci el ürün bağışlarının sosyal dayanışmadaki rolünü inceleyerek hayır dükkânı modelinin toplumsal zeminine ışık tutmaktadır. *"İkinci El Giysi Pazarları ve Türkiye'deki Durumu"* [11]başlıklı araştırma, ikinci el giysi pazarlarını Türkiye bağlamında ele alarak bu modelin perakende ve arz-talep boyutlarını açıklamaktadır. Benzer şekilde, *"İkinci El Giyim Motivasyonları ve Sürdürülebilirlik Üzerine Keşifsel Bir Araştırma", [12]* tüketici motivasyonlarını tartışarak hayır dükkânlarında sürdürülebilir talep oluşumuna yönelik önemli veriler sunmaktadır. *"Hayır Kurumlarının Gelirleri ve Bunların Sarf Yerleri"* [13] adlı çalışma ise hayır kurumlarının finansman yapısı ve harcama kalıplarını inceleyerek hayır dükkânı gelir aktarım mekanizmasına teorik bir çerçeve kazandırmaktadır. Ayrıca, *"Bağışlanan İkinci El Giysi ve Aksesuarların Yeniden Kullanımını Sağlayan Toplum Temelli Sistemler İçin Sürdürülebilir Tasarım Ölçütleri"*[14] başlıklı yüksek lisans tezi, toplum temelli ikinci el sistemleri için geliştirdiği sürdürülebilir tasarım ölçütleriyle, hayır dükkânlarının operasyonel ve tasarımsal karar süreçlerine doğrudan katkı sağlamaktadır. *"İngiltere'de Hayır Dükkânı (Charity Shop) Tecrübesi ve Türkiye'de Uygulanabilirliği"* [15] adlı ICISEF 2016 bildirisi, Türkiye'de bu yapının uygulanabilirliği üzerine yapılan ilk

[10] Hüseyin Burgazoğlu, Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, "Sosyal Dayanışmada Bağışın Rolü: İkinci El Ürün Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Islamic Economics*, c. IV, S. 2, 2024, ss. 129–146.
[11] Pektaş, Hafize, Serap Dengin, "İkinci El Giysi Pazarları ve Türkiye'deki Durumu", *Akdeniz Sanat*, c. IV, S. 8, 2011, ss. 109–113.
[12] Tutku Eker İşçioğlu, Dicle Yurdakul, "İkinci El Giyim Motivasyonları ve Sürdürülebilirlik Üzerine Keşifsel Bir Araştırma", *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, c. IV, S. 2, 2018, ss. 253–280.
[13] Caner Abdurrahman, "Hayır Kurumlarının Gelirleri ve Bunların Sarf Yerleri", *Amasya İlahiyat Dergisi*, S. 16, 2021, ss.483-517.
[14] Öykü Elif Şare, *Bağışlanan İkinci El Giysi ve Aksesuarların Yeniden Kullanımını Sağlayan Toplum Temelli Sistemler için Sürdürülebilir Tasarım Ölçütleri*, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı, Ankara, 2024.
[15] Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, "İngiltere'de Hayır Dükkanı (Charity Shop) Tecrübesi ve Türkiye'de Uygulanabilirliği", *International Joint Conference on Islamic Economics and Finance (ICISEF 2016) Bildiri Metni*, İstanbul, 1–3 Eylül 2016.

akademik tartışmalardan biri olarak dikkat çekerken, *"Charity Shop (Hayır Dükkânı)"*[16] başlıklı kurumsal bilgilendirme notu ise kavramın yerel literatürde tanıtılmasına öncülük etmiştir.

Bu çalışmaların büyük bölümü, hayır dükkânı modeline ilişkin istatistiksel veriler, tüketici eğilimleri, sürdürülebilirlik göstergeleri ve bağış davranışları açısından önemli katkılar sunmaktadır. Ancak söz konusu araştırmaların hiçbirinde model önerisi, kurumsal form, yönetim yapısı ya da felsefî temellendirme düzeyinde kapsamlı bir çerçeve oluşturulmadığı görülmektedir. Bu yönüyle mevcut literatür, hayır dükkânı modelini ekonomik, çevresel veya sosyal yönleriyle ele almış olsa da, manevî değerler sistemiyle ilişkilendirilen bütüncül bir kurum modeli ortaya koymamıştır.

Bu çalışma ise bahsi geçen araştırmaların ortaya koyduğu ampirik verilerden yararlanarak, Türkiye'de uygulanabilir bir işleyiş modelini hem literatür hem de saha temelli bulgular ışığında bütüncül bir sentez hâlinde sunmaktadır. Literatürde charity shop modelini Türkiye bağlamında doğrudan ele alan çalışmaların sınırlı oluşu, bu araştırmanın hem kuramsal hem de uygulamalı anlamda özgün bir boşluğu doldurmasına olanak sağlamaktadır. Buna yönelik bu araştırma literatürdeki istatistiksel bulguları tasavvufî ve felsefî bir bakışla bütünleştirerek Türkiye'de hayırseverlik kurumlarının kurumsallaşmasına yönelik özgün ve sürdürülebilir bir işleyiş önerisi geliştirmektedir. Bu öneri tez kapsamnında kurumsal ve operasyonel karşılığıyla "hayırsever dükkânlar" olarak adlandırılacaktır. Hayırsever dükkânlar aracılığıyla sosyal yardımlaşmanın şeffaf ve sürdürülebilir biçimde kurumsallaşması ve kültürel mirasın modern bir yapı içinde yeniden yorumlanması amaçlanmaktadır.

Nihayetinde araştırma, geleneksel kurumların tecrübe ve değer anlayışından hareketle modern bir organizasyon modelini çok yönlü biçimde ele almayı hedeflemektedir. Ayrıca işleyiş modeli önerisi, yeni bir kurumsal yapı inşasından ziyade mevcut yardım kurumlarına entegre edilebilecek gelir üretme mekanizmalarının uygulanmasına odaklanmakta; bu yönüyle alanda faaliyet gösteren kurumlar için yol gösterici bir el kitabı niteliğinde kurgulanmaktadır. Bu yönüyle tez, mevcut literatürdeki çalışmalardan ayrışan özgün bir katkı sunmaktadır. Literatürdeki ilgili ampirik araştırmalardan elde edilen veriler ve analizler ise tezin ilerleyen bölümlerinde yer alan "Ampirik Temellendirme" başlığı altında ayrıntılı biçimde değerlendirilecektir.

[16] Öznur Özdemir, *"Charity Shop"*, Sakarya Üniversitesi İslam Ekonomisi ve Finansı Uygulama ve Araştırma Merkezî (İSEFAM), 6 Aralık 2017.

5. Kuramsal Tartışma

Bu tezde kuramsal çerçeve, öncelikle tasavvufî yardımlaşma geleneğinin dayandığı kavramlar ve prensiplerden hareketle oluşturulmuştur. Birinci bölümde ayrıntılı biçimde ele alınan ve tasavvuf ile fütüvvet merkezli olarak seçilen on üç temel kavram (cûd, fakr, i'sâr, ihsan, infâk, istiğna, kanaat, kerem, sehâvet, şükür, tevekkül, zekât, zühd) ile dokuz temel prensip, tasavvufî yardımlaşma geleneği ve tasavvufî iktisat anlayışının kurumsallaşmasının teorik dayanakları olarak konumlandırılmıştır. Bu kavram ve prensipler, tasavvufta bir yardımlaşma davranışının ortaya çıkarken beslendiği manevî ve ahlâkî motivasyon kaynaklarını temsil etmekte; İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren yardımlaşma hareketinin hangi kavramsal ve ilkesel zemin üzerinde geliştiğini ve bu zeminin tasavvufî düstûr içerisinde nasıl yeniden yorumlandığını göstermektedir. Kuramsal tartışmanın ilk kısmı, söz konusu kavram ve prensiplerin tasavvufî gelenek içindeki referanslarını tespit ederek, yardım davranışını mümkün kılan içsel dinamikleri görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Bu kuramsal zemin üzerinde, bireysel nitelikli yardım davranışlarının tarihsel süreçte nasıl içtimaî ve kurumsal bir mahiyet kazandığı, tasavvufî iktisat kavramı çerçevesinde sistematik hâle getirilmeye çalışılmıştır. Buna bağlı olarak tasavvufun kurumsal tezahürlerinden olan tekkeler ve çeşitleri, organizasyon yapıları, sundukları hizmet alanları, gönüllülüğe dayalı işleyişleri ve diğer kurumsal özellikleriyle birlikte ele alınmıştır. Tekkelerin maddî boyutunu oluşturan ve Hz. Peygamber'e (sav) kadar uzanan vakıf kurumu, gerek tarihsel kökeni gerekse tasavvufî yardımlaşma ile ilişkisi bakımından değerlendirilmiş; vakıfların yönetim ve üretim kapasiteleri ile günümüzdeki hukukî ve fiilî statüleri tartışılmıştır. Benzer şekilde tasavvufî iktisadın bir diğer kurumsal ürünü olan Ahîlik teşkilatının işleyiş sistemi, ilkeleri, üyelik ve bağlılık ilişkileri ile organizasyonel yapısı analiz edilmiştir. Böylece, tekke, vakıf ve Ahîlik örnekleri üzerinden, tasavvufî iktisadın tarihsel olarak nasıl kurumsallaştığı çok boyutlu bir bakışla ortaya konulmuştur.

Bu analizlerin temel amacı, geleneksel tasavvufî yardımlaşma yapılarımızı bütün yönleriyle yeniden görebilmek, beslendikleri kavramsal ve ilkesel kaynakları fark edebilmek ve bu yapıların günümüze gelişine kadar geçirdikleri yapısal dönüşümleri değerlendirmektir. Kuramsal tartışma, bu yönüyle yalnızca tarihsel bir envanter sunmakla yetinmemekte; tasavvufî yardım kurumlarının bugün için ne tür imkânlar ve sınırlılıklar taşıdığını kavramsal düzlemde yeniden düşünmeyi hedeflemektedir.

Kuramsal çerçevenin ikinci kısmında ise Birleşik Krallık'taki charity organizasyonları hukukî ve operasyonel boyutlarıyla ele alınmıştır. Charity modelinin ortaya çıkma ve gelişme süreçleri analiz edilmiş; yardımlaşma davranışı açısından tasavvufî yardım kurumları ile benzerlik ve farklılıkları, avantaj ve dezavantajları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Özellikle modern charity yapılarının gelir üretebilme kapasiteleri değerlendirilmiş; kendi finansal gelir kapasitesini üretebilen kurumsal yapılara dönüşüm süreci irdelenmiştir. Bu bağlamda charitylerin aynî bağışları mağazacılık yoluyla paraya dönüştürdüğü charity shop sistemi, bağışın satışa konu edildiği özgün bir perakende modeli olarak incelenmiştir.

Günümüz ekonomik modeli esas alınarak "*hayırsever tüketici davranışlarının*" kapitalist piyasa yapılarından ayrışan yeni bir davranış örüntüsü olarak ortaya çıkmaya başladığı; küresel perakende piyasalarında ikinci el satışların potansiyeli ve gelişim dinamikleri tartışılmıştır. Bu süreç, döngüsel ekonomi, çevreci davranış bilinci ve sıfır atık hedefleri gibi kavramlar ve toplumsal eğilimler bağlamında değerlendirilmiş; literatürde nicel verilerle charity shopları inceleyen ampirik çalışmaların bulgularından yararlanılmıştır. Böylece modern charity perakendesinin yalnızca bir gelir üretme aracı değil, aynı zamanda çevresel duyarlılık ve alternatif tüketim biçimleri üreten bir sosyo-ekonomik alan olduğu yönündeki kuramsal değerlendirmemiz, literatürde charity modelinin Türkiye'de uygulanabilirliğini nicel verilerle tartışan ve ağırlıklı olarak olumlu sonuçlara ulaşan çalışmalarla da desteklenmiş olmaktadır. Bu bulgular, çalışmamızın odaklandığı temel problem alanını daha belirgin hale getirmiştir.

Nitekim bu kuramsal çerçevenin problem alanını, tasavvufî yardımlaşma geleneğine dayalı kurumların gelir üretebilme kapasitelerinin sınırlılığı oluşturmaktadır. Günümüzde pek çok yardım kurumu, faaliyetlerini büyük ölçüde bağışçılığa dayalı bir yapıda sürdürmekte; bu durum hem finansal kırılganlık üretmekte hem de stratejik planlama ve uzun vadeli yatırım imkânlarını daraltmaktadır. Başka bir ifadeyle, yalnızca nakdî bağış toplama pratiklerine dayanan bir model, kurumların hareket kabiliyetini kısıtlamakta ve onları ekonomik krizler, bağış eğilimlerindeki değişim ve güven kaybı gibi dışsal dalgalanmalara karşı son derece hassas hâle getirmektedir.

Sonuç olarak, bu kuramsal tartışma, bir yandan tasavvufî yardımlaşma geleneğinin kavramsal ve kurumsal temellerini açığa çıkarırken, diğer yandan modern charity modelinin gelir üretme kapasitesine dayalı yapısını analitik biçimde değerlendirmekte ve iki alan arasında köprü kurmaktadır. Bu köprü üzerinden, bugünün Türkiye'sinde tasavvufî yardım kuruluşlarının charity modelinin gelir üretme boyutunda

öne çıkan bağış satma sistemini ne ölçüde ve hangi şartlarda uyarlayabileceği tartışmaya açılmaktadır. Böylelikle tez, tasavvufî miras ile modern charity pratiğini kavramsal ve kurumsal düzeyde bir araya getiren hibrit bir çerçeve sunmayı hedeflemekte ve ilerleyen bölümlerde geliştirilecek işleyiş modeli önerisinin kuramsal zeminini bu tartışma üzerinden inşa etmektedir.

6. Araştırma Soruları

Çalışmada geleneksel tasavvufî kurumlar ile charity modeli karşılaştırmalı bir analizle incelenmiş; bu karşılaştırmadan doğan teorik ve pratik dayanaklar üzerinden Türkiye'de uygulanabilir bir modelin oluşturulabilirliği tartışılmış ve aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- Tasavvufî yardımlaşma anlayışı hangi temel prensiplere ve kavramlara dayanmaktadır?
- Tasavvufî yardımlaşmanın tarihsel süreçte kurumsallaşma aşamaları nelerdir ve bu alanda hangi müesseseler faaliyet göstermiştir?
- Geleneksel ancak günümüze aktarılamamış tasavvufî yardım kurumlarının organizasyonel yapıları ve yönetsel düzenlemeleri nasıldır?
- Birleşik Krallıkta'ki charity hayır kurumlarının kavramsal temeli ve örgütsel şeması nasıl yapılandırılmıştır?
- Charity kurumları ile geleneksel tasavvufî yardım müesseseleri arasında hangi benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır?
- Charity kurumlarının finansal gelir üretme yetkinliğine sahip yapılarının, Türkiye'deki geleneksel tasavvufî yardım ilkeleri ve örgütsel yapıları temelinde yeni bir işleyiş modeli önerisi olarak uygulanabilirliği mümkün müdür?

7. Kapsam ve Sınırlılıklar

Çalışmanın temel amacı, sûfî düşüncesinde yer alan yardımlaşma geleneği ve kurumları ile Birleşik Krallık'taki charity modelinin analiz edilmesi ve karşılaştırılmasına dayanmaktadır. Bu analizden hareketle çalışmanın katkısı, sûfî iş birliği geleneğinin günümüz yardımlaşma kurumlarına yeniden entegrasyonunu kuramsal ve uygulamalı düzeylerde temellendirmektir. Bu çerçevede, söz konusu

geleneğin örgütsel bir yapı içinde nasıl modellenebileceği ve geliştirilen işleyiş önerisinin Türkiye bağlamında nasıl uygulanabileceği araştırılmaktadır.

Çalışma, nitel yöntemlerle yürütülmüş olup doküman analizi, literatür taraması ve gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır. Bununla birlikte araştırmanın çeşitli sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, vaka incelemesinde seçilen hayır kurumu, ait olduğu yapının tüm çeşitliliğini yansıtmamakta; değerlendirmeler, yalnızca araştırma kapsamına dâhil edilen bu model önerisi üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle elde edilen bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Ayrıca Birleşik Krallık'ta incelenen model önerisinin gözleme dayanan araştırma bölümü yalnızca belirli bir zaman diliminde (2022–2023) toplanan verilerle sınırlı kalmıştır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı, yalnızca tasavvufî gelenekten gelen bazı yardım kurumlarıyla sınırlandırılmış olmasıdır. Bu bağlamda, çalışma kapsamına sadece tekke, vakıf ve Ahîlik teşkilâtı gibi tarihsel kurumlar dâhil edilmiştir. Bu yapıların dışında kalan dinî, sivil veya benzer yardım kuruluşları araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Çalışma, mezhepsel ve kültürel çeşitlilik gibi geniş sosyolojik değişkenler temelinde ayrıştırılmış bir analiz içermemektedir; bu nedenle bulguların bu parametreler bakımından genellenebilirliği sınırlıdır.

8. Araştırma Boşlukları

Yardım kuruluşlarının uzun vadeli etki üretebilmesi ve kurumsal sürekliliğini koruyabilmesi, büyük ölçüde finansal sürdürülebilirlik ve gelir üretme kapasitesiyle ilişkilidir. Buna rağmen literatürde, özellikle İslâm ve tasavvuf geleneğiyle irtibatlı yardım pratikleri bağlamında, gelir üretimi eksenli kurumsal işleyişlerin yeterince sistematik biçimde tartışılmadığı görülmektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren yardım kuruluşlarının önemli bir bölümü bağış temelli bir finansman mantığıyla çalışmalarını sürdürmekte; tarihsel tasavvufî yardımlaşma mirasının günümüz koşullarına hangi mekanizmalar aracılığıyla uyarlanabileceği meselesi ise sınırlı düzeyde ele alınmaktadır.

Mevcut çalışmaların önemli bir bölümü, tasavvufu tarihsel-doktrinel çerçeve ve bireysel manevî tecrübe düzleminde ele almakta; buna karşılık tekke, zâviye, dergâh, vakıf ve Ahî teşkilâtı gibi tasavvufî kurumların tarihsel süreçte geliştirdiği örgütsel yapı, iktisadî kültür ve sosyal yardım prensipleri, günümüz kurumsallaşma perspektifiyle yeterince incelenmemektedir. Benzer biçimde, tasavvuf geleneğinde yardımlaşma

pratiklerini taşıyan temel kavramların (infâk, zühd, ihsan, kerem, tevekkül, îsâr, kanaat vb.) modern sivil toplum yapılarıyla nasıl ilişkilendirilebileceğini ele alan; kuramsal çerçeveyi karşılaştırmalı analizle birleştiren ve uygulamaya dönük bir tartışma zemini sunan çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Özellikle ihtiyaç temelli tüketim yaklaşımını merkeze alan, topluluk merkezli ve manevî değer odaklı iktisadî anlayışın modern kurumların yönetişim, finansman ve operasyonel pratiklerine hangi mekanizmalarla yansıyabileceği meselesi literatürde sistematik biçimde ele alınmamıştır.

Öte yandan Birleşik Krallık'taki hayır kurumları; yasal çerçeve, gönüllülük altyapısı, şeffaflık–hesap verebilirlik mekanizmaları ve kurumsal-ticarî yönetim pratikleri bakımından yüksek düzeyde kurumsallaşmış bir örnek sunmaktadır. Charity Commission gibi düzenleyici yapılar ile NCVO ve CFG benzeri çatı/destekleyici kuruluşların şekillendirdiği ekosistem, özellikle charity shop üzerinden gelir üretimi ve yönetişim standartları açısından dikkat çekici bir kapasite ortaya koymaktadır. Buna rağmen, söz konusu modelin tasavvufî yardımlaşma geleneği gibi değer temelli yaklaşımlarla hangi düzeyde, hangi araçlar ve hangi etik sınırlar içerisinde bütünleştirilebileceğini sistematik biçimde inceleyen akademik çalışmaların sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır.

Bunun yanı sıra, Birleşik Krallık'taki charity organizasyonlarına ilişkin literatürde bireysel vaka çalışmaları bulunsa da, hem saha deneyimini (ör. gönüllülük) hem de teorik-kültürel analizi birlikte içeren gömülü vaka çalışmaları (embedded case study) görece azdır. Yardımın bir yandan manevî-ekonomik bir değer/pratik, diğer yandan yasal ve örgütsel bir kurum olarak nasıl işlediğine ilişkin ilişki ağı ise çoğu kez bütüncül bir çerçevede değil, parçalı bir biçimde ele alınmaktadır. Bu tez, yukarıda sıralanan boşlukları gidermeyi amaçlayarak:

- Tasavvufî yardımlaşma geleneğinin kurumsal tezahürlerini (tekke/dergâh, vakıf, Ahîlik) örgütsel yapı, iktisadî kültür ve sosyal yardım prensipleri bakımından kurumsallaşma perspektifiyle yeniden analiz etmektedir.
- Tasavvuf geleneğindeki yardım kavramlarını modern sivil toplum pratikleriyle ilişkilendiren bütüncül ve karşılaştırmalı bir kuramsal çerçeve geliştirmektedir.
- Birleşik Krallık charity modelinin (özellikle charity shop) gelir üretimi ve yönetişim kapasitesini çözümleyerek, Türkiye bağlamında değer temelli bir entegrasyon imkânını "hayırsever dükkânlar (giftback store)" işleyiş önerisi üzerinden tartışmaktadır.

9. Metodoloji ve Araştırma Tasarımı

Bu tez, nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülmüştür. Araştırma stratejisi olarak gömülü vaka çalışması (embedded case study) [17] benimsenmiş; inceleme nesnesi, tasavvufî yardımlaşma mirasının kurumsal müesseseleri ile Birleşik Krallık'taki charity modelinin operasyonel-finansal araçlarını birlikte dikkate alarak hibrit bir işleyiş önerisinin (hayırsever dükkân entegrasyonu dâhil) kavramsallaştırılması ve yapılandırılması süreci olarak kurgulanmıştır. Bu çerçevede vaka, yönetişim, operasyonel süreçler, hukukî düzenlemeler, gönüllülük dinamikleri ve değer/etik aktarımı gibi alt analiz birimleri üzerinden çözümlenmiş; alt birimler arasındaki ilişkiler sistematik biçimde değerlendirilmiştir. Nitekim gömülü vaka çalışması, "tek bir vakayı oluşturan alt analiz birimlerinin birbirleriyle ilişkilerinin sistematik olarak incelenmesine" [18] olanak tanır. Ayrıca bu yöntemin araştırmacıya hem "durumun kendine özgü yapısını hem de içindeki süreçlerin dinamik etkileşimini"[19] anlama fırsatı sunduğu belirtilir.

Çalışmanın analitik hattı karşılaştırmalı analiz mantığına dayanmaktadır. Tasavvufî kurumların (tekke/dergâh, vakıf, Ahîlik) tarihsel işleyiş ve kapasite unsurları ile Birleşik Krallık charity ekosisteminin (Charity Commission çerçevesi, yönetişim standartları ve charity shop pratiği) kurumsal araçları karşılaştırmalı olarak ele alınmış; benzerlik ve ayrışmalar, hibrit işleyiş önerisinin tasarımında açıklayıcı bir zemin olarak kullanılmıştır. Veri üretimi sürecinde Charity Commission rehberleri, ilgili mevzuat ve kurumsal raporlar başta olmak üzere doküman incelemesi yapılmış; saha sürecinde yerinde gözlemlerden yararlanılmıştır. Elde edilen nitel veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş; kodlama süreci sonucunda yönetişim, finansman/gelir üretimi, gönüllülük motivasyonu ve kurumsal değer aktarımı gibi ana temalar belirlenerek bulgular bu temalar çerçevesinde yorumlanmıştır. Böylece tez, hem bağlamsal (yasal–kültürel–etik) hem de işlevsel (yönetişim–operasyon–kaynak yönetimi) boyutları birlikte dikkate alan, uygulanabilirliği tartışılabilir bir metodolojik çerçeve ortaya koymaktadır.

Bu metodolojik çerçeve doğrultusunda çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmamızın temelini oluşturan tasavvufî kavramların tanımlarına

[17] Robert E. Stake, *The Art of Case Study Research*, Thousand Oaks, SAGE Publications, CA, 1995, s. 71–83.
[18] Robert K. Yin, *Case Study Research and Applications: Design and Methods*, Thousand Oaks, SAGE Publications, CA, 2018, s.50-52.
[19] John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, SAGE Publications, Los Angeles, 2013, s. 97–99.

yer verilmiştir. Ayrıca, tasavvufun yardımlaşma anlayışı çerçevesinde hangi ilkeler doğrultusunda bir bakış açısı geliştirdiği ele alınmış; bu bağlamda, fütüvvet merkezli düşünce sistemi açıklanmıştır. Tasavvuf ve iktisadın kurumsallaşma süreci incelenmiştir. Kurumsallaşma kapasitesine ilişkin kavramsal bir çerçeve sunulmuştur. Bu bölümde konu, hem geleneksel yapılar (tekke, vakıf ve Ahîlik teşkilâtı) hem de günümüzdeki vakıf, dernek ve sivil toplum kuruluşu (STK) gibi yardımlaşma formları üzerinden ele alınmıştır. Gönüllülük esasına dayalı olarak işleyen bu yapıların organizasyonel yapılanmaları tartışılmıştır. İkinci bölümde, Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren hayır kurumlarının yapısal, yönetsel ve hukukî çerçevesini incelemektedir. Charity Commission başta olmak üzere sektörü düzenleyen üst kurumlar, gönüllülük sistematiği, şeffaflık politikaları, charity retail uygulamaları ve sektörel stratejiler detaylandırılmıştır.

Üçüncü ve son bölümde, tasavvufî yardımlaşma geleneği ve kurumları ile modern charity modeli arasındaki benzerlik ve farklılıkları karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Elde edilen bulgularla Türkiye bağlamında sufî yardım anlayışının kurumsallaşmasına yönelik bir işleyiş modeli önermektedir. Bu kapsamda önerilen yapının yönetsel çerçevesi, kaynak kullanımı, gönüllülük mekanizması ve eğitim boyutu ile tasavvufî ilkelere dayanan kurumsal sürdürülebilirliği değerlendirilmektedir. Tezin sonunda genel bir değerlendirme yapılmakta; çalışmanın teorik ve pratik katkıları ortaya konulmakta ve gelecekte yürütülebilecek araştırmalara yönelik önerilere yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM
TASAVVUFTA YARDIMLAŞMA GELENEĞİ: KAVRAMLAR, İLKELER VE KURUMSALLAŞMA

Bu bölüm, tasavvuf ve fütüvvet geleneğinde yardımlaşmanın kavramsal, iktisadî ve kurumsal zeminini bütüncül bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır. İlk olarak cûd, fakr, i'sâr, ihsan, infâk, istiğna, kanaat, kerem, sehâvet, şükür, tevekkül, zekât ve zühd gibi tasavvufî yardımlaşma anlayışını şekillendiren temel kavramlar açıklanacak; ardından tasavvuf geleneği içerisinde mülkiyetten arınma, hizmet ahlâkı, kanaat, emanet bilinci ve sadaka-i câriye gibi yardımlaşma ilkeleri incelenecektir. Devamında tasavvufî yardımlaşma anlayışının bireysel düzeyden kurumsal yapılara geçiş süreci, tasavvufî iktisat ekseninde temellendirilerek ele alınacak; bu bağlamda vakıf, tekke ve ahîlik gibi tasavvuf merkezli kurumsal müesseseler tarihsel gelişimleri, teşkilatlanma biçimleri ve günümüzdeki yansımalarıyla birlikte değerlendirilecektir. Son olarak ise sadaka taşı ve zimem defteri gibi günümüze bütünüyle taşınamayan fakat tasavvufî yardımlaşma geleneğinin zihniyet dünyasını yansıtan pratikler analiz edilerek bölüm tamamlanacaktır.

1. Tasavvuf ve Fütüvvette Yardımlaşma Merkezli Temel Kavramlar

Bu başlık altında, tasavvuf ve fütüvvet geleneğinde yardımlaşma anlayışının arka planını oluşturan temel kavramlar ele alınacak; bu kavramların bireysel manevî olgunlaşma ile toplumsal dayanışma ve kurumsallaşma süreçlerine nasıl zemin hazırladığı incelenecektir.

1.1. Cûd

Cûd, Arapça kökenli bir kavram olup sözlükte "verme, bağışta bulunma, eli açık olma" anlamlarına gelmektedir. Kelime kökü olan "ج-و-د", "cömert olmak" demektir ve aynı kökten türeyen "cevad" kelimesi de "cömert kimse" anlamında kullanılmaktadır.[20] Cûd kelimesi, bazen "sehâvet" ile eş anlamlı gibi değerlendirilse de tasavvuf geleneğinde daha derin özveri ve ilahî ikram boyutu taşıyan bir erdem olarak tanımlanır.

[20] Âsım Efendi (Mütercim), *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît: Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi (Kâmûs Tercemesi)*, yay. haz. Mustafa Koç, Eyyüp Tanrıverdi; ed. Mustafa Koç, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 2013, c. II, s. 1394.

Tasavvufî düşüncede cûd, sadece mal vermekle sınırlı olmayan; aynı zamanda vaktiyle, sevgisiyle, duasıyla, bilgisiyle hatta sabrıyla başkasına yönelme hali olarak kabul edilir.[21]

Kur'ân-ı Kerîm'de "cûd" kelimesi lafzen geçmese de bu kavrama karşılık gelen değerler, infâk, ihsan, isâr ve sehâvet başlıklarında açıkça yer alır. Özellikle "Onlar bollukta da darlıkta da infâk ederler..."[22] Ayeti, cûd kavramının manevî temelini oluşturur. Cûd, aynı zamanda ihsan mertebesi ile yakından ilişkilidir. Kulun kendisinden bir şey beklenmeden, bir karşılık gözetmeden iyilikte bulunması, "veren elin alan elden üstün olduğu" ilkesiyle örtüşür. Bu sebeplerden ötürü tasavvufî eğitimde mürşidler, müridlerine cûd kavramını bir davranış disiplini olarak öğretirler. Zira cûd, sadece bir ahlâkî tutum değil, aynı zamanda nefsin terbiye edilmesinde de önemli bir adımdır.[23]

Klasik dönem mutasavvıflarından Kuşeyrî (ö. 465/1072), *Risâle* adlı eserinde tasavvufî erdemleri detaylı bir şekilde ele alırken, cûd kavramına da yer verir ve cûd'u, Allah'ın "el-Cevâd" isminin bir tecellisi olarak görür ve sûfîlerin bu sıfatla ahlâklanmaları gerektiğini vurgular.[24] Bu kavramı sadece maddî cömertlik değil, aynı zamanda manevî cömertlik, yani bilgi, zaman ve sevgi gibi soyut değerlerin paylaşılması olarak ifade eder. İmam Gazzâlî (ö.505/1111)'ye göre "cûd", zahîrî bir infâktan ibaret değil, kalpteki sahiplik duygusunun çözülmesiyle mümkün olan bir iç zenginlik halidir. Bu yönüyle "cûd" kişinin nefsinin cimriliğinden sıyrılması ve Allah'ın lütfuyla mahlûkâta yönelmesi demektir.[25]

Nitekim tasavvufî anlamıyla cûd -yalnızca mal vermeyi değil, vakti, bilgi ve beceriyi, şefkati, duayı ve sabrı da başkasına yöneltmeyi içeren cömertlik- tasavvufî yardım geleneğinde gönüllülükten bağışçı ilişkilerine, hizmet tasarımından yönetişime kadar pek çok alanda görünür ve değer üretir. Cûd ilkesi, nakdî ve aynî bağışların ötesinde zaman ve yetkinlik bağışını teşvik ederek sürdürülebilir insan kaynağı sağlar; toplumsal güveni artırır; kriz anlarında sabır ve sebatı kurumsal refleks hâline getirerek dayanıklılığı yükseltebilir.

---

[21] Ethem Cebecioğlu, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü*, Anka Yayınları, İstanbul, 2013, s. 128.
[22] Âl-i İmrân, 3/134.
[23] Ebû Hafs Şehâbeddîn Ömer Sühreverdî, *Gerçek Tasavvuf (Avârîfü'l-Maârif)*, çev. ve tahrîç Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2014, s. 323. Bkz. Gazâlî, *İhyâ'ü ʿUlûmi'd-Dîn*, c. III, s. 236–238; Kuşeyrî: *er-Risâle*, s. 145; Cebecioğlu, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü*, s. 128.
[24] Kuşeyrî, *er-Risâle el-Kuşeyriyye*, çev. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2001, s. 145.
[25] Gazâlî, *İḥyâ'ü ʿUlûmi'd-Dîn*, çev. Ahmed Serdaroğlu, Bedir Yayınları, İstanbul, 1981, s. 236–238.

1.2. Fakr

Fakr "فقر" , insanın zorunlu ihtiyaçlarını karşılayacak imkânlardan yoksun olması veya kendisini her zaman Allah'a muhtaç bilmesi anlamında tasavvuf terimidir.[26] Aslında fakr, ihtiyaç duyulan şeyin yokluğu demektir. Kulun kendinde bir varlık görmemesi, her şeyi Hakk'a irca etmesi, şahsının, amelinin, halinin ve makamının Allah'ın lütfu olduğunu kabul etmesidir. Gerçek fakr, kişinin nefsi için değil, Allah için olması bakımından bütün nefsânî arzuları, hırs ve tamahı atarak içinde Allah düşüncesinden başka bir şey kalmamasıdır.[27] Sâlikin kendisini daima Allah'a muhtaç bilmesi, Allah'ın hiçbir şeye muhtaç olmadığını kavraması[28] ve hiçbir şeye malik olmadığını kabullenmesi, nefsinden, bütün mâlî varlığından uzaklaşmasıdır. Böylece kendini yalnız Hakk'a muhtaç bilen sâlik, sair eşyanın esaretinden kurtulmuş ve gerçek zenginliğe kavuşmuş demektir.

Fakr terimi Kur'ân-ı Kerîm'de bir yerde, fakîr kelimesi beş yerde ve fukarâ kelimesi ise yedi yerde geçmekte olup, yoksul ve muhtaç olan anlamına gelmektedir.[29] Mutasavvıflar fakr anlayışı ile dünya malının çokluğunu kendilerini oyalayacak bir sebep olarak görmüşler ve hesabını vermekte zorlanmamak için uzak durmayı tercih etmişlerdir. Onlar gönlü ve iradeyi, huzuru bulmak yolunda mâsivâdan sıyrılarak elde edeceklerine inandıkları için bu makama ulaşmayı temenni ederler. Hatta kişinin fakîrliği ölçüsünde zengin olduğuna inanmışlardır.[30]

Mutasavvıflardan Ebû Abdurrahman es-Sülemî (ö. 412/1021)'ye göre, kulluk sıfatlarından olan fakr; kalbinde dünya ve dünyalığa değer vermemektir. Fakîr şu özellikleri nefsine güzelce yerleştirerek tasavvuf yolunda olur: "Dünyadan tamamıyla yüz çevirmek, dünya peşinde koşanları mazur görmek, her an ya farz ya vâcip ya da nafile bir ibadetle meşgul olmak, halkın kabul ve reddinden dolayı evradından ayrılmamak, bir şey biriktirmemek, hiç kimseye karşı kalbinde bir kırgınlık veya kin bulundurmamak, insanları görmekle amelini bozmamak, insanların övmesi yüzünden kendisini beğenmemek ve insanların kendisinden yüz çevirmesine bozulmamak."[31]

---

[26] Süleyman Uludağ, "Fakr", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1995, c.XII, s. 132-134.
[27] Hasan Kâmil Yılmaz, *Anahtarlarıyla Tasavvuf ve Tarikatlar*, Ensar Neşriyat, İstanbul, 2011, s. 177.
[28] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, Kabalcı Yayıncılık, İstanbul, 2012, s. 131.
[29] Muhammed Fuâd Abdülbâkî, *el-Muʿcemü'l-Müfehres li Elfâẓi'l-Kurʾâni'l-Kerîm,* el-Mektebetü'l-İslâmiyye, 1984, İstanbul, s. 524-525. Bkz. el-Bakara 2/268; Âl-i İmrân 3/181; en-Nisâ 4/6.
[30] Mustafa Kara, *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 1985, s. 32.
[31] Ebû Abdurrahman es-Sülemî, *Sülemî'nin Risaleleri: Tasavvufun Ana İlkeleri*, thk. Süleyman Ateş, Ankara Üniversitesi Basımevi, 1981, Ankara, s. 187–190.

Tasavvufta fakr, yalnızca maddî yoksunluk değil; insanın her hâliyle Allah'a muhtaç olduğunu bilmesi, sahip olduklarını birer emanet olarak görmesi ve nefsânî bağımlılıklardan özgürleşmesidir. Fakr ilkesi, yardımın yönünü tersine çevirir, yardım edenin üstün, yardım alanın ise muhtaç bir konumda olmadığı; aksine her iki tarafın da ilâhî rahmet ve imtihan içinde eşit bir kulluk bilinciyle buluştuğu bir ilişki zemini kurar. Bu bakış, tasavvufi yardım geleneğinin "verici–alıcı" hiyerarşisini dönüştürerek karşılıklı saygı, tevazu ve kardeşlik esaslı bir paylaşım kültürünü besler. Kurumsal düzeyde fakr, yöneticilerin ve gönüllülerin görevlerini bir "lütuf" değil, emanet ve hizmet olarak görmelerini sağlar; maddî kaynaklara değil, niyetin samimiyetine ve ilahî takdire yaslanan bir sorumluluk bilinci kazandırır.

1.3. Îsâr

Îsâr "اَلْإِيثَار" kelimesi Arapça kökenli bir sözcük olup "bir nesneyi ihtiyar eylemek"[32], "tercih etmek, seçmek, yeğlemek, bir şeyi diğerinden üstün tutmak, öne geçirmek, ikramda bulunmak, malını cömertçe vermek" [33] gibi anlamlarda kullanılmaktadır. Sözlükte ise "bir şeyi veya bir kimseyi diğerine üstün tutma, tercih etme başkalarının hak ve menfaatlerini kendi hak ve menfaatlerinden önde tutmak" mânasına gelmektedir. Ayrıca îsâr ahlâk terimi olarak "bir kimsenin, kendisi ihtiyaç içinde bulunsa bile sahip olduğu imkânları başkalarının ihtiyacını karşılamak üzere kullanması, başkasının yararı için fedakârlıkta bulunması"[34] demektir. Îsâr kavramı için Batı dillerinde "*altruizm*", modern Arapçada "*gayriyye*", Türkçede ise "*diğerkâmlık/özgecilik*" gibi karşılıklar kullanılmakla birlikte, bu terimler îsârın tam karşılığı değildir. Îsâr, İslamî ve özellikle tasavvufî disiplin içinde, temel motivasyonu Allah rızâsını kazanmak ve nefsi terbiye etmek olan özgün bir ıstılahtır; bu sebeple diğer dillerdeki benzer kavramlarla eşanlamlı kabul edilip bire bir kullanılmaları isabetli değildir.

Kur'ân-ı Kerîm'de îsâr kavramı, dört âyette sözlük (kök) mânasında, bir âyette [35] de terim (ahlâkî) anlamında kullanılmıştır. Terim anlamının odağında Kur'an'ın bu kavramı iman, kardeşlik, cömertlik ve nefis terbiyesi ekseninde temellendirmesi ve îsârı hem toplumsal dayanışmanın hem de tasavvufî olgunluğun yüksek bir ifadesi olarak sunması yer alır. Nitekim ayette yer alan"Kendileri ihtiyaç içinde olsalar bile

[32] Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît,(Kâmûs Tercemesi),* c. II, s. 1714.
[33] İbn Manẓūr, *Lisânü'l-ʿArab*, Dâr Sâdır, 1414/1994, Beyrut, c. I, s. 53–54, md. " أثر" (الْإِيثَار: أن تُفَضِّلَ غيرَكَ على نفسِكَ).
[34] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 272.
[35] Bkz. A'la 87/16; Nâziât 79/39; Tâ Hâ 20/72; Yusuf 12/91; el-Haşr 59/9.

kardeşlerini kendilerine tercih ederler"[36] ifadesi, Ensâr'ın Muhacirlere yönelik örnek davranışını övgüyle zikrederek îsârın özünü somutlaştırmaktadır. [37] Bir kimseden cömertlikte îsâr derecesine ulaşabilmesi için ikram ettiği şeye kendisinin fiilen muhtaç bulunması şartı aranmaz fakat ayette ifade edilen husus, kişinin muhtaç olsa dahî başkasını kendisine tercih edebilecek bir ahlâka ve iradeye sahip bulunmasıdır.

Tasavvuf geleneğinde îsâr kavramı sadece malî fedakârlıklar için kullanılmaz. Bu disiplinde bu terim çeşitli yönleriyle tarif edilmiştir. Îsâr, insanın ahîret mutluluğunu elde etmek amacıyla başkalarını dünya mutluluk ve hazlarında kendine tercih etmesidir. Mutasavvıflar; "îsâr, dinî payları elde etme arzusuyla, dünyevî paylarda başkasını nefsine tercih etmektir. Bu tutum imanın kuvvetinden, sevginin sağlamlığından ve meşakkatlere sabırdan doğar, demiştir." [38] İbn Atâullah el-İskenderî'ye (ö. 709/1309) göre, "îsâr, hâlis kulluğun göstergesidir; çünkü insan, Rabbini sevdiği gibi mahlûku da sever." [39] Bununla birlikte sûfîler, îsâr kavramıyla ilgili olarak "sehâ" ve "cûd" kavramlarını kullanırlar. Kuşeyrî'ye göre, kim birazını verir birazını saklarsa o cömerttir (sehâ sahîbidir), kim çoğunu verir ve azını saklarsa o cûd sahîbidir, kim de zarara katlanarak başkasını kendisine tercih edip verirse o îsâr sahîbidir.[40]

Tasavvufî manada îsâr, hem bireysel arınma hem de toplumsal dayanışmanın derin bir tezahürüdür. Bu anlayış, nefsi bencillikten arındırarak paylaşma, cömertlik ve hizmet bilinciyle olgunlaştıran bir ahlâk ilkesidir. Bu anlayış sayesinde yardım faaliyetleri sadece maddî bir paylaşım değil, aynı zamanda nefis terbiyesi, adalet ve başkalarına faydalı olma bilinci ile yürütülen bir ibadet alanı haline gelir. Îsâr, modern hayır kurumları ve hayır organizaasyonları ve benzeri yapılarda toplumsal güveni güçlendirir, kamu yararı odağını netleştirir ve sürdürülebilir bir yardım ekosisteminin ruhunu besleyen temel dayanak haline gelir.

1.4. İhsan

İhsan kavramı, Arapça "ح س ن" kökünden türemiş olup "güzel olmak, iyilik yapmak, bir işi en güzel şekilde yerine getirmek" anlamlarını taşır. Bu kök; ḥusn

[36] Haşr 59/9.
[37] Mustafa Çağrıcı, "Îsâr," *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000, c. XXII, s. 490.
[38] İbnü'l-Arabî, Ebû Bekir Muhammed b. Abdullah el-Endelüsî, *Aḥkâmü'l-Kur'ân*, Dârü'l-Kutubi'l-İlmiyye, ts., Beyrut, c. IV, **s.** 185.
[39] İbn Atâullah el-İskenderî, *el-Hikemü'l-Atâiyye,* çev. Saffet Yetkin, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1963, s. 59.
[40] Abdülkerîm el-Kuşeyrî, *Kuşeyrî Risalesi*, haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016, s. 336.

(güzellik), hasen (iyi, hoş) ve muhsin (iyilik eden) kelimeleriyle aynı semantik alanı paylaşır. Dolayısıyla ihsan, yalnızca bir "iyilik eylemi" değil, hem niteliksel bir güzelleştirme hem de ahlâkî bir iyileştirme talebidir. Bu kavram, İslam düşüncesinde iman–İslam–ihsan üçlemesi içinde en ileri mertebeyi ifade eder ve kulun hem Allah'la hem de toplumla ilişkisini dönüştüren bir çatı ilke niteliğindedir

"İhsan" kelimesi Türkçe'de, çok katmanlı bir anlama sahiptir. Türk Dil Kurumu'nun hazırladığı sözlükte bu kavram; a) iyilik etmek, iyi davranmak; b) bağışlama, bağışta bulunma; c) bağışlanan şey, lütuf, inâyet, atıfet ve d) karşılık beklemeden yapılan yardım, iyilik şeklinde tanımlanmıştır.[41] Bu tanımlarda ihsan, hem bir davranış biçimi hem de yardımın nesnel sonucu olarak değerlendirilmekte, özellikle karşılıksızlık ve gönüllülük vurgusu ön plana çıkmaktadır.

Benzer şekilde Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügât'ında da "ihsan" kelimesi "iyilik etme, bağış, bağışlama, verilen, bağışlanan şey, lütuf, iyilik" şeklinde tanımlanmıştır.[42] Bu manalar ile ihsan kelimesinin hem eylem (fiil) hem de sonuç (isim) ifadesi olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Her iki kaynakta da "ihsan", toplumsal ilişkilerde olumlu bir ahlâkî değer ve erdem olarak görülmekte; bireyler arasında karşılık beklemeden yapılan yardım ve iyilik davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Kur'ân-ı Kerîm'de bu kavram, hem Allah'a hem de insana nispet edilerek çeşitli bağlamlarda kullanılır. İhsan, çok sayıdaki âyette masdar, fiil ve isim formlarında geçmekte olup bu kullanımların bir kısmında "başkasına iyilik etmek" diğer kısmında ise "yaptığı işi en güzel şekilde yapmak"[43] anlamıyla öne çıkmaktadır. İhsan, çoğu âyette ise iyilik ve güzelliği ifade eden kapsamlı bir kavram niteliğinde hem Allah'ın kullarına yönelik lütfunu hem de kulların Allah'a ve birbirlerine karşı gösterdikleri güzellik ve faziletli davranışları ifade eden çok yönlü manadadır.

Müfessirler, ihsanın manevî derecelerine ışık tutan bu anlayışı Kur'ân-ı Kerîm'in Rahmân sûresinde geçen "Onlar için iki (cennet)ten başka iki cennet daha vardır"[44] ayeti bağlamda yorumlamışlardır. Bu yönü ile bahsi geçen ayette Kur'ânî bağlamda ihsanın yalnızca bir iyilik fiili değil, aynı zamanda kişinin manevî derecesini belirleyen bir mertebe olduğu ortaya konulmaktadır. İhsanın zirvesi, adaletin üzerine çıkan, fazlalık ve güzellik eksenli bir davranış biçimini ifade eder. Böylece ihsan, kulluk

[41] Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, , Türk Tarih Kurumu, Ankara, 1986, c.I, s.686.
[42] Ferit Devellioğlu, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lüg*ât, haz. Abdulkadir Badıllı, İlham Çalım, Türdav Yayınları, İstanbul, 1978, s. 499.
[43] Mustafa Çağrıcı, "İhsan", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000, c. XXI, s. 544.
[44] er-Rahmân 55/62.

ve ahlâkın sadece dışsal yönünü değil, içsel olgunluğunu da belirleyen temel bir kavram hâline gelir.[45] İhsanın insana nispet edildiği âyet ve hadislerde kavram iki ana bağlamda ele alınır: Bunlardan "yaptığını güzel yapmak" manası ile ihsan, kulun Allah'a karşı duyduğu derin saygı, bağlılık, itaat bilinci ve bu bilinç hâlinin tabiî sonucu olarak ortaya çıkan güzel davranış ve üstün ahlâkî tutumu ifade etmektedir. Diğer yaklaşımla ise kişinin, başta anne ve babası olmak üzere tüm insanlara karşı sevgi temelli, incitmeyen ve özverili bir yaklaşım sergilemesi vurgulanmaktadır.

Ahlâk literatüründe ihsan, çoğunlukla "iyiliklerde farz olan asgarî ölçüyü aşarak, isteyerek ve severek daha fazlasını yapmak" şeklinde tanımlanır. Bu yönüyle ihsan, hem dindarlığın hem de ahlâkın zirve mertebesine işaret eder. Bu mertebede ihsanın karşılığı ancak ihsandır; yani güzelliğin karşılığı yine güzelliktir. Güzel iş yapan kimseye düşen karşılık da güzel sevaptır.[46] İhsan, bir yönüyle kulun Allah'a bağlılığının yanı sıra insanlara ve tüm mahlûkata karşı herhangi bir karşılık beklemeden iyilikte bulunmasını ifade eden yüksek bir erdemdir.[47]

Bu anlayış, Hz. Peygamber'in (sav) Cibrîl (as) hadisinde yaptığı ihsan tarifiyle daha da berraklaşır. Hadis-i şerifte ihsan şöyle tanımlanmıştır: "İhsan, Allah'ı görür gibi ibadet etmendir; sen O'nu görmüyor olsan da O seni görmektedir." [48] Bu tanım, ihsanın yalnızca iyilik yapmak veya doğru davranmakla sınırlı olmadığını; aksine murakabe, ihlâs, yakınlık bilinci ve kalbî uyanıklık gibi derin manevî boyutları içerdiğini göstermektedir. Bu bakımdan ihsan, kulun Allah ile ilişkisini şekillendiren en yüksek ruhî mertebelerden biri olarak tasavvufî düşüncenin merkezîne yerleşmiştir. Kur'an'ın ihsanı derece ve mükâfat ilişkisi içinde ele alışı, hem de Hadis-i Cibrîl'in ihsanı metafizik bir şuur hâli olarak tanımlaması, bu kavramın İslam ahlâkının ve tasavvufî terbiyenin hem teorik hem de pratik boyutlarında temel bir çerçeve sunduğunu göstermektedir.

. Tasavvufi manada ihsan, "Allah'a O'nu görüyormuş gibi ibadet etmek, huzur-ı Hakk'ta olmanın şuuruna sahip olarak kulluk görevini yerine getirmek"[49] demektir. Bu yönüyle ihsan anlayışı, adaletin ötesine geçen fazlalık, güzellik ve gönüllülük ilkesiyle hem bireysel hem de toplumsal ilişkilerde derin bir ahlâkî yönelim ortaya koyar. Bu çok katmanlı yapı, insanın Allah ile ilişkisini güçlendirdiği gibi toplumsal etkileşimlerini de

[45] Elmalılı, Muhammed Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili*, haz. Asım Cüneyd Köksal, Murat Kaya, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 2023, c. V, s. 357.
[46] Mustafa Çağrıcı, "İhsan," *TDV İslâm Ansiklopedisi*, c. XXI, s. 544-546.
[47] Ahmet Hamdi Akseki, *Ahlak Dersleri*, Üçdal Neşriyat, İstanbul, 1966, s. 261.
[48] Diyanet İşleri Başkanlığı, *Hadislerle İslâm*, ed. Mehmet Emin Özafşar vd., Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2013, c. III, s. 147.
[49] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s.180.

onarıcı ve yapıcı bir nitelikle besler. [50] Bu sebeple tasavvufî manada ihsan, yalnızca dil ile ifade edilen soyut bir kavramsallaştırma değil, kalpte köklenen ve amellere yansıyan bir mânevî bilinç hâli olarak anlaşılmalıdır. Bu yansımanın kulun iç dünyasında sabit bir ruh hâline dönüşmesi ve davranışlarda tezahür etmesi gerekmektedir; nitekim murâkabe hâlini yahut ihsan bilincini yalnızca sözle dile getirmek, bireyin mânevî gelişimine bir katkı sağlamaz. Ancak sûfîler, bu mertebe için niyetlerin ve eylemlerin fânî varlıklardan Zât-ı Bâkî'ye yönelmesinin zorunlu olduğunu vurgulamışlardır.[51]

Tasavvufî terbiyeye göre ihsan, imanın özünü oluşturan temel bir cevherdir ve ibadetlerde arzu edilen huşû, ihlâs ve takvâ gibi irfanî nitelikler ancak ihsan bilinciyle elde edilebilir. Zira Hakk'ı görüyormuşçasına yapılan her amel-i sâlih, ihlâsın pekişmesine, takvânın derinleşmesine ve huşû hâlinin oluşmasına imkân sağlar. Böylece insanın beşerî denetimlerden uzak ortamlarda dahi günahlardan sakınması ve istikamet üzere kalabilmesi, ancak "Rabbimin beni gördüğü" bilincini diri tutmasıyla mümkündür. Dolayısıyla tasavvuf, bütün usûl ve erkânında kulun gönlünü bu yüksek mânevî şuura eriştirmeyi hedefler. Hak dostları da tarih boyunca bu hâlin kazanılmasını bir ömürlük bir yolculuk olarak görmüş, ihsan bilincini yaşayarak ve yaşatarak talebelik vasfını sürdürmüşlerdir.

1.5. İnfâk

"*İnfâk*", Arapça "ن-ف-ق" kökünden gelir ve "çıkmak, tükenmek; bir şeyin elden çıkması; tünel/geçit" [52] gibi manaları bulunmaktadır. Dinî-ahlâkî terim olarak ise: "Allah'ın rızasını hedefleyerek kişinin malından harcama yapması; muhtaçlara aynî-nakdî yardımda bulunması" anlamını kapsamaktadır. Tasavvufî literatürde infâk: "Hak yolunda malı ve canı seve seve feda etmek"[53] kalbin tezkiyesi ve nefsin cimrilikten arındırılması için terbiye edici bir pratik olarak okunmaktadır.

Kur'ân'da infâk, bir âyette "yoksul düşme"[54] elli altı âyette ise yetmiş iki kez "harcama yapma" mânasında geçmektedir. İslam telakkisine göre servetin asıl sahibi Allah'tır; ancak insana emanet edilmiştir ve ondan infâk beklenmektedir.[55] Ayetlerde mü'minlerin başlıca vasıfları sayılırken iman ve namazdan hemen sonra infâk

[50] Bkz. Hadis-i Cibrîl için; Buhârî, "Îmân", 37;Müslim, "Îmân", 1; Diyanet İşleri Başkanlığı, *Hadislerle İslâm,* c. III, s. 147.
[51] Osman Nuri Topbaş, "İhsân ve Murâkabe", *Altınoluk Dergisi*, 2004, Şubat, S. 216, s.22.
[52] İbn Manzûr, Muhammed b. Mukarram, *Lisânü'l-ʿArab*, Dâru Sâdır, t.y., Beyrut, c. X, s. 358.
[53] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü,* s.186.
[54] İsrâ 17/100.
[55] Nûr 24/33; Hadîd 57/7.

zikredilir.[56] Bakara Sûresi'nde ilgili ayetlerde[57] infâkın çerçevesi ayrıntı olarak ifade edilmiştir. Bu ayetlerde infâk, gösterişten arınmış ve yalnız Allah rızası için olmalı, alanın onurunu zedelememeli, "iyi ve değerli" maldan seçilmeli, gerçek ihtiyaç sahiplerine yönelmelidir.

Klasik tefsir geleneğinde öne çıkan yorumlara göre; infâk kavramı "malın harcanması, elden çıkarılması" anlamıyla ele alınır ve farz, vacip, mendup olmak üzere şer'î kısımlarına ayrılır. Bu ibadet, ilk anlamıyla zekât, sadaka, sıla-i rahim, yardım, vakıf gibi tüm mali ibadetleri kapsar; ancak manevî olarak, ilim öğretmeden şefkat, dua, destek verme gibi maddî olmayan alanları da içine alabilecek genişliğe sahiptir. Kur'ân bağlamında bu terim, salt ekonomik bir tasarruf olmaktan çıkıp ibadet ve ahlâk ilkeleriyle (ihlâs, takvâ, birr) normatif bir çerçeveye yerleştirilmiştir. Bu çerçevede infâk, farz olan zekâtı ve gönüllü nitelikteki tüm hayır türlerini kapsamaktadır. Bunun yanı sıra infâk, salt "birine bir şey vermek" fiilinin ötesinde; ilahî lütfun toplumsal alandaki dolaşımını mümkün kılan, ahlâkî (ihlâs–îsâr), hukukî (zekât–nafaka), iktisadî (tedavül–kenz karşıtlığı) ve siyasal-toplumsal (savunma, kamu yararı) düzlemleri aynı anda ihtiva eden kuşatıcı bir kavramsal mana sunmaktadır.[58]

Günümüz kuramsal çerçevelerinde infâk, İslam iktisadının sivil ve ahlâkî boyutunu inşa eden omurga kavramlardan biri olarak kabul edilmektedir. Kur'ân'da birr, takvâ ve ihsan kavramlarının oluşturduğu semantik alan, infâkı "başkasına yönelen bir değer aktarımı/diğerkâmlık" biçiminde konumlandırmaktadır.[59] Bu manada infâk, etimolojideki "elden çıkarma/harcama" çekirdeğini korurken, Kur'ân ve Sünnet'te ihlâs, adalet ve ihtiyaç önceliğiyle normatifleşir; tasavvufî gelenekte îsâr ve tezkiye ekseninde derinleşir; modern akademik yazında ise kurumsal pratikler (vakıf, dernek, sosyal yardım) ve sosyal refah göstergeleri üzerinden incelenir. Böylece infâk, ibadet-ahlâk ile sosyal adalet-kamusallık arasında kalıcı bir köprü işlevi görür ve sadece ekonomik yönlü değil aynı zamanda tevhid, adalet, kardeşlik, sosyal bütünleşme ve ilahî temsil bilinci oluşturan merkezî İslamî bir ilke niteliğine dönüşür.

[56] Bakara 2/3; Bkz. Mustafa Çağrıcı, "İnfâk," *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000, c. XXII, s. 289–290.
[57] Bakara 2/261–274.
[58] Ali Rıza Gül, "Kur'an'daki İnfak Kavramının Anlam Yelpazesi," *Dinî Araştırmalar,* c. VIII, ss. 239–261, s. 239.
[59] Toshihiko Izutsu, *Ethico-Religious Concepts in the Qur'ān*, McGill University Press, Montreal, 1966, s. 213–228.

1.6. İstiğna

Arapça "غ–ن–ي" kökünden türeyen "اِسْتِغْنَاء" istiğna kelimesi lugatte "zengin olmak, ihtiyaç duymamak, başkasına tenezzül etmemek" mânâsına gelmektedir. Tasavvufî ıstılahta ise Allah'la istiğnâ; sâlikin Allah'ın kendisine kâfî olduğuna yakîn ederek mahlûka ihtiyaç duymaması ve onlara gönül bağlamaması, kulun kendisini ne kadar Allah'a muhtaç bilirse o nisbette Allah ile zengin (müstağnî) hâle gelmesi demektir.[60] Bu kavram, Kur'ân-ı Kerîm'de dört ayette[61] geçmektedir. İlgili ayetlerde yer alan اِسْتَغْنَى ve غَنِيّ kelimeleri, Kur'ân'ın bütünlüğü içinde ele alındığında, Allah'ın varlığının ve kudretinin hiçbir şeye muhtaç olmama ilkesini ifade eden ortak bir anlam alanına işaret eder. Bu kullanım, istiğnânın ilâhî düzlemde; Allah'ın zâtında, sıfatlarında ve tasarruflarında mutlak ihtiyaçsızlığı ve kendi kendine yeterliliği bildiren temel bir teolojik kavram olduğunu ortaya koymaktadır.[62]

İslam ahlâkında istiğnâ, kulun Allah'tan başkasına el açmaması, insanlardan bir şey talep etmeyip iffet ve tevekkülle halini gizlemesi; buna karşılık imkân sahibi mü'minlerin de ihtiyaç sahiplerini arayıp bulma sorumluluğu taşımasıdır. Kur'ân-ı Kerîm'de[63], yoksulların durumlarını gizlemeleri övüldüğü gibi, varlıklı mü'minlerin de onların hâlini "sîmâlarından tanımaları" gerektiğii bildirilir. Bu ayet, İslam'da yoksulun vakarını koruyan, zenginin ise dikkat ve merhamet yükümlülüğünü artıran ahlâkî dengeyi ortaya koymaktadır. Böylece yoksulun istiğnâsı, zenginin ihmâline; zenginin cömertliği ise yoksulun tama'ına dönüşmemelidir.[64]

Din ve tasavvuf bağlamında istiğnâ, kulun kula kulluk etmemesi; rızık konusunda insanlardan beklenti içine girmeyip Allah'ın Rezzâk ismine güvenmesidir. Bu bakış açısında asıl dayanak, rızka değil Rezzâk'a bel bağlamaktır. İstiğnâ sahibi kimselere müstağnî denir; müstağnî kişi gözü tok, gönlü zengin olan, aza kanaat edip dünya malına tamah göstermeyen kimsedir. Bu nedenle istiğnâ kavramı, çoğu zaman tevekkül, kanaat ve fakr gibi tasavvufî mefhumlarla birlikte değerlendirilir.[65]

İstiğnâ yalnızca bireysel bir nefis terbiyesi değil; aynı zamanda toplumsal hayatta vakar, edep, haysiyet ve merhamet dengesini sağlayan bir ilkedir. Müstağnî olan kul, insanlardan beklentisini keser; imkân sahibi mü'min ise ihtiyaç sahiplerinin izini

[60] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 192–193.
[61] Teğabun, 64/6; Abese, 80/5; Leyl, 92/8; Alak, 96/7.
[62] Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît (Kâmûs Tercümesi)*, , c. VI, s. 5914.
[63] el-Bakara 2/273.
[64] Osman Nuri Topbaş, "O'nun Muhteşem Ahlâkı", *Yüzakı Dergisi*, sayı 143, Ocak 2017.
[65] Ethem Cebecioğlu, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü*, s. 158.

sürer. Böylece İslam toplumunda izzetli bir yoksulluk ile şefkatli bir zenginlik birlikte yaşar. Zira istiğnâ, kulun mahlûka bağımlılığını azaltıp Allah'a dayanmasını öğütlerken, aynı zamanda veren elin sorumluluğunu artıran bir toplumsal nezaket hassasiyeti üretmektedir. Bu bakımdan tasavvufî yardımlaşma geleneğinede bu tutum, hem yardım alanlarda haysiyet, vakur duruş ve bağımlılık üretmeyen bir ihtiyaç yönetimi anlayışını desteklemekte; hem de yardım verenlerde dikkat, duyarlılık, tevazu ve sorumluluk bilinci oluşturan bir ahlâkî çerçeve vazifesi görmektedir.

1.7. Kanaat

*Kanaat "*قناعة"; "kişinin azla yetinerek elindekine razı olması, kendisinin ve sorumluluğu altında bulunanların ihtiyaçlarını asgari ölçüde karşılayabileceği maddî imkânlarla iktifa edip başkalarının elindeki şeylere göz dikmemesi, aşırı kazanma hırsından kurtulması"[66] demektir. Sözlükte ise; "verilen şeye razı olmak, onu kabul etmek ve reddetmemek demektir. Kabul etmek ve reddetmemek kelimeleri, aynı zamanda razı olmak anlamına da gelmektedir."[67] Razı olmak teslimiyetin ve şükrün neticesidir. Tasavvufî eğitimde kanaat, zühd, tevekkül ve rıza makamlarıyla yakından ilişkilidir. Kur'ân-ı Kerîm'de kanaat ahlâkının ifade edildiği şu ayette: "Eğer şükrederseniz size nimetimi artırırım. Eğer nankörlük ederseniz, bilin ki azabım çok şiddetlidir"[68] hassas bir dengeye işaret edilerek, mü'minlere uyarıda bulunulmuştur. Nimetler üzerinde kulların sahip olması gereken anlayış ve sınırlar ifade edilmiştir

Mutasavvuflardan Necmüddin Kübra (ö. 618/1221) kanaati: "Yaşamak için zaruri olan ihtiyaçlarınların dışında kalan bütün isteklerden uzak durmak, yeme içme ve oturulan ev konusunda israf etmeyerek asgarîsi ile yetinmek" olarak ifade etmiştir.[69] Ebû Nasr Serrâc (ö. 378/988) bu anlayışı, dünyanın çoğu nimetlerinden vazgeçerek azıyla yetinmek; yalnızca çok gerekli olan azık, giyecek, istirahat, yiyecek gibi dünya sıkıntılarından ancak gerekli olanla iktifa etmek, fakirliği zenginliğe tercih etmek, aza

---

[66] Mustafa Çağrıcı, "Kanaat."*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2001, c. XXIV, s. 289; İbn Ḥibbân el-Büstî, Ebû Hâtim Muḥammed b. Ḥibbân, *Rawżatü'l-ʿUqalâʾ ve Nüzhetü'l-Fużalâʾ*. nşr. M. Miḥyiddîn ʿAbdülḥamîd vd. Beyrut: t.y., 1397/1977, s. 64.

[67] Âsım Efendi, *Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi*, c. IV, s. 3488 (md. "قناعة/قنع"); İbn Manzûr, *Lisânü'l-ʿArab*, c. XII, s.202 (md. "قنع").

[68] İbrâhîm, 14/7.

[69] Necmüddîn Kübrâ, *Usûlu Aşere: Risâle ile'l-Hâim Fevâihu'l-Cemâl – Tasavvufî Hayat*, haz. Mustafa Kara, Dergâh Yayınları, İstanbul, 1980, s. 51.

yaklaşıp çoktan uzaklaşmak, açlığı tokluğa, azı çoğa tercih etmek olarak nitelendirmiştir.[70]

Kanaat, tasavvufî terbiyede sadece ahlâkî bir erdem değil, aynı zamanda nefis terbiyesinin gerekliliğidir. Ayrıca, nefis terbiyesinde müridin dikkatini nefsin heva ve heveslerinden uzaklaştırarak asıl gayesine ulaşması için odaklanmasına katkıda bulunur. Aksi takdirde, nefis kanaat etmediği müddetçe isteklerin peşinden gitmekten başka bir şey ile ilgilenemez hâle gelebilir. Bu makam, bireylerin ve toplumun huzuru için gerekli bir anlayış olarak görülebilir. Kanaat eden kişi, elinde olan ile yetinerek israftan ve hırstan korunmuş olur. Bu yöntem ile nefsin gücü azalır. Başkasına muhtaç olmamanın ve az ile iktifa etmenin huzuruyla kalp güçlenir ve nefse karşı direnç kazanır. Böylece müridin yolculuğunda, huzura kavuşmak ve gayeye ulaşma konusunda etkili bir yöntemden faydalanılmış olur.

Günümüzde kanaat—azla yetinme, israftan kaçınma, başkasının elindekine göz dikmeme— gösterişten uzak, mütevazı bütçeleme ve düşük idare gideri hedefi koyar; kaynak tahsisinde "ihtiyaç asgarisi–kamu yararı azamisi" dengesini güçlendirir; tüketim kışkırtan söylemler yerine şükür, adalet ve ihtiyat temelli bir üsluba işaret eder. İsrafı azaltan dolaşımı (yeniden kullanım, onarım, ikinci el satış/askıda ürün) teşvik eder; fiyatlamada aşırı kâr hırsını törpüleyip erişilebilirliği önceletir; kurum içi kültürde gönüllü ve çalışanlarda tevazu, ölçülülük davranışlarını yerleştirir. Bu çerçevede kanaat, modern dünyada aşırı tüketime karşı alternatif bir davranış modeli ortaya koymakta; yardım geleneğini güçlendirme potansiyeli taşıyan temel bir ahlâkî eğilim ve etkili bir mekanizma olarak öne çıkmaktadır.

1.8. Kerem

Kerem "كرم", *"*cömert olmak; iyi, ahlâklı, asil ve değerli olmak*"* anlamlarına gelen tasavvufî bir kavramdır. Aynı kelime kökünden türeyen "*kerîm"* ise; "yaratılıştan cömert olan, insana yakışmayan her türlü davranıştan uzak bulunan kimse" demektir. Kerem kavramı Allah'a nisbet edildiğinde bu kök daha çok "lütuf ve ihsanda bulunma" anlamını öne çıkarır. Kerem kavramı, bazı kıraat farklılıkları da dikkate alındığında, Kur'ân-ı Kerîm'de on yerde Allah'a nispet edilmiştir. Kerîm ismi iki âyette Rab lafzıyla birlikte kullanılır. Mü'minûn sûresindeki "rabbü'l-arşi'l-kerîm"[71] ifadesinde yer alan

[70] Ebû Nasr Serrâc, *el-Lüma': İslâm Tasavvufu*, çev. Hasan Kâmil Yılmaz, Erkam Yayınları, 2016, İstanbul, s. 13.
[71] Mü'minûn 23/116.

"kerîm" lafzının Rab'be ait bir sıfat olarak kabul edildiği kıraate göre ise bu isim Kur'an'da üç defa Allah'a izafe edilmiş olur. Kerem lügatte; nefâset, izzet ve şeref anlamındadır; yani *lüm* (alçaklık) ve *hasâset* (değersizlik) kavramlarının karşıtıdır. Şöyle ifade edilmektedir: "Bunda kerem vardır," yani "onda alçaklığın zıddı olan asalet ve iyilik vardır."[72]

Kerem, Allah Teâlâ'ya sıfat olarak nispet edildiğinde O'nun ihsanı, in'âmı ve lütfu kastedilir. İnsan için kullanıldığında ise ondan ortaya çıkan güzel ahlâklar ve beğenilen davranışlar anlaşılır. Bu ahlâkî özelliklerin fiil olarak görünür hâle gelmediği bir kimseye "kerîm" denilmez. Buna göre kerem, teori ve köken bakımından değil, zatî ve nefse ait (benliğe yerleşmiş) bir nitelik olarak değerlendirilir.

İslam'da kerem, güzel ahlâkın temel unsurlarından biri olarak kabul edilir ve bu niteliğin mahiyeti, doğrudan doğruya Hz. Peygamber'in (sav) örnekliğine dair Kur'ânî vurgulardan anlaşılmaktadır. Kur'an, Hz. Muhammed'in (sav) "büyük bir ahlâk üzere" bulunduğunu açıkça bildirmiş[73] ve ona uymanın, Allah'a yönelen müminler için en ideal yol olduğunu ifade etmiştir. [74] Ayrıca Hz. Peygamber'in (sav) "güzel ahlâkı tamamlamak üzere gönderildiğini" [75] belirten hadis, onun risâletinin ahlâk merkezli yapısını ortaya koyar. Bu çerçevede kerem; cömertlik, bağışlayıcılık ve iyilikte bulunma gibi yüce huyların bütününü ifade eden bir erdem olarak, en üst düzeyde Hz. Peygamber'in (sav) hayatında somutlaşmıştır.

Kerem, övülmüş fiillerden ibarettir. Bu övülmüş fiillerin en değerlisi, "*eşref-i vücûh*" yani Allah'ın rızası ve yakınlığı hedeflenerek yapılan davranışlardır. Allah rızasını gaye edinen kimse, yaptığı iyilik ve hasenatla bu rızayı talep eder. Böyle bir kişi takvâ ve kemâl ile nitelendiği için şüphesiz ki o kimse "*etkâ*" ve "*ekrem*" olur. Bazı âlimlere göre kerem, hürriyet kavramına benzer. Ancak hürriyet, küçük-büyük her türlü iyi davranış için kullanılırken, kerem yalnızca büyük iyilikler için kullanılır.[76]

Netice itibarıyla kerem, İslam düşüncesinde yalnızca bireysel bir cömertlik veya maddî infak biçimi değil; Allah'ın lütuf ve ihsan sıfatlarından neşet eden, Hz. Peygamber'de (sav) kemâle ulaşan ve müminlerin ahlâkî olgunluğunda tezahür eden kuşatıcı bir erdemdir. Lugavî ve kelâmî çerçevede şeref, ihsan, bağışlayıcılık ve yücelik

---

[72] Bekir Topaloğlu, "Kerîm", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2022, c. XXV, s. 287–288.
[73] Kalem, 68/4.
[74] Ahzâb, 33/21.
[75] Ahmed b. Hanbel, el-Müsned, thk. Şuayb el-Arnaût, *Müessesetü'r-Resâle*, Beyrut 1419/1998, c. XI, s. 302; Mâlik b. Enes, el-Muvaṭṭaʾ, Kitâbü Hüsnü'l-huluk.
[76] Mütercim Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît (Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi*), c. VI, s. 5182.

anlamlarını barındıran kerem; tasavvuf geleneğinde nefsi arındıran, toplumsal dayanışmayı güçlendiren ve gönüllülük bilincini derinleştiren bir ahlâk ilkesi hâline gelmiştir. Bu sebeple kerem, hem bireyin iç dünyasında hem de sosyal ilişkilerde iyilik, incelik, diğerkâmlık ve sorumluluk duygusunun ahlâkî temellerini oluşturur.

1.9. Sehavet / Seha

Sehâ " السَّخَاء" ya da *sehâvet*, kelime olarak "verme konusunda eli açık olmak, malı esirgememek"[77] anlamına gelir. Bu kavram, hem Kur'ân-ı Kerîm'de dolaylı olarak hem de klasik İslam ahlâkı ve tasavvufunda bir fazilet olarak ele alınır. Sehâ, kelime anlamı olarak maddî cömertliği ifade etse de zaman, emek, bilgi ve hatta hoşgörü gibi maddî olmayan alanlardaki fedakarlığı da kapsar.

Sehâvet, Kur'ân'da yer alan "... sevdiklerinden vermedikçe iyiliğe erişemezsiniz"[78] ayetiyle ilişkilendirilir. Burada, bir müminin cömertliğinde hassasiyet ve usûl ifade edilir. Cömertliğin zirvesi ise îsâr (başkasını kendine tercih etme) olarak tanımlanır. Tasavvuf büyükleri için bu erdem, sadece infâk edilen şeyin miktarına yahut maddî değerine değil, verişin içtenliğine ve gönül açıklığına bağlıdır.

Tasavvuf geleneğinde sehâ, nefsin cimrilik (buhl) hastalığını aşma sürecinde önemli bir erdem olarak kabul edilir.[79] Gazâlî (ö. 505/1111), *İhyâu Ulûmi'd-Dîn*'de sehâveti "cömertliğin orta yolu" olarak tanımlar; bu anlayış, ne israf edecek kadar savurganlık, ne de harcamaktan kaçınacak kadar cimrilik olmamalıdır. Buna göre sehâ, hem Allah'a güvenin (tevekkül) hem de kul üzerindeki paylaşma sorumluluğunun bir göstergesi niteliğindedir.[80]

Yardımlaşma geleneğinde sehâ (vermede cömertlik), hayır sahiplerinin cömertçe verme isteğini nazik, onur koruyucu ve hedefe odaklı bir organizasyona dönüştüren ahlâkî dayanak olarak konumlanır. Bu ilke, bağışın niyetindeki genişliği; bağış kabulünde zarafet, ihtiyaç tespitinde doğrulama ve mahremiyet, dağıtımda ise gerçek ihtiyaç sahiplerini önceliklendirme şeklinde süreçlere yansımaktadır.

---

[77] Mütercim Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît: Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi*, c. VI, s. 5794. (Bâbu'l-Vâv ve'l-Yâ → Faslu'l-yâ'i't-tahtiyye, md. السَّخَاء/سخي).
[78] Âl-i İmrân, 3/92.
[79] Mustafa Çağrıcı, "Sehâ", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2009, c. XXXVI, s. 456.
[80] Gazâlî, *İḥyâ'ü ʿUlûmi'd-Dîn*, c. III, s. 238.

1.10. Şükür

Şükür "شُكْر" ; kelime manasıyla "teşekkür, nimeti dile getirme; yapılan iyiliğin makbule geçtiğini ifade etme, iyiliği yapanı övme" anlamına gelir. Ayrıca, nankör olmamak ve nimetin kıymetini bilmek anlamlarını da taşır.[81] "Şükür nimeti veren Cenab-ı Hakk'ı görerek nimeti unutmaktır. Şükrün lugattaki manası; açmak ve izhar etmektir. Şükrün hakikati, kulun kendisine takdir edilen bütün şeyleri bir nimet olarak görmesidir."[82] Kur'ân-ı Kerîm'de: "Eğer şükrederseniz nimetimi ziyadeleştiririm"[83] ayetinde şükürden açıkça bahsedilmiştir. Yani kul, Allah'ı lütuf ve nimetlerini dile getirir ve onu överse şükretmiş olur. Şükür, "kişiye gösterilen iyi davranışı değeriyle bilmek ve onu herkese yaymaktır. Yaratana karşı olan minneti göstermektir."[84] "Hakikî manada kulun şükrü, Allah'ın nimetini diliyle ikrar ve kalbiyle tasdik etmesi demektir. Şükür üç kısımdır: Dilin şükrü, insanın kulluk tevazuu içinde nail olduğu nimeti itiraf etmesi şeklinde olur. Beden ve organların şükrü, kulun vefa ve hizmet sıfatı ile muttasıf olmasıdır. Kalbin şükrü ise hüsnü muhafaza hâlini devam ettirerek, Allah'ın tecellîlerini temâşa etmek ve şuhûd hâlinde bulunmaktır.[85]

İmam Mâturîdî (ö. 333/944), şükrün kullukta asıl amaç olduğunu belirtmiştir. Hamd kavramının şükürden daha kapsamlı olduğunu; iyilik sahîbinden menfaat görmeden yapılan övgü olduğunu ifade etmiştir. Ona göre şükür, nimetin karşılığında insanın bulunduğu her durumda Allah Teâlâ'yı hatırlaması, verilen nimetleri O'nun yolunda kullanması ve kendisine verilene razı olmasıdır. Yine İmam Mâturîdî, korku, fakirlik ve açlığın zıddı olan hallerin —yani emniyet, zenginlik ve tokluğun— kıymetinin bilinmesinin sabır ve şükürle olacağını, her şeyin zıddı ile anlaşılacağını vurgulamıştır.[86] Şükür, aslında kulun kendisine yönelik bir tutumdur. Bu davranışı gerçekleştirirken hem kendisini iyileştirir hem de Allah'ın üzerindeki nimetleri tamamlamasını umud eder. Şükür bir anlamda, nimeti vereni görerek nimeti yerli yerinde kullanma bilincidir. Bu şuur, günümüzde tasavvufî yardımlaşma davranışına hem motivasyon hem de paylaşım ilkesi olarak fayda sağlayan unsurlardan birisidir.

---

[81] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 338.
[82] Ebû Hafs Şehâbeddîn Ömer Sühreverdî, *Gerçek Tasavvuf (Avârîfü'l-Maârif)*, çev. ve tahrîç Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2014, s. 622.
[83] İbrahim, 14/7.
[84] Toshihiko İzutsu, *Kur'an'da Allah ve İnsan*, çev. Süleyman Ateş, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara, 1975, s. 203.
[85] Abdülkerim Kuşeyrî, *Kuşeyrî Risâlesi*, s. 259–262.
[86] Osman Oral, "Matûrîdî'de Sabır, Şükür ve Hikmet İlişkisi, Mütefekkir", *Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Dergisi*, Aralık 2015, s. 343–362.

1.11. Tevekkül

Tevekkül "توكّل" kelimesi, Arapça kökenli olup "vekil tayin etmek, birinin işini üstüne almak, birine güvence vermek; birine işini havale etme, ona güvenmek ve teslim olmak"[87] anlamlarına gelir. İman eden kimsenin bir dayanak olarak Allah'ı tercih etmesini ifade eder.[88] Kavram, Allah'a tam bir teslimiyetle güvenmeyi, dünyevî sebeplere sarılmakla birlikte, sonuca dair beklentisini yalnızca Yüce Yaratıcı'ya yöneltmeyi ifade eder. Tevekkül, iman ve kader ile ilişkilendirilmiş bir anlayıştır. Kur'ân-ı Kerîm'de kırk ayette farklı fiil kalıplarında, dört ayette mütevekkil şeklinde ayrıca yirmi dört yerde vekil kelimesi olarak zikredilmektedir." [89]

İslamî düşünce sisteminde tevekkül, hem itikadî hem de ahlâkî bir erdem olarak ele alınmıştır. İnanç boyutunda tevekkül, kulun kader, rızık ve hayatın tüm alanlarında Allah'ın takdirine gönülden rıza göstermesidir. Ahlâkî düzlemde ise tevekkül, kişinin içsel huzurunu, Allah'a olan güveni doğrultusunda şekillendirmesini ifade eder.

Tasavvuf kaynaklarında tevekkül, bir makam ve "hâl" olarak nitelendirilmiştir. Bu anlayış sadece bir bilgi ve inanç olmaktan ziyade inanan kimsenin kendisini en yüce ve güvenilir makam olan yaratıcıyı kendisine vekil kılmasıdır.[90] Vekil, en güvenilir kişidir. Tevekkül, yakîn makamlarının en üstünü ve velilerin hallerinin en faziletlisidir. İbn Arabî (ö. 638/1240), tevekkülün, bâtınî bir iş olduğunu, "Allah'a güvenmek" anlamına geldiğini söylemiş ve bir kimsenin, biriktirdiği mala güvenmesinin ise, tevekkül ile çelişkili olduğunu belirtmiştir.[91]

Mutasavvıflara göre tevekkül, kulun Allah'ın takdirine gönül huzuruyla rıza göstermesi anlamına gelir. Zira Allah, mahlûkâtı yaratmadan önce onların rızıklarını da takdir etmiştir. Bu sebeple Allah, kulundan yarının amelini bugünden talep etmediği gibi, gerçek mânada mütevekkil olan kimse de yarının rızkını bugünden talep etmez.[92] Bu bakış açısına göre açlıktan ölen kimselerin durumu, rızıklarının kesilmesinden değil, ecel vakitlerinin gelmiş olmasındandır. Nitekim aşırı yemekten dolayı ölen insanlar da

---

[87] Zafer Erginli, *Metinlerle Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, Kalem Yayınevi, İstanbul, 2006, s. 1100.
[88] İbn Manẓūr, *Lisânü'l-ʿArab*, c. XV, s. 273, md. "وكل" ; Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît: Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi*, c. V, s. 4818 (md. "وكل" → التوكُّل).
[89] İlgili ayetler için bkz. Muhammed Fuâd Abdülbâkî, *el-Muʿcemü'l-müfehres*, "vkl" md., Dâru'l-Hadîs, Kahire, 1987, s. 929-930.
[90] Kadir Özköse, "Erzurumlu İbrahim Hakkı'nın Tevekkül, Teslim ve Tefvîz Anlayışı", *Bütün Yönleriyle Erzurumlu İbrahim Hakkı Hazretleri Sempozyumu Bildiriler* (16-18 Kasım 2011), Erzurum, Atatürk Üniversitesi, 2012, s. 355.
[91] Muhyiddîn İbnü'l-Arabî, *Fütûhât-ı Mekkiyye*. Çev. Ekrem Demirli, Litera Yayıncılık, İstanbul, 2006, c. VII, s. 265.
[92] Ebû Tâlib el-Mekkî: *Kûtu'l-kulûb*, çev. Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2004, c. III, s. 39.

bulunmaktadır. Dolayısıyla mutasavvıflar, insanın ölümünü bedensel gıdanın varlığı veya yokluğuyla değil, ecelin tahakkuku ile ilişkilendirmektedir. Erzurumlu İbrâhîm Hakkı (ö. 1194/1780) tevekkül ile alakalı olarak, rızkı üstlenmenin Allah'a ait bir ilahî taahhüt olduğunu, bu sebeple kulun rızık endişesi taşımaksızın kulluk vazifesini yerine getirmeye yönelmesi gerektiğini vurgular.[93] Klasik sûfîlere göre tevekül, diğer kalbî erdemlerle (zühd, sabır, kanaat, ihlâs) birlikte ele alınmıştır. Zira bu makamlar bir bütün olarak insanın nefsini tezkiye etmesine ve Hakk'a yaklaşmasına aracılık eder.

Tasavvufî bağlamda tevekkül, sebeplere titizlikle sarılmayı terk etmeyen; ancak neticeyi Allah'a havale ederek güven ve teslimiyetle yürümeyi öğreten bir anlayış olarak, tasavvufî yardımlaşma geleneğinde hem motivasyon hem de yönetişim düzeyinde yapıcı bir çerçeve sunar. Tevekkül, "sonuç üzerinde mutlak kontrol" iddiasını terk ederek riya ve gösterişten kaçınan, onur korumalı ve adil bir yardım üslubunu besler; agresif bağış toplama, aniden ve plansız büyüme gibi kontrolsüz refleksler yerine ihsan ve güven temelli bağ kurmayı, başarının ise sadece sayısal getirilerle değil niyetin sahihliği ve süreçlerin doğruluğuyla ölçülmesini telkin eder.

1.12. Zekât

Zekât "زکی", her şeyin saf ve temiz olan kısmına denir; arınmışlık anlamındadır. Zekât kelimesi aslen *fa'ale* veznindedir ve "*sadaka"* kelimesiyle aynı kalıptandır; temizlik, artış ve bereket anlamına gelir; sonradan mal için kullanılmaya başlanmıştır.[94] Terim olarak, "kişinin malından belirlenmiş miktarı çıkarıp ihtiyaç sahiplerine vermesidir; bu, malını temizlemek için ayrılan paydır. Kul hakkında, "malının zekâtını verdi" denildiğinde, onun malını temizlediği kastedilir Zekât, "artma ve arınma" demektir. "Mâl zekâye kavuştu" ifadesi, malın artması ve bereketlenmesi anlamına gelir. "Zekât" kelimesi, malı temizlediği ve bereketlendirdiği için bu adla anılmıştır.[95] Sözlükte ise "artma, arıtma; övgü ve bereket" mânalarına gelen zekât, terim olarak Kur'an'da belirtilen sınıflara sarfedilmek üzere dinen zengin sayılan müslümanların malından alınan belli payı ifade eder. Örfte bu payın maldan çıkarılması işlemine de zekât denilir. Sadaka kelimesi de terim olarak zekâtla eş anlamlıdır.[96]

---

[93] Erzurumlu İbrahim Hakkı, *Mârifetnâme*, çev. M. Faruk Meyan, Bedir Yayınevi, İstanbul, 1999, s. 712–713.
[94] Mütercim Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kāmûsi'l-Muhît (Kāmûs Tercümesi*), c. VI, s. 5786.
[95] İbn Manzûr, *Lisânü'l-ʿArab*, "زکی" md., Beyrut: Dâr Sâdır, ts., c. 14, s. 358.
[96] Mehmet Erkal, "Zekât", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2013, c. XLIV, s. 197.

Zekât, İslam düşüncesinde yalnızca bir mali ibadet değil, ahlâkî, iktisadî ve manevî boyutlarıyla toplumsal yapının denge unsurudur. Tasavvufî açıdan zekât, malın arınması kadar, insanın nefsinin tezkiyesini de ifade eder. Bu bağlamda zekât, sûfîlerin dilinde yalnızca "vermek" değil, verenin nefsinden bir şeyi temizlemesi anlamında yorumlanmıştır. Ayrıca zekât yalnızca fakiri gözetmek değil, Müslümanı bencillikten temizleyen ve onu "Allah'ın malını emanet olarak taşıyan bir halife" bilincine yükselten bir ibadettir. Bu bilinçle mümin, malını fakire tevazu ile ulaştırır ve böylece İslam toplumunun sosyal yapısı sağlamlaşır.[97] Sufîlere göre zekât; "verenin kalbinde gizli duran cimrilik ateşini söndüren bir ahlâk terbiyesi"dir. Böylece, hem fakirin hakkı teslim edilir hem de zenginin kalbi dünyevî bağımlılıklardan arındırılabilir. Bu anlamda zekât, kalbin tezkiyesi ile malın tasfiyesinin birleştiği bir ibadettir. Diğer taraftan infak, sehâ (cömertlik) ve îsâr (kendinden önce başkasını tercih etme) kavramları, zekâtın derin anlam katmanlarını oluşturur.

Bu ibadetin en derin anlamlarından biri, insanı cimrilik hastalığından koruyan bir arınma vesilesi oluşudur. Cimrilikten korunmak, malı yerinde ve hikmetle infâk etmeyi bir alışkanlık hâline getirmekle mümkündür. Kişi, bir şeye olan sevgisini ancak ondan ayrılmakla, yani ona olan bağımlılığını fiilen kesmekle yenebilir. Bu bakımdan zekât, sadece ekonomik bir paylaşım değil, kalpteki mal sevgisinden arınma sürecidir. Yani bu ibadet aynı zamanda "temizlik" demektir; zira insanı, tehlikeli olan buhl (cimrilik) kirinden temizler. Zekâtla yapılan bu arınma, sadece dışsal bir vermeden ibaret değildir; infâkın ruhunda yer alan sevinç, huzur ve gönül ferahlığı, sahibinin mânevî temizliğinin derecesine işaret etmektedir.[98]

Zekâtın bir diğer anlamı ise nimete şükürdür. Çünkü Allah Teâlâ'nın insana baheşettiği nimetlerden bedeni olanlara şükrü ibadetler ile malî olanlara şükrü ise maddî cinstendir. Aksine geliştirilen bir tutum, hem nimete karşı nankörlük hem de toplumsal adaletin ruhuna aykırı gelmek manasını çağrıştırır. Bu sebeple zekât, hem malın bereketini artıran bir temizlik, hem de nimet sahibine yönelen bir şükür eylemidir. Bu yönüyle zekât, tasavvufî anlamda bir "tezkiye" sürecidir; insanın kalbini mal sevgisinden temizlemektedir. Zekâtın bu çok katmanlı anlamı, maddî kaynakların dolaşımını gönüllülük ve hizmet ilkesiyle bütünleştirerek kadim bir paylaşım ahlâkını modern bir sosyal kurumsallaşmaya dönüştürmektedir. Böylece zekât, hem bireysel ihsan bilincinin hem de toplumsal dayanışmanın sürdürülebilir kurumsal ilkesi olarak günümüzde yeniden anlam kazanmaktadır.

---

[97] Elmalılı Muhammed Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili*, c. I, s. 310–316.
[98] Gazâlî, *İhyâu 'Ulûmi'd-Dîn*, c. I, s. 593.

1.13. Zühd

Zühd, "زهد" kökünden gelen Arapça bir mastar olup sözlükte "bir şeye rağbet etmemek, ona karşı ilgisiz kalmak, ondan yüz çevirmek"[99] gibi anlamlara gelir. Bu terk ediş, söz konusu şeyi küçümseme, günah sayma ya da değersiz ve geçici görme tutumuyla bağlantılıdır. Kur'ân'da dünyaya aldanmama, geçici olana bağlanmama ve ahiret hayatını tercih etme vurgusunu öne çıkaran ayetler, zühd kavramının temel dayanaklarını oluşturur. Nitekim "Dünya hayatı bir oyun ve eğlenceden ibarettir; elbette ahiret yurdu daha hayırlıdır" meâlindeki ayet, zühdün bu dünyayı merkeze almayan bakış açısını ortaya koyar.[100] Tasavvufî ıstılah olarak ise zühd, "dünyadan yüz çevirmek, nefsi mâsivâya olan meyil ve sevgiden alıkoymak; hırslı, ihtiraslı, çıkarcı, menfaatperest, bencil, tûl-i emel sahîbi, muhteris olmamak, günaha, harama, insanı Hak'tan uzaklaştırmaya vesile olacak her şeye rağbetsizliktir."[101]

Zühdü, "dünyayı terk ve kimin eline geçerse geçsin ona aldırmamak", şeklinde tarif eden mutasavvıflar bu anlayışı "elde bulunmayan şeyin, gönülde de bulunmamasıdır" ifadesiyle temellendirir ve böylece zühdün yalnızca fiilî bir terk değil, aynı zamanda kalbin dünyevî arzu ve bağlardan arındırılması anlamına geldiğini vurgularlar.[102] Klasik zühd anlayışının temel unsurlarını ise; hüzün ve korku hâli, açlık, susuzluk ve uykusuzluk gibi bedene yönelik ağır riyâzetlerle nefsi terbiye, seyahatler, dünyadan el çekerek ondan bir şey almaktan kaçınma ve bunu zühde aykırı görme, yalnızlık ve insanlardan uzlet, sürekli fakr hâlinde yaşama, cehennem korkusu ile cennet arzusunu diri tutma ve ibadetlerde süreklilik gibi tavırlar etrafında şekillendirirler.

Zühdün tasavvufî bir ıstılah olarak teşekkülü, onu temsil eden belirgin bir şahsiyet tipini de belirginleştirmiş; böylece "*zâhid*" kavramı erken dönem tasavvuf düşüncesinde görünür hâle gelmiştir. Bu çerçevede klasik anlamda zâhid; söz konusu zühd anlayışının uygulamalarını hayatının merkezîne yerleştiren, bu yolu bir usûl olarak benimseyen, çoğu zaman teorik tartışmalardan ziyade fiilî yaşantıya ağırlık veren ve daha çok pratik yönüyle öne çıkan bir eylem insanı olarak nitelendirilmiştir.[103]

---

[99] Semih Ceyhan, "Zühd", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* TDV İslâm Araştırmaları Merkezî, 2013, c. XLIV, s. 530-531.
[100] En'âm, 6/32.
[101] Âsım Efendi, *Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi el-Okyânûsu'l-Basît*, c. II, s. 1446 (md. "الزُّهد/الزَّهَادة").
[102] Ebü'l-Kāsım Abdülkerîm b. Hevâzin el-Kuşeyrî, *Tasavvuf İlmine Dair: Kuşeyrî Risalesi*, haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016, s. 209.
[103] Ali b. Osman Cüllâbî el-Hücvîrî, *Keşfu'l-Mahcûb: Hakikat Bilgisi*, haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2010, s. 152.

Bu tarihî ve kavramsal arka plan dikkate alındığında tasavvufî anlayışta dünyaya karşı zühd ile tavsiye edilen tutum; kulun takvâ ile yaşaması ve dinî vecibelerini yerine getirmek için dünyevi ve mecburi olmayan eğilimlerini terk etmesidir. Bu gelenek esas olarak müride, dünya ile kurması gereken alakayı Hz. Peygamber'in (sav) yaşantısını referans göstererek öğretmeyi amaçlar. Çünkü sâlikin din ve dünya hayatını düzenlemesi konusunda kıstaslara ihtiyacı vardır. Ondan dengeyi sağlayabilmesi ve aşırılıktan kaçınarak Allah ile olan yakınlığının artırması beklenmektedir. İlk bakışta çelişkili gibi görünen bu iki tavrı mutasavvıflar şöyle açıklamışlardır: Zühdün asıl gayesi, dünyayı elde bulundurmamak değil, onu kalbe sokmamaktır; yani dünyevî ve maddî şeyleri elden değil gönülden çıkarmaktır. Mutasavvıflara göre dünya, ne kumaş, ne kadın ne de paradır; dünya, insanı Allah'tan alıkoyan şeydir. [104] Dolayısıyla Allah'ı bilen kişi, kendisini O'ndan uzaklaştıracak her şeye karşı zâhid olmalıdır.

Netice olarak zühd, İslam düşüncesinde dünyevî arzulardan uzak durmayı, geçici olanla değil, kalıcı olana yönelmeyi ifade eden bir duruştur. Kalbin dünyaya değil Hakk'a yöneltilmesini sağlayan temel manevî makamdır. Zühd, sadece tasavvufî gelenekte zâhidlerin meselesi değil; modern insanın anlam arayışı**,** tüketim krizi ve ruhsal doyumsuzluğu karşısında bugün üzerinde durulması gereken bir kavramdır. Bu anlayış, dünyaya aşırı bağlılıktan uzak durmayı, maddî kazanımları amaç değil araç olarak görmeyi ve ahlâkî dengeyi korumayı öğreten bir ilke olarak, yardımlaşma geleneğinin teminatı niteliğindedir.

2. Tasavvuf ve Fütüvvette Yardımlaşmanın Temel Prensipleri

Bu başlık altında, tasavvuf ve fütüvvet geleneğinde yardımlaşma anlayışını şekillendiren dokuz temel prensip sistematik ve analitik bir çerçeve içerisinde ele alınacaktır. Yardımlaşma davranışının İslam tasavvufunda hangi ilke ve esaslar çerçevesinde şekillendiği, hangi usûl ve ölçülere bağlı olarak temellendirildiği incelenecek; söz konusu prensipler hem bireysel manevî terbiye sürecine katkıları hem de tasavvufî yardımlaşmanın kurumsal yapılar hâlinde teşekkülündeki belirleyici rolleri bakımından değerlendirilecektir.

[104] Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, *Mesnevî*, çev. Veled İzbudak, Millî Eğitim Basımevi, İstanbul, 1953, c. I, s. 79.

2.1. Tasavvufta Mülkiyetten Arınıp Hürriyete Ulaşmak: "Sahip Olmamak ve Sahip Olunmamak" Prensibi

Tasavvuf, yalnızca zâhirî ibadetlere odaklanan bir din anlayışını aşarak insanın iç dünyasında köklü bir dönüşümü hedefler. Bu dönüşümün en temel hedeflerinden biri, gerçek hürriyete (hürriyet-i hakîkîyye) ulaşmaktır. Tasavvufî hürriyet, dünyaya, nefse, mala ve mahlûkata kalben bağlı olmaktan kurtulup sadece Allah'a kul olmayı ifade eder. İnsanın yaratılış amacına uygun bir hayat sürmesini, dünyaya ait arzulardan arınarak Allah'a yönelmesini hedefler. Yine tasavvuf, hakikatlere bağlanıp insanların sahip olduğu nimetlere göz dikmemektir. Aynı zamanda hiçbir şeye sahip olmayıp hiçbir şey tarafından da sahip olunmamak, bütün bağlardan kurtulup Allah ile olmak şeklinde tanımlanmıştır.[105]

İktisadî boyutuyla ele alındığında da tasavvufun, "insanın hiçbir şeye mâlik olmaması, hiçbir şeyin de insana mâlik olmaması", "hakikatlere yönelmek ve insanların elindekilere göz dikmemek", "varlık sırrına erme gayreti" ve "dünyanın süs ve aldatıcılığından yüz çevirmek" gibi ilkeleri benimsediği görülür. Bu ilkeler, tasavvufî terminolojide fakr kavramıyla yakından ilişkilidir. Nitekim fakr, insanın kendine ait müstakil bir varlık ve kudret vehmetmeyerek her şeyi Allah'a nispet etmesi; böylece benlik iddiasını aşarak kulluk bilincini tahkim etmesi anlamına gelir. Bu yönüyle fakr, tevhid menzillerinin ilk basamağı olarak kabul edilir ve söz konusu ilkelerin arka planında yer alan temel temaya, yani varlık ve tasarruf iddiasından arınma düşüncesine işaret eder.[106] Bu anlayış doğrultusunda "sahip olmamak" (milkîyeti reddetmek) ve "sahip olunmamak" (başkasının boyunduruğuna girmemek) tutumunu benimseyen iki temelli ahlâkî ve manevî bir prensip ortaya çıkar.[107]

Bu prensip, sûfînin dünya ile olan ilişkisinde bağımlılığı ve bağlanmayı terk etmesini ifade eder. Aksi takdirde insanın mal, mülk, şöhret, makam gibi dünyevî nesnelere karşı sahip olma tutkusuna meyletmesi, gönlünü Allah'tan başka şeylere bağlamasına yol açabilir. Tasavvufun amacı ise, insanı tüm bu geçici varlıklardan özgürleştirerek sadece Allah'a kul hâline getirmektir.[108] İbn Atâullah el-İskenderî (ö. 709/1309*) el-Hikemü'l Atâiyye* adlı eserinde bu ilke hakkında şöyle der: "Allah'tan

[105] Ebü'l-Kāsım Abdülkerîm b. Hevâzin el-Kuşeyrî, *Tasavvuf İlmine Dair: Kuşeyrî Risalesi,* haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016, s. 299.
[106] Ebu Nasr Serrâc Tûsî, el-Lümaʿ, *İslam Tasavvufu*, çev. H. Kâmil Yılmaz, Erkam Yayınları, İstanbul, 2016, s. 45-48.
[107] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü,* s. 131.
[108] Abdülkerîm el-Kuşeyrî, Kuşeyrî Risalesi, s. 300.

başkasına ümit bağlayan, ona kul olur; Allah'tan başka kimseye muhtaç olmayı kalbinde hissetme; yoksa seni sahiplenirler."[109]

İbn Atâullah'a göre insanın kalbinde Allah'tan başkasına yönelme arzusu varsa, kişi mutlaka onun esiri olur. Dolayısıyla gerçek özgürlük, sadece Allah'a tam tevekkül ve tam teslimiyetle mümkündür. Yani hürriyet, tevekkül ve teslimiyet ile sağlanır. Kalpte Allah'tan başka bir beklenti, bir ümit veya bir korku taşıyan kimse hür değildir. Gerçek kul, sadece Allah'a güvenen ve O'ndan bekleyen kişidir. Tasavvuf bir sûfnin zâhiren mal sahîbi olmasına karşı değildir ancak gönlünde onlara karşı bir bağ kurmasını sakıncalı görür.[110] Bu anlayış, dünya ile zahîren meşgul olurken kalben hür kalmayı öğretir.

Tasavvufî terbiyede yer alan bu ilkenin "sahip olunmamak" yönü ise insanın başka insanların menfaat ilişkilerine, övgüsüne veya idaresine bağlı kalmamasını ifade eder. Bir sûfî yalnızca Allah'a kul olur. Bu anlayışa göre gerçek sahiplik, Allah'a aittir ve insanın sahip olduğunu zannettiği hiçbir şey üzerinde hakikî bir mülkiyeti yoktur. Aynı şekilde, insanın dünyevî varlıklara kalbî bağlılık duyması, onun ruhsal özgürlüğünü ortadan kaldırır. Tasavvufta özgürlük, dışsal (siyasi, bedensel) özgürlükten daha çok iç özgürlük anlamına gelir. Bu ilkeye göre bir mürid, yalnızca Allah'a bağlı kalmalı, dünyevî bağlardan özgür olmalıdır. Bu iki yönlü prensibin amacı, müridi gerçek tevhîde ulaştırmaktır. Çünkü gerçek kulluk, insanın dünya ve içindekiler karşısında tam bir özgürlük ve bağımsızlık kazanmasıyla mümkün olur.[111]

Tasavvuf, insanın iç dünyasında niyet ve bağlılık düzeyinde, dış dünyasında ise tercih ve davranış düzeyinde yönelişini Allah merkezli kılmayı hedefler. Bu nedenle "sahip olmamak ve sahip olunmamak" prensibi, malın bizzat varlığını değil, insan üzerinde kurduğu hâkimiyeti problemleştirir. Esas olan, kişinin elinde bir imkânın bulunması ya da bulunmaması değil; bu imkânın kalbe yerleşerek iradeyi yönlendiren bir bağa dönüşmemesidir. Nitekim bir hadis-i şerifte dünyanın Allah katındaki değerinin son derece küçük olduğu anlatılır. "Öyle ki, eğer bu dünya bir sivrisineğin kanadı kadar olsaydı, Allah kâfire ondan bir yudum su dahî nasip etmezdi"[112] ifadesi ile betimlenir.

Tasavvufî yardım geleneğinde "sahip olmamak ve sahip olunmamak" ilkesi, niyetin ve yönelişin eksenini Allah rızasında sabitleyen temel dayanaklardan biri olarak

---

[109] İbn Atâullah el-İskenderî, *el-Hikemü'l-Atâiyye,* s. 59.
[110] H. Kâmil Yılmaz, *Anahtarlarıyla Tasavvuf ve Tarikatlar*, Ensar Neşriyat, İstanbul, 2011, s. 115-116.
[111] Louis Massignon, *Hallâc: Tasavvufun Büyük Şehidi*, çev. Mehmet Dağ, İnsan Yayınları, İstanbul, 1996, s. 75-77.
[112] Tirmizî, Muhammed b. Îsâ, *Sünen*, İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992, Tirmizi, Zühd, 13; Hakim Tirmizî, *Nevâdiru'l-Usûl fi Marifeti Ehâdisi'r-Resûl, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye*, Beyrut, 1992.

işlev görür. Zira bu ilke, yardım faaliyetini dışsal beklentilerden (itibar, karşılık görme, görünürlük, minnet üretme) ve bağımlılık ilişkilerinden (kişiye, gruba, maddî imkâna veya güce yaslanma) arındırmayı hedefler. Böylece yardımlaşma, sosyal onay arayışının ya da güç devşirme pratiklerinin bir uzantısı olmaktan çıkar; ihlâsı koruyan, emanet bilinciyle sürdürülen bir kulluk biçimine dönüşür.

Bu yaklaşım aynı zamanda kurumların ve aktörlerin özgün ve özgür hareket edebilmesinin ahlâkî-manevî zeminini güçlendirir. Dışsal sebeplerin yönlendiriciliğini sınırladığı için, yardımın ölçeği, yönü ve biçimi "kim ne der?" veya "kim destekler?" gibi bağımlılık üretici kaygılarla değil; ihtiyaç, adalet ve hikmet ölçütleriyle belirlenir. Bu bakımdan söz konusu ilke, tasavvufî yardımlaşma geleneğinde hem niyetin safiyetini koruyan bir iç disiplin, hem de dışsal baskılara karşı kurumsal istikameti muhafaza etmeyi mümkün kılan güçlü bir motivasyon kaynağıdır.

2.2. "Bir Lokma Bir Hırka" Prensibi: Manevî Yeterlilikten Kurumsal Sürdürülebilirliğe

Lokma, İslamî düşünce ve özellikle tasavvufî gelenekte, yalnızca bedenin devamını sağlayan biyolojik bir ihtiyaç olarak değil; insanın bâtınî inşasını etkileyen, ahlâk ve mâneviyatla iç içe geçmiş çok katmanlı bir kavram olarak ele alınmıştır. Bu perspektifte yeme fiili, salt fizikî bir tüketim edimi olmaktan çıkar; insanın varlık mertebeleri arasındaki irtibatı görünür kılan bir "geçiş eşiği"ne dönüşür. Zira lokmanın mahiyeti ve kaynağı, kalbin safiyeti, nefsin terbiyesi ve iradenin istikameti üzerinde belirleyici bir iz bırakır. Bu nedenle lokma, nebatî nefisten hayvanî nefse ve oradan nefs-i nâtıkaya uzanan bir etki hattı içerisinde değerlendirilmiştir. Bu çerçevede lokma, fizik ile metafizik arasında köprü vazifesi gören; beden üzerinden ruhu, davranış üzerinden niyeti şekillendiren temel bir tema olarak temayüz eder.[113]

Lokma kavramı genel İslamî kültürde yaygın bir kullanım alanına sahip olmakla birlikte, tasavvufî terminolojide özellikle "helâl lokma" vurgusu üzerinden derinleşmiş; tekke kültüründe sofra adabı ve hizmet anlayışıyla bağlantılı biçimde daha belirgin bir yer edinmiştir. Tasavvufî terbiyede yenen her lokma insanı Allah'ın celâl ve rahmetini idrake sevk ettiği kabul edildiğinden, tekke mensupları bu eylemi ilâhî huzura yaklaşmanın ve rahmete erişmenin bir vesilesi olarak değerlendirmiştir. Yani tekkelerde yemek yerine kullanılan bir tabir olan "lokma", sadece dünyevî lezzetle sınırlı olmayan

[113] Gökhan Gündüzöz, *Derviş Lokması*, Ketebe Yayınları, İstanbul, 2023, s. 292.

bir gıda olup, iki mutfağı bulunan ve "Mevlânâ matbahı" da denilen, dervişlerin yetiştirildiği mutfaklarda pişirilen özel bir yemeğin de adı olmuştur.[114]

"Bir lokma bir hırka" ifadesi, tasavvufî terminolojide "lokma" temsili üzerinden şekillenen; dünyaya bağı asgarî düzeye indirmeyi, azla yetinmeyi ve kalbî bağımsızlığı korumayı hedefleyen bir hayat tarzını ve ahlâkî yönelişi dile getiren yerleşik bir söylem olarak değerlendirilir. Bu anlayışta bir lokma, sadece yaşamı idame ettirecek kadar az yemeyi; bir hırka ise sadece temel ihtiyaç kadar sade bir giyimi sembolize eder. Bu söz, sûfî hayatının temel ilkelerinden olan zühd ve kanaat kavramlarının bir yansımasıdır. Çeşitli kaynak ve anlatımlarda "dervişe bir lokma bir hırka yeter" veya "geçim için bir lokma, bir hırka kâfî" gibi farklı kullanımlarla da dile getirilebilir.[115]

Bu ilkenin kaynağı, tasavvuf âdâbında Hz. Peygamber'in (s.a.v.) ahlâkının örnek alınmasıyla teşekkül eden nebevî ölçülülük anlayışına dayandırılır. Nitekim rivayetlerde, insanın aslî ihtiyaçlarının "belini doğrultacak birkaç lokma, vücudunu soğuk ve sıcaktan koruyacak bir hırka ve başını sokacak bir ev olmak üzere üç temel unsurla sınırlandığı vurgulanır.[116] "Bir lokma bir hırka" formülü, bu çerçeveyi özlü bir söyleme dönüştürerek, hayatı zorlaştırmayı değil; ihtiyaçları asgarî ölçüde tutup dünyevî fazlalıkların insan üzerindeki belirleyiciliğini azaltmayı hedefler. Bu nebevî model, evde mevcut olanla yetinme, nimet seçiciliğinden kaçınma ve zaman zaman açlıkla sınanmayı göğüsleme gibi pratikler üzerinden tekke kültüründe içselleştirilmiş; böylece dervişin az yeme disiplini, ruhu köreltmeden hakikate yönelişi kolaylaştıran bir terbiyeye dönüşmüştür.

Söz konusu ilkenin işaret ettiği anlam, pasif bir kanaatkarlıkla emek ve gayreti değersizleştirmek değildir; bilakis dünyevî ihtirası sınırlamak, benmerkezci yönelimleri zayıflatmak ve kalbî bağımsızlığı korumak amacıyla dile getirilen bir telkindir. Bu ilkenin işlevselliğinden murad edilen husus, "bir lokma bir hırka" söyleminin dervişi maddî yoksunluğa değil, tasavvufî anlamda fakr bilincine yöneltmesidir. Nitekim fakr, kişinin kendinde müstakil bir varlık ve mülkiyet tasavvuru kurmayarak her şeyin Allah'a dayandığını idrak etmesi; bu çerçevede benliğe atfedilen mevhum varlık iddiasını çözerek ondan sıyrılması anlamına gelir. Dolayısıyla burada söz konusu olan yoksulluk, ekonomik bir eksilmeden ziyade manevî bir arınma hâlidir; varlık

[114] Safi Arpaguş, *Mevlevilikte Manevî Eğitim*, İFAV Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2015, s. 282.
[115] Abdülbaki Gölpınarlı, *Tasavvuftan Dilimize Geçen Deyimler ve Atasözleri*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2017.
[116] Veliyyüddîn Muhammed b. Abdullah el-Hatîb et-Tebrîzî, *Mişkâtü'l-Mesâbîh,* thk. Muhammed Nâsıruddîn el-Elbânî, 2. Fasıl (Riyad: el-Mektebetü'l-İslâmiyye, ts.), s. 1432; Ahmed b. Hanbel. Müsned,V.81

iddiasından geçip benliği Allah'a nispetle "yokluk" şuuruna taşıyan bir iç dönüşümü ifade eder.[117]

Tasavvuf ehline göre, dünyevî mallara, gösterişe ve aşırı tüketime bağlanmadan; sadece zaruri ihtiyaçlarla yetinmek, kalbin Allah sevgisine tam anlamıyla yönelmesine vesile olur. Bu anlayış, bir anlamda insanın maddî dünyanın cazibesinden korunmasını ve ruhun özgürlüğünü ifade eder. Sûfî, mala ve makama kalben bağlanmadan, nefsinin arzularını sınırlayarak, sadece Allah'a yönelmeye çalışır. Bu nedenle bir lokma bir hırka yaşamı, hem riyazet hem de tevekkül göstergesidir.

Sonuç olarak "bir lokma bir hırka" anlayışı, dünyadan bütünüyle el çekmeyi ya da çalışmayı terk etmeyi değil; ihtiyaçları ölçülü bir seviyede tutarak insanı hırs, tüketim baskısı ve mal sevgisinin doğurduğu manevî yıpranmadan korumayı hedefleyen bir ahlâkî disiplindir. Îsâr ve infakın var olduğu bir toplumsal zeminde bu disiplin, paylaşma iradesini güçlendirerek sosyal adaletin sevgi ve merhamet ikliminde gerçekleşmesine katkı sağlar.[118] Nitekim hakiki sûfîler, helâl kazancı ve emeği önemsemiş; ancak bu kazanımı kalbî bir bağa dönüştürmemeye özen göstermişlerdir. Bu sebeple söz konusu ifade, zamanla bazı çevrelerde pasiflik ve tembellik şeklinde yorumlanmış olsa da, tasavvufî bağlamda asıl anlamı, çalışmayı dışlamayan fakat kalbi dünyaya bağımlı kılmayan ölçülülük ve iç özgürlük ilkesini temsil etmektir.[119]

2.3. Tasavvufî İnsan Merkezli Yardımlaşma Modelinin Kurumsal Tezahürü: "İnsanı Yaşat ki Devlet Yaşasın" Prensibi

Tasavvufî düşünce, insanı yalnızca cismanî ihtiyaçlarla sınırlı bir varlık olarak değil; Allah'ın yeryüzündeki halifesi ve "eşref-i mahlûkat" olarak değerlendirir. Kur'ân-ı Kerîm'de "Andolsun ki biz Âdemoğlunu şerefli kıldık…"[120] buyurulması da bu değerin temel referanslarından biridir. Tasavvuf ehline göre insan, ilâhî nefha ile anlam kazanan bir ruh taşır ve mânevî tekâmül imkânı bakımından Allah'a yakınlığa elverişli bir potansiyele sahiptir. Bu bakış açısından "insanı yaşatmak", sadece bedeni ayakta tutmak değil; insanın hem bedenî hem de ruhî ihtiyaçlarını koruyup geliştirecek şartları temin ederek onun kemâle ve Allah'a yakınlığa yönelişini desteklemek anlamına gelir.

---

[117] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 171.
[118] Hasan Kâmil Yılmaz, "*Bir Lokma Bir Hırka",* Altınoluk Dergisi, Mart 1999, S. 157, s. 5. https://hasanKâmil yilmaz.com/bir-lokma-bir-hirka.html.
[119]Ahmet Yaşar Ocak, *İslâm, Tasavvuf ve Tarikatlar (Sosyal Tarih Perspektifinden Bir Bakış),* Türkiye Günlüğü, s. 87-98; Bkz. Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı toplumunda tasavvuf ve sufiler: kaynaklar, doktrin, ayin ve erkân, tarikatlar, edebiyat, mimari, güzel sanatlar, modernizm*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2005.
[120] İsrâ, 17/70.

Nitekim bu yaklaşım, toplumsal düzenin sürdürülebilirliğini insan onurunu ve refahını merkeze alarak temellendiren "*İnsanı yaşat ki devlet yaşasın*" ilkesinin fikrî zeminini de açıklar. Bu ilkenin söz konusu ifade ile yaygın biçimde anılması ise Osmanlı siyaset-ahlâk geleneğinde Şeyh Edebâlî'nin (ö. 726/1326) Osman Gazi'ye nispet edilen nasihatleriyle ilişkilendirilir."[121]

Şeyh Edebâlî'nin sözünde insan, kâinatın ve toplumun merkezîne yerleştirilir. İnsan, varoluşun en değerli unsuru olarak görülür. Devlet, insanın huzuru ve onuru için araç konumunda bulunmaktadır. Bu anlayışa göre devlet, birey için vardır; birey ihmal edilirse, devletin bekâsı da tehlikeye düşer. Bu anlayış adeta tasavvufî insan sevgisinin ve adalet bilincinin dünyevî bir yansımasıdır. Temelleri ise doğrudan İslam siyaset düşüncesi ve İslam ahlâk felsefesi içinden tezahür etmiştir. Özellikle adalet**,** emanet**,** halkın refahı gibi temel İslamî ilkelerin devlet yönetimine yansıması olarak nitelendirilebilir. Bu ilkeye göre devletin meşruiyeti ve bekâsı, insan hayatını koruma ve yüceltme ile doğrudan ilişkilendirilmiştir.[122]

Dünya–âhiret bütünlüğünü esas alan bu yaklaşımda İslamî yönetim, ilme, barışa ve adalete öncelik veren özgün ve evrensel bir sistem tasavvuru olarak ele alınır. Bu çerçevede dünya ile âhiret arasında keskin bir düalizm kurulmaz; inanç ve değerlerin hayatın tüm alanlarına yansıtılması hedeflenir. Dolayısıyla İslamî yönetim, başlı başına bir amaç değil, söz konusu değerleri gerçekleştirmeye hizmet eden bir araç olarak konumlandırılır.

Tasavvufî bağlamda söz konusu ilkenin temelleri ve dayanakları, yalnızca siyasî-idarî ihtiyaçların ürettiği pratik bir söylem olarak değil; Kur'ân ve Sünnet'in insan onuru, adalet ve merhamet merkezli vurgularıyla beslenen geniş bir ilmî ve irfânî birikimin neticesi olarak şekillenmiştir. Mâverdî (ö. 450/1058) *el-Ahkâmü's-Sultâniyye*[123] adlı eserinde devletin amacının insan hayatını, dinini ve onurunu korumak olduğunu vurgular devletin temelinin bireyin saadeti olduğunu söyler. Bu yaklaşım, Osmanlı siyaset düşüncesinde insan merkezli adalet anlayışının kurucu öncüllerinden biri olarak okunmuş; "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın" formülasyonu da zamanla bu zihniyetin özlü bir ifadesi hâline gelmiştir.

"İnsanı yaşat ki devlet yaşasın" anlayışı, müminlerin inançlarının tabiî bir sonucu olarak ortaya çıkan yardımlaşma davranışını icra ederken, kullanılan vasıta ne

[121] Mehmet Önder, *Şeyh Edebâlî ve Osman Gazi'ye Nasihatı*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1988, s. 13-17.
[122] Halil İnalcık, *Osmanlı'da Devlet, Adalet ve İnsan*, Eren Yayıncılık, İstanbul, 2000, s. 10-15.
[123] Mâverdî, *el-Ahkâmü's-Sultâniyye*, çev. Ahmet Ağırakça, Beyan Yayınları, İstanbul, 1994, s. 13-18.

olursa olsun—ister devlet yönetimi, ister kurumsal yapılar, ister meslekî pratikler—merkeze alınması gereken asli hedefin "insan" olduğunu sürekli hatırlatan kurucu bir düstur niteliği taşır. Bu bakımdan söz konusu ilke, yardımın biçim ve araçlarını ikincil kılar; insan onurunu korumayı, ihtiyaç sahibini gözetmeyi ve toplumsal adaleti tahkim etmeyi ise temel amaç olarak konumlandırır. Böylece yardımlaşma, yalnızca belirli dönemlerde ortaya çıkan bir sosyal refleks değil; değer temelli bir sorumluluk bilinciyle süreklilik kazanan bir ahlâkî yöneliş hâline gelir.

2.4. Emanet Ekonomisi: İsraf ve Tasarruf Ekseninde "Sermayeyi Allah İçin Mahlûkatın Hizmetine Yöneltmek" Prensibi

Tasavvufî anlamda sermaye, yalnızca ekonomik kaynaklar veya maddî birikim olarak değil; insanın sahip olduğu bütün nimetlerin—zaman, bilgi, sağlık, yetenek ve mal—ilâhî bir emanet olduğu inancıyla değerlendirilir. Yani sermaye insanın Allah'a yaklaşmasında kullandığı tüm vesilelerin toplamıdır. Onu kıymetli yapan, miktarı değil; niyet, yöneliş ve işlevidir. Gerçek sermaye, dışsal olan değil, kalpte biriken değerlerdir: tevazu, sabır, marifet, takva gibi. Bu yönüyle, sermaye bir "kazanç"tan çok, kişinin kendini gerçekleştirme ve kemale erme yolundaki donanımıdır.[124]

Sermayenin maddî yönünü temsil eden, emanet ve sorumluluk ekseninde değerlendirilmesi gereken mal ve servet, hem bir nimet hem de imtihan aracıdır**.** İslam'a göre sahip olunan her nimetin hesabı vardır. Bu nedenle mal, dervişin gözünde ne kötü ne iyi; niyet ve kullanım amacına göre şekillenen bir araçtır. Asıl mesele, servetin kalpte mi yoksa elde mi olduğudur. Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî (ö. 672/1273) bu ayrımı veciz şekilde şöyle ifade eder: "Mal, su gibidir. Gemi onun üstünde durursa selamette olur ama içine girerse batırır."[125] Bu mecazda olduğu gibi, servet dışsallaştığında fayda; içselleştiğinde felâket doğurur. Servet, sûfî terminolojide "benlik" yaratmaya başladığında tehlikeli, ama infâk ve hizmetin aracı olduğunda faydalı kabul edilir. Bu doğrultuda "mülkün kölesi" değil, "mülkün emanetçisi" olunmalıdır.

Bu emanet bilincinin somut ölçütleri ise, servetin hangi sınırlar içinde kullanılacağını belirleyen israf ve tasarruf kavramlarında açığa çıkar. Bu bağlamda israf, sözlükte, "haddi aşma, hata, cehalet, gaflet"[126] anlamına gelen sadece ölçüsüz harcama değil, insana verilen kaynakların gayesine uygun olmayan şekilde tüketilmesi yönüyle

[124] İbn Atâullah el-İskenderî, *el-Hikemü'l-Atâiyye,* .112.
[125] Mevlânâ Celâleddîn Rûmî, *Mesnevî,* c. I, s. 79.
[126] Rağıb el-İsfahanî, Ebu'l-Kasım Hüseyin b. Muhammed, *Müfredâtü Elfâzı'l-Kur'ân,* ed-Dâru'ş-Şâmiyye, Beyrut, 1992, s. 407.

tanımlanmıştır. Başka bir ifadeyle israf, miktarla sınırlı bir problem olmayıp, nimeti amaç dışı kullanma ve onu şükürden koparan bir savrulma hâlini de ifade eder. Buna karşılık tasarruf, tasavvuf geleneğinde kanaatle irtibatlı olmakla birlikte ondan farklı bir muhtevaya sahiptir; yalnız "azla yetinmek" değil, her türlü nimeti hikmet, ölçü ve sorumluluk bilinciyle yerli yerine koymak anlamına gelir. Bu yaklaşımda tasarruf, nimeti değersizleştiren bir çekilme biçimi değil; nimetin hak sahibini gözeten, israfı önleyen ve aynı zamanda infak ve hizmete alan açan bilinçli bir yönetim tarzıdır.

Bu kavramsal çerçeve, tasavvuf kaynaklarında sufîlerin ifadeleriyle: "Bir kimse malını Allah'ın rızasına uygun biçimde kullanmıyorsa, o mal ona hayır değil, yük olur"[127] şeklinde vurgulanmıştır. Nitekim bu yaklaşım Kur'ân'da "Yiyin, için fakat israf etmeyin; çünkü Allah israf edenleri sevmez" [128] ayetiyle normatif bir zemine kavuşturularak, tüketim ve tasarrufta ölçülülüğün dinî bir ilke olduğu ortaya konmuştur. Aksi takdirde mülk biriktikçe benlik büyür, bu da insanı Allah'tan uzaklaştırır.[129] Dolayısıyla gerçek tasarruf, kalbin eşyaya bağımlılıktan azat edilmesi ve sermayenin Allah rızası doğrultusunda mahlûkatın hizmetine yönlendirilmesiyle anlam kazanır.

Emanet ekonomisinin israf ve tasarruf ekseninde formüle ettiği "sermayeyi Allah için mahlûkatın hizmetine yöneltmek" prensibi, tasavvufî yardım geleneğinin hem niyetini hem de kurumsal işleyişini belirleyen temel bir ölçü sunar. Bu yaklaşımda mal, şahsî kudret ve itibar üretmenin değil; emanet bilinciyle yönetilerek infak, hizmet ve adaletin tahkim edilmesinin vasıtasıdır. Böylece tasarruf, yalnız tüketimi azaltan pragmatik bir tutum olmaktan çıkar; kaynakların hikmetle dağıtıldığı, ihtiyaç sahibinin gözetildiği ve yardımlaşmanın süreklilik kazandığı bir ahlâkî disipline dönüşür. Tekke, vakıf ve benzeri yapılarda görülen paylaşım pratikleri de bu ilkenin kurumsal tezahürü olarak, sermayeyi benliği büyüten bir birikim alanından çıkarıp toplumsal merhamet ve adaletin dolaşıma girdiği bir hizmet zeminine taşır; nihayetinde yardım, araçların değişebildiği fakat gayenin insan ve Allah rızası olarak sabit kaldığı bütüncül bir sorumluluk anlayışıyla kurumsallaşır.

[127] Gazâlî, *İhyâu Ulûmi'd-Dîn*, c. III, s. 186.
[128] A'râf Suresi, 7/31.
[129] Mustafa Kara, *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2018, s. 220.

2.5. "Gözü Tok Gönlü Geniş Olmak" Prensibi: Tasavvufî Kanaat ve Cömertlik Ahlâkının Kurumsal Yansımaları

Tasavvuf geleneğinde "*gözü tok, gönlü geniş olmak*" ilkesi, birden çok temel kavramın kesiştiği merkezî bir ahlâkî çerçeveyi ifade eder. Bu prensibin arka planı; zühd, kanaat, fakr, infâk, cömertlik (cûd) ve tevazu gibi tasavvufî terimlerle örülen çok katmanlı bir anlam bütünlüğü içinde şekillenir. Kavramsal manada "gözü tok olmak", dünyaya ve mala karşı mesafeyi korumayı ve hırstan arınmayı; "gönlü geniş olmak" ise paylaşma iradesini, merhameti ve kalbî derinliği temsil eder. Dolayısıyla bu ilke, zühd ile dünyaya bağlanmama tutumunu, kanaat ile yetinmeyi, fakr ile Allah'tan başka hiçbir şeye bağımlı olmama bilincini, infâk ve cûd ile paylaşmayı ve tevazu ile benlik iddiasını sınırlamayı aynı ahlâkî bütünlük içinde bir araya getiren yüksek bir tasavvufî şahsiyet hâli olarak anlaşılmalıdır.

Tasavvufî anlayışta bu iki erdem birbirinden bağımsız düşünülmemelidir. Çünkü "gözü tok olmak" tek başına içe dönük bir zühde, "gönlü geniş olmak" tek başına riyaya sebep olabilecek açık bir görünüme dönüşebilir. Ancak bu iki meziyet bir araya geldiğinde ihsan ve içtenlik dengesi oluşur. Böylece bu düstûr, sûfînin hem nefsine karşı disiplinli hem de mahlûkata karşı şefkatli olmasını sağlar.[130] Nitekim sûfîlerin temel vasıfları zikredilirken "paylaşmak onun kemâlidir"[131] ve "hakikî sûfî, kimseye yük olmayan, elindekini saklamayan ve nefsine sahip olandır"[132] şeklindeki ifadeler, tasavvufî ahlâkın beklediği erdemleri açık ve normatif bir çerçeveye dönüştürür. Bu bakımdan söz konusu ilke, nefis terbiyesini sosyal sorumlulukla bütünleştiren; paylaşmayı bir fazilet olmanın ötesinde, kemâlin ve sahih dindarlığın ölçütlerinden biri olarak konumlandırmıştır.

Tasavvuf geleneğinde yer alan "gözü tok, gönlü geniş olma" ilkesi, sadece bireysel bir fazilet değil, aynı zamanda yöneticiler ve toplum önderleri için de temel bir sorumluluk alanıdır. Bu anlayışın erken örneklerinden biri, Yusuf Has Hâcib'in XI yüzyılda kaleme aldığı *Kutadgu Bilig* adlı siyasetnâme türündeki eserinde görülmektedir. Yazar, hükümdar tipi üzerinden ahlâkî karakterde bu prensibi şöyle tarif eder:

---

[130] İbn Atâullah el-İskenderî, *el-Hikem el-Atâiyye*, s. 143.
[131] Sühreverdî, *Avarifü'l-Maârif*, çev. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2004, s. 115.
[132] Sühreverdî, *Avarifü'l-Maârif*, s. 114–116.

"*Bilgili, akıllı, halka muamelesi iyi, cömert, gözü tok ve gönlü zengin olmalı" (Beyit:1964).*[133]

Bu beyitte yer alan "gözü tok ve gönlü zengin" ifadesi, tasavvufî erdemlerin tarihsel süreç içerisinde siyasî ahlâkla nasıl iç içe geçtiğinin göstergesidir. Gözü tokluk, mala tamah etmemek; gönül zenginliği ise cömertlik, affedicilik ve şefkatle ilişkilidir. Bu tanım, hem sûfî dervişe hem de adil hükümdara atfedilen nitelikleri müşterek bir ahlâkî ölçüde toplar. Dolayısıyla bu ilkeler yalnızca bireysel kemâl açısından değil, toplumsal adalet ve yönetsel meşruiyet açısından da vazgeçilmez sayılır. Tasavvufî ahlâkın Osmanlı ve Türk-İslam kültüründe toplumsal hayatla bütünleşik bir biçimde teşekkül etmesi, bu tür kavramların zamanla deyimleşerek günlük dile yerleşmesine zemin hazırlamıştır. Çeşitli kaynak ve metinlerde yer alan bu prensipler, Mevlânâ, Yunus Emre gibi sûfîlerin güçlü temsil ve irşad etkisi sayesinde yalnızca bir söz kalıbı olarak değil; "ahlâklı insan" idealini özetleyen, toplumsal hafızada yer etmiş bir ölçüt ve sembol hâline gelmiştir.

Bu kapsamda tasavvufî edebin düsturlarından "gözü tok, gönlü geniş olmak" ilkesi, insanın mala, makama ve menfaate yönelik bağımlılıklarından kurtularak içsel zenginliğe ve rıza hâline ulaşmasını ifade eder. Gözü tokluk, kanaat ve tevekkülün; gönül genişliği ise cömertlik, ihsan ve hizmet bilincinin tezahürüdür. Bu iki meziyetin birlikte taşınması, yardımlaşmanın karşılık beklentisinden arınarak ihlâs, adalet ve merhamet ekseninde icra edilmesine zemin hazırlar. Bu sayede sâlik yalnızca bireysel isteklerle kısıtlanmış bir bakıştan, etrafındakilere fayda sağlayan, toplumsal gelişimi destekleyen bir perspektife yönlenir.

2.6. Tasavvufî Yardımlaşma Modelinde Hizmet Ahlâkının Metafiziği: "Halka Hizmet Hakka Hizmet" Prensibi

"*Hizmet*" (خِدْمَة), Arapça خدم kökünden türeyen bir masdar/isim olup sözlükte; hizmet etme, çalışma, iş görme, vazife/görev üstlenme, birine destek olma ve birinin işini üstlenerek ona bedenî yardımda bulunma anlamlarına gelir. Ayrıca ihtiyar, kimsesiz ve çocukların göremeyeceği işleri bizzat görme; toplum yararına çalışma; karşılık beklemeksizin destek olma; isteyerek ya da görev icabı vazîfe alma manalarına gelmektedir." Türkçede de "hizmet", Arapça'daki kullanım manasıyla aynıdır.[134]

[133] Yusuf Has Hâcib, *Kutadgu Bilig*, haz. Reşit Rahmeti Arat, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 2009, s. 196.
[134] Ferit Devellioğlu, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, "Hidmet" ve "Hizmet" md., s. 368, 375.

Genel manası ile hizmeti; yapılan bedenî yardımlar olarak ifade etmek mümkün olduğu gibi[135] Asr-ı Saâdetteki kardeşlik ve hizmet anlayışının sosyal hayata fiilî yansıması şeklinde târif etmek de mümkündür. Yâni tasavvufî düşüncede hizmet, halkın, fakîrlerin, kimsesizlerin, misâfirlerin, yolcuların, hastaların ve yardıma herkesin hizmetinde bulunmak, diğergâm ve fedâkar bir ruh ile derdlerini paylaşmaktır. Çünkü Allah Teâlâ kullarına sayısız nîmetler sunduğu için insanlardan hizmet etmelerini beklemektedir. Bu kadar nîmet içerisinde olan insanın bencil davranarak hizmet etmemesi, yaratılış gâyesini algılayamamış olmasıyla alâkalıdır. Dolayısıyla tasavvufî düşüncede hizmet mürşide, mürîdlere, insanlara ve bütün mahlûkâta karşı gösterilmesi gereken fiilî muâmelelerdir.[136]

Hizmet, sadece bir erdem adı değil, ahlâkî ideallerin toplumsal alana tercüme edildiği pratik bir kategoridir ve bu niteliğiyle tasavvufî yardımlaşma geleneğinin ana eksenlerinden birini oluşturur. Bu kavramın önem kazanmasında, hadis-i şeriflerde hizmetin mahiyetine dair güçlü teşviklerin yer alması ve insanlara fayda sağlamanın dinî faziletin bir göstergesi olarak vurgulanması belirleyicidir. Nitekim: "İnsanların en hayırlısı, insanlara faydalı olandır" [137] , "Sadakanın en faziletlisi Allah yolunda hizmettir" [138] veya bir müm'minin işini görmek için gösterilen çabanın Mescid-i Nebî'de oturup bir ay itikâfa girmekten daha sevimli olduğu[139] mealindeki hadis-i şeriflerde olduğu gibi pek çok rivayette farklı usûllerde tavsiye edilmiştir.

Hizmet esasen sûfîlerin ve fakîrlerin maddî ihtiyaçlarını karşılamak üzere yapılan çalışmalardır. Ancak hizmet, Hakk'ın kullarına yine O'nun rızâsını gözeterek yapılır. Bu davranışın temelinde önce Rabbın rızâsı, sonra insanlara duyulan şefkat, merhamet ve sevgi vardır.[140] Hizmet, sûfî literatüründe "hâdim" (hizmet eden) kavramı etrafında şekillenmiştir. İnsanın kendi varlığını ve benlik iddiasını unutarak başkalarının

[135] Abdurrahman Câmî, *Nefehâtü'l-üns*, terc. ve şerh Lâmî Çelebi, haz. Süleyman Uludağ – Mustafa Kara, Marifet Yayınları, İstanbul, 1995, s. 36.
[136] Adem Erkul, *Gazzâlî ve Öncesi Dönemde Tasavvufta Hizmet*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlahiyat Anabilim Dalı, Tasavvuf Bilim Dalı, İstanbul, 2010.
[137] Celaleddin Abdurrahman b. Ebî Bekr es-Suyutî, *el-Câmius'-Sağîr fî Ehâdîsi'l-Beşîr en-Nezîr*, Daru'l-Kütübü'lİlmiyye, Beyrut, 1981, s. 444.
[138] Mehmet Görmez, Mehmet Emin Özafşar, İsmail Hakkı Ünal, Yavuz Ünal, Bünyamin Erul vd. (Akademik Heyet), *Hadislerle İslâm: Hadislerin Hadislerle Yorumu*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2013, c. II, s. 495; HM22826 İbn Hanbel, V, 285.
[139] Taberânî, *el-Kebîr*, nr. 1 3646; İbn Ebi'd-Dünya, *Kazâu'l-Hâce*, nr. 36; Kaynak: Taberânî, *Muʿcemü'l-Kebîr*, 12/453; İbn Ebî'd-Dünyâ, *Kadâʾu'l-Havâic*; hadis numarası: 1926; Taberânî, Süleyman b. Ahmed. *el-Muʿcemu's-Sağîr*. thk. Muhammed Şeklâvî. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-İlmiyye, ts., h. no: 861.
[140]Ebû Hafs Şehâbeddîn Ömer Sühreverdî, *Gerçek Tasavvuf (Avârîfü'l-Maʿârif)*, çev. ve tahrîç Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2014, s. 130.

ihtiyaçlarını öncelemesi, hizmet anlayışının özünü oluşturur.[141] Bu yönüyle hizmet, tasavvufî seyr ü sülûk içerisinde hem bir sınav hem de bir terbiye vasıtasıdır.

Tasavvufî gelenekte hizmet, müridin nefsini arındırmak, benlik duygusunu kırmak ve toplumsal faydaya yönelmek için başvurduğu en temel uygulamalardan biridir. Söz konusu davranış bu çerçevede sadece başkalarına yardım etmek anlamında değil, aynı zamanda Allah'a kulluğun bir yansıması, nefis terbiyesinin bir vasıtası ve mürşide teslimiyetin bir göstergesi olarak görülmüştür.[142] Hizmet aynı zamanda tasavvufî eğitimin bir parçası sayılmıştır. Nitekim dergâha yeni gelen ve henüz mübtedî sayılan derviş, hizmete yönlendirilir. Öncelikle ihvâna, ardından şeyhine hizmetle insanları sevmeyi; nefsinin direncini yenmeyi öğrenir. Nihâyet şeyh olan zât dahi "Hâdimü'l-fukarâ" ünvânı ile taltif edilir ki bu da "dervişlerin hizmetkarı" demektir.[143] Yani tasavvufî edepte hizmet, kişi her ne hâl ve makam üzere olursa olsun, övgünün yegâne kaynaklarından biridir.

Bununla birlikte, tasavvuf geleneğinde hizmet ile himmet arasında daima sıkı bir bağ kurulmuştur. Himmete ve manevî yardıma nail olmanın ön şartı olarak hizmet öne çıkarılmıştır. Bu terbiyede şeyhinden himmet talep eden müridine şeyhi, "Baba himmet" sözüne karşılık olarak "Evlâd hizmet" diyerek mukabele etmiştir. Bu telakki, Kur'ân'ın yardım anlayışıyla da anlamlı bir paralellik taşır. "Siz Allah'a, yani O'nun dinine yardım ederseniz, O da size yardım eder" [144] meâlindeki âyet ile ilâhî yardımın kulun yönelişi, gayreti ve fedakarlığıyla irtibatlı bir muamele olduğu bildirilir.

Mutasavvıflar, eserlerinde hizmet ahlâkını tasavvufî terbiyenin vazgeçilmez unsurlarından biri olarak ele almış; hizmetin yalnızca tavsiye edilen bir davranış değil, müridin manevî tekâmülünü görünür kılan sürekli bir pratik olduğunu vurgulamışlardır. Zira hizmetin tanımında, başkalarının ihtiyaçlarını gözetmek ve bu ihtiyaçların giderilmesi için fiilî sorumluluk üstlenmek esası bulunmaktadır. Bu yönüyle hizmet, tasavvufî terbiyede hem nefsin terbiyesini sağlayan bir eğitim yöntemi hem de ahlâkî ideallerin toplumsal hayatta somutlaştığı temel bir uygulama alanı olarak konumlanır.[145]

Hizmeti hayatının merkezîne yerleştiren sûfîlerden Ebü'l-Hasan el-Harakânî (ö. 425/1033), tasavvufî yönelişini üç temel vasıf üzerinden tanımlar: Allah'ı sevmek,

---

[141] Süleyman Uludağ, "Hâdim", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1997, c. XV, s. 23-24.
[142] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, "Hizmet" md., s. 171.
[143] Hasan Kâmil Yılmaz, "*Hizmet ve Himmet*", Altınoluk Dergisi, yıl 2002, S. 200 (Ekim 2002), s. 006; https://hasanKâmil yilmaz.com/hizmet-ve-himmet.html.
[144] Muhammed, 47/7.
[145] H. Kâmil Yılmaz, *Tasavvufî Bakış*, Erkam Yayınları, İstanbul, 2003, s. 167.

Resûlünü sevmek ve Allah'ın kullarına hizmet etmek. Bu sıralamada dikkat çeken husus, İslam'ın temel referanslarıyla irtibatlı iki ana kaynağın (Allah ve Resûl sevgisi) hemen ardından hizmetin zikredilmesidir. Bu tercih, Harakânî'nin nazarında hizmetin tali bir erdem değil; kurucu bir davranış alanı olarak konumlandığını göstermektedir. Bu perspektif, hadis literatüründe yer alan teşviklerle de güçlü biçimde desteklenir. Nitekim "Kim bir müminin dünya sıkıntılarından birini giderirse, Allah da onun kıyamet günündeki sıkıntılarından birini giderir. Kim mümin kardeşinin ayıbını örterse, Allah da onun dünya ve âhirette ayıplarını örter. Bir kul, din kardeşinin yardımında bulunduğu sürece Allah da onun yardımında olur" [146] meâlindeki hadis, hizmetin yalnızca insana dönük bir iyilik olmadığını; ilâhî karşılığı bulunan bir ahlâkî sorumluluk alanı olduğunu ortaya koyar.

Köstendilli Şeyh Ali Efendi (ö. 997/1588) ise hizmeti dinin ayrılmaz bir parçası olarak görmüş ve müminlerin anne-babasına, üstad ve mürşidine, hatta mânevî mi'râcını tamamlayıncaya kadar da Rabbine hizmetle; sonra da Allah için halkın hizmeti ile mükellef olduğunu belirtmiştir. O, Peygamberlerin ümmetlerine, şeyhlerin de Allah kapısındaki dervişlere bu şekilde hizmet ettiklerini ifade etmiştir. Ayrıca manen kemâle ermeden yapılan hizmetlerin kâmil olmayacağını, sülûkun tamamlanması için ise cömertlik ve hizmetin birlikte bulunması gerektiğini vurgulamıştır.[147]

Günümüzde de hizmet kavramı, eğitim, sosyal yardım, kültürel faaliyetler ve çevre bilinci gibi alanlarda dinamik bir şekilde varlığını sürdürmektedir. Bu güncel görünümler, tasavvufun çağlara ve şartlara göre kendini yenileyen canlı yapısının bir göstergesidir. Söz konusu yenilenmenin pratik ve toplumsal düzlemde en belirgin tezahürlerinden biri ise tasavvufî ahlâkın toplumsal boyutu güçlü ilkelerinden biri olan *'halka hizmet Hakk'a hizmettir'* anlayışıdır. Bu prensip, bireyin manevî olgunluğunun yalnızca kendi nefsiyle sınırlı kalmaması; topluma yönelmesi ve Allah'ın kullarına yönelik sorumluluk bilinciyle hareket etmesi gerektiğini ifade eder. Sûfîlere göre hizmet, karşılık beklemeden yapılır çünkü amaç Allah'ın rızasını kazanmaktır. Bu yönüyle hizmet, nefsi terbiye eden bir araçtır; kibir ve benlik duygusunu törpüler.

"Halka hizmet Hakk'a hizmettir" düstûru, tasavvufun yalnızca bireysel kemâli hedeflemediğini aynı zamanda insanı toplumun hayrına yönlendiren aktif bir manevîyat anlayışı sunduğunu gösterir. Bu ilke, sûfî irfanın sosyal sorumluluk boyutunu inşa eden

[146] Ebû Dâvud, Edeb, 60; Tirmizî, Hudûd, 3; Birr, 19; Mehmet Görmez vd., *Hadislerle İslâm: Hadislerin Hadislerle Yorumu*, c. III, s. 351.
[147] Köstendilli Ali Halvetî, *Bir Osmanlı Şeyhinin Dilinden Tasavvuf*, haz. Semih Ceyhan, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016, s. 88.

en güçlü mekanizmalardandır. Allah'ın insana vermiş olduğu bedenin korunması ve hayır işlerinde sarf edilmesi, İslam'ın bir emridir. Bu nedenle tasavvufî edepte, insanın bedeniyle hizmet etmesi gerekir. Hatta bu anlayışı bâzı sûfîler, farz hükmünde değerlendirmişlerdir. Nitekim Ebû Hüseyin b. Cehdam Hemedânî (ö.414/1023), hizmetin farz olduğunu açıkça belirtmiştir.[148] Mutasavvıflardan kimine göre ise hizmet zekât ibâdetine benzetilmiştir. Nasıl zekâtın aslı ve hakîkati malın cinsinden verilmek üzere vazîfeyse, sûfîler insana verilen beden sağlığının da zekâtının hizmet cinsinden verilmesini tavsiye etmişlerdir. Şükrünü eda etmek açısından organların zekâtının insanın bedeniyle hizmet etmesi olduğunu telakki etmişlerdir.[149]

Nihayetinde İslam'ın hedeflediği ideal hayat biçimi Allah'ın emirlerine tâzim, mahlûkâta şefkat ve hizmet esasına dayanmaktadır. Bununla beraber Hakk'a vâsıl olmak insanın nihâî gâyesidir. Tasavvufî düşünceye göre hizmet, halktan Hakk'a vâsıl olma yollarından birisidir. Yani insanlara ve topluma dair yapılan her hizmet, Allah için gerçekleştirilmiş sayılır; nitekim "halka hizmet Hakk'a hizmettir" ifadesi de bu gerçeği yansıtır.[150] Sâlikin sahip olduğu imkânları, emeğini ve vaktini halkın yararına tahsis etmesi, hizmet ahlâkının somut karşılığını oluşturur.[151] Bu amaçla İslam'ın hizmet ve yardımlaşma anlayışı, tarih boyunca sosyal hayatın farklı alanlarında kurumsal yapılara dönüşmüş; özellikle tekkeler, zâviyeler, vakıflar ve çeşitli hayır kurumları, halkın ihtiyaçlarını karşılamaya dönük faaliyetler üstlenmiştir. Hatta halka hizmet, tasavvufî kurumların varlık sebebi hâline gelmiş; Osmanlı ve Selçuklu'da vakıf geleneği ile kurumsallaşmıştır.[152]

2.7 Kulluğun Eylemde Tecellisi: "Eli Karda, Gönlü Yâr'da Olmak" Prensibi

Tasavvuf, insanın manevî gelişimini önceleyen bir disiplin olmakla birlikte, dünyadan tümüyle el etek çekmeyi öngören bir anlayış değildir. Bunun en sembolik ifadelerinden biri "*eli karda, gönlü Yâr'da olmak*" prensibidir. Bu ilke Nakşibendîliğin Hz. Ebû Bekir (r.a.) silsilesine dayandırılan ve özellikle Hâcegân yolu olarak bilinen bir meşrep üzerinden gelişmiş "*halvet der encümen*" düstûru ile doğrudan bağlantılıdır.

[148] Abdurrahman Câmî, *Nefehâtü'l-Üns*, terc. ve şerh Lâmiî Çelebi, haz. Süleyman Uludağ ve Mustafa Kara, M.Ü. İlâhiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 1995, s. 417.
[149] Mehmet Demirci, "İbadetlerin İç Anlamı", *Tasavvuf İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, Nisan 2000, S. 3, s. 2.
[150] Tasavvuf ehlince çokça kullanılan "halka hizmet, Hakk'a hizmettir" sözünün ilk zâhidlerden olan Amr b. Utbe (ö. 22/643)'ye ait olduğu belirtilir. Bkz. Mustafa Bilgin, "Amr b. Utbe", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1991, c.III, s.94.
[151] Mustafa Kara, "*Halka Hizmet Hakk'a Hizmet"*, Diyanet Aylık Dergisi, Haziran 2008, S. 210, s. 4-5.
[152] Mustafa Kara, *Türk Tasavvuf Tarihi Araştırmaları*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2004, s. 119–125.

Halvet der encümen insanın manevî gelişimini toplum içinde var olarak geliştirmesini ifade eden bir tasavvuf terbiyesidir. Nakşibendîyye yolunun esaslarından olan bu ilkeye göre, insanın elini işten tamamen çekerek inzivâya yönelmesi yerine kalbinde Allah sevgisi ile işinin başında olması gerekmektedir. Bu anlayış "el karda gönül Yâr'da" deyimiyle de ifade edilmekte ve Bahâeddîn Nakşibend (ö. 791/1389) tarafından şöyle özetlenmektedir: "Bizim yolumuz halvet içinde cemiyet, cemiyet içinde halvettir."[153]

Bu düstûr, klasik tasavvuf terbiyesinde yaygın olan, tenha bir yere çekilme ve yalnız ibadet etme biçimindeki halvetten farklıdır. Çünkü Nakşibendîler, çalışmayı, topluma hizmeti ve sosyal yaşamın içinde aktif kalmayı terk etmeksizin, gönüllerini sürekli Allah'a bağlamayı esas alırlar. Hatta bu hususta "ticaret ile meşgul olmak, evliyâullahın bir kolunun neş'esidir, zevkidir, tercihidir" denilmiştir.[154] Geleneksel anlamda halvet, ruhu terbiye etmek için dünyadan bedenen ve zihnen uzaklaşmak demektir. Fakat Nakşibendîlik bu anlayışı bütünüyle terk etmeden; "zâhiren halk ile bâtınen Hak ile" ilkesi doğrultusunda insanın toplumun içinde kalarak da halvet hâlini sürdürebileceğini kabul eder. Bu yüzden modern araştırmacılar, bu tutumu pasif inzivaya karşı "aktif mistisizm" örneği olarak değerlendirir.[155]

Bu iki yönlü prensip İslam'ın toplum içindeki sorumlulukları ile bireysel manevî arayışı birleştirir. Dünya işlerini yürütürken kalben Allah'a bağlı kalmanın tasavvufî hayatın merkezînde yer aldığını gösterir. Bu deyim, dış dünyada çalışkan, üretken ve aktif "eli işte/ eli karda*"* olmayı buna karşın kalben daima Allah ile meşgul olmayı, gönlü Yâr'da olmayı ifade eder. Yani Müslüman, dünya hayatının gerektirdiği sorumlulukları yerine getirirken ruhen Allah'la bağını koparmaz. Böylece dünya-ahîret dengesi korunmuş olur. *İhyâu Ulûmi'd-Dîn* adlı eserinde İmam Gazâlî, söz konusu dengeyi: "Kul, bedenini dünya işlerine sarf ederken kalbini Allah'a bağlamalıdır" şeklinde ifade etmiştir.[156] Gazâlî, insanın kazanç ve geçim sağlama faaliyetlerinde bulunmasının *farz-ı kifâye* olduğuna işaret ederken, bu faaliyetlerin Allah'a bağlılık niyetiyle yapılması gerektiğini belirtir. Bu söylem adeta "eli karda, gönlü Yâr'da olmak" ilkesinin simgesel bir ifadesi niteliğindedir.

---

[153] Ali b. Hüseyin es-Safî, Reşehât-ı Aynü'l-Hayât, çev. Muhyî-i Gülşenî, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 2014, s. 36–37; Tolga Keskin, "*Halvet Der-Encümen ve Melâmet Kavramlarının Fütüvvet ve Ahîlik Teşkilatlarında Ekonomik Zihniyet ve Uygulamalara Etkisi*", Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi, S.104, Kış-Aralık 2022, ss. 349-373, s. 349.

[154] Mahmud Es'ad Coşan, "*İmâm-ı Âzam ve Tasavvuf*", Tarihî ve Tasavvufî Şahsiyetler, ed. Necdet Yılmaz, Server İletişim, İstanbul, 2011, s. 60-61.

[155] Annemarie Schimmel, *Mystical Dimensions of Islam*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1975, s. 345-350.

[156] Gazâlî, *İhyâu Ulûmi'd-Dîn*, c. II, s. 103.

Bahsedilen ilkenin mahiyeti gereği, "el karda, gönül Yâr'da" yaklaşımı dolaylı biçimde tasavvufî iktisadın da temel konularından biri hâline gelmiştir. Bu nedenle tasavvufî iktisat anlayışında da aynı prensibe bağlılık devam etmiş; müridler "çalışmak ibadettir" telakkisiyle toplumsal üretime katılırken kalbî irtibatlarını muhafaza etmeyi hedeflemişlerdir. Hatta daha geniş alanlara da sirayet eden bu anlayış kurumsal yapılarda da görünürlük kazanmıştır. Özellikle Ahîlik sisteminde daha belirgin bir şekilde kurumsallaşmış; çalışma ahlâkı, helâl kazanç ve meslekî disiplin tasavvufî terbiye ile iç içe yürütülmüştür. Ahîlerin zanaatkarlığı sadece ekonomik bir faaliyet olarak değil, aynı zamanda ahlâkî ve manevî bir eğitim alanı olarak gördüğü; helâl kazancı ibadet hükmünde değerlendirdiği; sanatkarın çalışırken zahiren işinin başında, bâtınen ise Allah'a bağlı kalması gerektiğini esas aldığı bilinmektedir.[157]

Bu düstûrun toplumsal ve iktisadî hayattaki yansımalarının yanı sıra, daha farklı bir düzlemde tezahürü de dikkat çekicidir. Zira söz konusu ilke, tasavvufun "zühd" anlayışı ile dünyevî meşguliyet arasındaki dengeyi kurmaya imkân sağlamaktadır. Tasavvuf, zâhirî dünyayı bütünüyle terk etmeyi değil; dünya ile alakada kalben bağlanmamayı, yani sahip olduklarını amaç değil araç olarak konumlandırmayı öğütler. Bu noktada belirleyici olan ince ayrım, kişinin dışsal eylemlilik düzeyinde dünyaya dair sorumluluklarını sürdürürken içsel yönelişini Allah'a tahsis edebilmesidir.

Ayrıca bu yaklaşım, İslam'ın toplumsal sorumluluk anlayışıyla da uyumludur. Zira birey, ailevi ve toplumsal yükümlülüklerini yerine getirirken aynı zamanda manevî gelişimini devam ettirebilir; çalışma, üretim ve hizmet gibi alanlar niyet ve ahlâkî istikamet korunduğu ölçüde manevî terbiyenin bir parçası hâline gelebilir. Böylece hem zühdün "dünyadan kaçış" şeklinde daraltılmasını engeller hem de dünyevî meşguliyetin manevî kopuşa dönüşmeden sürdürülebileceğini gösteren bütüncül bir perspektif ortaya koyar. [158] Dolayısıyla söz konusu ilke, zühd ile dünya meşguliyeti arasındaki dengeyi kurmakla kalmaz; modern hayatın yoğunluğu içinde manevî istikameti muhafaza etmenin imkânını da temellendirir. Bu nedenle günümüzde manevî merkezlilikle aktif toplumsal katılımı birleştiren yaşam modelleri, bu düstûru yeniden yorumlayarak hakikat yolcusunun en büyük sınavını "kalabalıklar içinde kendini kaybetmeden Hak ile olmak" şeklinde ifade etmiştir.[159]

---

[157] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, Türk Tarih Kurumu, Ankara, 1981, s. 67.
[158] Hafedh Zarrouk, "Ethics in Islamic Finance: A Theoretical and Methodological Reflection", *Journal of Islamic Business and Management*, 4(1), 2014, s. 78-87.
[159] İhsan Fazlıoğlu, "Kara ile Ada Çatalı: Kalabalık Erdem mi; Issız Hakikat mi?", *Teklif*, S. 1 (Ocak 2022), ss. 218–222.

2.8. Yardımda Görünmezlik Ahlâkı ve İhlas Temelli Bağış Yaklaşımı: "Sağ Elin Verdiğini Sol Elin Görmemesi" Prensibi

İslam'da infâk, sadece maddî bir paylaşım değil, ihlâsı korumayı, mahremiyete riayet etmeyi ve nefsi terbiye etmeyi de içine alan geniş bir sorumluluk alanıdır. Bu yüzden infâkın ne olduğu kadar, nasıl yapılacağı da önemlidir ve bunun ölçüleri kaynaklarda belirtilmiştir. Nitekim Kur'ân-ı Kerîm'de de yardımın gizli yapılmasının daha faziletli olduğuna işaret edilerek şöyle buyrulur: "Sadakaları açıktan vermeniz güzeldir; fakat onları gizlice verirseniz bu sizin için daha hayırlıdır…"[160] Bu âyet, sadakanın açıktan verilmesinin meşruluğunu ortadan kaldırmaz; bilakis her iki yöntemin de dinî açıdan geçerli olduğunu belirtirken, ihlâsı koruma ve riyadan sakınma bakımından gizlice vermenin daha faziletli olduğuna işaret eder. Buna binaen İslam ahlâkında yardımın değerini belirleyen unsur, yalnızca verilen şeyin miktarı değil, onu kuşatan niyet ve edeptir. Bu hassasiyet, ibadetin usûlüne dair ölçü koyan "sağ elin verdiğini sol elin bilmemesi"[161] meâlindeki hadis-i şerifle daha da somutlaştırılmış; böylece infâkın mümkün mertebe gösterişten uzak, mahremiyet içinde ve yalnızca Allah rızası gözetilerek yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Mutsavvıflar bu usûl ile yapılan yardımı "kul ile Rabbi arasında kalan bir sır"[162] olarak yorumlamıştır. Böylece gizli sadaka hem verenin nefsini riya ve kibirden korur, hem de alanın onurunu muhafaza eder. Bu yönüyle ilke çift yönlü bir ahlâkî fonksiyon taşır.

2.9. "Sadaka-i Câriye": İyiliğin Sürdürülebilirliği ve Kurumsal Hayır Yapılarında Manevî Devamlılık

"Sadaka" kelimesi, Arapça'da doğruluk ve dürüstlük anlamına gelen "صِدْق" kökünden türetilmiş olup, İslamî kaynaklarda dinî bir terim olarak yer alır. Klasik Arap dili sözlüklerindeki kayıtlar, bu kelimenin İslam öncesi dönemde dinî bir anlam taşımadığını ortaya koymaktadır. Bu kavram mana olarak " söz, davranış ve inancın tutarlılığını" ifade eder ve bu kök aynı zamanda doğrulamak, desteklemek ve güçlendirmek anlamlarını da içerir.[163] Nitekim "sadaka"nın fıkıh ıstılahında yer alan ve örfte de yaygın kabul gören tanımı özetle, "mecburi olmayan ve sırf Allah rızası için

[160] el-Bakara 2/271.
[161] Müslim b. el-Haccâc, *Sahîh-i Müslim*, thk. Muhammed Fuâd Abdülbâkî, Beyrut: Dâr İhyâʾi't-Turâsi'l-Arabî, 1392/1972, "Kitâbü'z-Zekât", "Bâb: Fazlu ihfâ'i's-sadaka", h. no: 1034; el-Buhârî, el-Câmiʿu's-Sahîh, thk. Muhammed Züheyr b. Nâsır, Dâr Tavki'n-Necât, Beyrut, 1422/2001, "Kitâbü'z-Zekât", h. no: 1423.
[162] Gazâlî, *İhyâʾu Ulûmi'd-Dîn*, c. I, s. 595.
[163] Bkz. İbnü'l-Arabî, Ebû Bekr Muhammed b. Abdillah, *Ahkâmu'l-Kur'ân*, Beyrut, 1998, c. II, s. 521.

yapılan mütevazı bağışlar" şeklinde formüle edilmiştir.[164] Sadaka, tıpkı zekât gibi, insanın Allah'a yakınlaşmak maksadıyla malından yapmış olduğu harcamadır. Esas itibariyle gönüllü olarak yapılan harcamalardır. Farz olan harcamalara ise zekât adı verilir. Kur'an-ı Kerîm'de "sadaka" kelimesi beş ayette tekil, sekiz ayette ise çoğul formda yer almıştır.[165] Hadis kaynaklarında ise "sadaka" kavramı çok daha geniş bir kapsamda ele alınmıştır. Buna karşılık İslam hukuk terminolojisinde zamanla anlam daralmasına uğrayarak, genellikle "gönüllü bağış" şeklinde yorumlanmış ve bu yönüyle öne çıkmıştır.

Sadakanın önemli bir boyutunu, kalıcılık ve süreklilik esasına dayanan sadaka-i câriye anlayışı oluşturmaktadır. Sadaka-i câriye, İslam ahlâk sisteminde bireyin ve toplumun uzun vadeli fayda üretmesine imkân sağlayan bir iyilik biçimi olarak öne çıkar. Sözlük anlamıyla "devam eden, kesintisiz sevap kazandıran sadaka" anlamına gelen bu kavram, şu hadis-i şerife dayandırılmaktadır: *"*İnsan öldüğünde, üç şey dışında ameli kesilir: Sadaka-i câriye, fayda sağlayan ilim ve dua eden hayırlı evlat."[166] Burada bahsedilen sadaka, yalnızca anlık bir yardım değil, aynı zamanda kişinin ölümünden sonra da sevap kazandırmaya devam eden kalıcı bir ibadet türüdür. Yani mü'minin, yaşamının ardından sevap getirmeyi sürdüren hayırlı işler bütünüdür.

Sadaka-i câriye anlayışının kalıcı fayda üretme niteliği ile onu destekleyen teşvik ve yönlendirmeler, zamanla hayrın sürekliliğini güvence altına alacak hukukî ve idarî bir mekanizma ihtiyacını doğurmuş; böylece sadaka-i câriye, pratik hayatta kurumsal formlar üreterek toplumsal yapıya yerleşmiştir. Bu çerçevede cami, mektep/okul, hastane, yol ve imaret gibi kamu yararına hizmet sunan kalıcı eserlerin inşası ve devamlılığını sağlayan modeller, sadaka-i câriyenin somut uygulama alanları hâline gelmiştir. Dolayısıyla sadaka-i câriye, yalnızca "sevap kazanma" niyetiyle gerçekleştirilen bireysel bir ibadet olarak kalmamış; kalıcılık, kamu yararı ve toplumsal ihtiyaç ilkeleriyle tanımlanan bir hayır anlayışına dönüşerek kurumsallaşmıştır. Bu kurumsallaşmanın en belirgin tezahürlerinden biri ise, hayrın sürekliliğini teminat altına alan ve sosyal hizmet üretimini sistematik biçimde sürdüren vakıf müessesesidir. Nitekim vakfın tarihsel olarak teşekkülü, "kalıcı hayır" ilkesinin kurumsal bir karşılık bulma sürecinin doğal bir sonucudur.

---

[164] Bkz. Hatib, Abdülkerim, *es-Siyâsetü'l-Mâliyye fi'l-İslâm*, Beyrut, 1975, s. 199.
[165] Râğıb el-İsfehânî, Hüseyin b. Muhammed, *el-Müfredât fî Garîbi'l-Kur'ân*, y.y., ts., s. 278.
[166] Müslim, Vasiyye, 14; Tirmizî, Ahkâm, 36; Mehmet Görmez vd., *Hadislerle İslâm: Hadislerin Hadislerle Yorumu*, c. IV, s. 187–188.

Bu kapsamda vakıf, çeşitli amaçlarla kurulabilen; mülkiyeti Allah'a tahsis edilerek temlikten çıkarılan ve menfaati toplum fertlerine ait olan bir kurum olarak tanımlanmıştır. [167] Böylece vakıf sistemi, gelir ve servetin yalnızca bireylerin değil, toplumun tamamının yararına kullanılmasını hedefler. Özellikle fakîrlerin ve ihtiyaç sahiplerinin yararlandığı bu yapılar, sosyal ilişkileri pekiştiren, adaletli paylaşımı destekleyen ve refahın tabana yayılmasını amaçlayan İslamî bir yaklaşımın ürünüdür. Bunlar neticesinde Müslümanlar sadaka-i cariyeye yönelik müjdeye nail olabilmek için güçleri nispetinde hayırda yarışmış, bu çabayı hem toplumsal bir sorumluluk hem de nefs terbiyesi açısından önemli bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. [168] Osmanlı'da vakfiyelere sıkça yazılan *"*Allah rızası için*"* ifadesi, bu hayır biçiminin uhrevî bilinçle bütünleştiğinin göstergesidir.[169]

Vakıf, sadaka-i câriye anlayışının kurumsallaşmış ve günümüze kadar süreklilik kazanabilmiş en bilinen örneklerinden biri olmakla birlikte, bu anlayış yalnızca vakıf müessesesiyle sınırlandırılamaz. Zira sadaka-i câriye, "kalıcı hayır" ilkesini merkeze alan daha geniş bir çerçeveye işaret eder; bu kapsamda tekkeler, kamusal fayda üreten eserler, süreklilik arz eden hizmetler ve aynı niyetle gerçekleştirilen her tür kalıcı faaliyet bu anlayışın tezahürleri arasında değerlendirilebilir. Örneğin Mevlânâ'nın *Mesnevî*'si, İmam Gazâlî'nin *İhyâ*'sı veya Ahmed Yesevî'nin *Hikmetleri,* ilim ve irfanın birer sadaka-i câriyesi olarak görülür.[170] Hatta Ahîlikte meslek ahlâkının ve dayanışma kültürünün sürekliliği—ustanın çırağına meslek öğretmesiyle birlikte ahlâkî değerleri aktarması, üretimin helâl kazanç ve hizmet niyetiyle yürütülmesi, ihtiyaç sahiplerinin gözetilmesi—kalıcı hayır fikrinin doğrudan yansımaları olarak değerlendirilebilir. Bu yönüyle Ahîlik, sadaka-i câriyenin "süreklilik" ve "kamu yararı" boyutlarını yalnızca eser üretimi düzeyinde değil, aynı zamanda toplumsal hayatı düzenleyen etik bir sistem olarak da kurumsallaştırmıştır.

Günümüzde sadaka-i câriye, yeni formlar kazanarak yaşamaya devam etmektedir. Açık erişimli dijital bilgi platformları, sürekli eğitim bursları, sürdürülebilir yardım sistemleri ve çevre dostu yatırımlar bu kapsamda değerlendirilebilir. Kültürel

---

[167] Ömer Faruk Habergetiren, "İslâm Hukukunda Gelirin Topluma Yayılması İçin Getirilen Düzenlemeler", *Proceedings of 1st International Conference on Scientific Cooperation for The Future in the Social Sciences*, ed. Yılmaz Bayar, Uşak Üniversitesi, Uşak, 2016, s. 462-470.

[168] Ali Duman, "Sadaka", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2008, c. XXXV, s. 383.

[169] Mustafa Köktaş, *Osmanlı'da Vakıf Sistemi ve Sosyal Dayanışma*, İnsan Yayınları, İstanbul, 2001, s. 45–50.

[170] Abdülbaki Gölpınarlı, *Tasavvuf Tarihi*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 1993, s. 263–268.

mirasın korunması, eğitime yönelik uzun soluklu destekler ve sosyal sorumluluk projeleri, sadaka-i câriye anlayışının somut örneklerini oluşturmaktadır.[171]

3. Tasavvufî Yardımlaşma Kavram ve Prensiplerinin Analizi

Tasavvufî düşüncede yardımlaşma, yalnızca maddî bir paylaşım biçimi değil; nefsi arındırma, Hakk'a yönelme ve mahlûkata hizmet etme yoluyla gerçekleşen manevî bir olgunlaşma sürecidir. Yardım, sadece bir verme eylemi değil aynı zamanda "emaneti ehline ulaştırma ve Hakk'ın rızasını gözetme" bilincidir. Bu perspektiften hareketle ve tasavvuf ve fütüvvet esaslı kavram ve prensiplerden yola çıkarak, tasavvufî yardımlaşma geleneğinin günümüzde yardımlaşma davranışın üzerinde benimsenebilecek temel ilkeleri aşağıdaki özetlenmeye çalışılacaktır.

1. Manevî Gelişimle İrtibatlı Olması: Tasavvufî düşüncede hayır niyeti ile yapılan eylemler; yalnızca alanın değil verenin de kazandığı bir ibadet olarak görülür. Çünkü kişi, yardımla başkasının ihtiyacını giderirken aynı anda kendi nefsindeki cimrilik, hırs, benmerkezcilik ve üstünlük duygusuyla mücadele eder. Bu çerçevede, bağış yapan, çalışan ya da gönüllü olan her birey; hizmet ettiği ölçüde kendi içsel olgunluğunu da artırır. Kurumsal süreçler, bu manevî yönü destekleyecek biçimde tasarlanır: niyet, içsel muhasebe, tevazu ve hizmet eğitimi gibi unsurlar, yardımın sadece dışsal etkinliğini değil, manevî derinliğini de korur. Dolayısıyla tasavvufî yardımda "manevî gelişimle irtibat", yardımı bir tek yönlü verme eylemi olmaktan çıkarır**;** karşılıklı arınma, yakınlaşma ve terakki süreci hâline getirir. Bu bakış, tasavvufî yardımlaşma pratiğini güçlendirir; yardımı, hem bireyin kemâle erdiği hem de toplumun ihya edildiği çift yönlü bir manevî süreç olarak yeniden tanımlar.

2. Hakk'ın Rızasının Gözetilmesi ve Karşılık Beklenmemesi: Tasavvufî yardımlaşma anlayışının merkezînde Hakk'ın rızasını gözetmek ilkesi yer alır. Bu ilke, yapılan her yardımın, her hizmetin ve her emeğin yalnızca Allah'ın hoşnutluğunu kazanma amacıyla gerçekleştirilmesini ifade eder. Yardım, bu anlayışta dünyevî bir karşılık, toplumsal itibar veya minnet beklentisi için değil, tamamen rızâ-yı ilâhî niyetiyle yapılır. Gerçek yardım, karşılık beklemeden yapılır. Bu, hem bireysel niyetin samimiyetini hem de kurumsal güveni pekiştirir. Ayrıca yardımın manevî değerini korur ve kurumsal yapıyı riyadan, menfaat ilişkilerinden ve çıkar hesaplarından arındırır.

[171] Nizamettin Çelik, "Kur'an ve Sünnet Perspektifinden İnsanın Amel ve Eseri / Man's Deeds and Works From the Perspective of Ḳurʾān And Sunna", *Hadith 4* (Temmuz/July 2020), ss. 163-194, s.185.

3. Maddî ve Manevî Etki Uyandırması: Tasavvufî anlayışta fayda, sadece görünen ihtiyaçları karşılamakla sınırlı değildir. Maddî yardımın yanı sıra, gönül onarmak, umut aşılamak ve güven duygusunu güçlendirmek gibi birtakım manevî prensipler esastır. Zira insan, yalnız bedenî ihtiyaçlardan ibaret değildir; asıl muhtaçlık, kalbin ve ruhun ihtiyaçlarıdır. Bu çerçevede ele alınan yardımlaşma, bir yönüyle maddî bir paylaşım, diğer yönüyle ise manevî bir tesir ve iyileşme süreci olarak etki edebilir.

4. Tedricilik (Aşamalı Verme Anlayışı): Sözlükte tedrîc "bir kimseyi bir şeye aşamalı biçimde yaklaştırmak ve alıştırmak" anlamına gelmektedir.[172] Kademeli ilerleyiş veya aşamalı süreç anlamlarına gelen bu usûl; olguların adım adım ortaya koyulmasını ifade eder. Tedricilik (Aşamalı Verme Anlayışı)" ilkesi, tasavvufî yardımlaşma sisteminin insan merkezli, eğitimsel ve içsel olgunlaşmaya dayalı yapısını yansıtır. Tasavvufî gelenekte verme bir süreçtir: kısmen verme, tamamını verme ve nihayet kendini/varlığını vakfetme aşamalarını kapsar. Bu aşamalar, insanın maldan feragate, benliğini aşmaya doğru ilerleyen ruhsal olgunlaşmasını temsil eder. Bu aşamalılık, sadece bireysel manevî gelişimi değil, aynı zamanda kurumsal yardım mekanizmalarının etik ve pedagojik yapısını da belirler. Tasavvufî yardımlaşma geleneğinde, bu üç aşama şu karşılıklarıyla hayat bulur: Kısmen vermenin, düzenli küçük bağış, zaman veya gönüllü hizmet katkısı; tamamını vermenin, kaynak, gelir veya ürünün tamamını ihtiyaç sahibine yönlendirmesi katkısı; kendini/varlığını vakfetmenin, profesyonel yetkinliklerin ve emeğin kalıcı biçimde topluma sunulması katkısı. Tasavvufî anlamda tedricilik, yardımı miktar üzerinden değil, niyetin olgunlaşması üzerinden ölçülür ve işleyişte önemli bir denge sağlar.

5. Mülkiyette Emanet Bilincine Sahip Olunması: Tasavvufî düşüncede mülkiyet, hakikî anlamda sahiplik değil, emanet bilinciyle kavranır. İnsan, malın, mülkün, bedenin ve zamanın gerçek sahibi değil, yalnızca onların emanetçisidir. Sûfîler için mülkiyet, özgürlük değil, sorumluluk doğurur. Mal, mülk ve imkân, hakiki anlamda sahibine değil, Allah'a aittir. İnsan bu dünyada sadece bir emanetçidir. Bu anlayış, kişinin malı üzerinde mutlak tasarruf hakkı olmadığını, sahip olduklarını Allah'ın iradesine uygun biçimde kullanmakla yükümlü olduğunu öğretir.

6. Kanaat Esası ve Aşırı Tüketimden Kaçınılması: Sûfî ahlâkta israf, yalnızca maddî kaynakların savurganlığı değil, nimetin amacına uygun kullanılmaması anlamına da gelir. Bu yaklaşım, yardımı bir gösteriş ya da bolluk eylemi değil, ölçülü paylaşım ve

[172] Talip Türcan, "Tedrîc", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c.XL s. 265.

hikmetli tasarruf süreci olarak konumlandırır. Kanaat ise, kişiyi aşırılıklardan korur; israftan kaçınmak, kurumun sürdürülebilirliğini sağlar. Böylece yardım eylemi, hem kaynakların verimli kullanımına hem de emanetin korunmasına hizmet eder.

7. Toplumsal İdeal ve Kamu Yararının Gözetilmesi: Tasavvufî yardımlaşma, ferdin kemâlini hedeflerken toplumun bütününü de gözetir. Sûfî gelenek, iyiliği sadece kişisel bir fazilet değil, sosyal düzenin devamı ve adaletin temini için zorunlu bir unsur olarak görür. Bu düşünce sisteminde "insan"; Allah'ın yeryüzündeki halifesi olarak hem kendisinden hem de içinde yaşadığı toplumdan sorumludur. Bu ilke, bireysel hayırseverliğin ötesine geçilerek ortak iyiliğin ve kamu yararının merkeze alınmasını sağlar.

8. Gizlilik ve Onurun Korunması: Yardımın en temel edebi, alanı incitmemek ve gizliliği korumaktır. Tasavvufî yardım anlayışı gösterişe değil, tevazuya dayanır. Gerçek yardım, yalnızca mal vermek değil; muhtaç kişinin izzetini, hayâsını ve haysiyetini koruyarak yardım etmektir. Bu nedenle sûfîler, yardımı gizlemeyi bir fazilet değil, verme ahlâkının ön şartı saymışlardır. Yardımın açık yapılması, veren için riyaya; alan için minnete dönüşebilir. Oysa gizlilik, yardımı riyasız, saf ve karşılıksız bir eylem hâline getirir. Böylece yardım eylemi, dış dünyada değil, Hakk ile kul arasında gerçekleşen bir ibadet niteliği taşır. Kurumsal bağlamda "onur koruma" ilkesi, yardım alan kişiyi edilgen bir nesne değil, saygı duyulan bir özne olarak görmeyi gerektirir. Bu da hayrın sosyal etkisini derinleştirir.

9. İktisadî Faaliyetlerin Salt Dünyevî/Maddî Faaliyet Olarak Görülmemesi: Tasavvufî düşünce, dünya hayatını tümüyle terk etmeyi değil; dünya ile meşgul olurken kalben Allah'a bağlı kalmayı öğretir. Yani sûfî, ticaretle, zanaatla, üretimle, yardım organizasyonlarıyla uğraşabilir; ancak bu faaliyetlerin amacı servet biriktirmek değil, Hakk'a kulluk ve mahlûkata hizmet etmektir. Dolayısıyla ekonomik faaliyet, tasavvufî açıdan ibadetten bağımsız bir eylem değil, onun bir uzantısıdır. Sûfîler için kazanç, sadece maddî bir getiriyi değil, manevî bir sorumluluğu da ifade eder. Tasavvufî anlayışta ticaret, servet biriktirmenin değil, hizmet etmenin ve fayda üretmenin aracıdır. Bu nedenle ticaret bir amaç değil, amaçlara götüren bir vasıtadır. Sûfîler için kazanç, Allah'ın kullarına fayda sağlayacak meşru bir emek alanıdır; mal, biriktirilmek için değil, paylaşılmak ve emaneti yerine ulaştırmak için vardır. Böylece iktisadî faaliyetler, sadece malların değil, iyiliğin dolaşımını sağlayan manevî bir kazanç ağı hâline de gelir.

10. Ölçülülük (İtidal) ve Denge İlkesi: Tasavvufî düşüncede itidal, insanın nefsini aşırılıklardan arındırarak içsel ve dışsal dengeye ulaşması anlamına gelir. Bu

denge, hem kişinin iç dünyasında —duygularında, arzularında, niyetlerinde— hem de dış dünyayla ilişkilerinde —mülkiyet, tüketim, yardım ve hizmet anlayışında— bir ölçü bilinci olarak tezahür eder. Sûfîler için itidal, yalnızca bir davranış sınırı değil, manevî olgunluğun göstergesidir. Tasavvuf, yardım anlayışını bu ölçülülük ekseninde ele alır; hayır faaliyetlerinde gösterişten, aşırılıktan ve savurganlıktan uzak durmayı esas alan zarif bir denge ahlâkı önerir. Zira ifrat (aşırılık) da tefrit (eksiklik) de insanı hem ibadette hem de yardımlaşmada hikmet çizgisinden uzaklaştırır. Modern yardım sistemlerinde sıkça görülen kaynak israfı, duygusal tepkisellik veya gösterişli kampanyalar gibi sorunlar, bu itidal anlayışının eksikliğinden kaynaklanır. Tasavvufî yaklaşım ise yardımı bir güç gösterisine değil, ölçülü bir hizmet estetiğine dönüştürür. Böylece kurumlar, varlıklarını gösterişle değil; duruşları, zarafetleri ve denge bilinciyle hissettirirler.

11. Hizmet Bilinci ve Gönüllülüğün Kurumsallaşması: Sûfî düşüncede insan, varlığının gayesini mahlûkata faydalı olmakta bulur. Hizmet etmek, hem kulun Allah'a yakınlaşma yolculuğunda bir vesile hem de topluma karşı sorumluluğunu yerine getirme biçimidir. Bu nedenle hizmet bilinci, ihsan şuuruyla, yani yapılan işin Allah için yapıldığı farkındalığıyla bütünleşir. Sûfî yardımlaşma davranışında bu anlayış, bireysel erdemden kurumsal yapıya taşınabilir. Nitekim yardım faaliyetleri gönüllü niyetle başlar fakat sürdürülebilir bir sistem kurmak için hizmetin bilinçli, planlı ve yapılandırılmış biçimde yürütülmesi gerekir. Böylece gönüllülük, yalnızca iyi niyetli bir katılım değil, kurumun manevî omurgasını oluşturan bir değer hâline gelir. Kurum ise gönüllülüğü bir yan faaliyet olarak değil, varlığının merkezîne yerleştirir. Bu yaklaşım, hizmeti profesyonellik ile ihlas, planlama ile teslimiyet arasında kurulan dengede ele alır. Kurumsal düzeyde gönüllülüğün sürekliliği, eğitim ve yönlendirme süreçleriyle desteklenir; gönüllüler, sadece iş yapan bireyler değil, kurumun ruhunu taşıyan temsilciler hâline gelir. Her görev, aynı zamanda bir ibadet bilinciyle yürütülür.

12. Adalet ve Şeffaflık İlkesi: Tasavvufî düşüncede adalet, insanın hem kendi nefsine hem de çevresine karşı hak ölçüsünü korumasıdır. Adalet, yalnızca hukuki bir kavram değil aynı zamanda ilâhî emirleri gözetme sorumluluğudur. Buna göre tasavvufî yardımda adalet, iyiliğin gösteriş veya ayrıcalık için değil, gerçekten ihtiyaç duyan kişiye ulaştırılmasıdır. Şeffaflık ise adaletin tamamlayıcısıdır. Çünkü adalet, gizlilik ve kapalılık içinde değil, güven ve açıklık zemininde hayat bulur. Tasavvufî kurumlarda güven, manevî bir sermaye olarak kabul edilir; şeffaflık bu güvenin korunma biçimidir.

4. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin Kültürel ve Kurumsallaşma Boyutu

"Yardım etmek" anlamında "*avn"* "عون *"* kökünden türeyen *teâvün* ve *muâvene* kelimeleri "yardımlaşma" mânasında en sık rastlanan kelimelerdendir.[173] Teâvün**,** Arapça kökenli bir kelime olup karşılıklı yardım, dayanışma anlamına gelir. Teâvünde iki tane vecibe vardır. Bunlardan birincisi kişinin kendisi ile Allah arasındadır. İkincisi ise kişi ile diğer yaratılanlar arasındadır. Kişinin yaratılanlarla arasındaki teâvün, onlarla bir araya gelindiğinde Allah'ın rızası ve O'na itaat hususlarında sohbet edilip istişare edilmesidir.

"Teâvün" kavramının Kur'ân'daki temel referansı, Mâide Sûresi'nin 2. âyetinde yer alan "karşılıklı yardımlaşma" vurgusudur. Ayette, "İyilik ve takvâ üzere yardımlaşın; günah ve düşmanlık üzerine yardımlaşmayın"[174] buyurularak teâvünün meşrû zemini belirlenmekte; yardımlaşmanın ancak ahlâkî iyilik ve takvâ ekseninde anlam kazandığı açıkça ifade edilmektedir. Bu itibarla teâvün, kulun saâdet ve felâhına vesile olan bir ilke olarak görülür; ancak bu gaye, birr ve takvâ üzere gerçekleşen yardımlaşma ile temin edilebilir.[175] Bu temel referans, hadis kaynaklarında yer alan teşviklerle ve İslam tarihinin erken dönem uygulamalarıyla somut bir pratik karşılık da bulmuştur. Nitekim yardımlaşma anlayışının kökleri, doğrudan İslam'ın ilk dönemlerine dayanmaktadır. Bu geleneğin erken örneklerinden biri olarak kabul edilen Ashâb-ı Suffa[176], Medine'de Mescid-i Nebevî'de barınan; birlikte yaşama, paylaşma ve dayanışma ilkelerini fiilen uygulayan bir topluluk olarak dikkat çeker.

Yardımlaşma ve dayanışma, özü itibarıyla insânî değerler olup, tarihin her döneminde ve her toplumda çeşitli biçimlerde varlığını sürdürmüş evrensel birer olgudur. Bu pratiğin gelişimi, klasik sosyolojik yaklaşıma göre, iş bölümünün sınırlı olduğu toplumlarda "mekanik dayanışma" şeklinde ortaya çıkmış; iş bölümünün gelişmesiyle birlikte "organik dayanışma"ya evrilerek devam etmiştir. Mekanik dayanışma, farklılaşmanın az olduğu, bireylerin benzer roller üstlendiği toplumlarda görülürken; organik dayanışma, farklılaşmanın arttığı ve çeşitli işlevlerin birbirini

---

[173] Ebû Nasr İsmail b. Hammâd el-Cevherî, *Tâcu'l-Luğa ve Sıhahı'l-Arabiyye*, thk. Ahmed Abdulgaffar Atar, Beyrut: Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn, 1983, s. 2169.

[174] Mâide, 5/2.

[175] İbn Kayyım el-Cevziyye, *Bedâi'ut-Tefsîr*, Riyad: Dâru İbn-i Cevziyye, h. 1427, s. 307.

[176] Sözlükte "gölgelik" anlamına gelen suffe, Mescid-i Nebevî'nin giriş kısmında Medine'de evleri ve kalabilecek yakınları olmayan sahâbîlerin barınması için yapılan mekânın adı olmuştur. Burada kalan ve çoğunluğunu muhacirlerden oluşan topluluğa "ashâbü's-Suffe / ashâb-ı Suffe" veya "ehlü's-Suffe / ehl-i Suffe" denilmiştir. Ashâb-ı Suffe, ihtiyaçları Resûl-i Ekrem ve zengin sahâbîler tarafından karşılandığı için "adyâfü'l-İslâm" (Müslümanların misafirleri), çeşitli kabilelere mensup olmaları dolayısıyla "evfâd" diye de isimlendirilmiştir. Bkz. Mustafa Baktır, "Suffe", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2009, c.XXXVII, s. 469.

tamamladığı toplumlarda ortaya çıkar.[177] Nihayetinde mekanik dayanışma daha çok kapalı ve küçük ölçekli toplumlarda egemen olurken, organik dayanışma ise mesleki bağımlılığın ve ahlâkî düzenin güçlü olduğu gelişmiş toplumlarda yaygınlık kazanır.[178] Özellikle kültürel ve ekonomik bakımdan içine kapalı, küçük ölçekli yerleşimlerde gözlemlenen mekanik dayanışmada bireyler, örf ve âdetler çerçevesinde aynı davranışları tekrar ederek adeta bir makinenin parçaları gibi işlev görürler. Bu tür toplumlarda farklılaşma oldukça sınırlıdır ve topluluk üyeleri ortak bir kültürün taşıyıcısı olduklarından birbirine büyük ölçüde benzerler. Buna karşılık, organik dayanışma farklılaşmaya dayalıdır; iş bölümü arttıkça bireyler arasındaki farklılaşma da artar ve şehir yaşamının hâkim olduğu toplumlarda, herhangi bir sektörde yaşanacak aksaklık tüm toplumu etkiler.[179]

Genel olarak değerlendirildiğinde, yardımlaşma ve dayanışma olgusunun tüm toplumlarda var olduğu, ancak biçimlerinin zaman ve yapılarının özelliklerine göre değişiklik gösterdiği görülmektedir. İlkel topluluklarda dayanışma, akrabalık ve kan bağı temelinde şekillenirken; modern toplumlarda bu bağlar aşılmış, dayanışma artık toplumsal üyelik ve bu üyeliğin gerektirdiği hak ve sorumlulukları yerine getirme esasına dayanmaktadır.[180] Tasavvufî düşünce ise mekanik, organik yahut diğer insanî yardımlaşma ve dayanışma olgularını bütüncül bir yaklaşımla ele almış; dayandığı âyet ve hadis referansları doğrultusunda bu olguları sürdürülebilir bir kurumsallaşmaya dönüştürmüştür.

Tasavvufî terbiye, hem yardımlaşma pratiğinin teşekkülüne katkı sağlaması hem de bu pratiğin önündeki engellerle başa çıkmaya imkân veren bir disiplin sunması bakımından önem arz etmektedir. Çünkü bireysel ve toplumsal düzeyde istikrarlı biçimde yardımlaşmanın sürdürülmesi, psikolojik ve ahlâkî engeller nedeniyle güçleşebilir. Buna yönelik tasavvufî öğretinin nefis terbiyesi, ihlâs ve iç disiplin vurgusu, yardımlaşmayı zayıflatan bencillik, riyâ ve dünyevîleşme gibi engellerle baş etmede etkili bir mekanizma sunar. Bahsedilen güçlüklerin başında nefsin bencilliğe eğilimi ve şeytanın telkinleri gelir; her iki unsur da yardım etme iradesini zayıflatarak kişiyi cimrilik ve ben-merkezcilik yönünde sevk eder. Bu noktada tasavvuf, nefis terbiyesi ve içsel mücâhedeyi merkeze alan yaklaşımıyla devreye girer ve

[177] Orhan Hançerlioğlu, *Toplumbilim Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993, s. 83.
[178] Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü*, çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999, s. 741.
[179] Mustafa Acar ve Ömer Demir, *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Ağaç Yayınları, İstanbul, 1992, s. 81.
[180] Özer Ozankaya, *Toplumbilim Terimler Sözlüğü*, TDK Yayınları, Ankara, 1975, s. 96; Mustafa E. Erkal, B. Baloğlu ve F. Baloğlu, *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*, İstanbul, Der Yayınları, Ankara, 1997, s. 243.

paylaşma/infâk ahlâkının güçlenmesine imkân sağlar. Böylece tasavvuf, bireyin iç disiplinini tahkim ederek yardımlaşma eğilimini artırırken, eş zamanlı olarak toplumsal dayanışma bilincinin de pekişmesine katkıda bulunur. Zira yardımlaşmanın terk edilmesi, yalnızca sosyal ilişkileri zayıflatmakla kalmaz; bireyin kendi manevî selâmetini de riske atar. Nitekim infâk ve sadakada, insanın nefsi ve bedeni için hayat ve dirilik bulunduğu ifade edilmiştir.[181]

Nihai olarak tasavvufta yardımlaşma geleneği, İslam'ın ilk dönemlerindeki bireysel sorumluluk bilinciyle başlamış, zamanla tekkeler, zâviyeler ve vakıflar aracılığıyla kurumsallaşmış ve ardından oldukça karmaşık ve işlevsel bir sosyal yardım sistemi hâline gelmiştir. Bu sistem sadece fakîrleri korumakla kalmamış, toplumsal huzurun ve adaletin sağlanmasında da kilit rol oynamıştır. Bu anlamda sosyal yardımlaşma ve dayanışmanın ana unsurlarını aile içi dayanışma, akraba ve komşuluk ilişkileri oluşturmuştur. Buna ek olarak fitre, sadaka, zekât gibi dinî sorumluluklar, ahlâkî değerlerin gereği olarak yapılan yardımlar ile kurumsal düzeyde Ahîlik teşkilâtı ve vakıf gibi oluşumlar bu yapının temel unsurlarını oluşturmuşlardır.[182] Bu sayede toplumun maddî ve manevî değerleri birbirleriyle bütünleşik bir yapıda gelişmekte, Ahîlik teşkilâtları ve vakıflar "ekonomik yapıyı ahenk içinde ayakta tutmuşlardır."[183].

5. Tasavvufî Yardımlaşmanın Kurumsal Mekânları: Tekke ve Zâviyeler

Bu bölüm, ahlâkî ilkeler ve organizasyonel prensipler açısından araştırmamıza en fazla katkı sağlayacağını öngördüğümüz temel analiz alanlarından birisidir. Çalışmada bahsedilecek tekke ve zâviyeler, literatürde zaman zaman farklı adlarla anılsalar da—örneğin "dergâh, âsitâne "—mahîyet itibarıyla aynı yapıyı ifade eden, işlevsel olarak birbirinden belirgin biçimde ayrılmayan kurumlardır. Bu sebeple değerlendirmemizde bu kavramlar eş anlamlı olarak ele alınacaktır ayrıca isimleri zikredilmeyecektir. Söz konusu kurumların teşkilâtlanma biçimleri, içyapıları ve işleyiş mekanizmaları ayrı bir başlık altında detaylı biçimde inceleneceği için, bu bölümde öncelikle genel mahîyetlerine odaklanılacaktır.

"*Tekke*" kelimesi, Arapça'da "dayanmak" ve "güvenmek" anlamlarına gelmektedir. Farsça'da ise bu kavram, "tekke yeri" anlamındaki *tekke-gâh* veya

[181] Ebû Mansûr Muhammed b. el-Mâturîdî, *Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm*, Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, Beyrut, 1971, c. I, s. 144.
[182] İsmail Türkoğlu, "Sosyal Devlet Bağlamında Türkiye'de Sosyal Yardım ve Sosyal Güvenlik", *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*, 2013, c. VIII, S. 3, ss. 275–305, s. 286.
[183] Sait Bayram, "*Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları",* İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, S. 21, 2012, ss. 81-115, s. 111.

kısaltılmış biçimi olan *tekke-geh* terimlerinden gelir. Terim olarak tekke, bir tarîkatın mensuplarının, tarîkatın âdâb ve erkânını yerine getirmek amacıyla bir şeyhin önderliğinde toplandıkları yerdir. Bu yerler; dervişlerin ve tarîkat ehlinin toplanıp şeyh veya halifesinin yönetimi altında zikir ve ibadet ettikleri seyr ve sülûk ile meşgul oldukları, nefs terbiyesi gördükleri, ruhen ve ahlâken eğitilerek yetkin ve olgun kişiler halinde geldikleri yerdir.

Tekke, genellikle üzerine yüksek bir kubbe inşa edilmiş büyük bir haremdir. Bu yapılarda beş vakit namaz düzenli olarak kılınır ve zikirler icra edilir. *Ribat, hankâh, dergâh, âsitâne, düveyre, savmâa, mescit, mihrap* ve *zâviye* gibi çeşitli adlar alan tekkelerden ayrı olarak belli bir tarîkatın veya şeyhin adıyla anılan tekkeler de vardır.[184] Bu isimlerin en sık kullanılanlardan ana tekke, "âsitâne" olarak adlandırılırken, daha küçük yapılar "zâviye" ismini alır. Farsça "âsitâne" eşik ve dergâh demektir. Tarîkat mensubu şeyhlerle dervişlerin ikametgâhı olan büyük ve merkez tekkeler için kullanılır.[185]

Zâviye ise tekkenin küçüğüne verilen addır ve daha küçük ölçekli, kırsal alanlarda ya da kasabalarda yer alan yapılardır. Bir anlamda tekkelerin daha küçük, yerel karşılığıdır.[186] Zâviyeler; namaz, oruç, teheccüd, teemmül (derin düşünme), zikir, fikir, zikir esnasında vecd hâline geçme, vird (günlük zikir) çekme, zikir halkası oluşturma, mâsivâdan(dünya ilgilerinden) arınarak Allah'la birlikte olma, marifet (manevî bilgi) ve tahkîke(kesin bilgiye) ulaşma, müşâhedeye(manevî görmeye) ve vuslata (Allah'a kavuşmaya) erme mekânlardır. Ayrıca zâviyeler ise ziyaretçilerin, evsiz ve yoksul kişilerin konaklaması ve ihtiyaç sahîbi ailelerin barınabilmesi amacıyla inşa edilmiş, birden fazla küçük evin bulunduğu yerleşim alanlarıdır. Bu yapılarda yaşlı, hasta, kimsesiz kişiler; özellikle de tarîkat mensubu olan miskinler (hiçbir malı olmayan fakîrler) için ayrılmış özel odalar bulunmaktadır. Aynı zamanda zâviyelerde kadınlara tahsis edilmiş bölümler de yer alır. Bu alanlarda, şeyhin evi, ailesi ve çocuklarının kaldığı özel konutlar da mevcuttur.[187]

Tekkelerde şeyhler, kendilerine intisap eden sâliklere (manevî yolda ilerleyen müridler), kabiliyetleri ve potansiyelleri doğrultusunda mânevî olgunluğa erişebilmeleri için rehberlik ve önderlik ederler. Bu süreçte şeyhin temel amacı, müridin kalbinde hem şeriat bilgisine dayalı bir bilinç hem de Allah sevgisi inşa etmektir. Tekkeler, manevî ve

[184] Süleyman Uludağ, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 350.
[185] Cahit Baltacı, *İslam Medeniyeti Tarihi*, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2007, s. 297.
[186] H. Kâmil Yılmaz, *Anahatlarıyla Tasavvuf ve Tarikatlar*, s. 268.
[187] Zafer Erginli, *Metinlerle Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, s. 1045.

ruhânî ilimlerde yaşanan gelişmelerin ortaya çıkardığı kurumsal yapılardır. Nasıl ki zahîrî ilimleri medresesiz düşünmek mümkün değilse; tasavvuf ve zühd hayatı da tekkesiz tasavvur edilemez. Bu bağlamda han-kâh ve tekkelerde yetişenler, zühd ve keşf yolunu tercih ederek kalbî ve derûnî mânâlara yöneldikleri için, "*Ulemâ-yı bâtın*" olarak adlandırılmışlardır.

Tekke ve zâviyelerde, tarîkat âdâb ve erkânının yanı sıra, hadiselere ve çevreye ibret nazarıyla bakabilme, Kur'ân âyetleri ve hadis-i şerîfleri derin bir kavrayışla anlayabilme bilinci aşılanırdı. Maârif tarihimizde bu anlayışa uygun olarak tekke ve dergâhlarda hadis okutulduğu ve hatta bazı tefsirlerin bu ortamlarda kaleme alındığı bilinmektedir.[188] Nitekim tekkeler, yüzyıllar boyunca bu insânî anlayış doğrultusunda faaliyet göstermiştir. Dini, rengi, düşüncesi ya da ırkı ne olursa olsun, insanı hak ettiği değerle sevmek, haklarına riayet etmek ve kusurlarını hoşgörüyle karşılamak, tekkelerin başlıca hedefleri arasında yer almıştır. Bu anlamda "*âlemsümûl sevgi*" (evrensel sevgi), tekke zihniyetinin en belirgin ve ayırt edici özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.[189] Bu kurumlar aynı zamanda Devletin baskısı olmaksızın halka dînî ve sosyal alanda hizmet veren ahlâkî müesseseler niteliğindedir.[190] Tekkeler, sadece bireysel ibadet ve içsel olgunlaşma alanları değil, aynı zamanda tasavvufî zihniyetin şekillendiği ve yaşandığı sosyal alanlardır. "Tekkeler, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e toplum içinde örgütlü tek sivil yapıydı. "[191]

İçtimâî hayatın hemen her safhasını kuşatan bu kurumlar, faaliyetlerine ibâdet neşvesi katarak; hasta ziyaretinden devlet idaresine, çırak yetiştirmeden sınır bölgelerinde nöbet tutmaya kadar uzanan geniş bir yelpazede toplumu tepeden tırnağa kuşatmıştır.[192] Devletin kuruluş ve yükseliş dönemlerinde tekke ve zâviye demek, aksiyon ruhu ve vazife şuuru ile dopdolu, mes'ûliyetlerini müdrik toplulukların işlerlik kazanmış bir idealle birleşerek, topluca tasfiye ve terbiye faaliyetleri yürüttükleri yapılar anlamına gelmiştir. Münzevî olduğu kadar dinamik bir yapıya sahip olan bu teşekküller, Anadolu'nun fethi ve İslamlaşmasında, devlet erkânıyla omuz omuza çalışmış; devlet de bu idealist zümreyi cemiyet için bir nizam ve âhenk unsuru olarak görmüş ve onları

[188] İrfan Gündüz, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri*, Seha Neşriyat, İstanbul, 1989, s. 76.
[189] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2019, s. 33.
[190] Hüseyin Aydın, *Muhasibinin Tasavvuf Felsefesi*, Pars Matbaası, Ankara, 1976, s. 20.
[191] Ahmet Rıfat Güzey, "Osmanlı Tekkelerinde İşleyiş ve Eğitim", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of Social Sciences*, yıl 6, S. 34, Şubat 2019, s. 389.
[192] İrfan Gündüz, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri*, s. 2-3.

toprak, imar, iskân, kültür ve âsâyiş gibi alanlarda geniş ölçekte sorumluluk sahîbi kılma ferâsetini göstermiştir.[193]

İlk tekke Remle'de Ebû Haşim el- Kûfî (ö.150/765) tarafında kurulmuştur.[194] Söz konusu tekke yapılarının oldukça sade ve basit bir formda olduğu tahmin edilmektedir. Küçük, sade bir oda ve temel birimlerden oluşan bu erken dönem tekke örnekleri, hicrî III. (miladî VIII.) yüzyıldan itibaren İslam dünyasında gelişen felsefî ve tasavvufî hareketlere paralel olarak zamanla çok fonksiyonlu külliye yapıları gibi daha kapsamlı formlara evrilmiştir.[195] Tekkelerin başlangıcından günümüze kadar toplum hayatındaki rolleri incelendiğinde, bu müesseselerin her şeyden önce tebliğ ve irşâd faaliyetlerinde bulunacak ehliyetli elemanları yetiştiren birer eğitim ve öğretim merkezî olduğu görülmektedir. Cemiyetin icâb ve ihtiyâçları doğrultusunda, zaman ve zemînin imkânlarına göre yetiştirilen bireylerin topluma istikamet vermedeki önemi ise dikkat çekicidir. Tarîkat ve tekkeler üzerinde yapılan çalışmalar ve yayınlanan monografiler, bu kurumların birer kolej, medrese ve teknik üniversite gibi faaliyet gösterdiklerini; kendi prensiplerine göre olgunlaştığına kanaat getirdikleri şahısları "irşâd" izniyle cemiyet içerisine salarak, halkla iç içe bir anlayışla toplumu yönlendirme ve kendi fikir mihverlerine mâletme gayreti içinde olduklarını göstermektedir.

Tasavvufî bu müesseseler hem manevî eğitim hem de toplumsal hizmet işlevi üstlenen kurumsal yapılar olarak, görev dağılımı açısından oldukça sistematik bir düzene sahipti. En üstte yer alan *şeyh* veya *postnişin*, tarîkatın ruhani lideri olup dervişlerin terbiyesinden ve tekkenin genel işleyişinden sorumluydu.[196] Şeyhin yardımcısı ve halefi olabilecek *halifeler*, gerekirse farklı coğrafyalarda tarîkatı temsil ederdi.[197] Günlük ibadet ve hizmetlerde yer alan müridler veya dervişler, tasavvufî eğitim sürecinin uygulayıcılarıydı. Zikir meclislerini yöneten *zâkirbaşı*, özellikle Mevlevî ve Bektaşî tekkelerinde önemli bir görev üstlenirken, tekkenin idari işlerinden sorumlu *kâhya* veya *nazır*, misafirlerin ağırlanmasından temizliğe kadar birçok işlevi organize ederdi.[198] *Aşçı dede* veya *matbah emîni*, mutfağın yönetimini üstlenir; bu çatıda yemek pişirmek tasavvufta bir hizmet ve nefis terbiyesi vesilesi olarak görülürdü. *Çerağcı*, zikir gecelerinde ışıklandırma işlerinden sorumlu olurken; *türbedar,* tekkeye

[193] İrfan Gündüz, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri,* s. 21.
[194] Ethem Cebecioğlu, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü,* s. 646.
[195] Mustafa Kara, "*Tekke*", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, , s. 368–370.
[196] Bursalı Mehmed Tahir, *Osmanlı Müellifleri,* Matbaa-i Âmire, İstanbul, 1333, c. I, s. 152.
[197] Mustafa Kara, *Metinlerle Osmanlılarda Tasavvuf*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2004, s. 221-225.
[198] Abdülbaki Gölpınarlı, *Mevlevîlik*, İstanbul: İnkılâp, 1983, s. 256; Mahmud Erol Kılıç, *Tasavvuf ve Tarikat*, İnsan Yayınları, İstanbul, 2020, s. 188-192.

bağlı türbelerin düzenini sağlar, ziyaretçileri karşılar ve dua uygulamalarını yönetirdi.[199] Ayrıca, *nevbetçi* veya *kapıcı derviş*, tekkenin güvenliğinden ve gece nöbetinden sorumlu olarak düzenin devamını sağlardı.[200] Bu hiyerarşik yapı, hem tarîkata intisap eden bireylerin manevî eğitimini kolaylaştırmakta hem de tekkelerin toplumsal işlevlerini verimli biçimde yerine getirmesine olanak sağlamaktaydı. Tekkelerde, bu görevlerin yanı sıra; karî', münşîd, semazen gibi bazı görevler tekkenin büyüklüğüne, vakıf yapısına ve dönemsel ihtiyaçlara bağlı olarak geçici şekilde yürütülmüş; bu görevler bazen tekkeye özgü biçimde şekillenerek kalıcı bir unvan niteliği taşımamıştır.

Tasavvufî Eğitim Geleneğinde Tekkenin Medreseden Farkı: Zâhir ve Bâtının Kurumsal Temsilleri

Tekke kurumuna dair yapılan değerlendirmelerde, kimi zaman medreseyle olan ilişkisinin veya aralarındaki yapısal ve işlevsel farkların izahına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Medrese ve tekke kurumları, birbirinden farklı eğitim anlayışlarına, yöntemlerine ve hedeflere sahip olmaları nedeniyle tarihsel süreç içerisinde sıkça karşılaştırılmış olsa da, aralarında bir çatışmanın varlığı veya birinin diğerini ikame etmesi gibi bir zorunluluk söz konusu değildir. Medrese ve tekkeler, İslam eğitim geleneği içerisinde birbirinden ayrı, özgün kurumlar olarak gelişmiş ve farklı işlevler üstlenmiştir. Medreseler zaman içinde daha çok devletin idari kadrolarına eleman yetiştiren, fıkıh, kelâm, tefsir ve felsefe gibi zahîrî ilimlerin okutulduğu resmî eğitim kurumları hâline dönüşmüştür. Buna karşılık tekkeler, tasavvufî esaslar üzerine inşa edilmiş, toplumun manevî ve ahlâkî eğitimini ön plana çıkaran kurumlar olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Başlangıç dönemlerinde medrese ve tekkeler arasında ders içerikleri bakımından belirgin ayrımlar olmasa da, süreç içinde bu kurumların eğitim hedefleri ve metotları birbirinden ayrışmıştır.

Medreseler, daha ziyade ilmî disiplinlere ve teorik bilgiye ağırlık verirken; tekkeler, insanların ruhî ve ahlâkî terbiyesine yönelmiş, ilmî bilgiyi uygulamalı biçimde, yaşayarak öğretmeyi esas almışlardır. Bu bağlamda tekkeler, tasavvufun "*hâl*" (pratik yaşama biçimi) ve "*kâl*" (teorik öğreti ve adab) yönlerini bir arada barındırmış ve uygulamalı bir eğitim geleneği oluşturmuştur. "*Âdâb-ı sülûk*", "*Âdâb-ı tarîkat*" ve "*İlm-i sülûk*" gibi eserler de tekkelerde bu uygulamalı eğitimin rehber kaynakları olarak işlev görmüştür. Medrese kökenli bazı ilim adamlarının tasavvuf yolunu seçip tekkelerde

[199] Mustafa Kara, *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi*, s. 315.
[200] Bekir Topaloğlu, "Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, s. 133-135.

irşad faaliyetinde bulunmaları, her iki kurum arasında entelektüel ve manevî etkileşimin olduğunu gösterse de bu durum, tekkelerin medreseleştiği anlamına gelmemektedir. [201]

Tekkeler sanat, edebiyat, mûsikî ve bedensel faaliyetleri destekleyerek, toplum hayatına derinlemesine nüfûz eden bir kurum kimliği kazanmıştır. Bu özellikleri nedeniyle tekkeleri sadece modern kurumlarla (örneğin dernekler, kulüpler, huzurevleri) ikame etmek mümkün değildir. Çünkü tekkelerin asıl ayırt edici yanı, toplumsal hayatı derinden etkileyen manevî eğitim ve kültür aktarımıdır. Medreselerle tekkeler arasındaki temel fark, medreselerin daha çok ilmî ve resmî bir eğitim sunarken, tekkelerin ise uygulamalı manevî eğitim vererek topluma tevazu, cömertlik, hoşgörü gibi değerlerle donanmış yeni bir insan modeli kazandırmaya odaklanmalarıdır. Tekkeler günümüz ifadesiyle bir gönül terbiye mektebi, güzel sanatlar akademisi, bilgi ve iletişim merkezî, spor alanı, hastane, siyasî, askerî, içtimaî ve iktisadî ahlâkın, birlik ve beraberlik ruhunun ilmik ilmik işilendiği bir yuva olmuştur.[202]

5.1. Tekke ve Zâviyelerin Sosyal Fonksiyonları ve Toplumsal Etkileri

Tekkeler, İslam toplumlarında yalnızca tasavvufî ayinlerin gerçekleştirildiği mekânlar değil, aynı zamanda çok yönlü toplumsal ihtiyaçlara cevap veren kapsamlı kurumlardır. Sosyal yardım yönünden bakıldığında halkın yoksul, kimsesiz ve garip kesimlerine yönelik barınma, yiyecek ve psikolojik destek gibi hizmetleri karşılayan yapılar olarak işlev görmüşlerdir. Bununla birlikte bazı tekkeler *talimhane* ve *spor alanları* olarak da düzenlenmiş; özellikle okçuluk gibi geleneksel sporların gelişmesini teşvik ederek gençlerin hem bedenen hem ruhen yetişmesine katkıda bulunmuşlardır. *Misafirhâne* fonksiyonuyla yolcuları, seyyahları ve kimsesizleri ağırlayan tekkeler, toplumun sosyal dokusunu güçlendirmiştir. Aynı zamanda *güzel sanatlar akademisi* niteliğinde olan bu yapılar, musiki, edebiyat, hat ve diğer sanat dallarının gelişiminde önemli rol oynamış; tasavvufun estetik yönünü de topluma aktarmışlardır.

Tekkelerin birçok alanda sunduğu hizmetlerin yanı sıra, "*tekke edebiyatı*" da bu müesseselerin bir ürünü olarak günümüze ulaşmış ve kültürel miras niteliği kazanmıştır. Geleneksel şiir anlayışının aksine tekke şairleri, paşa ve padişahlar için methiyeler yazmaz; insanın duygularını kabartmak için de süslü sözlere başvurmazlardı. [203] Onlar sadece içine daldıkları bir dünyadan bize ilâhî aşk, mahlûkat sevgisi, varoluşun anlamı

[201] İrfan Gündüz, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri,* s. 86.
[202] Osman Nuri Ergin, *Türkiye Maarif Tarihi*, Osman Bey Matbaası, İstanbul, 1939, c. I, s. 192.
[203] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler,* s. 189.

gibi içeriklerle saf ve millî eserler sunmuştur. *Miskinler tekkesi* gibi örneklerde görüldüğü üzere, tekkeler ruhsal ve bedensel hastalıkların tedavisine yönelik sağaltıcı ve rehabilite edici hizmetler de gerçekleştirmişler; toplumun dışladığı bireylere şefkat ve bakım ortamı sağlamışlardır.

Bazı tarîkat merkezleri, özellikle *Bektaşi tekkeleri*, askerî ve cihâdî destek sunarak devletin ideolojik ve moral motivasyonuna katkı sağlamışlardır. *Ahî zâviyeleri* gibi meslekî örgütlenme içindeki tekkeler ise esnaf ve sanatkarlara yönelik ahlâkî ve meslekî terbiyeyi temin ederek hem ekonomik hem de toplumsal dayanışmayı güçlendirmiştir. Son olarak, tekkeler eğitim ve ilmî aktarım yönüyle de işlevsel olmuş; zahîrî ilimlerle bâtınî terbiyeyi bir araya getiren uygulamalı eğitim yöntemleriyle bireyin hem zihinsel hem ruhsal gelişimini desteklemişlerdir. Bu çok yönlü yapısıyla tekkeler, tarih boyunca toplumun ihtiyaç duyduğu birçok kurumsal işlevi tek çatı altında birleştirmiştir.[204]

Hiç şüphesiz tekke ve zâviyeler, cami ve mescitlerden farklı olarak yalnızca ibadet değil; sosyal, kültürel ve ekonomik ihtiyaçları karşılayan çok fonksiyonlu kurumlar olarak faaliyet göstermişlerdir. Bu yapılar, ibadetin yanı sıra İslam medeniyeti ve manevîyatının yaygınlaşmasına katkı sağlamış; edebî, felsefî ve mistik bilginin paylaşıldığı önemli merkezler hâline gelmiştir. Ayrıca seyyahlar başta olmak üzere pek çok misafirin yeme, içme ve barınma gibi temel ihtiyaçlarını da karşılamışlardır. Özellikle yeni fethedilen bölgelerde şehirleşmeyi teşvik ederek iskân faaliyetlerinde rol almış, zaman zaman fetih hareketlerine katılmış, uç bölgelerde ise güvenliğin sağlanmasına destek vermişlerdir.[205]

Tekkeler genellikle ilk kuruluş dönemlerinde, bir sûfî şeyh ya da dervişin şahsî gayretiyle ve çevredeki halkın doğrudan destekleriyle tesis edilmiş; bu erken yapılar, vakıf sistemine henüz entegre olmadan önce, bağışlar, adaklar, gönüllü hizmetler ve müridlerin katkıları yoluyla finanse edilmiştir. Ancak zamanla bu yapıların devamlılığı, barınma, iaşe ve irşad gibi çok yönlü hizmetlerin sürdürülebilirliği için düzenli bir gelir kaynağına ihtiyaç duyulmuş ve böylece tekkeler, giderek vakıf sistemiyle kurumsallaşarak İslam dünyasında hem dinî hem de sosyal fonksiyonlar üstlenen müesseselere dönüşmüştür. Hatta vakfı olmayan ya da vakıf desteği yetersiz olanların

[204] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, s.190.
[205] Ahmet Cahid Haksever, "Göçebelikten Yerleşik Hayata Geçişte Tekke ve Zaviyelerin Rolü: Çorum Örneği", *Çorum ve Kültür*, Hitit Söyleşi Günleri: Panel Bildirileri (2012–2013), yay. kur. Meral Demiryürek vd. , Çorum: Çorum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2012-2013, s. 91–93.

işlevleri oldukça sınırlı kalmıştır.[206] Bu durum, bazı araştırmacılara göre tekkelerin diğer vakıf kurumlarına nazaran vakıf gelirlerinden daha geniş ölçüde yararlandığını göstermektedir. Kimi kaynaklarda ise tekkelerin Osmanlı toplumunda halkın dinî hayatına diğer dinî görevlilerden daha fazla nüfuz ettikleri belirtilmiştir.[207]

Tasavvufî düşünce ve terbiyenin işlendiği bu vakıf temelli kurumlar, Türklerin Anadolu'ya yerleşmesi ve Anadolu'nun İslamlaşması süreçlerinde etkin bir rol üstlenmişlerdir. Dervişlerin Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde kurdukları tekke ve zâviyeler, sadece dinî eğitim ve tebliğ faaliyetleri için değil, yeni yerleşim birimlerinin oluşmasında ve gelişmesinde de merkezî konuma gelmiştir. Günümüzde Anadolu'nun birçok köy, kasaba ve mahallesinin, geçmişteki tekke veya zâviyelerin etrafında şekillenmiş olması bu durumun açık bir göstergesidir. Özellikle Selçuklu döneminde, terk edilmiş veya stratejik önemi bulunan bölgeler tekke ve zâviyelerle ihya edilerek iskâna açılmış; buralarda yaşayan dervişler vergiden muaf tutulmak suretiyle iskân teşvik edilmiştir. Ayrıca, bu alanlarda atıl durumdaki tarım arazileri yeniden işlenmiş, ekonomik üretim artmış ve bölgenin ekonomik canlılığı sağlanmıştır.[208]

Selçuklu sultanlarının fethedilen bölgelerde öncelikli olarak cami, medrese ve zâviye inşa edip dervişleri ve Türkmenleri buralara yerleştirmesi, hem bölgenin İslamlaşmasını hızlandırmış hem de Türkmen halkının dinî bağlılığını güçlendirmiştir. Bu stratejik tercihler aynı zamanda bölgelerde gaza ruhunu canlı tutarak fetihlerin sürekliliğini sağlamıştır.[209] Osmanlı tarihi boyunca tekke ve tarîkatlar dînî ve içtimaî açıdan pek çok vazifeler ifa etmiştir. Çoğu zaman bu kurumlar, hem dinî bir merkez hem de mektep, yetimhâne ve dârülaceze gibi işlevler üstlenen bir şefkat ve yardımlaşma mekânı olmuştur. Hayatın meşakkatleri altında ezilen, yaşama ve mücadele azmini yitiren kimseler burada sığınacak yer bularak; teselli görerek yeniden çalışmak için gerekli metaneti kazanmıştır. Bu mekânlar; dul kadınların, öksüzlerin ve yoksulların dara düştüklerinde başvurdukları bir müracaat noktası olarak da hizmet vermiştir.[210] Özellikle tekke ve zâviyelerde yaşayan sûfîler, bulundukları bölgelerde halkla iyi ilişkiler kurmaya özen göstermiş, bunu da ibadet bilinciyle yapmışlardır.

---

[206] Hasan Basri Öcalan, *Bursa'da Tasavvuf Kültürü*, Gaye Kitabevi, Bursa, 2000, s. 209–210.
[207] Bahaeddin Yediyıldız, "*İslâm'da Vakıf*", Doğuş'tan Günümüze Büyük İslâm Tarihi, , Yeni Şafak Yayınları, Konya, 1994, c. XIV, s. 55–56.
[208] Osman Çetin, *Selçuklu Müesseseleri ve Anadolu'da İslamiyetin Yayılışı*, Marifet Yayınları, İstanbul, 1981, s. 136–140.
[209] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, s. 51.
[210] Şehbenderzâde Filibeli Ahmed Hilmi, *Tarih-i İslâmi*, Hikmet Matbaası, İstanbul, 1326/1908, c. II, s. 579.

Anadolu'daki farklı bölgelerde yaşayan velîlerin tekkeleri, türbeleri ve menkıbeleri, halk arasında birleştirici, manevî bir odak noktası oluşturmuştur.

Zâviyeler, dönemin mühim içtimaî ve dinî hareketlerinin beslediği irşad ve kültür merkezleri olarak teşekkül etmiş; yeni açılan bölgelerde yerleşen Türk muhacirleri için iskân, dayanışma ve teşkilatlanmanın irtibat noktası hâline gelmiştir. Bu zâviyeleri kuran şeyh ve dervişler çoğunlukla göçmen toplulukların öncüleridir. Bazı zâviyeler, yolcu ve nakliyeye yardım gibi kamu hizmetlerini üstlenerek devletten muafiyet ve imtiyazlarını sürdürmeye çalışmış; devletin ayrıcalık tanıması da zâviyelerin sahada fiilen kurulup etkili hizmet üretmesine bağlı olmuştur. Hatta bazı kayıtlarda "zâviye" kelimesi gayet umumî bir mânâ ifade etmekte ve bazan bir tekke, bir konak yeri veyahut burada olduğu gibi, bir karbansaray bile zâviye addedilmektedir.[211]

İdari yapılanma açısından zâviye şeyhliklerinin büyük çoğunluğu, bu zâviyeleri ilk kuran kimselerin soyundan gelenler tarafından yürütülmüş ve bu yapılar genellikle evlâdlık vakıf statüsünde idare edilmiştir. Ancak zamanla, şeyhin soyunun tükenmesi ya da bazı şeyhlerin görevlerini kötüye kullanmaları durumunda, bu makamlara devlet tarafından yeni kişiler tayin edilmiştir. Bu değişim sonucunda, söz konusu vakıfların evlâdlık vasfını kaybederek âmme vakfı niteliği kazandıkları görülmektedir.[212]

Öte yandan, kimi zâviyeler doğrudan devlet tarafından kurulmuştur. Bazı vakfiyelerde yer alan "hâkimü'l-vakt, her kim bu makamın hizmetine en layıksa onu şeyh olarak tayin eder" şeklindeki kayıtlar, tayin yetkisinin vakfeden tarafından kamu otoritesine bırakıldığını göstermektedir. Nitekim diğer vakıflarda olduğu gibi, zâviyeler de vakfedenin belirlediği şartlara bağlı olarak yönetilmiş, bu kurumlarda zaman zaman mütevelli ve nâzır gibi görevliler de bulunmuştur.[213] Tarihsel süreç içerisinde bu kurumlar tamamen devletin kontrolü altına girmiş, şeyhlik bir devlet memuriyetine dönüşmüştür. Bu amaçla "şeyhlik" kurumu oluşturulmuş ve tekke yönetimleri resmî yapıya bağlanmıştır.[214]

Nihai olarak, tekke ve zâviyeler sadece dinî yapılar değil; sosyal, kültürel, ekonomik ve idarî fonksiyonlar üstlenen çok yönlü kurumlardı. Anadolu'nun

---

[211] Mustafa Kara, "Dayanışma", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, s. 368.
[212] Ömer Lütfi Barkan, *Kolonizatör Türk Dervişleri ve Süleymaniye Camii ve İmareti Muhasebesi*, haz. Coşkun Çakır, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2013, s. 75.
[213] Ömer Lütfi Barkan, "*İstila Devirlerinin Kolonizatör Türk Dervişleri ve Zaviyeler*," İnsan ve İnsan, S. 5, Yaz 2015, ss. 5–37, s. 26.
[214] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, ss. 123–124.

İslamlaşma sürecinde merkezî bir rol oynamış, halkla iç içe, vakıflarla desteklenen, devletle koordineli çalışan ve tasavvufun pratik yüzünü topluma yansıtan yapılar olarak tarih sahnesinde önemli bir yer edinmişlerdir.[215] Ancak zamanla bu müesseselere yönelik devlet müdahalesi de artmıştır. Evkaf-ı Hümâyûn Nezâreti'nin kuruluşuyla birlikte, vakıflar ve dolayısıyla tekkeler tek elden yönetilmeye başlanmış; vakfiyelerden kaynaklı özerk yapı ortadan kaldırılarak, gelirlerin toplanması ve harcanması devlet kontrolüne alınmıştır. Bu durum, tekke ve zâviyeler üzerinde mâlî denetimle başlayan bir devlet baskısının oluşmasına ve bu yolla onların mânevî nüfuzlarının devletin istediği yöne kanalize edilmesine zemin hazırlamıştır. Şeyh ve dervişler, birer memur gibi görülerek resmî yapıya entegre edilmek istenmiş; gerektiğinde ise halk üzerindeki nüfuzları devlet tarafından yönlendirilmiştir.

Bahsedilen bütün bu uygulamalar sebebiyle tekkeler, Bâb-ı Meşîhat (ŞeyhülİslamlıkŞeyhülİslamlık) ile Evkaf-ı Hümâyûn Nezâreti arasında sıkışmış; her ne kadar Meclis-i Meşâyıh (1864) ile bir nebze serbestlik kazansalar da, insiyatiflerini kaybederek medreseli yapıların etkisine girmişlerdir.[216] Tarîkatların siyasi alana müdahîl olmaları, devlet otoritesi için risk teşkil etmeye başlayınca merkezî denetim ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda ilk ciddi adımlar III. Selim döneminde atılmış; ardından II. Mahmud, Evkaf-ı Hümâyûn Nezâreti'ni kurarak İstanbul merkezli, devlet kontrollü bir yönetim anlayışı geliştirmiştir. 1866 yılında ise tekke ve zâviyelerin yönetimi, idarî bakımdan Şeyhülislamlığa, malî açıdan ise Evkaf-ı Hümâyûn Nezâreti'nin kontrolüne verilmiş, bu dönemde "*Meclis-i Meşâyih*" adıyla merkezî bir kurum oluşturulmuştur.[217] Meclis-i Meşâyih talimnâmesinde yer alan tekke tarifi, dönemin tekke anlayışını kurumsal işlevleriyle birlikte özetler niteliktedir. Buna göre tekkeler; "bir şeyhin zâhiren ve bâtınen idaresi altında olup derûnunda (içinde) dervişan ve muhibbanın ikamet ve mülâzemetleriyle seyr ü sülûkün ve tehzîb-i ahlâk (ahlâkı güzelleştirme) ve iktisab-ı feyz ve kemâlât (olgunluk ve feyz kazanma) eyledikleri müessesât-ı hayriyyedir."[218]

5.2. Tekke ve Zâviyelerin Çözülme ve Kapatılma Süreci

Osmanlı toplum yapısında tekkeler, uzun süre yalnızca dinî hayatın değil, aynı zamanda sosyal dayanışmanın ve kültürel üretimin de taşıyıcı kurumları arasında yer

[215] Seyfullah Kara, *Anadolu Selçuklularında Din ve Din Kurumları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.
[216] İrfan Gündüz, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri*, Seha Neşriyat, İstanbul, 1989, s. 155.
[217] Kemal Beydilli, "Nizâm-ı Cedid," *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2007, c. XXIII, s. 175–178.
[218] Mustafa Kara, *Din, Hayat, Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, s.42.

almıştır. Bununla birlikte, özellikle XVIII. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hız kazanan yenileşme hareketleri, tarîkatların siyasal konumunu ve toplumsal işlevlerini kademeli biçimde dönüştürmeye başlamıştır.[219] Bu dönüşümün ilk adımlarından biri, III. Selim devrinde Nizâm-ı Cedîd çerçevesinde yürütülen askerî ve idarî reformlarla ortaya çıkmıştır. III. Selim, reformların toplumsal meşruiyetini güçlendirmek amacıyla tarîkat çevrelerinin desteğini önemsemiş; aynı zamanda devlet–tarîkat ilişkilerini daha düzenli ve denetlenebilir bir zemine oturtmayı hedeflemiştir. [220] Bununla birlikte, tarîkatların çözülme sürecinde yalnızca dış müdahaleler ve devlet politikaları değil, yapının kendi iç dinamikleri de belirleyici olmuştur. Özellikle ehliyet ve liyakat ölçütlerinin zayıflaması, şeyhlik makamının babadan oğula intikal eden bir miras düzenine yani evlâdiye sistemine dönüşmesiyle belirginleşmiş; bu durum tekkelerde kurumsal meşruiyeti aşındırarak makam rekabetlerini ve iç çekişmeleri artırmıştır.[221]

Diğer taraftan şeyhlik makamının sağladığı maddî imkânlar ve manevî itibar, ehil olmayan kişilerin de dikkatini çekmiş; bazı tekkelerde şeyhzâdeler arasında post kavgaları yaşanmış, bu tartışmalar mahkemelere taşınmıştır. Ayrıca bâtınî ve ibâhî gruplar, tarîkatlara sızarak kendi sapkın inançlarını tarîkat ilkeleri gibi göstermeyi başarmış, bu da tarîkat yapılarının bozulmasına neden olmuştur.[222] Bu gelişmeler tekkelerin kurumsal itibarını ciddi ölçüde zedelemiştir. Buna bağlı olarak, vakıf gelirlerinin yönetiminde yaşanan sorunlar, tekkelerin toplumsal konumunu daha da sarsmıştır. [223] Örneğin Bursa'daki İsmail Hakkı Tekkesi şeyhi Mehmet Hikmet Efendi'nin, Balıklı köyündeki vakıf arazileri nedeniyle çıkan anlaşmazlık sonucu öldürülmesi, tekkelerdeki yozlaşmanın dramatik sonuçlarından biridir. [224]

Tarîkat merkezli bir diğer tenkit de ilmiyeden Manastırlı İsmail Hakkı Efendi'nin dile getirdiği "tasavvufî anlayışın dünya hayatı ve dünya için çalışmayı önemsizleştirdiği, gerilere ittiği ve bunun da Müslümanları hayatı sevmekten, dünya işlerine ve cihada sarılmaktan, terakkiden uzaklaştırdığı, bu sebeple de gerilemenin amillerinden biri olduğu" görüşüdür.[225] Bu durum, tekkenin aslî hedefi olan ruh terbiyesi, hizmet ve üretkenlik ilkelerinin zedelenmesine yol açmış; özellikle sosyal

[219] Mustafa Kara, *Din, Hayat, Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, s. 83.
[220] Emrah Topuz, *Osmanlı Devleti'nde Geleneksel Eğitim Kurumları (Siyasi İstikrar ve İçtimai Sıhhat Bağlamında)*, İstanbul, Libra Yayınları, 2018, s. 270.
[221] Bahaaddin Yediyıldız, *XVIII. Yüzyılda Türkiye'de Vakıf Müessesesi*, TTK Basımevi, Ankara, 2003, s. 223.
[222] Şehbenderzâde Filibeli Ahmed Hilmi, *Tarih-i İslâmi*, Hikmet Matbaası, İstanbul, 1326/1908, c. II, s. 576.
[223] Mustafa İzzed Abdülbâkî Gölpınarlı, *Mevlâna'dan Sonra Mevlevilik*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 1983, s. 261.
[224] Mustafa Kara, *Bursa'da Tarîkatlar ve Tekkeler 1*, Uludağ Yayınları, Bursa, 1990, s. 63–64.
[225] İsmail Kara, *Din ile Modernleşme Arasında*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2003, s. 368.

içgüdülerle sunulan imkânların, gayesi dışına çıkarak bazı kişilerce sadece geçim ve güvenlik aracı olarak görülmesi, kurumsal yapının zaafiyetini artırmıştır. Böylece, dayanışma amacıyla tesis edilen bu yapılar, zamanla hizmet eden ile hizmetten faydalanan arasındaki dengenin bozulduğu, istismara açık alanlara evrilmiş ve bu durum çözülme sürecini hızlandıran önemli iç etkenlerden biri olmuştur.[226]

Bu bağlamda, Osmanlı'nın son döneminde devleti kurtarma çabaları kapsamında atılan reform adımları, genel olarak Avrupa'yı taklit eden bir çizgi izlediğinden, bu süreçte tekkeler ve tarîkatlar modernleşmenin önünde bir engel olarak görülmeye başlanmıştır. Millî Mücadele yıllarında birçok tarîkat mensubu aktif rol üstlenmiş olsa da Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte yeni rejim, tekkelerin bütünüyle kaldırılmasına yönelik bir irade ortaya koymuştur. Nitekim bu dönemde tekkelerin kapatılmasının gerekli olduğuna inanılmış; ancak uygulama için siyasî ve toplumsal açıdan "uygun zaman"ın oluşması beklenmiştir. İttihat ve Terakkî döneminde etkili olan pozitivist kanat da bu yaklaşımı destekleyen düşünsel zemini güçlendirmiştir

Nitekim 3 Mart 1924 tarihinde halifeliğin kaldırılması, Şer'iye ve Evkaf Vekâleti'nin kapatılması, Tevhid-i Tedrisat Kanunu'nun kabulü gibi köklü reformlarla başlayan süreç, 1925'te meydana gelen isyanlar öne sürülerek tekke, zâviye ve türbelerin kapatılması kararı ile neticelenmiştir. Dolayısıyla Şeyh Sait İsyanı, tekke ve zâviyelerin kapatılmasının esas nedeni olmaktan ziyade, süreci hızlandıran bir etken olarak değerlendirilmelidir. Bu yaklaşım, kısa süre içinde hukukî bir zemine kavuşturulmuş ve Cumhuriyet döneminin laikleşme politikaları çerçevesinde, 30 Kasım 1925'te kabul edilen 677 Sayılı "*Tekke, Zâviye ve Türbelerin Kapatılmasına Dair Kanun*" ile:

- Tüm tekke, zâviye ve türbeler kapatılmış,
- Şeyhlik, dervişlik, müritlik gibi unvanlar yasaklanmış,
- Tarîkatlara ait tüm mal varlıklarına devlet tarafından el konulmuştur.[227]

Söz konusu karar, yalnızca fizikî mekânların kapatılmasını değil, aynı zamanda tekke merkezli bir dinî-sosyal geleneğin kamusal görünürlüğünün ve kurumsal varlığının tasfiyesini de gerçekleştirmiştir. Bu radikal reform sonucunda tekkeler resmî düzeyde ortadan kaldırılmasına rağmen tekke kültürünün toplumsal hafızadaki izleri ve

[226] M. Şemseddin Günaltay, *Zulmetten Nura*, haz. Musa Alak, Furkan Yayınları, İstanbul, 1966, s. 176–177.
[227] Bkz. Mehmet Ali Beyhan, *Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Din ve Siyaset: Tekke ve Zâviyelerin Kapatılması (1923–1930)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2003, s. 85–92.

bireysel-dinî pratiklerdeki sürekliliği tamamen kesintiye uğramamıştır. Bu süreçte bazı sûfîler, tekkelerin kapatılmasını "şekil"den arınarak tasavvufî hayatın "asıl" boyutuna yönelme imkânı olarak değerlendirmiş; buna karşılık geniş bir kesim, alıştıkları manevî atmosferden ve tekke etrafında teşekkül eden âdet ile merasimlerden kopuşun doğurduğu sarsıntıyı derinden tecrübe etmiştir. Bununla birlikte, kapatılmayı "zâhir binası"ndan "kalp binası"na yöneliş şeklinde yorumlayarak, tasavvufî tecrübeyi daha içrek bir zeminde yeniden kurma (aslına rücû) fırsatı olarak okuyan sûfî yaklaşımlar da mevcuttur.[228] Tekkelerin kapatılması sürecine yönelik tepkiler arasında, bu kurumların tamamen ortadan kaldırılmasındansa, iyi planlanmış bir dönüşümle yeniden yapılandırılmasının daha sağlıklı olacağı görüşü de yer almıştır. [229]

Sonuç olarak, Anadolu'da tasavvuf kültürünün kurumsallaşmasıyla ivme kazanan bu tarihsel süreç, Osmanlı toplumsal ve siyasal düzeni içinde çok yönlü işlevler üstlenen tekke ve tarîkatların zamanla merkezî otoritenin denetim alanına çekilmesini ve nihayet Cumhuriyet döneminde tekke ile zâviyelerin kapatılmasıyla neticelenen uzun erimli bir dönüşüm çizgisini ifade etmektedir. [230] Başlangıçta irşad, eğitim, sosyal dayanışma ve yerel örgütlenme gibi alanlarda önemli roller üstlenen bu kurumlar, modernleşme ve merkezîleşme dinamiklerinin güçlenmesiyle birlikte giderek "düzenlenmesi gereken" yapılar olarak görülmüştür. Bu çerçevede tarîkatların kısmen siyasallaşması, şeyhlik makamı etrafında oluşan meşruiyet ve temsil tartışmaları ile merkezî otoriteyle ilişkilerde ortaya çıkan gerilimler, devletin tekke kurumlarını hukukî-idarî mekanizmalar yoluyla kontrol altına alma eğilimini pekiştirmiştir. Böylece tasavvufî hayatın kurumsal biçimleri, kamusal alandaki görünürlüğünü aşamalı olarak kaybederken; süreç, dinî alanın yeniden tanımlandığı Cumhuriyet döneminde tekke ve zâviyelerin tasfiyesiyle sonuçlanan tarihsel bir kırılma noktasına ulaşmıştır.

5.3. Tekke ve Zâviyelerin Kapatılmasının Tasavvufî Yardımlaşma Anlayışına Etkileri

Tekke ve zâviyelerin kapatılması, yalnızca dinî-manevî hayatın kurumsal görünürlüğünü dönüştürmekle kalmamış; aynı zamanda Osmanlı toplumunda süreklilik kazanan tasavvufî yardımlaşma pratiklerinin dayandığı örgütlenme biçimlerini de köklü

[228] Ahmet Cahid Haksever, *Modernleşme Sürecinde Mevleviler ve Jön Türkler*, H Yayınları, İstanbul, 2009, s. 229.
[229] François Georgeon-Paul Dumont, *Osmanlı İmparatorluğunda Yaşamak*, çev. Maide Selen, İletişim Yay., İstanbul, 2000, s. 37.
[230] Sabit Dokuyan, "Tekkelerin Kapatılması ve Tasfiye Süreci (1925–1938)*," Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, S. 98, 2021, s. 240.

biçimde etkilemiştir. Bu kararın ardından ortaya çıkan tepkiler ve değerlendirmeler, toplumda tekke geleneğine dair farklı yaklaşımları görünür kılmıştır. Bir tarafta tarîkatların zamanla yozlaştığı ve kapatılmalarının kaçınılmaz olduğu düşüncesi güçlenirken; diğer tarafta bu yapıların tarihî, kültürel ve sosyal mirasının bir anda kamusal alandan çekilmesinin, özellikle dayanışma ağları ve yardımlaşma kanalları açısından önemli bir boşluk doğurduğu ileri sürülmüştür.

Öne sürülen bu düşüncedeki boşluğun mahiyetini kavramak bakımından, kısa süre içinde Halkevleri'nin kurulmasına yönelik iradenin ortaya çıkması dikkat çekicidir. Nitekim tekkelerin ve zâviyelerin kapatılmasının ardından Cumhuriyet yönetimi, halkın sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayacak yeni kurumsal mekanizmalar geliştirme yoluna gitmiş; bu bağlamda 19 Şubat 1932'de kurulan "*Halkevleri*", eğitim, kültür ve sosyal yaşam alanlarında toplumsal katkı üretmeyi hedefleyen bir yapı olarak kurgulanmıştır.[231] Ancak bu kurumlar, toplumun hafızasında ve ruh dünyasında köklü bir yer edinmiş olan tekkelerin yerini doldurmada büyük ölçüde yetersiz kalmıştır. Zira tekkeler; zamanla, insanla ve mekânla bütünleşmiş, kendiliğinden oluşmuş ve halkın içinde doğmuş yapılardı. Buna karşılık Halkevleri, Batı modeline dayalı, yukarıdan aşağıya bir müdahale ile tesis edilmiş, çoğu zaman tabelası olan fakat toplumsal karşılığı sınırlı kalan yapılar hâlinde kalmıştır.

Bu durum, bir devrin kapanıp başka bir devrin açılmasına dair simgesel bir kırılmayı işaret etmekle birlikte, yerli ve organik bir gelenekten kopuşun da ifadesidir. Dolayısıyla Halkevleri, tekkelerin işlevsel ve manevî boşluğunu doldurmaktan ziyade, bu boşluğu daha görünür hâle getirmiş; halkın kültürel aidiyetinde oluşan eksiklik, zamanla tekkelerin yeniden açılması yönündeki tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Ortaya çıkan tablo, modernleşme adına gerçekleştirilen doğrudan müdahalelerin her zaman toplumsal düzeyde içselleştirilemediğini ve köklü tarihî-sosyal bağlara sahip kurumların işlevlerinin kısa vadede kolaylıkla ikame edilemeyeceğini açık biçimde ortaya koymuştur.

Nitekim tekke ve zâviyelerin kapatılmasının sebep olduğu duruma ilişkin itiraz ve taleplerin, dönemin kaynaklarında da kayda geçirtiği görülmektedir. Örneğin "*Sebil"* dergisinin 24 Aralık 1979 tarihli 207. sayısında yayımlanan bir yazı dizisinde, tekkelerin tekrar açılması gerekliliği savunulmuştur.[232] Bu bakış, derginin kapak sayfasında: "Tarihî yanılgı sona ermeli. Tekkelere vurulan kilit insanları buhrana ve

[231] Recep Uslu, *Cumhuriyetin Halkevleri Politikası ve Tekkelerin Kapatılması Arasındaki Sosyo-Kültürel Devamlılık*, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2004, s. 48–52.
[232] Sebil Dergisi, "*Tarihî Yanılgı Sona Ermeli,"* S. 207, 24 Aralık 1979.

anarşiye itmiştir. Çare bu kapının arkasındadır. Bu kilit ahlâk, tevazu ve insanlık üzerine vurulmuştur" ifadeleriyle yer almıştır.

Dergide yer alan bu sembolik anlatım, tekkelerin sadece dinî değil, aynı zamanda ahlâkî, kültürel ve sosyal birer merkez olarak yeniden işlevlendirilebileceği yönündeki kanaatin güçlü bir yansımasıdır.[233] Bu tür yorumlar, tekkelerin geçmişteki bazı zaaflarını göz ardı etmeksizin, onları tamamen silmek yerine yeniden yapılandırarak toplumsal fayda üreten kurumlara dönüştürmenin mümkün olduğu düşüncesini yansıtır.[234] Bu görüşe göre tekke, sadece bir dinî yapı değil; aynı zamanda bir mektep, bir hastane, bir spor yuvası, bir moral kaynağı, bir sanat ve edebiyat ocağı, bir fikir ve kültür merkezî olarak çok yönlü bir sosyal işlev ifa etmiştir.[235]

Bütün menfi şart ve tesirlere rağmen tekkelerin halk nezdindeki etkisini bütünüyle yitirmemiş olması,[236] kapatma kararının gerekçelendirilmesinde yalnızca kurumsal bozulma söylemine dayanmanın açıklayıcılığını sınırlandırmaktadır. Çalışmamızda söz konusu çözülme dinamiklerinin sadece dışsal baskılarla izah edilemeyeceği; içeriden kaynaklanan ihmallerin ve müdahalelerin de belirleyici olduğu kabul edilmekle birlikte, asıl mesele ıslah ve dönüşüm alternatifleri yerine doğrudan tasfiyenin tercih edilmiş olmasıdır. Bu noktada toplumsal açıdan sancılı bir geçiş döneminde benzer zafiyetler taşıyan diğer kurum ve oluşumların neden aynı ölçüde hedefe yerleştirilmediği ya da benzer bir tasfiye sürecine tâbi tutulmadığı sorusu önemini korumaktadır.

Nihai olarak bu araştımada, tasavvufî yardımlaşma geleneğine yöneltilen eleştiriler göz ardı edilmeyip ilgili görüşler dikkate alınarak daha yapıcı ve dengeli bir kurumsal değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tekkeler, vakıflar ve Ahîlik Teşkilatı SWOT[237] analizi çerçevesinde güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehdit boyutları üzerinden incelenmiş; tarihî gelişimleri, çözülme süreçleri ve yeniden yapılandırılabilirlik imkânları çok boyutlu bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Ayrıca bu araştırma, yalnızca eleştirilerin ve güçlü yönlerin tespitini değil, aynı zamanda yapıcı

[233] Sebil Dergisi, "*Tarihî Yanılgı Sona Ermeli,"* S. 207, 24 Aralık 1979.
[234] François Georgeon-Paul Dumont, *Osmanlı İmparatorluğunda Yaşamak*, çev. Maide Selen, İletişim Yay., İstanbul, 2000, s. 39.
[235] Mustafa Kara, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, s. 144.
[236] Marie Auguste Ubucini**,** *Türkiye 1850: Tanzimat – Ulemâ – Basın*, çev. Cemal Karaağaçlı, Tercüman 1001 Temel Eser, İstanbul, c.I, s. 112-113.
[237] Swot analizi; bir kurum ya da yapının güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu dış çevresel fırsatlar ve tehditleri belirleyerek stratejik durumunu değerlendirmeye yarayan sistematik bir analiz yöntemidir. Bkz. George Panagiotou, *Bringing Swot into Focus*, in: Business Strategy Review**,** c. XIV, No. 2,2003, s. 8–10.

çözüm önerileri ile model geliştirme imkânlarının tartışıldığı bir çerçeveyi de ortaya koymaktadır.

6. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin İktisadî Boyutu: Kavramsal Çerçeve

Tasavvuf anlayışı, mahiyeti gereği iktisadî alanla da yakından ilişkilidir ve bu ilişki, öncelikle tasavvufun bizzat kendi mânevî ve ahlâkî anlam dünyasından kaynaklanmaktadır. Bu bölümde, önce tasavvuf kavramının temel anlam çerçevesi ele alınacak, ardından bu çerçevenin "*tasavvufî iktisat*" kavramı altında nasıl yeniden anlam kazandığı tartışılacaktır. Tasavvuf kelimesinin kökenine dair farklı görüşler bulunmaktadır. Ancak bu tartışmalar daha çok "*sûfî*" kelimesi üzerinde yoğunlaşmış; sûfî teriminin hangi kelimeden türediği üzerinde durulmuştur. Sûfî kelimesi için köken olarak öne sürülen başlıca terimler; *suffe, sufâne, safâ* ve *safvet, saff-ı evvel, Benû's-Sûfe, sûfetü'l-kafâ, sıfat, sofia* ve *sûf* (yün)dur.[238] Sûfî kelimesine kök olan sûf (صوف) kelimesinin bir de *sâf* (اف صا)kullanımı vardır. Bu kelime meyletmek ve yüz çevirmek, uzaklaşmak manasındadır.[239] Hicrî II. asırdan itibaren yaygınlık kazanmaya başlayan "tasavvuf" ya da "sûfî" kelimesinin etimolojik kökeni üzerine yapılan bu farklı mülahazalar içerisinde kelimenin Arapça yün anlamına gelen "sûf" kökünden türediğinin genel kabul gördüğü söylenebilir. Bu da söz konusu isimlendirmelerin tasavvuf ilminin mahîyetini bütün yönleriyle ifade etmekten çok genel olarak isimlendirmelerde olduğu gibi bir uzlaşıyı ve bir geleneğin kabulünü ifade etmektedir.

Tasavvuf, İslam düşüncesinin içsel boyutunu ifade eden; insanın kendini, Rabbini ve kâinatı tanıma yolculuğuna rehberlik eden bir manevîyat disiplinidir. Kelime olarak Arapça kökenli *"sûf"* (yün) kelimesinden türediği düşünülen bu anlayış zâhidlerin sade yaşam tarzına işaret eder. Ancak kelimenin kökeni kadar anlamı da çok katmanlıdır. Tasavvuf, sadece bireysel ibadet ve zühd hayatı değil, aynı zamanda kalbin arındırılması (tezkiye)**,** nefsin terbiyesi**,** ahlâkın güzelleştirilmesi (ihsan) ve yaratılanlara karşı şefkatli bir duruş sergileme pratiğidir. Sûfîler, tasavvufu sadece teorik bir bilgi değil; yaşanarak içselleştirilen bir "hâl" ve manevî yolculuk olarak kabul ederler. Tasavvuf sûfîlere göre, kendini yok bilip Allah'ın varlığında yaşama, kalbini yalnız

[238] Muhammed Ahmed Lûc, *Takdîsü'l-Eşhâs fî Fikri's-Sûfî*, Dâru İbni'l-Kayyim, Dâru İbn Affan, c. I, s. 36.
[239] İbn Manzûr, *Lisânü'l-Arab*, c. IX, s. 199.

Hakk'a teslim etme yoludur.[240] Bu anlayışı, "Kur'ân-ı Kerîm'i Hz. Peygamber (sav) gibi yaşamaya çalışmak" şeklinde tanımlayanlar da vardır.[241]

Mutasavvıflarca, içinde bulunulan hâl ve makam gereği olarak çeşitli biçimlerde tarif edilen tasavvuf, ilâhî kaynaklı bir hikmet ve bu düşünce sistemine katılmış olanlar tarafından yeni gelenlere onu aktarma geleneğidir [242] Tasavvufun hedefi "*ma'rifetullah*"tır. Allah'ı bilmektir, nefs ve iradeyi terbiye etmektir; güzel ahlâka sahip olmaktır; İslam'ın özü**,** îmânın icabıdır. [243] İslam'ın görünen hâlidir ve tam Kur' ân ehli olmaktır; Sünnet-i Seniyyeye tam uyan Müslüman olmaktır.

Tasavvuf, bir "hâl" ilmi olduğu için sûfîler, yaşanan ve hissedilen hallerin anlatılmasının ve yazıya dökülmesinin zor ve hatta uygun olmadığını belirtmişlerse de, ilk dönemlerinden itibaren tanımı yapılmıştır. Sehl b. Abdullah el-Tüsterî (ö. 283/896): "Tasavvuf, yemeği azaltmak, Allah'a sığınmak, insanlardan firar etmektir". Ebû Bekir el-Kettanî (ö. 322/933): "Tasavvuf ahlâktır". "Tasavvuf, safâ ve müşâhededir"; Ebû Bekir eş-Şiblî (ö. 334/945): "Tasavvuf, tasasız kedersiz olarak Allah'la beraber oturmaktır" demiştir. Yine klasiklerde yapılan tanımlarda; "kuvvetleri zabt (kendine hâkim olma), nefislere riayet etmektir"[244], "kalplerin kirlerden temizlenmesi, insanlara güzel ahlâkla davranmak, şer'î meselelerde Rasûle tâbi olmaktır"[245] ve "bir felsefe ya da fikri savunmak değil, dünyaya karşı bir tavır takınmaktır" [246] şeklinde ifade edilmiştir.

Tasavvuf aslında bir tür din felsefesi ve din arkeolojisidir. Bu alana ait bilgilenmenin oluşabilmesi için dikey anlamda belli bir seviyeye ulaşmış olmak gerekir.[247]Aynı zamanda bu ilim, sûfîlerin zühd/tebettül anlayışıyla ilişki olan manevî bir temizliktir. Buna erişmek isteyen mürid, sadece şer'î ya da ahlâkî bakımdan yerilmiş, yasaklanmış kendisini helâke götüren fiillerden değil Allah ile arasında engel olan her türlü şeyden temizlenmeye, uzak durmaya çalışır. Sâlik, tövbe edip Allah'a her yönden yönelerek geride bıraktığı şeylerden herhangi birinin kalbine girmesine engel

[240] Süleyman Ateş, *İslam Tasavvufu*, Pars Matbaası, İstanbul, 1992, s. 85.
[241] Ethem Cebecioğlu, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü*, s. 689.
[242] Hayrani Altıntaş, *Tasavvuf Tarihi*, A.Ü.İ.F. Yayınları, Ankara, 1991, s. 17.
[243] Mahmud Es'ad Coşan, *Tarihî ve Tasavvufî Şahsiyetler*, s. 77-78.
[244] Bkz. Ethem Cebecioğlu, "*Prof Nicholson'ın Kronolojik Esaslı Tasavvuf Tarifleri*", Ankara, s. 387-406.
[245] Ebû Nasr Serrâc, *el-Lüma'*, Dâru'l-Kütübü'l-Hadisiyye, 1960, s. 48; ayrıca bkz. *İslâm Tasavvufu*, çev. Hasan Kâmil Yılmaz, s. 27; Ebû Abdurrahman Sülemî, *Tabakātü's-Sûfiyye*, Dâru's-Sâdır, Beyrut, ts., s. 70-75.
[246] Erol Güngör, *İslâm Tasavvufunun Esasları*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2008, s. 17.
[247] Mahmud Erol Kılıç, *Tasavvuf Düşüncesi*, Sufi Kitap, İstanbul, 2018, s. 33.

olmaya gayret edendir.[248] Bahsedilen tanımlarda ifade edilen manevî hâl ve tecrübelerin yanı sıra tasavvuf, bağımsız bir ilim olmanın gerektirdiği metodolojik kimliğe(metot hüviyetine) de sahiptir. Nitekim bu alan; konusu, yöntemi, problem alanları ve ilkeleriyle ilmî bir disiplinin tüm unsurlarını taşır; dolayısıyla sadece bireysel manevî deneyimlerle değil, sistematik ve kuramsal yapısıyla da dikkat çeker.

Tasavvuf, bireyin manevî tekâmülünü ve kalbin arınmasını esas alırken, bu hedefin yalnızca bireysel boyutta kalmadığı; ekonomik ve toplumsal hayatın da bu ahlâkî ilkeler doğrultusunda şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda, tasavvufî ilkelerin ekonomik hayata yansıması, "tasavvufî iktisat" kavramını şekillendirmiş ve bu alanda özgün bir anlayış geliştirilmesine zemin hazırlamıştır. Tasavvuf ile iktisat arasındaki ilişki, İslam'ın hukukî boyutunda helâl kazanç, üretim, tüketim, ticaret, mülkiyet, miras, sadaka ve zekât gibi konularla doğrudan; ahlâkî öğretisi kapsamında ise zühd, tevekkül, riyâzet, halvet, îsâr, kanaat, şükür ve fakr gibi kavramlarla dolaylı biçimde ortaya çıkmaktadır.

Hem klasik hem de modern tanımlar bu disiplinin temel dinamiklerini açıklamada önemli rol oynar. Öncelike analizlerin kavramsal zemininin sağlıklı biçimde kurulabilmesi için "ekonomi" ve "iktisat" arasında bir terimsel ayrım yapılacağı belirtilmelidir. Her ne kadar bu iki terim çoğu zaman eşanlamlı biçimde kullanılsa da, bu çalışma kapsamında farklı içerik ve işlevlere işaret eden iki ayrı alan olarak ele alınmıştır. İktisat kavramı tek başına, Ragıb el-İsfahani'nin, *el-Müfredât* adlı eserinde; "harcamalarda ve davranışlarda orta yolu tutmak"[249] şeklinde açıklanmıştır. Sözlük anlamında ise; "bir ülkenin üretim, dağıtım ve tüketim işlerinin bütünü; ekonomi"[250],"kıt kaynakların alternatif kullanımları arasında seçim yapmayı inceleyen bir disiplin"[251] ifadeleriyle tanımlanıştır. En yalın hâliyle, ekonomi; sınırlı kaynakların sınırsız isteklere tahsisini, iktisat ise ölçülü ve dengeli yaratılmış her türlü varlığın maksada uygun hâle dönüştürülmesini konu alan farklı disiplinlerdir.[252]

Tasavvufî bakış, ekonomi tanımındaki yaygın kabullerin aksine, sınırsız olanın insanın ihtiyaçları değil; ihtirasları, arzu ve istekleri olduğunu vurgular.[253] Bu anlayışa göre, normal bir insanın ihtiyaçları sınırlı iken istekleri sınırsızdır. Bu nedenle ihtiyaç

[248] M. Mustafa Çakmaklıoğlu, *Tasavvuf*, Bilay Yayınları, Ankara, 2020, s. 97-109.
[249] Râgıb el-İsfahânî, *el-Müfredât fî Garîbi'l-Kur'ân*, Dâru'l-Ma'rifa, "iktisat" md., ts., Beyrut, s. 431.
[250] Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe Sözlük*, https://sozluk.gov.tr/ (erişim: 2025).
[251] Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Macmillan, London, 1932, s. 16.
[252] Tolga Keskin, *Sufilerin İktisat Anlayışı ve Uygulamaları*, İlahiyat Yayınları, Ankara, 2022, s. 41.
[253] Mete Gündoğan, *Refah Toplumu*, Ankara: Vadi Yayınları, 1997, s. 30.

fizyolojik, istek psikolojik bir özellik taşımaktadır.[254] Bu ayrım, insan davranışını yalnızca tüketim ve fayda maksimizasyonu ekseninde açıklayan yaklaşımların sınırlarını da görünür kılar. Nitekim günümüz ekonomisinde zevk ve haz peşinde koşan "*homo economicus*" insan tipinin karşısında, rûhun ve bedenin ihtiyaçlarını birlikte ele alabilecek; "*eşref-i mahlûkat*" nitelemesi de bakış açısındaki farklılığın tezahürüdür.[255]

Kavramsal geçişkenliğin belirginleştiği bu tanımlamalar çerçevesinde "tasavvufî iktisat", İslam ekonomisi literatüründe erken dönemlerde doğrudan bir terim olarak adlandırılmış olmasa da, bu yaklaşımın içeriğini oluşturan ilke ve hassasiyetlerin erken dönemlerden itibaren mevcut olduğu söylenebilir. Kavramsallaşmanın gündeme gelişi, tasavvufun bireysel ve toplumsal hayat üzerindeki belirleyici etkisiyle yakından ilişkilidir. Zira İslam'ın manevî boyutunu temsil eden tasavvuf, zamanla yalnızca bireysel ahlâkî terbiyeyle sınırlı bir disiplin olmaktan çıkmış; toplumsal düzeni ve özellikle iktisadî ilişkileri dönüştüren bir değer ve pratikler bütünü hâline gelmiştir.[256] Bu dönüşümün arka planında, dinin insanın yönelişlerini düzenleyen bir "ölçü" ve "denge" sistemi olarak anlaşılması; rab ile kul arasındaki rubûbiyet–ubûdiyet ekseninde işleyen ilişkiyi, sorumluluk ve karşılıklılık ilkeleri çerçevesinde bir "alışveriş" (mübadele) metaforuyla açıklayan yaklaşım bulunmaktadır.

Nitekim Kur'ân-ı Kerîm'de çeşitli âyetlerde beşerî ahd; "Allah'a verilen güzel bir borç" olarak tanımlanmakta, böylece kulluk ve ilahî merhamet arasında sürekli bir mübadele (değiş-tokuş) boyutuna işaret edilmektedir. Bu "din-iktisat" ilişkisini ontolojik bir düzleme taşımakta; yani dinin kendisi bile kulluk ve Rab'lık arasında sürekli bir verme-alma (rubûbiyet/ubûdiyet) ilişkisi içerdiği vurgulanmaktadır. Dolayısıyla tasavvufun iktisadî yaşama etkisi bu aslî yapının yansıması olarak anlam bulmaktadır. Diğer taraftan Cenâb-ı Hak, Bezm-i Elest'te verdikleri bu ahde sadık kalarak salih ameller işleyenleri ödüllendireceğini va'd etmiştir. Arapça'da "Va'd, borçtur veya borç gibidir" sözünün de anlattığı gibi, bu va'd'te Allah'ın kullara borcu anlamına gelmektedir. Burada din, Kur'ân-ı Kerîm'de geçtiği gibi cennette temellenen ilahî-ontik bir ticaret olarak belirir. Ancak insan dünyaya sürülünce birincisi dünyada varlığını sürdürmek ve ikincisi tekrar cenneti kazanmak şeklinde maddî ve manevî iki temel ihtiyaç boyutu ve bunu karşılamak üzere bir ilahî iktisat olarak dine ihtiyacı ortaya çıkar. Bu bakımdan iktisat "ihtiyaçları karşılama yolu" olarak kavranırsa, din de insanın maddî ve manevî

[254] Ahmet Tabakoğlu, *İslâm ve Ekonomik Hayat*, DİB Yayınları, Ankara, 2003, s. 44.
[255] Mehmet Bulut, "*Ahlâk ve İktisat*", Adam Akademi, 5/2, Ankara, 2015, s. 115.
[256] Hafedh Zarrouk, "Ethics in Islamic Finance: A Theoretical and Methodological Reflection", *Journal of Islamic Business and Management*, 4(1), 2014, s. 78-87; M.A. Choudhury, *Islamic Economics and Finance: A Glossary*, Routledge, 1997, London, s. 67-102.

mübadeleyi anlamlandıran ve yöneten ilahî bir düzen olarak daha tutarlı biçimde konumlanır.[257]

Kavramın sınırlarını ve işleyiş mantığını görünür kılmak açısından, tasavvufî iktisadın toplumsal hayatta kurumsal formlara bürünmüş somut tezahürleri üzerinden ilerlemek daha açıklayıcıdır. Bu alanın organik ürünleri arasında çalışma kapsamında ele alınacak başlıca yapıları; tekkeler, vakıf kurumu ile Ahîlik teşkilâtıdır. Söz konusu kurumların analizin bu tanımına dâhil olma sebebi onların yalnızca manevî eğitim ve irşad faaliyeti yürüten merkezler olmayıp; aynı zamanda üretim, zanaatkarlık, iktisadî dolaşım ve toplumsal yardımlaşmayı birlikte örgütleyen bütüncül yapılar olmasıdır. Bu çerçevede Ahîlik teşkilâtı, kurumsal ve pratik düzeyde belirgin bir eşik niteliği taşır. Zira XII. yüzyıldan itibaren Anadolu'da teşekkül eden Ahîlik sistemi, üretim ve ticaret süreçlerini tasavvufî ilkelerle bütünleştirerek iktisadî faaliyeti salt bireysel kazanç ekseninden çıkarıp toplumsal adalet, kardeşlik ve dayanışma hedefleri doğrultusunda yönlendirmiştir.[258]

Ancak tasavvufî iktisadın sözedilen olumlu sosyal boyutlarının yanı sıra, zihniyet temelli etkilerine eleştirel yaklaşımlarda olmuştur. Bu noktada Sabri Ülgener'in tasavvuf ve iktisat ilişkisine dair analizleri dikkat çeker; Ülgener, tasavvufun iktisadî organizasyonlarda sosyal yardımlaşmayı güçlendirdiğini kabul etmekle birlikte, bireysel düzeyde ekonomik dinamizmi sınırlayan bir zihniyetin oluşmasına da zemin hazırladığını ileri sürer. Sabri Ülgener'in tasavvuf ve tasavvufî iktisadın organizasyonuna yönelik görüşleri, iki temel boyutta şekillenir: Birincisi, tasavvufun toplumsal dayanışmayı ve ekonomik yardımlaşmayı teşvik eden kurumsal katkılarıdır. Tekke, zâviye ve vakıf gibi kurumların oluşturduğu sosyal ağlar, Osmanlı toplumsal düzeninde yoksulun korunması ve ahlâkî ekonominin sürdürülmesinde önemli rol oynamıştır[259]. İkinci boyut ise, Ülgener'in eleştirel yaklaştığı zihniyet meselesidir. Ona göre tasavvuf, bireysel düzeyde zühd ve tevekkül gibi kavramlar aracılığıyla ekonomik dinamizmi sınırlayan bir ruh oluşturmuştur.[260] Bu bağlamda tasavvufun geliştirdiği "*derviş ekonomisi*" kavramıyla, tasavvufun üretkenlikten ziyade mevcutla yetinmeyi öğütleyen ve ekonomik gelişmeye ket vuran bir zihniyet ortaya koyduğunu savunur.[261]

[257] Bedri Gencer, "*İlahi Bir Ekonomi Olarak Din*", Kün Edebiyat Dergisi, S. 5, 2013, s. 20.
[258] Timur Kuran, *İslam ve Ekonomik Hayat*, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2005, s. 45-80.
[259] Sabri Ülgener, *Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, Der Yayınları, İstanbul, 2006, s. 95-102.
[260] Sabri Ülgener, *İktisadî Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*, Der Yayınları, İstanbul, 2006, s. 35-38.
[261] Sabri Ülgener, *Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, s. 105-110.

Buna karşın bazı araştırmacılar, tasavvufun yalnızca zühd ve tevekkül merkezli bir zihniyet oluşturmadığını; bilakis vakıflar, tekkeler ve Ahîlik teşkilâtı aracılığıyla ekonomik canlılık ve sosyal refah sağladığını savunur. Bu yaklaşıma göre tasavvuf, üretim ve paylaşım dengesi kurarak ahlâkî temellere dayanan güçlü bir iktisadî sistem oluşturmuştur. Zühd ve tevekkül, kişisel bir manevîyat biçimidir ve bu kişisel tutumların, toplum genelindeki ekonomik dinamizmi doğrudan yavaşlattığını söylemek genelleştirici bir bakış açısıdır. İnsanlar bireysel olarak "mülkiyeti gönülden terk" etmiş olabilir, ama buna rağmen aktif olarak üretim ve ticaret yapmayı sürdürmüştür. Maddeye karşı bu kısıtlayıcı tutumu sâlik kendi nefsine tatbik etmiş; bununla beraber diğerlerine karşı tam aksi yönde cömertliği tercih etmişlerdir.[262]

Tüm bu değerlendirmeler ışığında tasavvufî iktisat, ekonomik faaliyetlerin yalnızca maddî kazançla değil, güzel ahlâk, kanaatkarlık, tevazu ve cömertlik gibi değerlere dayalı olarak yürütülmesini öngörür. Bu nedenle organizasyonlarda kar-zarar dengesi yerine helâl kazanç, toplumsal yarar ve adalet ön plana çıkar. Tasavvufî iktisatta özel mülkiyet kabul edilmekle birlikte, bu mülkiyetin emanet olduğu vurgulanır. Mal ve servet bir insanın kendisine ait değil, Allah'ın mülkü olarak görülür; kişi sadece onun tasarrufçusudur. Dolayısıyla organizasyonlarda israf, faizcilik, stokçuluk gibi uygulamalar kesin olarak reddedilir.[263] Tasavvufî iktisadın organizasyonu, ahlâkî ve manevî ilkelerle biçimlenmiş, insan merkezli bir ekonomik düzen olarak tanımlanabilir. Burada temel hedef maddî refahın ötesinde toplumsal denge, adalet ve manevî gelişimdir**.**

7. Tasavvufî İktisadın Kurumsal Tezahürü Olarak Fütüvvet ve Ahîlik

Bu başlık altında, tasavvufî iktisadın tarihsel ve kurumsal bir tezahürü bağlamında fütüvvet ve Ahîlik yapıları ele alınacaktır. Öncelikle fütüvvet ve Ahîlik kavramlarının tanım ve kapsamı açıklanacak; ardından bu oluşumların dayandığı ahlâkî, tasavvufî ve iktisadî ilkeler sistematik biçimde ortaya konulacaktır. Böylece tasavvufî yardımlaşma ve emek-merkezli iktisadın, meslek örgütlenmeleri ve kurumsal yapı formunda nasıl somutlaştığı gösterilecektir.

---

[262] Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı İmparatorluğu'nda Marjinal Sufilik: Kalenderiler (XIV-XVII. Yüzyıllar)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2002, s. 145-150; Ali Bardakoğlu, "Tasavvufun Toplum ve Ekonomi Üzerindeki Etkileri", *Diyanet İlmî Dergi*,c.XXXIII, S. 2 (1997), s. 120-125.

[263] Toshihiko İzutsu, *İslam'da Varlık ve Mânâ*, çev. Süleyman Ateş, İnsan Yayınları, İstanbul, 2019, s. 139; Bekir Topaloğlu, *Tasavvuf*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1989, s. 55-58; Abdurrahman Güzel, *Tekke ve Zaviyelerin İslâm Düşüncesindeki Yeri ve İlgası*, KAB Yayını, Ankara, 1992, s. 56-58.

7.1. Fütüvvet

Sözlükte "genç, yiğit, cömert" anlamlarına gelen fütüvvet, tasavvufî mahiyette "başkasını kendine tercih etmek" ve "engin bir mürüvvete sahip olmak" şeklinde tanımlanır. Literatürde çoğunlukla bireysel erdem, yiğitlik ve ahlâkî olgunlukla ilişkilendirilen bu kavramın, tasavvufî düşünce içerisinde anlam alanını genişlettiği; sosyal adalet ve dayanışma pratikleriyle birlikte kurumsal örgütlenme biçimlerine de referans veren çok katmanlı bir ilkesel çerçeveye dönüştüğü görülür.[264] Bu dönüşümün merkezîndeki fedakârlık ve başkalarını kendi nefsine tercih etme fikri, Nişabur (Horasan) tasavvuf ekolünde belirgin biçimde tezahür etmiş; böylece fütüvvet, hem toplumsal hem de manevî hayatta ideal bir ölçüt olarak benimsenmiştir.[265] Zira söz konusu merkezî içerik Kur'an'daki "îsâr" kavramıyla doğrudan irtibatlandırılmış; bu suretle fütüvvet, "kardeşini nefsine tercih etme" şeklinde özetlenebilecek ahlâk anlayışı üzerinden Kur'anî bir temele bağlanmıştır.[266]

Fütüvvet, çocukluk ile yaşlılık arasındaki dönemi; bilhassa insan ömrünün yetişkinlikten kırk yaşına uzanan safhasını ifade eder. Kur'ân'da; "Sizi güçsüz yaratan, güçsüzlüğün ardından kuvvet veren, kuvvetli hâlinizden sonra da güçsüzlüğe düşüren ve yaşlandıran Allah'tır…"[267] buyurularak insanın zayıflıktan kuvvete doğru ilerleyen gelişim sürecine dikkat çekilir. Bu bağlamda zayıflık hâlinden kuvvet hâline yönelen dönüşüm, fütüvvet hâlini açıklayan bir çerçeve olarak değerlendirilmiş; kişi bu hâl üzereyken "*fetâ*" şeklinde adlandırılmıştır. Bununla birlikte tasavvufî bakışta "fetâ" ve "fütüvvet" yalnızca yaşa işaret eden kavramlar değildir; daha ziyade kişinin içsel kuvveti ve ahlâkî duruşu ile irtibatlıdır. Dolayısıyla yaşı ne olursa olsun, yüksek ahlâkî meziyetlere ve kararlılığa sahip olan kimse "fetâ" kabul edilir. Fütüvvet anlayışındaki "fetâ" tipi, nefsine karşı mücadele eden, kendini başkalarının iyiliğine adayan ve bunu da hiçbir maddî ya da manevî karşılık beklemeden gerçekleştiren bir şahsiyet örneğidir.

"Fetâ" tipi, fütüvvet geleneği içinde cömertlik, yiğitlik ve îsâr gibi temel erdemleri sahiplenmekle kalmamış; hoşgörü, vefa, hizmet, nefisle mücadele ve insanlarla iyi geçinme gibi yeni boyutlarla zenginleşerek ahlâkî ve tasavvufî anlamları

[264] Süleyman Uludağ, "Fütüvvet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1996, c. XIII, s. 259.
[265] Ebû Abdurrahman es-Sülemî, *Fütüvvet: Tasavvufî Ahlâk Üzerine Risâle*, çev. Hasan Kâmil Yılmaz, İnsan Yayınları, İstanbul, 1997, s. 4.
[266] Hasan Kâmil Yılmaz, *Anahtarlarıyla Tasavvuf ve Tarikatlar*, s. 275.
[267] Rum, 30/54.

kuşatan kapsamlı bir ideal hâline gelmiştir.[268] Zamanla eziyete katlanmak, bolca iyilik yapmak, şikâyeti terk etmek, makam ve mevki kaygısından uzak durmak, nefisle mücadeleyi sürdürmek ve başkalarının kusurlarını affetmek gibi davranışlar da bu anlayışın parçası olarak görülmüştür.[269] Bütün bu erdemler çerçevesinde, fütüvvetin "fetâ" idealini taşıyan bir ahlâk modeli olarak hem Müslüman hem de gayrimüslim topluluklar arasında hızla benimsendiği ve yaygınlaştığı; bu yayılmada söz konusu idealin belirleyici bir rol oynadığı bazı araştırmacılar tarafından ileri sürülmüştür.[270]

Fütüvvet anlayışı, erken dönemlerde ortaya çıkmış bir ahlâk geleneği olarak güçlü bir varoluşsal vurgu taşır. Bu geleneğin arkasında ise tevhid inancı ve dinî referanslar üzerinden şekillenen sağlam motivasyonlar ve dayanaklar yer alır. Çünkü bu düşünce, temelinde tevhid inancı bulunan, ahlâkî ve manevî değerler üzerine kurulmuş bir yapılanmadır. Hatta söz konusu yapı içerisinde yer alabilmek için öncelikle iman şartı aranır. İman sahîbi olmayan kâfir ve münafıklar fütüvvet teşkilâtına kabul edilmezler.[271] Zaten fütüvvet Allah'a olan inançla başlar; bu anlayışta Allah'ın birliğini kabul etmek, peygamberlerini rehber edinmek ve ahîret gününe inanmak esastır. Nitekim fütüvvetnâmeler, fütüvvet ehli için gerekli inanç zeminini "Müslümanlık" tanımı üzerinden açık biçimde temellendirir. Buna göre Müslümanlık; Allah'ı tanımak ve O'nun kitaplarına, meleklerine, peygamberlerine ve âhiret gününe iman etmektir.[272]

Fütüvvetin en güçlü motivasyon kaynaklarından bir diğeri şüphesiz Peygamber ahlâkından beslenmesidir. Nitekim sûfî yorumda fütüvvet; Allah'ın emirlerine ve Resûlullah'ın (sav) sünnetine uymayı, bununla birlikte Allah'ın dostlarıyla sohbet etmeyi ifade eden bir ahlâkî tutum olarak tanımlanır.[273] Bu sebeple sûfîler, fütüvveti peygamberlerin bıraktığı bir miras şeklinde değerlendirirler. Zira peygamberler, hayatlarını fütüvvet ahlâkı doğrultusunda sürdürmüş; kişisel çıkarlarını değil ümmetlerinin selâmetini öncelemiş, bu uğurda mücadele etmiş ve yalnız kalsalar dahi görevlerini azimle yerine getirmişlerdir. Onların fedakarlığı, Allah'ın emirlerine bağlılıkta gösterdikleri kararlılık, çaba ve tevekkül, fütüvvet düşüncesinin normatif

---

[268] Bekir Köle, "Tasavvuf Perspektifinde Fütüvvetin Anlam Boyutu," *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 43, 2015, ss. 191-210, s. 209-210.
[269] Ömer Rıza Doğrul, *İslam Tarihinde İlk Melamet (Melamete Ait En Eski Vesikanın Tercümesi)*, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, 1950, s. 32.
[270] Andrew Charles Spencer Peacock, *Islam, Literature and Society in Mongol Anatolia*, Cambridge University Press, Cambridge, 2019, s. 117, 121, 127.
[271] Hilmi Karaağaç, "İlk Dönem Fütüvvetnâmelerine Göre Ahîliğin İtikâdî Temelleri," *Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* / Journal of Divinity Faculty, S. 2, Ekim 2013, ss.41-70, s.67.
[272] M. Saffet Sarıkaya, *XIII-XVI. Asırlardaki Anadolu'da Fütüvvetnâmelere Göre Dini İnanç Motifleri*, Ankara, 2002, s. 78.
[273] Mehmet Saffet Sarıkaya, *XIII–XVI. Asırlardaki Anadolu'da Fütüvvetnâmelere Göre Dinî İnanç Motifleri*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1992, s. 1.

zeminini teşkil etmiştir.[274] Bu çerçevede fütüvvet sahibi kimse, misafirlerini ağırlamak ve dostlarına hizmet etmek için zahmete katlanır; onların huzurunu kendi rahatına tercih eder. Zor zamanlarda kendi ihtiyacını gizleyerek elindekini başkalarıyla paylaşır; muhataplarını huzursuz etmemek için sıkıntısını belli etmez. Aksi takdirde fütüvvet iddiası, davranışa dönüşmeyen bir söylem olarak kalır.[275]

Fütüvvet anlayışının tarihî ve kültürel temellerini kavramak açısından fütüvvetnâmeler temel kaynak niteliği taşır. Fütüvvetnâmeler; Kur'ân ve hadis gibi temel İslamî kaynakların yanı sıra tarihî metinler, sûfî risâleleri, destanlar, vekayinâmeler, Ahî şecerenâmeleri, icâzetnâmeleri, İbn Battûta ve Evliyâ Çelebi gibi seyyahların seyahatnâmeleri, çeşitli ferman, berât ve vakfiyeler ile bu geleneği ele alan sonraki dönem eserlerine dayanır. Bu metinlerin sadece birer meslekî tüzük değil, aynı zamanda edepnâme niteliği taşıdığı görülür. İçerdikleri ilkeler ile bu metinler, İslam ahlâkının ve sûfî terbiyesinin temel taşları olup, her bir prensip bir Müslüman şahsiyetin ve özellikle bir sûfînin sahip olması gereken meziyetleri tanımlar. Eserlerde bu erdemler, âyetler, hadisler ve büyük mutasavvıfların hikmetli sözleriyle açıklanır. Bunları kaleme alan müelliflerin aynı zamanda muhaddis ve müfessir kimliği dikkate alındığında, fütüvvet risâleleri hem tasavvufun hem de fütüvvetin ilmî ve ahlâkî zeminde yazılmış klasik metinleri arasında yer alır.[276]

Fütüvvetnâmeler incelendiğinde, farklı şekillerde sınıflandırılabilen tek düze belgeler olmadıkları dikkat çekicidir.[277] Fütüvvet geleneği, farklı kaynaklardan beslenen çok katmanlı bir birikime dayanmaktadır. Nitekim fütüvvetnâmelerde yer alan ilke ve değerler, Ebû Abdurrahman es-Sülemî (ö. 412/1021), Abdülkerîm el-Kuşeyrî (ö. 465/1072) ve Şihâbüddîn es-Sühreverdî (ö. 632/1234) gibi sûfîlerin fütüvvetle ilgili eserleri başta olmak üzere, bu literatürü şekillendiren temel referanslar esas alınarak kaleme alınmıştır. İslam iktisadından çalışma ve kazanç ahlâkına, mülkiyet ve emanet bilincinden tüketim adabına; paylaşım, infak ve dayanışma pratiklerinden israftan kaçınma ve itidalli harcama anlayışına varıncaya kadar geniş bir alanda değer temelli

[274] Ebû Abdurrahman Muhammed b. el-Hüseyin es-Sülemî, *Kitâbu'l-Fütüvvet*, (Mecmûʿa-i Âsâr, cilt II içinde), yay. Nasrullah Pürcevâdî, Merkez-i Neşr-i Dânişgâhî, Tahran, 1372, s. 226-227.
[275] Kâşânî, Kemâleddin Abdürrezzâk b. Ebü'l-Ganâim Muhammed: *Letaʾifu'l-Aʿlâm fî İşârâti Ehli'l-İlhâm*, thk. Saîd Abdülfettâh, Dârü'l-Kütübi'l-Mısriyye, Kahire, 1416/1996, c. I, s. 250.
[276] Ekrem Erdem, "Fütüvvet/Ahilik - Tasavvuf İlişkisi ve İktisadi Hayata Dair Bazı Çıkarsamalar: Farklı Dillerde Yazılmış Bazı Fütüvvetnameler Üzerine Bir İnceleme", *İslâm Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, S. 2, 2022, c. VIII, s. 185-222.
[277] Ahmet Yaşar Ocak, "Fütüvvet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, c. XIII, s. 264-265.

üretmektedir.[278] Bu doğrultuda fütüvvetin erdemler bütünü olarak şekillenmesinde sûfîlerin eserlerinin önemli bir kaynak teşkil ettiğini ifade etmek mümkündür.[279]

Nihai olarak fütüvvet, İslam tarihinde esas itibariyle tasavvufla iç içe gelişmiş bir kavram olmakla birlikte içtimâî alanda toplum ekonomisinin örgütlenme biçimine yön veren temel bir anlayışa da ilham verme misyonunu kendine şiar edinmiştir.[280] Bu anlayışın günümüze kadar farklı form ve yorumlar içerisinde varlığını sürdürebilmesi, hem dayanaklarının sağlamlığına işaret etmekte hem de pek çok tasavvufî kurumun inanç ve ahlâk sisteminin teşekkülünde etkili olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte fütüvvet, tarihsel ve kavramsal seyri içinde ortaya çıktığı ilk biçimiyle sabit kalmamış; farklı dönemlerin sosyal ve siyasî şartları doğrultusunda yeniden yorumlanarak dönüşmüştür.

Bu süreç, Câhiliye Dönemi'ndeki "fetâ" anlayışından beslenen erken İslamî bir sosyal erdem olarak başlamıştır. Ardından, Abbâsî Dönemi'nde siyasî merkezîleşmeye tepki olarak kısmen özerk bir toplumsal kurum hâline gelmiştir. Sonraki aşamada, IX. yüzyıldan itibaren bireysel zühd hayatından topluluk temelli bir tasavvuf çevresine yönelen tasavvufî fütüvvet biçimini almıştır. Nihai olarak, devlet otoritesinin zayıfladığı dönemlerde ekonomik ve sosyal dayanışma rolü üstlenerek esnaf ve zanaatkâr sınıfıyla bütünleşmiş Ahîlik kurumuna dönüşmüştür.[281]

Fütüvvetin kurumsal tezahürlerinden biri olan Ahîlik, bu ilkeleri toplumun refahı ve tüm mahlûkatın hayrı için kurumsal bir zeminde hayata geçirmiş; böylece fütüvvet, bireysel ahlâkın ötesinde sosyal yapıyı kuran bir ilke sistemine dönüşmüştür.[282] Bu gelenekten teşekkül eden Ahîlik, kurumsallaşmanın en belirgin örneklerinden biri olarak öne çıkmaktadır.[283] Ahîlik ile fütüvvet anlayışının özünü teşkil eden ve insanlara hiçbir karşılık beklemeden, maddî ya da manevî bir bedel gözetmeksizin faydalı olmayı ifade eden cömertlik, hem fütüvvet ehlinin hem de Ahîliğin en belirgin ve ayırt edici vasıflarından biri olarak kabul edilmiştir. Bu vasıf, yalnızca mal ile değil; zaman, emek,

---

[278] Ekrem Erdem, "Fütüvvetnamelerin İslâm İktisat Düşüncesi İçindeki Yeri*", İş Ahlakı Dergisi*, , S. 1, 2021, c. XIV, s. 27-62.
[279] Abdülbaki Gölpınarlı, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, İstanbul Ticaret Odası Akademik Yay., 2011, İstanbul, s. 31.
[280] Mustafa Akdağ, *Türkiye'nin İktisadî ve İçtimaî Tarihi*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2014.
[281] Ahmet Yılmaz, "Neo-Liberal Dönüşüm Sürecinde Türkiye'de Devlet Toplum İlişkileri, Toplumsal Sınıf Merkezli Bir Yaklaşım", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergis*i, c. XX, S. 1, Mart 2014, s. 107-140; Onur Dündar, "Fütüvvet Teşkilatlarının Süreç Analizi Yoluyla İncelenmesi*", Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, S. 83, Aralık 2022, ss. 197-224, s.210.
[282] Ahmet Yaşar Ocak, "Fütüvvet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1996, c. XIII, s. 261.
[283] Ekrem Erdem, "Fütüvvet ve Ahilik Çalışmalarının Kaynakları Üzerine Bir Değerlendirme", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi (BEYDER),* S. 2, 2021, c. XVI, ss. 173-198, s.173

bilgi ve gönül desteğiyle de tezahür eden yüksek bir ahlâk biçimidir.[284] Cömertlik vasfıyla işlevselliğini temellendiren fütüvvet anlayışı, tasavvufî iktisadın kurumsallaşmasında ve tasavvufî yardım geleneğinin süreklilik kazanmasında merkezî kavramlardan biri olarak değerlendirilmiştir.

7.2. Ahîlik

Bu bölüm, çalışma kapsamında tasavvufî yardımlaşma geleneğindeki bir diğer temel kurumsal yapıyı, yani Ahîlik teşkilâtını ele almaktadır. Ahîlik, tasavvufî ilkelerle şekillenen bir dünya görüşüyle sadece bireysel ahlâkı değil, aynı zamanda iktisadî düzeni, meslek ahlâkını ve toplumsal dayanışmayı da içeren çok katmanlı bir yapı olarak dikkat çekmektedir. Tekke yapısında olduğu gibi burada da merkezde tasavvufî bir bağlılık yer almakla birlikte, Ahîlik sistemi bu bağlılığı üretim, iş bölümü, lonca yapılanması ve mesleki etik gibi alanlara taşıyarak daha çok iktisadî boyut üzerinden teşkilâtlanmıştır.

"Ahî" kelimesinin etimolojisi hakkında literatürde iki temel görüş bulunmaktadır. İlk görüşe göre kelime, Arapça "kardeşim" anlamına gelen "âhî" (أخي) kelimesinden türemiştir. Bu görüşü savunanlar, Ahîlik teşkilâtının İslamî bir zemin üzerinde şekillendiğini ve "âhî" kelimesinin teşkilât üyeleri arasındaki kardeşlik bağını vurgulamak amacıyla kullanıldığını belirtmektedirler. İkinci görüş ise, kelimenin Türkçe kökenli olduğunu savunur. Bu yaklaşıma göre "ahî ", *Divânu Lügâti't-Türk*, *Kutadgu Bilig* ve *Atabetü'l-Hakâyık* gibi klasik Türkçe eserlerde yer alan, "eli açık, cömert" anlamına gelen "akı" kelimesinden türemiştir.[285] Bu görüşü savunanlara göre, "akı" kelimesi zamanla fonetik bir değişime uğrayarak "ahî" şekline dönüşmüş ve cömertlik, yiğitlik, yardımseverlik gibi ahlâkî vasıfları ifade eden bir unvan olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu yorum, Ahîlik teşkilâtının köklerinin sadece İslamî değil, aynı zamanda Türk kültürel değerlerine dayandığını da ortaya koymaktadır.[286]

Ancak Ahîlik, bu sözlük anlamının ötesinde tarihsel süreçte hem kavramsal hem de kurumsal bir kimlik kazanmıştır. Terim anlamında *Ahîlik*: "XIII. Yüzyılda Anadolu'da, Balkanlar'da, Kırım'da kurulan esnaf, sanatkâr ve üretici (sanayi) birlikleri ile bu birliklerin uyguladıkları ahlâkî, siyasî, iktisadî, felsefî duygu ve prensipler

[284] Abdu'l-Kerim Hevazin Kuşeyrî, *Risale*, çev. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 1978, s. 112.
[285] Besim Atalay, *Divânu Lügâti't-Türk Dizini*, Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara 1986, s. 15
[286] A. Turan, K. S. Gümüş, "Türk Dünyasında Kültür, Sosyal Dayanışma ve Birlik Köprüsü Olarak Ahilik Teşkilatı ve Bu Bağlamda Türk Devletlerine Öneriler", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 41, Aralık 2015, c. VIII, s. 598-599.

anlamına gelir." Teşkilât anlamında Ahîlik ise: "Anadolu'da birliği, refahı, toplum düzenini sağlayan ve halkın maddî, manevî tüm ihtiyaçlarına cevap verecek tarzda teşkilâtlanan sivil toplum kuruluşudur.[287] Her ne kadar benzer yapılar farklı İslam coğrafyalarında da gözlemlense de, Ahîlik teşkilâtı, gerek işleyiş mekanizmaları gerekse toplumsal ve ahlâkî hedefleri bakımından bu kurumlardan belirgin bir şekilde ayrılmaktadır."[288]

Ahîlik, bir tarîkat olmayıp köklerini fütüvvet geleneğinden alan; bu anlayışı zamanla sosyal, meslekî ve ahlâkî alanlarda kurumsallaştırarak Anadolu'da sosyo-ekonomik şartlara uygun biçimde yeniden yorumlanan ve kurumsallaşan sivil bir teşkilâttır.[289] Dolayısıyla Ahîlik teşkilâtı, İslam inancıyla Türk örf ve âdetlerinin sentezi sonucu oluşan bir düşünce sistemi olarak görülür. Bu yapı diğer bir yönüyle özünü Kur'an'dan alan fütüvvet ruhunun sosyal bir oluşum olarak yeniden canlandırılmasıdır.[290] Bununla birlikte bu anlayış, tasavvufla tarihsel, düşünsel ve pratik düzeylerde ayrıştırılamayacak ölçüde yakın bir ilişki içindedir. Her iki yapı da İslam'ın temel referansları olan Kur'an ve sünnete dayanmakta; bireyin ahlâkî tekâmülünü ve toplumsal düzenin inşasını hedefleyen bir çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda Ahîlik ile tasavvuf, Anadolu'nun tarihsel ve kültürel dokusunda hem bireysel hem de toplumsal ahlâkın şekillenmesinde belirleyici kurumsal oluşumlardır.

Ahîlik organizasyonu, meslekî hayatın içinden gelişen bir teşkilât olarak "eline–diline–beline hâkimiyet" ilkesi etrafında kişinin nefsini denetim altına almasını, iş ahlâkını, adaleti ve karşılıklı dayanışmayı önceleyen bir etik eğitim programı uygular. Çıraklıktan ustalığa uzanan hiyerarşik eğitim süreci, yalnızca teknik yeterlik kazandırmayı değil, ahlâkî erdemlerle donanmış nitelikli birey yetiştirmeyi amaçlar. Böylece üretim, ticaret ve hizmet alanları, içkin bir ahlâk pedagojisiyle bütünleşir. Bu yönüyle Ahîlik, bireysel ahlâk terbiyesini toplumsal üretim düzenine taşırken; aynı idealler tasavvufun manevî eğitim sisteminde daha içsel bir boyut kazanır. Tasavvufta ise mürşid–mürid ekseninde işleyen eğitim, nefsi tezkiye yoluyla ruhsal olgunlaşmayı ve ilahî yakınlığa yönelişi hedefler. Tarîkat yapılanmaları aracılığıyla bu ahlâkî formasyon toplumsal düzleme sirayet ederek adalet, sabır, kanaat ve cömertlik gibi erdemlerin toplumsal meşruiyet ve görünürlük kazanmasına katkı sağlar.

---

[287] Yusuf Ekinci, *Ahilik*, Sistem Ofset, Ankara 1991, s. 13-14.
[288] T.C. Ticaret Bakanlığı, *Ahilik Ansiklopedisi*, ed. Yusuf Küçükdağ, Yaşar Erdemir, Bekir Şahin, Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2020, c. I, s. 219.
[289] Mustafa Güneş, *Fütüvvet-nâme-i Esrar ve Ahîlik*, Gelenek Yayıncılık, İstanbul, 2020, s. 73.
[290] İsmail Göktürk, Mehmet Yılmaz, "Hayatın Anlam Bilgisine Dair Yahut Günümüz Ahi Kişiliği Üzerine Bir Deneme", *I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu,* 12-13 Ekim 2004, Kırşehir, s. 429.

Metodolojik bakımdan Ahîlikteki usta–çırak ilişkisi ile tasavvuftaki mürşid–mürid ilişkisi, rehberlik altında kademeli formasyon, usûl–âdâb vurgusu ve sürekli murakabe gibi ortak pedagoji unsurlarını paylaşır. Sonuç itibarıyla tasavvuf, bireyin manevî olgunluğunu derinleştirerek onun toplumsal hayata bilinçli ve sorumlu katılımını güçlendirirken; Ahîlik, meslekî pratiği ahlâkî ilkelerle bütünleştirerek ekonomik ve sosyal düzenin istikrarına kurumsal zemin sağlar. Bu iki yapı, farklı kurumsal kimlik ve odaklara sahip olmakla birlikte, insanı merkeze alan bütüncül bir ahlâk ve eğitim anlayışında kesişmektedir.[291]

Bu yapının Anadolu'da teşekkül etmesinde ise, Abbâsî Halifesi Nâsır-Lidînillâh'ın (ö. 660/1262) İslam dünyasındaki diğer Müslüman hükümdarları fütüvvet teşkilâtına katılmaya davet etmesi belirleyici olmuştur. Bu davet üzerine Anadolu Selçuklu Sultanı I. Gıyâseddin Keyhüsrev, hocası Mecdüddin İshak'ı elçi olarak Halife'ye göndermiştir. Bu diplomatik temas sonucunda, Halife Nasır'ın Anadolu'ya gönderdiği irşad heyetinde yer alan isimlerden biri de Şeyh Nasîrüddin Mahmûd el-Hoyî(v.566/1171), yani Ahî Evran'dır. Ahî Evran, Anadolu'ya geldikten sonra hem tasavvufî hem de meslekî bir örgütlenme temelinde Ahîlik sistemini inşa etmiş, bu yapının kurumsal bir teşkilât hâline gelmesi ise özellikle Selçuklu Sultanı I. Alâeddin Keykubad'ın desteğiyle mümkün olmuştur.[292]

Bu tarihsel zemin üzerine Anadolu'da Ahîlik teşkilâtının inşasında en önemli figürlerden biri olan Ahî Evran, özellikle Kayseri'de yürüttüğü faaliyetlerle dikkat çeker. Devletin desteğini de arkasına alan Ahî Evran, ilk olarak kendi mesleği olan debbağlık - deri tabaklama sanatı; hayvan derilerini işleyerek ham deriden giyim, eşya ve ticaret malzemesi üreten zanaat- alanında çalışan zanaatkarları bir araya getirerek bir debbağ atölyesi kurmuştur.[293] Bu çekirdek yapılanma zamanla genişleyerek, diğer sanat ve zanaat dallarında faaliyet gösteren meslek erbabını da içine alacak şekilde teşkilâtlanmıştır. Her meslek grubuna özel olarak kurulan bu birlikler, Ahîlik çatısı altında sistemli ve ahlâkî temellere dayanan bir meslekî örgütlenme modeli oluşturmuştur. Başlangıçta debbağlar birliğiyle sınırlı olan bu yapı, zamanla otuz iki farklı esnaf grubunun teşkilâtlandığı kapsamlı bir yapıya dönüşmüştür.[294]

---

[291] Öncel Demirdaş, "Ahîlik ve Tasavvuf: Anadolu'daki Ahlakî ve Sosyal Yapıların Karşılaştırmalı Analizi", *Sufiyye,* 18 (Haziran / June 2025), s.50.

[292] Saffet Atak, "Ahi Evran'ın Tasavvufu Yaşaması ve Yaşatması", *Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması,* 26-28 Mayıs 2014, Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti Ajansı (TDKB), Eskişehir, 2014, s. 148.

[293] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, Kayhan Yayınları, İstanbul, 2018, s. 64.

[294] Fahri Solak, *Ahilik Kuruluşu, İlkeleri ve Fonksiyonları*, İstanbul Ticaret Odası Yay., İstanbul, 2010, Yayın No: 2009, s. 56.

Abbâsî Halifesi Nâsır Lidînillâh'ın fütüvvet teşkilâtına bizzat katılarak bu yapıyı halifelik makamına bağlaması, fütüvvet anlayışının kurumsal ve siyasal bir boyut kazanmasına zemin hazırlamıştır. Halife Nâsır, siyasî otoritenin zayıfladığı bir dönemde toplumsal düzeni yeniden inşa etmek amacıyla fütüvvet teşkilâtlarını etkin bir araç olarak görmüş; bu yapıları resmîleştirerek devletin denetimi altına almayı başarmıştır. Bu gelişmeler, fütüvvet anlayışının Selçuklu coğrafyasına da nüfuz etmesine ve Selçuklu sultanlarının Ahîlik teşkilâtına ilgi göstermelerine zemin oluşturmuştur. [295]

Ahî Evran-ı Velî (ö. 659/1261), yalnızca bir teşkilât kurucusu değil; aynı zamanda dönemin ilmî ve tasavvufî birikimiyle yoğrulmuş çok yönlü bir düşünürdür. Tefsir, hadis, kelâm, fıkıh, tasavvuf ve felsefe gibi alanlarda derinleşmiş; İbn Sînâ, Sühreverdî el-Maktûl ve Fahreddin er-Râzî gibi düşünürlerin eserlerinden etkilenmiş, bazılarını Farsçaya tercüme etmiştir. Ayrıca, *İhvânü's-Safâ Risâleleri'*nden de önemli ölçüde istifade etmiştir. [296] İlk tasavvufî tecrübesini Ahmed Yesevî mektebine mensup dervişlerle tanışarak edinmiş; ardından Evhadüddîn-i Kirmânî'ye intisap ederek bu süreci derinleştirmiştir. Konya'ya geldiğinde Sadreddin Konevî ile kurduğu irfanî ilişki, onun tasavvuf anlayışını kemâle erdirmiştir. [297]

Bu derin manevî birikim, Ahî Evran'ın kurduğu teşkilâtın yalnızca meslekî değil, aynı zamanda ahlâkî ve insan merkezli bir yapıya bürünmesini sağlamıştır. Kırşehir'deki Ahî Zâviyesi, tüm Anadolu'daki ahî birliklerinin merkez üssü hâline gelmiş; zâviyenin başındaki Ahî Baba, Ahî Evran'ın halifesi sıfatıyla tüm esnaf gruplarının manevî rehberi kabul edilmiştir. Ahî Evran'ın: "Öyle bir dünya ki, ondan herhangi bir gönlü elde edersen padişahlık bulursun. Öyle bir dünya ki, bir ruhu okşarsan mutlu olursun" [298] şeklindeki sözleri, onun insan merkezli dünya görüşünü yansıtır. Bu anlayış, daha sonra Şeyh Edebâlî'nin Osman Gazi'ye söylediği "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın" düsturuyla da örtüşmektedir. Bu benzerlik, Ahîlik düşüncesinin Anadolu'daki siyasî ve toplumsal yapılar üzerinde ne denli derin bir etki bıraktığını göstermesi bakımından dikkate değerdir.

---

[295] Neşet Çağatay, "Fütüvvet – Ahi Müessesesinin Menşei Meselesi*", İlahiyat Fakültesi Dergisi,* Yeni Matbaa, Ankara, 1952, c. II-III, ss.62-84.

[296] Mikail Bayram, *Ahi Evren Tasavvufî Düşüncenin Esasları*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara 1995, s. 17.

[297] Seyfullah Kara, *Selçuklular'ın Dini Serüveni: Türkiye'nin Dini Yapısının Tarihsel Arka Planı*, Şema Yayınevi, İstanbul, 2006, s. 294-295.

[298] Ahî Evren, *Tabsıratü'l-Mübtedi ve Tezkiretü'l-Müntehi*, çev. Mikail Bayram, *Tasavvufi Düşüncenin Esasları* içinde, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 2020, s.184 (Tasavvufi Düşüncenin Esasları adlı eserin II. Bölümü içinde, tercüme ve metin olarak).

Bir yönüyle tasavvufî geleneğe ait bir kurum olan Ahîlik, diğer yönüyle iktisadî hayatla da doğrudan irtibatlıdır. Tasavvuf–iktisat ilişkisinin belirgin örnekleri arasında fütüvvet ve Ahîlik teşkilâtı yer almaktadır.[299] Çünkü Ahîlik biraz da fütüvvet teşkilâtının Anadolu'daki yansıması olarak da kabul edilir. Fütüvvetin Anadolu'da "Ahîlik" olarak ortaya çıkan şekli ise İslam medeniyetinde iktisadî hayatın müesseseleşmiş bir örneği olarak görünmektedir.[300] İktisadî hayatın içinde olmasına rağmen Ahîlik teşkilâtı, materyalist bir dünya görüşünü daima reddetmiş; başka bir ifadeyle, yalnızca mal ve servet kazanma amacıyla çalışmayı kabul etmeyen bir anlayışı benimsemiştir. Ahîliğin temel ilkeleri, "hiç ölmeyecekmiş gibi dünya için, yarın ölecekmiş gibi ahîret için çalış" inancında olduğu gibi, dünya ve ahîret dengesine dayanmaktadır. Bu sebeple, kişinin başkasına muhtaç olmadan yaşaması ya da başkalarına yardım edebilmesi için kazanç elde etmesi değerli sayılmış; para sadece bir araç olarak görülmüş, amaç haline gelmesi ise ahlâkî değerlere aykırı bulunmuştur.[301]

Ahîlik Teşkilâtı, çatışmacı yaklaşımları, fırsatçılığı, sınırsız rekabeti ve aşırı kazanç arzusunu kesin bir şekilde reddetmiştir. Bu yaklaşım doğrultusunda Ahîlik, toplumda sosyal adaletin, ahlâkî ilkelerin ve gelenek temelli iş ahlâkının yerleşmesine katkıda bulunmuş; böylece düzenli ve dengeli bir toplumsal yapı oluşturulmasını sağlamıştır. Osmanlı döneminde özellikle kırsal bölgelerde eğitim imkânlarının yetersiz ya da hiç bulunmadığı yerlerde, Ahîlik teşkilâtı önemli bir sosyal içermeyi gerçekleştirmiştir. Bu bağlamda, medreselerin bulunmadığı kırsal alanlarda ortaya çıkan eğitim boşluğunu Ahî zâviyeleri doldurarak hem mesleki hem de ahlâkî eğitim açısından önemli bir işlev üstlenmiştir.[302]

Ahîler; insanlara eğitim hizmeti sunma konusunda "yaş"ı bir ölçü olarak almamış, eğitimi beşikten mezara kadar devam eden bir süreç olarak görmüşlerdir. Günümüzde "hayat boyu eğitim" şeklinde tanımlanan eğitim anlayışı yüzyıllar önce ahî birlikleri tarafından uygulanmıştır.[303] Ahî ocaklarında yetişen gençlere, her şeyden önce, kendisinden önce başkasını düşünme terbiyesi verilir ve insan sevgisi aşılanır. Ayrıca Anadolu'da sosyalleşme ve siyasal sosyalleşme de erken dönemlerden itibaren Ahî zâviyeleri aracılığıyla gerçekleşmiştir. Gündüzleri iş yerlerinde meslek öğrenen gençler,

[299] Ahmet Tabakoğlu, "*Tasavvuf ve İktisat",* Toplu Makaleler II: İslâm İktisadı, Kitabevi, İstanbul, 2005, s. 45.
[300] Hasan Kâmil Yılmaz, "*Fütüvvet Ahlakı ve Teşkilatı*", erişim: 20 Mayıs 2025, http://hasanKâmil yilmaz.com/futuvvet-ahlaki-ve-teskilati.html.
[301] Yusuf Ekinci, *Ahilik*, Türk Metal Yayını, Ankara, 2011, s. 59.
[302] Osman Koçak, Figen Gürün, "Ahilik Geleneğinin Günümüzde Sosyal İçerme Politikalarına Olabilecek Katkıları", *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, S. 8, 2015, c. IV, s. 132-133.
[303] M. Akif Kılavuz, "Ahilik Kurumunda Din ve Ahlak Eğitimi Anlayışı*", I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu*, c. I, s. 618.

akşamları Ahî birliği üyeleriyle birlikte zâviyelerde toplanarak hem dini hem de sosyal konularda sohbetler gerçekleştirmiş; böylelikle görgü, bilgi ve ahlâkî değerlerini geliştirme imkânı bulmuşlardır. Bu ortamlar, bireyin sadece meslekî değil, aynı zamanda toplumsal ve siyasal bilinçle donanmasını sağlayan yaygın eğitim merkezleri işlevi görüyordu.[304]

Ahîlik anlayışına göre çalışma, ibadet ve dürüstlük bir bütündür ve ahlâkî değerlere sahip olmayan bir meslek erbabının uzun vadede başarılı olması mümkün değildir. Geçici olarak maddî kazançlar elde etse bile, ahlâktan yoksun bir başarının kalıcı olmayacağı kabul edilmiştir. Osmanlı toplumunu Batı toplumlarından ayıran temel özelliklerden biri de Ahîlerin, Türkler'e özgü bu çalışma anlayışı ve düzeni geliştirmiş olmasıdır. Bu nedenle Batı'daki burjuva sınıfının yarattığı toplumsal çatışmalar ve krizler Osmanlı çalışma hayatında görülmemiştir. Ahîler, çalışma hayatında ortaya çıkabilecek olası sorunları önceden fark ederek gerekli tedbirleri almış, böylelikle Batı'da emek ve sermaye arasında yaşanan krizlerden kaçınılmıştır. Bunun yanı sıra, Ahîler çırak, kalfa ve usta ayrımlarını en aza indirerek, mesleki grupları bir arada ve dayanışma içerisinde tutmayı başarmıştır.[305]

Ahî olan kişi, fütüvvet erkânınca tanımlanan şekliyle; ahlâka bağlı, aklını doğru kullanan, bilime ve topluma faydalı çalışmalara değer veren bir şahsiyettir. Aşırılıklardan kaçınır, gücünün yetmeyeceği işlerin altına girmez; toplum içindeki yerini ve sınırlarını bilen, ölçülü bir bireydir. Ahîliğin nihai hedefi ise, zenginle fakîr, üreticiyle tüketici, emekle sermaye ve halk ile devlet arasında sağlıklı ilişkiler kurarak sosyal adaleti tesis etmek ve ahlâk temelli bir toplum düzeni inşa etmektir.[306] Bu ahlâk merkezli ve dengeli toplum idealinin kuramsal temelleri ise, Ahîlik teşkilâtının dayandığı ana kaynaklardan fütüvvetnâmelerde açıkça ortaya konmaktadır. Ahîlik düşüncesinin ilke, erkân ve davranış kodlarını belirleyen bu metinler, hem bireyin manevî terbiyesine hem de toplumsal sorumluluğuna dair kapsamlı bir rehber işlevi görmüştür.

Bu çok yönlü teşkilât yapısının düşünsel ve ahlâkî temelleri ise, Ahîliğin kurumsal kimliğini biçimlendiren temel metinler olan fütüvvetnâmelerde ayrıntılı biçimde ortaya konmuştur. Yani fütüvvetnâmeler, Ahîliğin meslekî, ahlâkî ve tasavvufî

---

[304] Mehmet Arı, "Ahiliğin Siyasal Boyutları ve Günümüzde Yeniden Yorumlanması*", Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 16, 2008, c. I, s. 48.
[305] Sevgi Işık Erol, *Osmanlı Devleti'nde Çalışma Hayatı ve Sosyal Güvenlik Açısından Ahilik Teşkilatı*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, 2017, s. 89.
[306] Saffet Sancaklı, "Ahilik Ahlakının Oluşumunda Hadislerin Etkisi", *İ. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. I, S. 1, Bahar 2010, s. 14, (naklen: Cemal Anadol, *Ahilik Kültürü ve Fütüvvetnameler*, KBY, Ankara 2001, s. 65).

boyutlarını bütüncül bir yaklaşımla bir araya getiren temel metinlerdir. Ahîliğin nizamnameleri olan fütüvvetnâmelerde meslekî becerilerle birlikte dinî, ahlâkî ve tasavvufî bilgiler yer almaktadır. Diğer yandan bu metinlerde, fütüvvet ile tasavvuf büyük ölçüde aynîleştirilmiştir. [307] Bu kaynaklar aynı zamanda ahîlerin günlük hayatlarını ve yaşam biçimlerini şekillendiren; düşünce yapılarını, değerlerini ve ideallerini yansıtan metinlerdir. Ahî zâviyelerinde eğitim alan taliplere yönelik doğrudan bir terbiyeye ve içsel dönüşüme hizmet etmişlerdir. [308]

Özünde fütüvvet ve Ahîlik ideali, sosyal hayatın farklı alanlarında etkili olmuş derin bir ruh ve anlayışı yansıtmaktadır. Bu ideali, tek bir kelimenin ya da kurumsal yapının tam karşılanması mümkün değildir. Günümüzde, Ahîliğin tarihsel süreçte üstlendiği işlevlerin tamamını yerine getirebilecek nitelikte bir teşkilât mevcut değildir; dolayısıyla bu işlevlerin büyük bir kısmı artık ifa edilememektedir. Buna rağmen sahip olduğu değerler ve uygulamalar, eğitimden iş dünyasına, sosyal yardımlaşmadan güvenlik mekanizmalarına kadar pek çok alanda günümüz toplumlarına ilham verebilecek örnekler sunmaktadır. [309] Her ne kadar bu teşkilât tarihsel formu içinde bütünüyle sürekliliğini koruyamamış olsa da, bazı işlevleri bakımından dün ve bugün birer "sosyal güvenlik müessesesi" olarak değerlendirilebilecek yönler taşımaktadır. Bugün Bağ-Kur, SSK ve çeşitli yardımlaşma vakıfları gibi kurumlar, Ahîliğin bu yönünün modern yansımaları olarak değerlendirilebilir.[310]

Tasavvuf–fütüvvet–iktisat ilişkisi bağlamında Ahîlik anlayışında, insanın diğer insanlarla, eşya ile ve tabiatla kurduğu ilişkiler dünya ve âhiret saadetini gözeten bütüncül bir bakış açısıyla şekillenmiştir. Bu yaklaşım, ahîlerin ne dünyayı ahîret karşısında ihmal eden, ne de ahîreti dünya uğruna feda eden dengeli bir tutum geliştirmelerine zemin hazırlamıştır. Böylece bireysel ahlâk düzeniyle birlikte toplumsal adaletin, huzurun ve refahın temelleri de atılmıştır. Karşılıklı güven, yardımlaşma ve dayanışma gibi ilkeler hem bireyler arasındaki ilişkilerde hem de genel toplumsal yapıda sürekli huzuru hedefleyen bir düzenin taşıyıcı unsurları olmuştur. Ahîliğin merkezînde yer alan insan ise, kendi çıkarlarından ziyade toplumun hayrını önceleyen,

[307] Ali Torun, "Fütüvvet", *Türk Dünyası Edebiyat Kavramları ve Terimleri Ansiklopedik Sözlüğü*, AKMB Yay., Ankara 2003, c. II, s. 519.
[308] Mehmet Şeker, "*Ahiliğin Sosyal ve Kültürel Hayatındaki Yeri*", Erdem – Türklerde Hoşgörü Özel Sayısı, S. 23, Ankara, 1996, c. VIII, s. 609.
[309] Fahri Solak, "Ahîliğin Sosyo-Ekonomik Fonksiyonları ve Bugünkü Kurumlar", *İktisat, Tarih ve Zihniyet Dünyamız*, haz. Erhan Erken, MÜSİAD, İstanbul, 2006, s. 77-78.
[310] Sultan Demir Uncu, "*Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Sosyal Güvenlik Sisteminde Bağ-Kur'un Yeri ve Önemi*", Ahilik Kültürü (Bildiriler), Ankara, 1996, s. 171-175.

birlik ve beraberlik içinde yüksek ideallere yönelen örnek bir şahsiyet olarak tasvir edilmiştir. [311]

Sonuç olarak, Ahîlik anlayışının temel kaynağı olan fütüvvetnâmeler, bireyin manevî olgunlaşmasını, meslekî disiplinini ve toplumsal sorumluluğunu aynı zeminde buluşturan kılavuz metinler olarak, hem birey-toplum ilişkilerinde hem de sosyal düzenin tesisinde vazgeçilmez bir rol üstlenmiştir. Fütüvvetnâmelerde ve şecerenâmelerde sıkça geçen bazı terimlerin anlamlarını açıklamak, konunun daha iyi kavranmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda öne çıkan temel kavramlar şunlardır:

- *Hirfet:* Geçim sağlamaya yönelik meslek, zanaat, emek veya kazanç sağlayan faaliyet anlamına gelir.
- *Hiref:* "Hirfet" kelimesinin çoğuludur; birden fazla zanaat veya sanat dalını ifade eder.
- *Ehl-i Hiref (Esnaf):* Sanat ve zanaat sahîbi kimseleri, yani esnafı tanımlamak için kullanılır. Aynı anlamda "Erbâb-ı Hiref" ifadesi de kullanılmaktadır.[312]
- *Sanat:* Estetik duyguyu harekete geçiren ve insanda hayranlık uyandıran eserler ortaya koyma faaliyetidir.
- *Ehl-i Sanat (Sanatçı):* Yaratıcılığıyla öne çıkan, sanat üretme yeteneğine ve niteliğine sahip kişi olarak tanımlanır.
- *Pir:* Yaşlı, ihtiyar, her meslek ve tarîkatın kurucusu anlamına gelen pir kelimesi, fütüvvette "bir işi ilk defa işleyen kişi" anlamına gelir. [313] Her iş kolunda pir iki tanedir. Birincisi o işi ilk işleyen peygamberler, ikincisi ise İslam'dan sonra o işi ilk işleyen kemer-beste sahabelerdir.[314] Meselâ Hz. Âdem çiftçilerin, Hz. İdrîs terzilerin, Hz. Yûsuf saatçilerin, Hz. Dâvûd demirci ve zırhçıların, Hz. Lokman hekimlerin, Hz. Muhammed (sav) tâcirlerin, Selmân-ı Fârisî berberlerin pîri sayılırken, kemer-beste sahabelerden, Bilal-i Habeşî müezzinlerin, Zünnn-i

[311] Muhittin Şimşek, *TKY ve Tarihteki Bir Uygulaması: Ahilik*, Hayat Yayınları, İstanbul, 2002, s. 25.
[312] Mehmet Zeki Pakalın, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, Millî Eğitim Bakanlığı Yay., İstanbul, 1993, c. I, s. 509.
[313] Ferit Devellioğlu, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat*, Aydın Kitabevi, Ankara, 1996, s. 280; Reşat Halil Soykut, *Esnaf Kimdir*, Esnaf Araştırma-Eğitim Merkezî Yay., Ankara, 1978, s. 16; Abdülbaki Gölpınarlı, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, İstanbul Ticaret Odası Yay., İstanbul, 2011, s. 74.
[314] Ali Torun, *Türk Edebiyatında Türkçe Fütüvvet-nâmeler*, T.C. Kültür Bakanlığı Yay., Ankara, 1998, s. 119.

Mısrî tabiplerin, Muhammed ibni Ebu Bekr mimarların, Ebû Ubeyde reislerin, Ebu Zer Gıfârî palandûzların pîrî sayılırlardı.[315]

Fütüvvetnâmelerde, ideal bir Ahîde bulunması gereken üç "açık" ve üç "kapalı" özellik şu şekilde sıralanır:

Ahîlikte açık olması gerekenler:

- *Eli açık olmalı:* Cömertlik temel ilkedir. Malını ihtiyaç sahipleriyle paylaşmalıdır.
- *Kapısı açık olmalı:* Konukseverlik esastır. Kim olursa olsun kapısını çalanı geri çevirmemelidir.
- *Sofrası açık olmalı:* Aç geleni tok göndermeli, misafiri rızıkta ortak saymalıdır.

Ahîlikte kapalı olması gerekenler:

- *Gözü kapalı olmalı*: Kimsenin ayıbını görmemeli, kötü bakıştan sakınmalıdır.
- *Dili bağlı olmalı:* Kötü söz söylememeli, gıybet ve iftiradan uzak durmalıdır.
- *Beli bağlı olmalı:* Kimsenin namusuna, şerefine, onuruna göz dikmemelidir.

Bu ilkeler, Ahîliğin yalnızca ekonomik ve meslekî değil, aynı zamanda ahlâkî ve sosyal bir disiplin olduğunu göstermektedir. [316] Ahî olmanın yedi temel şartı fütüvvetnâmelerde orijinal metin diliyle aktarılır. Bu şartlar, ahlâkî, dinî ve toplumsal sorumlulukları içeren bir olgunluk düzeyini ifade eder.

Ahî olmanın yedi esası şunlardır:

- İki cihanda cömert olmak,
- Namazı asla kazaya bırakmamak,
- Hayâ ve edep sahîbi olmak,
- Dünyayı ve hevâyı terk etmek,
- Helâl kazanç peşinde olmak,
- İlim ve kesb sahîbi olmak,
- Beylerin kapısına gitmemek**.** [317]

[315] Abdülbaki Gölpınarlı, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, İstanbul Ticaret Odası Yay., İstanbul, 2011, s. 76.
[316] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahîlik,* Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1989, s. 162.
[317] Mustafa Kara*, Türk Tasavvuf Tarihi Araştırmaları – Tarikatlar / Tekkeler / Şeyhler*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2010, s. 210-212.

Fütüvvet yoluna giren kimselerin benimsemesi gereken temel ahlâkî ilkeler şunlardır:

- Vefâ / Doğruluk,
- Güven / Emniyet,
- Cömertlik,
- Nasihat,
- Tevâzu,
- Tevbe,
- Af.

Fütüvvet ehli, aşağıdaki davranışlardan kesinlikle kaçınmalıdır:

- İçki,
- Zinâ,
- Livata,
- Yalan,
- Gıybet,
- Hile.

Fütüvvet ehli, ahlâkî bakımdan şu örnek şahsiyetlerin niteliklerini kendine rehber edinmelidir:

- Âdem gibi özür dilemek,
- Nûh gibi iyi olmak,
- İbrâhim gibi vefâlı olmak,
- İsmâil gibi dürüst olmak,
- Mûsâ gibi ihlâslı olmak,
- Eyyûb gibi sabırlı olmak,
- Dâvûd gibi cömert olmak,
- Hz. Muhammed gibi merhametli olmak,
- Hz. Ebû Bekir gibi hamiyetli olmak,
- Hz. Ömer gibi adâletli olmak,
- Hz. Osman gibi hayâlı olmak,
- Hz. Ali gibi bilgili olmak. [318]

[318] Hasan Kâmil Yılmaz, "*Fütüvvet Ahlakı ve Teşkilatı",* erişim: 20 Mayıs 2025, http://hasanKâmil yilmaz.com/futuvvet-ahlaki-ve-teskilati.html.

Fütüvvet ahlâkı, yukarıda sayılan bu emir ve yasakları şu özlü ilke ile özetler: "Eline, beline ve diline sahip olmak." Bu ifade; davranışlarda adalet, nefiste iffet ve sözde doğruluk üzere yaşamak anlamına gelir.

Fütüvvetnâmelerde şed kuşatılmayacağı belirtilen on iki sınıf insan sıralanmıştır:

Fütüvvetnâmelerde ve şecerenâmelerde, fütüvvet verilmeyecek; bir başka ifadeyle şed kuşatılmayacak on iki sınıf kişiden bahsedilmektedir. Bu kimselerden bazıları, birçok fütüvvetnâme ve şecerenâmede zikredilen esnaf zümrelerinden olsa da, aralarındaki fark "*makbul*" ve "*makbul olmayan*" niteliklerle açıklanmıştır. Aşağıda bu sınıflar, örnekleriyle birlikte sunulmaktadır:

- *"Kasaplar;* Kasaplar şed kuşanabilmektedir; ancak hayvanlara eziyet edip onları acı çektirerek öldürenler, insanların temel besin ihtiyacını karşılayan ve kurallara uygun şekilde hayvan kesimi yapan kasaplar olsa bile bu kapsamın dışındadır.
- *Avcılar / Sayyadlar;* Avcı, işi gereği sürekli olarak av peşinde koşar; kuşları ve diğer hayvanları tuzakla yakalar, onların boğazına bıçak dayar, yavrularını aç ve susuz bırakır. Bu nedenle, "avcı her daima kutsuzdur" denir. Ancak burada, maişet kaygısıyla ve yavrulama mevsimi dışında avlananlar istisna tutulmuştur.
- *Cerrahlar*; Cerrahların işi yaralar, bereler ve kesikler üzerinedir. "Yaralarla huzur bulan birinden halk rahat olur mu hiç?" sorusu bu bağlamda sorulmuştur. Böyle biri için "fütüvvetten nasibi yoktur" denir. Ancak burada da tüm cerrahlar dışlanmamış; istisna getirilmiş, zira bu mesleğin fütüvvete nispeti olduğu ve silsilelerinin Ebû Ubeyde-i Cerrah'a kadar uzandığı belirtilmiştir.
- *Çulhalar*; Çulha, halka yerine getiremeyeceği sözler verir. Bu sebeple, fütüvvette yeri olmadığı ifade edilir."[319] "Ancak burada da bir şart vardır: Sözünü yerine getiren çulhalar bu hükmün dışındadır. Meslekleri makbul olup, pîrleri Hz. Şît'tir.
- *Tellâklar*; Kerem sahîbi olsalar dahî, hamamda insanların avret yerlerini görmeleri sebebiyle setr ilkesine aykırı davranmış olurlar. Bazı fütüvvetnâmelerde ve şecerenâmelerde, dellâkların da fütüvvete dâhil edildiği ve kendilerini Selmânî olarak tanıttıkları görülür. Şed kuşansalar da mesleklerinin doğası gereği makbul görülmeyebilirler.

[319] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik,* Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara, 1997, s. 160.

- *İçkiye Düşkün Olanlar*; İçkiye düşkün kişi, sürekli içer, iradesini kaybeder, Allah'ın emirlerini ve Peygamber'in (sav) tavsiyelerini ihlal eder. Bu tür kimseler "Tanrı rahmetinden meyustur" ifadesiyle tanımlanır ve fütüvvetten nasipleri olmadığı belirtilir.
- *Kâfirler*; Kendi bâtıl inancını hak kabul edip, İslam dinini reddeden kişiye fütüvvet verilmez. Malca zengin olsa da "fütüvvet Hakk'a aittir" ilkesi gereği bu kişilere bu yol kapalıdır.
- *Kâhin / Müneccimler*; Yıldızlardan hüküm çıkaran, kendi hesaplarına uygun kitaplar yazan, halkı aldatıp yalan söyleyen kişilerden bahsedilir. Bu kişiler için "fütüvvetin ışığı onlara vurmaz" denilerek dışlanırlar."[320]
- *"Muhtekir / İstifçiler*; Gıda maddelerini toplayarak fiyatların artmasını bekleyen, halkı kıtlığa sürükleyen kişiler, "dünyaya tapan, batıl yolda olan" kimseler olarak tanımlanır. Fütüvvet ise Hakk'a adanmışlıktır; bu nedenle, bu kimselere nasip olmaz.
- *Münafıklar*; Dıştan Müslüman görünse de içten inkâr eden, namaz kılmayan, tembel ve ikiyüzlü olan kişiler fütüvvet yolundan tamamen uzak kabul edilir. "Tanrı katında bulunmaya layık değillerdir" denilerek dışlanırlar.
- *Tellâllar*; Vefasızlıkla, halkı aldatmakla ve ticarette hile yapmakla itham edilirler. Mal satarken kendi kazancı için başkalarını zarara uğrattıkları ifade edilir. Ancak "Hakk üzere ve vefaya sadık" olan tellâllar, bu hükmün dışında tutulmuştur."[321]
- *"Vergi Memurları / Ameldârlar*; Keyfî şekilde vergi koyan, halka zulmeden memurlar "tatsız, tuzsuz adam" olarak tanımlanır. Yaptıkları iş, fütüvvet ilkeleriyle bağdaşmadığı için bu yoldan nasip alamayacakları ifade edilir."[322]

Bu ilkeler, adeta fütüvvetin "amentüsü" niteliğindedir ve bir fütüvvetnâmeden diğerine büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Dikkatle incelendiğinde, fütüvvet ehlinden beklenen niteliklerle tasavvuf ehlinden beklenen ahlâkî ve davranışsal ilkelerin büyük ölçüde paralellik arz ettiği görülmektedir. Fütüvvetnâmelerde, aşağıda sıralanan

[320] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, s. 155.
[321] Abdülbaki Gölpınarlı, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, İstanbul Ticaret Odası Yay., İstanbul, 2011, s. 266-269; Ali Torun, *Türk Edebiyatında Türkçe Fütüvvet-nâmeler*, T.C. Kültür Bakanlığı Yay., Ankara, 1998, s. 112.
[322] Abdülbaki Gölpınarlı, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, s. 112-115.

on iki sınıf insana **ş**ed kuşatılmayacağı, yani fütüvvet yolu verilmesinin uygun görülmediği açıkça ifade edilmiştir. [323]

Anadolu'nun ilk esnaf teşkilâtı olan Ahîlik'e göre, her meslek grubu, mesleklerinin üstadı kabul ettikleri, ilk ustaları saydıkları ve bu vesileyle her daim hayır dualar ettikleri; zor zamanlarında manevî yardımını umdukları bir pîre bağlılık hissederdi. Çoğunlukla enbiyâdan (peygamberlerden), ashâb-ı kirâmdan (sahâbîlerden), evliyâdan veya tarihî-dinî şahsiyetlerden olan bu meslek pîrleri, o mesleğin "*hâmî ruhu*" gibi kabul edilirdi. Özellikle bolluk ve bereket temennilerinde, onlara dua edilirdi.

Geleneğe göre bir meslek grubunun başındaki en eski usta, o loncanın başında nur ve disiplinle esnafı yönetmekle görevli sayılırdı. Eğer bir esnaf mesleğini icra ederken hile yaparsa, bu pîr tarafından cezalandırılacağına inanılırdı. Bu inanç, **"***Pîr Çivisi***"** adı verilen uygulamada sembolleşirdi: Hile yapan esnafın dükkânına pîr adına bir çivi çakılır, işyeri manevî olarak mühürlenirdi.

Geleneğe göre adı mesleklerle birlikte anılan bazı pîrler şunlardır:

- "Hz. Muhammed (s.a.v): Tüccarların ve bütün esnafın pîri,
- Hz. Âdem (a.s): Çiftçilerin ve aşçıların pîri,
- Hz. Nuh (a.s): Marangoz ve dülgerlerin pîri,
- Hz. İdris (a.s): Terzilerin, hattatların, yazıcıların pîri,
- Hz. Hûd (a.s): Tüccarların pîri,
- Hz. Şît (a.s): Hallaçların pîri,
- Hz. İbrahîm (a.s): Sütçülerin ve dülgerlerin pîri,
- Hz. Mûsâ (a.s): Çobanların pîri,
- Hz. Sâlih (a.s): Devecilerin ve kervancıların pîri,
- Hz. İsmail (a.s): Avcıların pîri,
- Hz. İshak (a.s): Çobanların pîri,
- Hz. Yusuf (a.s): Saatçilerin pîri,
- Hz. Zülküf (a.s): Fırıncıların, ekmekçilerin pîri,
- Hz. Üzeyir (a.s): Bağcıların ve bahçıvanların pîri,
- Hz. Lût (a.s): Tarihçilerin pîri,
- Hz. İlyas (a.s): Dokumacıların ve çulhacıların pîri,
- Hz. Yunus (a.s): Balıkçıların pîri,
- Hz. Dâvûd (a.s): Demircilerin ve zırhçıların pîri,

[323] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara, 1997, s. 160; Abdülbaki Gölpınarlı, "*Şeyh Seyyid Gaybi oğlu Şeyh Seyyid Hüseyn'in Fütüvvet-namesi*", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, S. 1-4, 1955-1956, c. XVII, s. 27-72, s. 43.

- Hz. Îsâ (a.s): Seyyahların pîri,
- Hz. Lokman (a.s): Hekimlerin pîri,
- Hz. Hızır (a.s): Değirmencilerin pîri.

Sahâbî ve Evliyâdan Pîrler

- Sa'd bin Ebû Vakkas (r.a): Okçuların pîri,
- Selmân-ı Fârisî (r.a): Berberlerin pîri,
- Selmân-ı Kûfî (r.a): Sakaların pîri,
- Selmân-ı Pâk (r.a): Hamamcıların pîri,
- Bilâl-i Habeşî (r.a): Müezzinlerin pîri.

Ahîliğe Bağlı Diğer Pîrler

- Ahî Evran (k.s): Debbağların ve dericilerin pîri,
- Şeyh Şâzelî (k.s): Kahvecilerin pîri,
- Hasan Basrî (k.s): Ayakkabıcı, helvacı, şekerci ve aşçıların pîri,
- Hallâc-ı Mansûr (k.s): Keçecilerin pîri,
- Ahmed Zemcerî (k.s): Sobacı, kalaycı ve tenekecilerin pîri,
- Nakkaşıvelî (k.s): Keçeci, basmacı ve boyacıların pîri,
- Aktârıvelî (k.s): Saraçların pîri,
- Mehmet Ekber Yemânî (k.s): Yemenicilerin pîri,
- Neccâr (k.s): Dülgerlerin pîri,
- Akyusufabayiyelgaffâr (k.s): Semercilerin pîri."[324]

Bu manevî bağ, yalnızca meslek pîrlerine duyulan hürmetle sınırlı kalmamış; Ahîliğin bağlı olduğu ahlâkî ve inanç temelli prensipler, kurumun tüm işleyişine sirayet ederek günlük yaşamdaki ritüel ve uygulamalara da yansımıştır. Özellikle işe dua ile başlanması geleneği, Ahîliğin benzer yapılardan ayrılan yönünü ve ilke-merkezli karakterini açıkça ortaya koymaktadır. Esnafın sabah işe başlamadan önce topluca dua etmesi, yüzyıllardır süregelen köklü bir gelenektir. Bu dua, günümüzde "*Ahîlik Duası*" adıyla anılmakta ve Ahî adını taşıyan vakıf ile derneklerin resmî internet sitelerinde de yer almaktadır. Aralarında bazı küçük farklılıklar bulunsa da bu dualar genellikle "eûzü besmele ve salavât" ile başlamakta; ardından Hz. Peygamber, ehl-i beyt, hulefâ-yi

[324] T.C. Ticaret Bakanlığı, *Ahilik Ansiklopedisi*, ed. Yusuf Küçükdağ, Yaşar Erdemir, Bekir Şahin, Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2020, c. I, s. 393-394.

râşidîn ve sahabe-i kiramın, Ahî Evran'ın ve bazı meslek pîrlerinin ruhlarına Fâtiha okunarak sonlandırılmaktadır.[325]

Ahîliğin Kurumsal Dönüşümünde Lonca ve Gedik Yapılanmaları

Ahîlik teşkilâtı, tasavvufî değerlerle şekillenmiş bir yardımlaşma ve dayanışma örgütlenmesinin en sistemli örneklerinden biri olarak, sadece bireysel ahlâk ve meslekî eğitim açısından değil, aynı zamanda toplumsal yapının istikrarı açısından da önemli bir rol oynamıştır. Bu teşkilât, hem ruhani bir terbiye hem de meslekî yeterlilik esasına dayalı olarak yapılandırılmıştır. Ahîliğin örgütlenme anlayışı, zamanla Osmanlı toplum yapısı içerisinde daha kurumsal formlar kazanmış; bu süreçte lonca ve gedik gibi kurumlar ortaya çıkmıştır.

Ahîlik, kökeni zamanla, Osmanlı Devleti'nin merkezîleşen bürokratik sistemiyle uyumlu hâle getirilerek lonca teşkilâtına dönüşmüştür. Ahîlik teşkilâtının çırak–kalfa–usta hiyerarşisi, meslekî eğitim yöntemleri ve ahlâkî ilkeleri, lonca yapısına da aktarılmıştır. Ancak loncalar, Ahîlik'in tasavvufî ve yarı-özerk karakterinden farklı olarak, devlet kontrolündeki bir meslek kurumu hâlini almıştır. Bu dönüşümde loncalar, üretim ve ticaretin düzenlenmesi, fiyat kontrolü ve vergi toplama gibi ekonomik işlevlerle ön plana çıkarken Ahîlik'in hem tarihsel devamı hem de Osmanlı toplum yapısına adapte edilmiş yeni bir formudur. Yani lonca sistemi Osmanlılarda teşkilâtlanmış esnaf grupları için kullanılan bir terimdir. [326]

Loncanın sözlük anlamı; "belli bir işkolunda usta, kalfa ve çırakları içine alan dernek, korporasyon demektir. Kelime İtalyanca loggia'dan gelmektedir. Fransızca şekli olan *loge* Türkçede *loca* olarak geçer ve "hücre, oda, özel tahsis edilmiş mekân" anlamına gelir."[327]

Loncaların kuruluşunun ana gayesi, tüccar ve sanatkarlardan üyeleri olanların haklarını korumaktı. Yönetim bakımından bu teşkilâta üye olmak mecburiydi. Üretim sürekliliği yanında piyasaya da hâkim olma durumu vardı. Bu nedenle teşkilâtlarda

[325] T.C. Ticaret Bakanlığı, *Ahilik Ansiklopedisi*, ed. Yusuf Küçükdağ, Yaşar Erdemir, Bekir Şahin, Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2020, c. I, s. 392.
[326] Ahmet Kal'a, "Lonca", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2003, c. XXVII, s. 211.
[327] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 189.

değişmez bir toplum düzeni[328] ile mesleki beceri, maddîyattan daha fazla rol oynadığı söylenebilir.[329]

Loncalar**,** küçük zanaat dallarının meslekî, idarî ve iktisadî tüm meseleleriyle ilgilenmekte; aynı zamanda meslekî-teknik eğitimi de organize etmekteydiler. Bu kurumlar, bir bakıma idarî birer yargı mercî olarak da işlev görmekte; ortaya çıkan ihtilafları çözme ve suçluları cezalandırma yetkisine sahip bulunmaktaydılar. Rekabetin düzenlenmesi, esnaf arasında dayanışmayı sağlayacak yardım sandıklarının kurulması gibi görevler de loncaların yetki alanına girmekteydi. İlk dönemlerde loncaların başında, birinci derecede sorumlu idareciler olarak kethüdâ ve yiğitbaşılar bulunurdu. Esnafın seçkin temsilcileri—o dönemin deyimiyle "*ihtiyar iş erleri*" ya da "*söz sahipleri*"—kethüdâ ve yiğitbaşıların başkanlığında toplanarak görevlerini yerine getirirlerdi.[330]

Lonca nizamında meslekî eğitim ve yetiştirme süreci, belirli kurallar ve merasimlerle şekillenen bir sistematik içinde yürütülmekteydi. Bir çocuğun bir esnafa yamak olarak kaydedilebilmesi için on yaşını doldurmamış olması ve bu sürecin babası ya da yasal vasisi tarafından takip edilmesi gerekirdi. Yamak olarak iki yıl fahrî şekilde ve düzenli biçimde çalışan çocuk, ardından çıraklığa terfi ettirilirdi. Bu terfi, özel bir törenle gerçekleştirilirdi.

Çıraklığa geçecek çocuk, atölye ustası, kalfalar, velisi ve esnaf reisiyle birlikte, sabah namazı sonrası esnaf reisinin dükkânında bir araya gelirlerdi. Usta, çocuğun devam durumu ve yeteneği hakkında bilgi verir; veli ise esnaf vakfı adına bir bakır sahan ve en azından bir bakır kepçe hediye ederdi. Esnaf reisi, çocuğun sırtını sıvazlayarak ona namaza ve dükkâna devam etmesini, ustasına, kalfalara ve ebeveynine itaatkâr olmasını; özellikle de yalan söylememesini öğütlerdi. Ayrıca çocuğa, ustası tarafından verilmek üzere uygun bir haftalık ücret tayin edilirdi.[331]

Loncalar, iş ve ticaret ahlâkını koruyarak nitelikli usta işçi yetiştirmeyi amaçlayan yapılar olarak öne çıkmaktaydılar. Bu kurumlar, işçiyi sadece meslekî açıdan eğitmekle kalmayıp, onu koruma altına alarak zamanla kendi işinin sahîbi olmasını da sağlamaktaydılar. Ayrıca, üretimde standartlaşmayı sağlamakta, malın kalitesini yüksek düzeyde tutmakta, ihtikarı (stokçuluk ve fahîş fiyat artışını) önlemekte ve hem malın

[328] Mustafa Kılınç, "Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitimi Şekillendiren Eğitim Kurumlarından Ahilik, Gedik, Lonca, Enderun Mektebi'nin Tarihî Gelişimleri", *NWSA – Vocational Education*, VII/4, 2012, s. 71.
[329] Kemal Turan, *Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yay., İstanbul, 1996, s. 31.
[330] Orhan Tuna, *Türkiye'de Meslekî ve Teknik Eğitim*, Ay Yıldız Matbaası, Ankara, 1973, s. 23.
[331] Orhan Tuna, *Türkiye'de Meslekî ve Teknik Eğitim*, s. 26-27.

değerini belirlemekte hem de bu değeri koruyucu önlemler almaktaydılar. Bu hedefler doğrultusunda, ülke genelinde yaygın bir teşkilâtlanma içine girmişler; aynı zamanda belirli bir seviyede ahlâkî ve meslekî eğitimi sistemli biçimde uygulamaya koymuşlardır.[332]

Loncalar, gayrimüslim tebaanın da üye olabildiği yapılar olmakla birlikte, esasen Ahîlik teşkilâtının bir devamı niteliğindedir. Ahîlikten loncalığa geçişin birçok sebebi bulunmakla birlikte, bu dönüşümün iki temel nedeni dikkat çeker. Birincisi, Ahîlikteki tören ve ritüellerin oldukça ayrıntılı ve derin bir kültürel birikim gerektirmesi; ikincisi ise, esnaf grupları içerisinde sadece Müslümanların değil, gayrimüslimlerin de önemli bir yer edinmesidir. Lonca teşkilâtı, dinî ve tasavvufî törenden arındırılmış bir yapıda olduğundan, Müslüman ve gayrimüslim usta zanaatkarların aynı çatı altında bir araya gelmelerine imkân sağlamıştır.[333]

Loncaların kuruluşunun ana gayesi, tüccar ve sanatkarlardan üyeleri olanların haklarını korumaktı. Yönetim bakımından bu teşkilâta üye olmak mecburiydi. Üretim sürekliliği yanında piyasaya da hâkim olma durumu vardı. Bu nedenle teşkilâtlarda değişmez bir toplum düzeni ile mesleki beceri, maddîyattan daha fazla rol oynadığı söylenebilir.[334]

Sonuç olarak, loncalar sadece ekonomik birer yapı değil, aynı zamanda toplumun sosyo-kültürel dokusunu şekillendiren, meslek ahlâkını ve ortak yaşam kültürünü koruyan önemli kurumlar arasında yer almaktadır. Bu çalışmada lonca teşkilâtlarının ele alınmasının temel nedeni, Ahîlik gibi tasavvufî bir kökenden gelen dayanışma ve denetim anlayışının, sekülerleşme ve çoğulculuk karşısında nasıl dönüşüme uğradığını göstermektir. Lonca sisteminin hem sosyal bütünleşme hem de ekonomik kontrol açısından üstlendiği işlev, modern sivil toplum örgütlenmeleri ve meslek birlikleri ile karşılaştırmalı bir perspektife imkân tanımaktadır.

Gedik Sistemi

Ahîlik teşkilâtının tarihsel seyri içinde ortaya çıkan gedik sistemi, yalnızca bir meslekî yapılanma değil, aynı zamanda toplumsal, ekonomik ve idarî dönüşümün bir sonucu olarak değerlendirilmesi gereken bir kurumsal devam ve değişim modelidir.

---

[332] Eşref Kılıç, *Türkiye'de Halk Eğitimi Başlangıçtan Bugüne Kadar*, Millî Eğitim Basımevi, Ankara, 1968, s. 4.

[333] Kemal Turan, Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yay*., İstanbul, 1996, s. 47.

[334] Mustafa Kılınç, "Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitimi Şekillendiren Eğitim Kurumlarından Ahilik, Gedik, Lonca, Enderun Mektebi'nin Tarihî Gelişimleri", *NWSA – Vocational Education, VII/4 (2012),* s. 71; Kemal Turan, *Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi*, s. 31.

Türkçe olan "*Gedik*" kelimesi tekel ve imtiyaz anlamına gelmektedir. Bu sistem, on üçüncü yüzyılda Fütüvvet teşkilâtı olarak başlayıp, on beşinci yüzyılda Ahîlik olarak devam edip, on sekizinci yüzyılda "gedik" biçimini alarak yirminci yüzyılın başlarına kadar varlığını sürdürdü.

Gedik, esnaf ve sanatkarlar arasında yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamak üzere kalite; kontrolü yapmak ve aşırı tekelleşmeyi önlemek için kurulmuş bir sistem veya bu sistem içinde kazanılan çalışma yetkisidir. Yani gedik sistemi; o dönemde, günümüzdeki ticaret ve sanayi odalarının vazifesini görmekteydi. Esnaf ve sanatkarlar arasında kuvvetli bir dayanışma unsuru idi. Bu kurumlarda; fakîrlere yardım edilmekte, yeni işyeri açanlara sermaye verilmekte, alet ve edevat yardımı yapılmakta, esnaf mensuplarına özellikle çıraklara tertip edilen meslek kursları finanse edilmekteydi.[335]

Gedik teşkilâtı, esas itibarıyla Ahîlik kurumunun devamı niteliğindedir. Ancak bu yeni yapıda belirgin bir fark olarak, gayrimüslim tebaanın da teşkilâta üye olabilmesi mümkün hâle gelmiştir. Bu bağlamda gedik, bir mesleği veya ticarî faaliyeti yalnızca belirli kişilerin yapabilmesine imkân tanıyan, hükümet tarafından verilen ve içerisinde çeşitli hükümlerin yer aldığı resmî bir senetle temsil edilmekteydi. Gedik terimine resmî belgelerde ilk kez 1727 yılından itibaren rastlanmaktadır.[336]

Gedikler, iki ana kategoriye ayrılmıştır:

- *Havai gedikler*, kişiye özel olup, sahîbi istediği yerde sanat ve ticaretini icra edebilmekteydi.
- *Müstakar gedikler* ise belirli bir mekâna (dükkân, mağaza, atölye gibi) bağlı olup, sahîbi faaliyetini yalnızca o yerde sürdürebilirdi. Müstakar gediğin başka bir yere nakli gerekirse, bu değişiklik resmî olarak belgelenmeli ve senedi güncellenmeliydi. Aksi hâlde, yeni bir gedik tahsisi gibi işlem yapılır, resmî soruşturma başlatılırdı.[337]

Toplumun ihtiyaçları doğrultusunda, gediğin sayısı artırılabilir veya azaltılabilirdi. Ancak özellikle Tanzimat Fermanı'nın ilanı ve yabancı devletlerle imzalanan ticaret anlaşmaları sonrasında, gedik sistemi ve tekel uygulamalarının artık sürdürülebilir olmadığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede, 22 Mayıs 1860 tarihli padişah

[335] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 198.
[336] Ahmet Akgündüz, "Gedik", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, İstanbul 1996, c. XII, s. 541.
[337] T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, *Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihçesi*, Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi, Ankara, 2005, s. 20.

fermanı doğrultusunda hazırlanan ve 17 Haziran 1861'de yürürlüğe giren tüzükle, sanat ve ticarette tekel usulü resmen kaldırılmış ve gedik sistemine son verilmiştir.[338]

8. Tasavvufî Yardımlaşma Geleneğinin Teşkilatlanma Biçimleri

Bu başlık altında, tasavvufî yardımlaşma geleneğinin kurumsal örgütlenme biçimlerinden Ahîlik teşkilatı, vakıflar ve tekkelerde yönetim, işleyiş ve eğitim süreçleri incelenecektir. Böylece söz konusu yapıların tasavvufî ilkeleri nasıl kurumsal düzeyde somutlaştırdığı ve yardımlaşma pratiklerini hangi idari ve eğitsel mekanizmalar üzerinden sürdürdüğü ortaya konulacaktır.

8.1. Ahîlikte Yönetim, İşleyiş ve Eğitim

Ahîlik teşkilâtının genel yapısı dikkate alındığında, kapsamlı ve çok katmanlı bir örgütlenme şemasının varlığı görülmektedir. Bu yapılanmada görev dağılımı ve yöneticilerin belirlenmesi süreci, keyfî tercihlere değil; ehliyet, ahlâk ve toplumsal kabul gibi liyâkat temelli ölçütlere dayanmaktaydı. Bu bağlamda, seçim usûlleri belirli kurallar çerçevesinde yürütülür, her kademedeki yetkili, hem meslekî yeterliliği hem de ahlâkî itibarıyla cemiyetin güvenini kazanmış kişiler arasından seçilirdi.

Esasen Ahîlik teşkilâtının ilk devirlerindeki yönetim yapısı, tümüyle derecelendirmeye tabi tutulmuştur. Ahî teşkilâtında sırasıyla yiğit, yamak, çırak, kalfa, usta, nakip, halife, şeyh, şeyh'ül-mesayih olmak üzere dokuz derece bulunmaktaydı. Ahîlik yönetim yapısında zamanla birtakım değişiklikler olmuştur. Bu yapısal değişikliklerden sonra yönetimden bazı kademeler çıkarılmış ve seçimle yönetici tayin edilmeye başlanmıştır.[339]

Fütüvvet teşkilâtlarında mesleki hiyerarşi, bölgesel farklılıklar göstermekle beraber genel olarak: "*Kadı, Muhtesib, Şeyh, Nakîb, Duacı, Çavuş, Yiğitbaşı, Kethüdâ, Kolbaşı* ve *Bölükbaşı"* gibi yöneticileri içeren bir yapılanma mevcuttu. Ahîlik teşkilâtı ise daha ayrıntılı ve derecelendirilmiş bir hiyerarşiye sahipti. Ahîlikte, yönetim hiyerarşisi aşağıdan yukarıya doğru *Yiğitlik, Ahîlik* ve *Şeyhlik* olmak üzere üç temel kapı üzerinden yapılandırılmıştı. Her kapı kendi içinde üç derece içerirdi:

- Yiğitlik Kapısı'nda; *Ahbap* (çırak), *Nim-tarik* (çırak-kalfa arası) ve *Müfreddi* (yol sahîbi),

[338] T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, *Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihçesi*, s. 22.
[339] TESK., 2015, *50 Soruda Ahilik*. Erişim tarihi: 08.10.2023, http://www.tesk.org.tr/tr/yayin/124.pdf, s.8.

- Ahîlik Kapısı'nda; *Nakip, Nakîb-ün nükeba* (Nakiplerin Nakîbi) ve *Başarış*,
- Şeyhlik Kapısı'nda; *Halife, Şeyh* ve *Şeyhü'l-Meşayih* (Şeyhlerin Şeyhi) yer alırdı.

Ahîlik teşkilâtının yönetici kadroları seçim esasına göre belirlenirdi. Yönetici seçiminde temel kriterler arasında; "*liyakat, dürüstlük, mesleki ehliyet* ve *güvenilirlik"* bulunurdu. Yönetici olarak seçilecek kişinin:

- Kendi mesleğinde aktif olarak çalışması,
- En az üç usta yetiştirmiş olması ve
- Herhangi bir adli suçtan hüküm giymemiş olması zorunluydu.

Ahî Baba'nın seçimi, özel usûller ve geleneklere göre gerçekleşirdi. Görevdeki bir Ahî Baba vefat ettiğinde, eğer liyakatli bir oğlu mevcutsa görevi devralması söz konusu olurdu; aksi durumda, teşkilâtın ileri gelenleri bir araya gelerek saygınlığı ve liyakati kabul edilmiş bir kişiyi aday gösterirlirdi.

Esnaf Şeyhleri seçimi, sadece ilgili meslek dalında usta statüsüne sahip kişiler tarafından seçilirdi. Seçimlerde oy çokluğu değil, oy birliği aranırdı ve isimler üzerinde eleme usulü ile detaylı müzakereler yapılırdı. Nihai aday belirlendikten sonra Genel Başkan olan Şeyhü'l-Meşayih'e sunulur, onun uygun görmesi halinde onay süreci başlatılırdı. Seçilen aday, mesleğin ileri gelenleriyle birlikte Genel Başkan'ın huzuruna çıkarılır, burada Kur'an ayetleri okunarak mesleki etik ve sorumluluk üzerine öğütler verilirdi. Başkanlık beratı sembolik bir törenle yeni başkana teslim edilirdi.

Büyük Meclis seçimi, Ahî birliklerinin üst organı olup Esnaf Şeyhlerinden oluşur ve kendi içinden bir başkan seçerdi; bu başkan Ahî Baba Vekili olarak adlandırılırdı. Ahî Baba Vekilinin görevi genellikle ömür boyu sürerdi. Görev yapamayacak durumda olması ya da ölümü halinde yeniden seçim yapılırdı. Bu seçim sırasında bölgenin müftüsü ve kadısı hazır bulunurdu. Seçilen Ahî Baba Vekili ayrıca Kırşehir'de bulunan Ahî Postnişini tarafından manevî olarak onaylanırdı. İlerleyen zamanlarda bu göreve seçim yerine atama yöntemi benimsenmiş, atama yetkisi doğrudan Kırşehir Ahî Evran Zâviyesi Şeyhine verilmiştir.

İdare Kurulu üyeleri de belli şartlar altında seçilirdi. Üyelerin adlî sicillerinin temiz olması, güvenilirlik, iyi ahlâk sahîbi olmaları ve ilgili meslekte en az beş yıl usta olarak çalışmaları gerekmekteydi. Esnaf Şeyhi ve İdare Kurulu üyeleri arasındaki uyum seçim sonrası değerlendirilir, onay için Büyük Meclis'e sunulurdu. Onayın ardından

sembolik olarak Esnaf Şeyhi Asâsı teslim edilirdi. Göreve başlayan Esnaf Şeyhi, ilk toplantıda malî hesapları gözden geçirir ve sonuçları Büyük Meclis'e sunardı.[340]

Esnaf Şeyhinin vefatı veya görevden alınması durumunda ertesi gün hem Esnaf Şeyhi hem de İdare Kurulu yeniden seçilirdi. Yeni seçilen Esnaf Şeyhi, üyelerle uyumsuzluk yaşaması halinde durumu Ahî Baba Vekili'ne bildirir, eğer hiçbir üyeyle çalışamayacağını beyân ederse istifa ederek seçim süreci yeniden başlatılırdı. Seçim sonuçları, Büyük Meclis tarafından nihai olarak onaylanır ve resmen ilan edilirdi.

Ahîlik Denetim Mekanizmaları

Osmanlı dönemi serbest esnaf kuruluşları, Selçuklu dönemi esnaf birliklerinin bir devamı olarak, rekabet yerine karşılıklı kontrol ve dayanışmayı esas alan bir anlayışla teşkilâtlanmıştı. Aynı meslek ya da sanat grubundan kişiler, bir arada faaliyet gösterir ve birbirlerini sürekli olarak denetlerdi. Bu denetimler, üyelerin meslek ahlâkına uygun hareket edip etmediklerini belirlemek amacıyla, teşkilâtın yöneticileri tarafından düzenli ve sistematik biçimde gerçekleştirilirdi. Belirlenmiş kurallara uymayan esnafa çeşitli cezalar uygulanırdı.

Herhangi bir esnaf, kendi mesleğinden başka bir esnafla ilgili şikâyetini öncelikle kendi Yiğitbaşı'sına bildirirdi. Esnaf olmayan kişiler de benzer şekilde, şikâyetlerini ilgili esnafın Yiğitbaşı'sına iletirdi. Yiğitbaşı, yetkisi dâhilindeki meseleleri doğrudan inceler, ancak kendi yetki alanını aşan konuları Esnaf Şeyhine sevk ederdi. Esnaf Şeyhleri ise Büyük Meclis tarafından denetlenir, bu kapsamda yıllık hesapları incelenir ve haklarındaki şikâyetler değerlendirilirdi. Eğer yöneticiler suçlu bulunursa görevden alınmaları söz konusu olurdu. [341]

Ahîlik teşkilâtında cezalar, genel olarak eğitici ve uzlaştırıcı nitelik taşır, kişiyi aşağılamaktan kaçınılırdı. Ancak ağır suçlara karşı daha ciddi yaptırımlar uygulanırdı. Ahîlikten veya yiğitlikten çıkarılma sebepleri arasında; *içki içmek, zina* ve *livata* gibi ahlâkî suçlar, *dedikodu, iftira, münafıklık, kibir, gurur, merhametsizlik, haset, kin, affedici olmamak, sözünde durmamak, yalan söylemek, hıyanet, emanete ihanet, kadınlara şehvetle bakmak, insanların ayıplarını ortaya çıkarmak, cimrilik, gıybet* ve *hırsızlık* gibi davranışlar yer alırdı.[342]

Ahîlik'te uygulanan cezalar şunları içermekteydi:

[340] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, Kayhan Yayınları, İstanbul, 2018, s. 121.
[341] Mehmet Demirtaş, *Osmanlı Esnafında Suç ve Ceza*, Birleşik Dağıtım Kitabevi, Ankara, 2010, s. 79–81.
[342] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 122.

- *Gönül Küskünlüğü (Selamlaşmamak):* En hafif ceza olup, genellikle bir hafta sürer ve cezalı esnafa diğer esnaflar tarafından selam verilmezdi
- *Yardım Etmeme,*
- *Hammaddeden Mahrumiyet,*
- *Yolsuzluk (Satış Yasağı):* Bir ay süren bu cezada esnaf mal satamazdı. Ceza süresi sonunda, Esnaf İdare Kurulu cezayı kaldırır ve esnaf, cezanın bitiminde esnaf kahvehanesinde herkese çay ve kahve ikram ederdi,
- *Dükkân Kapatma,*
- *Kurban Kestirme, Lokma Dağıtma ve İkramlarda Bulunmaya Zorlama,*
- *Pabucu Dama Atmak:* Ahîlik teşkilâtının uyguladığı en ağır cezalardan biri olup, kalitesiz üretim yapan esnafın ayakkabısının dükkânın damına atılmasıyla uygulanırdı. Bu ceza, esnafın itibarını zedeleyerek onun müşterilerini aldattığını ve hatalı ürün ürettiğini topluma ilan ederdi.[343]

Ahîliğin kurucusu Ahî Evran da esnafın denetlenmesine büyük önem verir, bizzat esnafı gezerek ürünlerin sağlamlık ve temizliğini kontrol ederdi. Denetimlerinde kalitesiz bulduğu ürünleri üreten esnafın pabucunu dükkânının damına asar, böylelikle o kişinin hatalı üretim yaptığı toplum tarafından bilinir hale gelirdi. Bu uygulama, esnafın ahlâkî değerlere ve kalite standartlarına bağlılığını güçlendirmeyi amaçlayan bir toplumsal denetim aracı olarak değerlendirilirdi.[344] Bu sistem, cezalandırmaktan çok düzeltmeyi ve toplumsal uyumu önceleyen bir anlayışla, mesleki disiplinin yanı sıra bireyin içsel terbiyesine de yönelmiştir.

Ahîlikte Görev ve Yetki Dağılımları

Hiyerarşik bir yapıya sahip olan esnaf teşkilâtında; en alt kademeden başlayarak Yamak, Çırak, Kalfa, Usta, İşçibaşı, Çavuş, Yiğitbaşı, Ehl-i Hibre (Bilirkişi), Duacı, Muhtesib, Kadı, Esnaf Kethüdâsı, Esnaf Şeyhi ve nihayet teşkilâtın manevî ve idarî zirvesi olan Ahî Baba gibi kademeler yer almaktaydı. Bu kademelerde görev yapan kişilerin yetki, sorumluluk ve hakları hem geleneksel teamüller hem de yazılı nizamnamelerle belirlenmişti. Bazı kaynaklarda ise Ahîlik teşkilât yapısında bu ana

[343] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 123.
[344] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 102-104.

kademelere ek olarak Nakip, Halife ve Şeyhü'l-Meşayih gibi üst düzey mevkilere de yer verildiği görülmektedir.[345] Bu hiyerarşide görev tanımları ve yetkiler şu şekildedir:

Yamak: Ahîlikte en düşük olan rütbedir. Ahîliğe atılan ilk adımdır. Bir esnafa yamak olarak alınmak için on yaşından küçük olunmaması; işe devamının baba veya veli tarafından sağlanması şarttı.[346] Esnaf yamaklarının ve çıraklarının ilk etapta okuma-yazmasına özel ihtimam gösterilirdi. İki sene ücretsiz yamaklık yapılır, törenle çıraklığa yükselirdi.

Çıraklık: Meslek öğrenmek isteyen bir kişi, bir ustanın yanına çırak olarak girer ve ustasına tam bir itaat göstermesi beklenirdi. Çıraklık sürecinde çırakların temel ihtiyaçları dahî ustaları tarafından karşılanırdı. Ancak hiçbir esnaf, başka bir ustanın çırağını izinsiz olarak yanına alamazdı. Çıraklık genelde binbir gün, çok maharet isteyen işlerde bu süre yirmi yıla kadar çıkabilirdi. Çırağın ustası, ona mesleğin bütün inceliklerini ve hayatı boyunca gerekli olan bilgileri öğretmek zorundaydı. Çıraklar kalfalığa yükselecek bir bilgiye ulaştığında, usta ve kalfasının yardımıyla geçireceği bir imtihanla kalfalığa yükseltilirdi.

Kalfalık: Bir ustanın gözetiminde çalışan çırak, mesleğinde ilerleyip yeterliliğini kanıtladıktan sonra kalfalık mertebesine yükseltilirdi. Kalfalık döneminde çıraklara nezaret etme görevi üstlenir, imalathanelerde ustasının emrinde çalışmaya devam eder ve aldığı ücret artardı. Bu dönem bütün meslekler için üç yıldır. Kalfaların kılıç kullanmak, ata binmek, atıcılık öğrenmek gibi spor ve askerî eğitime tabi tutulmaları ihmal edilmezdi. Bunları başaran kimse, ustalık imtihanına katılırdı. Bu törende kalfa kendi sanatı ile ilgili ve kendi eli ile yaptığı bir eseri hazırlar, bunları Ahî Baba Vekili'nin başkanlık ettiği ustalar meclisine sunardı. Başarılı bulunduğunda kalfa ustalığa yükseltilirdi.[347]

Ustalık: Kalfa, mesleğin tüm inceliklerini öğrendikten ve belirli bir süre çalıştıktan sonra törenle ustalığa kabul edilirdi. Yeni ustalara, meslek hayatındaki bu önemli geçiş sırasında Yiğitbaşı tarafından dualar eşliğinde 'şed' ya da 'peştemal' kuşatılırdı. Usta olacak kişinin el emeğiyle ürettiği işler diğer ustalara sunulur, bu ürünler ustalar ve zengin esnaf tarafından satın alınarak elde edilen gelir yeni usta için sermaye niteliği taşırdı. Birlik içerisindeki en yetkin ustalara ise "*ihtiyar*" unvanı

[345] Yusuf Ekinci, *Ahilik ve Fütüvvet Teşkilatı*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2001, s. 26-27.
[346] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s.113-114.
[347] Ziya Kazıcı, "Osmanlı İhtisab Kanunnâmeleri ve Ahîlik", *Türk Kültürü ve Ahîlik Sempozyumu*, İstanbul, 1986, s. 104-106.

verilirdi.[348] Üç yıl kalfalık yapan bir kişi, bu süre içinde herhangi bir suç işlememiş, görevlerini layıkıyla yerine getirmiş ise ustalığa getirilirdi.

Çavuş: Her meslek dalının bir başkanı bulunduğu gibi, bir de çavuşu bulunmaktaydı. Başkan çavuşu kendi başına atayamaz. Meslek grubunun da onaylaması gerekir. Çavuşun bir yaptırım gücü ve otoritesi yoktur; aksine başkan eliyle oluşan emir ve direktifin doğrultusunda ceza kararlaştırılan üyeye cezasını tebliğ eder. Günümüzün belediye zabıtası gibi bir çeşit inzibat zabiti idi. Suçlu esnafı sorgulamak üzere şeyhin başkanlığında toplanan, Nakîb ve esnaf seçkinlerinin huzuruna getirmekle görevliydi. Esnaf ve zanaatkar, çavuşun davetine uymak zorundaydı. Her esnafın çavuşu kendi meslektaşları arasından seçilirdi. Sonraki yıllarda çavuşların yerini Yiğitbaşları almıştır.

Nakîb: Nakîblik, fütüvvet geleneğinden kalmadır. Nakîb, Şeyhü'l-Meşâyih adına hareket eden bir temsilci konumundadır. Şeyhü'l-Meşâyih'in, usta ve öğretmenlere kuşak kuşandırmak ve meslek meselelerini müzakere etmek üzere her meslek grubunca düzenlenen ve katılması gereken genel kurul toplantılarına iştirak edemediği durumlarda, Nakîb sanki Şeyhü'l-Meşâyih hazırmış gibi onun yerine yapılması gereken işlemleri icra eder. Bu çerçevede Şeyhü'l-Meşâyih'in, dilediği kişiyi Nakîb olarak tayin etme ve gerekli gördüğünde görevden azletme yetkisi bulunmaktadır. Ancak lonca teşkilâtlarının kurulmasıyla birlikte Nakîblik uygulaması kaldırılmış ve bu görev Kethüdâlığa devredilmiştir

Ahî Baba: Ülke genelindeki bütün esnaflar, Kırşehir'de bulunan Ahî Evran Zâviyesi'ne bağlıydı. Bu zâviyenin başında, Ahîliğin piri ve kurucusu kabul edilen Ahî Evran'ın halifesi yer alırdı ve bu kişiye "Ahî Baba" denirdi. Ayrıca, her şehir ve kasabada bulunan esnaf teşkilâtlarının başındaki en üst düzey yöneticilere de "Ahî Baba" unvanı verilirdi. Ahî Baba, zaman zaman şehirleri ve kasabaları ziyaret ederek esnafların sorunlarıyla ilgilenir, ustalık törenlerine katılır, şed kuşatır ve ardından Kırşehir'e dönerdi. [349]

Esnaf Şeyhi: Her Ahî esnaf teşkilâtının başında "Esnaf Şeyhi" olarak adlandırılan bir başkan bulunurdu. Esnaf Şeyhi, teşkilâta bağlı tüm üyeleri bir baba şefkatiyle korur, onların ahlâkî, dini ve mesleki eğitimleriyle yakından ilgilenirdi. Esnaf Şeyhi, teşkilât içinde en yüksek otoriteye sahipti. Esnaf Şeyhi, yönetim kurulunda alınan kararların uygulanmasından sorumluydu. Esnaf şeyhlerinin faaliyetleri, büyük meclis tarafından da denetlenirdi.

---

[348] Ziya Kazıcı, "Ahîlik", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1988, c. I, s. 540.
[349] Yusuf Ekinci, *Ahilik ve Fütüvvet Teşkilatı*, s. 33-35.

Kethüdâ: Esnafın bütün işlerine bakar, "Gedik" denilen esnaflık ruhsatının esnafa ulaşmasını sağlar ve ustalık aletlerinin devir-teslimini yapar, esnaf arasındaki anlaşmazlıkları çözer, hükümetin emirlerini yiğitbaşı aracılığıyla esnafa bildirir, kadılığa verilen cezayı infaz eder ve usta olacakların tören günlerini belirlerdi. Ayrıca esnafın genel eğitimi ile ilgilenirdi. Esnafın istekleri ve şikâyetleri hükümete Kethüdâ vasıtası ile arz olunurdu.[350]

Yiğitbaşı: Kethüdânın yardımcısı durumundaydı. Esnafın önde gelenlerinden olup seçimle tayin edilirdi. Ahî esnafının yetiştirilmesi, esnaflar arasındaki intibak, disiplin cezaları, esnafa temin edilen hammaddenin dağıtımı, disiplin cezalarının uygulanması, ustaların peştemal kuşaması ve orta sandığın yönetimi konularında Esnaf Şeyhine yardım ederdi.

Kadı: Doğrudan doğruya Ahî birliklerinin yönetim hiyerarşisinde yer almayan bir makam sahîbidir. Ancak genel yönetimin bir parçası olması hasebiyle Ahî birliklerini de ilgilendiren hukukî bir otoritedir. Özellikle ahîlerin kendi birliklerinde halledilemeyen meseleler veya ahîlerle birlikte başkalarını da ilgilendiren konular muhtesip tarafından kadılığa iletilir ve kadılık, anlaşmazlıkları yürürlükteki hukuka göre çözer. Kadılığın ahî birliklerinin yönetimini ilgilendiren yönü, hukuk kurumu oluşudur.

Muhtesib: Zabıta gibi çarşı ve pazar denetlemesi yapardı. Satılan mal ve fiyatları kontrol ederlerdi. Satıcı pazara girmeden yolunu kesip pazarlık edenlere ceza verirdi.

İşçibaşı: Teknik konularda yetişmiş bir üye olup esnafın ürettiği ürünlerin kontrol edilmesi, kalitesiz üretilen malların imha edilmesi ve kalite standartlarının korunmasıyla görevliydi.

Ehl-i Hibre (Bilirkişi): Yönetim kurulunda veya esnaf arasında meydana gelen anlaşmazlıklarda hakemlik ederdi. Bunlar adaletli ve doğru verdiği kararlardan dolayı da esnaf arasında en çok sevilen kişilerdi.[351]

Duacı: Esnaftan olma şartı aranmayan salih kimselerden seçilirdi. Orta sandığından kendisine yıllık bir ücret ödenirdi. Loncalar döneminde de bazı esnaf birlikleri duacılarını muhafaza etmişlerdir. Berberlik mesleğinde kalfa olacak çıraklar lonca odasında ve berber ustalarının huzurunda duacılar tarafından tıraş edilirdi.[352]

---

[350] Ziya Kazıcı, "Osmanlı İhtisab Kanunnâmeleri ve Ahîlik", *Türk Kültürü ve Ahîlik Sempozyumu,* İstanbul, 1986, s. 104-106.
[351] Yusuf Ekinci, *Ahilik ve Fütüvvet Teşkilatı*, s. 38.
[352] Yusuf Ekinci, *Ahilik ve Fütüvvet Teşkilatı*, s. 33-41.

Ahîliğin Normatif Kurumsal Kaynakları ve Sosyal Dayanışma Mekanizmaları

Ahîlik teşkilâtı, normatif değerleri ve bu değerlerin kaynaklarını oluşturan belgeler açısından incelendiğinde, güçlü bir tasavvufî temel üzerine inşa edilmiştir. Ahîliğin temel prensipleri, esas olarak fütüvvetnâmeler ve Ahî şecerenâmelerinde yazılı hâlde bulunan kurallardan oluşmaktadır. Teşkilâtın işleyişi, tasavvufî ritüellerdeki şeyhe bağlılık ve nefis terbiyesi uygulamalarında görülen sistematik anlayışla büyük benzerlik taşır. Bu bağlamda, Ahîlik sadece ekonomik bir kurum değil, aynı zamanda derin bir manevî disipline dayanan sosyal ve ahlâkî bir organizasyondur.

Ahîlik, tasavvufî düşünceyle fütüvvet ilkelerini bir araya getirerek, hem tekke ve zâviyelerdeki şeyh–mürid ilişkilerini hem de iş yerlerindeki usta–kalfa–çırak ilişkilerini düzenleyen özgün bir sistem olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Ahîlik, yalnızca manevî bir hareket ya da salt ekonomik bir esnaf teşkilâtı olarak görülemez. Aksine, tasavvufî derinlik ile ekonomik pratikleri bir araya getiren kendine has bir model olarak değerlendirilmelidir.

Bir yandan bireyleri ahlâkî olgunluğa, doğruluğa ve iyiliğe sevk eden tasavvufî prensipleri benimseyen Ahîlik, diğer taraftan üretim süreçleri, verimlilik, kalite kontrolü ve fiyat denetimi gibi ekonomik unsurları da aktif biçimde düzenleyerek güçlü bir esnaf teşkilâtı fonksiyonu icra etmiştir. Ahîliğin temel amacı, toplumda sosyal adaletin tesis edilmesi olarak belirlenmiştir. Zengin-fakîr, üretici-tüketici, emek-sermaye ve halk-devlet ilişkilerinde dengeyi ve sağlıklı iletişimi gözeten Ahîlik, bu hedef doğrultusunda sağlam bir kurumsal yapı ve kapsamlı bir eğitim sistemi oluşturmuştur. [353]

Ahîlik, Anadolu'da Türk-İslam medeniyetinin oluşumunda belirleyici bir rol üstlenmiş; Orta Asya'dan taşınan gelenek ve pratikleri İslamî inanç dünyasıyla buluşturmuştur. [354] Bu buluşmanın arka planında fütüvvet geleneği yer alır. Fütüvvet; ayrım yapmamak, kusur aramamak, doğruluk, helâl kazanç, haramdan kaçınmak, Hakk'ın rızasını gözetmek, nefse karşı direnmek ve tüm canlılara iyilikle muamele etmek gibi ahlâkî ilkeleri bir araya getiren bir anlayıştır. Bu anlayışın Anadolu'daki başlıca yazılı dayanakları "Ahî şecerenâmeleri" ve "Ahî fütüvvetnâmeleri"dir. Ahîlik mensuplarının imanî bir bağlılıkla benimsediği bu metinlerdeki ilkeler, Ahî Evran'ın kurduğu nizam içinde somutlaşarak geleneğin temel dayanaklarını oluşturmuştur. [355]

[353] Anzavur Demirpolat, Gürsoy Akça, "Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları", *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 2004, S.15, s. 370.
[354] Abdülkerîm el-Kuşeyrî, *Kuşeyrî Risalesi*, s. 306.
[355] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 35.

Dolayısıyla fütüvvetnâmeler, toplum içinde doğru davranışın dinî ve ahlâkî ölçülerini belirleyen yönlendirici metinlerdir. Bu metinler aracılığıyla Anadolu medeniyetine sunulan katkılardan bazıları şunlardır:

- Yönetim ve organizasyonda ehliyet ve liyakati esas almış, yetenekli kişilerin yönetime gelmesini sağlamıştır.
- Dayanışma ve kardeşlik modelini benimseyerek insanları birleştirici bir yaklaşım ortaya koymuştur.
- Göçebe Türkmenlere mesleki eğitim ve dini-tasavvufî eğitim vererek, onları üretici ve iyi Müslümanlar olarak yetiştirmiş, askeri eğitimle de mücadeleci bir yapı kazandırmıştır.
- Dünyada ilk defa kadın teşkilâtı (Bâcıyan-ı Rum) kurarak kadınları mesleki ve dini yönden eğitmiştir.
- Anadolu'nun Türkleşmesi ve Müslümanlaşmasında önemli rol üstlenerek, göçebe Türkmenlerin yerleşik hayata geçişlerini sağlamıştır.
- Ekonomik sistemde helal kazanç, alın teri, dayanışma, ahlâk ve kanaatkarlığı esas alarak İslamî iktisat anlayışını hayata geçirmiştir.
- Anadolu Türklerinin millî karakterini şekillendirmiş; konukseverlik, dayanışma, fedakârlık, doğruluk gibi özellikleri topluma yerleştirmiştir.
- Sosyal güvenlik sistemi oluşturarak yetim, dul, misafir gibi ihtiyaç sahiplerine sahip çıkmıştır.
- Anadolu'da siyasi istikrarın sağlanmasında etkili olmuş, yönetim boşluklarını doldurmuş ve Moğol istilasına karşı mücadele etmiştir.
- Anadolu'da vakıf kültürünün gelişmesine öncülük ederek eğitim, sağlık, altyapı gibi alanlarda hizmetler sunmuştur.
- Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda manevî ve maddî destek sağlayarak devletin medeniyet anlayışını şekillendirmiştir.[356]

Ahîlik sisteminin günümüzde de geçerli olan temel değerleri şunlardır:

- İnsanın yüceliği ve sömürülmemesi ilkesi.

[356] Mehmet Şeker, *Türk-İslam Medeniyetinde Ahilik ve Fütüvvetnâmelerin Yeri*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2011, s. 100-107.

- Dünyayı bir imtihan alanı olarak görüp ahîret hayatına hazırlık yapılması gerekliliği anlayışı.
- Her insanın meslek sahîbi olması gerektiği ve üretici olmanın önemi.
- Dünyevî ve uhrevî boyutları içeren ahlâk anlayışının benimsenmesi.
- Eğitim temelli bir toplum modeliyle, insana yönelik değerlerin ve kuralların benimsenmesi ve uygulanması.
- Sanat, ticaret ve iş ahlâkı konusunda evrensel ölçüler getirilmesi.
- Ehliyet ve liyakat esasına dayalı demokratik seçim sistemiyle örnek teşkil etmesi.
- Arabuluculuk (Ombudsmanlık) sistemini geliştirerek hukukî sorunların mahkemeye gitmeden çözülebilmesine zemin hazırlaması.
- Günümüz sendika sistemlerinin temelini oluşturması ve çalışanların yanı sıra tüketicilerin haklarını koruması.
- Kapitalist ve sosyalist sistemlerden farklı olarak, ekonominin merkezîne insanı ve fedakarlığı koyan özgün bir ekonomik model oluşturması[357]

Ahîlik teşkilâtının kurumsal işleyişinde dayanışmayı somutlaştıran çeşitli mekanizmalar bulunmaktadır. Bu mekanizmalar arasında, karşılıklı yardımlaşma ve güven esasına dayalı yapısıyla öne çıkan Orta Sandığı, hem teşkilât içi sosyal destek ağının hem de iktisadî düzenin sürdürülebilirliğinde önemli bir yer tutar. Sandığın kredisi olarak oluşturulan fon ile yardımlar için ayrılan paralar farklı hesaplarda toplanırdı.

Ahîlikte her ahî, kazancının ihtiyacından fazlasını yoksul, işsiz ve muhtaç insanlara yardım için harcamalıydı. Sermayenin belli ellerde toplanmaması için ahîlerin ihtiyacından fazla mal biriktirmesi engellenmiştir. Çünkü esnafın kazandığı şahsi bir mal değil teşkilâta ait bir mal olarak kabul edilmekteydi. Dolayısıyla Ahîlik kurumunda ön plana çıkan bu düşüncenin uygulama biçimi olan Gedik Sistemi'nde, fakîrlere yardım edilmekte, yeni işyeri açanlara sermaye verilmekte, alet ve edevat yardımı yapılmakta, esnaf mensupları özellikle çıraklar için tercih edilen meslek kurslarını finanse edilmektedir.[358] Böylece birlikler, kişiyi yalnızlıktan kurtarmış, dayanışma

[357] Refik Soykut, *İnsanlık Bilimi – Ahilik*, Kırşehir Esnaf Kuruluşları, Ankara, 1987, s. 23.
[358] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, s. 137.

ortamıyla moral destek sağlamaktaydı. Bu anlayışın ve uygulamanın pratiğe dönüşen uygulamasında işleyiş şu şekildedir:

Orta Sandığının Gelirleri:

- Ahî teşkilâtlarına bağlı esnaftan alınan aidatlar,
- Teşkilâta yapılan bağışlar ve "Tayyarat" denilen çeşitli bağışlar,
- Yamaklıktan çıraklığa, çıraklıktan kalfalığa ve kalfalıktan ustalığa yükselirken ödenen bir nevi terfi harçları,
- Askere alınan kalfa veya ustanın eşi ve çocukları için toplanan yardımlar,
- Vâris bırakmadan ölen zengin esnafın vasiyetname ile esnaf teşkilâtına bıraktığı mülkün gelirinden ibaretti.

Orta Sandığının Giderleri:

- Teşkilât için gerekli harcamalar,
- Teşkilâtın güçlenmesi için alınan mülklerin bedelleri ve birliğe ait mülklerin tamir masrafları,
- Çeşitli vergiler,
- Görevlilerin maaşları,
- Sosyal amaçlı esnaf toplantılarının ücretleri,
- Fakîrlere çeşitli vesilelerle yapılan yardımlar,
- Birlik kayıtlı üyelerine verilen orta ve uzun vadeli krediler,
- Esnaftan maddî durumu iyi olmayanlara, güçsüzlere, sakatlara ve hastalara yapılan yardımlar ve birlik üyelerinden ihtiyaç gierleri.[359]

Ahîlik teşkilâtında sosyal dayanışma ve karşılıklı yardımlaşma ilkesinin kurumsal bir tezahürü olan Orta Sandığı, yalnızca aktif çalışan üyeler için değil, çalışamayacak durumda olan bireyler için de önemli bir güvence mekanizmasıydı. Bu bağlamda teşkilât üyeleri **"***dahîli***"** ve **"***harici***"** olmak üzere iki gruba ayrılmaktaydı. Dahîli üyeler, mesleki faaliyette bulunan ve sandığa düzenli katkı sağlayan aktif esnaflardan oluşurken; harici üyeler, doğrudan üretim sürecinde yer almayan ancak sandıktan faydalanma hakkına sahip olan kişileri kapsıyordu. Bu grup, özellikle

[359] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 111.

emekliler, yaşlılar, hastalar, sakatlar ve güçsüzler gibi sosyal desteğe ihtiyaç duyan bireylerden oluşmaktaydı.[360]

- *Emekliler:* Maddî durumları iyi olup çalışamayacak kadar yaşlı olan ahîlerdir. Bunların dükkânları kalfaları tarafından işletilirdi. Muhtaç olmadıkları müddetçe kendilerine esnaf orta sandığından yardım verilmezdi.
- *Güçsüzler*: Maddî durumları iyi olmayıp çalışamayacak kadar yaşlı üyelerdir. Bunlara geçimlerini sağlayacak kadar orta sandıktan yardım verilirdi.
- *Sakatlar ve Hastalar:* Çalıştığı dalda iş kazası geçiren, sakatlanan veya çalışamayacak kadar hasta olan üyelere de orta sandıktan maddî yardım yapılır, kimseye muhtaç edilmezdi.[361]

Bu yönüyle Orta Sandığı, Ahîlik teşkilâtının yalnızca ekonomik üretimi düzenlemekle kalmayıp, bireylerin sosyal güvenliğini de önceleyen bütüncül yapısının en somut göstergelerinden biri olarak değerlendirilmelidir.

Ahîlikte Toplantı Düzeni ve Müzakere Prensipleri

Ahîlik, merkezî otorite dışında gelişmiş bir yönetim sistemine sahip olup, kurumsal işleyişini kendi iç dinamikleri ve yerleşik istişare mekanizmalarıyla sürdüren bir yapılar bütünüdür. İdari karar alma süreçleri, belli bir düzen içinde yürütülen toplantılar ve istişareye dayalı müzakere yöntemleriyle işletilmiştir. Gerek rutin kararların alındığı Yönetim Kurulu, gerekse denetleyici ve temsil edici işlevi bulunan Büyük Meclis gibi yapılar, Ahîlik teşkilâtının yönetsel işleyişinde kuralların keyfîliğe değil, ortak akla ve içtimaî meşruiyete dayandığını ortaya koyar. Ayrıca olağanüstü durumlarda toplanan geniş katılımlı Memleket Toplantıları, bu yapının tabana yayılan istişari karakterini daha da görünür kılmaktadır.

Yönetim Kurulu: Ahîlik teşkilâtında esnaf örgütlerinin temel karar alma organı olan Yönetim Kurulu, beş kişiden oluşan bir idare heyetiydi. Bu kurulda Esnaf Şeyhi, Esnaf Kethüdâsı, Yiğitbaşı, İşçibaşı ve Ehl-i Hibre yer alırdı. Kurul, her ayın birinci ve üçüncü cuma günü, Esnaf Şeyhi'nin başkanlığında ve bu iş için ayrılmış özel bir toplantı odasında toplanırdı. Toplantılarda Esnaf Şeyhi, son on beş gün içerisinde esnafla ilgili gelişmeleri ve borç talebinde bulunan esnafların isimlerini heyete sunar; kurul bu talepler hakkında değerlendirme yaparak karar alırdı. Alınan kararların

[360] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, s. 137.
[361] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, s. 138.

uygulanmasından birinci derecede Esnaf Şeyhi sorumluydu; ancak kurul üyeleri bu süreçte kendisine destek olurdu.

Büyük Meclis (Genel Kurul – Kâhyalar Ocağı): Ahîlik teşkilâtının en üst düzey karar ve denetim organı olan Büyük Meclis, ayda bir kez olmak üzere her ayın son cuma günü toplanır; gerektiğinde olağanüstü toplantılar da yapılabilirdi. Bu meclis, Esnaf Şeyhlerinden oluşur ve kendi içlerinden bir başkan seçerlerdi. Bu başkana *Ahî Baba Vekili* adı verilirdi. Olağanüstü toplantılarda ise her meslek grubundan üç usta da davet edilerek karar alma sürecine dâhil edilirdi.

Büyük Meclis'in başlıca görevleri şunlardı:

- Esnaf Şeyhlerinin esnafa karşı tutum ve davranışlarını denetlemek,
- Yönetim kurullarının düzenli olarak toplanıp toplanmadığını kontrol etmek,
- Yönetim kurulları tarafından verilen cezaları gözden geçirip onaylamak,
- Esnaf Şeyhleri tarafından gündeme getirilen konuları görüşmek ve karara bağlamak,
- Esnaf birliklerinin yıllık hesaplarını incelemek ve usûlsüzlük varsa işlem başlatmak,
- Hakkında şikâyet bulunan Esnaf Şeyhlerini incelemek ve görevden alma yetkisini kullanmak,
- Esnafın sorunlarını hükümet yetkilileriyle müzakere ederek çözüme kavuşturmak; hükümetin aldığı kararların esnaf lehine olup olmadığını değerlendirmek ve gerektiğinde esnaf adına taleplerde bulunmak.[362]

Olağanüstü toplantılarda alınan kararlar, Ahî Baba Vekili ile birlikte iki Esnaf Şeyhi ve iki usta tarafından Kadı'ya sunulur, ardından mülkî idare amirine iletilirdi. Eğer burada bir sonuç alınamazsa, kararın ertesi gün yapılacak Memleket Toplantısına taşınması sağlanırdı.

Memleket Toplantısı: Bu toplantılar, ciddi anlaşmazlıkların çözümünde başvurulan en geniş katılımlı toplantıydı. Toplantıya tüm ustalar, beldenin kânaat önderleri, âlimler, Kadı ve Müftü davet edilirdi. Açık alanda yapılan bu toplantıya Ahî Baba Vekili başkanlık ederdi. Toplantının amacı, daha önce yapılan görüşmelerin sonuçlarını özetlemek ve çözüm bulunamayan konuları topluluğun ortak aklıyla değerlendirmeye açmaktı.

[362] Mithat Gürata, *Unutulan Âdetlerimiz ve Loncalar*, Tisa Matbaacılık, Ankara, 1975, s. 11.

Eğer toplantıda bir uzlaşma sağlanamazsa, Kadı'ya başvuru yapılır ve şikâyet konusu kararın uygulanmasının geçici olarak ertelenmesi teklif edilirdi. Bu teklif kabul edilmediği takdirde, esnafın dükkânlarını kapatma kararı alacağı yetkililere bildirilirdi. Ahî Baba Vekili, diğer Esnaf Şeyhleri ile birlikte hükümet temsilcilerine giderek bu talepleri ve esnafın tutumunu iletirdi. Taleplerin reddedilmesi durumunda, Padişah'tan doğrudan karar talep edilirdi ve bu süreçte hükümetin kararlarının uygulanmasının durdurulması istenirdi.

Bu gelişmelerin ardından, mülkî amir, Kadı, Müftü, Ahî Baba Vekili ve diğer ileri gelenlerin katılımıyla yeni bir toplantı yapılır, Padişah fermanı gelene kadar uygulamanın ertelenmesi sağlanırdı. Karar askıya alınınca, Ahî Baba Vekili esnafa dükkânlarının yeniden açılmasını ve faaliyetlerine devam etmelerini bildirirdi. Bu süreç, Ahîlik teşkilâtının yalnızca meslekî değil, aynı zamanda kamusal ve toplumsal alanda da etkin bir temsil ve müzakere gücüne sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.[363]

Ahîlerde Eğitim ve Törenler

Ahîlik teşkilâtında eğitim, genel terbiye ile meslekî eğitimi birbirinden ayırmadan, bütüncül bir anlayışla sürdürülmekteydi. Başka bir ifadeyle, birer terbiye ve değer aktarım mekânı olan zâviyelerde gençlere ahlâkî ve dinî eğitim verilmekte, aynı süreçte çalışma hayatının içinde meslekî uygulamalara dayalı eğitim de yürütülmekteydi.[364] Bu kapsamda, Ahîlikte eğitim iki ana başlık altında gerçekleşirdi: "*iş başında"* ve "*iş dışında"* eğitim faaliyetleri.

İş Dışında Eğitim: Ahî birliklerinde iş dışında verilen eğitim, zâviye adı verilen mekânlarda gerçekleştirilirdi. Çıraklar iş yerlerinde mesleklerine dair pratik bilgi ve beceriyi kazandıkları için, zâviyelerde onlara teknik değil, ahlâkî, sosyal ve dinî nitelikler kazandırılmaya odaklanılırdı. Zâviyelere kabul edilmek için çırakların, ustalarının kefaletiyle ahlâken güvenilir ve ehil olduklarının tasdik edilmesi gerekirdi. Ustası tarafından takdim edilmeyen çırakların zâviyeye kabulü mümkün değildi. Zâviyelerde eğitimi yürüten kişiler "*muallim ahî*" ve "*emir*" olarak anılırdı. [365]

Çobanoğlu Fütüvvetnâmesi'ne göre bu zâviyelerde; Türkçe fütüvvetnâme, Kur'an-ı Kerim, yemek pişirme, müzik, şiir, tarih, önemli şahsiyetlerin hayatları, tasavvuf, edebiyat gibi derslerin yanı sıra Türkçe, Arapça ve Farsça dilleri de

[363] Ebubekir Aytekin, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, s. 148.
[364] Kadir Turan, *Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yay., İstanbul, 1996, s. 31.
[365] Mustafa Kılınç, "Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitimini Şekillendiren Eğitim Kurumlarından Ahilik, Gedik, Lonca, Enderun Mektebi'nin Tarihi Gelişimleri", *e-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Vocational Education*, S. 4, 2012, c. VII, s.66.

öğretilmekteydi.[366] Bu yönüyle Ahî zâviyeleri, yalnızca bir tarîkat mekânı değil, aynı zamanda dönemin çok yönlü birer eğitim kurumu niteliğindeydi.

İş Başında Eğitim: Ahîlikte meslekî eğitimin diğer ayağını oluşturan iş başında eğitim, çarşı ve pazardaki dükkânlarda, esnaf ve sanatkarlar aracılığıyla yürütülürdü. Bu eğitim sürecinde dükkânların zamanında açılıp kapanması, dürüst ve verimli çalışılması, üretimin kalitesi ve çırağın ahlâkî ve meslekî gelişimi gibi ilkeler ön plandaydı. Ahîlikte ustalık gibi ehliyet derecelerine ulaşmak için belirlenmiş ölçütler bulunmaktaydı; bu ölçütlere uymadan herhangi bir dereceye ulaşmak mümkün değildi.[367]

Bu yapı sayesinde Ahîlik teşkilâtında eğitim sadece teorik değil; ahlâk, sanat, sosyal yaşam ve meslekî gelişimi kapsayan çok yönlü ve disiplinli bir sistem olarak kurgulanmıştır.

8.2. Vakıflarda Yönetim, İşleyiş ve Eğitim

Tarihsel süreçte sosyal dayanışma ve kamusal hizmetlerin yürütülmesinde merkezî bir rol üstlenen vakıflar, yalnızca hayırseverliğin değil, aynı zamanda kurumsal işleyişin ve yerel organizasyonel yapılanmanın da temel taşı olmuştur. Bu bölümde, vakıf kurumunun mahiyetini daha derinlemesine kavrayabilmek amacıyla vakıfların yönetim yapısı, örgütsel işleyişi ve eğitim boyutu akademik bir çerçevede ayrıntılı biçimde ele alınacaktır. Vakıf sisteminin kurumsal temelleri ve başlıca tezahürleri, Osmanlı'dan itibaren tarihsel bir süreklilik içinde "geleneksel dönem" olarak değerlendirildikten sonra, Türkiye bağlamındaki güncel yansımaları da günümüz tasavvufî yardımlaşma organizasyonları başlığında analiz edilecektir.

Vakıf sistemi, en bilinen anlamıyla, bir malın mülkiyetini Allah rızası ve kamu yararı amacıyla tahsis ederek gelirini sürekli biçimde hayır hizmetlerine yönlendiren kurumsal bir bağış ve dayanışma düzenidir. Bu yapı, yalnızca taşınmaz malların değil, nakit para ve çeşitli eşyaların da vakfedilebildiği çok yönlü bir ekonomik ve sosyal bir kurumdur.[368] Vakıflara bağışlanan eşyalara kısaca "teberrükat eşyası" denilmekte; bu

[366] Tayyip Duman, "Mesleki ve Teknik Eğitimin Gelişimi*", Türkler Ansiklopedisi,* ed. H. Celal Güzel ,Kemal Çiçek, Salim Koca, Yeni Türkiye Yay., Ankara, 2002, c. XV, s. 63.
[367] Kemal Turan, Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yay*., İstanbul, 1996, s. 33.
[368] Mevlüt Çam, "Vakfiyelere Göre İktisadi Teşekküller", *(ed.)Mehmet Kurtoğlu,* Vakıf ve İktisat Sempozyumu*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay*., Ankara, 2014, s. 40.

eşyalar vakıf kültürünün maddî ve manevî mirasının önemli bir parçasını teşkil etmektedir.[369]

Osmanlı vakıf sisteminde vakıflar, işlevlerine, mal varlıklarının statüsüne, gelir kaynaklarına ve yönetim biçimlerine göre çeşitli türlere ayrılmıştır.

Amaçlarına Göre Vakıflar:

- *Hayrî Vakıflar*: Kamu yararına, dinî/sosyal hizmete yönelik.
- *Aile (Zürri) Vakıfları:* Geliri vakıf kurucusunun ailesine tahsisli.

Mülkiyet Durumlarına Göre Vakıflar:

- *Sahîh Vakıflar*: Mülkiyeti tamamen vâkıfa ait olan.
- *Gayri Sahîh Vakıflar*: Mülkiyeti devlete ait, kullanım hakkı vakıfa ait olan.

Kira Gelirlerine Göre Vakıflar:

- *Tek Kiralı Vakıflar*: Kiracıdan yalnızca kullanım bedeli alınan.
- *İki Kiralı Vakıflar*: Hem intifa hem de rakabe bedeli alınan.
- *Mukataalı Vakıflar*: Belirli süreli işletme hakkı devredilen.
- *Gedik Vakıfları:* Üretim ve esnaf sistemine dayalı kazanç sistemli vakıflar.

Yönetim Yapılarına Göre Vakıflar:

- *Mazbut Vakıflar:* Yönetimi doğrudan devlet (Diyanet/VGM) tarafından yapılan.
- *Mülhak Vakıflar:* Mütevellisi özel kişiler olan, kontrolü sınırlı.
- *Müstesna Vakıflar:* Özel şartlara sahip, hem malî hem yönetsel istisnaî vakıflar.[370]

Bu tür ayrımlar, Osmanlı toplumunda vakıf kurumunun sadece dinî değil, aynı zamanda sosyal, ekonomik ve yönetsel alanlarda da ne denli kapsayıcı ve fonksiyonel bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Osmanlı vakıf sistemi, kurucularının kimliği ve amaçlarına göre farklı türlerde şekillenmiştir. Bu bağlamda, vakıflar padişah ve hanedan üyeleri, devlet adamları, ilmiye mensupları ve halk tarafından oluşturulmuştur. Padişah ve hanedan vakıfları genellikle saray çevresinde şekillenen büyük ölçekli, çok fonksiyonlu külliye yapılarına

[369] Vakıflar Genel Müdürlüğü, "*Teberrükat Eşyaları*", https://www.vgm.gov.tr/faaliyetler/kulturel-faaliyetler/teberrukat-esyalari, erişim: 3 Haziran 2025.
[370] Tayyip Duman, *Mesleki ve Teknik Eğitimin Gelişimi*, s. 63.

sahipti. Devlet adamları tarafından kurulan vakıflar ise sadrazamlar, vezirler ve beylerbeyleri gibi yüksek düzeydeki bürokratlar tarafından oluşturulmuş, hem siyasî itibar sağlama hem de toplumsal hizmet sunma amacını taşımıştır. İlmiye mensupları ile âyân ve eşrâf tarafından kurulan vakıflar, eğitim ve kültür alanında hizmet vermiştir. Kadılar, müderrisler ve şeyhülislamlar gibi dinî ve entelektüel kesim bu vakıfları tesis ederek eğitim kurumlarını desteklemiştir. Halk (reâyâ) tarafından oluşturulan vakıflar ise daha küçük ölçekli olup, zanaatkarlar, esnaflar ve çiftçiler tarafından mahalle mescitleri, sadaka taşları, yerel suyolları gibi yerel ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulmuştur.

Vakfın Kuruluşu ve Unsurları

Bir vakfın kuruluşu, vakıf kurucusunun (vâkıfın) açıkça iradesini beyân etmesiyle başlar. Vakıf işlemi, kişinin malvarlığında azalmaya neden olan hukukî bir işlem olduğundan, vakfı kuran kişinin tam eda ehliyetine sahip olması, yani akıllı, özgür ve reşit olması gereklidir.[371] İrade beyânının net olması şarttır; bu beyân ya açıkça ya da örf ve âdetler gereği vakfın hukukî manasını içermelidir.

Vakfedilen malın, vakfiyede belirtilen hayrî amacı gerçekleştirmek üzere açıkça tahsis edilmesi ve bu irade beyânının net olarak ortaya konulması gerekir. İslam hukukçularının vakıfları süresiz kurumlar olarak kabul etmeleri sebebiyle vakfedilecek malların genelde taşınmazlardan olması esastır. Ancak bu kural iki durumda esnetilmiştir: Birincisi, vakfedilen gayrimenkullere bağlı olarak, çiftliklerle birlikte ziraat aletleri ve çiftlik hayvanları gibi taşınabilir mallar da vakfedilebilir. İkincisi ise örf ve âdetler sebebiyle taşınmaz mallara bağlı olmaksızın bazı menkul malların, örneğin para vakfı, kitap vakfı ve silah vakfı gibi taşınır varlıkların vakfedilmesine izin verilmiştir. Vakıftan yararlananlar, vakfı kuran kişinin ailesi veya yabancı kimseler olabilir. Başka bir görüşe göre ise vakfın kendisi ve yakınları da vakıftan yararlanabilirler.[372]

Vakfın kuruluşu ve yönetim esaslarının belirtildiği temel belge "*vakfiye*"dir. Orijinal vakfiye, vakıf kuran kişi hayatta iken kendi isteği ve iradesiyle, şahîtler huzurunda hazırlanır. Bu belge mahkeme kadıları tarafından tasdik edilir ve geçerliliği onaylanır. Vakfiyenin aslı, vakfı kurana ya da onun belirlediği mütevellilere teslim edilirken, bir sureti de mahkeme sicil defterine kaydedilir. Vakfiye metni belirli unsurları kapsamalıdır. Metin öncelikle dua içeren girişle başlar, ardından vakfeden

[371] Mehmet Kurtoğlu (ed.), *Bir Medeniyetin İzdüşümü: Vakıflar*, s.44.
[372] Mevlüt Çam, "*Vakfiyelere Göre İktisadi Teşekküller*", (ed.)Mehmet Kurtoğlu, Vakıf ve İktisat Sempozyumu, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay., s. 40.

kişinin adı, baba adı, lakabı, görevi, ikametgâhı gibi tanıtıcı bilgileri ve vakıf kurmanın dinî ve uhrevî gayesini içeren açıklamalar gelir. Sonrasında vakfedilen gayrimenkul, eşya ya da para açıkça tanımlanır. Devamında vakfın şartları belirtilir: vakfedilen malların nasıl değerlendirileceği, hangi şartlarda kimler için ve ne şekilde kullanılacağı detaylıca açıklanır. Ayrıca, vakıf gayrimenkullerinin bakım, tadilat ve tamiratları için özel hükümler getirilir. Vakfın işleyişinde görev alacak personelin vazifeleri ve alacakları maaşlar da vakfiyede net şekilde belirtilir.[373]

Vakfın Temel Kurucu Unsurları:

- *İrade Beyânı (Sîga):* Vakfedenin açık veya örfe uygun bir şekilde vakıf kurma niyetini beyân etmesi gerekir. Bu beyân, vakfın hukukî temeli olarak kabul edilir.
- *Vakfeden Kişi (Vâkıf):* Tam eda ehliyetine sahip (akıllı, ergin, hür) bir birey olmalıdır. Mal sahîbi olmayan veya ehliyetsiz bir kimsenin vakıf kurması geçerli değildir.
- *Vakfedilen Mal (Mevkûf):* Sürekli gelir getirebilecek, fiziksel varlığı olan, İslam hukukuna göre mülk kapsamında olan ve devredilemeyen bir mal olmalıdır. Genellikle taşınmazlar tercih edilir, ancak zaruret/örf gereği bazı taşınırlar da mümkündür.
- *Vakfiye (Şartlar ve Organizasyon Belgesi):* Vakfın amacı, yönetimi, yararlanıcıları, gelir-gider esasları, mütevelli tayini ve işleyişin düzenlendiği resmi belgedir. Hukukî geçerlilik için kadı tarafından tasdik edilir.[374]

Vakfın Tali Kurucu Unsuru:

- Vakıf yönetimi, vakfiyede adı belirtilmiş ve vakıf kurucusu tarafından tayin edilmiş olan "mütevelli" tarafından yürütülür. Mütevelli, vakfın idaresinden sorumludur; vakıf şartlarını yerine getirmek, vakfın gelir ve giderlerini takip etmek, personel ihtiyacını karşılamak, vakıf mallarını her türlü gasp ve zarardan korumak ve vakfın sürekliliğini sağlamakla görevlidir. Mütevellinin ücretini vakfeden veya yetkili hâkim belirler. Mütevelli, görevini yerine getirmediği veya

[373] Bahaeddin Yediyıldız, "Kültür ve Yenileşme", *Türk Kültürü,* Ankara ,1982, ss. 1-18, s. 15-18.
[374] Nazif Öztürk, "*Vakıflar Hangi Statüde Bir İdarî Yapı İle Yönetilmelidir?",* Vakıflar Dergisi, 80. Yıl Özel Sayısı, ed. Hüseyin Çınar, Fatih Müderrisoğlu, Ankara, 2019, s. 11-7;Bahaeddin Yediyıldız, "*Kültür ve Yenileşme*", Türk Kültürü, Ankara, 1982, ss. 1-18, s. 16.

vakfa zarar verdiği takdirde, resmi denetim yetkisine sahip kadı tarafından görevinden alınabilir ve verdiği zararı tazmin etmekle yükümlü tutulur.[375]

Mütevelliler iki gruba ayrılır:

- *Meşrutiyet üzere olmayan mütevelliler*: Vakıf kurucusunun hayatta iken sahip olduğu ve ölümünden sonra varislerine geçen yönetim hakkına sahiptir. Varis veya vasî bulunmazsa kadı yeni bir mütevelli atar.
- *Meşrutiyet üzere mütevelliler*: Vakfiye şartlarına göre özel olarak tayin edilen mütevellilerdir. Bu mütevelliler vakfiyede belirtilmiş şartlara uygun hareket etmek zorundadır.[376]

Bazen özel işlerin yürütülmesi için geçici olarak "*mütevelli kaymakamı*" atanabilirken, mütevelli olarak görevlendirilecek kişilerin akıl bâliğ, adil, güvenilir ve vakıf yönetimine ehil olmaları beklenirdi. Öte yandan, daha mütevazı ölçekli halk vakıflarında bu tür kurumsal düzenlemelere gidilmeksizin, nezâret görevlerinin mahalle halkı tarafından gönüllü ve ücretsiz olarak üstlenildiği de görülmekteydi.

Osmanlı sisteminde vakıflar, kuruluşlarından itibaren kadıların denetimi altında bulunuyordu. Kadılar, mütevelliler üzerinde sürekli gözetim ve denetim yetkisine sahipti. Hesapları inceleme, harcamaların vakfîyeye uygun olup olmadığını kontrol etme ve uzun süreli kiralama, borçlanma, dava açma gibi önemli tasarruflara onay verme yetkileri vardı. Bu durum, vakıfların hukukî güvenliğini sağlayan başlıca unsurlardandı.[377]

Vakıf yönetimi, doğrudan toplumsal gözlem ve denetime açıktı. İmkânlar doğrudan hak sahiplerine ulaştırılıyor, hizmette hız ve etkinlik sağlanıyordu. Mahallî ölçekte alınan idarî kararlar toplum tarafından takip edilebiliyor, böylece vakıf yöneticileri üzerinde bir kamu denetimi oluşuyordu. Bu sistem, vakıf çalışanlarıyla hak sahipleri arasında huzursuzluk yerine karşılıklı güven ortamı oluşturuyordu.[378]

Vakıflar, zamanla büyük varlıklara ve toplumsal nüfuza sahip önemli yapılar haline gelmiş olsa da, içinde bulundukları sosyal, siyasal ve ekonomik dalgalanmalardan etkilenmiş; yönetim ve denetim mekanizmalarında yaşanan

[375] Ahmet Akgündüz, *İslâm Hukuku ve Osmanlı Tatbikatında Vakıf Müessesesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1988, s. 277.
[376] Bahaeddin Yediyıldız, "*Kültür ve Yenileşme*", s. 18.
[377] Bahaeddin Yediyıldız, "*Kültür ve Yenileşme*", s. 18; *Ahkâm-ı Evkâf*, taşbasma (Mekteb-i Mülkiye derslerinden), İstanbul, s. 117.
[378] Nazif Öztürk, *Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi*, Türk Diyanet Vakfı Yay., Ankara, 1995, s. 63.

değişimler doğrudan kurumsal yapıya da yansımıştır. Vakıf yönetiminin 1826 yılında Evkâf-ı Hümâyûn Nezâreti'ne bağlanması, merkezîleşmenin ilk büyük adımı olmuştur.

Bu dönüşümün nedenleri arasında; dağınık vakıf yapısının toparlanması, yolsuzlukların önlenmesi, etkin yönetimin sağlanması, vakıf gücünün siyasî ve dinî etkilerden arındırılması ve Batı ile uyumlu bir yapının tesis edilmesi gibi birçok faktör yer almaktadır. Bu bağlamda, vakıf sisteminin tarihsel serüveni, yerel-toplumsal işleyişten uzaklaşarak merkezî bürokrasinin kontrolüne girmesiyle birlikte hem işlevsel yapısını hem de toplumsal meşruiyetini büyük ölçüde etkilenmiştir.[379]

8.3. Tekkelerde Yönetim, İşleyiş ve Eğitim

Bu bölümde, Osmanlı kurumlar sistemi içinde önemli bir yere sahip olan tekkeler, özellikle yönetim yapısı, işleyiş mekanizmaları ve eğitim-terbiye işlevi bakımından ele alınacaktır. Bununla birlikte, tekkelerin kuruluş biçimleri, faaliyet alanları ve yönetim modelleri bakımından tarihsel ve bölgesel farklılıklar gösterebildiği bilinmektedir.[380] Ancak bu bölümde, söz konusu çeşitlilik ayrıntılarına girilmeksizin, tekke kurumunun genel yapısı esas alınacak; bölgesel, tarîkat bazlı veya dönemsel farklılıklar gibi özel hususlar kapsam dışında bırakılacaktır. Böylece tekkelerin Osmanlı kurumsal yapısı içindeki konumu ve işlevleri, daha bütüncül ve analitik bir çerçevede değerlendirilmiş olacaktır.

Tasavvufî yapılar, özellikle Osmanlı döneminde sadece birer manevî merkez değil, aynı zamanda sosyal ve kurumsal nitelikleriyle öne çıkan müesseseler olarak şekillenmiştir. Bu bağlamda Osmanlı tekkeleri, sadece ibadet ve zikir mekânları değil, aynı zamanda barınma, eğitim, üretim ve misafir ağırlama gibi çok yönlü hizmetlerin yürütüldüğü kompleks yapılar olarak inşa edilmiştir. Kaynaklardan, tekkelerin genellikle ziraata elverişli geniş araziler üzerine kurulduğu, zengin vakıf gelirleriyle desteklendiği ve içerisinde sofa, odalar, mescid, hamam, değirmen, abdesthane, mutfak, ambar, kütüphane, misafirhane, ahır, bağ ve bahçe gibi çeşitli birimlerin yer aldığı anlaşılmaktadır. Buralarda yer alan; kapıcı, aşçı, değirmenci, bulaşıkçı, kilerci, kayyım,

---

[379] İbnü'l-Emin Mahmud Kemal, Hüseyin Hüsameddin, *Evkâf-ı Hümâyûn Nezâreti'nin Tarihçe-i Teşkilâtı ve Nuzzârın Teracüm-i Ahvali*, Dâru'l-hilafetü'l-âliye, İstanbul, 1335, s. 12; Nazif Öztürk, "*Vakıflar Hangi Statüde Bir İdarî Yapı İle Yönetilmelidir?",* Vakıflar Dergisi, 80. Yıl Özel Sayısı, ed. Hüseyin Çınar, Fatih Müderrisoğlu, Ankara, 2019, s. 11-71; Ahmet Akgündüz, *İslâm Hukuku ve Osmanlı Tatbikatında Vakıf Müessesesi*, , s. 277.

[380] Mustafa Kara, "Tekke Eğitimi ve Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, S. 12, 2008, c. VI, ss. 107-138, s. 109-115.

ferrâş, zâkir, imam, müezzin, virdhan gibi görev tanımları, tekkelerdeki hizmet çeşitliliğini açıkça ortaya koymaktadır. [381]

Tekkeler çoğunlukla şeyhler, padişahlar veya devlet adamları tarafından kurulmuş; bazıları ise mütevazı imkânlarla şeyh ve müridlerin gayreti sayesinde gelişip, vakıf desteklerinin artmasıyla hizmet alanları genişlemiştir. Bununla birlikte, vakıf imkânlarından mahrum kalan birçok tekke zamanla işlevsiz hale gelmiş ya da tamamen ortadan kalkmıştır. Tekkelerin idaresi çoğunlukla şeyh tarafından sağlanmış, bu yönetim anlayışı tasavvufî geleneklere ve şeyhin şahsî otoritesine dayalı olarak şekillenmiştir. Zamanla vakfiye şartlarının etkisiyle tekke yönetiminde babadan oğula intikal gibi uygulamalar yaygınlaşmış; bu durum, yeterli liyakate sahip olmayan kişilerin şeyhliğe geçmesiyle birlikte bazı itibar kayıplarına ve post kavgalarına neden olmuştur. Bu hususta devlet, genel itibarıyla tekke şeyhi tayinlerine doğrudan müdahale etmemekle birlikte, gerektiğinde istisnai durumlarda yönetsel müdahalelerde bulunmuştur.[382]

Bir tekkenin kurulması ve işlevini sürdürebilmesi için oldukça geniş kapsamlı bir maddî yapılanmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu süreç, arâzinin temininden tekke binasının inşası ve tefrişine, personel giderlerinden sosyal yardım hizmetlerine (örneğin aşevi, şifâhâne gibi) kadar pek çok kalemi kapsamaktadır. Bu tür giderlerin karşılanmasında çeşitli finansal kaynaklar kullanılmıştır. Başlıca kaynaklar arasında; devlet erkânı veya zengin şahıslar tarafından kurulan vakıflar, gayrimenkullerden elde edilen gelirler, cizye benzeri vergi gelirleri ve muafiyetleri, tekkelere bağlı küçük işletmelerin gelirleri ile yapılan aynî ve nakdî yardımlar yer almaktadır. Tekke finansmanı bağlamında tartışma yaratan konulardan biri ise, tekke şeyhlerinin vakıflardan düzenli maaş alması ve barınma ihtiyaçlarının tekke imkânlarıyla karşılanmasıdır. Şeyhlerin hem vakıf mütevellisi olarak görev alması hem de bu görev karşılığında maaşla desteklenmesi, bazı dönemlerde eleştiri konusu olmuştur.[383]

Tekkeler bu çok yönlü yapılarıyla yalnızca dinî ve ahlâkî eğitim veren kurumlar değil, aynı zamanda vakıf sisteminin gelişmesinde temel rol oynayan yapılar olmuşlardır. Nitekim vakıf—yani mal ve servetin belirli bir hayrî amaç doğrultusunda tahsisi—tekke gibi Allah'a ulaştırmayı hedefleyen kurumlarla birleştiğinde, İslam medeniyetinde özgün ve etkili bir yapı ortaya çıkmıştır. Hatta İslam dünyasında

[381] Mustafa Kara, "*Din, Hayat, Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler"*, s. 35-43.
[382] Mustafa Kara, "Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, s. 368-369.
[383] Hasan Basri Öcalan, *Bursa'da Tasavvuf Kültürü, XVII. Yüzyıl,* Gaye Kitabevi, , Bursa, 2000, s. 222-228.

tekkelerin yayılmasıyla birlikte vakıf müesseseleri de çoğalmış ve bu iki kurum, maddî ve manevî anlamda toplumu imar eden başlıca araçlar hâline gelmiştir.[384]

Tekke Eğitiminin Başlıca Özellikleri:

- *Zorunlu Değil Seçmelidir*: Tekke eğitimi, temel dinî bilgilerin öğrenilmesinden sonra başlar ve dinen zorunlu değildir. Tasavvuf yolu, Allah'a ulaşmak için birçok yoldan biridir.
- *Yaş Sınırı Yoktur*: Her yaştan kişi bu eğitime katılabilir. Mürid-mürşid arasındaki yaş farkı önem taşımaz, esas olan gönül irtibatıdır.
- *Mürşid Zorunludur:* Tasavvufî eğitim, bireyin kendi çabasıyla değil, mutlaka bir mürşidin rehberliğiyle yürütülmelidir. "Şeyhi olmayanın şeyhi şeytandır" sözü bu yaklaşımı özetler.
- *Mürşid Aranır:* Mürid mürşidini kendi arar, aile veya çevresinin etkisiyle bir tekkeye bağlanmaz. Gönül uyumu esas alınır.
- *Birebir Eğitim Esastır*: Mürşid, müridleriyle birebir ilgilenir. Herkese kişisel eksiklerine göre görevler verilir. Kalabalık mürid topluluğu mürşitler tarafından tercih edilmez.
- *Mürşidler Arasında Mürid Aktarımı Vardır:* Eğitimin tamamı aynı mürşidle gerçekleşebileceği gibi, ihtiyaç halinde başka bir mürşide yönlendirme de mümkündür. Tarîkatlar arası geçiş mümkündür.
- *Teslimiyet Esastır*: Mürid, tasavvufî konularda mürşidine tam anlamıyla teslim olmalıdır. Bu gönül bağının kopmaması açısından önemlidir.
- *Süre Belirsizdir*: Tasavvufî eğitim belli bir zamanla sınırlı değildir. Bazıları kısa sürede ilerlerken, bazıları yıllarca aynı makamda kalabilir.
- *Yatılı ve Gündüzlü Olabilir:* Bazı müridler tekkede sürekli kalırken, bazıları iş hayatlarını sürdürerek gündüzlü olarak katılım sağlar.
- *Masraflar Vakıflarca Karşılanır*: Tekkelerin giderleri genellikle şeyh veya müritler tarafından kurulan vakıflar tarafından karşılanır. Vakıf destekleri eğitimi mümkün kılar.
- *Özel Mekân Gerektirir:* Tasavvufî eğitim, mimarisi ve işleyişi buna uygun olan tekkelerde gerçekleştirilir. Melâmîler dışında çoğu tarîkat mekâna bağlıdır.[385]

[384] Fuad Köprülü, *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*, Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara, 1981, s. 196.

- *Dil Eğitimi Vardır:* Arapça, Farsça ve Türkçe gibi dinî-literer diller öğretilir. Tekke kütüphaneleri önemli klasik metinleri barındırır.
- *Klasikler Topluca Okunur:* İhyâ, Avârif, Mesnevî, Fusûs gibi eserler topluca okunup şerhedilir. Bunlar derin tasavvufî meseleleri anlamaya yardımcı olur.
- *Günlük Dualar ve Evradlar Vardır*: Delâilü'l-Hayrât gibi dua kitapları bireysel kullanım için önerilir. Vird ve hizb okumaları derviş hayatının parçasıdır.[386]
- *Güzel Sanatlar Eğitimi Verilir*: Şiir, musiki, hat gibi sanatlar desteklenir. Tekkeler bu anlamda dönemin "sanat akademileri" gibidir.
- *Eğitimi Bitiren Herkes Mürşid Olmaz*: Her eğitim gören kişi şeyh olmayabilir. İrşad izni, mürşidin kanaatine bağlıdır. Bazılarına kısıtlı yetkiler verilir.
- *Birden Fazla Tarîkattan El Alınabilir*: Bazı mutasavvıflar birden fazla tarîkatta eğitim almış, farklı gelenekleri birleştirmiştir. Bu durum yaygın olmamakla birlikte mümkündür.
- *Hayat Boyu Süren Eğitimdir:* Tasavvufî eğitim ömür boyu devam eder. Sohbet, kitap okuma ve iç dünya muhasebesi hiç son bulmaz. Sürekli yenilenme esastır.[387]

Tekkelerde verilen eğitim, yalnızca manevî ve ahlâkî terbiyeyle sınırlı kalmamış; aynı zamanda belgelendirme ve silsile takibi yoluyla sistematik biçimde yürütülerek kurumsal bir nitelik kazanmıştır. Bu yapı sayesinde eğitim süreci rastlantısal ya da keyfî olmaktan çıkarılmış, belirli usûl ve esaslara bağlı olarak sürdürülebilir hâle getirilmiştir. Bu eğitimin en somut belgelerinden biri olan *"icâzetnâmeler"*, öğrencinin belli bir ilim, sanat ya da tarîkat alanında yeterliliğe ulaştığını gösteren yazılı belgelerdir. İcâzetnâmeler, ilmî icâzet, hadis icâzeti, fennî icâzet, tarîkat icâzeti, mânevî icâzet ve sanat-meslek icâzeti gibi çeşitli türlere ayrılmaktaydı.

Tekkelerde özellikle "*tarîkat icâzeti"* ve "*mânevî icâzet"* öne çıkarken, zanaat ve hizmet üretimine yönelik "*meslek icâzetleri*" ise Ahîlik ve esnaf zümreleriyle kesişen yapılar içinde verilmekteydi. Bu belgelerde genellikle Allah'a hamd, Peygamber'e salât ve selâm, Ashâba dua ve kelime-i şehâdet ile başlayan bir giriş yer alır; öğrencinin adı,

---

[385] Mustafa Kara, "Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, s. 368-369; Mustafa Kara, "Tekke Eğitimi ve Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, c. VI, S. 12, 2008, ss. 107-138, s. 109-112.
[386] Mustafa Kara, "Tekke Eğitimi ve Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, s. 113.
[387] Mustafa Kara, *Tekke Eğitimi ve Literatürü*, s. 114-115.

kazandığı ehliyet, üstadın ilmi silsilesi, verilen iznin mahîyeti ve kullanım biçimi ayrıntılı şekilde belirtilirdi. Hocaların imza ya da mühürleriyle onaylanan bu belgeler, kurumsal bir yapıdan ziyade şahsî ve sivil bir niteliğe sahipti. Bu yönüyle tekkelerde verilen eğitim, sadece teorik değil, aynı zamanda pratik bilgi ve manevî sorumluluk taşıyan, sürekliliği silsile ile sağlanan bir irfan geleneği oluşturmuştur. [388]

Tekke eğitimleri bireyin ahlâkî olgunlaşmasını, içsel terbiyesini ve topluma karşı sorumluluk bilincini de önceleyen bütüncül bir terbiyeyi esas almıştır. Bu eğitim anlayışı, bireyi yalnızca bilgiyle değil, edep, hizmet ve teslimiyet ekseninde şekillendirmeyi hedeflemiştir. Tekkelerde sürdürülen sözlü aktarım, zikir meclisleri, sohbet halkaları ve hizmet disiplini; bireylerin ruhsal gelişimi kadar toplumsal uyumlarını da gözeten bir sistem oluşturmuştur.

Tekke şeyhleri, hem birer mürşid hem de birer eğitimci olarak, bu yapının merkezînde yer almıştır. Bu yönüyle tekke eğitimi, klasik medrese sistemiyle karşılaştırıldığında daha uygulamalı, yaşantıya dayalı ve bireyin manevî kapasitesini inşa etmeye yönelik bir eğitim modelidir. Osmanlı toplumunda yaygın olan bu sistem, özellikle ahlâkî eğitim, meslek ahlâkı ve toplumsal dayanışma açısından güçlü bir gelenek üretmiştir. Böylece tekkeler, bir yandan bireyi eğitirken öte yandan sosyal dokunun ahlâkî bütünlüğünü sağlamada da etkili olmuşlardır.[389]

9. Günümüz Tasavvufî Yardım Organizasyonlarının Kurumsal Kimlikleri

Bu başlık altında, günümüz tasavvufî yardım anlayışını taşıyan dernek ve vakıf türü organizasyonların kurumsal kimlikleri ele alınacaktır. Özellikle bu yapıların hukukî statüleri, amaç ve faaliyet alanları, yönetim biçimleri, geleneksel tasavvufî yardımlaşma ilkeleriyle ilişkileri çerçevesinde incelenecektir. Böylece modern dönemde tasavvufî referanslarla faaliyet yürüten yardım organizasyonlarının, tarihsel miras ile günümüz sivil toplum ve hukuk düzeni arasında kurduğu kurumsal denge ortaya konulacaktır. Günümüz dernek ve vakıf yapılarının işlevselliği analiz edilecek, bu yapıların tarihsel süreçte tekke, ahî teşkilâtı ve vakıf gibi kurumların üstlendiği toplumsal sorumluluğu devralıp devralamadığı; bir diğer ifadeyle bu alandaki yeterlilikleri değerlendirilecektir.

[388] Cemil Akpınar, "İcâzet", *TDV İslâm Ansiklopedisi,* İstanbu l, 2000, c. XXI, s. 393-400.
[389] Mustafa Kara, "Tekke Eğitimi ve Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, c. VI, S. 12, 2008, ss. 107-138, s.109-115.

9.1. Dernekler

Dernek tanımı Türk Medenî Kanunu'nda şu şekilde yapılmıştır: "Dernekler, gerçek veya tüzel en az yedi kişinin kazanç paylaşma dışında belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları, tüzel kişiliğe sahip kişi topluluklarıdır." (TMK 56/1)[390] Türkiye'de derneklerin kuruluşu, işleyişi, denetimi ve sona ermesi 5253 sayılı Dernekler Kanunu (2004) çerçevesinde düzenlenmiştir. Bu yasa, 1982 Anayasası'nın 33. maddesi ile güvence altına alınan "*dernek kurma hakkı*"nın uygulanabilirliğini sağlamaktadır.[391]

Dernekler, genellikle kâr amacı gütmeyen kuruluşlardır ve toplumsal fayda üretmeyi hedeflerler. Bu yönüyle dernekler, modern toplumlarda kamusal boşlukları dolduran ve topluluk temelli çözüm üreten yapılardır. Özellikle sosyal yardım, eğitim, kültür ve sağlık gibi alanlarda faaliyet gösteren dernekler, devletin ulaşamadığı noktalarda hizmet sunarak yardımlaşma ve dayanışma kültürünü kurumsal düzeye taşımaktadır.[392]

Günümüz Türkiye'sinde dernekler, yalnızca modern sivil toplum örgütleri değil; aynı zamanda Osmanlı'dan miras kalan tasavvufî, hayırsever ve cemaat temelli örgütlenme biçimlerinin yeni bir yapısal formu olarak görülebilecek toplumsal kurumlardır. Özellikle tasavvufî geleneklerde görülen hizmet, infâk ve irşad anlayışları, günümüz dernekleşme dinamiklerinde farklı bir hukukî zemin ve örgütsel dil içinde yaşamaya devam etmektedir. Böylece geleneksel yapıların ruhu, modern çağın kurumsal çerçevesiyle bütünleşerek yeni bir dönüşüm geçirmektedir. Bu kurumsal süreklilik iddiasının tarihsel arka planını ve dernekleşme biçiminin geçirdiği dönüşümü anlayabilmek için Osmanlı'daki tasavvufî örgütlenmelerin yapısal özelliklerine bakmak gerekmektedir. Ardından bu yapıların Cumhuriyet döneminde nasıl bir yeniden yapılanmaya tabi tutulduğunu incelemek önem arz etmektedir.

Osmanlı Devleti'nde Batı'daki sivil toplum örgütlenmelerinden farklı olarak, toplumun özgün yapısına dayanan ve işlevsel özellikler taşıyan sivil toplum yapıları mevcuttu. Bu yapılar, organik bir şekilde gelişmiş olup, toplumsal düzenin özüne uygun biçimde şekillenmişti. Loncalar, vakıflar, dergâhlar ve tekkeler, birey ile devlet

[390] Ergun Özsunay, *Medeni Hukukumuzda Tüzel kişiler*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1982, s. 101.
[391] Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Madde 33: Dernek kurma hakkı.
[392] Ali Akdoğan, *Sivil Toplum, Din ve Modernlik*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2011, s. 12.

arasındaki ilişkileri dolaylı yoldan düzenleyerek sosyal dayanışmayı güçlendiren ve kamusal alandaki eksiklikleri tamamlayan ara kurumlar olarak işlev görüyordu.

Bu yapılar özellikle gayrimüslim toplulukların dinî vecibelerini özgürce yerine getirmelerini ve kültürel kimliklerini muhafaza etmelerini temin eden, yarı özerk bir örgütlenme modeli sunmaktaydı. Söz konusu topluluklar, yalnızca dinî değil aynı zamanda ekonomik faaliyetler bakımından da Osmanlı toplumunun önemli kurumlarını oluşturmuş; ticaretin denetiminde etkili olmuş ve cemaat temsilcileri vasıtasıyla devletle müzakere yürütebilmişlerdir.[393] Gündelik hayatı ahlâkî normlar etrafında şekillendirme, sosyal dayanışma ağlarını güçlendirme ve kültürel aidiyet hissini besleme gibi çok katmanlı işlevlere sahip olan bu yapılar, özellikle taşra topluluklarında ahlâkî otorite ve toplumsal istikrarın sağlanmasında merkezî bir rol oynamışlardır.[394]

Osmanlı Devleti'nde, Batı'daki modern anlamda bir kapitalist temelli sivil toplum örgütlenmesi mevcut değildi. Kapitalizmin gereklerine uygun olarak bağımsız ekonomik yapılar ya da devletin dışında örgütlenmiş piyasaya dayalı sivil toplum yapıları, Osmanlı'da yer bulmamıştı. Ancak, devletin öngördüğü sınırların dışında gönüllü dayanışma temelli bir araya gelerek kamu hizmeti üreten yapılar vardı. Bu yapılar, esasen toplumun ihtiyaçlarına cevap veren ve sosyal dayanışmayı teşvik eden organik oluşumlardı.

Ancak Osmanlı'daki sivil toplum işlevlerini yerine getiren örgütlenmeler, yönetsel ve siyasal karar alma süreçlerinde önemli bir etkiye sahip olamamıştır. 1876 Anayasası'nda, derneklerle ilgili doğrudan bir düzenleme yer almasa da, 120. maddede dernek kurma hakkı sosyal bir hak olarak kabul edilmiş ve dernek kurmanın yasak olduğu belirli amaçlar açıkça belirtilmiştir. Osmanlı'da ilk defa 1909 yılında yurttaşlara cemiyet kurma hakkı tanınmış, bu imkânı kullanarak 20. yüzyılın başlarında, ayrılıkçı ve etnik temelli olmak üzere pek çok cemiyet kurulmuştur.[395] 1909 tarihli Cemiyetler

[393] Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Toplumunda Zındıklar ve Mülhidler*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 1998, s. 94-96; Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Toplumunda Tasavvuf Ve Sufiler: Kaynaklar, Doktrin, Ayin ve Erkân, Tarikatlar, Edebiyat, Mimari, Güzel Sanatlar, Modernizm*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2005.

[394] Demir Murat Seyrek, "Türk Sivil Toplumunun Kökenleri: Osmanlı Dönemi", *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, S. 4, 2010, c. V, ss. 1421-1447, s. 1423, 1426, 1428-1430, 1431.

[395] Demir Murat Seyrek, "Türk Sivil Toplumunun Kökenleri: Osmanlı Dönemi", *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, c. V, sayı 4, 2010, ss. 1441-1447, s. 1441.

Kanunu izin almadan dernek kurmaya imkân vermiş, etnisiteye dayalı ve kamu düzenine muhalif dernek kurulmasını yasaklamıştı.[396]

Osmanlı'nın Tanzimat'la birlikte yaşanan Batılılaşma sürecinde dini ve etnik kimliği temel alan toplumsal hareketlerin hak ve özgürlüklerinde artış olmuş, ancak ulus devlet anlayışına dayalı Cumhuriyet rejimiyle de devlet dışı sivil örgütlenmeler büyük ölçüde tasfiye edilmiştir.[397] 1921 Anayasası'nda, anayasanın kısa kurgusu gereği temel hak ve özgürlükler düzenlemeye tabi tutulmamıştır. Cumhuriyet yönetiminin ilk anayasal düzenlemesi olan 1924 Anayasası'nın 70. maddesinde dernek kurma hakkına yer verilmiş, 79. maddede bu hakkın sınırlarının kanunla belirleneceği, 86. maddede de, olağanüstü hallerde dernek kurma hakkının askıya alınabileceği veya kısıtlanabileceği hükmü yer almıştır.

Modernleşme süreci içinde tekkeler, sosyal dayanışma ve hizmet pratiklerinin kurumsal zemini olarak işlev görmüş olsa da, 1925'te tekke ve zâviyelerin kapatılması bu yapıların resmî meşruiyetini ortadan kaldırmıştır. Bu dönüşüm, tasavvufî örgütlenmelerin kamusal görünürlüğünü ve etkisini sürdürmesini zorlaştırmış; buna paralel olarak dernekleşme, söz konusu boşluğu karşılayan alternatif bir örgütlenme modeli olarak önem kazanmıştır. Dernekleşme, sivil toplumun yasal-kurumsal çerçevede yapılandırılmasını mümkün kılarken, tasavvufî değerlerin yardım ve hizmet ekseninde yeni biçimlerde taşınmasına da zemin hazırlamıştır.[398]

Tasavvufî hizmet amacı güden birçok topluluk, günümüzde vakıf ya da dernek çatısı altında faaliyet göstermektedir. Bu dernekler, gıda, sağlık, eğitim, burs, barınma gibi yardımlar sunmakta; aynı zamanda sohbet, zikir ve kültürel etkinlikler yoluyla topluluğun manevî ihtiyaçlarına da hitap etmektedir.[399] Böylece tasavvufî hizmetin hem maddî (infâk, yardım, organizasyon**)** hem de manevî (irşad, sohbet, birlik**)** boyutu, dernek yapısı içinde yeniden şekillenmiştir. Bu yapılar, şeffaflık, yasal denetim, kurumsal güvenilirlik gibi modern beklentilere de yanıt vererek, sadece dinî değil, aynı zamanda sosyal sorumluluk ve toplumsal kalkınma araçları hâline gelmiştir.[400]

---

[396] Zehra Arslan, "Ağustos 1909 Tarihli Cemiyetler Kanunu Üzerinde Meclis-i Mebusan'da Yapılan Müzakereler ve Cemiyetlerin Yapılandırılmasında İttihat ve Terakki Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, sayı 11 (2010), ss. 57-72, c. III, s. 69-70.

[397] Zehra Arslan, "*Ağustos 1909 Tarihli Cemiyetler Kanunu Üzerinde Meclis-i Mebusan'da Yapılan Müzakereler ve Cemiyetlerin Yapılandırılmasında İttihat ve Terakki Örneği*", s.61.

[398] Mustafa Kara, *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi*, s. 276.

[399] Ayhan Tekineş, "Modern Türkiye'de Sufi Hareketlerin Kurumsallaşması: Dernek ve Vakıf Faaliyetleri", *İlahiyat Tetkikleri Dergisi*, 2018/49, s. 73-90.

[400] İrfan Gündüz, "Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve Manevî Değerler", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2020/2, s. 211-223.

2024 yılı itibarıyla derneklerin faaliyet alanlarına göre dağılımı: Mesleki ve Dayanışma Dernekleri: %31.27, Spor Dernekleri: %22.65, Dinî Hizmetlerin Gerçekleştirilmesine Yönelik Dernekler: %14.92'dir. Bu veriler, Türkiye'deki derneklerin büyük bir kısmının mesleki dayanışma ve spor alanlarında faaliyet gösterdiğini, dinî hizmetlere yönelik derneklerin ise önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. [401] Tasavvufî yapılar genellikle "dini hizmetlerin gerçekleştirilmesine yönelik dernekler" kategorisi altında değerlendirilebilir. Ancak, bu kategori içinde tasavvufî derneklerin sayısı ve oranı hakkında spesifik bir veri bulunmamaktadır.

İstatistiksel veriler bağlamında yapılan karşılaştırmalar, iller düzeyinde dernek sayısı ve dernek üye sayısı ile yurttaşların eğitim, gelir, sağlık, seçimlere katılım ve yaşam memnuniyeti gibi göstergeleri arasında anlamlı bir ilişki ortaya koymamaktadır. Bu bulgu, gelişmiş toplumlar için sıkça dile getirilen "sivil toplum örgütlenmesi–modernleşme" ilişkisinin Türkiye bağlamında—en azından dernekleşme düzeyinde—doğrudan geçerli olmayabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle, toplumu dernekleşmeye yönelten dinamiklerin ve dernek kurma hakkını kullananların hangi toplumsal kesimlerden oluştuğunun ayrıca araştırılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye'deki derneklerin, sivil toplum örgütlerine atfedilen nitelikleri ve amaçları ne ölçüde karşıladığı da tartışmaya açık bir mesele olarak görünmektedir.[402]

Her ne kadar yasal düzlemde Batı'daki sivil toplum anlayışına geçiş sağlanmış olsa da, çeşitli araştırmalar bu modelin Türkiye'nin toplumsal dokusuyla tam anlamıyla örtüşmediğini göstermektedir. Tarihsel süreçte toplumun kendi iç dinamiklerinden doğan vakıf, Ahîlik ve tekke gibi tasavvuf temelli dayanışma yapıları, halk nezdinde daha yüksek bir meşruiyet ve işlevselliğe sahip olmuş; buna karşılık Batı menşeli sivil toplum modelleri yerel kültürel zeminden yeterince beslenemediği için toplumsal düzeyde "organik süreklilik" üretmekte zorlanmıştır. Osmanlı'da organik biçimde gelişen bu dayanışmacı gelenek modern dernek formuna aktarılırken hukukî güvence kazanmış; ancak aynı süreçte tarihsel "ihlâs ve mahremiyet" eksenleri, bürokratikleşme ve görünürleşme baskısıyla sınanmıştır. Dolayısıyla Türkiye'de dernekleşme, bir yönüyle tarihsel süreklilik arayışını yansıtırken, diğer yönüyle yerli kültürle tam uyumlu ve kendine mahsus bir sivil toplum modelinin henüz tamamlanmamış bir inşa sürecinde bulunduğuna işaret etmektedir.

[401] T.C. İçişleri Bakanlığı, Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, "Faaliyet Alanlarına Göre Dernek Sayıları – 2024", https://www.siviltoplum.gov.tr/istatistikler (erişim: 11.05.2025).
[402] Oral Karakaya, "Türkiye'de Dernekleşme ve Toplumsal Gelişmişlik Göstergeleri Arasındaki İlişki", *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.2, 2022, c. IV, ss. 315–340, s. 338.

9.2. Vakıflar

Tarihsel süreklilik içerisinde günümüze kadar varlığını sürdüren vakıf müessesesi, hem hukukî yapısı hem de toplumsal işlevleri bakımından bu bölümde ele alınacaktır. "Vakıf" kelimesi, Arapça kökenli *waqf* (وقف) kökünden gelir ve sözlükte "bir şeyi durdurmak, alıkoymak, sabitlemek" anlamlarına gelir. Fıkıh literatüründe ise vakıf; "bir malın mülkiyetini Allah adına durdurmak ve gelirini sürekli olarak hayır işlerine tahsis etmek*", "* bir malın kullanım hakkı şahıslara, mülkiyeti Allah'a ait olmak üzere başkasının mülkiyetine vermek (temlik) veya mülkiyetini almaktan (temellük) alıkoymaktır."[403]

Bu yönüyle vakıf, malın tasarrufunu dondurarak onu kamu yararına dönüştüren özel bir hukukî işlemdir.[404] Bu ifadede geçen "mülkiyeti Allah'a ait olmak üzere" ifadesi, İslam vakıf hukukuna özgü mecazî (sembolik ve hukukî) bir anlatımdır. Vakfedilen malın artık hiç kimsenin şahsî mülkü olamayacağı, yani devredilemez, satılamaz, miras bırakılamaz hâle geldiğini belirtmek için kullanılır.

İslam dünyasında vakıf müessesesinin teşekkülü, yalnızca geç dönem bir kurumsallaşma sürecinin ürünü olmayıp, erken dönemde "sadaka-i câriye" anlayışıyla irtibatlı biçimde, yardımın anlık bir bağış olmaktan çıkarılıp kurumsal bir devamlılığa kavuşturulması inancı ile şekillenmiştir. Vakıf kültürü ve inancının İslam tarihindeki kurucu referans noktası, Hicretin III. yılında (625) Hz. Muhammed'in (sav) Medine'de şahsına ait yedi hurma bahçesini vakfederek gelirlerini "ḥavâdisü'd-dehr" adıyla anılan, toplumun güvenliği ve savunması gibi olağanüstü ihtiyaçların karşılanmasına tahsis etmesidir.[405]

Vakfın Kuruluşu ve Unsurları

İslam hukukunda vakfın tesisi için yazılı bir belge zorunlu olmayıp, akîl ve mümeyyiz bir vâkıfın, Müslüman tanıkların huzurunda açık beyânı yeterli görülmüştür. Bu uygulamanın dayanağı ise bizzat Hz. Peygamber'in (sav) vakıf işlemlerini sözlü beyânla gerçekleştirmiş olmasıdır. Vakıf, hukukî bir akittir. Bu akit ile kişi, genellikle

---

[403] Ahmet İşeri, "Vakıflar (Medeni Kanun'dan Önceki ve Sonraki Vakıf Nevileri ve Hukuki Mahiyetleri)", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, S.1–4, 1964, c. XXI, s. 199; Ahmet Akgündüz, *İslam Hukukunda ve Osmanlı Tatbikatında Vakıf Müessesesi*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 1988.

[404] Muhammed b. Ahmed ed-Desûkī, *Ḥâşiye ʿale'ş-Şerḥi'l-kebîr*, Kahire, 1328, c. IV, s. 75-97.

[405] Mithat Serfoğlu, "Osmanlı Devleti Zamanında Kurulan Vakıflarda 'Mektubiyet' Meselesi ve Bunun Hukuki Durumu*", İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Enstitüsü Dergisi (Prof. Tayyib Gökbilgin Hatıra Sayısı)*, Edebiyat Fakültesi Matbaası, İstanbul, 1982, s. 716.

Allah'a yakın olma amacıyla menkul veya gayrimenkul bir ya da birden fazla malını dinî, hayrî veya içtimaî bir amaca sürekli olarak tahsis eder.

Vakıf işleminin geçerli olabilmesi için bazı şartların sağlanması gerekir. Bu şartlar, vakfeden kişi, vakfedilen mal, irade beyânı ve yararlanıcıların belirlenmesi gibi unsurları içerir. Vakfı kuran kişiye "*vâkıf*" denir. Her vakfın mutlaka bir vakfedeninin bulunması zorunludur. Vâkıf, vakfın oluşumunun aslî unsurudur ve onun iradesi, vakfın geçerliliği açısından temel belirleyicidir. Vakıf işleminin konusunu oluşturan mala "*mevkûf*" ya da "*ma'lûh-i vakıf*" denir. Vakfedilen malın belli (malum) ve belirli (muayyen) olması; ayrıca vakfın kurulduğu anda vâkıfın mülkiyetinde bulunması gereklidir. Vâkıf, kendi mülkiyetinde olmayan bir malı vakfedemez. Vâkıfın, vakıf kurma iradesini açık ve kesin biçimde beyân etmesi gerekir. Bu irade beyânı belirli bir şekil şartına bağlı değildir; sözlü ya da yazılı olarak yapılabilir. Ancak beyânın kesin olması, ertelenebilir (talikî) veya bozucu (infisahî) bir şarta bağlanmaması gerekir. Aynı şekilde, vakfın belirli bir süreyle sınırlı olarak kurulması da geçerli sayılmaz; vakıf sürekli olmalıdır. Vakıftan yararlanan kimselere "*mevkûfun aleyh*" denir. Bu kimselerin belirlenmesi, aynı zamanda vakfın gayesinin de ne olduğunu ortaya koyar. Mevkûfun aleyh genellikle üçüncü kişilerdir ve bunlar toplumun çeşitli kesimlerinden oluşabilir: fakîrler, talebeler, seyyahlar, yetimler vb. Vakıf bu anlamda bireysel bir ibadetin kamusal bir hizmete dönüşmesidir.[406]

Vakfın Yönetimi

Osmanlı hukuk sisteminde vakıflar, *mütevelli* adı verilen yöneticiler tarafından idare edilirdi. Mütevelli genellikle tek bir kişi olmakla birlikte, büyük ve kapsamlı vakıflarda bu görev birden fazla kişiden oluşan bir kurul tarafından yerine getirilebilirdi. Vakıf, malî ve idarî açıdan özerk bir yapıya sahip olduğundan, mütevelli, tüm işlemleri dikkatli ve sorumlu bir yönetici anlayışıyla yürütmekle yükümlüydü. Bu kapsamda mütevellinin görevleri arasında; vakfı vakfiye hükümlerine uygun şekilde idare etmek, gelirleri artırmaya yönelik önlemler almak, belirlenen tahsisleri yerine getirmek, vakıf mallarının bakım ve onarımını sağlamak ve çalışanlara ait ödemeleri düzenli şekilde gerçekleştirmek yer almaktaydı.[407] Vakıf müessesesi incelendiğinde, bu kurumun yapısal bütünlüğünü ve işleyişini şekillendiren en temel unsurun, vâkıfın iradesi ve vakfiyede ortaya koyduğu şartlar olduğu görülmektedir.

[406] İlhan Akbulut, "Vakıf Kurumu, Mahiyeti ve Tarihi Gelişimi", *Vakıflar Dergisi*, 30 (2007), ss. 61-72, s. 66-68.
[407] Fikret Eren, "Osmanlı Dönemi Vakıfları", *V. Vakıf Haftası Kitabı*, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayını, 1988, s. 196.

Vakıf İdaresinin Sürdürülebilirliği ve Denetimi

Vakfın amacı doğrultusunda sürdürülebilirliğinin sağlanması için, kurumun tarihsel ve hukukî yapısı, üç ana ilke etrafında şekillenmiştir: vâkıfın iradesi**,** kurumsal yönetimi ve kamusal denetimi. Vakfın kuruluşunda ve işleyişinde en belirleyici unsur, vakfı kuran kişinin irade ve şartlarıdır. Bu irade, vakfın amacı doğrultusunda gelirlerin nasıl harcanacağına ve vakfın kimler tarafından idare edileceğine dair esasları belirler. İdare ise genellikle, vâkıfın tayin ettiği mütevelli veya nazır gibi görevliler tarafından yerine getirilir ve bu yapı vakfın yönetim mekanizmasını oluşturur.

Ancak vakıf, sadece bireysel tasarruflara dayalı bir yapı değildir; aynı zamanda kamusal bir denetime tabidir. İslam toplumlarında bu denetim yetkisi, çoğunlukla kadılar eliyle kullanılmış; vakıfların şer'î hukuka uygun olarak işletilmesi gözetilmiştir. Daha geniş planda ise, hükümdar**,** emîrü'l-mü'minîn sıfatıyla yalnızca murakabe hakkına değil, zaman zaman daha kapsayıcı müdahale yetkilerine de sahip olmuştur. Bu çerçevede, vakıf müessesesinin yalnızca teorik fıkıh hükümleriyle değil; irade-yönetim-denetim üçgeni içerisinde, tarihsel bağlamda nasıl işlediğiyle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.[408]

Vakıfların Yapısal ve Fonksiyonel Özellikleri

a) Vakıf Bir Amaç Kuruluşudur: Vakıf, belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere oluşturulmuş özel nitelikli bir mal topluluğudur. Bu amaç; hayrî, dinî, sosyal, bilimsel, kültürel, sportif veya sanatsal olabilir. Vakıflar, tüzel kişilik statüsüne sahip olmalarına rağmen, bir kişi topluluğu değil, bir mal topluluğu şeklinde yapılandırılır. Bu sebeple vakıflarda, dernek veya şirketlerde olduğu gibi üye veya ortaklık ilişkisi bulunmaz. Vakıf yapısında yalnızca, vakfı yöneten kişiler veya yönetim organları ile vakfın sunduğu hizmetlerden yararlanan bireyler yer alır.

b)Vakıf Bir Yatırım Kuruluşudur: Vakıf, yalnızca bir amaç kuruluşu değil, aynı zamanda bir yatırım kuruluşudur. Vakıf kurucusu, belirlediği toplumsal, dinî veya kültürel hizmeti gerçekleştirmek üzere belirli alanlara yatırım yapar. Bu yatırımların önemli bir kısmı, nitelik itibariyle kamu hizmeti özelliği taşır. Özellikle hayrî, ilmî ve dinî nitelikteki vakıflarda bu durum daha belirgin hâle gelir. Vakıflar, bu yönüyle hem

[408] Fuad Köprülü, *Vakıfların Hukuki Mahiyeti*, haz. Yahya Kemal Taştan, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2013, s. 206.

bireysel servetin toplum yararına yönlendirilmesini sağlar hem de kamu hizmetlerini tamamlayıcı ve sürdürülebilir bir model sunar.[409]

Vakıfların İslam dünyasında kurumsallaşarak yaygınlık kazanması, büyük ölçüde Türklerin İslamiyet'i kabul etmeleri ve bu inancı hem siyasî hem toplumsal yapıya entegre etmeleriyle mümkün olmuştur. Özellikle Abbâsî Devleti'nin zayıflayıp parçalanmasının ardından, Selçuklu Devleti'nin doğuda siyasî hâkimiyet kurmasıyla birlikte geniş Müslüman halk kitleleri Türklerin idaresi altına girmiştir. Bu tarihsel dönüşüm, Türklerin İslam hukukunun geliştirdiği vakıf kurumunu sadece benimsemelerine değil, aynı zamanda etkin ve yaygın bir şekilde uygulamaya koymalarına zemin hazırlamıştır.[410] İslam öncesi döneme kadar da giden, ancak Türk-İslam medeniyetinde Karahanlılar ile başlayan vakıf müessesesi, Osmanlılar döneminin sonuna kadar sürekli gelişerek varlığını sürdürmüştür. Osmanlı Devleti'nden sonra da günümüze kadar gerek eski vakıf eserler ve gerekse de yeni kurulan vakıflar yoluyla vakıf müessesesi devam etmektedir.[411]

Vakıfların Hizmet Alanları

Tarihsel vakfiye kayıtları ve benzeri belgeler incelendiğinde, Osmanlı ve daha önceki dönemlerde pek çok kamusal hizmetin vakıf sistemi aracılığıyla gerçekleştirilmesinin hedeflendiği görülmektedir. Bu durum, vakıf kurumunun yalnızca hayır odaklı bir yapı değil, aynı zamanda çok yönlü bir toplumsal hizmet organizasyonu olduğunu ortaya koymaktadır. Vakıflar, kamusal hizmetlerin yürütülmesinde devletin tamamlayıcısı olarak hareket etmiş, farklı alanlarda kurumsal çözümler üretmiştir. [412] Vakıflar yoluyla sunulan başlıca hizmet alanları şu şekilde sınıflandırılabilir:

- *Dinî ve Kültürel Hizmetler*; Cami, tekke, zâviye, türbe ve kütüphane gibi yapılar aracılığıyla dinî ve kültürel yaşam desteklenmiş, toplumsal birlik ve manevî atmosferin inşasına katkı sağlanmıştır.

[409] Hasan Güneri, *Türk Medeni Kanunu Açısından Vakıflar: Araç Kavramı ve Amacına Göre Vakıf Türleri*, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara, 1976, s. 3; Jale G. Akipek, *Vakıflar (Türk Medeni Hukuku Birinci Cildin İkinci Cüzüne Ek)*, Başnur Matbaası, Ankara, 1970, s. 4.
[410] Hasan Güneri, *Türk Medeni Kanunu Açısından Vakıflar: Araç Kavramı ve Amacına Göre Vakıf Türleri*, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara, 1976, s. 3.
[411] Ahmet Turan Yüksel, "Türk-İslâm Medeniyetinde Vakıfların Yeri ve Önemi", *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 13, 2002, c. XII, s. 47–54.
[412] Mevlüt Çam, "Vakfiyelere Göre İktisadi Teşekküller", *(ed.)Mehmet Kurtoğlu,* Vakıf ve İktisat Sempozyumu, *Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay*., 2014, s. 40; Mehmet Kurtoğlu (ed.), Bir Medeniyetin İzdüşümü: Vakıflar,: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2014, s.44.

- *Eğitim Hizmetleri;* Sıbyan mektepleri, medreseler ve darülkurralar yoluyla çocuklara ve gençlere eğitim imkânı sunulmuş, ilim ve irfan geleneğinin sürdürülmesine hizmet edilmiştir.
- *Sağlık Hizmetleri;* Darüşşifa, bimarhane ve eczahane gibi kuruluşlarla hastaların ücretsiz tedavi edilmesi sağlanmış, toplum sağlığına yönelik sürdürülebilir bir sistem oluşturulmuştur. [413]
- *Altyapı ve Bayındırlık Hizmetleri*; Su yolları, köprüler, hanlar, hamamlar ve çeşmeler gibi altyapı yatırımları sayesinde şehirlerin gelişimi desteklenmiş, sosyal hayatın akışı kolaylaştırılmıştır.
- *Sosyal Güvenlik ve Dayanışma Hizmetleri*; İmarethane ve aşevi gibi kurumlar sayesinde yoksul ve muhtaç kimselere sıcak yemek ve barınma imkânı sağlanmış, kervansaraylarla yolcuların güvenli seyahati temin edilmiştir.
- *Hayır Hizmetleri*; Fakir fukara yardımı, sadaka taşları ve kefen vakıfları gibi uygulamalarla bireysel ve toplumsal dayanışma teşvik edilmiştir.[414]

Vakıfların Çeşitleri

Vakıfları farklı açılardan sınıflandırmak mümkündür. Ancak özellikle Osmanlı dönemi ile Cumhuriyet dönemi arasında vakıf anlayışı, hukukî yapı ve işleyiş bakımından belirgin farklar bulunmaktadır. Osmanlı döneminde vakıflar; mülkiyet esasına**,** amaçlarına ve idare şekillerine göre çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur.

Mülkiyet hakkının vakfedilip vakfedilmediğine göre vakıflar ikiye ayrılırdı: *Sahîh vakıflar* (gerçek vakıflar) ve *sahîh olmayan vakıflar* (gerçek olmayan vakıflar)**.** Sahîh vakıflar, vakfedilen taşınır veya taşınmaz malların mülkiyetinin vakfın hükmî şahsiyetine ait olduğu, yani vakfın kurucusu tarafından tamamen vakfa tahsis edildiği kurumlardır. Bu tür vakıflarda, mülkiyet hakkı doğrudan vakfa ait olup, vakfın sürekliliği için gerekli gelir kaynakları vakfın malvarlığını oluşturur. Buna karşılık, sahîh olmayan vakıflarda, mülkiyet değil yalnızca tasarruf (yararlanma) hakkı vakfedilmiştir; yani taşınmaz mallar üzerinde mülkiyet hakkı devredilmeksizin sadece kullanım hakkı bağışlanmıştır.

Amaçları yönünden ise Osmanlı vakıfları iki ana gruba ayrılırdı: *Hayrî vakıflar* ve *aile vakıfları (evlâdlık vakıflar)*. Hayrî vakıflar, kamusal yararı gözeten; eğitim,

[413] Cevdet Dadaş vd., *Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kütahya Vakıfları*, Kütahya, Kütahya Belediyesi Kültür Yay., 2000, c. I, s. 9; Yusuf Halaçoğlu, *XIV–XVII. Yüzyıllarda Osmanlılarda Devlet Teşkilatı ve Sosyal Yapı*, Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara, 1995, s. 155.
[414] İbrahim Ateş, "Hayrî ve Sosyal Hizmetler Açısından Vakıflar", *Vakıflar Dergisi*, S.15, 1982, s. 55.

sağlık, ibadet, imar gibi alanlarda topluma hizmet sunan kurumlardı. Aile vakıfları ise, malın geliri sadece vakfı kuran kişinin ailesine tahsis edilmek üzere kurulmuş, sosyal yardımdan çok aile fertlerinin geleceğini güvence altına alma amacı taşıyan vakıflardı. Bu tür vakıflarda toplumsal bir fayda gözetilmezdi.[415]

İdare biçimi açısından ise Osmanlı döneminde vakıflar, *mazbut vakıflar* ve *gayri mazbut vakıflar* olarak iki gruba ayrılırdı. Mazbut vakıflar, doğrudan devlet tarafından, daha sonra ise Vakıflar Nezareti (bugünkü Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün öncülü) tarafından yönetilen vakıflardı. Bu tür vakıflarda vakfın yönetimi merkezî bir idareye devredilmişti. Buna karşılık**,** gayri mazbut vakıflar, devletin kontrolü altında olmakla birlikte doğrudan vakıf mütevellileri tarafından idare edilen kurumlardı. Gayri mazbut vakıflar da kendi içinde ikiye ayrılırdı: Mülhak vakıflar, idaresi vakfı kuran ailenin fertlerine (vârislere) bırakılan; müstesna vakıflar ise özel statüye sahip ve belirli sebeplerle farklı usûllerle yönetilen vakıflardı.[416]

Bu unsurlar üzerine kurulu olan vakıfların, zamanla sadece taşınmazlar değil büyük meblağlara ulaşan nakit paralar üzerinden de işlediği görülmüştür. Böylece Osmanlı döneminde, sermayesi bütünüyle nakit paralardan oluşan ve faizsiz kredi sistemiyle işleyen yeni bir vakıf türü olan para vakıfları ortaya çıkmıştır. [417] Para vakıfları, Osmanlı öncesinde uygulaması olmayan bir vakıf türü olup, bazı dinî çevrelerin itirazlarına rağmen kısa sürede benimsenmiş ve hızla yayılmıştır. Bu vakıflar, kredi vermek suretiyle gelir elde eder; elde edilen bu gelir yalnızca vakfiyede belirtilen hayır amaçlarına tahsis edilirdi. Mütevelli, kendisine teslim edilen vakıf parasını, vakfiyede belirtilen kurallara göre işletmekle yükümlüydü. Ana sermaye dokunulmazdı ve sadece gelir kısmı harcamalara konu olabilirdi.

Para vakıfları, vakıf sisteminde finansal faaliyetlerin kurumsallaşmasını sağlamış; tefeciliğe karşı güvenilir bir alternatif sunarak kredi arzının artmasına ve bireylerin küçük nakit ihtiyaçlarının karşılanmasına katkı sağlamıştır. Aynı zamanda gayrimenkul vakfedecek düzeyde imkânı olmayan kimselerin de hayır yapmalarına aracılık etmiş, böylece küçük ve orta ölçekli birikimlerin sosyal hizmetlere dönüşmesini mümkün kılmıştır.

---

[415] Halil Cin, *Osmanlı Toprak Düzeni ve Bu Düzenin Bozulması*, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara, 1978, s. 26.
[416] Nazif Öztürk, *Menşei ve Tarihi Gelişimi Açısından Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara, 1983, s. 87.
[417] Mehmet Kurtoğlu (ed.), *Bir Medeniyetin İzdüşümü: Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2014, s. 182.

Bu vakıfların mütevellileri genellikle birkaç kişiden oluşur; personel sayısı büyüklüğe göre değişiklik gösterse de çoğunlukla sınırlıdır. Hukuka uygun olarak kurulan ve mahkeme huzurunda tescil edilen para vakıfları, faaliyetlerine başladıklarında, gelirlerinin bir kısmını yönetim ve idare masraflarına ayırır, kalan kısmı ise eğitim, sağlık, altyapı, kültür ve sosyal yardımlar gibi hayrî hizmetlerde kullanılırdı.

Sonuç olarak, para vakıfları hem vakıf kurumunun ekonomik esnekliğini artırmış hem de Osmanlı toplumunda finansal hizmetlerin dinî ve toplumsal sorumluluk çerçevesinde organize edilmesine olanak tanımıştır.[418] Bu çeşitlilik, Osmanlı'da vakıf kurumunun sadece sosyal yardımla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda ekonomik, hukukî ve ailevi yapının da bir parçası olduğunu göstermektedir.[419]

Vakıf Müessesesinin Günümüzdeki Hukukî ve İdari Boyutu

Günümüzde Türkiye'de vakıfların kuruluşu, işleyişi ve denetimi Türk Medenî Kanunu ile 5737 sayılı Vakıflar Kanunu çerçevesinde düzenlenmiştir. Vakıflar, belirli ve sürekli bir amaca yönelik olarak oluşturulan, tüzel kişilik statüsüne sahip mal topluluklarıdır. Türk Medenî Kanunu'nun 101. maddesine göre vakıf, gerçek veya tüzel kişiler tarafından kurulabilir. Kurucu kişinin temyiz kudretine sahip olması yeterli olup, reşit olma şartı aranmamaktadır. Vakıf kurabilmek için öncelikle amacın açık şekilde tanımlanması ve bu amacı gerçekleştirmeye yetecek ölçüde malvarlığı tahsis edilmesi gerekmektedir.

Vakfın kuruluşu, noterde düzenlenen bir vakıf senedi ile başlatılır. Bu senette vakfın amacı, yönetim organları, malvarlığı ve işleyiş esasları açıkça belirtilmelidir. Vakıf, bu senetle birlikte Asliye Hukuk Mahkemesi'ne başvurularak mahkeme kararıyla tüzel kişilik kazanır. Tescil işlemi Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından yürütülür ve vakıf, Vakıf Kütüğü'ne kaydedilir. Kuruluş sürecinin ardından vakıf, kamu yararına çalışan vakıf statüsü kazanmak için ayrıca başvuruda bulunabilir; bu statü, Cumhurbaşkanı kararıyla verilir ve vakfa vergi muafiyeti gibi bazı malî kolaylıklar sağlar.

Vakıflar, özel hukuk tüzel kişiliği çerçevesinde yönetim kurulu eliyle faaliyet gösterir. Faaliyetlerin denetimi ise 5737 sayılı Vakıflar Kanunu uyarınca Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilir. Bu denetim, vakfın amacına uygun biçimde faaliyet gösterip göstermediğini, malvarlığının korunup korunmadığını ve kamu

[418]Mehmet Kurtoğlu (ed.), *Bir Medeniyetin İzdüşümü: Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2014, s. 184.
[419] Ömer Lütfi Barkan, "Osmanlı İmparatorluğu'nda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Vakıflar ve Temlikler," *Vakıflar Dergisi*, S. 2, 1942, s. 58.

yararına aykırı bir kullanım olup olmadığını kapsar. Böylece vakıflar, hukukî güvence altına alınmış yapılar olarak hem bireysel inisiyatifi kamusal faydaya dönüştürmekte hem de sosyal sorumluluğun kurumsal bir ifadesi olarak işlevini sürdürmektedir.[420]

Vakıf müessesesi, tarihi gelişimi içerisinde genişleyerek hayat boyunca insanlığın ihtiyaç birçok konuyu ele alıp işlemiş ve ortaya çıkan çeşitli meseleleri çözebilen bir müessese olmuştur. Millî kültürümüze bakacak olursak, birçok medeniyete beşiklik yapmış Anadolu'da kamu hizmetlerinin, bir Türk ve İslam müessesesi olan vakıf yoluyla yapıldığını görürüz. Bu vakıflar güncelliğini koruyor ve gayelerini gerçekleştiriyorsa kuruluşundaki sosyal dengeye verilen önem sayesindedir.

Vakıf, insanlarla beraber mevcut olan karşılıklı dayanışma ve başkalarına iyilik yapma duygusunu, hukukî statüye kavuşturan ve ona süreklilik kavramını sağlayan, tüzel kişiliğe sahip hukukî ve sosyal bir müessesedir. İslam medeniyetinde vakıf müessesesi, sadece maddî ihtiyaçları karşılayan bir kurum değil, aynı zamanda ahlâkî ve manevî bir inşa aracıdır. İslam dünyasında vakıf kurumlarının dinî bir mahîyet taşıması, onların uzun ömürlü ve istikrarlı yapılar hâline gelmesine katkı sağlamıştır. Nitekim dinî inancın ve düşüncenin güçlü bir temele dayandığı bu kurumlar, çoğu zaman siyasî çalkantıların ve idarî istikrarsızlıkların dışında kalmayı başarmışlardır. Bu yönüyle vakıflar, toplum hayatında istikrarın ve sürekliliğin sembolü olarak varlıklarını sürdüregelmiştir.

Vakıflar; devlet ile millet arasında güçlü bir bağ kurulmasına, karşılıklı güvenin tesisine, sosyal adaletin sağlanmasına, toplumsal dayanışma ve bütünleşmenin güçlenmesine önemli katkılar sağlamıştır. Bununla birlikte, sadece ilim ve eğitim alanında değil; mimarlık, güzel sanatlar ve kültürel üretim alanlarında da gelişimi desteklemiş; iktisadî kalkınmayı teşvik etmiş ve toplumun sosyo-ekonomik problemlerden asgari düzeyde etkilenmesinde etkin bir rol oynamıştır. Ayrıca, günümüzde ancak ciddi tahribatlar sonucunda fark edilen çevre bilincinin temelleri de vakıf uygulamaları sayesinde atılmış; yaşanılan dünyayı ve içindekileri koruma yönünde tarihsel bir sorumluluk üstlenilmiştir. Vakıflar, bu toplumsal dayanışmanın kurumsallaşmış halidir. Vakıflar özellikle kimsesiz ve yoksul kimselerin yardımına

[420] 5737 sayılı Vakıflar Kanunu, Kabul Tarihi: 20.02.2008, *Resmî Gazete*, 27.02.2008, Sayı: 26800; Türk Medenî Kanunu, Kanun No: 4721, Kabul Tarihi: 22.11.2001, md. 101–117; Hasan Güneri, *Türk Medenî Kanunu Açısından Vakıflar: Araç Kavramı ve Amacına Göre Vakıf Türleri*, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara, 1976, s. 3–12.

koşmaktadır. Vakıflar yoluyla eğitim, sağlık, bayındırlık tesisleri yapıldığından Osmanlı toplumunda aşırı ölçülerde sınıflar arası farklılık ve sınıf çatışması yaşanmamıştır.[421]

Özellikle tasavvuf geleneği, vakfı nefs terbiyesi, hizmet ve infâk ekseninde yorumlamış, "*veren el*" olmayı kemal yolculuğunun bir basamağı saymıştır. Sadaka ve infâk, yalnızca dünyevî değil, aynı zamanda batınî bir arınmanın aracıdır.[422] Vakıf, bu anlamda tasavvufta bir tür *nefs muhasebesi* pratiğidir. Kul, mal üzerindeki mülkiyet iddiasından sıyrılır; malını Allah'ın rızasına vakfederek "*emane*t" şuurunu yaşamaya başlar. Nakşibendî gelenekte ise "hizmet etmeden seyr ü sülûk tamamlanmaz" düsturu, sosyal faydayı manevî kemalin bir şartı olarak ortaya koyar.[423]

Tasavvufî vakıf anlayışı, insanı sadece bireysel kemale ulaştırmaz; toplumu da şefkat, adalet ve paylaşım gibi yüksek değerlerle inşa eder. Tasavvuf, vakfı yalnızca hukukî bir mekanizma değil; varlıkla imtihanın, hizmetle yücelmenin ve kalple infâk etmenin bir yolu olarak yorumlar. Bu yönüyle vakıf, İslam toplumlarında hem içsel arınmanın hem de sosyal adaletin taşıyıcısı olmuş; ahîret bilincine dayalı bir toplumsal yapı üretmiştir.

Vakıf kurumunu yalnızca normatif-etik bir perspektiften değerlendirmek, bu çok katmanlı yapının tarihsel, hukukî ve toplumsal boyutlarını ihmal etme riskini beraberinde getirir. Bunun gerçek niteliğini kavrayabilmek için vakfın tarihi seyri göz önünde bulundurulmalıdır. Zira menşeî ne olursa olsun, İslam medeniyeti dairesinde önemli bir kurumsallaşma ve gelişim süreci yaşamış olan vakıf anlayışı, tarihsel bağlamı göz ardı edilerek sadece hukukî yapısıyla da sağlıklı biçimde anlaşılamaz. Vakıf müessesesi, Türk-İslam medeniyetinin hemen her alanında varlık gösteren bir kurumdur. Öyle ki, zamanla büyük bir gelişim göstererek İslam hukukunun en özgün ve en kapsamlı kurumlarından biri, hatta bazı yaklaşımlara göre birincisi hâline gelmiştir.[424] Köprülü, dinî-içtimaî bir müessese olan vakfı herşeyden önce orta ve yeni zamanlar Türk-İslam dünyasının tarihe en önemli katkılara sahip bir hukukî müessesesi olarak değerlendirmektedir.[425]

---

[421] Şükrü Nişancı, *15–16. Yüzyıllarda Osmanlı İktisat Zihniyeti*, Okumuş Adam Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri, İstanbul, 2002, s. 110–111.
[422] İlhan Akbulut, "Vakıf Kurumu, Mahiyeti ve Tarihi Gelişimi", *Vakıflar Dergisi*, S.30, 2007, s. 63
[423] Mahmud Esad Coşan, *Sûfînin Yolu: Sohbetler*, Seha Neşriyat, İstanbul, 1997, bkz. "*Tasavvuf ve Hizmet*" başlığı, s. 85–88.
[424] Şakir Berki, "Vakıfların Devlete ve Devletin Vakıflara Hizmeti", *Vakıflar Dergisi*, sayı 6, 1968, s. 45.
[425] Fuad Köprülü, "Vakıf Müessesesinin Hukukî Mahiyeti ve Tarihî Tekâmülü", *Vakıflar Dergisi*, sayı 2, 1942, s. 1-13; Fuad Köprülü, *Vakıfların Hukuki Mahiyeti*, haz. Yahya Kemal Taştan, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2013, s. 165.

Türk-İslam medeniyetinde hemen her alanda izlerine rastlanan vakıf eserleri hakkında, tarihsel süreç içerisinde çeşitli eleştiriler de dile getirilmiştir. Bu eleştiriler arasında; vakfın mülkiyeti tedavülden çıkardığı, sermayeyi dondurduğu, "*mürtezika*" olarak adlandırılan tembeller sınıfını doğurduğu, haksız kazançla elde edilen malların müsadereden korunması amacıyla vakıf yapıldığı ve vakıflara tanınan vergi muafiyetlerinin devleti vergi kaybına uğrattığı gibi hususlar yer almaktadır. Ancak bu tür istisnaî durumlar dışında, vakıf müesseseleri kuruluş amaçları doğrultusunda uzun yüzyıllar boyunca hizmet vermiş ve Türk-İslam medeniyetinin en temel yapı taşlarından biri hâline gelmiştir. [426]

10. Günümüze Aktarılamayan Tasavvufî Yardımlaşma Örnekleri

Bu başlık altında, tarihsel süreçte tasavvufî yardımlaşma anlayışının somut tezahürleri olarak ortaya çıkmış, ancak günümüz toplumsal ve kurumsal yapısına bütünüyle aktarılamamış olan örnek uygulamalar ele alınacaktır. Sadaka taşı ve zimem defteri gibi pratikler üzerinden, bu uygulamaların ortaya çıktığı sosyal ve iktisadî zemin, işleyiş biçimleri, taşıdıkları ahlâkî ve manevî anlamlar ile günümüzde ortadan kalkmalarının sebepleri ve bıraktıkları miras analiz edilecektir. Böylece, kaybolan bu örnekler üzerinden tasavvufî yardımlaşma geleneğinin imkânları ve sınırları hakkında kavramsal bir değerlendirme yapılması amaçlanmaktadır.

10.1. Sadaka Taşı

Sadaka taşı, Osmanlı toplumunda ihtiyaç sahiplerine gizlice yardım edilmesini sağlayan bir sosyal yardımlaşma pratiğidir. Genellikle cami, çeşme ve hastane gibi kamuya açık alanlarda bulunan bu taşlar, veren ile alanın birbirini görmeden, mahcubiyet veya gösterişten uzak bir şekilde yardımlaşmasını mümkün kılmıştır. İslamî normlar çerçevesinde, sosyal yardımlaşma mekanizmasının bir unsuru olarak; mahremiyetini korumak isteyen ve yoksulluğunu ifade edemeyen bireylere yönelik, onur kırıcı olmayan bir yardım modeli olarak Sadaka Taşı sistemi geliştirilmiştir.[427] Böylece alan el, mahcubiyetten; veren el ise gurur ve riyadan korunmuştur. Çünkü Müslüman toplumlarda sadaka verilme sürecinde bireyin onurunu koruyan bu hassasiyet, tarih boyunca temel bir ahlâkî ve sosyal ilke olarak kabul edilmiştir.

---

[426] Ahmet Turan Yüksel, "*Türk-İslâm Medeniyetinde Vakıfların Yeri ve Önemi*", s. 52-53.
[427] Hamza Özönder, "Türk Mahallelerinde Sadaka Taşlarının Yeri ve Önemi*", Uluslararası Dördüncü Türk Kültürü Kongresi Bildirileri,* c. II, Ankara, 2000, s. 155-161.

Sadaka taşlarının kökeni Selçuklu dönemine kadar uzanmakta olup, Osmanlı döneminde yaygınlaşmıştır. Bu uygulama, özellikle "*fukarâ-yı sâbirîn*" olarak adlandırılan, ihtiyaçlarını dile getiremeyen onurlu yoksullar için düşünülmüştür.[428] Osmanlı toplumunda "sadaka taşı", "sadak çukuru", "zekât kuyusu", "zekât taşı", "dilenci mihrabı" ve "hayrat deliği" gibi muhtelif isimlerle bilinen bu uygulama, Tanzimat Dönemi'ne kadar yaygın olarak kullanılmıştır. Yardımlaşmayı sağlamak amacıyla geliştirilmiş özgün bir yöntem olarak Osmanlı sosyal hayatında önemli bir yer tutmuştur.[429]

Osmanlı'nın hüküm sürdüğü bölgelerde, özellikle cami ve tekke avluları ile medrese ve çeşme başlarında bu taşlara rastlanmaktadır. Mimari açıdan sadaka taşları genellikle silindirik veya prizmatik formda olup, üst kısmında para bırakmak için küçük bir oyuk bulunur. Kimi örnekler antik sütunlardan devşirilmiş olup, sade ve gösterişsiz bir tasarıma sahiptir. Yerden yükseklikleri 0,80 ile 1,40 metre arasında değişmektedir. Bazı bölgelerde ise farklı adlarla anılmıştır: Zekât Taşı, Hacet Taşı, Fukara Taşı, Hayrat Deliği, İhtiyaççâh gibi.[430]

Sadaka taşları, aracığı ile çoğunlukla nakdî yardım yapılsa da bazen aynî yardım da yapılıyordu. Nakdî yardım özellikle uçup kaybolmaması için de kâğıt para yerine madeni paralar bırakılarak yapılırdı. Aynî yardım ise giyim, kuşam eşyaları ve çeşitli besinler bırakılarak yapılmakta idi. Fakîrler sadaka taşında birikenlerden sadece ihtiyacı olan şeyleri ve muhtaç olduğu miktar kadarını alarak, kalanını başkalarına bırakmaya özen göstermişlerdir. Bu kanaat ve diğergamlık her türlü takdire layıktır.

Osmanlı başkenti olan İstanbul'un hemen hemen her semtinde bulunan sadaka taşlarına Anadolu'nun çoğu eski yerleşim yerlerinde de rastlamak mümkündür.[431]

---

[428] Ali Duman, "Sadaka", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2008, c.XXXV, s. 383.

[429] Ahmet Bayhan, "Türk Kültürü'nde Sadaka Taşlarına Çankırı'dan Bir Örnek; Çivitçioğlu Medresesi Sadaka Taşı", *Çankırı Araştırmaları Dergisi*, sayı 5-6 (Kasım 2010), ss. 112-115, s. 125.

[430] Ali Duman, "Sadaka", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2008, c.XXXV, s. 383.

[431] Bkz. İstanbul Üsküdar Doğancılar'daki İmrahor Camii yanında bulunan "sadaka taşı"; İstanbul Karacaahmet'te, Karacaahmet Sultan Türbesi karşısında bulunan Fethi Ahmet Paşa Camii yanında bulunan "sadaka taşı"; Karacaahmet'te Aşçıbaşı Camii avlusunda bulunan "sadaka taşı"; İstanbul Fatih'teki Mehmet Ağa Camii avlusundaki "sadaka taşı"; İstanbul'un Fatih ilçesinin Kocamustafapaşa semtinde bulunan Sümbül Efendi Camii avlusundaki "sadaka taşları"; İstanbul'un Fatih ilçesinin Süleymaniye semtindeki Süleymaniye Camii avlusunda bulunan "sadaka taşları"; İstanbul'un Fatih ilçesinin Eminönü semtinde bulunan Yeni Camii avlusundaki "sadaka taşı"; İstanbul'un Beyoğlu ilçesinin Karaköy semtinde bulunan Arap Camii avlusundaki "sadaka taşı"; İstanbul'un Fatih ilçesinin Laleli semtindeki Laleli Camii avlusundaki "sadaka taşı"; İstanbul'un Fatih ilçesinin Eminönü semtinde bulunan Nuruosmaniye Camii avlusundaki "sadaka taşı"; İstanbul'un Eyüp ilçesindeki Cafer Ağa Medresesi avlusundaki "sadaka taşı". Kayseri Yahyalı'daki Ulu Cami'de bulunan "sadaka taşı". Ankara'daki Kesikbaş Türbesi'nin kuzeybatısındaki "sadaka taşı"; Ankara'daki Yeşil Ahi Camii'nin girişinde ve avlusunda bulunan "sadaka taşları"; Ankara'daki Hacı Bayram Veli Türbesi'nin içindeki "sadaka taşı";

Osmanlı Devleti'nin hâkim olduğu coğrafyada yaygın olarak kullanıldığı anlaşılan ve günümüzde korunması gerekli kültürel varlıklar arasında anılan sadaka taşları; bir zamanlar sadece İstanbul'da yaklaşık yüz yetmiş adet idi. Normal ölçülerdeki bir insanın göz seviyesinden daha yukarıda olan bu taşlara birkaç basamakla çıkılır. Sadaka taşlarına para bırakmak ve oradan para almak için genelde akşam saatleri tercih edilirdi.[432] Bu uygulama, hem verenin gösterişten uzak durmasını hem de alanın mahcubiyet yaşamamasını sağlardı. Aynı zamanda dilenciliğin önlenmesine de katkıda bulunmuştur. Sadaka taşları, toplumsal tarihimizin zarif yardımlaşma kültürüne tanıklık eden simgeler olarak varlığını sürdürmektedir. Ancak işlevsel bağlamda modern döneme taşınamamış ve aktif kullanımını yitirmiştir.

10.2. Zimem Defteri

Her ne kadar günümüzde aktif olarak sürdürülen bir uygulama olmasa da; zimem defteri, tarihsel olarak toplumun içinde doğal biçimde filizlenmiş, kültürel kimliğimizi yansıtan özgün ve temsil gücü yüksek pratiklerden biri olarak kabul edilmektedir.

Zimem, Arapça kökenli bir kelime olup "borçlar" anlamına gelir. Zimen defteri ise günümüz dilinde market, bakkal ve pazarlardaki veresiye borç defteridir.[433] Ancak bu sıradan bir borç defterinin ötesinde, Osmanlı toplumunda gizli sadaka (sadaka-i sirr) anlayışının somutlaştığı önemli bir uygulamadır. Zimen defterleri günümüz dilinde market, bakkal ve pazarlardaki veresiye borç defteridir.[434]

Bu uygulama şu şekilde gerçekleştirilirdi: Ramazan ayında, hâli vakti yerinde olan kişiler tebdil-î kıyafet yaparak hiç tanımadıkları semtlere giderlerdi. Bakkal veya manava, içerisi sakin olduğu bir anda girer ve "Zimem defteriniz var mı?" diye

---

Ayaş Ulu Camii'nin batı kapısındaki "sadaka taşı"; Lüleburgaz Sokullu Mehmet Paşa Camii'nin son cemaat yerinin önündeki "sadaka taşı"; Sivas Kale Camii'nin kuzeydoğusundaki "sadaka taşı"; Bafra Büyük Camii'nin avlu giriş kapısındaki "sadaka taşı"; Yozgat Çapanoğlu Camii'nin avlusunun kuzeydoğu köşesindeki "sadaka taşı"; Salihli Camii'nin kuzeydoğu köşesindeki "sadaka taşı". Çankırı'daki Çivitçioğlu Medresesi giriş kapısının sağındaki "sadaka taşı" ve Çorum'daki Dördüncü Murat (Ulu) Camii avlusundaki şadırvan önündeki "sadaka taşı" buna örnektir. Nidayi Sevim, *Medeniyetimizde Toplumsal Dayanışma ve Sadaka Taşları*, Kitap Dostu Yayınları, İstanbul, 2011, s. 88-104; Sami Köşker, *Türk Kültürü Açısından Yahyalı*, Ankara, 1997; Hakkı Acun, *Türk Kültüründe Taşlar*, Atatürk Kültür Merkezî Yayınları, Ankara, 2010, s. 45-46.

[432] Ziya Kazıcı, "Osmanlıda Hayır Müesseseleri ve Sadaka Taşları", *İnsani Yardım Dergisi*, S. 35, 2008, s. 60-61.

[433] Onur Çetin, *Osmanlı Mezar Taşlarına Yansıyan Kültür, Medeniyet ve İnanç Dünyası Üzerine Bir İnceleme: Eyüp Örneği*, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2019, s.5.

[434] Onur Çetin, *Osmanlı Mezar Taşlarına Yansıyan Kültür, Medeniyet ve İnanç Dünyası Üzerine Bir İnceleme: Eyüp Örneği*, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2019, s.5.

sorarlardı. Esnaf bu defteri çıkarınca, hayır sahîbi kişi: "Lütfen baştan, sondan ve ortadan şu kadar sayfanın hesabını yapınız" derdi. Esnaf da bu sayfaların toplamını hesaplar, hayır sahîbi de: "Silin borçlarını, Allah kabul etsin" diyerek borcu öder ve oradan ayrılırdı.

Böylelikle borcu ödenen, borcunu ödeyenin kim olduğunu bilmez; borcu sildiren de kimin borçtan kurtulduğunu öğrenmezdi. Yardım eden kişi, sırf Allah'ın rızasını kazanmak ve ihtiyacı olanın sıkıntısını gidermek amacıyla hareket ederdi. Bu bilinçle karşılıksız, riyasız ve gösterişten uzak bir şekilde verdiğini unutur; bunu da bir mazhariyet ve Allah'ın lütfu olarak görerek şükrederdi. Borcu ödenen kişi ise kendisine yardım edeni tanımasa da onun için dua eder, böylece minnet duygusu yerine manevî bir bağ oluşurdu.[435]

İktisadî açıdan bakıldığında, zimem defteri sistemi Osmanlı'da klasik piyasa mekanizmasının dışında işleyen bir ahlâkî ekonomi modelini temsil eder. Kardan ve zarardan önce toplumsal denge, kamu yararı ve bireysel sorumluluk ön plandadır. Bu durum, Osmanlı iktisadî zihniyetinin modern anlamda neoliberal bireycilikten oldukça farklı olduğunu gösterir. Bu yönüyle zimem defteri, sadece geçmişte kalmış nostaljik bir uygulama değil; günümüz sosyal politikaları açısından da ilham verici bir modeldir.

[435] Ensar Çetin, "Bir Sosyal Yardımlaşma Pratiği Olarak Askıda Kahve ve Sadaka Taşı*", Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 41, 2014, s.1-12, s.5.

İKİNCİ BÖLÜM
BİRLEŞİK KRALLIK CHARITY MODELİ: HUKUKÎ ÇERÇEVE, YÖNETİŞİM VE OPERASYONEL YAPI

Bu bölümde, çalışmanın mukayeseli analizinin diğer kısmı; Birleşik Krallık'taki charity modeli ele alınacaktır. İlk olarak charity shop kavramının temel tanımları ve örgütsel özellikleri açıklanacak; ardından bu mağazaların ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda ortaya koyduğu çok yönlü katkılar incelenecektir. Devamında charity shoplarda gönüllülük olgusu, gönüllü profilleri ve katılım dinamikleriyle birlikte analiz edilecek; hayırsever ticarî pratikler bağlamında charity perakendesinin tüketici davranışlarıyla ilişkisi tartışılacaktır. Bölümün ilerleyen kısımlarında, Birleşik Krallık charity modelinin vergisel statüsü ve hukukî çerçevesi, kurumsal ve yapısal çeşitlilik, fiyatlandırma politikaları, gelir stratejileri ve lokasyon planlaması üzerinden detaylandırılacaktır. Son olarak charity organizasyonlarında üst düzey yönetsel yetkinlikler, hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkeleri ile raporlama, koordinasyon ve denetim mekanizmaları ele alınarak, Birleşik Krallık charity modelinin yönetişim ve operasyonel yapısı bütünlüklü bir şekilde ortaya konulacaktır.

1. Charity Shop Kavramı: Temel Tanımlar ve Örgütsel Özellikler

"*Charity*" kelimesi, Latince kökenli "caritas" sözcüğünden gelir ve sevgi, karşılıksız yardım ve özgecilik anlamlarını içerir. Ortaçağ teolojisinde özellikle düşünürler tarafından, ilahî sevginin insanlar arasındaki karşılığı olarak kullanılmıştır.[436] İngiltere ve Galler hukukunda "charity", *Charities Act 2011* kapsamında açık bir şekilde tanımlanmıştır. Buna göre bir kurumun charity sayılabilmesi için iki temel kriteri karşılaması gerekir: (1) yalnızca "*charitable purposes*" (hayır amaçları) için kurulmuş olması, (2) "*High Court*'"un charityler üzerindeki yargı yetkisine tabi olması. Bu tanım, yasal bir statü olmanın ötesinde, charity kavramının kurumsal sınırlarını belirler ve toplumun güvenini tesis etmeye hizmet eder.[437]

İngilizce kökenli olan ve temelde "*yardımseverlik*" ya da "*hayırseverlik*" anlamına gelen charity kavramı, örgütsel bir yapı olarak çeşitli şekillerde tanımlanmakta

[436] Thomas Aquinas, *Summa Theologiae*, Editio Leonina, cura et studio fratrum praedicatorum, Roma: Typographia Polyglotta S.C. de Propaganda Fide, 1895, IIa-IIae, q. 23, art. 1.
[437] *Charities Act* 2011 (c. XXV), Section 1, "Meaning of 'charity'", https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/section/1, erişim: 5 Temmuz 2025.

ve farklı adlandırmalarla kullanılmaktadır. Kavram, geniş anlamıyla yardım kuruluşlarını ifade etmekle birlikte, özellikle perakende faaliyetlerde bulunan charity kuruluşlarını belirtmek üzere Birleşik Krallık'ta yaygın olarak "*charity shop(hayır dükkânı)*", "*thrift shop (tasarruf mağazası)*" veya "*opportunity shop(fırsat mağazası)*" gibi adlarla anılmaktadır. Bu farklı adlandırmalar, kuruluşların faaliyet gösterdikleri ülkeler, bölgeler ve sosyal çevrelere göre değişiklik gösterebilmektedir.

Modern çağda charity olgusu, özellikle XIX. yüzyıldan itibaren sanayileşmenin ve kentleşmenin yol açtığı sosyal sorunlara çözüm üretmek amacıyla kurumsal bir nitelik kazanmıştır. Bu süreçte "charity organizations" (hayır kurumları), bireysel yardımlardan farklı olarak sistemli, hesap verebilir ve sürdürülebilir yapılar olarak ortaya çıkmıştır. İngiltere'de 1869 yılında kurulan *Charity Organization Society*, bu dönüşümün ilk örneklerindendir ve yoksulluğun nedenlerini analiz ederek "hak eden" ve "hak etmeyen" yoksul ayrımı üzerinden yardım stratejileri geliştirien organizasyonlarındandır.[438]

Günümüzde charity organizasyonları; sosyal hizmet sunan, gönüllülük ilkesine dayanan, genellikle kâr amacı gütmeyen, şeffaf ve hesap verebilir yapılar olarak tanımlanabilir. Bu kurumlar, sadece maddî yardım sağlamakla kalmaz; aynı zamanda sosyal adalet, eşitlik ve kapsayıcılık gibi ilkeleri de savunur. Faaliyet alanları arasında evsizlikle mücadele, eğitim olanaklarının artırılması, sağlık hizmetleri sağlama ve afet yardımları gibi pek çok toplumsal sorun yer alır.[439]

Bugün charity kavramı, sadece ahlâkî bir davranışı değil; yasal statüsü tanımlanmış, malî denetime açık, gönüllülük ilkesine dayanan ve giderek profesyonelleşen bir sektörü ifade etmektedir. Bu yönüyle "charity", modern toplumlarda sosyal sorumluluğun ve kolektif refahın kurumsal temsili olarak değerlendirilebilir. "Charity shop" kavramı ise; İngiltere'de bağışlanan ikinci el giysi, kitap, mobilya vb. eşyaların satıldığı ve gelirinin o hayır kurumunun amaçlarına yönlendirildiği perakende mağazalardır. Genellikle gönüllüler aracılığıyla işletilir, hem sosyal fayda üretir hem de sürdürülebilir tüketim kültürünü destekler.

---

[438] Hugh Cunningham, *The Challenge of Charity: Politics, Religion and Philanthropy in Nineteenth-Century England*, Basingstoke: Harvester Wheatsheaf, 1988, s. 98; Owen Chadwick, *The Victorian Church: Part I*, London: SCM Press, 1966, s. 205.

[439] Frank Prochaska, *Christianity and Social Service in Modern Britain: The Disinherited Spirit*, Oxford University Press, Oxford, 2006, s. 45-47.

Bu kurumların işleyişi, fon yönetimi, gönüllü katılımı, bağış kampanyaları ve kamu-özel iş birlikleri gibi çeşitli yönetsel mekanizmalarla desteklenir.[440] Bu kurumların amacı, sosyal adaleti sağlamak ve toplumsal dayanışmayı artırmaktır ve bu kavram geleneksel anlamının ötesinde kurumsallaşmış yapılarla ilişkilendirilir. Bu kurumlar genel olarak "*charity organizations*" (hayır kurumları) olarak bilinir ve aşağıdaki temel unsurlarla tanımlanabilir:[441]

Charity (hayır kurumu) sektörü içinde "*parent charity*" terimi, bir hayır kuruluşunun altında faaliyet gösteren diğer birimlerin, mağazaların ya da bağlı kuruluşların bağlı olduğu ana organizasyonu ifade eder. Bu yapı, genellikle merkezî yönetim, finansal denetim, itibar yönetimi ve operasyonel koordinasyondan sorumlu kurumsal çatıyı oluşturur. Parent charity, birçok durumda kendi adını taşıyan bağlı mağazalar veya yerel şubeler ağına sahiptir. Bu yerel birimler yasal olarak bağımsız olsalar da (örneğin bazı "federated" yapılar), çoğu zaman bağış toplama, markalaşma ve strateji uygulamalarında ana kuruma bağlı olarak faaliyet gösterirler.

Parent charity kavramı, hayır kurumlarının organizasyonel yapılanması içerisinde iki temel işlevi yerine getirir. Birincisi, geniş bir coğrafi alana yayılmış şube ve mağazaları birleştiren bir şemsiye yapı olarak görev yapmasıdır. Bu işlev sayesinde, yerel düzeyde faaliyet gösteren mağazalar ve bağlı organizasyonlar, ortak bir kurumsal kimlik ve strateji çerçevesinde hareket eder. Örneğin Oxfam, Age UK ve British Red Cross gibi büyük ölçekli hayır kurumları, bu tür merkezî yapıların örnekleri arasında yer alır.

İkinci işlev ise, malî ve yönetsel sorumlulukların toplandığı bir merkezî koordinasyon noktası olmasıdır. Bu yapı sayesinde, gönüllüler tarafından işletilen yerel mağazalarda toplanan bağış gelirlerinin kullanımı, raporlanması ve genel hesap verebilirlik süreçleri ana kurum tarafından düzenli biçimde denetlenir ve yönlendirilir. Böylece hem finansal şeffaflık sağlanır hem de kurumlar arası standartlaşma desteklenmiş olur.[442]

Örneğin *Oxfam GB:* Oxfam İngiltere, Broad Street (Oxford) merkezli olarak kurulmuş olup bugün yüzlerce bağlı mağazası olan bir parent charity'dir. Yerel mağazalar ve bağış kampanyaları bu ana kuruma bağlı olarak faaliyet gösterir.

---

[440] Lester M. Salamon, *America's Nonprofit Sector: A Primer*, Foundation Center, New York, 2012, s. 10-12.
[441] Hugh Cunningham, *The Challenge of Charity*, s. 47.
[442] Charity Commission for England and Wales, *The Essential Trustee: What You Need to Know, What You Need to Do*, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3, erişim: 3 Temmuz 2025.

Bu kurumsal yapı yalnızca hukukî ve idarî bir çerçeveyle sınırlı kalmayıp, sosyal bilimler literatüründe de çeşitli teorik yaklaşımlar aracılığıyla analiz edilen çok boyutlu bir olguyu temsil etmektedir. Söz konusu hayır kurumları farklı kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde anlamlandırılan çok yönlü yapılardır. Bu kurumlar sadece yardım dağıtan yapılar olmanın ötesine geçerek, toplumsal dayanışmanın, sürdürülebilirliğin ve çevresel sorumluluğun somutlaştığı alanlara dönüşmektedir.

Sosyal sermaye ve dayanışma yaklaşımına göre, hayır kurumları toplum içinde güven duygusunu ve karşılıklı yardımlaşma kültürünü pekiştirerek sosyal sermayenin inşasında merkezî bir rol oynar. Bu yapılar, bireylerin yalnızca maddî değil, duygusal ve toplumsal anlamda da destek bulduğu, toplumsal bağların güçlendiği güven alanları oluşturur.

Bir diğer yaklaşım olan sosyal girişimcilik ve profesyonelleşme perspektifi ise charity kurumlarını klasik yardım kuruluşlarının ötesinde, sürdürülebilir iş modelleri geliştiren ve profesyonel yönetim anlayışına sahip sosyal girişimler olarak değerlendirir. Bu anlayışta, sürdürülebilirlik, hesap verebilirlik, şeffaflık ve kaynakların etkin yönetimi öne çıkan kavramlar arasındadır.

Döngüsel ekonomi ve çevrecilik yaklaşımı ise özellikle charity shop uygulamalarını çevresel fayda açısından analiz eder. Bağış yoluyla elde edilen ürünlerin yeniden kullanıma sunulması, israfın önüne geçilmesini sağlarken aynı zamanda tüketim kültürünün yeniden şekillenmesine de katkı sunar. Bu bağlamda, hayır kurumları sadece sosyal değil, aynı zamanda ekolojik fayda üretme potansiyeline sahip aktörler olarak konumlanmaktadır.

Bu çeşitli yaklaşımlar, hayır kurumlarının modern dünyada çok boyutlu işlevler üstlendiğini; yalnızca yardımlaşma değil, aynı zamanda toplumsal dönüşüm, ekonomik sürdürülebilirlik ve çevresel duyarlılık gibi alanlarda da etkili olduklarını göstermektedir..[443]

Örneğin İngiltere'de yaygın olan charity shoplar, bağışlanan eşyaların satışından elde ettikleri gelirle sosyal projelere destek verirler. Bu tür mağazalar, hayır kurumlarının önemli bir parçasıdır. İngiltere'de Oxfam**,** British Red Cross, Salvation Army gibi kuruluşlar, bağışları toplayıp mağazalarında satarak elde ettikleri geliri

[443] George Campbell Gosling, *The British Charity Shop, 1940s–1970s*, Bristol University Press, Bristol, 2024, s. 110.

eğitim, sağlık ve afet yardımları gibi alanlarda değerlendirir.[444] "Bu uygulama, bağışın doğrudan sosyal hizmete dönüşmesini sağlayan özgün bir örgütsel araçtır.

2. Charity Shopların Çok Boyutlu Katkıları

Charity shopların topluma sağladığı katkılar çok boyutludur. Bunlar arasında, her mağazanın bağlı bulunduğu kuruma aktardığı gelir miktarı; bu gelirle yürütülen sosyal ve sağlık hizmetleri; mağazalarda istihdam edilen kişilerin ekonomik kazanımları, gönüllülerin kişisel gelişimi ve toplumla bağ kurma fırsatları; yeniden kullanım ve geri dönüşüm yoluyla doğaya sağlanan fayda; sosyal etkileşim, toplumsal uyum ve hatta mahkûmların rehabilitasyonu gibi sosyal değerler yer almaktadır.

Birleşik Krallık'ta charity sektörü, toplumsal dayanışma, gönüllülük ve sosyal hizmet üretimi açısından yalnızca kültürel bir yapı değil, aynı zamanda ekonomik olarak da dikkate değer bir sektör konumundadır. 2024 verilerine göre yalnızca fiziksel charity shoplar üzerinden yılda yaklaşık 363 milyon sterlin gelir üretilmektedir; bu mağazalarda 26.000 tam zamanlı çalışan görev almaktadır. [445] Ancak charity shoplar, hayır sektörünün yalnızca perakende boyutunu temsil etmektedir. Daha geniş ölçekte ele alındığında, 2025 yılı itibarıyla İngiltere ve Galler'de kayıtlı hayır kurumu (charity) sayısı 170.828[446]'e ulaşmış olup, bu kuruluşların toplam yıllık gelirleri 100 milyar sterlinin üzerine çıkmaktadır. [447] Bu yapı, yalnızca sosyal fayda ve bağışların değerlendirilmesi değil, aynı zamanda geri dönüşüm ve döngüsel ekonomi açısından da işlevsel bir kanal sunmaktadır.

Charity sektörü, gelir ve büyüklük açısından oldukça çeşitlilik göstermektedir. Kurumların yaklaşık %80'ini yıllık geliri 100 bin sterlinin altında olan küçük ölçekli hayır kurumları oluştururken, büyük ölçekli charity'ler (geliri 10 milyon sterlinin üzerinde olanlar) sektördeki harcamaların yaklaşık %66'sını gerçekleştirmektedir. Bu

---

[444] Charity Commission for England and Wales, "*Public Benefit Guidance*", https://www.gov.uk/government/publications/public-benefit-the-public-benefit-requirement-in-charities, erişim: 2 Temmuz 2025; Oxfam GB, "*How Our Shops Work*", https://www.oxfam.org.uk/about-us/history-of-oxfam, erişim: 2 Temmuz 2025.

[445] Charity Retail Association, *Annual Review 2024*, https://www.charityretail.org.uk/about-charity-retail, erişim: 2 Temmuz 2025.

[446] Charity Commission for England and Wales, *Sector Overview* (2025), https://register-of-charities.charitycommission.gov.uk/en/sector-data/sector-overview, erişim: 2 Temmuz 2025.

[447] Charity Digital, "Fundraising Facts You Need to Know in 2025", https://charitydigital.org.uk/topics/fundraising-facts-you-need-to-know-in-2025-11052, erişim: 2 Temmuz 2025.

durum, sektördeki gelir eşitsizliğini ve kaynakların büyük kısmının az sayıdaki yapı tarafından kontrol edildiğini göstermektedir.[448]

Charity shoplarda satılan ürünlerin %90'dan fazlası bağışlardan oluşurken, bazı mağazalar sınırlı oranda yeni ürün ("bought-in goods") de satmaktadır. Bu ürünlerin ortalama oranı mağaza başına %6 civarındadır. Çoğu mağaza yalnızca bağış ürünleri satmayı tercih etse de, bazıları adil ticaret (fair trade) ilkeleriyle üretilmiş yeni ürünleri de raflarına dahîl etmektedir. Ancak bir mağazanın "hayır amaçlı" statüsünü ve bu doğrultuda vergi muafiyetlerini koruyabilmesi için satışlarının büyük çoğunluğunu bağış ürünlerinden elde etmesi gerekmektedir.[449]

Hayır kurumları yalnızca ekonomik hacimleriyle değil, istihdam ve gönüllülük alanındaki etkileriyle de dikkat çekmektedir. 2024 verilerine göre sektörde yaklaşık 923.000 kişi mütevelli (trustee) olarak görev almakta, ayrıca yaklaşık 6,8 milyon gönüllü aktif olarak çeşitli görevlerde yer almaktadır[450]. Bu gönüllü katkı, sektöre yaklaşık 23 milyar sterlinlik ekonomik bir değer sağlamaktadır.[451]

Bu çok boyutlu katkının somut bir örneği South Bucks Hospice (SBH) tarafından geliştirilmiştir. SBH, 2012 yılında Buckinghamshire İl Meclisi ve uluslararası bir atık yönetim şirketi olan FCC Environmental ile iş birliği yaparak iki geri dönüşüm merkezînin işletmesini üstlenmiştir. Bu merkezlerde görev yapan "*reuse champions*" (yeniden kullanım gönüllüleri), satışa uygun ürünleri tespit edip onsite reuse shoplarda satışa sunmuştur. İlk yedi ayda 33.512 ürünün satıldığı bu uygulama, hem geri dönüşüm davranışını güçlendirmiş hem de kurumun tanınırlığını artırmıştır.

SBH ayrıca, FCC Environmental, yerel yönetim ve Her Majesty's Prison (HMP) Bovingdon ile dört taraflı başka bir iş birliği gerçekleştirmiştir. Geri dönüşüm merkezîne bırakılan bisikletler haftada bir kez hapishaneye gönderilmiş, mahkûmlar burada bisikletleri onararak hem sosyal becerilerini geliştirmiş hem de mesleki nitelik kazanarak bisiklet tamiri alanında NVQ (National Vocational Qualification**)** sertifikası almıştır. Satıştan elde edilen gelir SBH'ye aktarılırken, kamu da çöp sahasına giden atık

[448] NCVO (National Council for Voluntary Organisations), *UK Civil Society Almanac 2024*, https://almanac.ncvo.org.uk.
[449] Robin Osterley, Ian Williams, "The Social, Environmental and Economic Benefits of Reuse by Charity Shops", in: *Detritus*, 2019, c. VII, s. 29-35.
[450] NCVO (National Council for Voluntary Organisations), *UK Civil Society Almanac 2024*, https://almanac.ncvo.org.uk.
[451] *Third Sector Trends Report 2024*, https://www.communityfoundation.org.uk/insights/third-sector-trends, erişim: 2 Temmuz 2025.

miktarını azaltmış, FCC maliyetlerini düşürmüş, yerel halk ucuz ürünlere erişmiş ve mahkûmlar rehabilitasyon sürecinde iş becerisi edinmiştir.[452]

Charity mağazalarının işlevi yalnızca gelir elde etmekle sınırlı değildir; bu yapılar, birbirini tamamlayan dört temel işlevi yerine getirir:

- *Sosyal Hizmet:* Özellikle düşük gelirli bireyler için erişilebilir fiyatlarla temel ihtiyaç ürünleri sunarak sosyal fayda sağlarlar. Bu işlev, kuruluşlarının ilk dönemlerinden itibaren ön plandadır.
- *Geri Dönüşüm:* Kullanılmış ürünleri yeniden dolaşıma sokmak ve satılamayacak durumdakileri paçavra (rag) olarak farklı sektörlerde kullanıma sunmak suretiyle çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunurlar.
- *Farkındalık ve Tanıtım:* Mağazalar, yalnızca satış noktası değil, aynı zamanda hayır kuruluşunun misyonunu tanıtan ve gönüllü kazandıran bilgilendirme merkezleri olarak da işlev görür.
- *Gelir Elde Etme*: Mağazalar, bağışlardan bağımsız ve serbest kullanıma uygun fon sağlayarak kuruluşların malî sürdürülebilirliğini destekler.[453]

Charity shoplar, Birleşik Krallık genelinde hem ekonomik hem de sosyal düzeyde önemli bir rol üstlenmektedir. Son veriler, her yıl İngiltere'deki hanelerin %90'ının en az bir kez charity mağazasından alışveriş yaptığını ve yetişkin nüfusun %74'ünün bağışçı olarak katkıda bulunduğunu göstermektedir. Geniş halk kesimlerince benimsenmiş olan bu yapılar; ikinci el ürünlerin erişilebilir fiyatlarla sunulması, gönüllülük faaliyetlerinin desteklenmesi, çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlanması ve kentsel alanlarda sosyal aidiyetin güçlendirilmesi gibi pek çok işlevi aynı anda yerine getirmektedir.

Ekonomik katkılarının yanı sıra çevresel etkileri de dikkate değerdir. 2015/16 yılında yalnızca tekstil ürünlerinin yeniden kullanımı ve geri dönüşümü sayesinde yaklaşık 6,9 milyon ton karbon salımı engellenmiş, belediyelere ise 27 milyon sterlin tutarında çöp vergisi (landfill tax) tasarrufu sağlanmıştır. Üstelik bu katkılar yalnızca çevreyle sınırlı kalmamış; düşük gelirli bireylerin uygun fiyatlı giyim ve eşya temini, yaşlıların sosyal etkileşim alanına erişimi, gençlerin iş deneyimi kazanması gibi çok boyutlu sosyal faydalar yaratılmıştır. Nitekim araştırmalara göre gönüllülerin %93'ü

[452] Robin Osterley, Ian Williams, "The Social, Environmental and Economic Benefits of Reuse by Charity Shops", in: *Detritus,* 2019, c. VII, ss. 29-35, s. 34-35.
[453] Suzanne Horne, "Charity Shops in the UK*", International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 4, 1998, c. XXVI, s. 155-161, 156.

rollerinden memnun olduklarını, %90'ı ise çalıştıkları mağazayı "harika bir iş yeri" olarak tanımlamaktadır. Özellikle iş arayan gönüllülerin %66'sı, gönüllü çalışmalarının istihdam edilebilirliklerini artırdığını ifade etmektedir.[454]

Toplumsal katılım açısından da charity shoplar kapsayıcı yapılar sunmaktadır. Her ne kadar kadınların bağışçı ve alışverişçi olarak sektördeki temsili daha yüksek olsa da, etnik kimlik, yaş grubu, sosyo-ekonomik sınıf gibi parametreler charity shop kullanımında belirleyici olmamaktadır. Bu durum, bu alanların toplumun her kesiminden bireylere hitap eden birer sosyal alan olarak işlediğini göstermektedir. Örneğin; bu mağazalarda gönüllü olarak çalışan bireyler, sosyal ilişkilerini geliştirir, yerel topluluk içinde aidiyet duygusu kazanır ve bireysel sosyal sermaye elde ederler.[455]

Modern tüketim teorilerine göre, charity shoplar bireysel düzeyde etik tüketim davranışını güçlendirmektedir. Tüketiciler, bu mağazalardan alışveriş yaparak ekonomik faaliyetlerini toplumsal faydayla ilişkilendirir ve böylece bireysel tatmin sağlarlar. Ayrıca, tüketiciler charity shop alışverişi sayesinde, yalnızca ürün satın almazlar, aynı zamanda sosyal ve ahlâkî bir deneyim yaşarlar. [456]

Charity shoplar, küresel ölçekte çevresel sürdürülebilirlik ve insânî yardımlar açısından, bireysel düzeyde ise etik tüketim, toplumsal dayanışma ve ekonomik erişilebilirlik açısından önemli katkılar sağlamaktadırlar. Bu mağazaların faaliyetleri, günümüz toplumunun ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlarına karşı çok boyutlu çözümler üretme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, charity shopların sosyal bilimler ve ekonomi literatüründe daha kapsamlı şekilde incelenmesi, modern tüketim kültürünün ve döngüsel ekonominin gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Döngüsel ekonomi, üretim ve tüketim süreçlerinde kaynakların mümkün olan en uzun süre boyunca kullanımını sağlayarak atık oluşumunu minimum düzeye indirmeyi amaçlayan sürdürülebilir bir ekonomi modelidir. Geleneksel doğrusal ekonomi modelinin (üret-tüket-at) aksine, döngüsel ekonomi, kaynakların sürekli olarak yeniden kullanılmasına, geri dönüşümüne (recycling) veya değer kazandırılarak yeniden dönüştürülmesine (upcycling) odaklanır. Bu model, yalnızca çevresel sürdürülebilirliği

[454] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops*, Londra: Demos, 2013,s. 16.
[455] Charity Retail Association, "*Volunteering in Charity Shops",* 2023, https://www.charityretail.org.uk/volunteering/, erişim: 10 Temmuz 2025.
[456] Ellen MacArthur Foundation, *Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition*, Ellen MacArthur Foundation, Cowes, 2013, s. 7-10.

değil, aynı zamanda ekonomik verimliliği ve sosyal faydayı da artırmayı hedeflemektedir.[457]

Bu bağlamda charity shoplar, döngüsel ekonominin uygulanabilir ve somut örneklerinden biridir. Charity shoplarda satışa sunulan ikinci el ürünler (second-hand), daha önce kullanılmış fakat hâlâ değer taşıyan eşyalardır. Bu mağazalar, bağışlanan ürünlerin yeniden kullanımı (reuse), amaç değiştirilerek farklı şekillerde değerlendirilmesi (repurpose), onarımı (repair) ya da yaratıcı bir biçimde değer kazandırılması (upcycle) sayesinde kaynakların yaşam döngüsünü uzatır ve böylece atık miktarını azaltarak çevresel ayak izini düşürür. Dolayısıyla charity shop modeli, ekonomik faaliyetleri toplumsal dayanışma ve çevresel duyarlılıkla birleştirerek döngüsel ekonomi anlayışına önemli katkılar sağlar.[458] Charity shopların bu yönüyle, sürdürülebilir tüketim kültürünün yaygınlaşmasına yönelik farkındalığı artırdığı ve tüketicileri daha bilinçli bir alışveriş biçimine yönlendirdiği söylenebilir.[459]

Charitylerin kendiliğinden parçası oldukları döngüsel ekonomi yapısı, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konularındaki çevresel farkındalığın artmasıyla birlikte daha geniş bir ilgi alanı haline gelmiştir. Yeniden kullanım (reuse), ürünlerin ömrünü uzatarak atık oluşumunu geciktiren veya tamamen engelleyen önemli bir atık önleme yöntemidir. Bu uygulama, yeni ürünlerin üretimi için gerekli olan ham maddelerin çıkarılmasına duyulan ihtiyacı azaltmakta ve doğal kaynak tüketimini sınırlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde, onarım ve yeniden kullanım yalnızca bir çevresel tercih değil, aynı zamanda yaygın bir yaşam biçimi olup, yoksullukla mücadelede önemli bir rol oynamakta ve dezavantajlı bireyler için gelir kapısı oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda, hem özel sektör firmaları hem de devletler, bu alanlarda çeşitli teşvik mekanizmaları ve düzenleyici tedbirler geliştirmeye başlamışlardır. Söz konusu çabalar, yalnızca atık miktarını azaltmayı değil, aynı zamanda sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerinin toplumsal düzeyde yaygınlaştırılmasını da hedeflemektedir. Bu bağlamda charity mağazaları, yalnızca sosyal fayda sağlayan yapılar olarak değil, aynı zamanda çevre politikalarıyla uyumlu mikro-ekonomik aktörler olarak da değerlendirilmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise geçmişte yeniden kullanım, genellikle düşük gelirli bireylerin ya da bütçesini zorlamadan şık görünmek isteyen gençlerin

[457] Ellen MacArthur Foundation, *Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition*, s. 7-10.
[458] Bethan R. Dolphin, Peter J. Shaw, Ian D. Williams, "*Reuse within the UK's Charity Retail Sector: Steps towards Sustainability, Resources, Conservation and Recycling"*, c. CXCVIII, 2023, s. 2-6.
[459] Suzanne Horne, Avril Maddrell, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, Routledge, London, 2002, s. 45-47.

tercih ettiği bir pratikti. Ancak son yıllarda, bu eğilim sosyal ve ekonomik nedenlerle yeniden popülerlik kazanmıştır.

Avrupa Birliği'nde, *2008/98/EC sayılı Direktif'in 11. maddesi* kapsamında, tüm üye ülkelerin yeniden kullanım ve onarım ağlarını desteklemeye yönelik önlemler alması yasal olarak teşvik edilmektedir.[460] Buna paralel olarak, "pre-loved" ya da "pre-owned" ürünlerin satın alınması, yalnızca ekonomik gerekçelerle değil, aynı zamanda sembolik ya da politik bir duruş olarak da tercih edilmeye başlanmıştır. Özellikle moda alanında, geçmiş dönemlere ait tasarımlardan ilham alan markaların etkisiyle "vintage" giyim ürünlerine olan ilgi artmış ve bu tür ikinci el tüketim, kültürel bir trend hâline gelmiştir.[461]

Diğer taraftan firmalar, ürünlerinin ve bileşenlerinin kullanım ömrü sona erdiğinde, bu ürünlerin değerini korumaya yönelik döngüsel ekonomi stratejileri geliştirmeye başlamıştır. Bu stratejiler arasında doğrudan *yeniden satış* (direct resale), *onarım* (repair), *güncelleme* (upgrade), *yenileme* (refurbishment), *yeniden üretim* (remanufacturing) ve *yeni amaçlarla değerlendirme* (repurposing) gibi yöntemler yer almaktadır. Yeniden kullanımın önemli biçimlerinden biri olan doğrudan yeniden satış, günümüz toplumunda çok çeşitli şekillerde gerçekleştirilmektedir. Bu süreci kolaylaştıran önemli faktörlerden biri de dijital platformlardır. Amazon ve eBay gibi küresel satış ağlarının yanı sıra, Gumtree, Facebook Marketplace, Freecycle ve Depop gibi yerel tabanlı platformlar da kullanıcıların düşük maliyetli ikinci el ürünlere erişimini sağlamaktadır.[462]

Bu gelişmeler ışığında charity retail sektörü, yeniden kullanımın faydalarını hem çevresel hem toplumsal düzeyde görünür kılan önemli bir aktör hâline gelmiştir. Charity shoplar, yeniden kullanım ve geri dönüşüm hizmetlerini yaygınlaştırmanın yanı sıra geniş kitlelere düşük maliyetli ürünler sunmaktadır. Birleşik Krallık'ta her on kişiden altısı son bir yıl içinde charity shoplardan alışveriş yapmış, sekiz kişiden fazlası ise bu mağazalara ürün bağışında bulunmuştur. Bu mağazaların cazip bulunmasının nedenlerinden biri de, fiyatlarının çoğu zaman hem normal perakende mağazalarından hem de ticarî ikinci el dükkânlardan daha uygun olmasıdır.

---

[460] European Parliament and the Council of the European Union, *Directive 2008/98/EC of The European Parliament and of the Council of 19 November 2008 on Waste and Repealing Certain Directives*, Official Journal of the European Union, Brussels, 2008.

[461] Tracy Cassidy, Hazel Bennett, "The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer", *Fashion Practice*, S. 2, 2012, c. IV, s. 239-261.

[462] Ian D. Williams, Peter J. Shaw, "Reuse: Fashion or Future?", *Waste Management*, 2017, c. LX, s. 1-2.

Bununla birlikte, charity üzerinden bağış yapan firmalar, markalarını "*sosyal sorumluluk sahibi*" ve "*sürdürülebilir üretimi destekleyen*" bir yapıda konumlandırarak günümüz etik tüketim eğilimlerine uyum sağlamış olurlar. Bu durum, pahalı tanıtım kampanyalarına gerek kalmadan olumlu marka imajı oluşturmak açısından son derece değerlidir. Ayrıca charity mağazaları, çok çeşitli sosyal ve ekonomik kesimlerden tüketicilere hitap ettiğinden, firmalar bu ortamı yeni ürünlerini farklı hedef kitlelerde denemek, geri bildirim toplamak ve marka bilinirliğini artırmak amacıyla stratejik bir test alanı olarak da kullanabilirler. Özellikle butik üreticiler ya da deneysel tasarımlar geliştiren yarı kurumsal firmalar için bu, düşük riskli bir yenilik alanı sunmaktadır.

Bu noktada charity mağazaları, yalnızca toplumsal fayda üretmekle kalmayıp aynı zamanda bu firmalara ekonomik kayıplarını minimize etme ve ürünlerini sosyal faydaya dönüştürme imkânı sunarak destekleyici bir rol üstlenmektedir. Kurumsal olmayan ya da yarı kurumsal tekstil firmaları, sezon sonunda ellerinde kalan stokları çoğu zaman yüksek indirimlerle elden çıkarmak ya da depolama ve saklama maliyetleri nedeniyle imha etmek zorunda kalmaktadır. Ancak bu ürünlerin charity mağazalarına bağışlanması, yalnızca çevresel sorumluluğu desteklemekle kalmaz (tekstil atığının azaltılması gibi), aynı zamanda firmalara etik, yasal ve lojistik kolaylıklar sağlar. Birleşik Krallık gibi bazı ülkelerde hayır kurumlarına yapılan aynî bağışlar, belirli koşullarda vergi avantajı sağlayabilir. Firmalar bu sayede vergi ödemekten muaf tutulabilirken, aynı zamanda ürünlerin imhasına ilişkin operasyonel maliyetleri de en aza indirebilirler. Bu tür avantajlar, özellikle küçük ve orta ölçekli üreticiler açısından dikkat çekici bir fırsat sunar.

Charity perakende sektörü uzun süre boyunca toplumsal bir fayda alanı olarak varlığını sessizce sürdürmüş, geniş ölçekte sorgulanmaksızın kabul görmüştür. Ancak son yıllarda bu sektör hem yapısal hem de algısal açıdan önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Charity shoplar yalnızca bağışlarla ürün satarak gelir elde etmekle kalmamakta, aynı zamanda geri dönüşüm ve yeniden kullanım davranışlarını teşvik etmekte, erişilebilir fiyatlarla ürün sunmakta ve bağlı oldukları kurumlara maddî kaynak sağlamaktadır. Özellikle 2008 ekonomik krizinden sonra bu mağazaların sayısında belirgin bir artış yaşanmış; görünüm, düzen ve pazarlama stratejileri açısından daha profesyonel bir çizgiye geçerek geleneksel "tozlu, dağınık" imajlarını geride bırakmışlardır. Bu dönüşüm sayesinde, charity shoplar artık yalnızca birer yardım aracı değil, yüksek caddelerdeki (high street) diğer perakendecilerle rekabet edebilen ve yeniden kullanımın somut faydalarını gösteren önemli sosyal aktörler hâline gelmiştir.

Ancak bu olumlu tabloya karşın, charity mağazalarının bazı eleştirilere maruz kaldığı da görülmektedir. Her ne kadar kamuoyunun %75'i bu mağazalara yönelik emlak vergisi indirimini desteklese de, %50'lik bir kesim, "sağlıklı bir yüksek cadde (high street)" için daha az sayıda charity mağazası bulunması gerektiğini düşünmektedir. Bu ikircikli algı, özellikle mağaza sayısının arttığı düşük gelirli bölgelerde charity shopların kentsel gerilemenin sembolü olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır.[463]

Charity mağazalarının sağladığı bu çok yönlü katkılar derin katmanlı adlandırma biçimleri olarak birden fazla isimle anılmasına da sebep olmuştur. "*Pre-loved*", "*reborn*", "*rescued goods*", "*hidden treasure*" ve *"loved again*" gibi ifadeler, ikinci el ürünlerin geçmişte kullanılmış olmasını bir eksiklik ya da kusur değil, aksine bir hikâye ve duygusal değer kaynağı olarak sunar. "Pre-loved" ifadesi, bir ürünün daha önce bir başkası tarafından sevgiyle kullanıldığını ima ederken, "reborn" (yeniden doğmuş) ve "rescued goods" (kurtarılmış ürünler) kavramları, atıl durumda olan nesnelerin yeniden yaşama kazandırıldığı fikrini taşır. "Hidden treasure" (gizli hazine) ve "loved again" (yeniden sevilen) gibi ifadeler ise alışverişin yalnızca ekonomik bir faaliyet değil, aynı zamanda kişisel keşif ve duygusal tatmin sağlayan bir deneyim olduğunu vurgular.

Bu söylem biçimi, tüketicide ürünle duygusal bir bağ kurmayı hedeflerken alışverişi etik bir eylem hâline getirir. "*Reuse*" (yeniden kullanmak), "*repurpose*" (başka bir amaçla yeniden işlevlendirmek), "*upcycle*" (değerini artırarak yeniden değerlendirmek) ve "*reclaim*" (geri kazanmak) gibi çevreci kavramlar ise, atık üretimini azaltan ve kaynakları verimli kullanan döngüsel ekonomi anlayışının bir parçası olarak charity shopların çevresel sürdürülebilirliğe katkısını ortaya koyar. "*Non-profit retail*" (kâr amacı gütmeyen perakende), "*social enterprise*" (sosyal girişim) ve "*ethical consumption*" (etik tüketim) kavramları ise bu mağazaların yalnızca ticarî yapılar olmadığını; aynı zamanda gönüllülük, toplumsal fayda ve ahlâkî sorumluluk temelleri üzerinde yükselen sosyal bir hizmet alanı olduğunu hatırlatır.[464] Dolayısıyla charity shoplarda kullanılan bu ifadeler, bağış temelli alışverişin hem sosyal fayda hem de bilinçli tüketimle bütünleştiği çok yönlü bir yapıyı temsil eder.

Sonuç olarak bu bağış süreci, Marcel Mauss'un "*karşılıklılık döngüsü*" yaklaşımıyla da açıklanabilecek çok yönlü bir fayda zinciri yaratır: Firma bağışta

[463] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops*, Demos, Londra, 2013, s. 18-27.
[464] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, Doktora Tezi, University of York, Department of Sociology, Eylül 2013, s.22.

bulunur, hayır kurumu gelir elde eder, toplumun dar gelirli kesimleri kaliteli ürünlere erişim sağlar ve firma hem sosyal itibarını artırır hem de görünürlüğünü güçlendirir. Bu döngüde ekonomik kazanç ile toplumsal fayda bir arada ilerlemekte, sosyal değer üretimi ile piyasa gerçekleri dengelenebilmektedir.[465]

Charity shoplar, yalnızca bağış sürecinde değil, bu bağışlardan elde edilen gelirlerin aktarımında da iki yönlü bir fayda üretmektedir. Hem bağışçıların sosyal katkı sağlamasına aracılık eder hem de toplanan gelirlerin yönlendirildiği alanlarda somut etkiler yaratır. Charity shoplar tarafından elde edilen gelirler, genellikle yoksullukla mücadele, sağlık hizmetleri ve insânî yardım faaliyetlerinde kullanılmakta; Oxfam gibi uluslararası kuruluşlar bu kaynaklarla kriz bölgelerine ve afet anlarında küresel ölçekte destek sunabilmektedir. [466] Ayrıca, bu yapılar finansal şeffaflık ve hesap verebilirliği teşvik ederek, bağışların hedeflenen alanlara güvenilir biçimde ulaşmasını sağlamaktadır. [467]

Sonuç olarak charity shoplar, yalnızca ikinci el ürünlerin satıldığı mağazalar değil; ekonomik dayanışmayı, çevresel duyarlılığı, toplumsal etkileşimi ve gönüllülük kültürünü birlikte barındıran çok yönlü kurumlar olarak öne çıkmaktadır. Bu yapılar, yüksek enflasyon ve kamu desteğinin azaldığı dönemlerde daha da hayatî hale gelmekte; dolayısıyla gerek politika yapıcıların gerekse sektör aktörlerinin bu potansiyeli çok boyutlu bir perspektifle değerlendirmesi gerekmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, charity sektörü hem sosyal hizmetlerin tamamlayıcısı hem de ekonomik olarak bağımsız bir alan olarak Birleşik Krallık toplumu içerisinde hayatî bir rol oynamaktadır. Gönüllülüğün yaygınlığı, gelir hacmi ve kamu politikalarıyla olan etkileşimi, bu alanın sadece ahlâkî bir duyarlılıktan değil, aynı zamanda yapısal bir kurumsal sistemden oluştuğunu göstermektedir.[468]

Charity shopların ekonomik, sosyal ve kültürel katkıları kadar, bu katkıların güvenilir, şeffaf ve sürdürülebilir bir zeminde gerçekleşmesi de büyük önem taşımaktadır. Zira gönüllülük esasına dayalı bağış ekonomisinin kurumsal güvenilirliği, yalnızca toplumun desteğini sürdürmekle kalmaz; aynı zamanda sektörün uzun vadeli istikrarını da teminat altına alır. Bu bağlamda, Birleşik Krallık'ta charity shopların

[465] Marcel Mauss, *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*, çev. Ian Cunnison, Londra: Cohen & West, 1970.
[466] Oxfam International (2025). "Our History and Global Impact". [Online] Erişim: https://www.oxfam.org/en/our-history (10.07.2025).
[467] Peter Howson, "Blockchain Technology and the Charity Sector: Transforming Philanthropy and Transparency", *Nonprofit Management and Leadership,* S. 3, 2021, c. XXXI, s. 543-557.
[468] Richard Charles Goodall, *Identity and the Professionalisation of Charity Shops,* University College Doktora Tezi, London, Ocak 2002, s. 100.

faaliyetlerini etik, yasal ve operasyonel standartlara uygun biçimde yürütmesini sağlamak üzere oluşturulan ACS Kitemark sistemi dikkate değer bir örnek teşkil etmektedir.[469] Birleşik Krallık'taki hayır kurumu mağazalarının (charity shops) etik, yasal ve operasyonel standartlara uygun şekilde faaliyet göstermesini sağlamak amacıyla, Association of Charity Shops tarafından belirlenen ACS Kitemark (kalite amblemi) kullanım kurallarını içermektedir.

Bu belgede, Birleşik Krallık'taki hayır kurumu mağazalarının (charity shops) etik, yasal ve operasyonel standartlara uygun şekilde faaliyet göstermesini sağlamak amacıyla, "Association of Charity Shops" tarafından belirlenen ACS Kitemark (kalite amblemi) kullanım kurallarını içermektedir. Belge, Kitemark'ı kullanan kurumların uyması gereken yasal yükümlülükleri (sağlık, güvenlik, tüketici hakları, vergi gibi), gönüllülük esaslı işletme prensiplerini, bağışların şeffaf ve adil şekilde değerlendirilmesini ve profesyonel yönetim ilkelerini açıklar. Ayrıca, sadece bağışlanmış ürünlerin satılması, mağazaların temiz ve düzenli olması, atık yönetimine dikkat edilmesi gibi "iyi uygulama" örneklerini sıralar. Kurallara uyulmaması halinde yazılı uyarı veya Kitemark'ın iptali gibi yaptırımlar öngörülür. Bu belge, charity sektörü içinde güvenilirlik, hesap verebilirlik ve sürdürülebilir yardımlaşma esaslarını korumayı amaçlayan bir öz-denetim ve kalite kontrol aracıdır. Bu tablo ve kurallar, charity shopların kurumsal güvenilirliğini sağlamak, sektörel kaliteyi artırmak ve gönüllü bağış ekonomisinin sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla uygulanır. Akademik açıdan bu belge, hayır kurumlarının öz-denetim ve etik standart geliştirme pratiklerinin bir örneği olarak değerlendirilebilir.[470]

3. Charity Shoplarda Gönüllülük: Gönüllü Profilleri ve Katılım Dinamikleri

Gönüllü emeği, charity mağazalarını geleneksel perakendecilerden ayıran temel unsurlardan birisidir. Hayır kurumlarının birçok operasyonel faaliyetini sürdürebilmeleri, büyük ölçüde gönüllü bireylerin katkılarına dayanmaktadır. Üstelik bu katkı yalnızca iş gücü temininden ibaret değildir; gönüllüler aynı zamanda toplumsal dayanışma, sosyal aidiyet ve aktif vatandaşlık gibi değerlerin hayata geçirilmesinde de kilit rol oynamaktadır. Birleşik Krallık gibi ülkelerde milyonlarca birey, charity shoplar ve yardım kuruluşları aracılığıyla gönüllü olarak faaliyet göstermekte; bu durum, sektörü hem ekonomik hem de sosyal açıdan güçlü ve sürdürülebilir kılmaktadır. 2017

[469] Association of Charity Shops, *ACS Kitemark Standards Document*, London 2018, [erişim: 30.08.2025], https://www.charityshops.org.uk/.
[470] Richard Charles Goodall, *Identity and the Professionalisation of Charity Shops*, s. 178.

yılında yapılan kamuoyu yoklamalarına göre yaklaşık çeyrek milyon insan hayır amaçlı perakende sektöründe gönüllü olarak çalışmıştır.

Ülke genelinde yetişkin nüfusun %6'sı hayatlarının bir döneminde bir charity shopta gönüllülük yapmış olup bu oran yaklaşık 3 milyon kişiye tekabül etmektedir.[471] Bu geniş gönüllü kitlesi, charity mağazalarının yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal etkisinin de büyüklüğünü gözler önüne sermektedir. Gönüllülüğün bireysel motivasyonları, demografik yapıları ve sektöre sağladığı çok boyutlu katkılar, charity yapılarının analizinde ayrı bir inceleme alanı olarak öne çıkmaktadır.

Charity mağazalarında gönüllülük yapan bireylerin profili, hem ücretli perakende çalışanlarından hem de genel gönüllü kitlesinden belirgin şekilde farklılık göstermektedir. Araştırma bulgularına göre, bu mağazalarda görev alan gönüllülerin çoğunluğunu evli ya da dul, 55 yaş üstü, emekli beyaz kadınlar oluşturmaktadır. Bu görünüş, sahadaki gözlemlerle örtüşmekle birlikte, kaynaklarda tanımlanan tipik gönüllü profilinden ayrışmaktadır. Tipik gönüllü profili; 35–45 yaşları arasında, hem kadın hem erkek olma olasılığı eşit, genellikle profesyonel meslek sahİbi, tam zamanlı çalışan ve yüksek sosyoekonomik statüye sahip bireylerden oluşur. Ayrıca, bu bireylerin gönüllülüğe katılım nedenleri sıklıkla özgecil (altruistik) motivasyonlara dayanır.[472]

Gönüllülerin yalnızca küçük bir kısmı (%20'den azı) daha önce perakende alanında deneyim sahibidir. Bu bulgu, charity mağazalarının gönüllü eğitimi ve görev dağılımı açısından özel stratejiler geliştirmesini gerekli kılmaktadır. Ayrıca, 55 yaş üstü gönüllüler arasında sosyal motivasyonların (örneğin arkadaş edinme, boş zaman değerlendirme) yaygın olduğu düşünülse de, bu çalışmada yalnızca %33'ü yeni insanlarla tanışmayı, %2'si ise boş zaman değerlendirmeyi önemli bir neden olarak göstermiştir.[473]

Demos'un 2013 tarihli raporunda, charity mağazalarında gönüllülüğün bireyler üzerinde çok yönlü olumlu etkiler yarattığı vurgulanmıştır. Bu etkiler arasında ekip duygusunun gelişmesi, özsaygı ve güven artışı ile iş arayan bireyler için beceri geliştirme ve istihdam geçişi gibi işlevler öne çıkmaktadır. Mağaza yöneticileri için sağlanan istikrarlı istihdam imkânı da ekonomik olarak zayıf bölgelerde dahî bu kurumları "yerel halk için iyi iş imkânları sunan" yapılar hâline getirmiştir.

---

[471] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back*, s. 29–31.
[472] Adelina Broadbridge, Suzanne Horne, "Volunteers in Charity Retailing: Recruitment and Training", in: *Nonprofit Management & Leadership*, No. 3, Spring 1996, Vol. 6, ss. 255–270, s.258.
[473] Adelina Broadbridge, Suzanne Horne, "*Volunteers in Charity Retailing: Recruitment and Training*", s. 259.

2017 yılı araştırma bulguları bu olumlu tabloyu desteklemektedir. Gönüllülerin %93'ü mevcut rollerinden memnun olduklarını belirtmiş, %90'ı ise çalıştıkları organizasyonu "çalışmak için harika bir yer" olarak tanımlamıştır. Gönüllülerin %96'sı hem özel olarak temsil ettikleri hayır kurumuna hem de genel anlamda hayırseverliğe katkı sağlamaktan memnuniyet duyduklarını ifade etmiştir. %90'ı toplumlarına katkı sağladığını hissetmektedir. Ayrıca, sosyal boyutlar da ön plandadır: %95'i yeni insanlarla tanışma ve sosyalleşme fırsatından memnuniyet duyarken, %92'si ekip aidiyetinden fayda sağladığını ifade etmiştir.[474]

Kişisel gelişim ve beceri edinme konularında da güçlü geri bildirimler mevcuttur. Gönüllülerin yaklaşık dörtte üçü (%77) bu deneyimin özsaygı ve özgüvenlerini artırdığını, %73'ü ise fiziksel ve/veya zihinsel sağlıklarını iyileştirdiğini belirtmiştir. %75'i gönüllülük yoluyla yeni beceriler edindiklerini söylemiştir. Bu becerilerin işgücü piyasasıyla bağlantılı olduğunu düşünenlerin oranı da yüksektir: %70'i genel iş tecrübesi kazandığını, %63'ü ise perakende deneyiminden fayda sağladığını dile getirmiştir.[475]

Ancak gönüllülerin gelişimden elde ettiği fayda, motivasyonlarına göre değişkenlik göstermektedir. Özellikle emekli bireylerin gönüllülük deneyiminden istihdamla ilgili sonuçlar beklememesi, bu faydanın yaşa göre farklılaşmasında etkili olmaktadır. Anket bulguları, gönüllülerin yaş gruplarına göre elde ettikleri faydaların farklılaştığını açıkça göstermektedir. Genç gönüllüler, gönüllülüğü sıklıkla iş deneyimi, beceri ve özgüven gelişimi ile ilişkilendirirken; yaşlı gönüllüler için sosyal bağlar ve hayır kurumuna katkı sağlama öne çıkmaktadır. 45–65 yaş aralığındaki gönüllüler ise çoğunlukla "vakit geçirmek için yeni ve ilginç bir şey yapma" fırsatını en önemli kazanç olarak değerlendirmektedir. Bu durum, hâlâ çalışabilir yaşta olan fakat iş hayatında yeni bir deneyim arayan bireyler için charity mağazalarının cazip bir alternatif sunduğunu göstermektedir.[476]

Gönüllülük, hayır kurumlarının örgütsel yapısını yalnızca desteklemekle kalmamış; aynı zamanda hiyerarşik işleyişi dönüştürerek bu kurumları geleneksel perakende sektöründeki mağazalardan farklı, daha katılımcı ve topluluk odaklı bir yapıya kavuşturmuştur. Alışılagelmiş ticarî perakende düzenlerinde alt kademe

[474] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops*, s. 29-31.
[475] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops*, s. 29.
[476] Ally Paget, Jonathan Birdwell, *Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops*, s. 31.

çalışanlar sistemin en edilgen unsurlarıyken, charity mağazalarında gönüllülük temelli yapı, bu bireyleri örgütsel işleyişin ve karar alma süreçlerinin en güçlü halkası hâline getirebilmektedir.

Gönüllülere ödeme yapılmaz ve istihdam sözleşmelerine tabi değildirler. İstemedikleri hiçbir şeyi yapmak zorunda değillerdir. Sadece parayla motive olduklarını düşündükleri yöneticilerinden ahlâkî olarak üstün hissedebilirler. Her seviyedeki yöneticiden çok daha uzun süre görev yapma eğilimindedirler ve bu da yardım amaçlı mağazalara ilişkin anlayışlarının (genellikle daha genç) ücretli yönetimden daha üstün olduğuna dair inançlarını güçlendirir. Kendilerine ait olduğuna inandıkları mağaza üzerinde çok güçlü bir sahiplik duygusu hissederler ve onu iyileştirmeye çalışan değişikliklere şüpheyle yaklaşırlar. Ve nihayetinde gelir kaybı veya kötü bir iş referansı konusunda endişelenmeden istedikleri an ayrılabilirler.[477] Elbette her gönüllü böyle değildir, ancak bu tür tutumlar vardır ve geçmişte güçlü bir şekilde var olmuştur.

Charity mağazası gönüllülerinin motivasyonları daha çok normatif gerekçelere dayanmaktadır. Özgecil nedenlerin vurgusu görece zayıf olsa da, hayır kurumunun doğası ve misyonu gönüllülük kararında etkili olmaktadır. Bu gönüllüler arasında, mağazanın evlerine yakın olması, daha önce tanıdıkları kişilerin gönüllü olması ya da perakende deneyimlerinin bulunması gibi pratik unsurlar da önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, gönüllülerin yaklaşık beşte biri mağazanın konumunu önemli bulmakta, dörtte biri mağazada çalışan başka gönüllüleri önceden tanımaktadır. Bu, gayri resmî sosyal ağların, gönüllü kazanımında etkili bir kanal oluşturduğunu göstermektedir.

Ancak bu gönüllü gücü, aynı zamanda yönetim açısından karmaşık bir yapıya da sahiptir. Gönüllüler, sistemde maaş almadan çalıştıkları için büyük bir kaynak olmakla birlikte, kendi fikirlerini işletmeye dayatma eğiliminde de olabilirler. Kısa süreli ve parça parça çalışan gönüllüler genellikle belirli gruplar oluşturur ve "kendi yöntemleriyle çalışmaya" yatkındırlar. Bu durum, özellikle kurumsal değişikliklere karşı direnç doğurabilmektedir.[478]

Gönüllülük motivasyonlarının anlaşılması, sadece mevcut gönüllü kitlesinin sürdürülebilirliğini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda gelecekteki gönüllü kazanım stratejilerinin şekillendirilmesine de katkı sağlar. Gönüllülükte mekânsal erişilebilirlik,

---

[477] Richard Charles Goodall, *Identity and the Professionalisation of Charity Shops*, University College Doktora Tezi, London, Ocak 2002, s.112.

[478] Suzanne Horne, "Charity Shops in the UK", *International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 4, 1998, c. XXVI, ss. 155-161, s. 158.

sosyal etkileşim ve örgütsel misyona bağlılık gibi unsurlar, charity mağazaları için dikkate alınması gereken temel parametrelerdir. Charity mağazalarının işleyişini ve yapısal dinamiklerini sağlıklı biçimde analiz edebilmek için, gönüllülüğün bu belirleyici rolünü kavramak büyük önem taşır. Zira bu kurumlar tarihsel olarak tamamen gönüllü emeğiyle şekillenmiş yapılardır ve günümüzde de gönüllülük, onların normatif ve pratik temellerini oluşturmaya devam etmektedir. Bu nedenle, geliştirilecek model önerilerinde gönüllülük faktörü yalnızca destekleyici değil, belirleyici bir unsur olarak değerlendirilmelidir.

4. Charity Perakendesi: Hayırsever Ticarî Pratikler ve Tüketici Davranışları

Son yıllarda, büyük ölçekli perakende zincirlerinin iflasa sürüklendiği bir dönemde charity mağazalarının istikrarlı bir büyüme göstermesi dikkat çekicidir Bu durum, hayır kurumlarının perakende bölümlerinin sadece talî bir gelir kaynağı olmaktan çıkarak, bağlı oldukları amaçlar için güvenilir ve kazançlı bir ekonomik model haline geldiğini göstermektedir. Bu kurumlar Birleşik Krallıkta, yalnızca bağış ekonomisinin bir aracı olmaktan çıkarak, yeni bir tüketici kültürünü şekillendirmeye yönelik ticarî yapılar adlandırılmaya başlanmıştır. Bu hayırsever ticarî yapılarda görülen alışveriş tutumu yardımseverlik (humanitarianism) ile tüketim (capitalism) arasında oluşan yeni ilişkiler doğrultusunda ilerlemiş; yardım etmek ile alışveriş yapmak arasındaki sınırları giderek daha geçirgen hâle getirmiştir. Bu bağlamda, "*yardım amaçlı alışveriş*" pratiği üzerinden şekillenen **"***yeni bir tüketici davranışı***"** kavramı literatürde dikkat çekmeye başlamıştır.

Bu haliyle charity mağazaları, hayırseverliğin geç kapitalizm koşullarında nasıl evrildiğini ve dönüşüme uğradığını gösteren öncü örnekler arasında kabul edilmektedir. Araştırmamızın bu kısmında, tüketici davranışlarının duygusal ve deneyimsel yönlerine odaklanan teorik yaklaşımları charity shop (hayır mağazası) deneyimi bağlamında ele almaya çalışacağız.

Modern tüketim kültüründe alışveriş, yalnızca temel ihtiyaçları karşılamanın ötesine geçerek keyif, haz, sosyallik ve sembolik anlamlarla örülmüş bir etkinliğe dönüşmüştür. Bu dönüşüm, özellikle ikinci el mağazacılıkta kendini farklı biçimlerde göstermektedir. Charity mağazaları, yalnızca maddî gelir sağlayan yapılar değil, aynı zamanda hayır kurumlarının kamusal yüzü olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda, mağazaların bağışçılar ve müşterilerle kurduğu etkileşim, yalnızca satış değil, toplumsal

farkındalık yaratma amacı da taşımaktadır.[479] İşte bu noktada charity mağazalarında sistem, bu iş birliğini mümkün kılan yapısal bir zemin sunar. Görünürde profesyonelleşmiş ve piyasayla uyumlu gibi görünen bu yapıların arka planında, gönüllülük, etik değerler ve karşılıklılık esasına dayalı toplumsal etkileşim biçimleri yer almaktadır.[480]

Günümüzde özellikle modern tüketiciler – başta Y kuşağı (millennials) ve Z kuşağı olmak üzere – alışverişlerinde etik değerlere, sosyal faydaya ve çevresel sürdürülebilirliğe büyük önem vermektedir.[481] Bu bağlamda charity mağazaları, hem sosyal sorumluluk duygusunu destekleyen hem de ikinci el ürünlerin döngüsel ekonomi içinde değerlendirilmesini sağlayan yapılarıyla, bugünün tüketim kültürüne doğrudan hitap etmektedir.[482]

Charity mağzalarından tüketicinin bir ürün satın alırken aynı zamanda "yardım ettiğini" düşünmesi, ona sadece maddî değil, ahlâkî bir değer de kazandırır. Bu durum, bireyin kendini "sosyal sorumluluğu olan bir birey" olarak tanımlamasına ve bu aidiyet duygusu üzerinden markayla duygusal bir bağ kurmasına neden olur.[483] Bu yönüyle charity shoplar, yalnızca alışveriş yapılan yerler değil; gönüllülük, toplumsal katılım ve sürdürülebilir değer üretimi açısından da birer sosyal alan işlevi görürler. Dolayısıyla kurumun itıbarı, sadece satış başarısı değil, aynı zamanda bu etik bağlamı ne kadar etkili temsil ettiğiyle de şekillenir.[484]

Charity shopların bu özgün konumu, bazı teorisyenler tarafından "*alternatif bir ekonomi*" veya "*direniş ekonomisi*" olarak adlandırılmıştır. Charityler geleneksel tüketim kalıplarının dışında konumlandırılarak kapitalizmin yarattığı atık ve fazlalıkların yeniden kullanıma sokulduğu alanlar olarak görülmektedir.[485] Hatta bu dükkânlar, klasik kapitalist pazarın sunduğu yeni ürünlerin hızlı tüketiminden uzak duran, "romantik etik"le uyumlu tüketim alanları olarak tanımlanır.[486]

---

[479] Bkz. Suzanne Horne, Avril Maddrell, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, s. 28.
[480] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, s. 331–337.
[481] Bkz. Suzanne Horne, Avril Maddrell, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, Londra, Routledge, 2002.
[482] Celia Lury, *Consumer Culture*, New Brunswick, Rutgers University Press, NJ, 1996, s. 40; Karl Marx, "*The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof*", in: Capital: A Critique of Political Economy, c. I, Verlag von Otto Meissner, Hamburg, 1867, s. 71–83.
[483] Celia Lury, *Consumer Culture*, s. 14
[484] Hélène Cherrier, "Ethical Consumption Practices: Co-Production of Self-Expression and Social Recognition", *Journal of Consumer Behaviour*, S. 5 (2007), c. VI, s. 324.
[485] Stephen Healy, "Alternative Economies", in: Thrift / Kitchin (eds.), *The International Encyclopedia of Human Geography*, Oxford, 2008.
[486] Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Blackwell, Oxford, 1987, s. 44-50.

Marxist tüketim teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, charity shoplar belirli açılardan bu teorilere meydan okur. Marx'a göre metalar, üretim sürecindeki emek ilişkilerini gizleyerek insanlar arasındaki toplumsal ilişkileri, nesneler arasındaki ilişkilere indirger; bu durum "*meta fetişizmi*" olarak tanımlanır[487]. Ancak charity shoplarda, ürünler çoğu zaman bağış yoluyla elde edilir, satıştan elde edilen gelir hayır amacı güder ve bu süreçte tüketiciye görünürde bir "yardım etme" fırsatı sunulur. Böylece, alışverişin altında yatan ticarî çıkar ilişkileri, "iyilik" söylemiyle maskelenir.[488]

Tüm bunlara rağmen, charity shopların kapitalist sistemin tamamen dışında olduğunu söylemek doğru olmaz. Aksine, tüketim eylemi üzerinden toplumsal değer üretimi sağlarken, aynı zamanda sistemin döngüsü içinde yer alır. Bir başka teoriye göre ise; zaten modern tüketim ürünleri sadece somut nesneler değil, aynı zamanda toplumsal anlamlarla yüklüdür ve bu anlamlar tüketicinin kimlik inşasında önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, charity shop alışverişlerinin, "*yardımsever tüketici*" kimliğinin kurulmasına hizmet ederken, aynı zamanda bir tür "*etik pazarlama*" örneğine dönüşmesi beklenen bir olgudur.

Bir teoriye göre; günümüzde alışveriş artık maddî ihtiyaçları karşılama amacından çok, sembolik ve duygusal tatmin yaratma işlevi görmektedir. "Alışveriş yapmak" ile "alışverişe çıkmak" arasındaki fark bu dönüşümü özetler: İlki zorunluluk, ikincisi ise bir boş zaman etkinliği ve haz kaynağıdır. Charity shoplar bu bağlamda sıradışı bir tüketim deneyimi sunar. Mağazada zaman geçirmek, ürünleri incelemek, bilinmeyen bir hazineyi keşfetme ihtimaliyle heyecan duymak, tüketicinin alışverişten beklediği duygusal karşılığı sağlar.[489]

Hayır kurumu perakendeciliğinde alışveriş süreci bu teorisyenlere göre tüketiciler tarafından alışılmışın dışında bir keyif kaynağı olarak kabul edilir. Düzensizlik, kaos, tahmin edilemezlik gibi unsurlar tüketiciye bir "av" duygusu yaşatır. Tıpkı eski panayırlar, bit pazarları ya da Doğu'nun kalabalık çarşıları gibi, charity shoplarda ikinci el tüketimin heyecan verici ve rastlantısal doğasını taşır.[490] Bu alışveriş biçimi, lüksün değil, deneyimin değerli olduğu bir alan yaratır. Bu bağlamda, charity shop alışverişi sadece ürün edinme değil, aynı zamanda sembolik, duygusal ve etik bir

[487]Thomas, Karl Marx, The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof", in: *Capital: A Critique of Political Economy*, Verlag von Otto Meissner, Hamburg, 1867, c. I, s. 71–83.
[488] Suzanne Horne, Avril Maddrell, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, s. 31.
[489] Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage, 2007, s. 22.
[490] Alexandra Palmer, "Vintage Whores and Vintage Virgins: Second-hand Fashion in the Twenty-First Century", *Fashion Theory*, S. 1, 2005, c. IX, s.199.

deneyimdir. Tüketici burada hem bir anlam, hem de bir aidiyet satın alır. Bu durum, hayır mağazalarını sadece ticarî değil, aynı zamanda kültürel bir olgu hâline getirir

Bu sebeplerden ötürü hayır mağazaları da kendi farklılığını ortaya koymak adına reklamlarında ürünlere değil, temsil ettikleri "amaç"a odaklanmıştır. Çünkü tüketici burada ürünü değil, "iyilik" hissini satın alma peşindedir. Bu deneyim "sıcak parıltı" (warm glow)[491] kuramında şöyle ifade edilir: "Tüketici alışveriş yoluyla dolaylı bir yardım yaptığını hisseder ve bu da onu tatmin eder."

Gelecekte "*prosumption*" (üretici-tüketici) gibi modellerin gelişmesiyle birlikte, bu tür alışveriş deneyimlerinin daha da bireyselleşeceği ve katılımcı hale geleceği öngörülmektedir. Günümüzde, çevresel sürdürülebilirlikten toplumsal dayanışmaya kadar pek çok alanda önemli küresel ve bireysel katkılar sağlamaktadırlar. Bu katkılar, tüketici kültürünün dönüşümü, sürdürülebilir moda ve döngüsel ekonomi gibi modern toplumun önemli tartışma alanlarında analiz edilmektedir. Bu yeni tüketici davranışının merkezînde, bireyin alışveriş yaparken aynı zamanda bir toplumsal ya da küresel sorumluluk üstlendiği düşüncesi yer alır.

Ancak etik temelli bu tüketim modeli, gönüllü direnci, yüksek maliyetler ve yeni ürünlere yönelik sınırlı ilgi gibi nedenlerle toplumsal ölçekte yaygınlaşamamıştır. Yardım amacıyla yapılan tüketim, bireyin bağışla kurduğu ahlâkî ilişkiyi dönüştürse de bu dönüşüm her zaman gönüllüler veya yardım alanlarca benimsenmemiştir. Bu nedenle charity shoplar yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ahlâkî ve kültürel değerlerin kesiştiği hibrit yapılar olarak değerlendirilmelidir.[492]

Bilinen o ki, yardım ve bağış sözkonusu olduğunda katkıda bulunmaya hevesli olan katılımcılar aynı zamanda sistemin eleştiricisiside olabiliyor. Bu da suistimallere açık bu alan için birtakım riskler anlamına geliyor. En önemli riskin yardımseverlik söyleminin arkasındaki profesyonel ticarî faaliyetlerin gizlenmesiyle oluşabilecek algı krizi olabileceğini söyleyebiliriz. Tüketici, yardım ettiğini sanarken, kurumun ticarî bir yapı olduğunu öğrenmesi hâlinde güven kaybı yaşanabilir. Bu nedenle şeffaflık ilkesi, sistemin sürdürülebilirliğinde kritik önemdedir. Benzer şekilde, "kâr amacı gütmeme" söyleminin, mağaza fiyatlandırması, vitrin düzeni ya da profesyonel hizmet sunumu gibi stratejilerle çelişmesi hâlinde, toplumsal baskı ve eleştiri gündeme gelebilir.

[491] James Andreoni, "Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence", *Journal of Political Economy*, S. 6, 1989, c. XCVII, s. 1447–1458.
[492] George Campbell Gosling, "*Charity, Community and Trade: The British Charity Shop, 1940s–1970s*", in: *Retail and Community*, Bristol University Press, Bristol, 2024, s. 134.

Sonuç olarak, ikinci el mağazalarda gerçekleşen tüketim, yalnızca ekonomik bir faaliyet değil; aynı zamanda ahlâkî tercihler, sosyal ilişkiler ve sınıfsal konumlanmaların da bir yansımasıdır. Bu alanlar, hem sosyal katılımı hem de dışlanmayı aynı anda barındırabilir. Bu nedenle, bu tür tüketim alanlarını yalnızca alternatif alışveriş noktaları olarak değil, aynı zamanda modern toplumun tüketimle kurduğu karmaşık ilişkilerin bir aynası olarak değerlendirmek gerekir.

5. Charity Modelinin Vergisel Statüsü

Birleşik Krallık'taki hayır kurumları, varlığını sadece bağış toplamakla değil aynı zamanda çeşitli vergi avantajları sayesinde sürdürebilmiş organizmalardır. Bazı vergi muafiyetleri ve teşvik uygulamaları hem hayır kurumlarının faaliyetlerini kolaylaştırmakta hem de bireylerin ve şirketlerin bağış yapma girişimlerini kolaylaştırmaktadır. Charity sektörünü destekleyici vergi politikaları neticesinde 2024–2025 mali yılında bağışçılara yönelik toplam 6,7 milyar sterlinlik vergi indirimi uygulanmıştır. Bu miktarın 4,75 milyar sterlini doğrudan charity kurumlarına, 1,92 milyar sterlini ise bireysel bağışçılara yönelik gerçekleşmiştir.[493] Yani hayır kurumları, bağışlardan elde edilen gelirlerden hariç ticarî veya yatırım kaynaklı gelirler üzerinden de vergi muafiyetinden yararlanabilmektedir.

Charity organizasyonları genelinde kira gelirleri, yatırım kazançları veya satış gelirleri, kurumun hayır amaçlı faaliyetlerine yönlendirildiği sürece vergiye tabi tutulmamaktadır.[494] Bu teşvik ve muafiyetlerle birlikte bireyler gayrimenkul, hisse senedi veya diğer değerli varlıklarını hayır kurumlarına bağışladıklarında *hem Sermaye Kazanç Vergisi* (Capital Gains Tax) muafiyetinden yararlanmakta hem de bu bağışları gelirlerinden düşerek vergi avantajı elde edebilmektedirler.[495]

Bu bölümde değinmek istediğimiz en karakteristik vergilendirme Charity kurumları ile beraber ön plana çıkan *Gift Aid* uygulamasıdır. Bu vergilendirme, temel olarak hayır kurumlarının bireylerden aldıkları bağışların %25'i kadarını devletten talep etmelerine olanak sağlar. Bunun için aranan şart; bağışçının ilgili vergi yılında yeterli gelir vergisi ödemiş olmasıdır. Ancak bağışçının yeterli miktarda vergi ödememiş olması durumunda, *HMRC* (Her Majesty's Revenue and Customs) fazla alınan verginin

[493] HM Treasury, *Budget Report 2024–25*, Londra: Her Majesty's Treasury, 2024, https://www.gov.uk/government/organisations/hm-treasury (erişim: 01.07.2025).
[494] HM Revenue & Customs, *Charities and Tax*, gov.uk, 2024, https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs (erişim: 01.07.2025).
[495] Charity Commission for England and Wales, *Tax Reliefs When You Donate to a Charity*, 2023, https://www.gov.uk/donating-to-charity (erişim: 01.07.2025).

iadesini bağışçıdan talep edebilir. Ancak Gift Aid'den yararlanmak isteyen bireyler, her hayır kurumu için ayrı bir *Gift Aid deklarasyonu* imzalamalıdır.

Özetle Birleşik Krallık'ta bireylerin hayır kurumlarına yaptıkları bağışlar, belirli şartlar altında vergi indirimi kapsamında değerlendirilmekte olup bu uygulama *Gift Aid* adı verilen sistemle kurumsallaştırılmıştır. Gift Aid, vergilendirilmiş bireysel gelir üzerinden yapılan bağışların, bağışçıya herhangi bir ek maliyet getirmeden, ilgili hayır kurumları tarafından vergisel avantaj olarak geri talep edilebilmesine olanak sağlar. Bu mekanizma, hem bağışçının hem de bağış yapılan kuruluşun malî açıdan desteklenmesini hedefler.

Gift Aid sistemi yalnızca nakdî bağışları değil; aynı zamanda maaş veya emeklilik gelirinden doğrudan yapılan bağışları (*Payroll Giving*), taşınmaz mal ve hisse senedi bağışlarını ve vasiyet yoluyla yapılan bağışları da kapsar. Ancak *Payroll Giving*, yalnızca işveren aracılığıyla uygulanan bir sistem olup *CASC* (Community Amateur Sports Club) gibi belirli kurumlara bağışı kapsam dışında tutar.

Vergi mükellefleri, Gift Aid vergilendirmesi ile bağışladıkları miktarlar üzerinden kendi vergi iadelerini talep edebilirler. Özellikle yüksek gelir grubundaki bağışçılar, bağış miktarı üzerinden %20 oranında ek bir vergi indirimi talebinde bulunabilmektedirler. Gift Aid sisteminin bir diğer önemli boyutu da çevresel faydaları dolayısıyla özellikle tekstil gibi ikinci el mal bağışlarını mümkün hale getirmiştir. Böylece bu kapsamla hem vergi teşvikinin hem de sürdürülebilir tüketim bilincinin hayır kurumu pratiklerinde bir araya geldiği görülmektedir.[496] Bir diğer vergilendirme çeşidi işverenlerin sunduğu *Payroll Giving* sisteminde ise bağışlar, maaştan vergiden önce kesildiği için birey gelir vergisinden muaf tutulur. Böylece bağış miktarının tamamı doğrudan hayır kurumuna aktarılır.[497]

Bahdesilen teşviklerin yanı sıra hayır kurumlarının faaliyet gösterdiği fizikî mekânlara yönelik de vergi kolaylıkları mevcuttur. Business rates (işletme vergisi) kapsamında hayır kurumlarına %80 oranında otomatik muafiyet sağlanırken, yerel yönetimlerin takdiriyle bu oran %100'e kadar çıkarılabilmektedir.[498]

Hayır kurumları ayrıca miras yoluyla yapılan bağışlarda da önemli bir avantaj sunmaktadır. Bir birey, mal varlığının en az %10'unu hayır kurumlarına bırakırsa, Miras

[496] Charity Commission for England and Wales, *Tax Relief When You Donate to a Charity: Gift Aid*, gov.uk, 2025, https://www.gov.uk/donating-to-charity/gift-aid (erişim: 01.07. 2025).
[497] UK Government, *Gift Aid*, 2023, https://www.gov.uk/donating-to-charity/gift-aid (erişim: 04.07.2025).
[498] Local Government Finance Act 1988, s. 43(6), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/41/section/43 (erişim: 04.07.2025).

Vergisi (Inheritance Tax) oranı %40'tan %36'ya düşmektedir.[499] Son olarak, Community Amateur Sports Clubs (CASC**)** gibi belirli topluluk spor kulüpleri de bazı durumlarda hayır kurumu statüsünde değerlendirilerek Gift Aid, business rates indirimi gibi desteklerden faydalanabilmektedir.[500]

Tüm bu uygulamalar, hayır kurumlarını yalnızca duygusal dayanışma noktaları olmaktan çıkarıp, aynı zamanda devlet destekli malî sistemin aktif birer unsuru hâline getirmektedir. Bu durum, hayır kurumlarının şeffaf, sürdürülebilir ve profesyonel yönetim yapıları geliştirmesini teşvik etmektedir.

6. Charity Modelinin Hukukî Çerçevesi

Birleşik Krallık'ta charitylerin konumunu tam kavrayabilmek için, ortaya çıkışları ve gelişimlerinde izledikleri tarihsel, hukukî ve toplumsal dönüşüm süreçlerini takip etmek gerekmektedir. Charity, yalnızca yardımlaşma ve dayanışma işleviyle sınırlı kalmayıp, kamu yararını önceleyen; şeffaflık ve denetlenebilirlik esaslarına dayanan kurumsal bir organizasyon niteliği kazanmıştır. Günümüzdeki yapısal formuna kavuşmaları, bir dizi gelişim evresinden geçmeleri sayesinde mümkün olmuştur.

Tarihsel süreçte Ortaçağ Avrupa'sındaki Papalık çeşitli fermanlarla bireylerin mallarının bir bölümünü ölüm öncesinde hayırseverlik amacıyla bağışlanmasını teşvik eden bir otorite konumundaydı. Bu bağışlar manevî kurtuluşa bir vesile olarak görülmüş hatta bağış yapmayanlara dinî yaptırımlar söz konusu olmuştur. Vasiyetlerle yapılan bağışlar kilise mahkemelerinde öncelikli kabul edilmiştir. Ancak XV. yüzyıldan itibaren vasiyetler üzerindeki kilise yetkisi halk tarafından sorgulanmaya başlanmıştır. Mahkemelerdeki yolsuzluklar, işlem sürelerinin ağır işleyişi halkın tepkisine sebep olmuş, bu nedenle kişiler bağışlarının uygulanmaması durumunda Kilise mahkemeleri yerine, seküler otorite olarak *Chancellor*[501]'a başvurmayı tercih etmeye başlamıştır.[502]

---

[499] Hm Treasury, *Inheritance Tax Manual*, Section IHTM45003, gov.uk, 2023, https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/inheritance-tax-manual/ihtm45003 (erişim: 10.07.2025).

[500] Hm Revenue & Customs, *Community Amateur Sports Clubs (CASCs)*, gov.uk, 2022, https://www.gov.uk/government/publications/community-amateur-sports-clubs-casc-registered-with-hmrc--2 (erişim: 01.07. 2025).

[501]Lord Chancellor (Lord Şansölye): İngiltere'de tarihsel olarak krallığın en üst hukukî makamlarından biridir. https://www.parliament.uk/site-information/glossary/lord-chancellor/?utm_source. (erişim:02.07.2025).

[502] George Campbell Gosling, "*Charity, Community and Trade: The British Charity Shop, 1940s–1970s*", s. 123–139.

Böylece charity hukukunun uygulama yetkisi yavaş yavaş *Chancery Court*[503] 'a geçmiştir.

Bu geçiş bir reform olarak tanımlanmakta ve charity hukukunun kurumsallaşmasının temeli olarak görülmektedir. XVI. yüzyılda İngiltere'deki reform hareketleri, charity hukukunun yapısını derinden değiştirmiştir. Bu dönemde çıkarılan 1545 tarihli *Chantries Act* ile daha önce dini amaçlarla (örneğin ayinler ve dualar için) kurulmuş vakıfların (chantry) gelirleri, suiistimaller gerekçe gösterilerek doğrudan kraliyete aktarılmıştır.[504]

Sonraki dönemde teolojik gerekçelerle 1547 Chantries Act çıkarılmış ve dini amaçlarla kurulan vakıflar açıkça "*batıl kullanım*" (superstitious uses) ilan ederek yasaklamıştır. Bu dönemde charity hukukundaki en önemli dönüşüm, *"geçerli* (charitable use)" ve "*geçersiz* (superstitious use)" hayır amaçları arasında yasal ve teolojik ayrımın netleşmesi ile neticelenmiştir. Bu ayrım sonucunda, dinî törenleri destekleyen bağışlar yasaklanırken, seküler sosyal fayda sağlayan bağışlar teşvik edilmiştir. Örneğin; eğitim, yoksullara yardım ve hastanelerin desteklenmesi gibi hayır amaçları ön plana çıkmıştır. Bu değişim, pozitif hukuk açısından yavaş ama kalıcı etkiler bırakmıştır.[505]

Yani reform öncesi dönemde İngiltere'de gayrimenkul bağışları, özellikle Katolik Kilisesi'ne ve onun temsil ettiği kurumlara (chantries, monasteries) yapılırken reform sonrası dönemde, yasalar gayrimenkul bağışlarının doğrudan kiliseye yapılmasını ciddi biçimde kısıtlamış, bu durum bağışçıları başka yöntemler bulmaya zorlamıştır. Bu dönemde bağışçılar, gayrimenkullerini hayatta iken güvenilir kişilere (trustees ya da feoffees) devrederek, öldükten sonra uygulanmak üzere vasiyetlerinde belirledikleri hayır amaçlarının gerçekleşmesini talep etmişlerdir.

Böylece, mülkiyetin doğrudan kiliseye devredilmemesi ve vasiyet hükümlerinin hukukî denetim altına alınması gibi avantajlarla "*mütevellilik (trusteeship)"* olarak adanlandırabileceğimiz bu kurum gelişmiştir. Trustees yani bağışçı adına bağışın amacını gerçekleştirmekle yükümlü güvenilir kişiler veya gruplar olarak görev yapmış;

---

[503] Chancery Court (ya da tarihî adıyla Court of Chancery), özellikle İngiltere ve Galler'de, common law'un katı sonuçlarını "equity/hakkaniyet" ilkeleriyle tamamlamak üzere gelişmiş tarihî bir "hakkaniyet (equity) mahkemesi" idi. Bu mahkeme, özellikle trust (güven ilişkileri), miras/probate, arazi ve benzeri alanlarda görülen uyuşmazlıklarda etkin olmuş; daha sonra XIX. yüzyıldaki yargı reformlarıyla kaldırılarak yetkileri High Court içindeki Chancery Division'a aktarılmıştır. https://www.judiciary.uk/courts-and-tribunals/business-and-property-courts/chancery-division/the-work-of-the-chancery-division/introduction-to-the-chancery-division/?utm_source (erişim:02.07.2025).

[504] Gareth Jones, *History of the Law of Charity, 1532–1827*, Cambridge University Press, Cambridge, 1969, s. 11-12.

[505] https://www.thebritishacademy.ac.uk/blog/what-can-we-learn-history-charity-shops/.

bu yapı modern trust hukukunun da temellerini atmıştır. Bu yöntem aynı zamanda "İngiliz common law" sisteminde "rigid mortmain" kurallarından (gayrimenkulün kiliseye bağışlanma yasağı) ve feodal yükümlülüklerden kaçınmak içinde etkili bir yol haline gelmiştir.

Bu dönüşümde krtik olan husus dinî kurumlara duyulan güvensizlikten dolayı Chancery Court'un hayırseverlik davalarının başlıca yargı makamı haline gelmesidir. "Aynı zamanda "*güven ilişkisi*" kavramı etrafında şekillenen "*trustee (mütevelli) sistemi"*, hayır hukukunun en temel yapı taşlarından biri hâline gelmiştir. Ayrıca Chancellor, birtakım katı uygulamalar aşılarak hayır amaçlı bağışların korunması için hukukî ayrıcalık tanımıştır. Bu ayrıcalıklar, ilk olarak Kilise hukukunda tanımlanmışsa da, "*Chancery Mahkemesi*" bu kuralları kendi içtihat sistemine entegre ederek kurumsallaştırmıştır. 1601 tarihli "*Charitable Uses Act"* ile bu uygulamalar yasal statü kazanmıştır.[506]

İngiltere'de charity hukuku, teolojik anlamda kutsal bir sadaka olmaktan çıkarak kamu yararı temelli, seküler ve denetlenebilir bir hukuk kurumu haline gelmiştir. Bu süreçte trust hukuku, feodal yapı, kilise-devlet ilişkisi ve kraliyet gelirleri gibi çok katmanlı faktörlerle iç içe geçmiş; ortaya çıkan yapıda Chancellor'ın yorumu belirleyici olmuştur. Modern anlamdaki charity trust sistemi ise bu dönemin mirasıdır. Bu geçiş döneminde bu hayırseverlik ivmesi, bir duyarlılığa daha ihtiyaç geliştirmiştir. Hayırseverliğin bireysel hırslarla araçsallaştırılmasının engellenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Chancellor'ın hayırseverlik lehine geniş yorumlarına duyulan güven azalmış, bu da verilen bazı ayrıcalıkların uygulamasını hem de testatör iradesinin imajını etkilemiştir.

İngiliz charity hukuku, ilgili yüzyılda klasik "ayrıcalıklı" döneminden uzaklaşarak, hayır hukuku içtihatlarının daha temkinli ve sınırlayıcı biçimde yorumlandığı; hukukî istikrarı, miras hakkını ve bireysel mülkiyeti önceleyen daha eleştirel bir evreye girmiştir. Buna karşın, geçmiş yüzyılların birikimiyle oluşan içtihadî süreklilik, söz konusu reformcu ve eleştirel eğilimlere karşı dengeleyici bir unsur olarak işlev görmüştür. Bu, İngiliz hayır hukuku tarihindeki önemli bir gerilimi ortaya koyar ve şöyle ifade edilir: "Toplum yararına olanın korunması ile özel birey haklarının çatışması".[507]

[506] Gareth Jones, *History of the Law of Charity, 1532–1827,* s. 9–18.
[507] Gareth Jones, *History of the Law of Charity, 1532–1827,* Cambridge University Press, Cambridge, 1969, s. 97.

Sözkonusu 1601 tarihli *Statute of Charitable Uses*, İngiltere'de modern charity (hayır kurumu) hukukunun temellerini atan ilk ve en önemli yasal düzenlemelerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu yasa, hangi amaçların "charitable" (hayır amaçlı) sayılacağını ve bu amaca hizmet eden kurumların nasıl denetleneceğini tanımlamıştır.[508]

Hayır amaçlı yardım ve bağışların hukukî olarak evrildiği bu süreçle beraber II. Dünya Savaşı sırasında Britanya'daki *war charities* (savaş yardımı dernekleri), cephe gerisindeki sivillere ve askerlere kaynak sağlamak amacıyla kısa süreli "pop-up" dükkânlar açarak ikinci el satış yoluyla bağışın ilk örneklerinden olmuştur. Bu yardım ve bağışlar ise ilk kez *War Charities Act 1940* ile kayıt ve denetim altına alınmış, böylece perakende temelli yardım girişimlerinin hukukî zemini atılmıştır.[509]

1937 yılında ise Edinburgh University Settlement, "*Thrift Shop for Everyone*" adıyla hayata geçirdiği mağaza charity shop modelinin öncüsü olmuştur. Bu model, hem eğitim topluluğu içinde gönüllülüğü teşvik etmiş hem de ihtiyaç sahiplerine destek sağlamıştır. Ayrıca II. Dünya Savaşı'nın hemen ardından, 1941 yılında British Red Cross Londra'da ilk kalıcı mağazasını açarak savaş boyunca yaklaşık 200 sabit, 150 geçici mağaza ile sistemli bir yaygınlaşma süreci başlatmıştır.[510] Savaş sonrası dönemin en dikkat çekici kurumsallaşma örneği ise 1943 yılında Oxfam tarafından başlatılan geçici yardım mağazalarıyla ortaya çıkmıştır. Aralık 1947'de Oxford Broad Street'te açılan ilk kalıcı Oxfam Charity Shop'u, modern anlamda bağış temelli perakendenin temellerini atmış ve ulusal çapta yayılacak bir modelin başlangıç noktası olmuştur.[511]

Bu gelişmelerin ve charity shopların yaygınlaşmasının ardından Charities Act 1960 ile tüm hayır kuruluşlarının *Charity Commission'a* kaydı zorunlu hale getirilmiş; yöneticileri *"trustee"* olarak tanımlayarak görev, yetki ve sorumlulukları tanımlanmıştır; ayrıca mağaza satışından elde edilen karın tamamen kuruluşun hayır amaçlarına tahsis edilmesi şartı getirilmiştir.[512] Böylece charity shop perakendesi hukuken meşru ve denetlenebilir bir faaliyet alanı hâline geldi.

Sonraki 1993, 2006 ve konsolide *Charities Act 2011* düzenlemeleri, çıkar çatışması, raporlama yükümlülüğü, kamu yararı testi ve ticarî iştirak (trading company)

---

[508] Gareth Jones, *History of the Law of Charity, 1532–1827*, s. 57.
[509] *War Charities Act 1940* (3 & 4 Geo 6 c. XXVIII), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo6/3-4/31/section/6/enacted (erişim: 02.07.2025).
[510] British Red Cross, "Our History", https://www.redcross.org.uk/about-us/who-we-are/history (erişim: 02.07.2025).
[511] Oxfam Gb, "History of Oxfam Shops", https://www.oxfam.org.uk/about-us/history-of-oxfam (erişim: 02.07.2025).
[512] Charities Act 1960 (8 & 9 Eliz 2 c.58), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Eliz2/8-9/58/enacted (erişim: 02.07.2025).

kurma usûllerini ayrıntılandırarak trustee statüsünü güncel yönetişim ilkeleriyle uyumlu hâle getirmiştir.[513] Vergi mevzuatında da "*primary-purpose trading*" (hayır amacına doğrudan hizmet eden satış) istisnası tanınmış; düşük oranlı KDV, işyeri vergisi muafiyeti ve "*gift aid"* uygulamaları charity shopların finansal sürdürülebilirliğini desteklemiştir.[514]

Nihai olarak charity kavramı, tarihsel süreçte çeşitli suistimallerin yaşandığı dönemlerden geçerek, modern dönemde hesap verebilirlik, şeffaflık ve yasal çerçeveye dayalı kurumsal bir yapıya evrilmiştir. Bu süreçte, şahsî ve bireysel girişimlerden hareketle, kamusal güveni yeniden tesis etmeyi amaçlayan ve hukuki düzenlemelerle çerçevelen kurumsal sistemler ortaya çıkmıştır. Böylece charity modeli, tarihsel dönüşümün neticesinde günümüzdeki biçimiyle kurumsal formunu kazanmıştır.

7. Charity Modelinde Kurumsal ve Yapısal Çeşitlilik

Charity modelinin dayandığı hayırseverlik anlayışının temelinde, "*merhametle yardım edenler*" (the Charitable) ile "*toplumsal adaletsizliğe karşı çıkanlar*" (the Radicals) arasında bir köprü kurma çabası yatmaktadır. Bu yaklaşım, yardım faaliyetlerinin yalnızca bireysel "*kurtarma*" (relief) refleksine indirgenemeyeceğini; aksine, *önleyici* (preventive) ve nihayetinde "*dönüştürücü"* (ameliorative) bir boyut kazanması gerektiğini savunur. Bireysel merhametin yapısal reformla buluştuğu bu çizgide, dönemin hayır kurumları üç temel araç geliştirmiştir: "*kamu denetimi"* (inspection), "*ahlâkî propaganda"* (moral agitation) ve "*istatistiksel bilgi üretimi"* (statistical knowledge).[515]

Bu unsurlar, modern sosyal politika inşasının metodolojik temelleri hâline gelmiş ve hayırseverliğin yalnızca bireysel yoksullukla değil, bu yoksulluğun arkasındaki sistemsel nedenlerle—endüstriyel sömürü, çocuk emeği, kadınların güvencesizliği, eğitimsizlik ve sağlıksız konut koşulları gibi yapısal sorunlarla—yüzleşmesini zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda hayır kurumları, sadece insânî yardım sağlayan yapılar değil; aynı zamanda siyasal reformun öncüsü olma potansiyeline sahip aktörler olarak da değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, hayırseverliğe yalnızca etik değil, aynı zamanda politik bir sorumluluk da yüklemekte; günümüz charity kuruluşlarının

[513] Charities Acts 1993, 2006; Charities Act 2011 (c. XV), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/contents (erişim: 02.07.2025).
[514] Hubert Picarda, *The Law and Practice Relating to Charities*, Londra: Bloomsbury Professional, 2010.
[515] Parsons, Ellen: "Charity Retailing in the UK: A Typology", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11/1, 2004, s. 31–40.

amaç ve yönelimlerini belirlerken bu sorumluluğu dikkate almaları gerektiğini ortaya koymaktadır.[516]

Birleşik Krallık'ta bir hayır kurumu kurmak isteyenler için en temel kararlardan birisi, kurumun hangi hukukî yapıyla faaliyet göstereceğidir. Bu yapı, hayır kurumunun nasıl kurulacağını, nasıl yönetileceğini ve hangi yetkilere sahip olacağını belirleyen hususdur. Kurumun yapısı, yönetim biçiminden mütevellilerin sorumluluklarına, sözleşme yapabilme kapasitesinden personel istihdamına kadar birçok alanda belirleyicidir.

Genel olarak, hayır kurumlarının dört temel hukukî yapısı bulunmaktadır: *hayır amaçlı tüzel kuruluş* (Charitable Incorporated Organisation – CIO), *hayır amaçlı şirket* (charitable company limited by guarantee), *tüzel kişiliği olmayan dernek* (unincorporated association) ve *vakıf* (trust). Hangi yapının tercih edileceği, kurumun tüzel kişiliğe sahip olup olmayacağına ve geniş bir üyelik yapısı isteyip istemediğine göre değişmektedir.

Tüzel kişilik kazanan hayır kurumu, hukukî olarak bir birey gibi işlem yapabilme kapasitesine sahip olur. Bu tür kurumlar, kendi adlarına ücretli personel istihdam edebilir, hizmet sözleşmeleri imzalayabilir, mülkiyet edinebilir ve ticarî sözleşmeler yapabilir. Ayrıca, bu yapı sayesinde mütevelliler, kurumun eylemlerinden şahsen sorumlu tutulmazlar. Aksine tüzel kişiliği olmayan yapılar bu yetkilere sahip değildir. Yani mütevelliler, doğrudan ve şahsen sorumludur. Kurum arazileri ve yatırımları kurun adına değil, mütevelliler veya emanetçiler aracılığıyla yönetilmektedir.[517]

Diğer bir husus ise; hayır kurumları üyelik yapısı bakımından da farklılık göstermesidir. Bazı kurumlar geniş bir üyelik sistemine sahiptir. Bu yapılarda üyeler genel kurullarda oy kullanarak yönetime katılım sağlayabilir. Üyelerin katkı ve gönüllülüğüyle işleyen bu tür yapılar, yardım alan kişilerin kuruma üye olarak dâhil edilmesi sayesinde daha kapsayıcı hale gelebilir. Ancak bu sistem yalnızca üyelerin yararına kurulmuşsa kamu yararı ilkesine aykırı olabilmektedir. Bu sebeple, üyelik herkesin erişimine açık olmalı veya üyelik yapısı kamu yararına hizmet edecek şekilde düzenlenmelidir.[518]

---

[516] Jane Addams, "Charity and Social Justice", *The North American Review*, University of Northern Iowa, S. 656, Temmuz 1910, c. CXCII, s. 68-81.
[517] https://www.charitysetup.org.uk/checklist/decide-your-charity-structure/.
[518] https://www.gov.uk/guidance/charity-types-how-to-choose-a-structure/.

Netice olarak charity hayır kurumları; kuruluş amacı ve yasal yapılarına göre farklı türlerde organize olabilirler. Kurumun nasıl yönetileceği ve hangi hukukî yetkilere sahip olacağı o yapının nereye ait olduğunu belirler. Bu anlamda dört temel yapı vardır:

- *Charitable Incorporated Organisation (CIO)*- Hayır amaçlı tüzel kuruluş
- *Charitable Company (limited by guarantee)* - Hayır amaçlı şirket
- *Unincorporated Association*-Tüzel kişiliği olmayan dernek
- *Trust* - Vakıf

Yapı türünün seçimi için belirleyici hususlar şunlardır:

- Kurum tüzel kişilik mi taşıyacak?
- Üye tabanlı bir yapı mı olacak (geniş üyelik yapısı)?
- Mal varlığı, sözleşme yapma ve personel istihdam etme gibi işler kurum adına mı yürütülecek?[519]

Hayır Amaçlı Tüzel Kuruluş (Charitable Incorporated Organisation)

Kısaca CIO modeli, özellikle 2013 sonrası Birleşik Krallık'ta hayır kurumları için özel olarak geliştirilmiştir. En büyük avantajı, sadece Charity Commission'a kayıtın yeterli olmasıdır; ayrıca Companies House'a kayıt zorunluluğu yoktur. bürokratik ve yönetsel yükün karmaşıklığı azaltılmış bir türdür. Üyelik yapısı açısından CIO'lar ikiye ayrılır: Association CIO (üyelik yapısı olan) ve Foundation CIO (sadece mütevellilerden oluşan). Benzer şekilde, Türkiye'de dernekler üyelik esasına dayalıyken, vakıflarda üyelik sistemi bulunmaz, yalnızca mütevelli heyeti vardır.

- *Association CIO (geniş üyelikli):* Geniş üyelikli bu model çoklu katılımın öne çıkarılmak istenildiği durumlarda tercih edilir. Üyeler, mütevelli heyetinden farklıdır ve karar alma süreçlerine dâhil edilirler. Özellikle toplumsal temsiliyet ve şeffaflık açısından avantajlı bulunmaktadır. Ancak geniş üyelik yapısı, zaman zaman karar alma süreçlerini yavaşlatabilir ve kurumsal yönetim açısından karmaşıklık yaratabilir.
- *Foundation CIO (yalnızca mütevelliler):* Bu modelde üye katılımı yoktur. Yönetim kolaylığı ve merkezî karar alma isteyen yapılar için uygundur. Ancak toplumsal katılımın sınırlandığı kanaatiyle şeffaflık, hesap verebilirlik ve tabana

[519] Chattoe, Edmund, "Charity Shops as Second-Hand Markets", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5/2 (2000), s. 153–165.

yayılmış meşruiyet açısından daha zayıf algılanabilir. Tek merkezli yönetimlerde, iç denetim mekanizmaları güçlü değilse, kurumsal risk artabilir.

CIO modellerinin ortak avantajı, tüzel kişilik taşıdıkları için mal-mülk edinebilir, sözleşme yapabilir, personel istihdam edebilir olmalarıdır.[520]

Hayır Amaçlı Şirket (Charitable Company /Limited by Guarantee)

Daha geleneksel bir yaklaşıma sahip bu modelde CIO'dan farklı olarak hem Charity Commission'a hem de Companies House'a kayıt gerekir, bu da çift denetim anlamına gelir. Bu modelde kurumsal yönetim ilkeleri net tanımlanmıştır. Ayrıca şirket hukukuna dayandığı için özel sektörle iş birliği yapacak kurumlar için daha güvenilir bir zemin sağlar. Ancak yönetimsel yük CIO'ya göre daha fazladır.

Tüzel Kişiliği Olmayan Dernek (Unincorporated Association)

Küçük, yerel ve gönüllülüğe dayalı topluluklar için daha uygun olan bu model tüzel kişilikten yoksundur. Özellikle başlangıç aşamasında olan topluluklar için formalite azlığı ve esneklik sağlar. Ancak, bu tür yapılar hukukî olarak sınırlıdır. Mülk edinemedikleri gibi, sözleşme yapamazlar, tüm yükümlülükler mütevellilere kişisel olarak aittir.

Bu yapı ile bazı potansiyel riskleri artabilir. Daha büyük ölçekli işlerde ya da kamu fonları alımında güven oluşturmaz. Bu nedenle bu yapı genellikle geçici ya da düşük maliyetli girişimler için uygundur. Gelişmek isteyen kurumlar zamanla CIO ya da şirket modeline geçmeyi tercih ederler.[521]

Hayır Vakfı Modeli (Trust)

Trust yapısı, tarihî olarak en eski modellerden biridir. Özellikle hibe dağıtımı**,** mirasla oluşturulan fonların yönetimi, ya da vasiyet bağışları gibi faaliyetlerde tercih edilmektedir. Kurumun aktif hizmet üretmesinden çok kaynak tahsisi ve varlık yönetimi ön plandadır. Ancak tüzel kişiliği yoktur, personel istihdamı veya hizmet üretimi sınırlıdır, yönetişim yalnızca mütevellilere aittir ve dış katılım yoktur.[522]

Charity Modeli ile Türkiye'de Hayırseverliğin Hukukî ve Yapısal Form Çeşitliliğinin Mukayesesi

Birleşik Krallık ve Türkiye'de hayırseverlik faaliyetleri, farklı yasal zeminler ve kurumsal modeller çerçevesinde yürütülmektedir. Bu bağlamda, Birleşik Krallık'taki

[520] https://www.gov.uk/government/publications/setting-up-a-charity-model-governing-documents.
[521] https://www.gov.uk/unincorporated-associations.
[522] https://www.gov.uk/trusts-taxes.

charity (hayır kurumu) modelleri ile Türkiye'deki dernek ve vakıf yapılarının karşılaştırılması, kurumsal yapılar ve yönetişim ilkeleri açısından anlamlı bir perspektif sunmaktadır.

Türkiye'de ise benzer işlevleri gören iki temel yapı mevcuttur: Dernekler ve vakıflar. Her iki yapı da tüzel kişiliğe sahiptir. Dernekler, belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen en az yedi gerçek veya tüzel kişinin oluşturduğu, üyelik esasına dayalı gönüllü kuruluşlardır. Vakıflar ise belirli bir mal varlığının, belirli bir amaç için tahsis edilmesiyle oluşan yapılardır ve bir mütevelli heyeti tarafından yönetilir.

Kuruluş süreci açısından, Birleşik Krallık'ta CIO'lar yalnızca Charity Commission'a kayıtla kurulabilirken, Charitable Company'ler hem Charity Commission hem de Companies House'a kayıt olmak zorundadır.[523] Türkiye'de dernekler, il dernekler müdürlüklerine yapılan başvuru ile kurulabilirken, vakıflar mahkeme kararıyla tüzel kişilik kazanmakta ve Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün denetimine tabi olmaktadır.

Bu nedenle, her iki ülkedeki charity yapılarının yasal temelleri, hesap verebilirlik mekanizmaları ve üyelik yapıları benzer amaçlara hizmet etse de; yapısal esneklik, sorumluluk düzeyleri ve kuruluş süreçleri bakımından önemli farklılıklar göstermektedir.

8. Charity Perakendesinde Fiyatlandırma Politikaları ve Gelir Stratejileri

Charity kurumları, ticarî faaliyet yürüten ancak sermaye olarak üretim veya satın alma yerine büyük ölçüde bağışlanan ürünlerin satışını gerçekleştiren yapılardır. Bu satışlardan elde edilen kâr, yeniden hayır amaçlı faaliyetlerde kullanılır. Dolayısıyla bu kurumlar, bir yönüyle perakende sektörü içinde yer alırken, diğer yönüyle hayır kurumları kategorisinde değerlendirilir. Bu tür yapılarda fiyatlandırma ve perakende stratejilerinin ele alınmasının temel nedeni, geleneksel ticarî modellerden farklı ve alışılmışın dışında bir uygulama biçiminin benimsenmiş olmasıdır. İkinci el bağışlanmış ürünlerin halka doğrudan satıldığı charity mağazaları çoğunlukla bir tür ticarî faaliyet olarak değerlendirilse de, bağışlanan ürünlerin satış yoluyla paraya dönüştürülmesi, maddî bağışın bir uzantısı olarak görülmektedir.[524]

[523] https://www.gov.uk/government/publications/setting-up-a-charity-model-governing-documents.
[524] Edmund Chattoe, "Charity Shops as Second-Hand Markets", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 1999, S. 2, c. V, ss. 153–160, s. 156.

Charity mağazalarının ticarî başarı hedefi ile geleneksel şefkat imajı arasında sıkışıp kalması pazarlama stratejileri konusunda oldukça kritik bir faktördür. Bir anlamda sermayesi bağış olan bir işletmenin hayırsever misyonundan vazgeçmeden kâr maksimizasyonu sağlayabilmesi gerekmektedir. Mağazalar yalnızca fon toplama değil, aynı zamanda ana hayır kuruluşunun görünürlüğünü artırma açısından da işlevseldir. Mağazalar bir yandan kurumsal ve profesyonel bir yapıya dönüşmeye çalışırken diğer taraftan varoluşsal sorumluluklarından taviz vermemek zorundadır. Bu bağlamda pazarlama stratejilerinde kendine özgü kriterleri mevcuttur. Yani geleneksel iktisadî işletmeler ile alakalı yapılan araştırmalar ve veriler charity dükkânları için geçerli olmayabilir. Bu sebeplerden ötürü hayırsever mağazalar kendi prensip ve sınırlılıklarını kendileri belirlemek zorunda olduklarının farkında olmalıdırlar. Tüm bu koşullar, ikinci el pazarlar ve özelde charity mağazaları için yapısal bir "boşluk" yaratmaktadır. [525]

Charity mağazalarındaki bu fiyatlandırma ve pazarlık süreçleri, ekonomik mantığın ötesinde, sosyal ve misyon odaklı motivasyonları barındırmaktadır. Profesyonelleşme süreçleri, charity mağazalarının kimliğini ve müşteri beklentilerini dönüştürse de, mağaza çalışanları ve müşterilerin geliştirdiği yaratıcı ve esnek pazarlık stratejileri, bu mekânların özgün karakterini korumaya yardımcı olmaktadır. [526] Bu noktada, genelci ve uzmanlaşmış stratejilerin dengeli biçimde bir arada uygulanması, karlılığı artırırken müşteri memnuniyetini koruma imkânı sunar. Bu davranış farklılıkları doğrultusunda, ürün çeşitliliği ve erişilebilirlik arasında kurulacak denge hayatî önem taşır. Zincir charity mağazaları, müşteri verilerini anlamlandırabildikleri ölçüde, bu dengeyi doğru şekilde yönetebilirler.[527]

Charitylerde fiyatlandırma ve pazarlık usûlleri bakımından farklı uygulama pratiklerinin ilk sebebi bu mağazalarda çalışanların büyük çoğunluğunun gönüllü bireylerden oluşmasıdır. Bu kişiler maaş almadan çalıştıklarından dolayı klasik iş gücü-emek ilişkisinin aksine farklı bir örgütsel işleyiş pratiğine sahiptir. İkinci olarak, bu mağazalarda "kâr" motivasyonuda alışılmış piyasa mantığından farklıdır. Bunlar içerisinde; ucuz ürün temini, geri dönüşümün teşviki ve gönüllülerin desteklenmesi gibi sosyal hedeflerle iç içe geçmiş motivasyonlar bulunmaktadır.

Üçüncü olarak, hayır mağazaları genellikle ikinci el ürünler sattığından dolayı ürün tedariki, doğrudan üreticilerden değil, bireysel bağışçılardan sağlanmaktadır.

[525] Suzanne Horne, Adelina Broadbridge, "Charity Shops: A Classification by Merchandise Mix", *International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 7, 1995, c. XXIII, ss. 17-23.
[526] Triona Fitton, "Pricing Up & Haggling Down: Value Negotiations in the UK Charity Shop", *JOMEC Journal*, S. 17, 2022, s. 1-25, s. 18-25.
[527] Edmund Chattoe, "*Charity Shops as Second-Hand Markets*", s. 156.

Bağışlara bağlılık, tedarik zincirini öngörülemez ve esnek olmasını gerektirmektedir. Bu da geleneksel tedarik ve stok yönetimi modellerinden sapma anlamına gelmektedir. Son fark ise, bu mağazaların çoğunun özel bir uzmanlık alanı olmamasıdır. Bu durum, mağaza içi işleyişi ve çalışan rolleri bakımından da diğer mağaza türlerinden belirgin şekilde ayırt edici bir unsurdur.[528]

Ayrıca hayır kurumlarına ait mağazalar, satılan ürün türlerine göre üç ana kategoriye ayrılabilir:

- Yalnızca bağışlanmış ikinci el ürünleri satan mağazalar,
- Hem bağışlanmış ürünler hem de belirli oranda yeni ürün satan mağazalar,
- Yalnızca yeni ürünler satan mağazalar.[529]

Bu kategorilerdeki mağzalardan yalnızca bağış yolu ile elde edilen ürünleri satan türleri çoğu hayır kurumunun başlangıç aşamasıdır. Diğer kategori, bağış yoluyla elde edilen ürünlere ek olarak belli oranda yeni ve satın alınmış ürünlerin de satıldığı mağazaları kapsar. Ürün karması %5 ila %95 oranında değişiklik gösterebilir. 1980'lerin ikinci yarısında charity mağazalarının hızlı yayılmasıyla birlikte bu kategori önem kazanmaya başlamıştır. Bağış kalitesinin düşmesi, rekabetin artması ve ekonomik durgunluk gibi nedenlerle birçok charity kurumu ürün tedarikini sürdürülebilir hale getirmek adına satın alma yöntemine yönelmiştir.

Üçüncü kategori yalnızca satın alınmış, yeni ürünleri satan mağazaları içerir. Genellikle satışa sunulan ürünler hayır kurumunun misyonuyla doğrudan ilişkili olur. Örneğin National Trust, belirli mülklerle ilgili temalı ürünler; Camphill Village Trust, kendi üretimi olan mallar; RAF Association, hava kuvvetleriyle ilişkili eşyalar; RNIB, görme engellilere özel ürünler; Scout Association ise izciliğe yönelik malzemeler satar. Yani bu türler daha çok geleneksel ticarî perakendeciliğe benzer biçimde yapılandırılmıştır. Dikkat çekici olan ise, halkın bu mağazaları genellikle "charity shop" olarak algılamamasıdır.[530]

İktisat teorisi genellikle satın alma kararlarında fiyatın belirleyici rolünü vurgulasa da, ikinci el pazarları genel olarak — ve charity mağazaları özelinde — özgün

[528] Nicky Gregson, Louise Crewe, "The Curious Place of Second-Hand Markets: Towards a Cultural Economy of Retail", *Environment and Planning A*, 1997, S. 7, c. XXIX, s. 1149–1174.
[529] Broadbridge, Adelina, Horne, Suzanne**,** "Volunteers in Charity Retailing: Recruitment and Training". *Nonprofit Management & Leadership*, S. 3, Bahar 1996, c. VI, ss. 255–270, s. 256; Suzanne Horne, Adelina Broadbridge, *From Rags to Riches: A Classification of Charity Shops*, Çalışma Raporu No. 9302, Stirling: Institute for Retail Studies, University of Stirling, 1993.
[530] Suzanne Horne, Adelina Broadbridge, "*Charity Shops: A Classification by Merchandise* Mix", s. 18-19.

maliyet ve fiyat belirleme mekanizmalarını kullanmaktadır. Bu mağazalarda fiyatlandırma süreci, geleneksel perakende sektöründen farklı olarak standart ve sabit kurallara bağlı değildir. Bu yapılar, hem ekonomik işleyiş hem de toplumsal işlev açısından klasik piyasa analizlerinin dışında kalmıştır. Bu bağlamda kullanılan "fiyat bilgisi" kavramı, mağaza yöneticileri ve çalışanlarının zamanla geliştirdiği, ürün değerinin nasıl belirleneceğine dair daha çok sezgisel ve deneyim temelli bir bilgi birikimidir. Özellikle nadir bulunan ya da tek seferlik bağışlanmış ürünlerde bu bilgi büyük önem taşır. Çünkü bu tür ürünlerin doğru tanımlanıp gerçek değerine uygun şekilde fiyatlandırılması, mağazanın yardım amacıyla topladığı gelir üzerinde doğrudan etkili olur.

Fiyatlandırmalar çoğunlukla yöneticilerin gözlemleri, daha önce benzer ürünlerin satış performansı, markaya dair bilinirlik, ürünün durumu gibi kriterlere dayanmaktadır. Bazı mağazalarda bağışlanan ürünlerin üzerinde hâlâ orijinal fiyat etiketleri bulunabilir; bu da fiyatlandırmayı kolaylaştırır. Öte yandan, dijitalleşmenin etkisiyle internet araştırmaları da fiyat belirlemede önemli bir araç haline gelmiştir. Özellikle MCR (Manchester Charity Retailer) gibi esnek fiyat politikası olan yerlerde orijinal fiyatın yarısının alınması gibi uygulamalar gözlemlenmektedir.

Fiyatlandırma süreci bireysel değil, çoğu zaman iş birliğine açık bir şekilde yürütülmektedir. Mağaza çalışanları ve gönüllüler arasında istişareler yapılarak, markalar ve fiyatlar birlikte araştırılmakta ve kararlar çoğunlukla ortaklaşa alınmaktadır. Ayrıca, müşteriler de bu sürecin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel literatürde müşteriler, düşük fiyat bilgisinden fayda sağlayan "*şanslı alıcılar*" olarak tanımlansa da, yeni yaklaşımlar onları da fiyat bilgisinin oluşumunda etkili bir aktör olarak görmektedir. Bu durum, charity sisteminde sıkça vurgulanan topluluk katılımı ve karşılıklılık ilkeleriyle de örtüşmektedir.[531]

Bununla birlikte, charity mağazaları için fiyatlandırmada kısıtlılıkları aşmanın yolları da bulunmaktadır. Yerine yenisi konulamayacak (substitütü olmayan) veya pazarda bulunması zor ürünleri tanımlayabilmek ve sunmabilmek önemli bir katma değer yaratma stratejisidir. Örneğin, baskısı tükenmiş kitapları ya da yeniden moda olan kıyafetleri belirleyebilmek bu kurumlara önemli bir satış üstünlüğü sağlayabilir. Bu strateji, Oxfam gibi büyük charity organizasyonları tarafından kitap ve retro giyim kategorilerinde hâlihazırda uygulanmaktadır. Yine de, uzmanlaşma ve genelci

[531] Edmund Chattoe, "Second-hand Charities", in: Alexander, Victoria, Rucker, Jim (ed.): *Charity and the Market*, London, 2006, s. 155.

yaklaşımlar paralel yürütülebilir. Bu stratejiler arasında doğru denge kurulduğunda, müşteri memnuniyetinden ödün vermeksizin karlılığı artırmak mümkündür. [532] Mağazalarda fiyatlandırma süreçlerinin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel unsurlar tarafından da şekillendirildiğini söylemek mümkündür. Bu süreçlerde gerçekleşen pazarlıkları, dört ana stratejik yönelim altında sınıflandırır:

1. *Tarafsız Yönelimli Pazarlık (Neutral Orientation):* Bu tür pazarlıklarda müşteriler, ürünün fiziksel kusurları (örneğin yırtık, leke veya eksik parçalar) üzerinden indirim talep ederler. Buradaki pazarlık, herhangi bir sosyal veya misyon odaklı gerekçeye dayanmaz ve temel amacı ürünün değerini yeniden müzakere etmektir. Mağaza çalışanları genellikle bu tür indirim taleplerine karşı direnç göstermekte ve fiyatlandırmanın zaten ürün kusurlarını hesaba katarak yapıldığını vurguladıkları belirtilmiştir.
2. *Kâr Yönelimli Pazarlık (Profit Orientation):* Bu yaklaşımda mağaza çalışanları, müşterilerin satın alma kararlarını olumlu yönde etkileyerek toplam satış miktarını artırmak amacıyla indirim veya ek ürün teklif ederler. Özellikle yüksek fiyatlı ya da fazla stoklu ürünlerin satışını hızlandırmak için stratejik indirimler yapılır. Bu tür pazarlıklar, mağaza yöneticilerinin bireysel performans baskısı altında kaldığı durumlarda yaygınlaşır.
3. *Sosyal Yönelimli Pazarlık (Social Orientation):* Bu tür pazarlıklar, müşterilerin veya mağaza çalışanlarının sosyal empati duygusuna dayanır. Bazı müşteriler maddî imkânsızlıklarını öne sürerek indirim talep ederken bazı çalışanlar yerel müşterilerinin ekonomik durumunu bildikleri için sessizce indirim uygularlar. Bu sosyal pazarlık türünün mağazanın toplumsal misyonunu pekiştirdiği ve mağazaları toplumun ihtiyaç duyduğu bir destek mekânına dönüştürdüğünü göstermektedir.
4. *Misyon Yönelimli Pazarlık (Mission Orientation):* Bu pazarlık türü charity mağazalarına özgü olup, müşterilerin mağazanın bağış amaçlı faaliyetini desteklemek için fiyatları gönüllü olarak yükseltmeleri şeklinde gerçekleşir. Müşteriler, ürün değerinin mağaza tarafından belirlenen fiyatın üstünde olduğunu düşündüklerinde daha fazla ödeme yapmayı teklif edebilirler. Bu uygulama, mağazanın hayır misyonunu toplumsal bilinçle birleştirir ve charity

[532] Edmund Chattoe , "*Charity Shops as Second-Hand Markets*", s.153-154.

mağazalarının alışverişten öte, bağış kültürünü yaşatan mekânlar olarak konumlandırılmasına yardımcı olur.[533]

Charity mağazalarındaki bu pazarlık türlerinin, mağazaların giderek daha profesyonelleşen ve kurumsallaşan yapılarıyla çatıştığını göstermektedir. Profesyonelleşmenin getirdiği sabit ve esnek olmayan fiyatlandırma uygulamaları, mağazanın özgün karakteriyle çelişebilir. Ancak müşteriler ve çalışanlar, bu durumu yaratıcılıkla esneterek "*intercommercialisation (karşılıklı ticarîleşme ilişkisi)"* adı verilen bir süreçle profesyonelleşmenin katı yönlerini yumuşatırlar. Bu süreç, ticarî olmayan unsurların ticarî uygulamalarla iç içe geçtiği, iki tarafın da kısmen ödün vererek ortak bir zemin bulduğu bir alışveriş deneyimi yaratır.

Charity mağazalarında fiyatların sabit olmaması ve değer algısının esnekliği, alışveriş deneyimini yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda etik ve toplumsal bir süreç halinde olması sebebiyle oluşan bu fiyatlandırma uygulamalarına "*haggling up (pazarlıkla fiyatı yukarı çıkarmak)"* ve "*upselling (daha yüksek fiyatlı ürüne yönlendirme)"* denmektedir.[534]

- *Haggling up*, geleneksel pazarlık anlayışının tersine, müşterinin bir ürünün satış fiyatının olduğundan düşük olduğunu fark ederek mağaza çalışanlarına bu durumu bildirmesi ve bazen daha yüksek bir ücret ödemekte ısrar etmesi sürecidir.[535]
- *Upselling* ise geleneksel satış ve pazarlama alanından charity mağazalarına uyarlanmış bir stratejidir. Bir müşterinin almak istediği ürüne ek olarak tamamlayıcı ürünlerin veya hizmetlerin önerilmesiyle daha yüksek gelir elde etmeyi amaçlar.[536]

Bu iki yöntem, charity mağazalarının artık yalnızca ikinci el ürünlerin dolaşıma sokulduğu basit bir sosyal yardım formatı olmadığını, aynı zamanda rekabetçi ekonomik stratejiler geliştirmek zorunda kalan**,** yarı-profesyonel ticarî yapılar haline geldiklerini ortaya koyar. Bu bağlamda charity mağazası, hem piyasa tekniklerini kullanan bir aktör hem de toplumsal dayanışma ve karşılıklılık ilkelerini yaşatan bir mekân olarak çift yönlü bir kimliğe sahiptir.

---

[533] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, s. 193.
[534] Tríona Fitton, "*Pricing up & Haggling Down: Value Negotiations in the UK Charity Shop*", s. 17–19.
[535] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, s. 193.
[536] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, s.180.

9. Charity Mağazalarında Lokasyon Planlaması ve Stratejik Genişleme

Hayırsever dükkânların sürdürülebilir başarısı yalnızca fiyatlandırma politikalarına değil, aynı zamanda mağaza lokasyonuna ilişkin stratejik kararlara da dayanmaktadır. Charity shoplar, geleneksel kâr amaçlı perakende mağazacılıktan farklı olarak çok daha karmaşık ve çok boyutlu mekânsal planlama stratejileri gerektirmektedir. Bu anlamda yalnızca satış yapabileceği lokasyonlar değil aynı zamanda bağış toplama ve gönüllü potansiyeline de sahip hedefler belirlemelidirler. Özellikle düşük gelirli bölgelerde konumlanmaları, sosyal amaçla örtüşse de, bağış ve gönüllü tedariki açısından belirli zorlukları beraberinde getirmektedir.

Ancak akademik literatürdeki ağırlık hâlâ büyük ölçekli zincir marketler üzerine yoğunlaştığı için küçük ölçekli ve topluluk temelli hayır mağazalarının özgün konumsal ihtiyaçları yeterince araştırılmamıştır. Bu bağlamda charity mağazalarının lokasyon stratejilerinde öne çıkan üç temel dinamik dikkat çekicidir. "*yeni perakende coğrafyası*", mağaza yeri planlamasında sadece nicel modellerin değil, kurum içi karar süreçlerinin ve bağlamsal değişkenlerin de dikkate alınması gerektiğini savunmuştur.

Hayır dükkânlarının (charity shop) lokasyon seçiminde geleneksel perakendeye göre farklı ve karmaşık faktörler rol oynamaktadır. Daha ziyade lokasyon kararları saha gözlemlerine, yerel bilgilere ve sezgisel değerlendirmelere dayanmaktadır. Lokasyon seçimi, müşteri yoğunluğu gibi klasik perakende kriterlerinin dışında, bağışçıların tutumu ve gönüllülerin yaşadığı bölgelere yakınlığını da kapsamaktadır. Ayrıca, charity shopların yer seçiminde sosyal misyonla uyum da önemli bir belirleyicidir. Kâr hedeflerinin yanında, toplumsal fayda, bölgesel bağlılık ve yerel toplum hizmetleri ön plana çıkmaktadır.

Charity shopların lokasyon planlamasında yalnızca ticarî faktörler değil, aynı zamanda demografik uyum, sosyal erişilebilirlik ve yerel sadakat gibi parametreler de mevcuttur. Bu bağlamda, 1982 yılında Oxford'ta kurulan ve dünyanın ilk çocuk hospisi olma özelliğine sahip olan Helen & Douglas House (HDH)**,** hayır mağazacılığı alanında örnek teşkil eden bir model sunmuştur. Artan faaliyetleriyle birlikte kaynak ihtiyaçlarını karşılamak üzere perakende ağını genişletme yoluna giden HDH, mağaza lokasyonlarını belirlerken geleneksel sezgisel yöntemler yerine, veri temelli bir planlama stratejisi uygulamıştır. Aşağıda sunulan analiz, HDH'nin lokasyon stratejisini oluşturan temel aşamaları, değerlendirme kriterlerini ve uygulama örneklerini sistematik biçimde ortaya

koyarak, hayır perakendeciliğinde etkili mekânsal planlamanın unsurlarını açıklamaktadır.

Helen & Douglas House (HDH), mağaza açacağı bölgeleri belirlerken stratejik ve veri temelli bir yaklaşım benimsemiştir. Bu süreçte, mevcut destekçilerin posta kodu verileri analiz edilerek yaklaşık 45 dakikalık sürüş mesafesini kapsayan birincil çekim alanı tanımlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, özellikle "genç aileler" ve "bakmakla yükümlü çocuk sahibi aileler" gibi demografik grupların ulusal ortalamaların üzerinde temsil edilen yerleşim yerleri, öncelikli lokasyonlar olarak belirlenmiştir.[537]

HDH'nin mağaza lokasyon stratejisi iki temel unsura dayanmaktadır:

1. *Demografik Uyum***:** ACORN veri sınıflandırma sistemi kullanılarak hem müşteri hem bağışçı profilleri açısından yüksek potansiyele sahip bölgeler tespit edilmiştir. Özellikle bağış kalitesi açısından "Wealthy Achievers" kategorisi, lokasyon seçiminde belirleyici bir rol oynamıştır.
2. *Perakende Cazibe Değerlendirmesi:* Her bir bölge, perakende çekicilik açısından puanlandırılmıştır. Bu değerlendirmede toplam mağaza sayısı, o bölgede faaliyet gösteren diğer charity mağazalarının varlığı, otopark olanakları ve zincir mağazaların mevcudiyeti gibi faktörler dikkate alınarak bir "Retail Ranking" sistemi oluşturulmuştur.

HDH'nin bu stratejik yaklaşımı sonucunda açılan mağazalarının, satış ve kâr hedeflerinin başarıyla gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu durum, lokasyon belirlemede kullanılan analitik ve pragmatik yöntemin etkinliğini ortaya koymuştur.

HDH örneği, charity mağazalarının lokasyon seçiminde yalnızca müşteri kitlesinin değil, aynı zamanda bağışçı davranışları ve gönüllü erişimi gibi dinamiklerin de kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, geleneksel perakende planlama tekniklerine ek olarak; bağış lojistiği, gönüllü katılımı ve düşük maliyetli stokların sürdürülebilir temini gibi faktörler, hayır perakendeciliğinin temel yapı taşları arasında yer aldığı söylenebilir.[538]

Sonuç olarak, charity shopların lokasyon seçim süreçleri çok katmanlı faktörleri içermektedir. Geleneksel perakende planlama yaklaşımlarının bu karmaşık yapıyı tam olarak açıklayamaması nedeniyle, charity mağazaları için mikro-ölçekli, topluluk odaklı ve düşük maliyetli özgün planlama modellerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

---

[537] Alexander, Andrew / Cryer, David / Wood, Steve, *"Location Planning in Charity Retailing"*, *International Journal of Retail & Distribution Management*, sayı 6/7, 2008, c. XXXVI, s. 536-550.
[538] Andrew Alexander, "*Location Planning in Charity Retailing*", ss. 536–550.

10. Charity Organizasyonlarında Üst Düzey Yönetsel Yetkinlikler

Charity kurumları, yalnızca gönüllülüğe ve hayırseverliğe dayalı bir organizasyon olmanın ötesinde, karmaşık ve profesyonel bir yönetim yapısına sahiptir. Bu bölümde, charity perakendeciliği sektöründe yönetim kapasitesini anlamak ve geliştirmek için kullanılabilecek somut göstergeler sunulmak hedeflenmiştir. Kuruluşlar, bu göstergeleri kullanarak kendi güçlü ve zayıf yönlerini analiz edebilir ve gelişim stratejilerini bu doğrultuda şekillendirebilirler. Çünkü charity perakendeciliği ile ticarî perakendecilik arasında önemli farklar bulunmaktadır. Ticarî hedeflerle sosyal misyon arasında denge kurma çabası, charity perakendeciliğini diğer sektörlerden ayıran önemli bir özelliktir. Özellikle yöneticiler açısından gönüllü personelin yönetimi, daha fazla esneklik, sosyal motivasyon ve aidiyet duygusu gerektirmektedir. Ayrıca, sektörel karmaşıklığın artmasıyla birlikte yöneticilerin hem özel sektör hem de sivil toplum alanındaki paydaşlarla iş birliği yapması, farklı bakış açıları arasında köprü kurması gibi faktörlere odaklanması beklenmektedir.

Bu alanda yapılan araştırmalar neticesinde hayırsever mağaza yöneticilerinin çok sayıda yönetimsel zorlukla karşılaştığı ortaya konulmuştur. Netice olarak yönetsel yetkinlikler üç temel boyutta ele alınmıştır: insan sermayesi, sosyal sermaye ve bilişsel yetkinlik.

İlk olarak, insan sermayesi açısından charity perakendecileri hem ücretli hem de gönüllü personelin yönetiminde çeşitli zorluklar yaşadığını ifade etmiştir. Ücretli personel için iş tanımları ve terfî gibi insan kaynakları uygulamaları genel çerçeveyi oluştursa da, sektörde maaşların düşüklüğü ve sınırlı kariyer olanakları nedeniyle nitelikli personeli çekmek ve elde tutmak oldukça zor olarak nitelenmiştir. Öte yandan, gönüllü personel sosyal açıdan büyük değer taşısa da, yüksek devir oranı ve süreklilik sorunu nedeniyle iş yükünü karşılamada yetersiz kalabildiği aktarılmıştır.

İkinci olarak, sosyal sermaye bakımından charity perakendecileri sosyal ağ ilişkilerinin sağladığı potansiyel faydaların farkındadır. Kuruluşlar, mevcut çalışanlarının kişisel bağlantılarını tanıyarak bu ağları değerlendirme, yeni bağlantılara sahip kişileri işe alma ve aktif olarak networking faaliyetleri yürütme gibi stratejiler izlemektedir. Bu ilişkiler, bilgi ve kaynak akışını kolaylaştırmakta, karşılıklı iş birliklerini mümkün kılmaktadır. Bu nedenle, sosyal sermayesini etkin şekilde kullanan kuruluşlar, dış kaynaklardan daha fazla fayda sağlayabilmekte ve sektörde daha güçlü konumlanabilmektedir.

Üçüncü olarak, yönetsel bilişsel yetkinlik, charity perakendecilerinin hem sosyal misyonlarını sürdürmesini hem de piyasa odaklı düşünme becerisini geliştirmesini gerektirir. Yöneticilerin piyasa yönelimli karar alma süreçlerini işletmesi, çalışanlarına bu bakış açısını benimsetmesi ve organizasyon içinde profesyonellik kültürünü inşa etmesi oldukça önemlidir. Bu sayede, sosyal hizmet misyonu ile ticarî etkinlikler arasında denge kurulabilir. [539]

Bu üç yönetsel boyut birbirini desteklemektedir. Örneğin, iyi bir insan kaynakları stratejisi, sosyal ağlara daha kolay ulaşmayı sağlarken; güçlü sosyal ağlar da piyasaya dair bilgiye erişimi kolaylaştırarak ticarî yönelimi beslemektedir. Piyasa yönelimi yüksek olan kuruluşlar ise, ihtiyaç duydukları personeli daha bilinçli seçip eğitebilme avantajına sahiptir.

Charity mağazalarının günlük işleyişinden sorumlu yöneticilerin yanı sıra, kurumsal yapının bir diğer önemli yönetsel bileşeni ise mütevelli heyetidir (*board of trustees*); bu heyet, organizasyonun stratejik karar alma süreçlerinde ve yönetsel yetkinliğinde belirleyici bir rol üstlenir. Mütevelliler, kurumun yasal çerçeveye uygun şekilde faaliyet göstermesi, stratejik planlama veya kaynakların etkin ve amaçlara uygun kullanımı gibi alanlarda sorumludurlar.

Yönetsel açıdan değerlendirildiğinde, mütevelli heyeti yalnızca bir danışma kurulu değil, aynı zamanda operasyonel denetimden mesul vizyon belirleyen ve yöneticileri yetkilendiren bir yönetim mekanizmasıdır. Kurumun misyonu ile icra arasındaki bağın sağlıklı kurulabilmesi, mütevelli heyetinin işlevsel kapasitesine ve yönetsel yeterliliğine bağlıdır. Bu bağlamda, mütevelli heyeti; denetim, temsil, yönlendirme ve hesap verebilirlik ilkeleri çerçevesinde bir tür yönetsel denge unsuru olarak değerlendirilmelidir.

Hayır amaçlı kullanımın uygulayıcısı olan trustee (feoffee/mütevelli), bağışçının mallarını belirlenen kamu yararı için yöneten kişi olarak tanımlanmıştır. Bu alan Ortaçağ'da mallarını doğrudan kiliseye bağışlayan kişilerin reform sonrası dönemde mallarını güvenilir temsilcilere devretmeye başlaması ile etkinlik kazanmıştır. Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren charitylerin mütevelli heyetleri, sadece finansal şeffaflık ve etik yönetim ilkeleri doğrultusunda değil, aynı zamanda terörle mücadele yasalarına da tam uyum içerisinde hareket etmekle yükümlüdür. Bu bağlamda mütevellilerin,

[539] Liu Chih-Yao Gordon, Ko Wai-Wai Joyce: "Charity Retailing in the UK: A Managerial Capabilities Perspective", *Journal of Small Business Management*, No. 3, 2014, c. LII, ss. 390–406.

kurumun kaynaklarının yasa dışı faaliyetlerde kullanılmasını önleyici tedbirler alması ve kamu güvenini sarsacak risklerden kaçınması gibi sorumlulukları vardır.[540]

Hayır kurumlarının terörle bağlantılı faaliyetlerde kullanılması, sadece cezaî yaptırımları tetiklemekle kalmaz, aynı zamanda hayır kurumlarının itibarına da ciddi zarar verir. Bu nedenle, mütevelliler hem bireysel hem de kurumsal düzeyde dikkatli davranmalı; ortak çalıştıkları kişi ve kurumlar hakkında kapsamlı "*due diligence (durum tespiti*)" araştırmaları gerçekleştirmelidirler. Charities Act 2011 ve Trustee Act 2000 kapsamında, kurum varlıklarının sadece hayır kurumunun amaçları doğrultusunda ve makul bir biçimde kullanılması yasal bir zorunluluktur.[541]

Ayrıca, mütevelli heyetlerinin görevleri arasında, finansal kayıtların doğru tutulmasını sağlamak, şüpheli faaliyetleri ilgili makamlara raporlamak ve dışarıdan profesyonel hukukî destek almak da yer alır. Bu yükümlülükler, özellikle yüksek riskli operasyonlar söz konusu olduğunda daha da kritik hale gelmektedir. Charity Commission tarafından hazırlanan "*The Essential Trustee* (CC3)" belgesinde belirtilen yükümlülüklerde, mütevelli heyetleri, hayır kurumlarının faaliyetlerinin açık, şeffaf ve kamuya karşı hesap verebilir olması için tüm önlemleri almalıdırlar.

Kurumun terörle doğrudan veya dolaylı herhangi bir şekilde ilişkilendirilmesi durumunda, mütevellilerin derhal bu faaliyetlerden kurumu ayrıştırıcı adımlar atması beklenmektedir. Hayır kurumlarında yönetici olanlar, sadece suç teşkil edecek eylemlerden değil, aynı zamanda kamuoyunun gözünde kurumun bütünlüğünü zedeleyebilecek söylem ve davranışlardan da kaçınmalıdır. Bu da, mütevelli heyeti üyelerinin kişisel görüşlerinin, kurumun tarafsızlığını zedeleyecek şekilde ifade edilmemesini gerekli kılar.[542]

---

[540] The Charity Commission, *The Essential Trustee: What You Need to Know (CC3),* Londra, Charity Commission, 2015, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3 (Erişim: 02.07.2025).

[541] Elmagrhi, Mohamed H., Collins G. Ntim, John Malagila, Samuel Fosu & Abongeh A. Tunyi, "Trustee board diversity, governance mechanisms, capital structure and performance in UK charities", *Corporate Governance* 18/3 (2018), s. 478-508.

[542]The Charity Commission, *Compliance Toolkit: Protecting Charities from Harm – Chapter 1: Charities and Terrorism*, https://www.gov.uk/government/publications/charities-and-terrorism/compliance-toolkit-chapter-1-charities-and-terrorism (Erişim: 02.07.2025). The Charity Commission, *The Essential Trustee: What You Need to Know (CC3),* Londra: Charity Commission, 2015, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3 (Erişim: 02.07.2025), *Trustee Act 2000*, UK Public General Acts, 2000 c.29, https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/29/contents (Erişim: 02.07.2025), *Charities Act 2011*, UK Public General Acts, 2011 c.25, https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/contents/data.xht?view=snippet&wrap=true (Erişim: 02.07.2025).

Hayırsever kurumların yönetiminden sorumlu olan bu yapıların, vakıf mütevelliliği ile benzer özellikler taşıması dikkat çekicidir. İslam hukukuna dayanan vakıf sisteminde mütevelli, vakfedenin (vâkıfın) tayin ettiği, vakfın amaçlarına uygun şekilde işletilmesini sağlayan kişidir. Bu kişi çoğunlukla bireysel sorumluluk taşır ve görevini dinî ve ahlâkî bir yükümlülük bilinciyle yerine getirir. Buna karşılık, İngiliz hayır hukuku çerçevesinde faaliyet gösteren charity kurumlarında mütevelli heyeti (board of trustees), kolektif karar alma ve denetim mekanizması olarak görev yapar. Her iki yapı da benzer şekilde kamu yararına hizmet etmeyi hedeflese de, tarihsel köken açısından vakıf mütevelliliği, İngiltere'deki charity mütevelliliğinden çok daha eski ve köklü bir kurumsal geçmişe sahiptir.

11. Charitylerde Hesap Verebilirlik, Şeffaflık ve Raporlama Mekanizmaları

Charitylerin amaçları kamu yararına hizmet üretmek ve toplumun kırılgan kesimlerine destek sunmaktır. Ancak bu misyonun gerçekleşebilmesi yalnızca faaliyetlerin niceliğine değil, aynı zamanda kurumsal etik ilkeler çerçevesinde yürütülmesine bağlıdır. Bu noktada, hesap verebilirlik ve şeffaflık, yardım kuruluşlarının güvenilirliğini ve sürdürülebilirliğini belirleyen en kritik unsurlar olarak karşımıza çıkar. Bir hayır kurumu için en temel sermaye "güvendir". Bu güvenin inşası ise ancak şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine bağlılıkla mümkündür. Bir kurum, kendisine emanet edilen kaynakların kullanımında açık, dürüst ve izlenebilir bir yapı sergilediğinde, yalnızca mevcut bağışçılarıyla değil, potansiyel destekçileriyle de kalıcı ve güçlü bir ilişki kurması mümkün hale gelir.

Birleşik Krallık'ta, bu prensipler yalnızca etik bir beklenti değil, aynı zamanda hukukî bir yükümlülüktür. Charities Act 2011 ve Charity Commission for England and Wales tarafından yayımlanan düzenlemeler, her hayır kurumunun mali raporlarını, faaliyet beyânlarını ve yönetsel yapılarını belirli periyotlarla kamuoyuna açıklamasını şart koşar. Özellikle 25 bin sterlin üzeri yıllık gelire sahip charityler için bu raporlama zorunluluğu daha kapsamlı hale gelir. Charity Commission'ın 2022 tarihli raporunda, kamuoyunun hayır kurumlarına duyduğu güvenin, doğrudan kurumun şeffaf malî yönetimi, bağış paralarının nereye gittiğinin açıkça beyân edilmesi ve yöneticilerin etik duruşları ile bağlantılı olduğu vurgulanmıştır.[543]

[543] Charity Commission for England and Wales. *Public Trust and Confidence in Charities*, 2022, https://www.gov.uk/government/publications/research-into-public-trust-in-charities-and-trustees-experience-of-their-role/public-trust-in-charities-2022 (Erişim: 04.07.2025).

Ayrıca, bir kurumun güven kazanması yalnızca bağış miktarını artırmakla kalmaz; aynı zamanda gönüllü katılımı, kurumsal iş birlikleri ve politika yapıcılarla ilişkilerini de güçlendirir. Bununla beraber bu güvenilir imaj neredeyse diğer tüm yardım kuruluşlarına karşı olan tutumu dahî etkileyebilmektedir. Buna karşılık, en küçük bir şeffaflık sorunu ya da kaynak kullanımında kuşku uyandıran bir durum, uzun yıllarda inşa edilmiş güveni bir anda zedeleyebilir. Yardım kuruluşlarının bu kırılgan dengeyi göz önünde bulundurarak hareket etmesi, etik ve hesap verilebilirlik standartlarını kurumsal kültürün parçası haline getirmesi kaçınılmazdır. Bu noktada belirlenmesi gereken en önemli dayanak; kuruma ait temel ilkeler ve ahlâkî bağlılıklardır ve bunların hangi yöntem ve pratiklerle sürdürülebilir ve denetlenebilir olduğuna karar vermektir.

Charityler açısından şeffalık gereği hukukî hesap verebilirlik çerçevesi üç temel bileşenden oluşur: Kim hesap vermek zorundadır? Kime karşı hesap verilir? Ne için hesap verilir? Bu soruların cevabı yasal düzenlemelerin türüne göre değişmektedir. Bazı durumlarda bu sorular organizasyonun kamuya ya da iç paydaşlara karşı sorumluluğunu tanımlar; bazı durumlarda ise yöneticilerin organizasyona karşı hesap verme yükümlülüğünü kapsamaktadır.

Hukukî kapsamda denetimin temeli ise şu üç ana kaynaktan oluşmaktadır:

- *Kurumsal yapı ve yönetim hukuku:* Bu kapsamda, mütevelliler, "özen yükümlülüğü", "sadakat yükümlülüğü" ve "itaat yükümlülüğü" altında değerlendirilmektedir. Örneğin, bir yönetici kendi çıkarı için kurumu zarara uğratamaz ve çıkar çatışmalarını açıklamakla yükümlüdür.
- *Vakıf hukuku ve kamu yararının korunması:* Hayır kurumları, aldıkları bağışların amaç dışı kullanımından sorumludur.
- *Bağış toplama ve bildirim yükümlülükleri:* Hayır kurumlarının finansal raporlarını kamuya açık şekilde sunması gerekmektedir. Bu, "bilgi temelli şeffaflık" yaratmakla birlikte, bağışçıların doğru yorum yapabilmesi varsayımına dayanır.

Bu sorunlar sadece hukukî düzenlemelerle çözmeye çalışmak, hayır kurumlarının inovatif, esnek ve toplumsal duyarlılığı yüksek yapısını zayıflatabilir. Bu nedenle, mevcut yasal düzenlemelerde yapılacak değişiklikler kademeli olmalı, "mükemmellik" veya "etkinlik" gibi normatif kriterlere aşırı yüklenilmemeli, bunun yerine kurumsal çeşitliliği ve çoğulculuğu koruyacak çerçeveler tercih edilmelidir. Bu

bağlamda hayır kurumlarının hesap verebilirliği; etik, hukukî, yönetsel ve ideolojik düzlemleri kapsayan çok katmanlı bir mesele olarak ele alınmalıdır.[544] Toplumun değer yargıları, hukukun sınırları ve kamu yararının yorumu bu çerçevede birlikte değerlendirilmelidir

Diğer taraftan mütevelli heyeti kuruma karşı *sadakat* (loyalty), *özen* (care) ve *itaat* (obedience) yükümlülükleri çerçevesinde yasal sorumluluk altındadır. Özellikle çıkar çatışması, şeffaflık eksikliği ve karar alma süreçlerindeki özensizlik durumlarında bu yükümlülükler hukukî yaptırıma konu olabilir. Bununla beraber bağışçılar ya da yararlanıcılar genellikle doğrudan yasal statüyle hesap sorma hakkına sahip değildir. Kurumların görevden sapması durumunda, yasal takibat hakkı yalnızca devletin temsilcisine tanınmıştır. Bu nedenle, hayır kurumlarının "kamu yararına" uygun davranmaları, bireysel değil toplumsal bir denetim sürecininde konusudur. [545]

Birleşik Krallık'taki charitylerin hesap verebilirlik beklentilerini karşılayabilmek adına şeffaflık ve hesap verebilirliği sağlamak için geliştirdikleri başlıca araçlar şunlardır:

- *Yıllık Raporlar (Annual Reports):* Zorunlu belgeler olup malî tablolar, faaliyet raporları ve mütevelli beyânlarını içermektedir. Özellikle Charity Commission, bu belgelerin bağışçılara yeterli bilgi sunarak performansı değerlendirme imkânı vermesi gerektiğini beklemektedir.
- *Özet Bilgi Beyânları (Summary Information Return - SIR):* Büyük yardım kuruluşları için performans ve hedefler hakkında özet bilgiler sunan özel formatta raporlardır.
- *Yıllık Değerlendirme Raporları (Annual Reviews):* Daha sade ve performans odaklı belgeler olup genellikle gönüllü olarak yayımlanır. Bu belgeler, özellikle küçük bağışçılar için daha anlaşılır ve ilgi çekici bulunmuştur.
- *SORP (Statement of Recommended Practice):* Bağışçı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak yardım kuruluşlarının raporlama standartlarını belirleyen

[544] Andreoni, James: *Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving*, in: The Economic Journal, Vol. 100, No. 401, 1990, ss. 464–477; Žižek, Slavoj: *First as Tragedy, Then as Farce*, London/New York, Verso, 2009.
[545] Laura B. Chisolm: *Accountability of Nonprofit Organizations and Those Who Control Them: The Legal Framework*, in: *Nonprofit Management & Leadership*, No. 2, Winter 1995, c. VI, ss. 141–152.

düzenleyici çerçevedir. 2006 ve sonrası dönemde SORP, performans bilgisinin ve etki analizlerinin raporlanmasını teşvik etmiştir. [546]

Bu yöntemler yoluyla charityler, yalnızca malî kaynakların usûlüne uygun kullanıldığını göstermekle kalmaz; aynı zamanda hizmet kalitesi, toplumsal etki ve hedefe ulaşma düzeyini de kamusal şekilde sergileyebilir. Varolan işleyiş ve araçların yanısıra yardım kuruluşlarının daha etkin bir hesap verebilirlik yapısına kavuşabilmesi için şu öneriler öne çıkmaktadır:

- *Performans Odaklı Raporlamanın Artırılması*: Kurumların yalnızca harcama kalemlerini değil, bu harcamaların çıktısı olan etkiyi ("outcome" ve "impact") da raporlaması gerekmektedir. Hikâyeler ve örnek olaylar ile sayısal veriler birleştirilmelidir. Bu yaklaşımın temel argümanı şudur: Hikâyeler ve örnek olaylar ile sayısal veriler birlikte kullanılmalı; nitel anlatılar (hikâyeler) veriye "anlam" ve "bağlam" kazandırırken, nicel göstergeler (rakamlar) da anlatıların güvenilirliğini ve ölçülebilirliğini teminat altına almalıdır. Bu denge, literatürde "no numbers without stories, no stories without numbers" ifadesiyle özetlenmektedir; yani rakamlar anlatısız, anlatılar da rakamsız bırakılmamalıdır.
- *Yıllık Değerlendirme Raporlarının Standardize Edilmesi:* Bağışçılar için daha anlaşılır ve etkili olan bu belgelerin içeriği düzenleyici kurumlar tarafından yönlendirilmelidir. Örneğin Charity Commission, bu belgeler için asgari içerik standartları oluşturabilir.
- *Bağışçıya Yönelik Özgün İletişim Stratejileri Geliştirilmesi:* Yardım kuruluşları, küçük bağışçılar için sadeleştirilmiş grafiklerle desteklenmiş broşürler, video anlatımlar ve etki hikâyeleri ile iletişimi güçlendirebilir.
- *Dış Denetim ve Gözden Geçirme Mekanizmalarının Güçlendirilmesi:* Hem malî hem de performans bilgileri için bağımsız kuruluşlarca yapılan denetimler, kamu güvenini artıracaktır. Özellikle New Philanthropy Capital (NPC) gibi kuruluşlar bu alanda aktif rol oynayabilir.
- *Meslek Kuruluşlarının Eğitim ve Rehberlik Rolü:* Malî bilgilerin daha sadeleştirilmiş ve anlaşılabilir bir şekilde sunulması için profesyonel muhasebe kuruluşları bağışçı odaklı sunum teknikleri geliştirebilir.

[546] Charity Commission, *Accounting and Reporting by Charities: Statement of Recommended Practice*, 2005, s. 2, https://www.gov.uk/government/publications/charities-sorp-2005.

- *Sektörel Ortak Göstergeler ve Pilot Uygulamalar:* Belirli yardım alanları için ortak performans göstergeleri geliştirilmeli ve pilot uygulamalarla test edilmelidir.[547]
- *İnovatif pratiklerin sunduğu şeffaf ve denetlenebilir kayıt altyapısı,* performans raporlamasında dijital boşluklar için bir öneri olabilir. Özellikle bağışın amacına uygun kullanımı, zamanlaması ve çıktılarının izlenebilirliği, hem bağışçının güvenini hem de kurumsal hesap verebilirliği güçlendirmektedir. Teknolojik gelişmelerden haberdar olarak kendisini sistemin dışında bırakmamak adına çaba gösteren kurumlar inovatif çözümlerden faydalanmalıdır. Bu bağlamda, Charity Commission gibi düzenleyici kurumlar, performans raporlamasını yalnızca sayısal verilere değil, dijital izlenebilirlik ilkelerine göre de standardize etmeli; küçük kuruluşların dijital dönüşümünü destekleyecek fonlar ve rehberlik mekanizmaları geliştirmelidir.[548]

Sonuç olarak, Birleşik Krallık charity sektöründe hesap verebilirlik ve şeffaflık gelişmekte olan, ancak hâlen iyileştirilmesi gereken bir yapıdır. Bağışçının güveni ve sürekliliği, kurumların yalnızca hesap vermesine değil, bunu nasıl ve neyle yaptıklarına da bağlıdır. Bu nedenle, sektörde raporlama kültürünün "şeffaflık + anlamlılık" ilkesiyle yeniden tasarlanması gerekmektedir.[549]

12. Birleşik Krallık'ta Charity Kurumlarının Koordinasyon ve Denetim Mekanizmaları

Birleşik Krallık'taki hayır kurumu sektörü, bireysel bir organizasyon olmanın yanısıra bu yapıları destekleyen, denetleyen ve temsil eden ortak kurumlar aracılığıyla da şekillenmektedir. Bu ortak kuruluşlar; mevzuatın uygulanmasından sektörel temsilciliğe, kapasite gelişiminden perakende ağlarının koordinasyonuna kadar birçok işlev üstlenmektedir. Bu yapılardan:

Charity Commission for England and Wales, ülkedeki hayır kurumlarının resmî düzenleyici otoritesidir. Parlamento'ya karşı sorumlu olan, bağımsız ve bakanlığa bağlı olmayan bir devlet kurumu olarak faaliyet göstermektedir. Komisyon, yalnızca şartlara

[547] C. Connolly, N. Hyndman, "Charity Accountability in the UK", *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 10, No. 3/4 (2013), s. 260.
[548] Laura B. Chisolm: *Accountability of Nonprofit Organizations and Those Who Control Them: The Legal Framework*, in: *Nonprofit Management & Leadership*, No. 2, Winter 1995, c.VI, ss. 141–152.
[549] C. Connolly, N. Hyndman, "Charity Accountability in the UK", *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 10, No. 3/4 (2013), s. 260.

uygun olan kuruluşları *Charity Register(kurum kayıt)*'a dahîl etmekle kalmaz; aynı zamanda artık faaliyet göstermeyen, amacından uzaklaşmış ya da yardım kurumu niteliklerini kaybetmiş olan kuruluşları da sistemden silmekle yükümlüdür. 2024–2029 Strateji Belgesi'ne göre Komisyon'un hedefi, bağımsız, adil ve dengeli bir uzman kurum olarak yardım sektörünün gelişmesini desteklemektir. Bu hedef doğrultusunda beş öncelikli alan belirlenmiştir:[550]

- Görevlerini adil ve orantılı biçimde yürütmek ve kendi rolünü açıkça tanımlamak,
- Yardım kuruluşlarını desteklemek, ancak kötüye kullanım ve zarara karşı sert önlemler almak,
- Etkili, güvenilir ve bağımsız bir otorite olarak görev yapmak,
- Teknolojik yenilikleri benimsemek ve veri kullanımını güçlendirmek,
- Kurum çalışanlarını yetkilendirerek düzenleyiciliği sağlamak.

Komisyon'un temel sorumlulukları şunlardır:

- Sadece hayır amaçlı faaliyetler için kurulmuş olan uygun kuruluşların tescilini yapmak,
- Usûlsüzlük veya kötü yönetim durumlarında yaptırım uygulamak (örneğin banka hesaplarının dondurulması veya yöneticilerin görevden alınması),
- Hayır kurumlarının yasal yükümlülüklerini yerine getirmesini sağlamak (özellikle yıllık faaliyet raporları),
- Kayıtlı tüm hayır kurumlarına dair bilgileri kamuoyuna açık ve erişilebilir hâle getirmek,
- Yardım kuruluşlarının en etkili biçimde yönetilmesi için rehberlik sağlamak,
- Kurumlara çevrim içi hizmetler sunmak.

Bu çerçevede Charity Commission, yalnızca bir kayıt kurumu değil; aynı zamanda hayır sektörünün şeffaflığı, hesap verebilirliği ve güvenilirliği için temel bir kamu düzenleyicisidir.[551]

[550] Charity Commission. *Strategy 2024 to 2029*. https://www.gov.uk/government/publications/charity-commission-strategy-2024-to-2029; Charity Commission. *Who We Are*. https://www.gov.uk/government/organisations/charity-commission/about.
[551] Charity Commission. *Strategy 2024 to 2029*. https://www.gov.uk/government/publications/charity-commission-strategy-2024-to-2029; Charity Commission. *Who We Are*. https://www.gov.uk/government/organisations/charity-commission/about.

The National Council for Voluntary Organisations (NCVO), İngiltere'deki hayır kurumları, gönüllü kuruluşlar ve topluluk gruplarının en geniş üyeliğe sahip temsil organıdır. 100 yılı aşkın süredir faaliyet gösteren bu yapı, 17 binden fazla üyeye sahiptir.[552] NCVO'nun temel amacı, gönüllü aksiyonun değerini artırmak, yardım kuruluşlarının ve gönüllülerin kolektif etkisini görünür kılmak ve bu yolla daha güçlü, dirençli toplumlar yaratılmasına katkı sağlamaktır. Bu bağlamda NCVO yalnızca bir ağ değil; aynı zamanda yardım sektörü için politika savunuculuğu yapan, rehberlik sağlayan ve kolektif sesi güçlendiren stratejik bir organizasyondur.

NCVO'nun kurumsal değerleri dört temel ilkeye dayanmaktadır:

- *Hırslı olmak (Be ambitious):* Gönüllülerin ve hayır kurumlarının, özellikle kriz ve yeniden yapılanma dönemlerinde topluma sağladıkları desteği daha görünür ve etkin kılmak.
- *İş birliğine açık olmak (Be collaborative):* Üyelerle ve yardım sektörünün gelişmesini isteyen tüm paydaşlarla birlikte çalışmak.
- *Şeffaflık (Be open):* Faaliyetler, karar alma süreçleri ve edinilen deneyimler konusunda açık olmak.
- *Kapsayıcılık (Be inclusive):* Farklı ölçek ve geçmişe sahip tüm üyelerin deneyim ve görüşlerini dikkate alarak kapsayıcı politikalar üretmek.

Bu ilkeler, NCVO'nun yalnızca bir çatı kurum olmanın ötesinde; sosyal sermaye üretimi, dayanışma kültürü ve kolektif iyilik anlayışı açısından Birleşik Krallık yardım sektöründe oynadığı merkezî rolü de ortaya koymaktadır. Ayrıca kurum, karar vericilerle etkileşim kurmak, kamu politikalarını etkilemek ve üyelerinin yasal uyumluluğunu sağlamak için rehberlik faaliyetleri de yürütmektedir.

Charity Finance Group (CFG), hayır kurumlarında malî yönetimin profesyonelleştirilmesini hedefleyen uzman bir kuruluştur. Bağış yönetimi, bütçeleme, finansal denetim, vergi düzenlemeleri gibi konularda eğitim, rehberlik ve politika savunuculuğu sağlayarak finansal sürdürülebilirliğin geliştirilmesine katkı sunar.[553]

Charity Retail Association (CRA) Birleşik Krallık'taki charity retail sektörünün en kapsamlı şemsiye kuruluşudur. CRA'nın kökeni, 1979'da Dame Hilary Blume tarafından kurulan *Charities Advisory Trust (CAT)*'a dayanmaktadır. 1980'ler ve

[552] National Council for Voluntary Organisations (NCVO). *Who We Are*. https://www.ncvo.org.uk/about-us.
[553] Charity Finance Group (CFG): "Our Purpose", *cfg.org.uk*, erişim tarihi 11 Temmuz 2024, https://cfg.org.uk/about/our-purpose.

1990'ların başında charity shop sayısının hızla artması üzerine, CAT bu kurumlara yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunmaya başlamıştır. Bu süreçte, perakende alanında çalışan hayır kurumları arasında deneyim paylaşımına ve ortak tartışma alanlarına olan ihtiyaç görünür hale gelmiş; böylece 1992 yılında, National Council for Voluntary Organisations (NCVO) ev sahipliğinde Charity Shops Group oluşturulmuştur.[554]

Grubun ilk başkanlığını *British Heart Foundation*'dan Colin Sandford üstlenmiş ve grup, Marie Curie, Oxfam, Shelter, Help the Aged, British Red Cross gibi büyük oyuncularla birlikte daha küçük kuruluşları da içine alacak şekilde genişlemiştir. 1990'ların sonlarına doğru, sektördeki kurumsallaşma ve kamu politikasına etki ihtiyacı artmış; özellikle işyeri oran indirimleri ve vergi gibi malî konular sebebiyle daha resmî bir yapıya geçilmesi gerektiği düşünülmüştür. Bunun üzerine grup üyeleri ortaklaşa bir fizibilite çalışması finanse etmiş, bu çalışma sonucunda sürdürülebilir bir yapının mümkün olduğu anlaşılmış ve 1999 yılında *Charities Advisory Trust*'tan ayrılarak *Association of Charity Shops (ACS)* kurulmuştur.

2013 yılında, derneğin adı bugünkü haliyle Charity Retail Association (CRA) olarak değiştirilmiştir. Günümüzde CRA, Birleşik Krallık'taki hayır kurumu mağazalarının yaklaşık %75'ini temsil etmekte olup, en yüksek gelir getiren ilk 10 hayır kurumu mağaza zincirinden 9'unu kapsamaktadır: British Heart Foundation, Oxfam GB, Cancer Research UK, Barnardo's, Sue Ryder, Salvation Army, British Red Cross, Scope ve Marie Curie.

CRA'nın sunduğu bazı önemli hizmet araçları şunlardır:

- ***"**Style Me in Seconds" Toolkit**:*** Genç tüketicilere hitap eden, hayır mağazalarının eğlenceli ve ilgi çekici alışveriş yerleri olduğunu göstermek amacıyla geliştirilmiştir.
- ***"Social Value Toolkit":*** Hayır perakendeciliğinin toplumsal faydasını bütüncül biçimde ölçmek ve bu değeri hem kamuoyuna hem de politika yapıcılara sunmak üzere üyeleri destekleyen bir araçtır.

[554] Charity Retail Association (CRA): "About Us – History of the CRA", *charityretail.org.uk*, erişim tarihi 1 Temmuz 2025, https://www.charityretail.org.uk/about-us/history-of-the-cra.

CRA, bu hizmetler aracılığıyla yalnızca sektörel dayanışmayı değil; aynı zamanda yeniden kullanımın, döngüsel ekonominin ve toplumsal kalkınmanın desteklenmesini de amaçlamaktadır.[555]

The Charity Service (TCS), bu servis bağışçılarla hayır kurumlarını bir araya getiren bir yapı olarak görev yapmaktadır. Bağışçıların vergisel avantajlarıyla stratejik bağış yapabilmesini kolaylaştırmakta; bağış fonlarının etkili şekilde yönetilmesini sağlamakta ve hayırseverliği profesyonel hale getirmeye hizmet etmektedir.[556]

Charities Aid Foundation (CAF), uluslararası faaliyet gösteren, Birleşik Krallık merkezli önemli bir hayır kurumu ve finansal aracıdır. Kurumsal bağışçılara ve bireylere stratejik bağış çözümleri sunar; aynı zamanda küresel hayırseverlik üzerine raporlar, veri analizleri ve etki değerlendirmeleri yayımlar.

Bu ortak kurumlar, Birleşik Krallık'taki hayır sektörü eko sisteminin işleyişini destekleyen, geliştiren ve sürdürülebilir kılan temel yapı taşlarıdır. Bunlar gibi temel aktörlerin yanı sıra, farklı alanlarda uzmanlaşmış ve ortak amaçlar etrafında birleşmiş çok sayıda grup ve ağ mevcuttur. Bu geniş ve örgütlü yapılanmalar, hayır kurumlarının toplum nezdindeki işlevlerinin ne denli hayatî olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle dikkat çekilmesi gereken husus, bu yapıların büyük oranda kendiliğinden ortaya çıkmış olmalarıdır. Gönüllülüğe, karşılıklı yardımlaşmaya ve toplumsal sorumluluğa dayanan bu taban hareketleri, zamanla kurumsallaşarak sektörün güvenilirliğini artırmış ve hayır kurumlarının kamusal işlevlerini güçlendirmiştir.

Sonuç olarak, hayır kurumlarının çevresinde oluşan bu destekleyici ve denetleyici ağlar, yasal çerçeve ile pratik uygulama arasındaki köprü işlevini görmeleri nedeniyle, yalnızca yardım kuruluşlarının değil, kamu politikalarının ve kamuoyunun da güvenini kazanmaları için elzemdir. Bu çok katmanlı yapı, yalnızca mevcut toplumsal sorunlara çözüm üretmekle kalmaz, aynı zamanda hayırseverliğin modern dünyadaki rolünü yeniden tanımlayan bir sistem olarak da değerlendirilmelidir.[557]

[555] Charity Retail Association. *About Us*. https://www.charityretail.org.uk; Charity Retail Association. *Our History*. https://www.charityretail.org.uk/about-us/our-history/.
[556] The Charity Service. *About*. https://www.charityservice.org.uk.
[557] Charities Aid Foundation (CAF), *What We Do*. https://www.cafonline.org.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TASAVVUFÎ YARDIMLAŞMA İLE CHARITY MODELİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Bu bölümde, tasavvufî yardımlaşma geleneği ile Birleşik Krallık'taki charity modeli karşılaştırmalı bir perspektiften ele alınarak, her iki yapının kurumsal, tarihî, iktisadî ve değer temelli boyutları analiz edilecektir. İlk olarak charity modeli ile tekke, vakıf ve Ahîlik müesseseleri; kurumsal unsurlar, tarihî-doktrinel kökenler, amaç ve değerler, teşkilât ve yönetişim yapıları, finansman kaynakları, hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkeleri, sosyal etki alanları, profesyonelleşme düzeyleri ve tarihsel süreklilik açısından sistematik biçimde karşılaştırılacaktır.

Bunun ardından, söz konusu karşılaştırmalı analizden hareketle tasavvufî ilkeler ile charity perakendeciliğinin finans üretme kapasitesini bir araya getiren hibrit bir model olarak "hayırsever dükkân" önerisi geliştirilecektir. Bu çerçevede modelin tasavvufî temellendirilmesi, küresel ikinci el tüketim ekosisteminden beslenen "iyiliğe dönüştür" yaklaşımı, ampirik gerekçeleri, Türkiye bağlamında hukukî statüsü ve kurumsal yapılanma biçimi ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Ayrıca hayırsever dükkânların yönetimsel yapısı, iş akışı ve operasyonel örgütlenmesi, görev tanımları, donanımsal gereklilikleri, fiyatlandırma stratejileri ve Türkiye'de uygulanabilirliğine dair risk ve engeller değerlendirilecek; nihayet günümüz tasavvufî yardım kuruluşlarının gelir dinamikleri ile önerilen model arasındaki ilişki tartışılarak bölüm tamamlanacaktır.

1. Charity Modeli ile Tekke, Vakıf ve Ahîlik Müesseselerinin Karşılaştırılması

Bu başlık altında, Birleşik Krallık'taki charity modeli tekke, vakıf ve Ahîlik müesseseleriyle karşılaştırmalı bir bakış açısından ele alınacaktır. Karşılaştırma sürecinde bu yapıların tarihî-doktrinel kökenleri, kurumsal amaç ve değerleri, teşkilât ve yönetişim yapıları, finansman modelleri, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri ile sosyal etki alanları başlıkları analiz edilecektir.

1.1. İslamî Vakıf Geleneği ve Charity Modeli Unsurları

Modern çağın hayır kurumları olarak tanımlanan charityler, toplumsal fayda üretme, dayanışma kültürünü sürdürme ve kamusal hizmetleri sivil inisiyatif yoluyla destekleme yönleriyle önemli bir sosyal rol üstlenmektedir. Bununla birlikte bu kurumlar, yalnızca günümüzün ürünü olarak değil; farklı coğrafya ve inanç geleneklerinde tarih boyunca gelişen hayır modellerinin dönüşerek süreklilik kazanan bir uzantısı olarak da değerlendirilebilir. Bu açıdan Osmanlı-Türk geleneğinde kök salmış vakıf, tekke ve Ahîlik gibi yapılar ile Birleşik Krallık bağlamında kurumsallaşan charity organizasyonları, farklı tarihsel bağlamlarda ortaya çıkmış olsalar da, insanlığın ortak hayırseverlik mirasında kesişen ve toplumsal dayanışmayı kurumsal zemine taşıyan teşekküller olarak okunabilir.

Bu kurumlar arasında, modern charity kurumları ile Türkiye bağlamında hem geleneksel hem de güncel tasavvufî yardımlaşma müesseselerini temsilen vakıf kurumu arasında genel bir mukayese ve analiz yapılacaktır. Bu başlıkta vakfın tercih edilmesinin temel gerekçesi, vakıf sisteminin tarihsel sürekliliğini büyük ölçüde koruyarak günümüzde de hukukî ve kurumsal bir yardım formu olarak varlığını sürdürebilmesidir. Buna karşılık Ahîlik ve tekke yapıları, tarihsel olarak yardımlaşma ve dayanışma bakımından güçlü işlevler üstlenmiş olmakla birlikte, modern dönemde aynı nitelikte resmî/hukukî bir örgütlenme formu olarak sürekliliklerini koruyamamışlardır. Bu nedenle, karşılaştırmanın analitik bir zeminde yürütülebilmesi için, hukuken tanımlı ve kurumsal olarak izlenebilir bir yapı sunan vakıf modeli esas alınmıştır. İlgili karşılaştırma, temel kriterler üzerinden sistematik biçimde görünür kılınmak üzere tablo formatında yapılandırılmıştır.

Tablo 1. İslamî Vakıf Sistemi ve Charity Modeli Unsurlarının Karşılaştırılması

Kategori	İslamî Vakıf Sistemi	Modern Charity Modeli (Birleşik Krallık)
Tarihsel Köken	VIII. Yüzyıla kadar uzanır (Hz. Ömer Dönemi – Hayber Hurmalığı Vakfı)	XIII.– XVI. Yüzyılda "Use" yapısından evrilerek 1601 Charitable Uses Statüsü ile kurumsallaşır
Hukukî Statü	Şer'îi Hükümlere ve Vakfiye metinlerine dayanır	Sivil Hukuk Sistemine göre "Registered Charity" Statüsü ile tanımlanır
Yönetim Mekanizması	Mütevelli (Tek Kişi Veya Heyet)	Trustee (Yönetim Kurulu), Devlet Denetimi (Charity Commission, HMRC)
Finansman Kaynağı	Vakfedilen Gayrimenkuller, Dükkan Gelirleri, Bağışlar	Bağışlar, Hibe Fonları, Sponsorluklar, Charity Shop Satış Gelirleri
Gelir Kullanımı	Vakfiye Şartlarına göre Aynî veya Nakdî Hizmetlere (Hastane, Medrese, Imaret)	Toplumsal Hizmetlere, Sağlık, Eğitim, Yoksullukla Mücadele, Çevre Projeleri
Gelir Üretme Modeli	Genelde Gayrimenkul Kiralama, Nadiren Mal Üretimi	Charity Shop (Ikinci El veya Yeni Ürün Satışı), Online Satış, Etkinlikler, Kampanyalar
Vergi Muafiyeti	Osmanlı'da Doğrudan muafiyet tanınır, Modern Türkiye'de sınırlı	Resmî olarak vergiden muaftır (UK'de Gift Aid, Business Rate Exemption Vs.)
Gönüllülük Esası	Genelde Yok; Vakıf çalışanları görevlidir	Gönüllü Katılım Esastır; Mağazalar, Kampanyalar Gönüllü emeği ile yürütülür
Hizmet Alanı	Eğitim, Sağlık, Dinî Hizmetler, Yoksul Bakımı	Geniş Alanlar: Sağlık, Eğitim, Sosyal Hizmet, Çevre, Hayvan Hakları, vs.
Yayginlik ve Organizasyonel Yapı	Yerel Ölçekte Şubelenmiş (Şehir/Köy Vakıfları)	Ulusal ve Uluslararası Organizasyonlara Dönüşebilen Merkezî + Yerel Şubeler
Ticarî Faaliyet İzni	Ticaret Yasak; Mal Satışı Vakıf amacıyla sınırlıdır.	Yasal Ticarî İşletme kurma ve işletme hakkı vardır (Charity Trading Arms)
Kamusal Görünürlük / Şeffaflik	Vakfiye metinleri bellidir; ancak kamuya açık raporlama zayıf	Yıllık Rapor, Hesap Verilebilirlik ve Şeffaflık zorunlu
Kurumsallaşma Düzeyi	Tarihsel Olarak Köklü, Hukuk Dışı Alanlarda da güçlü etkisi vardır	Modern Kurumsal Yönetim, Şeffaflık, Hesap Verebilirlik Yüksek
Modernleşme ile Uyum	Türkiye'de 20. yy'da Merkezî Devlete entegre olmuştur (Ör. Vakıflar Genel Müdürlüğü)	Özerkliğini koruyarak yeni Sosyal Sorunlara Göre dönüşüm geçirmiştir
Sosyal Girişimcilik Potansiyeli	Geleneksel; Sınırlı İnovasyon	Yüksek: Sosyal Girişim, Circular Economy Modelleriyle Entegre

1.2. Tarihî-Doktrinel Kökenler

Tekke, Ahîlik ve modern charity organizasyonları, doğdukları tarihsel ve kültürel bağlamlara göre farklı toplumsal ihtiyaçlara cevap vermek üzere şekillenmiş, fakat temelde "kamusal yararı önceleyen gönüllü dayanışma" fikrini paylaşan yapılar olarak sınıflandırılabilir. Tekke yapıları, tasavvufî düşüncenin doğal uzantısı olarak ortaya çıkmış ve zühd, infâk, riyazet gibi ilkeleri benimseyen manevî bir zeminde inşa edilmiştir. Bu anlayış, hizmetin bir ibadet, yardımlaşmanın ise kişisel arınma ve olgunlaşma yolu olduğunu kabul eder. Tekkelerin yardım hizmetleri müritlere ve misafirlere yöneliktir; barınma, yeme-içme ve şifa gibi temel ihtiyaçlar, hem manevî terbiye hem de sosyal hizmet anlayışıyla karşılanır.[558]

Ahîlik teşkilâtı ise XIII. yüzyıldan itibaren Anadolu'daki esnaf ve zanaatkârlar arasında şekillenmiş meslekî bir topluluktur. "Elini, belini, dilini koru" düsturuyla, üretimde ahlâkî sorumluluğu, dayanışmayı ve sosyal adaleti merkeze almıştır. Ahîlik sadece ustalık ve zanaatkârlık eğitimi değil, aynı zamanda yoksullara karşı sorumluluk taşıyan bir yardım sistemini de içermekteydi. Bu sistem, hem usta-çırak ilişkisiyle bireysel gelişimi hem de toplumsal düzeni gözeten bir yapı idi.[559]

Modern charity organizasyonları ise Batı'da özellikle Viktoryen dönemde kilise merkezli sadaka sandıklarından evrilmiş, zamanla sekülerleşerek ve kurumsallaşarak günümüzde profesyonel sivil toplum kuruluşlarına dönüşmüştür. Bu kurumların ideolojik temeli; kamusal yarar, hayırseverlik ve gönüllülük gibi değerlerden oluşur. Yardımın yöneldiği kesim yalnızca belli bir grup ya da cemaat değil, evrensel düzeyde ihtiyaç sahipleridir. Dolayısıyla bu yapılar, belirli bir inanç ya da meslek topluluğu yerine, amaca odaklı faydalanıcılarla ilişki kurar. Sonuç olarak, bu yapılar farklı sosyo-kültürel ortamlarda ortaya çıkmış olsa da, toplumun dayanışma ihtiyacına verdikleri cevaplar açısından benzer nitelikler taşımakta; ancak çıkış zeminleri, değer temelleri ve kapsayıcılık düzeyleri bakımından anlamlı farklılıklar göstermektedir.

1.3. Kurumsal Amaçlar ve Değerler

Tekke, vakıf, Ahîlik ve modern charity organizasyonları, taşıdıkları değerler ve toplumsal hedefleri bakımından farklı dönemlerin ihtiyaçlarına yanıt veren bir taraftan ayrı ama diğer taraftan örtüşen hayır modelleridir. Tekkeler, yalnızca maddî yardım

[558] Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar*, İstanbul, Timaş Yay., 2015, s.200.
[559] Neşet Çağatay, "Anadolu'da Ahilik ve Bunun Kurucusu Ahi Evren", *Belleten*, S. 182, Nisan 1982, c. XLVI, ss. 423-436, s.423.

sunan bir yapı değil, aynı zamanda manevî terbiye sunan bir eğitim mekânıydı. Buralarda sunulan hizmetler –yemek, barınma, şifa gibi– ibadetin bir uzantısı olarak görülür, bu hizmetlerin sunumu kişisel olgunlaşmanın, yani "hizmet ederek kemâle ermenin" bir yolu olarak benimsenirdi.[560] Dolayısıyla tekke geleneğinde yardım, hem hizmet alan hem hizmet sunan için bir içsel dönüşüm süreci anlamına gelirdi.

Ahîlik ise mesleki üretimi ahlâkî değerlerle bütünleştiren özgün bir yapılanma örneğidir. Ahî sisteminde sadece üretimin niteliği değil, üreticinin ahlâkî sorumluluğu da esas alınırdı. Helâl kazanç anlayışı, fiyat istikrarı ve karşılıksız yardımla şekillenen bu yapı, toplumda adaletli bir ekonomik düzenin teminatı olmayı hedeflerdi. Bu yönüyle Ahîlik, dönemin toplumsal yapısı içinde bir tür "sosyal emniyet mekanizması" işlevi görmüştür.[561]

Vakıf müessesesi ise belirli bir malın gelirini kamu yararına tahsis ederek süreklilik üreten bir finansman ve hizmet sistemidir. Eğitim, sağlık, imar, ibadet mekânları, yoksullukla mücadele ve şehir hizmetleri gibi alanlarda, kamusal ihtiyacı kalıcı biçimde karşılamayı amaçlar. Bu yönüyle vakıf, hayrın süreklileştirilmesi ve kamu yararının kurumsal teminat altına alınması bakımından klasik İslam toplumlarında ana araçlardan biridir

Öte yandan, charityler profesyonel bir yaklaşımla, fakîrliğin azaltılması, eğitime erişimin artırılması, çevre bilincinin geliştirilmesi gibi somut ve ölçülebilir kamusal faydalar üretmeyi amaçlar. Bu kurumlar, gönüllülük temelli olsa da profesyonel yönetim ve uzmanlaşma ile faaliyet gösterir. Yardım süreci burada daha çok ihtiyaç temelli analiz, hedef odaklı planlama ve stratejik etki üzerinden şekillenir.[562]

Bu yapılar, farklı kavramsal temellere dayansa da, ortak bir ideali paylaşır: Bireyin ve toplumun iyiliği için gönüllü katkı sunmak ve kamusal faydayı öncelemek. Ancak bunu yaparken yöntemleri, değerleri ve hedef kitleleri zamanın şartlarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Ortak noktaları "kamusal faydaya katkı", "dayanışma üretme" ve "toplumsal düzeni güçlendirme" hedeflerinde kesişir. Farklılıkları ise tekke, Ahîlik, vakıf üçlüsünde amaçlar çoğu zaman "dünya–âhiret bütünlüğü" içinde, manevî

---

[560] Annemarie Schimmel, *Mystical Dimensions of Islam,* Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1975, s. 201–205; Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar, İstanbul,Timaş Yay., 2015, s. 185-200.

[561] Erhan Gülcan, "Osmanlı Devleti'nde Sosyal Güvenliğin Sağlanmasında Ahi Teşkilatının Rolü", *Sosyolojik Düşün*, S. 3, 2023 c. XIII, ss. 447-469, s.456-463.

[562] Charity Commıssıon For England And Wales, *The Essential Trustee (CC3),* London, 2015, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-what-you-need-to-do?.

motivasyonla temellendirilirken; modern charity modelinde amaçlar, ağırlıkla "kamu yararı" ve "hukukî-yönetişimsel standartlar" üzerinden tanımlanır.

1.4. Teşkilât ve Yönetişim

Tekke, vakıf, Ahîlik ve charity organizasyonlarının yönetimsel yapıları, zamanın gerekliliği ve ihtiyaçlarına göre şekillenen ancak özünde toplumsal sorumluluğu merkeze alan yapılardır. Tekke modelinde, liderlik makamı çoğunlukla şeyh ya da postnişin tarafından temsil edilirdi. Bu kişiler sadece manevî rehberlik sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kurumun iç işleyişinden, misafir ağırlamadan mali dengeye kadar geniş bir yelpazede yönetsel sorumluluk taşırdı. Kararlar ise genellikle şeyhin önderliğinde yürütülen istişare toplantılarıyla şekillenir; bu istişarî yapı, hem otoriteyi pekiştirir hem de topluluğun ortak aklını harekete geçirirdi. Denetim mekanizması ise daha çok vakıf muhasebesi üzerinden yürütülür; buna ek olarak toplumun manevî baskısı, kurumu disipline eden bir unsur olarak işlev görürdü.

Vakıflarda yönetişim, vakfiyede belirlenen amaçların korunması ve vakfedilen malın/gelirin bu amaç doğrultusunda yönetilmesi esasına dayanır. Bu çerçevede karar alma ve icra süreçleri, mütevelli (mütevelli heyeti) gibi yönetim organları ile yürütme sorumluluğu taşıyan görevliler aracılığıyla yürütülür; gelir–gider dengesinin gözetilmesi, emanet bilinci, şeffaflık ve hesap verebilirlik temel ilkeler olarak öne çıkar. Ayrıca vakfın faaliyetlerinin, vakfiyeye uygunluk ve kamu yararı bakımından denetlenmesi, yönetişimin sürekliliğini sağlayan önemli bir güvence mekanizmasıdır.

Ahîlik teşkilâtında, yönetsel yapı daha çok kolektif liderliğe dayanır. Yiğitbaşı, bir anlamda mesleki ustaların temsilcisidir; onunla birlikte görev yapan lonca meclisi, karar alma süreçlerinin merkezîndedir. Bu yapı, hem meslekî hem de ahlâkî denetimin sürekliliğini sağlamayı amaçlar. Karar süreçlerinde ise lonca meclisi ile birlikte kadının onayı ve yönlendirmesi söz konusu olurdu; bu da Ahîlik teşkilâtını hem sivil hem yarı-yargısal bir zemin üzerinde konumlandırır. Denetim, lonca kuralları ile kadı denetimi arasında kurulan denge sayesinde sağlıklı şekilde yürütülürdü. [563]

Günümüz charity organizasyonlarında ise yönetim ve liderlik daha kurumsal bir düzlemde ilerler. Mütevelli heyeti (trustees**)**, kurumun stratejik kararlarını alan ve malî sorumluluğu taşıyan ana organdır. Bu heyet, yasal regülasyonlara uygun şekilde faaliyet göstermekle yükümlüdür. Karar alma süreçleri, yönetim kurulu toplantıları ve ilgili

[563] Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar*, İstanbul, Timaş Yay., 2015, s, 120–145.

yasal çerçeveler içerisinde gerçekleşir. Denetim açısından ise charity yapıları, yüksek düzeyde hesap verebilirlik ilkesine sahiptir. Yıllık faaliyet raporları, bağımsız denetçi raporları ve İngiltere örneğinde olduğu gibi Charity Commission gibi bağımsız düzenleyici otoritelerin gözetimi altında faaliyet yürütürler. Bu yapı, modern hukuk sistemlerinin sunduğu şeffaflık ve kamu denetimini esas alır.[564]

Sonuç olarak, her yapı, dönemine uygun yönetişim mekanizmaları geliştirmiştir. Tekkelerde manevî otoriteye dayalı liderlik, Ahîlikte meclis esaslı temsilî yönetim, vakıflarda mütevelli heyeti merkezli karar alma mekanizması ve charity organizasyonlarında ise kurumsal ve hukukî temelli bir yapı öne çıkmaktadır. Bu farklara rağmen, her sistemde de kararların meşruiyetini sağlayan unsur, toplum yararını gözeten bir değerler sistemi olmuştur.

1.5. Finansman ve Ekonomik İşlev

Tekke, vakıf, Ahîlik ve charity organizasyonlarının finansal yapıları ve ekonomik işleyiş biçimleri, içinde bulundukları dönem ve toplumsal bağlamlara göre farklılık göstermektedir. Tekkelerde gelir kaynakları büyük ölçüde vakıflara dayanmakta; özellikle taşınmaz mülklerden elde edilen gelirleri, arazi gelirleri ve bireysel bağışlarla desteklenmekteydi. Bu gelirler, imaretler, zâviye fırınları, misafirhaneler ve benzeri kamusal hizmet mekânlarının sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kullanılırdı. Bu bağlamda tekke ekonomisi, doğrudan tüketime dönük olmayan, hizmet üretimine dayalı bir "hizmet ekonomisi" olarak değerlendirilebilir.[565]

Ahîlik yapısında ise finansman kaynakları daha kolektif ve esnaf tabanlıydı. Ahî teşkilâtları, üyelik aidatları ve lonca kâr payları gibi düzenli gelirlerle faaliyetlerini sürdürürken, aynı zamanda "ahî sandığı" gibi ortak fonlar aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine destek sunmaktaydı. Ekonomik istikrarı sağlamak amacıyla uygulanan "*narh sistemi* (fiyat regülasyonu)", sadece üreticiye değil, tüketiciye karşı da sorumluluk hissi taşıyan bir ticaret ahlâkının yansımasıydı. Böylece hem ekonomik düzen hem de sosyal denge korunmuş oluyordu.[566]

Modern charity organizasyonları ise finansal kaynaklarını çok daha çeşitli yollarla temin etmektedir. Bireysel ve kurumsal bağışlar, hibeler, sosyal girişim

[564] https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3.
[565] Ömer Lütfi Barkan, "Osmanlı İmparatorluğu'nda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Sürgünler", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, Ağustos 2015, c. XV, S. 1-4.
[566] Neşet Çağatay, "Anadolu'da Ahilik ve Bunun Kurucusu Ahi Evren", *Belleten,* S. 182, Nisan 1982, c. XLVI, ss. 423-436.

modelleri çerçevesinde yürütülen faaliyetlerden elde edilen gelirler ve özellikle charity shop adı verilen ikinci el mağaza satışları, bu yapının temel ekonomik omurgasını oluşturur. Ayrıca "Gift Aid" gibi bağışlarda vergi iadesi sağlayan uygulamalar ve "Business Rate Relief" gibi vergi indirimi teşvikleri, modern hayır kurumlarının kamu tarafından desteklenmesini ve mali sürdürülebilirliğini artıran önemli unsurlardır. Bu yönüyle charity organizasyonları, hem geleneksel bağış kültürünü hem de modern sosyal işletme mantığını bir araya getirerek hibrit bir ekonomik model inşa etmişlerdir.

1.6. Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık İlkeleri

Tekke ve Ahîlik sistemlerinde hesap verebilirlik, doğrudan yasal düzenlemelerle değil; daha çok topluluk içi denetim, manevî sorumluluk ve Şer'i hukuk ve örf ilkeleriyle sağlanmaktaydı. Özellikle Ahîlikte, ustaların hem meslekî hem ahlâkî denetim işlevi görmesi; tekkelerde ise vakıf muhasebesi ve şeyh otoritesinin topluluk tarafından doğal biçimde izlenmesi, sistemin kendi içinden denetim üretmesini mümkün kılmıştır.[567]

Buna karşılık, modern charity organizasyonlarında hukukî şeffaflık, dijital çağın imkânlarıyla daha görünür ve kurumsal hale gelmiştir. Açık erişimli dijital kayıtlar, yıllık malî ve faaliyet raporları, bağımsız denetim uygulamaları ve kamuoyuna yönelik açıklık, bu şeffaflığın temel araçlarıdır. Aynı zamanda medya görünürlüğü ve kamu denetimi, modern charity yapılarını sadece içeriden değil, dışarıdan da sürekli olarak göz önünde tutmakta; bu da risk yönetimi ve etki raporlaması gibi gelişmiş yönetişim araçlarını zorunlu hale getirmektedir. Böylece geleneksel yapılardaki içsel ahlâkî denetim, günümüzde kurumsal prosedürlerle dışsal bir şeffaflık sistemine dönüşmüştür.[568]

1.7. Sosyal Etki ve Hizmet Kapsamı

Tekke, vakıf, Ahîlik ve modern charity organizasyonları, etki alanları bakımından hem tarihsel bağlamda hem de işlevsel açıdan dikkat çekici benzerlikler ve farklılıklar taşımaktadır. Tekkeler, özellikle barınma, sıcak yemek ve şifa hizmetleriyle toplumun en korunmasız bireylerine yönelik kapsayıcı bir destek sistemi sunmuştur.

[567] Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1997, s. 155-158.
[568] Charity Commission for England and Wales, The Essential Trustee: What You Need to Know (CC3), Gov.uk, 2015, https://www.gov.uk/government/organisations/charity-commission.

Misafirlere, yolculara, yoksullara ve hastalara yönelik bu hizmetler, yalnızca maddî değil, aynı zamanda manevî bir şifa anlayışını da içermekteydi.[569]

Vakıf müessesesi ise toplumsal hizmetlerin sürekliliğini temin eden kurumsal bir finansman ve dağıtım mekanizması olarak, sosyal etki alanında merkezî bir rol üstlenmiştir. Eğitimden sağlığa, imaretten barınmaya; yoksullukla mücadeleden şehir altyapısına kadar geniş bir yelpazede kamu yararına yönelik hizmetleri kalıcı gelir kaynaklarıyla desteklemiş, böylece sosyal yardımın kişisel hayırseverlik düzeyini aşarak kurumsal ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasına imkân tanımıştır.[570]

Ahîlik kurumları ise daha çok üretken bireyler üzerine yoğunlaşmış, meslekî eğitim, iş ahlâkı ve fiyat istikrarı gibi konulara odaklanmıştır. Ahî teşkilâtları, gençleri bir meslek sahîbi yapmakla kalmayıp aynı zamanda onları ahlâkî değerlerle donatmayı da amaçlamış, böylece sosyal adaletin ve ekonomik dengenin sağlanmasına katkı sunmuştur.

Modern charity organizasyonları ise daha tematik bir uzmanlaşma üzerinden hareket eder. Evsizlik, kanserle mücadele, çevresel sürdürülebilirlik gibi belirli konulara odaklanarak faaliyet gösterirler. Bu kurumlar genellikle belirli bir ihtiyaç alanında uzmanlaşarak daha derinlikli etki üretmeyi hedefler.

Sürdürülebilirlik açısından bakıldığında da benzer bir gelişme izlenebilir. Tekkelerdeki küçük ölçekli gelir sağlayan mikro-vakıflar, belirli hizmetlerin kesintisiz yürütülmesini sağlarken, Ahîlik sisteminde ahlâkî üretim ilkesi ve yerel pazarlarda uygulanan fiyat denetimi toplumsal dengeyi sürdürülebilir kılmıştır. Modern charity kurumları ise geri dönüşüm odaklı faaliyetler, sosyal girişimler ve çevresel-sosyal-yönetişim yatırımları aracılığıyla hem ekonomik hem ekolojik sürdürülebilirlik sağlamaya çalışmaktadır. Böylece her yapı, kendi dönemlerinin ihtiyaçlarına uygun biçimde uzun soluklu ve etkili toplumsal katkılar sunmuştur.

1.8. Profesyonelleşme ve Güncel Sürdürülebilirlik

Geleneksel vakıf, tekke ve Ahî sistemleri, büyük ölçüde gönüllülüğe ve hizmet anlayışına dayanan yapılardı. Bu kurumlar, hem manevî bir sorumluluk hem de topluluk içi dayanışma bilinciyle işleyen, hiyerarşik fakat samimi örgütlenmelere sahipti. Ancak

[569] Mustafa Kara, "Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011, c. XL, s.372-379.
[570] Ömer Lütfi Barkan, "Osmanlı İmparatorluğu'nda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Vakıflar ve Temlikler," *Vakıflar Dergisi*, S. 2, 1942.

modernleşme süreciyle birlikte bu yapılar çeşitli sebeplerle ortadan kalkmış, böylece toplumsal hayır faaliyetleri kamusal hizmet anlayışına devredilmiştir.[571]

Vakıflarda ise sürdürülebilirliğin omurgası tahsis edilmiş gelir kaynakları ve amaç sürekliliğidir; günümüzde kurumsal kapasite, şeffaflık ve denetim düzeyi arttıkça sosyal etki daha ölçülebilir ve kalıcı hâle gelir.

Charity perakende sektörü giderek daha profesyonel bir zemine oturmuş, proje bazlı finansman modelleri, pazarlama stratejileri, etki ölçümleme araçları ve dijital şeffaflık uygulamalarıyla kurumsal bir karaktere bürünmüştür. Buna karşın, özellikle charity shop uygulamalarında hâlâ yüksek oranda gönüllü emeğiyle yürütülen bir yapı gözlemlenmektedir.[572] Bu yönüyle charity shoplar, geçmişin tekke ve Ahî hizmet anlayışını hatırlatan bir dinamizmi sürdürmektdir. Bu durum, hayır kurumlarında geçmişin ruhunun halen canlı tutulduğunu ve gönüllülüğün hâlâ merkezî bir rol oynadığını göstermektedir.

1.9. Tarihsel Süreklilik ve Öğrenme Alanları

Tekkeler, Osmanlı toplumunda manevî eğitim ile sosyal hizmeti birleştiren çok işlevli kurumlar olarak tarihsel bir süreklilik üretmiştir. Günümüzde resmî kurumsal formu büyük ölçüde dönüşmüş olsa da, "hizmet", "sohbet", "terbiye" ve yerel dayanışma pratikleri modern dernek/vakıf yapıları içinde yeniden biçimlenerek devam etmektedir. Öğrenme alanları ise; değer temelli eğitim, gönüllülük kültürü, topluluk aidiyeti ve sosyal destek ağlarıdır.

Vakıf kurumu, hayrı süreklileştiren gelir tahsisi mantığıyla uzun vadeli kurumsal sürekliliğin en güçlü örneklerinden biridir. Eğitim, sağlık, imar ve sosyal yardım gibi alanlarda kamu yararını kalıcı biçimde desteklemesi, modern sivil toplum için "sürdürülebilir finansman" ve "kurumsal hafıza" açısından öğreticidir. Öğrenme alanı, amaç sürekliliği, gelir çeşitlendirme, emanet bilinci, şeffaflık/hesap verebilirlik ve hizmetlerin kalıcılaştırılması kapsamındadır.

Ahîlik, meslekî örgütlenme ile ahlâkı bütünleştiren bir düzen olarak ekonomik hayatın toplumsal adalet ve dayanışma ilkeleriyle birlikte yürütülebileceğini göstermiştir. Kurumsal formu tarih içinde değişse de, çıraklık sistemi, meslek etiği, kalite-denetim ve piyasa adabı gibi ilkeleri farklı biçimlerde günümüze yansımıştır.

[571] Ahmet Yaşar Ocak, *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar*, İstanbul, Timaş Yay., 2015, s.190.
[572] Charity Retail Association, Annual Report, https://www.charityretail.org.uk, (Erişim 25.05.2025).

Öğrenme alanı, etik ekonomi, meslekî eğitim, kalite ve güven, yerel piyasa düzeni, dayanışma fonlarıdır.

Bununla birlikte, ahlâkî iktisat anlayışı da charity shop uygulamalarının temelindeki adalet ve erişilebilirlik ilkeleriyle benzeşmektedir. Ahîlik sisteminde uygulanan narh (fiyat dengeleme) sistemi, ihtiyaç sahiplerinin temel ürün ve hizmetlere ulaşımını korumak üzere geliştirilen yerli bir regülasyon modeliydi.[573] Bu yaklaşım, bugün charity shopların cüzî fiyatlandırma yoluyla hem erişilebilirlik hem de ekonomik denge sağlamaya çalışmasına ilham olabilecek bir öncülü temsil eder.

Charity modeli, tarihsel hayır pratiklerini hukukî statü, yönetişim, denetim ve etki ölçümü mekanizmalarıyla kurumsallaştırarak sürdürülebilirlik üretir. Bu yönüyle model, geleneksel hayır kurumlarının değer dünyasını modern standartlarla birleştiren bir "öğrenme laboratuvarı" niteliği taşımakta; iyi yönetişim, mevzuata uyum, bağışçı güveni, performans/etki raporlaması, sosyal girişimcilik ve kurumsal profesyonelleşme gibi alanlarda uygulanabilir dersler sunmaktadır.

2. Karşılaştırmalı Analiz Bağlamında Hibrit Bir Model Önerisi: Hayırsever Dükkân

Bu başlık altında, tasavvufî yardımlaşma geleneği ile Birleşik Krallık charity kurumuna ilişkin karşılaştırmalı analizden hareketle hibrit bir yaklaşım olarak "hayırsever dükkân" işleyiş modeli önerilecektir. Modelin tasavvufî ve iktisadî temellendirilmesi, küresel ikinci el tüketim ekosistemiyle ilişkisi, hukukî statüsü, kurumsal ve yönetsel yapılanması, iş akışı, görev tanımları, donanımsal gereklilikleri ve fiyatlandırma stratejileri çerçevesinde ele alınacak; böylece Türkiye şartlarında uygulanabilir, teorik olarak temellendirilmiş ve pratik açıdan uygulanabilir bir hayırsever ticaret işleyişi ortaya konulacaktır.

2.1. Hayırsever Dükkânların Temellendirilmesinde Tasavvufun Rolü

Bu kısımda değerlendirilen temellendrime bir manevî oluşum bağlamında, tasavvufî düşüncenin kavramsal yapısı ve vakıf, tekke, Ahîlik gibi tarihî kurumsal modellerle daha sıkı bir ilişki içinde açıklanmıştır. Amaç, modelin değer-iddiasının yalnızca teorik veya metinsel bir inceleme düzeyinde kalmadığını; bilakis tasavvufun kavramsal mirasının, güncel kurumsal tasarıma dönüştürülebilir ilkeler, mekanizmalar

[573] Kemal Turan, *Ahilikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi*, s. 58-62.

ve ölçüler ürettiğini göstermektir. Bu bakımdan süreç, vakfın kalıcı hayra tahsis mantığını, tekkenin kapsayıcı ikram ve eğitim iklimini, ahîliğin meslek ahlâkı ve hiyerarşik terbiyesini aynı bünyede, "gönül kazanma şuuruna" yönelen bir kurumsal akla tercüme eder.

Manevî temellendirme, kurumun kuruluş aşamasında belirlenen niyet ilkesine dayanır ve bu ilke operasyonel yapının her safhasında rehber niteliğindedir. Yani hayırsever dükkânların kurumsal zemininden mağaza operasyonel açılışına kadar her süreçte hayır niyet ile başlanılması önerilmektedir. Çünkü tasavvufa göre niyet, insanın her fiiline yön veren kalbî yönelim ve amellerin değer ölçüsüdür. Niyet, eylemin dışsal biçimini anlamlı kılan içsel bir nişandır; çünkü Hz. Peygamber'in (sav) "Ameller niyetlere göredir"[574] hadisi, hem İslam ahlâkının hem de tasavvufî terbiyenin temelini teşkil eder. Sûfîler, niyet olmaksızın yapılan her fiilin şeklen doğru olsa da ruhen eksik olduğunu vurgularlar. Bu yüzden niyet, sadece bir başlangıç noktası değil; eylemin ahlâkî yönünü, samimiyet derecesini ve Allah'a yakınlık hedefini belirleyen bir mihverdir.

Model önerisinde kurumsal bir ilkeye dönüştürülmüş kuruluş ânındaki ilk niyet, onun varlık sebebini ve hizmet yönünü belirler; bu niyet, zamanla her kademedeki işleyişi şekillendiren bir manevî referans sistemi hâline gelir. Kadim kurumlarımızdan günümüze intikal eden "*Niyet açılışı*" uygulaması, bir günün başlangıcından başlar ve kurumun kuruluş niyetini diri tutan bir süreklilik disiplinidir. Böylece niyet, bireysel bir yöneliş olmaktan çıkarak, kurumsal bütünlüğü ve ihlası koruyan süreklilik ilkesine dönüşür.

Günlük "niyet açılışı", bu ilk hatırlayışın sürekliliğini sağlar; böylece kurum, her yeni iş gününde kendi varlık gayesini tazeler ve bütün eylemlerini bu bilinçle yönlendirir. Bu açılış, tasavvufun merkez kavramları olan ihlas, ihsan ve rıza bilincini kurumsal rutine taşır. Niyet beyanı, tekil bireyin iç dünyasında başlayan bir farkındalığı örgütsel kültür hâline getirir: "Halka hizmet Hakk'a hizmettir" düsturu, günün işini sıradan bir teknik faaliyet olmaktan çıkarıp ahlâkî bir hizmet eylemine dönüştürür. Bu niyet, kurumsal düzeyde vakıf anayasasında somutlaşır. Vakıf geleneği, varlığı belirli bir maslahat ve hayr doğrultusunda ebediyen tahsis etme iradesidir. Anayasa, tasavvufun emanet anlayışını (insana, mala ve tabiata zarar vermeme), kanaat ve istiğna

[574] Buhârî, Bedʾü'l-Vahy, 1; *Muhammed b. İsmail el-Buhârî*, el-Câmiʿu's-Sahîh, "Bedʾü'l-Vahy", h. no: 1.

tutumunu (israf ve gösterişten uzak durma) ve adalet ilkesini örgüte bağlayıcı hükümler hâlinde taşır.

Sürecin irşad boyutu, tekke ve ahîlik kurumlarında yer alan manevî eğitim ve terbiye fonksiyonuna tekabül eder. Bu yönüyle irşad, yalnızca bilgi veya meslek aktarımı değil; insanın nefsini arındıran, gönlünü incelten ve iyiliği içselleştiren bir eğitim anlayışını temsil eder. Tasavvufî gelenekte eğitimin gayesi, bireyi sadece yetkin bir usta, zanaatkâr ya da yönetici hâline getirmek değil; aynı zamanda onu erdem, sorumluluk ve hizmet bilinciyle donatmaktır. Bu nedenle tekke ve ahîlikteki eğitim süreci, bilgi öğretiminin ötesine geçerek ahlâkî olgunluk (kemâl), hizmet ahlâkı ve gönül terbiyesi üzerine kuruludur.

Model önerisinde bu geleneksel yaklaşım, muasır kurumsal eğitim sisteminin ruhunu dönüştüren bir yapı olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda hayırsever dükkânlarda İrşad Komitesi oluşturulması ve yönetim mekanizmasının merkezî olması önerilmektedir. Bu bölüm gönüllülerin, yöneticilerin ve çalışanların manevî formasyonunu destekleyen bir rehberlik mekanizması işlevi görmelidir. Eğitim, teknik bilgi veya prosedür aktarımı olmaktan ziyade; niyetin doğruluğu, hizmetin samimiyeti ve davranışın nezaketi gibi değerleri yerleştirmeyi hedefler. Bu bağlamda irşad, kurum içi tüm ilişkilerde manevî ölçüyü, yani kalp merkezli bir bilinç halini korumayı temin eder.

İrşad Komitesi, yalnızca eğitim ve terbiye işlevi gören bir birim değil; aynı zamanda helal–haram hassasiyetini gözeten bir denetim ve rehberlik organı olmalıdır. Tasavvufun "*emr bi'l-ma'rûf*"[575] ve nezafet (temizlik) ilkelerini esas alarak, "*Temiz İçerik – Temiz Ürün*" politikası ile mahremiyet standardını hayata geçiren bir manevî rehberlik merkezî olarak yapılandırılmıştır. Ürün kabulünde "*tayyib*" (temiz, yararlı) ölçüsü, iletişimde "*edep*" ve "*insaf*" dili, mekânda "*ikram*" ve kapsayıcılık—bunların tamamı tekkenin terbiyesini operasyonel protokollere tercüme eder. İrşad'ın hazırladığı formlar ve kontrol listeleri bu sebeple yalnızca prosedür değil, kurumsal tezkiye (arınma) araçlarıdır.

Hayırsever dükkânlarda klasik tekkelerdeki hâl ile öğretme ilkesine benzer biçimde eğitim, gönüllü ve çalışanlar arasındaki karşılıklı gözlem, rehberlik ve tecrübe paylaşımı üzerinden yürütülmelidir. Böylece nefis terbiyesi, kurumun her kademesinde yaşanan bir süreç hâline gelir; kişiler yalnızca görev bilinciyle değil, gönül bilinciyle

[575] Âl-i İmrân 3/104.

hareket ederler. Bu anlayış, tasavvufun asırlardır vurguladığı bir hakikatin — bilgiden önce hâl terbiyesinin — kurumsal düzlemde yeniden yorumlanmış biçimidir.

Ahîlik geleneğinin unsurları, hayırsever dükkânların insan kaynağı yönetimi ve meslek ahlâkı bölümlerinde somut biçimde modellenmiştir. Ahîliğin usta–kalfa–çırak hiyerarşisi, gönüllülük sisteminde kademeli yetkilendirme, mihmandarlık ve sürekli geri bildirim düzeni olarak kurumsallaşır. Ahîlikteki doğruluk, ölçü ve tartıda adalet, meslek onuru ve kardeşlik ilkeleri, "*adaletli fiyat*", "*ihtiyaca göre rehberlik*" ve "*onur koruma*" mekanizmalarıyla somutlaşır. Böylece fiyat bir piyasa tepkisi değil, mizan sorumluluğudur; gönüllünün performansı yalnızca çıktıyla değil, nezaket ve emanet kriterleriyle de değerlendirilir.

Model önerisinin temel operasyonel hareketi olan "*tedarik ve ürün kabul*" kademesinde tasavvufî emanet şuuru sistematiğe bağlanır. Yerel/doğal üretime öncelik, kısa tedarik zinciri, düşük ambalaj ve izlenebilir kaynak bilgisi; hem doğaya saygıyı hem de topluluk ekonomisini güçlendiren tercihlerdir. İkinci el ürünlerde onarım—yeniden kullanım hattı, israfın zıddı olan iktisat ve kanaat erdemlerinin pratik karşılığıdır. Onarım mümkün değilse rag/geri dönüşüm kanallarının işletilmesi, tasavvufun "*zararı def' etmek*" ilkesini çevresel düzlemde kurumsallaştırır. Bu aşamalarda tutulan kayıtlar ve hedeflenen düşen atık eğrisi, "*emanete riayet*"i ölçülebilir bir kurumsal sorumluluk hâline getirir.

Hayırsever dükkânlarda mekan dili, tekke deneyiminin ikram ve kapsayıcılık ethosunu taşır. Çay ikramı ve yargısız kabul, tasavvufun sohbet ve ünsiyet kültürünün güncel izdüşümüdür; burada amaç, tüketimi kışkırtmak değil, ihtiyaca uygun ve onurlu edinimi kolaylaştırmaktır. Karşılama ve yönlendirme süreçleri, "*gönül incitmemek*" prensibine göre tasarlanır; mağaza, yalnızca bir satış alanı değil, şefkat ve nezaket pratiğinin görünür olduğu bir topluluk durağıdır. Bu, modelin özündeki "*gönül kazanma şuurunun*" mekansal karşılığıdır.

Gelir rejimi, vakıf mantığının modern bir yorumu olarak işler. Net fazlalık, eğitim ve yetiştirme merkezleri, onarım-dönüştür atölyeleri, yerel üretici destekleri ve onur merkezli sosyal programlara şeffaf oranlarla tahsis edilir. Bu, tasavvufun îsar ve ihsan ilkelerini kurumsal bütçenin karar kurallarına çevirir. Şeffaflık panosu ve yıllık etki raporu, vakfın "malı mala değil, hayra bağlama" gayesini sayısal göstergelerle görünür kılar.

Hayırsever dükkânlarda işlevsellik ve sürdürülebilirlik açısından tasavvufî muhasebe-i nefs ve murakabe geleneğini andıran haftalık oturumla yapılması

önerilmektedir. Bu oturumda yalnız sayısal metrikler değerlendirilmeyip, bir gönül kazanma hikâyesi, bir adalet vakası ve bir emanet/doğa dersi birlikte ele alınır; tek ve somut bir iyileştirme kararı sorumlusu ve tarihiyle karara bağlanır. Bu, tekke terbiyesindeki sohbet—mütalaa—amel döngüsünün yönetim karşılığı ve öğrenen, tezkiyeye açık bir kurumdur.

Toparlamak gerekirse, model; vakfın kalıcılık ve tahsis, tekkenin ikram ve eğitim, ahîliğin meslek ahlâkı ve hiyerarşi unsurlarını, tasavvufun ihlas, ihsan, îsar, kanaat, emanet, adalet gibi temel kavramları eşliğinde, somut kurallara, iş akışlarına ve ölçülebilir göstergelere dönüştürmektedir. "*Gönül kazanma şuuru*" bu yapının hem niyeti hem de çıktısıdır: Kurumun müşterisi, bağışçısı, gönüllüsü ve çalışanı için incitmeyen bir dil, onur koruyucu bir ilişki, doğaya saygılı bir tedbir ve adaletli bir iktisat düzeni üretmek. Böylelikle tasavvufî muhteva, metinsel bir referans olmanın ötesine geçerek, muasır bir vakıf-tekke-ahîlik sentezinin yönetilebilir, denetlenebilir ve sürdürülebilir kurumsal mimarisine dönüşür.

2.2. Gelişen Küresel İkinci El Tüketim Ekosisteminin "Hayırsever Dükkân" Yaklaşımına Katkıları

Günümüzde ikinci el ürünlerin perakendesi yalnızca ekonomik bir alternatif olmanın ötesinde bir boyut kazanmıştır. Bu ticaret; sürdürülebilirlik, bilinçli tüketim ve sosyal sorumluluk gibi aktörlerinde temel alındığı bir tercih haline gelmiştir. Özellikle dijital alışveriş davranışının yaygınlaşmasıyla birlikte küresel bir ivme kazanmıştır. Hatta potansiyel olarak dikkat çeken bu alan yeniden kullanım politikaları adı altında markalarında dahîl olduğu bir sektöre dönüşmüştür.

Gerek küresel gerekse ulusal düzeyde birçok firma, bu alanda ticarî faaliyetlere yönelerek önemli bir pazar payı elde etmeye başlamıştır. İkinci el pazarının öncülerinden olan eBay, 2023 yılında tüm satışlarının %40'ının ikinci el veya önceden kullanılmış ürünlerden oluştuğunu açıklamıştır. 2024 itibarıyla platform kullanıcılarının %86'sı alım ya da satım faaliyetinde bulunduğunu belirtmiştir. Özellikle lüks segmentte, ikinci el tasarım ürünleri satın alan kullanıcıların %57'si tercihini eBay üzerinden gerçekleştirmiştir.[576]

Geleneksel perakende sektörünün sürdürülebilirlik baskısıyla karşı karşıya kalması, pek çok büyük moda markasını ikinci el ürün döngüsüne entegre olmaya

[576] https://www.ebayinc.com/recommerce-report/?utm_source.

yöneltmiştir. Bu bağlamda, HM (H&M) ve Beymen gibi markalar, hem tekstil atıklarının azaltılması hem de tüketici sadakatini artırma hedefiyle yeniden kullanım temelli programlar geliştirmiştir.

2013 yılında başlatılan Garment Collecting Program, H&M'in tüm dünyadaki mağazalarında uygulanmakta olup, müşterilerin kullanmadıkları kıyafetleri geri getirmeleri halinde indirim kuponları ile ödüllendirildiği bir sistemdir. Bu sistemin üç temel yönü vardır:

- Tekrar satışa uygun ürünlerin seçilerek "*Loop*" adı altında yeniden piyasaya sunulması,
- Kumaş olarak ayrıştırılıp geri dönüştürülerek yeni ürün üretiminde kullanılması,
- Atık olarak enerjiye dönüştürülmesi.

2020 itibariyle H&M, bu sistemle 30 bin tondan fazla tekstil ürünü toplamayı başarmıştır. Bu model, döngüsel ekonomiye kurumsal bir çözüm sunarak hem marka imajını güçlendirmekte hem de karbon ayak izini azaltmaktadır.[577]

Türkiye'de ise Beymen, 2021 yılında başlattığı "*Beymen Reborn*" koleksiyonu ile sürdürülebilirlik temelli ikinci el segmentine giriş yapmıştır. Bu proje kapsamında:

- Kullanılmış ama yüksek kalitedeki ürünler restore edilerek yeniden satışa sunulmakta,
- Özenli kürasyon ve bakım süreçlerinden geçen ürünler, yeni ürün gibi sunulmakta,
- Özellikle lüks moda segmentinde etik tüketimi teşvik eden bir deneyim yaratılmaktadır.

Beymen Reborn, aynı zamanda tüketicilere kendi ürünlerini sisteme dahîl etme imkânı da sağlayarak katılımcı bir ikinci el ekonomisinin yerli örneklerinden biri hâline gelmiştir.[578]

Yukarıda bahsettiğimiz her iki uygulama da klasik charity shop yapısından farklı olarak doğrudan marka çatısı altında yeniden kullanım modeline sahiptir. Özellikle Beymen gibi lüks perakende aktörlerinin bu alana yönelmesi, ikinci elin artık "zorda kalınan" değil, "bilinçli ve stil sahîbi" bir tercih olarak alternatif oluştuğunu göstermektedir. Bu gelişme, Dolap, Gardrops, letgo, sahîbinden gibi C2C (consumer-to-

[577] H&M Garment Collecting Program: https://www2.hm.com/en_gb/sustainability-at-hm/recycle-your-clothes.html.
[578] Beymen Reborn Projesi Basın Bülteni: https://www.beymen.com/tr/p/beymen-reborn-koleksiyonu.

consumer) temelli uygulamaların yaygınlaştırdığı ikinci el bilincinin markalar tarafından içselleştirildiğini ortaya koymaktadır. 2016'da kurulan ve Trendyol bünyesine 2018'de dâhil olan Dolap'ın 1,4 milyon aktif bireysel satıcısı bulunmaktadır. Aylık ~1,4 milyon tekil ziyaretçisi ve %30 hemen çıkma oranı ile kullanıcı bağlılığı yüksek bir platformdur.[579]

Dijital platformlar üzerinden ikinci el ürün satışlarının ulaştığı yüksek potansiyel, bu alanın mağazacılık modeliyle hayır kurumlarını da kapsayacak şekilde genişletilmesi durumunda, sektörel dengeleri önemli ölçüde değiştirme kapasitesine sahiptir. Belki de bu çalışma, ikinci el ürünlerin alım satımının hem dünyada hem de Türkiye'de geniş kabul gördüğü bir dönemde yapılmasaydı, bu öneriyi bu denli gerçekçi ve uygulanabilir bulmak zor olurdu. Zira toplumda yerleşik algıların dönüşmesi kolay bir süreç değildir. Ancak günümüzde, ikinci el tüketim pratiklerine dair algıların ve alışkanlıkların büyük ölçüde değiştiği bir ortamda, fiziksel mağazacılık yoluyla bu dönüşüme adapte olmuş kitleyi hayır kurumlarına yönlendirebilirsek hem sosyal hem de yapısal düzeyde etkili bir dönüşüm başlatma imkânı doğabilir.

2.3. "İyiliğe Dönüştür" Yaklaşımı: Yeniden Kullanıma Dayalı Hayırsever Dükkân Stratejisinin Temelleri

Bu çalışmada "*hayırsever dükkânlar*" ve "*hayırsever alışveriş*" kavramları, model önerimizin özgün terminolojisini ifade etmek üzere kullanılacaktır. İngilizce literatürde "charity shop", "charity retail" veya "charity store" şeklinde anılan bu kurumlar, çalışmamızda önerilen yapısal ve işlevsel çerçeve içinde "hayırsever dükkânları" başlığı altında ele alınmakta; bu terim modelimizin temel kavramsal araçlarından biri olarak literatüre sunulmaktadır. Bu bağlamda, ilgili kurumlara yapılan atıflar, klasik anlamdaki İngiliz modelinin ötesine geçerek, önerilen kurumsallaşma yapısı üzerinden değerlendirilmelidir.

Modern perakende ekosisteminde, charity shoplar -ki artık model önerimizde bu kavram hayırsever dükkânlar[580] olarak anılacaktır- yalnızca "ikinci el mağazacılığı"

[579] F. Ö. Baruönü, "Examining the Motives Affecting the Demand for Second-hand Fashion Products in the Context of Brand Knowledge Presence*", Journal of Product & Brand Management,* 2025, c. XXXIV, No. 5 s. 707–719.

[580] "Hayırsever dükkânlar" terimi, klasik anlamda İngiltere merkezli "charity shop" mağazalarıyla kavramsal benzerlikler taşımakla birlikte, bu çalışmada önerilen model çerçevesinde onlardan belirli yönleriyle farklılaşan bir yapıyı ifade etmektedir. Vakıf, Ahîlik ve tekke geleneğinden ilham alan bu yapı, Anadolu irfanının zamanımızdaki bir yansıması olarak kurgulanmış; sürdürülebilirlik, yeniden kullanım ve döngüsel ekonomiye katkı sağlama amacıyla şekillendirilmiştir. Bu doğrultuda, "hayırsever dükkânlar"

olarak tanımlanamaz. Hayırsever alışverişin ayırt edici bazı özelliklerinden dolayı yeniden kullanıma yönelik yeni bir model olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bu model, hayırsever dükkân stratejisini "*ticarî bir vizyona sahip, ancak sosyal faydaya dayalı bir perakende*" olarak yapılandırmakta etkili olabilir.

Bu modelin kuramsal zemini, yardım ve bağış ürünlerinin dağıtım süreçlerine yönelik üç temel soruya verilen yanıtların fayda odaklı analizine dayanmaktadır. İlk olarak, ücretsiz olarak dağıtılan bağış ve yardım ürünlerinin gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaşma oranı sorgulanmıştır. Bu çerçevede, dağıtım sürecinde yaşanan kaynak israfı, yönlendirme eksikliği ve keyfî taleplerin, yardımların etkisini azalttığı gözlemlenmiştir. İkinci olarak, bağış alan bireylerin, kendilerine sunulan ürünleri ihtiyaçlarına uygun bulmamaları durumunda nasıl bir değerlendirme süreci geliştirdikleri araştırılmış; uygun olmayan ürünlerin ya geri verildiği ya başkalarına devredildiği ya da kullanılmadan atıldığı tespit edilmiştir. Üçüncü olarak ise, bağış ve yardım ürünlerinin tamamen ücretsiz sunulması yerine bir bedel karşılığında verilmesinin, alıcı bireylerin söz konusu ürünlere yönelik daha seçici, bilinçli ve sorumlu tutumlar geliştirmelerine neden olup olmayacağı incelenmiştir. Bu üç soruya verilen yanıtlar, bağış ürünlerinin tamamen karşılıksız sunulmasındansa, sembolik bir bedel karşılığında hayırsever dükkânlar aracılığıyla sunulmasının, hem ihtiyaç odaklı yönlendirme yapılmasını kolaylaştırdığını hem de alıcıların karar sorumluluklarını güçlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Model önerimizin yalnızca maddî anlamda ihtiyaç sahîbi bireyleri hedefleyen bir yapıyla sınırlı olmadığını belirtmek gerekmektedir. Sistem aynı zamanda, bilinçli tüketim tercihleri doğrultusunda hareket eden, israfı önleme niyeti ile alışveriş yapan, ya da bu tercih ile hayır yapma arzusunu taşıyan bireyleri de kapsamaktadır. Dolayısıyla sistem, hem ekonomik gerekçelerle bu alışveriş modeline yönelen kitleleri, hem de ahlâkî, dinî ya da çevresel hassasiyetleri dolayısıyla bu yöntemi tercih eden bireyleri kapsayan karma ve çok katmanlı bir toplumsal yaklaşım olarak kurgulanmıştır. Bahsettiğimiz yaklaşımın arkasında birkaç temel gerekçe bulunmaktadır.

Evde biriken fazlalık ürünlerin (taşınma, boşaltma, miras gibi durumlarda) kaldırılması ciddi organizasyon ve masraf gerektirirken, hayırsever dükkân girişimleri, İlgili ürünleri doğrudan bağış olarak kabul edebilir gerekirse toplanma ve nakliye hizmeti sunar. Böylece hem bağışçı için pratiklik sağlar hem de bağış havuzunu zenginleştirir. Hayırsever dükkân modelinde, ürünlerin kabul edilme ve yeniden

ifadesi, hem bu anlayışla kurulacak işletmeleri hem de bu doğrultuda yapılacak "hayırsever alışverişi kapsayan özgün bir kavramsal öneri olarak kullanılmaktadır.

değerlendirilme süreci yalnızca fizikî durumlarına değil, aynı zamanda fonksiyonel kullanılabilirlikleri, etik döngüye katkı potansiyelleri ve toplumsal fayda üretme kapasitelerine göre yapılandırılmıştır. Bu kapsamda geliştirilen değerlendirme stratejileri, ürünlerin doğrudan yeniden satış, onarım, yenileme, yeniden üretim veya farklı amaçlarla dönüştürülerek kullanıma kazandırılması gibi çok yönlü yollarla işlevselleştirilmesini hedeflemektedir. Söz konusu stratejiler, bağışlanan ürünlerin yalnızca "*kullanılmış" olarak değil; "değer taşıyan ve tekrar işlevsel kılınabilecek kaynaklar*" olarak ele alınmasını sağlar. Böylece hem israfın önüne geçilmekte hem de sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu, dinamik bir ürün kabul ve değerlendirme sistemi ortaya konmaktadır.

Bu bağlamda modele kabul edilebilecek ürün türleri şu şekilde sınıflandırılabilir:

- *Kullanılmamış veya hediye olup değerlendirilemeyen ürünler:* Değişim veya iade imkânı olmayan, mevsimsel ya da kişisel sebeplerle rafa kaldırılan ama yeni durumdaki ürünler.
- *Kısa süreli kullanım sonrası ihtiyaç dışı kalan ürünler:* Örneğin gelinlikler, bebeklik eşyaları gibi fiziksel olarak yıpranmamış ama bireysel yeniden kullanım ihtimali bulunmayan parçalar.
- *Ekonomik değeri yüksek ürünler:* Lüks segmentte edinilmiş ama maddî karşılığına ihtiyaç duyulan, iyi durumda olan ürünler.
- *Mekânsal zorunluluk nedeniyle elden çıkarılan ürünler:* Taşınma, tayin, öğrencilik sonrası boşaltılan evlerden çıkan ve muhafaza edilmesi mümkün olmayan eşyalar.
- *Basit müdahale ile kullanılabilecek durumda olan ürünler:* Küçük bir onarımla işlevini kazanabilecek ancak bağışçısı tarafından bu işlem yapılamayan ürünler.
- *Sağlık temelli geçici kullanım ürünleri:* Medikal yataklar, bastonlar, yürüteçler gibi geçici bir iyileşme sürecinde kullanılmış, ancak sonrasında işlevsiz hâle gelmiş ürünler.
- *Perakende sektöründen yönlendirilen ürünler*: Stok fazlası, sezon sonu, iade edilmiş ya da küçük kusurları bulunan ama ekonomik değeri devam eden ürünler hem üretici hem perakendeci için israfı önler, hayırsever sistemle toplumsal faydaya dönüştürülür.

Bu değerlendirme sistemi, yalnızca ürünleri fiziksel koşullarına göre değil, ekonomik geri kazanım değeri, toplumsal fayda üretme kapasitesi ve etik kullanım döngüsüne entegrasyon açısından da ele alır. Böylece model, sadece bağış ve yeniden satıştan ibaret olmayan; aynı zamanda bilinçli tüketim, kaynak döngüselliği ve sosyal sorumluluk ilkelerini içeren bütüncül bir yaklaşımı temsil eder.

Bu anlamda hayırsever dükkânların yalnızca yardım faaliyetleri yürüten yapılar olmanın ötesine geçerek bir marka kimliği oluşturmaları, özellikle bağışçılarla daha güçlü ve sürdürülebilir ilişkiler kurmaları adına önemlidir. Ancak bu markalaşma süreci, ticarî sektörle birebir örtüşmeyen, kendine özgü dinamiklere sahiptir. Bağışçılar ile kurulan bu bağda, güven, etik duruş ve kurumun sosyal faydaya katkısı belirleyici rol oynamaktadır.

Bu noktada önemli bir bulgu, bağışçıların markalara dair değerlendirmelerine önceden belirlenmiş bir değer setiyle başlamalarıdır. Yani bir kurum "hayırsever" olarak tanımlandığında, bağışçılar o kuruma otomatik olarak belirli değerleri atfetmektedir. Bu değerlerin dışında bir izlenim edinilmediği sürece, kurumlar bu ortak değerlerin taşıyıcısı olarak görülmeye devam etmektedir.

Kurumsal marka yönetimi açısından bu durum, hem bir avantaj hem de bir sorumluluk gerektirmektedir. Eğer bir kurum sektöre ait genel değerleri sahiplenmek istiyorsa, yalnızca "hayırsever" kimliğiyle tanımlanması yeterli olmayabilir.

Marka yöneticilerine yönelik olarak yapılan tavsiyeler arasında şu stratejiler öne çıkmaktadır:

- *Farklılaştırıcı özelliklerin geliştirilmesi*: Kurumun yalnızca yardımsever olduğu değil, kendine özgü hikâyesi, yaklaşımı ve ses tonu olduğu anlatılmalıdır.
- *Duygusal bağ kurulması*: Bağışçılar, yalnızca sayısal başarılar görmek istememekte; kurumun ne yaptığı, neden yaptığı ve sonuçları hakkında samimi bilgiye ihtiyaç duymaktadır.
- *Hikâye ve performans birleşimi*: "Sadece sayılar değil, hikâyelerle birlikte sunulan sayılar" daha etkili olmaktadır. [581]

Özellikle İngiltere'de yapılan nitel çalışmalar, birçok yardım kuruluşunun markalarını "*kaderin bir cilvesi (accidents of fate')*" olarak tanımladığını, yani markalarının bilinçli bir stratejiyle değil, zaman içinde kendiliğinden oluştuğunu ortaya

[581] A. Sargeant, J. Hudson, D. C. West, "Charity Brand Personality: The Relationship with Giving Behavior*", Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly,* No. 3, 2008, c.XXXVII, s. 487.

koymuştur. Fakat bu durum, markaların proaktif biçimde geliştirilmesini engellemekte; çoğu zaman yalnızca korunması yönünde çaba sarf edilmektedir. Yine de bazı kurumlar, markalarının insanlar nezdindeki temsiliyet gücünü kullanarak kendilerini bağışçılarla özdeşleştirme yolunu tercih etmiştir. Bu tür temsilî markalar, kurulan daha güçlü duygusal bağ sayesinde bağışçı sadakatini artırabilmektedir.

Bununla birlikte, markalaşma stratejisinin sadece duygusal çağrışımlarla sınırlı kalmaması gerektiği, yardım kuruluşlarının faaliyetleri hakkında daha bütünlüklü ve eğitici bilgi verilmelidir. Kamuoyunun çoğu zaman yardım kuruluşlarının faaliyetleri hakkında yetersiz bilgiye sahip olması, hem yanlış algılara hem de bağışta kararsızlığa neden olabilmektedir. Bu nedenle, daha derinlemesine ve kapsayıcı marka anlatıları geliştirerek hem kamuoyunu bilgilendirmek hem de bağışçı bağlılığını güçlendirmek gerekmektedir.

Son olarak, yardım kuruluşlarının daha etkili bir markalaşma süreci yürütmek için küçük çaplı piyasa testleri yapmaları önerilmektedir. Bu testler sayesinde bağışçılara daha bütüncül bir kurum profili sunulabilir ve bunun uzun vadeli bağış davranışları üzerindeki etkisi gözlemlenebilir.[582] Nihayetinde yardım kuruluşlarının markalaşma süreçlerinde, sektörel benzerlikleri korurken aynı zamanda kendine özgü bir kişilik geliştirmesi, bağışçı güveni ve sürdürülebilir destek açısından kritik bir rol oynamaktadır. Her ne kadar tüm bağışçılar markalaşma detaylarına dikkat etmese de, güvene dayalı ilişki inşasında bu süreç belirleyici olmaktadır.

2.4. Hayırsever Dükkân Önerisinin Ampirik Gerekçelendirilmesi

Bu çalışmada oluşturulması hedeflenen hayırsever dükkân modellerinin temelini teşkil eden teorik altyapıların yanı sıra, araştırmanın tutarlılığını pekiştirmek amacıyla nicel verilerden de yararlanılacaktır. Ülkemizde uygulanabilirliği araştırılan bu model önerisinin ampirik araştırmalarda elde edilen verileri incelendiğinde, tezin gücünü artıracak önemli bulgular ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde, gerçekleştirilen araştırmalar kapsamında elde edilen nicel verilerin ayrıntılı olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Önerilen hayırsever dükkân modeli, yalnızca yapısal bir dönüşüm değil; aynı zamanda toplumsal kabul düzeyi yüksek, mevcut yardım faaliyetlerinin etkinliğini artırmayı hedefleyen bir sistemdir. Modelin Türkiye'deki uygulanabilirliğini

[582] Alan Tapp, "Charity Brands: A Qualitative Study Of Current Practice", *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, No. 4, 1996, c. I, s. 327–336.

değerlendirebilmek adına literatürde yer alan bazı ampirik çalışmalardan elde edilen veriler dikkate alınmıştır. Modelin gereksinimleri ve toplumsal kabulü değerlendirilmiştir.

Literatürde makale düzeyinde gerçekleştirilen "*Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki "Charıty Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi*" adlı çalışmada, İngiltere'de uygulanan charity shop modeli üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Bu bağlamda söz konusu mağazalar, genel anlamda bağışlanan ürünlerin satışa sunularak nakde çevrildiği mekânlar olarak tanımlanarak; dar gelirli bireyler için uygun fiyatlı ürün temini, elde edilen gelirin ilgili hayır kurumuna aktarılması, kıyafet ve ev eşyalarının geri dönüşümüne katkı sağlanması, sosyal farkındalık oluşturulması ve toplumsal etkileşimi destekleyen sosyal alanlar sunulması gibi çok yönlü işlevlere sahip oldukları vurgulanmıştır. Ayrıca, modern çağın ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda, Türkiye toplumunun yerleşik değer yargıları dikkate alındığında, bu tür bir kurumun gerekliliği açık biçimde ortaya konulmaktadır. Bu görüş, ilgili çalışmalarda elde edilen istatistiksel verilerle de desteklenmiştir.[583]

Çalışmanın yöntemi; İngiltere'deki charitylerin incelenmesi ile Türkiye'de ve İngiltere'de yaşayan Türklerin bu kuruma yönelik tutumlarının değerlendirildiği karma yöntemli bir araştırmadır. Soru formu hazırlanırken vakıf kültürü, Türkiye'deki mevcut yardım faaliyetleri ve hayır dükkânlarının mevcut işleyişleri göz önünde bulundurulmuştur. Elde edilen sonuçlara dayanarak Türkiye'ye uygulanabilir bir model önerilmiş ve modelin olası çıktıları tartışılmıştır.

Çalışmanın anket bölümünde İngiltere'deki Charity Shop modeli katılımcılara tanıtılarak, Türkiye'de böyle bir kurumun yaygınlaşması durumunda toplumun tutumu ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada iki grup üzerinden görüş ve değerlendirmelere başvurulmuştur. Birinci grup, Türkiye'den gidip bir süreliğine İngiltere'de yaşayan/yaşamaya devam eden fakat ülkesiyle bağını koparmayan veya tamamen dönen, charity shop deneyimi olan bireylerdir. İkinci grup, İngiltere veya başka bir ülkede herhangi bir charity kurumu tecrübesi olmayan, bunu çoğunlukla anketin yaptığı bilgilendirme sonucu öğrenen kişilerdir.

İngiltere'de bulunmuş katılımcıların %87,5'inin en az ayda bir kere Hayır dükkânlarındanalışveriş ettikleri görülmüştür. Bu oran, charity shopların İngiltere'de ne

[583]Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, Furkan Beşel, "*Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki "Charity Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi*", s. 655.

denli yerleşik ve yaygın bir perakende modeli olduğuna işaret etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun en az ayda bir kez bu mağazalardan alışveriş yapıyor olması, bu alışveriş biçiminin artık toplumsal norm haline geldiğini işaret eder. Yani hayır dükkânları, yalnızca ekonomik alternatifler sunan yerler değil, aynı zamanda *kültürel ve etik tüketimin bir parçası* olarak içselleştirilmiştir.[584] Veri, "ülke kültürünün birincil unsuru olmayanların bile" bu alışveriş biçimine aşina olduğunu vurgulamaktadır. Bu, charity shop deneyiminin yalnızca yerliler için değil, göçmenler, öğrenciler veya kısa süreli bulunanlar gibi kültürel bağlamın dışında kalan bireyler tarafından da benimsendiğini gösterir. Bu durum, modelin kapsayıcı ve evrensel yönünü güçlendirir.

Modelin uygulanabilirliğine yönelik en kritik tereddütlerden biri olan toplumsal yadırgama riski de araştırma kapsamında özel olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda elde edilen veriler, modelin toplumsal kabul edilebilirliğini değerlendirme açısından önemli ve gereklidir; zira uygulamanın sadece yapısal değil, kültürel düzeyde de karşılık bulup bulamayacağını ortaya koymaktadır. Bahsedilen risk faktörlerinden birisi; ikinci el eşyanın Türkiye toplumunda kabul görmemesi yani yadırganması ve hayır dükkânının işleyişini de olumsuz yönde etkiliyeip etkilemeyeceğidir. Bu soruda kesinlikle yadırganma olur diyenlerin %9,0 oranını geçmemesi olumlu bir göstergedir. Bu soru ikinci el ürünlere karşı olan yadırgamanın hayır dükkânını tercih etmek isteyen bireyler üzerindeki etkisini göstermektedir. Yadırgama durumu söz konusu olsa bile katılımcıların %90'dan fazlası bunun alışveriş yapmalarını etkilemeyeceğini bildirmiştir ın aklına bu işlev gelmese bile onlara hatırlatarak dükkânı bu yönden değerlendirmeleri istenmiştir. [585]

Özellikle bu bulgu, charity shop modelinin benimsenebilirliği ve sürdürülebilirliği açısından güçlü bir referans noktasıdır. İngiltere gibi gelişmiş bir toplumda bu denli yoğun kullanılan bu yapı, Türkiye'de de uygun bir sistem ve kültürel zemin oluşturularak benzer biçimde yaygınlaştırılabilir. Ancak, böyle bir yapının benimsenmesinde yalnızca kurumsal amaç değil, mağazaya ilişkin pratik unsurlar da belirleyici olmaktadır. Nitekim katılımcılar için "Dükkânın temizliği ve düzeni" ile "Ürünlerin kalitesi ve durumu", "Ana kurumun amacı"ndan daha öncelikli unsurlar olarak değerlendirilmiştir.

---

[584] Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, Furkan Beşel, "*Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki "Charity Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi*", s. 655.
[585] Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, Furkan Beşel, "*Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki "Charity Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi*", s. 656.

Katılımcıların %94,5'inin verdiği olumlu cevap, hayır dükkânlarının geri dönüşüme olan muhtemel katkısının farkında olduklarını göstermektedir. Hayır dükkânı açılması halinde buralara yönelik bağış yapma ve gönüllü olarak çalışma durumlarının ne olacağı da ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre %89 oranında çıkan "evet bağış yaparım" sonucu dikkat çekicidir. Hayır dükkânlarının ürün temini açısından çok fazla sorun yaşamayacağını ortaya koymaktadır. .[586]

Yüksek Lisans Tezi düzeyinde bir diğer araştırma da; "*İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi"*'dir. Bu çalışma kapsamında, sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde ikinci el uygulamalarına yönelik olarak İngiltere'deki yardım mağazası (charity shop) modeli üzerinden Türkiye'deki ikinci el giysi algısı ve uygulamalarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, ikinci el giysilerin ihtiyaç sahiplerine etkin şekilde ulaştırılması konusu olgubilim deseni kullanılarak incelenmiştir.[587] Ayrıca bu tezde sürdürülebilirlik ekseninde yürütülen nicel verilerle konu derinleştirilerek, hayır kurumu (charity) modellerinin uygulanabilirliği ve toplumsal kabul düzeyi analiz edilmiştir. Bu çerçevede ulaşılan bulgular, tarafımızdan geliştirilen teorik ve operasyonel modelin uygulanabilirliğine yönelik güçlü bir dayanak oluşturmuştur.

Araştırmanın temel amacı, kullanılmayan ikinci el giysilerin değerlendirilmesi açısından İngiltere'deki yardım mağazası modelinin Türkiye'ye uygulanabilirliğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda elde edilen bulgular aşağıda değerlendirilmiştir:

- *"Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştırabildiğimi düşünüyorum"* sorusuna katılımcıların %61'i "evet" yanıtını vermiştir. Bu sonuç, bağışçıların ürünlerini ya doğrudan ihtiyaç sahiplerine ya da bu amaca hizmet eden kurumlara ulaştırdıklarına inandıklarını göstermektedir. Ancak %39'luk bir kesim, giysilerinin ihtiyaç sahiplerine ulaşamadığını düşünmektedir. Bu oran, yardımların hedef kitleye ulaşıp ulaşmadığına dair toplumsal bir belirsizlik algısının var olduğunu göstermektedir.[588]
- *"Kullanmadığım giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını isterim"* sorusuna verilen cevaplarda, katılımcıların %97'si bu isteği olumlu olarak belirtmiştir. Bu

[586] Öznur Özdemir, Mücahit Özdemir, Furkan Beşel, "*Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki "Charity Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi*", s. 655–694.
[587] Ali Yıldırım, H. Şerife Ekin, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yaklaşımları*, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2016, s. 432.
[588] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2022, s. 83–9.

veri, toplumda ciddi bir istek olduğunu ve bu isteğin karşılık bulabileceğini göstermektedir.[589]

- *"Kullanmadığım giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak güvenebileceğim bir aracı kurum olmasını isterim"* sorusuna %96 oranında olumlu yanıt alınmıştır. Bu sonuç, şeffaflık, düzenlilik ve güvenilirlik taşıyan bir kurum modelinin kurulması hâlinde toplumun bu sürece aktif olarak katılım sağlayacağını göstermektedir. %4'lük olumsuz yanıt oranı ise, kurulacak modelde güven verici kurumsal yapı hakkında açık ve kapsamlı bir bilgilendirme yapılmasının gerekliliğine işaret etmektedir.[590]
- *"Günlük hayatımda ikinci el giysi kullanıyorum"* sorusu ile mevcut kullanım alışkanlıkları ölçülmek istenmiştir. Katılımcıların %39'u ikinci el giysi kullandığını belirtirken, %61'i kullanmadığını ifade etmiştir. Bu durum, Türkiye'de kullanılmış giysi kavramının henüz yaygınlaşmadığını ve diğer toplumlara göre daha zayıf bir benimsenmeye sahip olduğunu göstermektedir.[591]
- *"Güvenebileceğim böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alırım"* sorusuna katılımcıların %70'i olumlu yanıt verirken, %30'u satın almayacağını belirtmiştir. Buradan hareketle, ürünlerin temizliği ve kurumun güvenilirliği sağlandığı takdirde, katılımcıların çoğunluğunun ikinci el giysi satın alma eğilimi göstereceği sonucuna ulaşılmaktadır. İlginç bir diğer bulgu da, günlük hayatta ikinci el giysi kullanmadığını ifade eden katılımcıların yaklaşık %50'sinin, güvenilir bir kurumsal yapı varlığında ikinci el giysi satın alabileceğini belirtmiş olmasıdır. Bu durum, bilgilendirme, güven ortamı ve işlevsel bir modelle ikinci el giysi satın alma konusundaki toplumsal algının olumlu yönde değiştirilebileceğini göstermektedir.[592]

Araştırma katılımcılarının %88'i belirtilen modeldeki bir kurum yapısından ikinci el giysi satın aldığında, satın alınan ürünün gelirinin büyük şirketler yerine ihtiyaç sahiplerine dağıtım yapan derneklere gitmesinden dolayı vicdanen iyi hissedeceğini belirtmiştir. Elden edilen cevaplar göstermektedir ki toplumda büyük markaların projeleri olan ikinci el giysi kampanyalarına güven bulunmamakta ve daha takip

[589] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi,* s. 83–93
[590] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*, s. 83-90.
[591] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*, s. 91.
[592] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi"*, s. 93.

edilebilir, topluma daha fazla güven veren yardım organizasyonlarına ihtiyaç bulunduğu yorumlanabilmektedir. Bu bağlamda, İngiltere'deki charity shop modeli üzerinden ülkemizde uygulanabilecek etkin bir ikinci el giysi satış modeli geliştirilmesi önerilmektedir. [593]

Bu çalışmada elde edilen ampirik veriler, dikkate değer bir düzeyde güçlü oranlara işaret etmektedir. Bu oranların, çalışmamızın kuramsal altyapısını destekler nitelikte olması, araştırmamız açısından önemli bir katkı sunmaktadır. Ancak çalışmanın ayırt edici yönü, yalnızca bu nicel bulgularla sınırlı olmamasıdır. Önerilen model, iş akışı ve yönetimsel altyapıdan ibaret kalmayıp, aynı zamanda uygulamaya dönük detaylı bir sistem önerisi sunmaktadır.

Bunun ötesinde, hayırsever dükkân modeli önerimiz felsefi ve manevî bir temele dayanmaktadır. Tekke, dergâh, vakıf, tasavvufî ahlâk, ahîlik kültürü gibi kadim değerler; muasır bir kurumsal yapı içinde yeniden yorumlanarak, modern toplumun ihtiyaçlarıyla buluşturulmuştur. Dolayısıyla, önerilen bu yaklaşım yalnızca alternatif bir perakende veya yardım organizasyonu modeli değil, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma hedeflerine entegre edilmiş; kültürel ve manevî değerlere yaslanan bütüncül bir sosyal dönüşüm projesidir. Bu yönüyle, charity temelli sistemlerin Türkiye bağlamında yerleşik hale gelmesine yönelik hem güçlü bir teorik çerçeve hem de uygulanabilir bir pratik zemin sunmaktadır.

2.5. Hayırsever Dükkânların Hukukî Statüsü ve Kurumsal Yapılanma Açısından Kurulum Önerisi

Bu bölümde ele alacağımız temel unsurlar, model önerimizin teorik zeminden somut uygulamaya taşınmasına yönelik bir perspektifin yapı taşlarını oluşturmaktadır. İlk olarak, kurumsal bir organizasyonun hangi ilkelere ve yapısal temellere dayandığını, bir diğer deyişle organizasyonun iskeletini ortaya koyacağız. Ardından, bu yapıyı adım adım detaylandırarak bir kurumun kuruluşuna dair yol haritasını ve rehberini oluşturacak; böylece önerilen modelin işlevselliğe ve uygulamaya dönüşmesini mümkün kılacak aşamaları sistematik biçimde sunacağız.

Hayırsever Dükkân modelni oluşturan on ana unsur, katmanlı bir yapı içerisinde birbirini destekleyen, bütüncül bir kurumsallaşma sürecini tarif etmektedir. Her katman hem teorik hem de uygulamaya dönük bileşenleri bulunmaktadır.

[593] Burçin Özender Yücel, *İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*, s. 83–93.

Öncelikle ele alacağımız temel yaklaşım, önerdiğimiz kurumsal modelin hangi tüzel kişilik altında yapılandırılacağına yönelik kritik bir değerlendirme içermektedir. Kurumun unsurlarına ve işleyiş katmanlarına geçmeden önce, üyelik temelli veya üyeliksiz olmak üzere iki farklı form arasında seçim yapmak gerekmektedir. Ülkemizdeki mevzuata göre hem dernek hem de vakıf statüsündeki kurumlar ticarî faaliyetlerde bulunabilirler; ancak her iki durumda da ticarî faaliyetler için ayrı bir iktisadî işletme kurulması zorunludur. İkinci el mağaza işletmeciliği ya da e-ticaret yoluyla gelir elde etmeyi hedefleyen tüm yapılar, belediyelerden ruhsat, Maliye'den vergi numarası ve ayrıca *"ikinci el malzeme alım-satım belgesi*" almak durumundadırlar. Ayrıca faaliyetlerin düzenli ve organize şekilde sürdürülmesi durumunda, otomatik olarak bir iktisadî işletme kurulmuş sayılır.

Vergisel açıdan bakıldığında, vakıf ve derneklerin iktisadî işletmeleri arasında kurumlar vergisi (%25) ve KDV yükümlülüğü bakımından herhangi bir fark yoktur. Ancak elde edilen gelirin vakıf veya derneğe aktarımı sırasında uygulanan stopaj konusu hukukî anlamda net değildir. Gelir İdaresi Başkanlığı bazı özelgelerde bu aktarımları "kâr payı" olarak yorumlayıp %15 stopaj önermiş olsa da, güncel yargı kararları bu tür bir transferin aynı tüzel kişilik içinde gerçekleşmesi nedeniyle stopaja tabi olmadığını göstermektedir.[594]

Öte yandan bağış teşvikleri ve mülkiyet imkânları açısından vakıflar daha avantajlıdır. Cumhurbaşkanlığı kararıyla "*vergi muafiyeti tanınan vakıf*" statüsüne kavuşan yapılar, büyük bağışçılara % 100'e kadar vergi indirimi sağlayabilirler. Ayrıca vakıfların kuruluş aşamasında tapu ve damga vergisi muafiyeti bulunmakta ve vakıf amaçlarına ayrılan taşınmazlar emlak vergisinden muaftır. Dernekler ise bu tür vergisel avantajlardan yararlanamamaktadır. Bununla birlikte dernekler, üyelik sistemi sayesinde hızlı karar alma, şubeleşme ve gönüllü katılımı etkin biçimde yönetebilme açısından daha esnek ve operasyonel avantajlar sunmaktadır.[595]

Tüm bu unsurlar ışığında, önerilen ideal kurumsal yapı, varlık yönetimi ve finansal sürdürülebilirlik açısından vakıf, saha operasyonları ve gönüllü ağları yönetimi için ise dernek olmak üzere çift yönlü bir yapılandırmadır. Bu karma yapı içinde ikinci el satış faaliyetleri, vakfa ya da derneğe bağlı bir iktisadî işletme üzerinden gerçekleştirilir. Böylelikle hem bağış ve mülkiyet avantajlarından faydalanılır hem de

[594] *5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu*, Resmî Gazete, 21.06.2006, Sayı: 26205; ayrıca 22.07.2023 tarihli ve 7456 sayılı Kanun'un 26. maddesi ile yapılan değişiklik uyarınca kurumlar vergisi oranı %25 olarak uygulanmaktadır.

[595] *5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu*, Resmî Gazete, 21.06.2006, Sayı: 26205, md. 4/1-(d).

şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı yönetişim ilkelerine bağlı kalınır.[596] Bu çerçevede kurumsal form belirlenip yapısal temel oluşturulduktan sonra, şimdi modelin katmanlı yapısını oluşturan ilke, işleyiş ve organizasyon unsurlarına geçilebilr.

Birinci katman olan "İlkesel ve Manevî Temel", Hayırsever Dükkânların ilkesel ve manevî zemini, tamamen tasavvufî görüşe dayalıdır. Bu noktada başlangıç referansı olarak Hz. Peygamber'in (sav) vakıf kurumuna temel teşkil eden Sünnet-i Seniyyesi esas alınmıştır. Ayrıca Kur'an ve Sünnet çerçevesinde belirlenen ilkeler doğrultusunda bir sınırlandırma ve odaklanma yapılmıştır. Tasavvufdaki fütüvvet anlayışı, tekke ve dergâhlarda uygulanan manevî dayanışma ve nefis terbiyesi usûl ve metotlarıyla birleştirilmiş, ahîlik ve vakıf kurumlarının organizasyonel işleyişi ile sentezlenerek modern ve özgün bir yapı oluşturulmuştur. Böylece tasavvufî kültürün felsefi derinliği ile sosyal kurumların pratik işleyişi, önerdiğimiz model içinde ahenkli bir bütünlük kazanmıştır.

İkinci katman, "Kurumsal Yönetişim Yapısı"dır. Bu yapı, sûfî meclis geleneği ile modern yönetişim ilkelerini bir araya getiren bütüncül bir sistem benimsenmektedir. Yönetim kurulu ve danışma meclisinin birlikte işlediği bu yapı, çok katmanlı ve katılımcı bir karar alma sürecini esas alır. Şûrâ temelli istişare kültürü, kurumsal kararların meşruiyetini ve toplumsal güvenini artırırken; yetki ve sorumluluk matrisleri, etik komiteler ve yapılandırılmış iş bölümü, kurumsal istikrarın sağlanmasına katkıda bulunması hedeflenmektedir. Hayırsever Dükkân modeli, Ahîlik teşkilâtlanma yapısı ile vakıf kültüründeki mütevelli heyeti oluşumuna dayalı olarak kurgulanmıştır. İstişareyi esas alan bu yapı, bireysel inisiyatiflerin ortak akıl süzgecinden geçerek kurumsal kararlara dönüşmesini sağlar. Aynı zamanda iş birliği kültürünü güçlendiren, yatay ve dikey iletişim kanallarını açık tutan dinamik bir yönetsel çerçeve sunmaktadır. Bu sayede hem geleneksel hikmet hem de modern yönetişim araçları kurum içinde dengeli biçimde temsil edilmiş olur.

Üçüncü katman olan "Hukukî ve Yapısal Form Çerçevesi", İngiltere'deki charity yapılarının, Türkiye'deki dernek ve vakıf yönetmelikleriyle büyük ölçüde örtüşmesi sebebiyle, kurulacak yapının üyelikli ya da üyeliksiz bir organizasyon olarak şekillendirilmesi kararına dayanmaktadır. Bu seçim neticesinde vakıf veya dernek kuruluşları arasında tercih yapılması beklenir. Bu yapısal forma bağlı olarak, kurumun tabi olacağı hukukî sorumluluklar ve haklar açıkça tanımlanmış olmakta; böylece hem

[596] "Burçin Özender Yücel, İngiltere "*Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi*", s.83-93.

yasal uyum hem de kurumsal hesap verebilirlik tanımlanmaktadır. Tüzel kişilik statüsünün belirlenmesi ile vergi muafiyetleri, teşvik mekanizmaları, düzenli mali raporlama ve bağımsız denetim yükümlülükleri, kurumsal güvenilirliğin ve şeffaflığın temel yapı taşları olarak ele alınmaktadır.

Dördüncü katmanı, "Finansman ve Kaynak Geliştirme" alanıdır. Bu katmanda, hem geleneksel İslamî finansman kaynakları (zekât, sadaka, bağış, hibe) hem de modern sosyal girişim modelleri birlikte değerlendirilerek hibrit bir kaynak geliştirme yapısı önerilmektedir. Bu yapının temelinde, karz-ı hasen, mudarebe gibi İslamî finans araçlarıyla birlikte bağış ve gelirlerin şeffaf, denetlenebilir ve etik ilkelere uygun şekilde yönetilmesi esastır. Belirlenen Hayırsever Dükkân modeline göre; yalnızca bağış yoluyla mı faaliyet gösterileceği, yoksa yeni ürün, gıda veya farklı kategorilerdeki ürünlerin satışına izin verilip verilmeyeceği netleştirilmelidir. Bu doğrultuda, helal kazanç ve helal ticaret ilkelerine uygun olarak üretim ve satış stratejileri geliştirilir. Finansal sürdürülebilirliği sağlamakla yükümlü olan iş ortakları, ürün çeşitliliği, gelir modelleri ve helal ekonomi politikalarının belirlenmesinden sorumlu temel paydaşlardır. Bu katman, kurumun hem mali istikrarını temin eder hem de inanç temelli finansal bütünlüğünü korur.

Beşinci katman, "İnsan Kaynağı ve Gönüllülük Sistemi"dir. Bu katman, ahîlik geleneğinde yer alan yamak–çırak–kalfa–usta gibi aşamalı gelişim süreçlerinin, modern insan kaynakları uygulamalarıyla bütünleştirilmesini hedefler. Gönüllülerin seçimi, eğitimi, motivasyonu ve liyakate dayalı şekilde pozisyonlandırılması bu yapının temelini oluşturur. Bu süreçte, mevcut kurumsal sistemlerden ayrışan ve modelimizin dayandığı manevî ve ahlâkî ilkeler doğrultusunda şekillenen özel bir yaklaşım benimsenir. Gönüllülük seçim kriterleri ve insan kaynakları politikası, yalnızca teknik yeterliliklere değil, aynı zamanda muhabbet, sabır, samimiyet ve edep gibi ahlâkî tutumlara da dayandırılır. Ahîlik geleneğinde olduğu gibi, bu katmanda da bireyin hem mesleki yeterliliği hem de kişisel olgunluğu gözetilir; böylece hizmet eden kişinin sadece ehil değil, aynı zamanda hikmet ve gönül taşıyan biri olması esas alınır. Bu anlayış, kurumsal aidiyetin ve sürdürülebilirliğin kalbini oluşturur.

Altıncı katman, "Operasyonel Model ve Perakende Portföyü"dür. Bu katman, İngiltere'deki *charity shop* sisteminden uyarlanarak geliştirilen perakende ve e-ticaret uygulamalarını temel alır. Mağaza içi düzen, donanım altyapısı, ürün ihtiyacı, satış süreçleri ve fiyatlandırma stratejileri bu yapının ana bileşenlerindendir. Ürünlerin elektornik satışları için hazırlanması ve fotoğraf çekimi, satışı, kargolanması ve takibini

gerçekleştirecek alt yapıyı organize eder. Ayrıca bu katman, ürün transferi(kargo), nakliye organizasyonu ve ayni bağışların toplanması ve dağıtılması gibi lojistik ve operasyonel sorumlulukları da üstlenir. Tüm bu süreçlerin etkin ve şeffaf biçimde yönetilmesi hedeflenerek, modelin sürdürülebilir, işlevsel ve yaygınlaştırılabilir bir perakende yapısına kavuşması amaçlanır.

Yedinci katman, "Şeffaflık, Hesap Verebilirlik ve Etki Ölçümü" başlığı altında yapılandırılmıştır. Bu katmanda, İslam ahlâkının "hasenat muhasebesi" anlayışı temel alınır. Bu yaklaşım, yalnızca maddî gelir-gider kalemlerini değil, aynı zamanda kurumun sosyal ve çevresel etkilerini de kapsamlı biçimde değerlendirmeyi amaçlar.

Kurum, finansal raporlarını ve etki göstergelerini açık veri formatında düzenli olarak yayımlayarak kamuoyuna hesap verir. Bu doğrultuda veri toplama, kayıt tutma, istatistiksel değerlendirme ve analiz süreçleri daha kuruluş aşamasından itibaren sistematik şekilde yapılandırılır. Elde edilen veriler, belirli periyotlarla analiz edilerek üst kurula raporlanır; bu analizler doğrultusunda stratejik güncellemeler, yapısal iyileştirmeler veya model üzerinde yenilik önerileri geliştirilebilir.

Bu sistem sayesinde mağazaların operasyonel yüklerden arınarak kendi performanslarını değerlendirme ve sürekli iyileştirme yetkinliği kazanmaları beklenmektedir. Kurum, yalnızca geçmiş performansı ölçmekle kalmaz; aynı zamanda veri temelli stratejiler üreterek geleceğe yönelik sürdürülebilir ve etkili adımlar atar. Bu katman, güven inşası ve toplumsal meşruiyetin en önemli araçlarından biri olarak bütünsel modelin vazgeçilmez bir parçasıdır.

Sekizinci katman, "Teknolojik Altyapı ve Dijital Süreç Yönetimi" şekillendirilmiştir. Bu katman, kurumun teknolojik kapasitesini ve mekânsal yapısını bir bütün olarak ele alır. Teknoloji tabanlı bağış sistemleri, envanter yönetimi, bağışçı kurum ilişkileri ve dağıtım ağı gibi dijital araçlar kurumsal verimliliği artırmayı hedeflerken, fiziksel altyapı ise sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve tekke–mağaza hibriti bir estetik anlayışıyla tasarlanır.

Bağış ve satış işlemlerinin takibi, blockchain gibi şifrelenmiş ve dağıtık veri yapısına sahip sistemler üzerinden yürütülerek veri güvenliği ile işlem şeffaflığı sağlanır. Elektronik satış ve dijital işlem süreçleri bu katmanda yapılandırılır; ayrıca bu sistemlerde ortaya çıkabilecek teknik arızalar ve operasyonel aksaklıkların giderilmesine yönelik gerekli destek mekanizmaları da tesis edilir. Sosyal medya hesapları, web sayfası gibi yönetimlerde bu departmanın alanına dahîldir.

Ayrıca, sistem içerisinde üretilen tüm dijital veriler düzenli olarak arşivlenir ve ihtiyaç halinde erişilebilir şekilde organize edilir. Böylece hem operasyonel süreçlerde süreklilik sağlanır hem de dijital altyapının kuruma entegre biçimde çalışması garanti altına alınır. Bu katman, çağın gerekliliklerine uygun bir teknik donanım sunarken, aynı zamanda modelin manevî estetikle bütünleşmiş fiziksel yapısını da koruyarak çift yönlü bir sürdürülebilirlik sağlar.

Dokuzuncu katman, "Stratejik Ağlar ve Mağaza Dışı Sosyal Hizmet Geliştirme", kurumun etki alanını genişleten ve sosyal fayda odaklı işleyişini mağaza dışına taşıyan bütüncül bir yapıyı ifade eder. Bu katmanda, bir yandan yerel ve ulusal düzeyde STK–özel sektör–kamu iş birliklerinin inşa edilmesi, diğer yandan da uluslararası charity ve sûfî gelenekli kurumlarla tecrübe ve bilgi paylaşımına dayalı stratejik ağların kurulması hedeflenir. Yurt içi ve yurt dışı gönüllü değişim programları, kültürel etkileşimi ve organizasyonel canlılığı artıran destekleyici unsurlar olarak bu yapıya entegre edilir.

Ancak bu katmanın özgün yönü, mağaza sınırlarının ötesine geçen yardım faaliyetlerini kurumsallaştırması ve farklı alanlarda sosyal hizmet modelleri geliştirme misyonunu üstlenmesidir. Bu doğrultuda, bağışların yalnızca maddî değil, aynı zamanda hizmet temelli olarak değerlendirilmesi esastır. Örneğin; psikolojik danışmanlık, özel ders, rehberlik hizmeti, hemşirelik ve evde bakım gibi alanlarda uzman kişiler tarafından sunulan gönüllü destekler, belirli bir sistem içinde ihtiyaç sahiplerine ulaştırılır.

Katman aynı zamanda kurumun "toplumsal ihtiyaca göre yeni neler yapılabilir?" sorusuna saha temelli araştırmalarla yanıt arayan birimidir. Bu doğrultuda, yeni hizmet alanları belirlenir, bu alanlara uygun gönüllü profilleri oluşturulur ve organizasyonel altyapılar kurularak hizmetin sürekliliği sağlanır. Böylece kurum, yalnızca perakende temelli yardımlar sunan bir yapıdan öte, çok boyutlu ve entegre bir sosyal destek modeli geliştiren öncü bir organizasyona dönüşür.

Buna ek olarak, bu katman farkındalık oluşturmayı ve ortak eylem alanları belirlemeyi de görev edinir. Kurum, sosyal etkisi yüksek alanlarda iş birliklerine öncülük eder; örneğin doğal üretim yapan çiftçilerden doğrudan temin edilen ürünlerin Hayırsever Dükkânlar'ında satılmasına aracılık ederek hem üreticiye destek olur hem de toplumu sağlıklı ve adil tüketime teşvik eder. Bu tür projelerle, hem ekonomik dayanışma teşvik edilir hem de kurumun toplumla sahîci bağlar kurması sağlanır.

Sonuç olarak bu katman, kurumun toplumsal etkisini artıran, mağaza dışı sosyal yardım faaliyetlerini yöneten, sahaya dayalı yenilikçi çözümler üreten ve çok aktörlü iş birliklerini koordine eden stratejik bir sosyal hareketlilik merkezîdir.

Onuncu katman, "İzleme, Değerlendirme ve Sürekli İyileştirme", kurumun işleyişinin etkinliğini, şeffaflığını ve gelişimini sağlamak üzere yapılandırılmış izleme, değerlendirme ve sürekli iyileştirme süreçlerini kapsamaktadır. Bu yapı, kurumsal denetim ve geri bildirim sistemini yalnızca teknik bir araç olarak değil, aynı zamanda sûfî geleneğin "nefs muhasebesi" ilkesinden esinlenen bir iç muhasebe anlayışı olarak benimser. Böylece kurum, kendi varlık ve faaliyetlerini içsel bir sorumluluk duygusuyla sorgulama ve geliştirme yetkinliği kazanır.

Bu katman çerçevesinde, tüm birimlerde ve faaliyet alanlarında düzenli gözlem, periyodik iç denetim ve performans göstergelerine dayalı ölçme-değerlendirme süreçleri yürütülür. Kurumun işleyişine dair çözüme ihtiyaç duyan veya gelişmeye açık alanlar, objektif gözle tespit edilerek ayrıntılı raporlar halinde üst kurula sunulur. Bu raporlar, yalnızca mevcut durum tespitiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda stratejik düzeyde yenilik önerileri ve iyileştirme aksiyonları da içerir.

Ayrıca bu yapı, sistemin sürdürülebilirliğini artırmak amacıyla plansız ve habersiz denetimlere de imkân tanır. Böylece kurum içinde gerçek zamanlı kontrol mekanizmaları oluşturularak sadece görünür alanlar değil, görece arka planda kalan süreçler de denetim kapsamına alınır. Bu tür denetimler sayesinde kurumsal zaafiyetlerin erken tespiti mümkün hâle gelir ve proaktif müdahaleler geliştirilebilir.

Sonuç olarak, bu katman kurumun sadece bugünkü işleyişini değil, aynı zamanda gelecekteki dirençliliğini ve adaptasyon kapasitesini güçlendiren temel yapı taşlarından biridir. Sürekli iyileştirme kültürüyle beslenen bu denetim modeli, kurumsal ahlâk, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleriyle tam uyum içerisindedir.



Şekil 1. Hayırsever Dükkân Önerisinin Ana Unsurları

2.6. Hayırsever Dükkânların Yönetimsel Yapısı

Bu bölümde, Hayırsever Dükkânların sivil teşkilâtlanma modeli çerçevesinde planlanan yapılandırılmadaki yönetim aşaması açıklanacaktır. Bu kuruluşun dernek veya vakıf statüsünde vakıf kurulumuna karar verildiğini varsayarak çalışmamızda vakıf statüsünden örneklendirme yapacağız.

Bir hayırsever dükkânın organizasyon yapısı, ölçeğine bağlı olarak değişkenlik göstermekle birlikte, temel ilkeler açısından benzer değerlere dayanır. Küçük ölçekli olanlar, genellikle daha basit ve esnek bir yapıya sahiptir; bu tür mağazalarda operasyonlar büyük ölçüde gönüllüler aracılığıyla yürütülür ve idarî yapı asgarî düzeydedir. Buna karşılık, orta ve büyük ölçekli hayırsever dükkânlar, daha sistematik bir yapılanmaya gider; bu yapılar içerisinde belirli sorumluluklara sahip departmanlar kurulmuş olup, yönetim süreci profesyonel kadrolar tarafından yürütülür.

Ölçek farkı gözetmeksizin tüm hayırsever dükkânlar, malî şeffaflık, etik ilkelere uyum, sosyal etkiyi önceleme ve gönüllülük temelli katılım gibi temel değerler doğrultusunda faaliyet göstermeyi esas alır. Bu yapı, hem toplumsal güveni artırmakta hem de kurumun sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Modelimizin kapasite kapsamında kurgulanmasına yönelik yapılanması merkez ve yerel temsilcilikler kategorisinde teşekkül etmelidir:

- *Merkezî Yönetim:* Her birim başına 1 yönetici ve 3–5 kişilik uzman ekip önerilir. Bu ekipler, ilgili alt sistemlerin (finansman, gönüllülük, dijital altyapı, vb.) operasyonel takibini ve raporlamasını yapar.
- *Yerel Temsilcilikler:* Nüfus yoğunluğu ve faaliyet hacmine göre değişkenlik göstermekle birlikte, her temsilcilikte 3–10 kişilik gönüllü ekipler görev alır. Gönüllüler, merkezden gelen stratejiler doğrultusunda uygulamaları yerelde hayata geçirir. Yerel temsilcilikler, bulundukları bölgede sosyal ihtiyaçları tespit eder, bağış ve ayni yardımları toplar, gönüllüleri kazanarak etkin bir şekilde koordine eder.

Kurumsal yapının kuruluş aşamasında, organizasyonun ölçeği ve operasyonel kapasite göz önünde bulundurularak basit, esnek ve düşük personel sayısıyla yürütülebilir bir model benimsenmelidir. Özellikle şubeleşmenin veya temsilciliklerin henüz söz konusu olmadığı durumlarda, tek bir mağaza üzerinden gerçekleştirilen tüm operasyonlar için ihtiyaçlara göre şekillendirilmiş ve dokümante edilmiş bir teşkilâtlanma planı oluşturulması tavsiye edilir. Bu tür başlangıç modelleri, ilerleyen süreçlerde karşılaşılabilecek sorunları asgariye indirerek kurumsallaşma yolunda önemli bir temel teşkil eder.

Kuruluş geliştikçe ve mağaza sayısı arttıkça, yerel düzeyde yapılanma ihtiyacı doğar. Bu kapsamda "Yerel Temsilcilikler" adı altında örgütlenen birimler kurulması önerilir. Bu yerel yapılar, tarihsel bağlamda "modern zâviyeler" niteliği taşır ve mahalle-semt ölçeğinde faaliyet gösterir. Yerel temsilciliklerde ayrıca, vakfın sûfî ilke temelli yaklaşımına uygun olarak, gönüllülerin manevî gelişimini destekleyen ve aidiyet duygusunu pekiştiren bir "*mihmandar sistemi*" yapılandırılır.

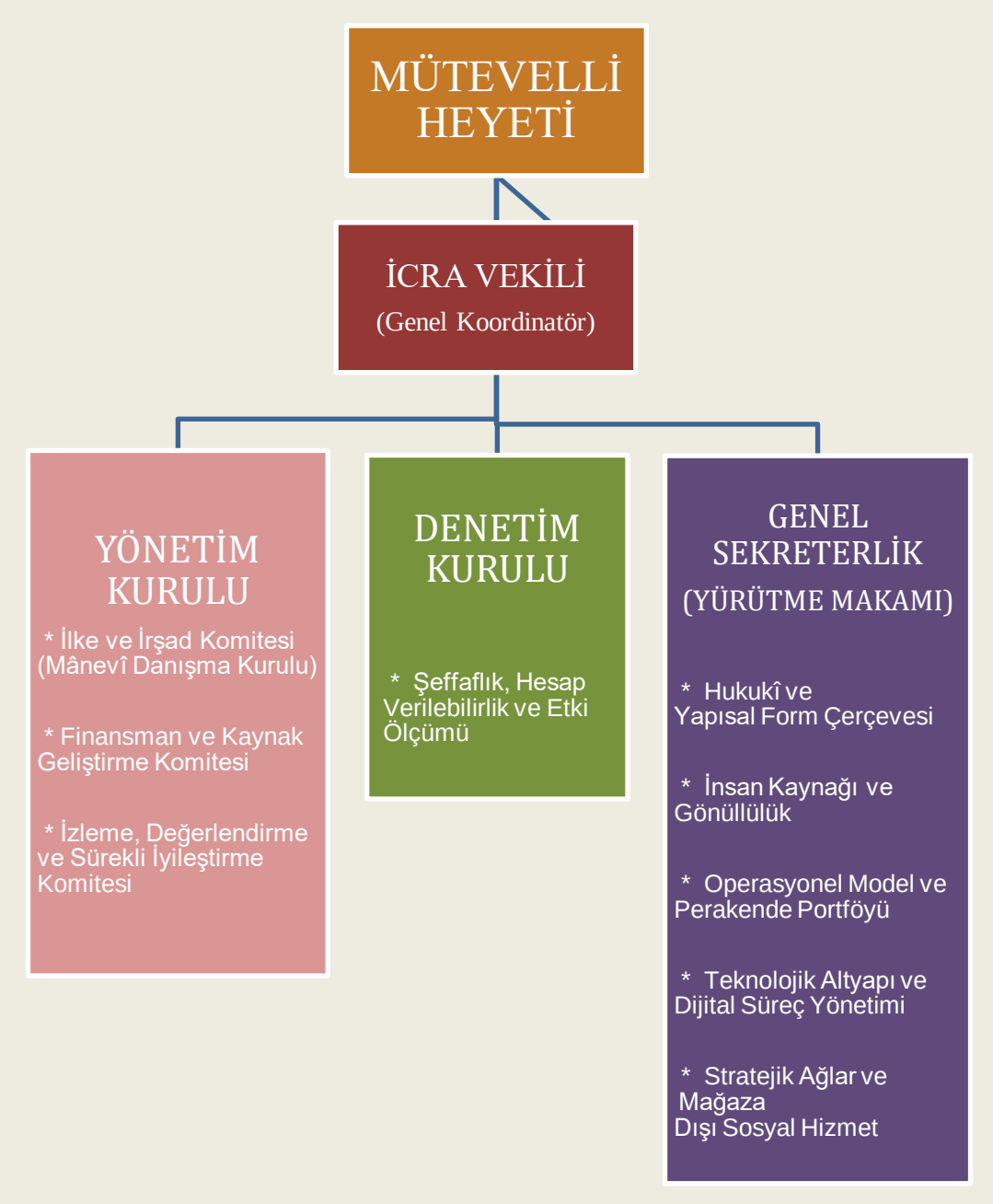
Önerilen kurumsal model çerçevesinde yönetim ve teşkilâtlanma sürecinde esas alınacak mevzuatta belirtilmiştir: "Vakıfların Kuruluşuna İlişkin Kanunî Zorunluluklar: Yeni vakıfların kuruluş aşamasında tahsis edilecek asgari mal varlığı, 5737 sayılı Vakıflar Kanunu'nun 5. maddesi ve Vakıflar Yönetmeliği'nin 111. maddesinin (ğ) bendi uyarınca belirlenmektedir. Vakıflar Meclisi'nin 11.12.2023 tarih ve 545/527 sayılı

kararı ile 2024 yılı için vakıf kuruluşlarında amaçlara özgülenecek asgari mal varlığı tutarı 5.000.0000 TL olarak tespit edilmiştir."[597]

Vakfın kuruluş sürecinde karara bağlanarak belirlenmesi gereken temel hususlar; vakıf senedi, vakfın adı ve merkezî, vakfın gayesi, faaliyetleri, gayesini gerçekleştirmek için yapabileceği iş ve işlemler, kuruluş mal varlığı, vakfın gelirleri ile bu gelirlerin tahsis ve sarf edileceği yerler ve vakfın organlarıdır. Vakfın organizasyonel yönetim yapısı kapsamında kurulması gereken organlar aşağıda belirtilmiştir. Buna göre vakfın organları:

- Mütevelli Heyeti
- Yönetim Kurulu
- Denetim Kurulu
- Genel Sekreterlik (Yürütme Makamı)

[597] https://www.vgm.gov.tr/duyurular/2026-yili-icin-yeni-vakiflarin-kurulusunda-amaclarina?utm_source.



Şekil 2. Hayırsever Dükkânlarda Organizasyonel Yönetim Yapısı

Mütevelli Heyeti

Modelimizin yönetim ve teşkilâtlanma yapısının merkezînde Mütevelli Heyeti yer almaktadır. Mütevelli Heyeti, organizasyonun en üst karar ve gözetim organı olarak konumlandırılır. Heyet, en az 3 üyeden oluşur ve üyeler 3 yıl süreyle görev yaparlar. Üyelerin seçimi kuruluş tüzüğüne uygun olarak belirlenir.

Mütevelli Heyeti, vakfın stratejik hedeflerini belirlemek, etik ilkeleri korumak, malî denetim sağlamak ve temel kararları almakla yükümlüdür. Mütevelli heyeti üyeleri kural olarak gönüllülük esasıyla çalışır. Üyelerin; tasavvufî terbiyeye, sosyal sorumluluk bilincine ve yönetişim deneyimine sahip kanaat önderleri, akademisyenler, hayırseverler ve toplum büyüklerinden oluşması tavsiye edilir. Heyetin görevleri genellikle gönüllülük esasına dayanır; ancak üyelerin masrafları (örneğin seyahat giderleri) kuruluş bütçesinden karşılanabilir.

Vakfın yönetimsel yapısında, Mütevelli Heyeti ile Genel Sekreterlik arasında stratejik ve operasyonel uyumu sağlamak üzere "İcra Vekili (Genel Koordinatör)" pozisyonu yapılandırılmıştır. Bu görevli, mütevelli politikalarının yürütmeye aktarılmasında kilit rol oynar; mütevelli heyeti başkanının bulunmadığı durumlarda temsil görevini üstlenebilir. Ayrıca genel sekreterliğin faaliyetlerini raporlar, birimler arası koordinasyonu yürütür ve gerektiğinde doğrudan mütevelli heyetine bağlı çalışır. Şubelerle olan irtibatınıda her şubede bir Şube Koordinatörü ile gerçekleştirir.

Yönetim Kurulu

Yönetim kurulu, vakfın değerlerini, vizyonunu ve istikametini koruyan temel karar organıdır; bu yönüyle kurumun bir anlamda "manevî garantörü"dür. Stratejik yönelimi belirler, alınan kararların vakfın misyon ve ilkeleriyle uyumlu olmasını gözetir ve kurumsal bütünlüğün sürekliliğini sağlar. Karar alma süreçlerinde şûrâ (istişare) kültürünü esas alarak çoğulcu ve katılımcı yönetişimi temsil eder.

Yönetim kurulu, görevlerini yerine getirirken aşağıdaki bağlı komitelerle eşgüdüm içinde çalışır:

- *İlke ve İrşad Komitesi (Mânevî Danışma Kurulu):* Vakfın tasavvufî değerlerle uyumunu gözetir, kararların manevî ilkeler çerçevesinde şekillenmesine katkı sunar.
- *Finansman ve Kaynak Geliştirme Komitesi*: Vakfın mali sürdürülebilirliğini sağlamak üzere bağış, sponsorluk, yatırım ve gelir çeşitlendirme stratejilerini geliştirir.

- *İzleme, Değerlendirme ve Sürekli İyileştirme Komitesi:* Faaliyetlerin etkinliğini ölçer, geri bildirimleri analiz eder ve gelişime açık alanları belirleyerek kurumsal kaliteyi artırmaya yönelik iyileştirme önerileri sunar.

Denetim Kurulu

Denetim kurulu, mütevelli heyeti adına vakfın tüm faaliyet ve hesaplarını denetlemek amacıyla belirlenir. Kurul, mütevelli heyet tarafından kendi üyeleri arasından veya çoğunluk teşkil etmeyecek şekilde dışarıdan olmak üzere, iki (2) yıllık dönemler için seçilen 3 ila 5 kişiden oluşur. Bu bölüm, "*Etik ve Risk Komitesi*" olarak ifade edilebilir. Ayrıca "*Şeffaflık, Hesap Verilebilirlik ve Etki Ölçümü*" mesuliyeti mevcuttur.

Bu çerçevede, denetim faaliyetlerinin etkinliğini artırmak amacıyla önerilen ek yapılar da mevcuttur. Bunlardan biri *İç Denetim* birimidir. Bu birim, sürekli mali ve operasyonel kontrol sağlayarak olası riskleri erken aşamada tespit eder ve Denetim Kurulu ile koordineli çalışır. Ayrıca, *Koruma Politikaları* uygulamaları kapsamında çocuklar, yaşlılar ve diğer kırılgan gruplarla çalışan tüm birimlerin belirli etik kurallara uyması sağlanır. Bu politikalar, personel ve gönüllülere yönelik eğitimler ile desteklenir.

Model önerimizde öngörülen koruma politikaları yapısı, yalnızca idari veya hukuki bir yükümlülük değil; aynı zamanda vakfın temel ahlâkî ilkelerinden biri olan "emanet bilinci"nin kurumsal yansımasıdır. Bu yapı, vakfın faaliyet alanlarında karşılaşılabilecek risklerin önceden tespit edilmesini, öncelikli ve kırılgan grupların (çocuklar, yaşlılar, engelliler, mülteciler vb.) korunmasını ve bu gruplarla çalışan personel ile gönüllülerin etik sınırlar çerçevesinde davranmasını sağlayacak stratejik uygulama adımlarını tanımlar.

Koruma politikalarının asıl amacı; vakıf faaliyetlerinin, özellikle sahada uygulanan yardım, danışmanlık, mağaza operasyonları veya eğitim programları gibi doğrudan insan etkileşimi içeren alanlarda, zarar verme riskini minimize edecek şekilde tasarlanmasıdır**.** Bu doğrultuda yapılandırılacak iç denetim süreçleri, sadece mali veya operasyonel süreçlerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda insan onuruna zarar verebilecek tüm olasılıkları da izleme altına almayı hedefler.

Ayrıca bu yapı, denetim kurulu ve etik komiteyle eşgüdüm içerisinde çalışarak, belirlenen risklerin yıllık olarak gözden geçirilmesini, iyileştirme alanlarının tespit edilmesini ve gerektiğinde kamuoyuyla paylaşılan "koruma ve etik uygunluk

raporları"nın hazırlanmasını sağlar. Sonuç olarak, koruma politikaları; sadece iç denetimin teknik bir parçası değil, aynı zamanda vakfın tasavvufî duruşunu ve insan merkezli hizmet anlayışını sahaya yansıtan temel bir etik gözetim aracıdır. Bu yapı, modern vakıf yönetiminde sıkça dile getirilen "hesap verilebilirlik" ilkesini, önleyici şefkat ve sorumluluk ilkesiyle birleştirerek, vakfın tüm uygulamalarında görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Denetim Kurulu mekanizması, yalnızca vakfın malî işlemlerini denetleyen teknik bir organ olmanın ötesinde; kurumsal etik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sosyal etki ölçümü ilkelerinin somut olarak işlediği bir denge ve denetleme mekanizmasıdır. Mütevelli Heyeti adına sorumluluk üstlenen bu kurul, hem iç denetim hem de risk gözetimi açısından vakfın güvenilirliğini, sürdürülebilirliğini ve kamu nezdindeki itibarını teminat altına alır. Hatta kurumlarda iç denetimin yanı sıra dış denetimin de uygulanması tavsiye edilmektedir. Zira bağımsız dış denetim, malî tabloların doğruluğunu ve mevzuata uygunluğu objektif bir perspektiften teyit ederek şeffaflık ve hesap verebilirliği güçlendirir; aynı zamanda risklerin erken tespiti ve paydaş güveninin artırılması bakımından kurumsal yönetişime önemli katkı sağlar.

Gönüllülük, bağışçılık ve hizmet alanlar gibi çok aktörlü alanlarda faaliyet gösteren hayır kurumlarında, Denetim Kurulu'nun varlığı; adaletli, güvenli ve değer odaklı bir yönetim yapısının vazgeçilmez unsuru olarak değerlendirilmelidir. Bu kurulun etkinliği, vakfın yalnızca bugünkü faaliyetlerini değil, uzun vadeli kurumsal hafızasını ve toplumsal etki kapasitesini de doğrudan belirleyecektir. Bu nedenle Denetim Kurulu, önerilen modelin omurgasını güçlendiren temel yapılardan biri olarak görülmeli ve kurumsal stratejilerin her aşamasında aktif olarak rol almalıdır.

Genel Sekreterlik (Yürütme Makamı)

Mütevelli Heyeti'nin altında Genel Sekreterlik bulunur. Genel Sekreterlik, Mütevelli Heyeti tarafından atanır ve doğrudan heyete bağlı olarak çalışır. Genel Sekreter, günlük operasyonların yürütülmesinden ve alınan kararların uygulanmasından sorumludur. Genel Sekreterlik, yürütmeden sorumludur ve tüm birimleri koordine eder.

Mütevelli Heyeti tarafından atanan, tüm operasyonları yöneten ve raporlayan ana yürütme organıdır. Temel fonksiyoları:

- Teşkilâtın idari lideridir.
- Mütevelli heyetinden aldığı kararları uygular.
- Şube, proje, gönüllü, malî yönetim gibi tüm birimleri koordine eder.

Altında, fonksiyonel alanlara ayrılmış 5 ana birim bulunur:

1. Hukukî ve Yapısal Form Çerçevesi
2. İnsan Kaynağı ve Gönüllülük
3. Operasyonel Model ve Perakende Portföyü
4. Teknolojik Altyapı ve Dijital Süreç Yönetimi
5. Stratejik Ağlar ve Mağaza-Dışı Sosyal Hizmet

Bu birime bağlı olarak, Hayırsever Dükkânların dinamizmine ve toplumsal etkisine doğrudan katkı sunacak gönüllü yapılanmasının da belirli esaslar çerçevesinde kurgulanması öngörülmüştür. Bu kapsamda gönüllülerin seçimi, görevlendirilmesi, eğitim süreçleri, etik ilkeler ve sorumluluk sınırları; kurumsal işleyişi destekleyecek ve gönüllü katılımını sürdürülebilir kılacak biçimde tavsiye edilen esaslar doğrultusunda belirlenmiştir:

- En az 14 yaşında olmak.
- Gönüllülük başvuru formunu doldurmak ve oryantasyon eğitimini tamamlamak.
- Kuruluşun etik ve manevî değerlerine uygunluk taahhüdünde bulunmak.
- Düzenli faaliyetlerde en az ayda iki kez aktif görev almayı kabul etmek.
- Yasal bir engeli bulunmamak (sabıkasızlık vb.).

Gönüllüler önce “aday gönüllü” statüsüyle başlar, 3 aylık bir deneme süreci sonunda “aktif gönüllü” olarak kabul edilir. Gönüllüler, "yamak → çırak → kalfa → usta" şeklinde, tecrübe ve katılımlarına göre ilerleme fırsatına sahiptir.

Gönüllülük sistemi aşağıdaki aşamalardan oluşur:

- *Başvuru ve Kabul:* Başvuru formu, mülakat ve oryantasyon.
- *Yerleştirme:* Gönüllünün yetenek, ilgi ve zamanına göre birim ve faaliyetlere yerleştirilmesi.
- *Eğitim ve Gelişim:* Düzenli eğitimlerle, gönüllülerin yetkinlik ve motivasyon düzeylerini artırmak amacıyla, geleneksel olarak gelişen tasavvufî manevî eğitim modellerinden esinlenen bir eğitim yaklaşımı benimsenir.
- *Görev Dağılımı:* Her gönüllüye açık ve net tanımlanmış görev ve sorumluluklar verilir.

- *Denetim ve Değerlendirme:* Gönüllü performansı düzenli olarak değerlendirilir; geribildirim ve gelişim fırsatları sağlanır.
- *Takdir ve Ödüllendirme:* Yıllık gönüllü ödül törenleriyle gönüllülerin motivasyonu sağlanır.

2.7. Hayırsever Dükkân İş Akışı ve Operasyonel Örgütlenme Süreci

Hayırsever dükkânların sistemlerinde yalnızca doğru bir kurumsal yapı yeterli olmayabilir. Bu yapının etkin ve sürdürülebilir bir şekilde işlemesi, belirli bir sisteme ve operasyonel akışa bağlıdır. İngiltere'de yürüttüğümüz saha araştırmaları ve yerinde gözlemler neticesinde, bu sürecin nasıl işlediğine dair önemli tecrübeler elde edilmiştir. Aşağıda sunulan iş akışı modeli, bağışın kabulünden geri dönüşüm sürecine kadar ürünün geçirdiği tüm aşamaları kapsamaktadır. Bu süreç hem fiziksel mağaza hem de çevrimiçi satış kanallarını içerir; zaman yönetimi, stok optimizasyonu, fiyatlandırma, depolama ve lojistik gibi operasyonel adımları sistematik bir biçimde ele alır. Bu bölümde, benzer bir hayır mağazası kurmak isteyen kişi ve kurumlara yönelik somut bir uygulama rehberi ve tecrübe aktarımı sunulması amaçlanmaktadır.

1. Kuruluş ve Açılış Öncesi (Hazırlık Aşaması): Mağazanın yasal, fizikî ve organizasyonel olarak faaliyete hazır hâle getirilmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Dernek veya vakıf olarak yasal tescil işlemleri
- Vakıf senedi ve bağış-kabul politikalarının hazırlanması
- İş sağlığı ve güvenliği (OHS) planı ile yangın tahliye planlarının hazırlanması
- Kira sözleşmesi ve işletme sigortalarının temini
- Sosyal medya hesapları, web sitesi, işe alım süreçleri varsa marka patent tescil işlemlerinin gerçekşmesi,
- Fiziksel donanım ve demirbaşların hazırlanması gerekmektedir.

2. Bağış Kabulü: Bu aşama mağazanın açılışından önce hazırlanması gerekmektedir. Yasal prosedürler yerine geldikten sonra mağazada ürünler yer almalıdır. Bağışların organize biçimde mağazaya kabul edilmesi için gerekli unsurlar:

- Bağış teslim alanı ve ürün tartım düzenekleri
- Makbuz verme ve "Gönüllülük Başvuru" formu hazırlanması
- Görevli personel ve bağış koordinatörü istihdamı

- Eldiven, maske ve hijyen kiti, mümkünse ülke genelinde ilk açılacak mağzalar için kurutemizleme ile anlaşılması veya mağaza içerisinde bölümün yer alması,
- Renk kodlu kutular: Islak veya kırık ürünlerin ayrıştırılması için gereklidir.

3. Satışa Hazırlık (Triage ve Sorting İlk 24 Saat): Ürünlerin satılabilirlik durumuna göre sınıflandırılması amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Geniş sınıflandırma masası ve rulo konteynerler
- Etiket sistemi: reddedilen ürün, bez (rag), satılabilir ürün ayrımları
- 3–5 kişilik gönüllü ayrıştırma ekibi

4. Kalite Kontrol ve Temizlik (İlk 24 Saat): Satışa sunulacak ürünlerin güvenlik ve hijyen açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Elektrikli ürünler için PAT-test cihazı
- Giysiler için buharlı ütü veya steamer
- Kalite Kontrol Sorumlusu
- Basit onarımlar için mini tamir kiti

5. Fiyatlandırma ve Etiketleme (İlk 48 Saat): Ürünlerin piyasa değeri üzerinden fiyatlandırılması ve satışa hazır hâle getirilmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Piyasa araştırmasına dayalı fiyat belirleme
- Barkod yazıcı ile etiket oluşturma
- Fiyatlandırma Ekibi

6. Depolama (Backroom Dönüşümlü FIFO Sistemi): Ürünlerin FIFO (First In – First Out) ilkesine göre stokta tutulması amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Metal raf sistemleri
- Barkod destekli dijital envanter yazılımı
- Stok kontrolü için görevli ve kayıt oluşturma
- Nem ve ısı takibi için izleme sistemleri

7a. Mağaza Sergileme (En Fazla 4 Hafta): Ürünlerin fiziksel olarak satışa sunulması amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Vitrin düzeni, mankenler ve fiyat tabelaları
- Kat sorumlusu olan yönetici ve satış personeli

7b. E-Ticaret Listeleme (En Fazla 30 Gün): Fiziksel satışta elden çıkmayan ürünlerin dijital kanallarda listelenmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Ürün fotoğraf çekimi için softbox ışık kutusu, kamera ve arka fon
- E-ticaret ekibi
- Kargo için ambalajlama kiti ve etiketleme ekipmanı

8. Satış: Ürünlerin fiziksel veya çevrimiçi kanallarda satışa sunularak gelir elde edilmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Mağaza için POS terminali
- E-ticaret için muhasebe entegrasyonu ve kargo çıkışı
- Kasiyer ve e-ticaret kargo personeli

9. İndirim (Markdown) & Şube Transferi (1 Haftalık Dönem): Satılmayan ürünlerin öncelikle indirimli ürün olarak yeniden etiketlendirilmesi ve hızlı bir şekilde elden çıkarılması gerçekleştirilir. Sonrasında başka mağazalara yönlendirilmesi amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- İndirim etiketleri ve sepetleri
- Lojistik biriminin şube transferi rota planlaması

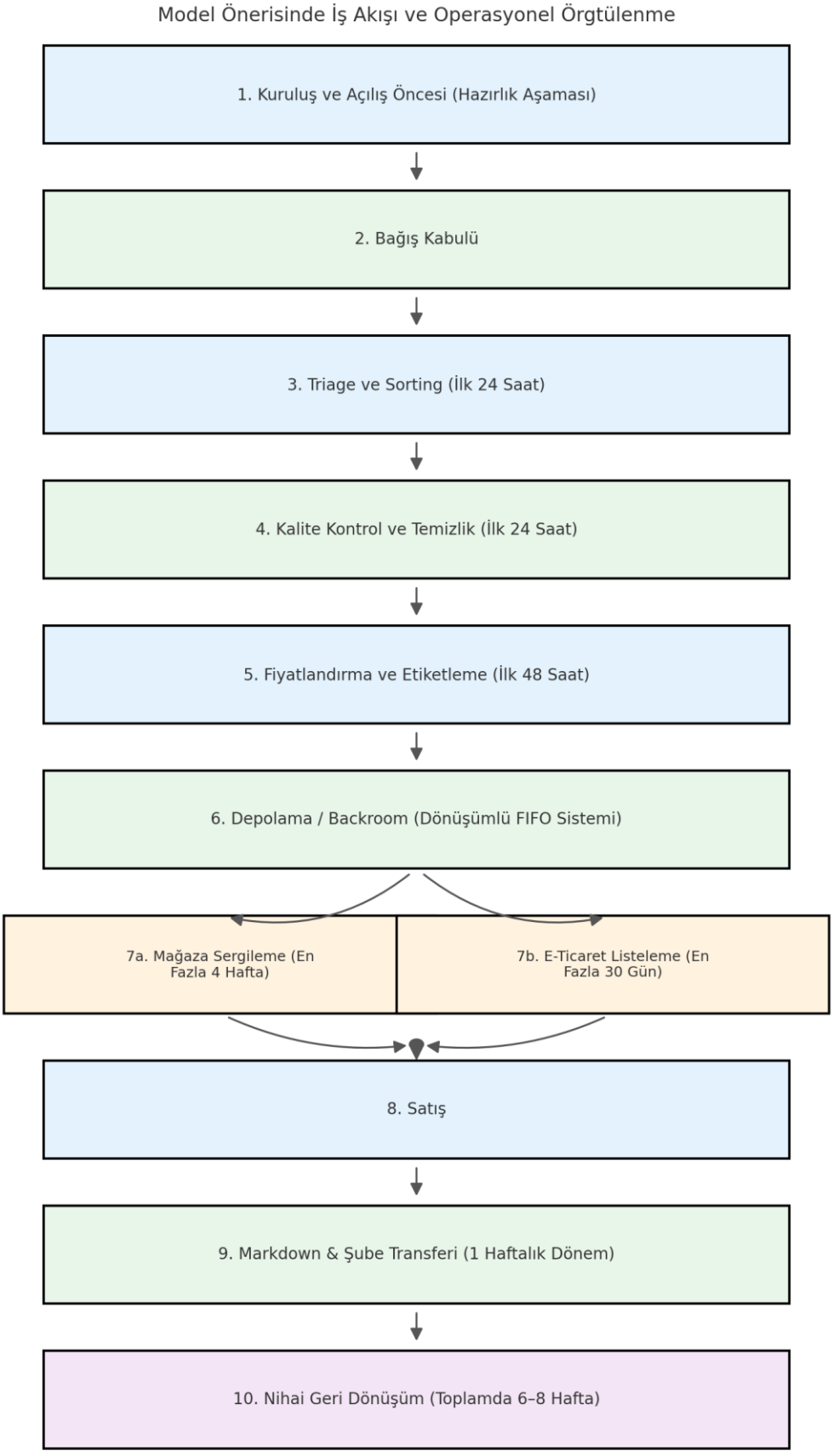
10. Nihai Geri Dönüşüm (Toplamda 6–8 Hafta): Tüm aşamalarda satılamayan ürünlerin atık hâline gelmeden geri dönüşüme yönlendirilmesi (sıfır atık hedefi) amaçlanmıştır. Gerekli unsurlar:

- Rag balyalama presi veya torbalama sistemleri
- Geri dönüşüm süreçlerinden sorumlu personel
- Geri dönüşüm firmalarıyla yapılmış sözleşmeler
- Örnekleri bulunan geri dönüşüm tasarım ve buna benzer projeler.

Tüm bu aşamaların sağlıklı yürütülebilmesi için süreç boyunca dikkat edilmesi gereken bazı temel hususlar bulunmaktadır.

- İkinci el elektronik kabul edilecekse → PAT testi için sertifikalı personel + test etiketi şart.
- Gıda veya kozmetik satışı planlanıyorsa → ek gıda güvenliği ekipmanı (soğutucu, sıcaklık probu) gerekir.
- Engelsiz erişim → rampa, geniş koridor, tekerlekli sandalye dostu reyon mesafesi.

- 24-48 saat kuralı: Bağış girişi → fiyatlandırmaya kadar tüm işlemler 2 güne sığdırılır.
- 4 hafta raf ömrü: Mağazada sergilenen ürün 4 hafta dolunca ya indirilir ya da farklı şubeye gönderilir.
- Sıfır Atık Hedefi: Nihai aşamada ürünlerin ≥ 85 %'i satış veya rag/recycling yoluyla döngüye girer.
- Şeffaf Raporlama: Aylık "donation-conversion" oranı, CO_2 tasarrufu, rag geliri raporlanır.



Şekil 3. Hayırsever Dükkânlarda İş Akışı ve Operasyonel Örgütlenme

Tablo 2. Hayırsever Dükkânlarda Ürün Yaşam Döngüsü ve Operasyonel İş Akışı

AŞAMA	AMAÇ	KİLİT GEREKLİLİKLER
1. Kuruluş & Açılış Öncesi	Yasal ve Fiziki Hazırlık	• Vakıf senedi, • Vakıf tescili, •Bağış-kabul politikası, • Kira Sözleşmesi, Sigorta • Demirbaş
2. Bağış Kabulü	Bağışın Mağazaya Girişi	• Bağış Kabul Noktası, Tartı, Makbuz • Renk Kodlu Kutular (Islak/Kırık Ayrımı)
3. Satışa Hazırlık (<24 Saat) (Triage ve Sorting)	Satılabilir-Satılamaz Ayrımı	• Geniş Sınıflandırma Masası, Rulo Konteynerler • Redd-Rag-Satılabilir Etiketleri
4. Kalite Kontrol & Temizlik (<24 Saat)	Güvenlik/Hijyen	• PAT-Test Cihazı, Buharlı Ütü/Steamer
5. Fiyatlandırma & Etiketleme (<48 Saat)	Değer Belirleme	• Piyasa Taraması, Barkod Yazıcı, Numarasıyla Etiket
6. Depolama/Backroom (Rolling)	Fifo Stok Tamponu	• Metal Raf Sistemi, Barkodlu Envanter Yazılımı • Nem-Isı Takibi
7a. Mağaza Sergileme (≤4 Hafta)	Fiziksel Satış	• Vitrin, Manken, Fiyat Tabelaları
7b. E-Ticaret Listeleme (≤7 Gün)	Online Satış	• Softbox Işık Kutusu, Kamera, Arka Fon • Kargo Ambalaj Kiti
8. Satış	Gelir Üretimi	• POS Terminal, Muhasebe Entegrasyonu • (Mağaza) / E-Com Kargo Pickup
9.İndirim & Şube Transferi (1 Hafta) (Markdown)	Hızlı Devir / Rotasyon	• İndirim Etiketleri, Clearance Sepeti • Logistics Rota Planı
10. Nihai Geri Dönüşüm (6–8 Hafta Toplam)	Sıfır Atık	• Rag Balyalama Presi Veya Rag Torbaları • Geri Dönüşüm Sözleşmesi

2.8. Hayırsever Dükkânlarda Görev Tanımları ve Sorumluluklar

Mağaza operasyonunun etkin biçimde yürütülmesini sağlayan görevlilerin planlanan sorumluluk alanları ise aşağıda açıklanmıştır.

- ***Bağış Koordinatörü (Donation Coordinator):*** Bağış kabul alanının düzeninden sorumludur; makbuz işlemleri, formların takibi ve ilk eleme (ön inceleme) süreçlerini yönetir.
- ***Ayrıştırma Gönüllüleri (Sorting Volunteers):*** Bağışlanan ürünleri kategorilere (giyim, kitap vb.) ayırır ve hızlı kalite kontrolü gerçekleştirir.
- ***Kalite Kontrol Sorumlusu (QC Supervisor):*** Elektrikli ürün testleri, hijyen kontrolleri ve riskli/uygunsuz ürünlerin ayrıştırılmasına dair karar mekanizmasını yürütür.
- ***Fiyatlandırma Sorumlusu (Pricing Lead):*** Piyasa araştırması yaparak ürünlerin değerini belirler; vintage ayırımı, fiyat etiketleme ve barkodlama işlemlerini koordine eder.
- ***Stok Sorumlusu (Stock Officer):*** Depo düzeninden, FIFO (first-in-first-out) kontrolünden ve sistemsel envanter kayıtlarının güncel tutulmasından sorumludur.
- ***Mağaza Kat Yöneticisi (Floor Manager):*** Ürün yerleşimini planlar, indirim zamanlamasını belirler ve satış ekibinin koordinasyonunu sağlar.
- ***E-Ticaret Yöneticisi (E-commerce Manager):***Fotoğraf stüdyosu çekimlerini, çevrim-içi envanter takibini ve sipariş yönetimini yürütür
- ***Lojistik Sorumlusu (Logistics):*** Şubeler arası ürün transferlerini, "rag günleri" operasyonlarını ve tüm nakliye planlamasını organize eder.
- ***Sürdürülebilirlik Sorumlusu (Sustainability Officer):*** Atık azaltma projelerini yönetir, CO_2 raporlarını hazırlar ve tekstil geri dönüşüm anlaşmalarını koordine eder.

Tablo 3. Hayırsever Dükkânlarda Görev Tanımları ve Sorumluluklar

POZİSYON (EN)	POZİSYON (TR)	GÖREV TANIMI
Donation Coordinator	Bağış Koordinatörü	Bağış Alanı Düzeni, Makbuz İşlemleri, İlk Eleme
Sorting Volunteers	Ayrıştırma Gönüllüleri	Kategori Ayrımı (Giyim, Kitap Vb.), Hızlı Kalite Kontrol
Qc Supervisor	Kalite Kontrol Sorumlusu	Elektrik Testi, Hijyen Kontrolü, Riskli Ürün Kararları
Pricing Lead	Fiyatlandırma Sorumlusu	Piyasa Araştırması, Vintage Ayrımı, Etiketleme Ve Barkodlama
Stock Officer	Stok Sorumlusu	Depo Düzeni, Fifo Kontrolü, Sistemsel Envanter Kaydı
Floor Manager	Mağaza Kat Yöneticisi	Ürün Yerleşimi, İndirim Zamanlaması, Satış Ekibi Koordinasyonu
E-Commerce Manager	E-Ticaret Yöneticisi	Fotoğraf Stüdyosu, Online Envanter Takibi, Sipariş Yönetimi
Logistics	Lojistik Sorumlusu	Şubeler Arası Transfer, Rag Günleri, Nakliye Planlaması
Sustainability Officer	Sürdürülebilirlik Sorumlusu	Atık Azaltma, Co_2 Raporlaması, Tekstil Geri Dönüşüm Anlaşmaları

2.9. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanımsal Gereklilikler (Demirbaşlar)

1. *Bağış Kabul Alanı Demirbaşları*

- Kapalı-açık ayrıştırılmış teslim noktası (rampa/konteyner): Bağışçıyı doğru yönlendirme, iş sağlığı ve güvenliği.
- Endüstriyel tartı/baskül: CO_2 tasarruf ölçümü ve rag sözleşmeleri için kilo takibi.
- Bağış alım masası + kilitli çekmece: Makbuz, bağışçı kayıtları için.
- Islak-kuru ayırma kutuları: Hijyenik sınıflandırma.
- El tipi okutucu (barkod): Hızlı ve doğru kayıt.
- İlk temizlik seti (eldiven, maske, dezenfektan, önlük): Sağlık güvenliği.

2. *Ayrıştırma & Kalite Kontrol Demirbaşları*

- Geniş sınıflandırma masaları (min. 2×1 m): Kategori bazlı ayrım kolaylığı.
- Renk kodlu rulo konteyner/sepet: Satılabilir, online, rag, imha ürün ayrımı.
- Giysi askı rayı + askı seti (plastik/ahşap): Askıda ilk kontrol.
- Elektrikli buharlı ütü + mini ütü masası: Ürünü satışa hazır hâle getirme.
- PAT-test cihazı veya güvenli priz adaptörü: Elektronik ürün güvenliği.
- Etiketleyici (temp/lot numaralı): Ürün takibi ve izlenebilirlik.
- 60 L çöp/geri dönüşüm kutuları: Atık yönetimi ve sıfır atık hedefi.

3. *Hijyen ve Tamir Demirbaşları*

- Endüstriyel buhar dolabı veya steamer: Hijyen ve kırışıklık giderme.
- Küçük tamir kiti: Dikiş, pil, ampul gibi basit onarımlar.
- UV test lambası (opsiyonel): Değerli ürün tespiti.
- 3 katmanlı kurutma askısı: Yıkanan ürünlerin kurutulması.

4. *Depolama ve Stok Yönetimi Demirbaşları*

- Endüstriyel metal raf sistemi (600 kg): Stok güvenliği, FIFO düzeni.
- Palet arabası veya transpalet: Ağır yük taşıma.
- Isı-nemölçer + havalandırma fanı: Depo sağlığı ve küf önleme.
- Barkod yazıcı + ZPL etiket rulosu: Envanter ve satış sistemi entegrasyonu.

- Güvenlik kamera sistemi: Depo ve satış alanı güvenliği.
- Yangın söndürücü + battaniye: Zorunlu acil durum ekipmanı.

5. ***Mağaza Satış Alanı Demirbaşları***

- Modüler gondol ve duvar rafları: Ürün kategorisi sergileme.
- Mankenler (kadın-erkek-çocuk): Görsel sunum.
- Cam vitrin dolap: Vintage ve değerli ürün teşhiri.
- POS terminali (temassız): Hızlı ödeme ve bağış takibi.
- Kasa ünitesi (çekmeceli): Güvenli finans yönetimi.
- UV para detektörü: Sahte para önleme.
- İndirim sepetleri (tekerlekli, katlanır): Markdown ürün sergileme.
- Tabelalar (fiyat, geri dönüşüm): Bilgilendirme ve mevzuat uyumu.

6. ***E-Ticaret Operasyonu Demirbaşları***

- Mini fotoğraf çadırı + softbox ışıklar: Kaliteli ürün fotoğrafı.
- Tripodlu kamera veya akıllı telefon: Yüksek çözünürlük.
- Döner masa platformu: 360° ürün sunumu.
- Beyaz fon sistemi: Flat lay ve profesyonel görünüm.
- Barkod okuyucu + PC/Chromebox: Envanter ve fiyat entegrasyonu.
- Kargo ambalaj kiti: Kutular, zarflar, dolgu ve bant.

7. ***Lojistik ve Taşıma Demirbaşları***

- Hafif ticarî panelvan veya kurye anlaşması: Şube transferi ve bağış toplama.
- Katlanır dolly/çekçek arabalar: Bina içi taşıma kolaylığı.
- EURO palet + streç film: Toplu sevkiyat ve rag için hazırlık.

8. ***Ofis & Yönetim Demirbaşları***

- İnternet erişimli bilgisayar + cloud yedekleme: Raporlama ve veri güvenliği.
- Çok fonksiyonlu yazıcı/tarayıcı: Belgeler ve form yönetimi.
- Kilitli arşiv dolabı: Fiziki veri saklama ve KVKK uyumu.
- CRM yazılımı: Müşteri, gönüllü, bağışçı takibi.

- İlk yardım seti + tahliye planı: OHS ve acil durumlar.

9. *Sürdürülebilirlik ve Geri Dönüşüm Demirbaşları*

- Dijital CO_2 tasarruf aracı: Karbon ayak izi raporlaması.
- Tekstil balyalama presi: Rag ürünlerin geri dönüşümü ve gelir elde edilmesi.

10. İkram ve Mola Köşesi Demirbaşları

- Endüstriyel çay makinesi (8–12 L): Gönüllülere ve mağaza ziyaretçilerine sürekli sıcak çay servisi sağlar.
- Elektrikli çorba kazanı (8–10 L): Sabah namazı sonrası çorba ikramı için güvenli ve pratik çözüm sunar.
- Termos (5–10 L): Hazırlanan çayın sıcak tutulması ve kolay servis için gereklidir
- Ocak veya elektrikli pişirme yüzeyi: Çorba ve diğer sıcak içeceklerin hazırlanması için ısı kaynağı.
- Tezgâhlı mini mutfak dolabı: Malzeme, bardak ve gıda saklama için.
- Lavabo (temiz/gri su bağlantılı): Temizlik ve gıda hijyeni için zorunludur.
- Tek kullanımlık bardak, kâse ve kaşık setleri: Hijyenik ve kolay servis sağlar.
- Baharatlık ve tuzluk: Çorba servisinin kişiselleştirilebilmesi için.
- Bone, eldiven ve önlük: Gıda güvenliği ve hijyen açısından önemlidir.

11. Nakliye İhtiyacının Belirlenmesi

Hayır amaçlı ikinci el mağaza operasyonlarında nakliye ihtiyacının doğru belirlenmesi, maliyet-fayda analizini iyi yaparak sermaye bağlama riskini en aza indirgemeyi ve operasyonel esnekliği korumayı sağlar. Nakliye ihtiyacı aşağıdaki kriterlere göre belirlenmelidir:

- *Bağış Toplama Kampanyaları:* Okul, şirket gibi kurumlarla düzenli bağış kampanyaları yapılıyorsa, periyodik bağışların toplanması için nakliye aracı zorunlu hâle gelir.
- *Şube Transferi:* Mağazalar arası stok transferi düzenli olarak gerçekleştiriliyorsa, örneğin yavaş dönen ürünlerin 1–2 haftada bir diğer şubelere aktarılması planlanıyorsa, planlı bir rota ve uygun araç kullanımı gerekir.

- *Rag ve Geri Dönüşüm:* Tekstil geri dönüşümü kapsamında ürünler palet veya balya hâlinde teslim ediliyorsa, bu ürünlerin teslimi için taşıma sorumluluğu mağazaya veya geri dönüşüm firmasına ait olur. Bu durum sözleşmeye göre değişebilir.
- *E-Ticaret:* Günlük online sipariş hacmi 30 paketi geçiyorsa, kurye toplama (pickup) anlaşması yapılması uygundur. Daha düşük hacimlerde ise kargo şirketlerinin şubelerine doğrudan teslim etme yöntemi ekonomik bir çözümdür.
- *Mobilya ve Büyük Eşya Satışı ve Bağışı:* Büyük eşyaların bağışlanması sürecinde kendi taşıma imkânı olmayan müşteriler için de mağazanın teslimat hizmeti sunmaması önemli bir engel teşkil edebilir. Bu noktada mağazanın, nakliye hizmeti sunup sunmama kararı alırken fayda-maliyet analizi yapması kritik önem taşır.
- Mobilya ve büyük eşya satışına yönelen hayır mağazalarının, yerel ihtiyaçları ve bağış kapasitesini analiz ederek, gerekirse bölgesel veya saatlik kiralık nakliye modeliyle destekli taşıma hizmetini sisteme entegre etmeleri önerilir. Böylece hem bağışçıların hem de alıcıların erişimi kolaylaşır; mağazanın sosyal etkisi ve gelir kapasitesi artar.

Kendi Panelvan Aracı: Araç kullanımı tercih edilecekse, yakıt, sigorta ve sürücü maliyetleri dikkate alınmalıdır. Aracın haftalık kullanım doluluk oranı %60'ın altına düşüyorsa, dış kaynak kullanımı (kiralık araç veya lojistik firması) daha ekonomik olacaktır.

Nakliye kararları da kademeli bir şekilde alınmalıdır:

- Başlangıçta, ihtiyaç duyulduğunda çağırılan (“ad-hoc” ya da paylaşımlı) kuryeler kullanılmalıdır.
- Bağış hacminin arttığı ve operasyonların oturduğu dönemlerde, haftalık düzenli rota ve sözleşmeli panelvan kiralama yöntemine geçilebilir.

Operasyonlar ve nakliye ihtiyacı daha da yoğunlaştığında, en son aşamada kendi araç ve sürücünüzle operasyon yürütmek en uygun yöntem olacaktır. Bu stratejik yaklaşım, başlangıç aşamasında sermayeyi gereksiz yere bağlama riskini azaltır ve operasyonel esneklik sağlayarak uzun vadeli verimlilik sağlar.

12.Depo Alanı İhtiyacı ve Kararı

Başlangıç Aşaması (Düşük Hacim):

- Mağaza arkası depo ile başlanmalı.
- Katlanır raf sistemleri kullanılarak yer verimli kullanılmalı.
- İlk 3–6 ay boyunca bağış ve satış hacmi düzenli şekilde veri olarak toplanmalıdır.

Hacim Artışı Gözlemlendiğinde:

- Haftalık ortalama 1 paleti aşan fazladan stok oluşuyorsa, 50–100 m² dış depo kiralama kararı devreye sokulabilir.
- Bu alanlar için en uygun çözüm, modüler "self-storage" sistemleridir. (Düşük riskli, sigortalı)

Kiralanan Konteyner/Depo: Küçük ölçekli ihtiyaçlar için (< 100 m²), aylık kira ve sigorta maliyetleri göz önünde bulundurularak modüler "self-storage" depo çözümleri kullanılabilir.

Dış Lojistik Sözleşmeleri: Özellikle tekstil geri dönüşümü (rag) ve şube transferleri için, palet başına ödeme yapılabilen ("pay-per-pallet") sözleşmeler operasyonel esneklik sağlar.

Operasyonel altyapıyı hızla büyütmek yerine, gerçek veriye dayalı kademeli kararlar almak; sermaye bağlama riskini azaltır ve esnekliği artırır. Bu yaklaşımla mağaza büyüklüğü, satış hacmi ve bağış akışına göre en uygun depo ve nakliye planlaması yapılabilir.

Model Önerisi Operasyonel Sürecinde Dış Depolama İhtiyacı ve Zorunluluk Koşulları

Hayır amaçlı ikinci el mağazacılık faaliyetlerinde, fiziksel alan kullanımı verimliliği doğrudan operasyonel başarıyı etkiler. Özellikle stok döngüsü ve bağış akışının yoğun olduğu dönemlerde mağaza içi arka alanların yetersiz kalması, dış depo ihtiyacını kaçınılmaz kılar. Aşağıda dış depolamanın zorunlu hâle geldiği başlıca senaryolar açıklanmıştır:

- *Bağış Hacminin Arka Oda Kapasitesini Aşması:* Eğer haftalık bağış giriş hacmi, mağazanın arka oda kapasitesinin %70'inden fazlasını düzenli olarak dolduruyorsa, taşma yönetimi devreye girmelidir. Sürekli yoğunluk hem çalışma alanını daraltır hem de kalite kontrol, ayrıştırma ve fiyatlandırma gibi operasyonel süreçleri yavaşlatır. Bu durumda kısa süreli konteyner, geçici dış alan ya da modüler depo çözümleri değerlendirilmelidir.

- *Sezonluk Ürün Döngüsü*: İklime bağlı ürünlerin sezon dışı depolanması ihtiyacı, dış depo kullanımını gerektirir. Örneğin, kışlık mont ve kabanlar yaz aylarında; tişört, şort gibi yazlık ürünler ise kış aylarında aktif stokta tutulmaz. Bu ürünlerin sezon dışı dönemlerde mağaza dışında güvenli ve kontrollü bir ortamda saklanması stok yönetimini kolaylaştırır.
- *Çok Şubeli veya Bölgesel Dağıtım Organizasyonu:* Birden fazla şubesi olan veya farklı bölgelere ürün sevkiyatı yapan sistemlerde merkezî bir "hub" depo oluşturmak operasyonel verimliliği artırır. Kalite kontrol, sınıflandırma ve sezon rotasyonu bu merkez üzerinden gerçekleştirilir. Böylece şubelerdeki iş yükü azalırken, taşıma maliyetleri düşer ve daha kontrollü bir stok dağılımı sağlanır.
- *E-Ticaret Fulfilment Süreci*: Online satışların yoğunlaştığı durumlarda, çekim stüdyosu, ürün ambalajı, toplu kargo hazırlığı gibi işlemler mağaza alanını kullanılamaz hâle getirebilir. Bu nedenle e-ticaret işlemleri için bağımsız bir depo alanı büyük avantaj sağlar. Böylece hem mağaza işleyişi sekteye uğramaz hem de daha profesyonel bir dijital satış operasyonu yürütülebilir.
- *Geri Dönüşüm (Rag) Operasyonları ve Balyalama:* Haftalık 250 kg üzerinde "rag" (geri dönüşüme ayrılan tekstil) çıkışı varsa, bu ürünlerin preslenmesi ve paletlenerek toplanması için yüksek tavanlı, geniş metrekareli bir alan gereklidir. Aynı zamanda tekstil balyalama pres makinesinin kurulumu ve iş güvenliği standartlarına uygun şekilde çalıştırılması da bu alanlarda mümkündür.

Bu beş temel durum, dış depo kullanımının yalnızca tercih değil, sürdürülebilir ve etkili bir mağaza yönetimi için zorunlu bir unsur hâline geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda, büyüme planlamalarında dış depo kapasitesi en az mağaza kadar stratejik olarak ele alınmalıdır.

Tablo 4. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanım Gereklilikleri

DEMİRBAŞ	NEDEN GEREKLİ?
Kapalı-Açık Ayrıştırılmış Teslim Noktası (Rampa Veya Tekerlekli Konteyner)	**Aracından İndiren Bağışçıya Hızlı Yönlendirme, İş Sağlığı-Güvenliği**
Endüstriyel Tartı/Baskül	**Kilo Takibi**
Bağış Alım Masası + Kilitli Çekmece	**Makbuz Vermek, Bağışçı Veritabanı**
Islak-Kuru Ayırma Kutuları (Su Sızıntılı Torbalar Vs.)	**Hijyen**
El Tipi Okutucu (Barkod/ ID)	**Hızlı Kayda Alma**
İlk Temizlik Seti (Dezenfektan)	**Sağlık Güvencesi**
Geniş Sınıflandırma Masaları (En Az 2×1m)	**Kategori Ayrımı**
Renk Kodlu Rulo Konteynerler / Rulo Sepetler	**Satılabilir / Online / Rag / İmha**
Giysi Askılık Rayları + Askı Seti	**İlk Göz Kontrolü-Buharlı Ütü**
Elektrikli Buharlı Ütü + Mini Ütü Masası	**Ürünü Satışa Hazırlama**
PAT-Test Cihazı Veya Emniyetli Priz Adaptörü (Elektronik)	**Elektrikli Eşya Güvenlik Testi**
Hızlı/Kollu Etiketleyici (Temp/Lot Numarası)	**İzlenebilirlik**
Küçük Tamir Kiti (Dikiş, Yapıştırıcı, Pil, Ampul)	**Ufak Onarımlar**
UV-Para-Takı Test Lambası (Opsiyon)	**Değerli/Vintage Ayrımı**
3 Katmanlı Kurutma Askısı	**Yıkanan Ürünlerin Kuruması**
Endüstriyel Metal Raf Sistemi (600 Kg Kapasite)	**FIFO-Stok Güvenliği**
Palet Arabası Veya Transpalet	**Ağır Koli/Çuvalları Taşıma**
Isı-Nem Ölçer + Havalandırma Fanı	**Küf-Nem Önleme**
Barkod Yazıcı + ZPL Etiketi Rulosu	**Stok-POS Entegrasyonu**
Güvenlik Kamera Sistemi (Depo + Satış Alanı)	**Kayıp-Hırsızlık Önleme**
Yangın Söndürücü + Yangın Battaniyesi	**Yasal Zorunluluk**
Modüler Gondol Ve Duvar Raft Sistemi	**Ürün Çeşitliliği Sergileme**
Teşhir Mankenleri (Kadın-Erkek-Çocuk)	**Görsel Etki**
Cam Vitrin Dolap (Değerli/Vintage)	**Güvenli Teşhir**
POS Terminali (Temassız Karekod + Gift Aid Modülü)	**Hızlı Satış & Bağış Takibi**
Nakit Çekmeceli Sayaç, Terminal Kasası	**Finans Güvenliği**
UV Para Detektörü	**Sahte Para Önleme**
Açılıp-Kapanan Tekerlekli <50 L Indirim Sepetleri	**Markdown/Clearance**
Tabelalar (Fiyat Tabloları, Geri Dönüşüm Bilgisi)	**Farkındalık & Mevzuat**
Işık Kutulu Mini Fotoğraf Çadırı + 2 Softbox	**Ürün Fotoğraf Kalitesi**

Tablo 5. Hayırsever Dükkân Kurulumu İçin Donanım Gereklilikleri-2

Hafif Ticarî Panelvan veya Sözleşmeli Kurye	**Şube Transferi, Bağış Toplama**
Katlanır Dolly/Çekçek Arabalar	**Bina İçi Taşıma**
EURO Palet + Streç Film	**Toplu Sevkiyat/Rag Firması**
İnternet Erişimli Bilgisayar + Güvenli Yedekleme (Cloud)	**Raporlama**
Çok Fonksiyonlu Yazıcı/Tarayıcı	**Sözleşme ve Formlar**
Kilitli Arşiv Dolabı	**Kişisel Verilerin Korunması**
Müşteri-Gönüllü Veritabanı Yazılımı (CRM)	**GDPR/KVKK Uyumu**
İlk Yardım Seti, Acil Durum Tahliye Planı	**OHS Gereği**
Dijital CO_2 Tasarruf Hesap Aracı (Yazılım Eklentisi)	**Sürdürülebilirlik Raporu**
Tekstil Balyalama Presi (Büyük Hacim Varsa)	**Rag Geliri/Geri Dönüşüm**
Endüstriyel Çay Makinesi (8–12 L)	**Gönüllülere ve Mağaza Ziyaretçilerine Sürekli Sıcak Çay Servisi Sağlar.**
Elektrikli Çorba Kazanı (8–10 L)	**Sabah Namazı Sonrası Çorba İkramı İçin Güvenli Ve Pratik Çözüm Sunar.**
Termos (5–10 L)	**Hazırlanan Çayın Sıcak Tutulması ve Kolay Servis İçin Gereklidir.**
Ocak Veya Elektrikli Pişirme Yüzeyi	**Çorba ve Diğer Sıcak İçeceklerin Hazırlanması İçin Isı Kaynağı.**
Tezgâhlı Mini Mutfak Dolabı	**Malzeme, Bardak ve Gıda Saklama İçin.**
Bardak, Kâse Ve Kaşık Setleri	**Temizlik ve Gıda Hijyeni İçin Zorunludur.**
Bone, Eldiven Ve Önlük	**Gıda Güvenliği ve Hijyen Açısından Önemlidir.**

2.10. Hayırsever Dükkânlarda Fiyatlandırma Stratejileri ve Örnek Tablo

Hayırsever Dükkânların sürdürülebilirliği ve şeffaflığı açısından en kritik unsurlardan biri fiyatlandırma stratejisidir. Fiyatlandırma, yalnızca gelir elde etme aracı değil; aynı zamanda bağışlanan ürünlerin değerine uygun şekilde sınıflandırılması, tüketiciye erişilebilir fiyatlarla sunulması ve mağaza içi sirkülasyonun dengelenmesi açısından da işlevsel bir mekanizmadır. Bu çerçevede modelde, ürünler kalite, kullanım durumu ve piyasa değeri dikkate alınarak farklı etiket renkleriyle kategorize edilmektedir. Böylelikle hem müşterilerin alışveriş deneyimi kolaylaşmakta hem de bağış ekonomisinin adil ve sistematik bir zeminde işletilmesi sağlanmaktadır. Aşağıdaki tablo, söz konusu fiyatlandırma stratejisinin temel etiket renkleri ve sınıflandırma ölçütlerini özetlemektedir. İpucu olarak "Markalama Etiket Rengi" aşağıda belirtildiği gibi önerilmektedir:

- *Yeşil etiket*: A/B sınıfı (yüksek değer)
- *Mavi etiket*: C sınıfı (standart)
- *Sarı etiket:* D sınıfı (ekonomik)
- *Kırmızı etiket: 1* ₺ – 20 ₺ "kasada sor" (satış hızlandırma)

Tablo 6. Hayırsever Dükkânlarda Fiyatlandırma Strateji ve Örnek Tablosu [598]

Ürün Kategorisi	Kalite Sınıfı	Önerilen Etiket (%)	Örnek Fiyat Aralığı(₺)
Giysi – Yetişkin	**A → (Yeni / Etiketli)**	%30-35	250 – 400
Giysi – Yetişkin	**B → (Çok İyi)**	%25	150 – 249
Giysi – Yetişkin	**C → (İyi)**	%20	80 – 149
Giysi – Yetişkin	**D → (Ekonomik)**	%15	40 – 79
Giysi – Çocuk	**A**	%35	120 – 200
Giysi – Çocuk	**B**	%25	70 – 119
Giysi – Çocuk	**C**	%20	40 – 69
Ayakkabı / Çanta	**A**	%35	300 – 500
Ayakkabı / Çanta	**B**	%25	175 – 299
Ayakkabı / Çanta	**C**	%20	90 – 174
Kitap (Ciltli)	**A**	%35	60 – 120
Kitap (Ciltli)	**B**	%25	35 – 59
Kitap (Ciltli)	**C**	%20	20 – 34
Küçük Ev Aleti	**A**	%35	600 – 900
Küçük Ev Aleti	**B**	%25	350 – 599
Küçük Ev Aleti	**C**	%20	200 – 349
Oyuncak / Puzzle	**A (Tam Kutulu)**	%35	150 – 250
Oyuncak / Puzzle	**B**	%25	90 – 149
Ev Tekstili	**A**	%30	180 – 300
Ev Tekstili	**B**	%25	110 – 179
Ev Tekstili	**C**	%20	60 – 109
Küçük Mobilya	**A**	%30	1.250-2.000
Küçük Mobilya	**B**	%25	750 – 1.249
Küçük Mobilya	**C**	%20	400 – 749
Lüks / Vintage	**A (deri ceket, marka çanta, koleksiyon kitap)**	%40–45	2 000+

[598] A → kullanılmamış / etiketli, B → çok iyi (minimum aşınma,) C → iyi (ufak kusur), D → ekonomik (bariz kusur ama kullanılır), Rag → satılamaz, geri dönüşüme. Önerilen etiket yüzdesi, yeni perakende bedelinin yaklaşık payıdır; gönüllüler fiyat aralığının içinde kalıp yerel alım gücüne göre son kararı verir.



Şekil 4. Hayırsever Dükkânlarda Örnek Fiyat–Etiket Gruplandırması

2.11. Hayırsever Dükkânların Türkiye'de Uygulanabilirliği: Riskler ve Engellerin Değerlendirilmesi

Aynî bağışların perakende yoluyla sosyal faydaya dönüştürüldüğü "hayırsever dükkân" yaklaşımı, yalnızca bir gelir üretme tekniği değil; aynı zamanda tüketim ahlâkı, döngüsel ekonomi ve toplumsal dayanışma kültürüyle ilişkilenen çok katmanlı bir kurumsal işleyiş modeli olarak gündeme gelmektedir. Ne var ki, hayırsever dükkânların Türkiye'de uygulanabilirliği, yalnızca modelin teorik tutarlılığıyla değil; sahadaki riskler, engeller ve bağlamsal sınırlılıklar ile birlikte değerlendirilmelidir. Bu kapsamda, önerinin Türkiye bağlamında barındırabileceği imkânlar ve sınırlılıklar (avantajlar ve dezavantajlar) bütüncül bir çerçevede ele alınacaktır.

1. Yasal ve Vergisel Yükümlülükler: Ülkemizde vakıf ve derneklerin ticarî faaliyette bulunması yasal ve idari yükümlülükler anlamında model önerimizin zorlaştırıcı unsurları arasında sayılabilir. Özellikle Dernekler ve Yardım Toplama Kanunu çerçevesinde çevrimiçi bağışlara ve işlemlere yönelik getirilen düzenleme taslakları sıkı denetime tabidir. Dijital şeffaflık amacıyla yardım temelli kurumlara ciddi sorumluluklar getirilmiştir. Vakıflar Kanunu ile yapılan değişikliklerde vakıf iktisadî işletmelerinin dolaylı ticarî faaliyet alanları daraltılarak, tüm faaliyetlerin elektronik ortamda Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne önceden bildirilmesi zorunlu hale getirilmiştir. Bu süreçler, hayırsever bir dükkân modeli kurarak işletme faaliyeti yürütmek isteyenler için basit bir işletme fikrinden öte, kapsamlı yasal sorumlulukları takip etmeyi gerektiren ciddi bir yük ve idari takip gerekliliği anlamına gelmektedir.

Ayrıca yürürlüğe girmiş olan e-Defter zorunluluğu, iktisadî işletmelerin artık tüm süreçlerini dijital muhasebe sistemleri üzerinden yürütmesi anlamına gelmektedir. Bu uygulama, özellikle gönüllülük esaslı, küçük ölçekli sivil toplum kuruluşları için ciddi bir teknik altyapı ve maliyet baskısı oluşturabilir. Bununla beraber vakıf veya dernek statüsündeki yapılar vergi muafiyeti belgesi almamışsa, gelir üzerinden vergi yükümlülüğü bu da modelin finansal sürdürülebilirliği açısından zorlayıcı bir unsur olabilir. Dolayısıyla, hayır amaçlı ve toplumsal fayda üretmeyi hedefleyen bu tür girişimler, çoğu zaman teknik yeterlilik ve mevzuat bilgisi gerektiren karmaşık bir sistemi tanımayı zorunlu kılar.

***2. Tüketici Koruma ve Hukukî Sorumluluklar*:** Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundan doğan hak kapsamında işletmelere yüklenen sorumluluk ile ikinci el ürünlerde de "ayıplı mal" tanımı mümkündür. Bu anlamda müşterilerin tüketici şikâyeti veya ürünle ilgili talepleri gündeme getirilmesi gereken riskler arasındadır ve çözüm önerileri ile bunlara karşı bazı tedbirler çalışmamız kapsamında ele alınacaktır.

3. Sosyo-Kültürel Algı Engelleri: Türkiye'de ikinci el ürünlere yönelik toplumsal algı, özellikle 40 yaş üstü kuşaklarda genellikle olumsuz olduğu söylenebilir. Özellikle ikinci el giysi, yoksullukla veya geçmişe dönük eksiklikle ilişkilendirilmektedir. Bu da hem bağışçı motivasyonunu hem de tüketici talebini sınırlayan önemli bir faktördür. Ayrıca "bağışlanan ürünün satılması" kavramı, bazı kesimlerce etik dışı bulunabilmekte ve kurumların ticarî kazanç elde ettiği izlenimi yaratabilmektedir. Bu algının kırılması, yoğun ve stratejik bir sosyal iletişim kampanyası ile mümkündür.

4. Dijital Platform Rekabeti: Dolap, Gardrops, Sahîbinden gibi Türkiye'de yaygınlaşan C2C (consumer to consumer) ikinci el uygulamaları, bireylerin ürünlerini bağışlamak yerine satmayı tercih ettiği güçlü dijital kanallar oluşturmuştur. Bu durum, hayır kurumlarının bağış tedarik zincirini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca bu platformların genç kullanıcılar üzerindeki yüksek etkisi, hayır amaçlı satın alma davranışını arka plana itebilmektedir.

5. Operasyonel ve Lojistik Zorluklar: Bağışlanan ürünlerin toplanması, ayrıştırılması, yıkanması, paketlenmesi, etiketlenmesi ve mağazaya ulaşımı gibi birçok operasyonel süreç; iş gücü, ekipman ve zaman maliyeti anlamına gelmektedir. Bununla beraber kira, enerji ve ulaşım giderleri de bu operasyonların maliyetlerini ciddi şekilde artırmaktadır. Özellikle kâr amacı gütmeyen bir yapı için bu sabit giderler, sistemin devamlılığını riske sokabilir.

6.Bağış Akışında Sürdürülebilirlik ve Tedarik Riski: Doygun bir hayırsever dükkân sektöründe en yaygın risklerden biri, bağışlanan ürünlerin azalmasıdır. Zamanla giyim, ev eşyaları, kitap gibi kategorilerde nitelikli ürün temini zorlaşabilir. Bu durum, mağazaların sürekliliği ve çekiciliği açısından ciddi bir tehdit oluşturur. Bağışta bulunan bireylerin motivasyonlarının azalması ya da ikinci el platformlara yönelmeleri, bu riski daha da büyütmektedir.

***7. Gönüllü Yönetiminin Zorlukları*:** Charity shopların önemli bir kısmı gönüllü emeğiyle yürütülmektedir. Ancak gönüllü yönetimi, ücretli personel yönetiminden oldukça farklı bir dinamiktir. Güç ilişkilerinin belirsizliği, otorite kurulmasındaki zorluklar ve motivasyonun sürekliliği, gönüllüleri yönetmeyi karmaşık hale getirmektedir. Pek çok yönetici gönüllülerle çalışmanın zor olduğunu belirtmekte; bazıları ücretli personelin daha işlevsel olduğunu savunmaktadır. Bu ikilem, hem etik hem de operasyonel bir risk olarak değerlendirilebilir.[599]

8. Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik Eksikliği: Bağışların nasıl kullanıldığına dair bilgi eksikliği, hayırseverlerin güven duygusunu zedeleyebilir. Özellikle bağışların takibi ve yönetimi konusunda yeterince açık kayıt sistemlerinin olmaması, bağışçılarla kurum arasındaki ilişkiyi zayıflatır. Bu noktada, blockchain gibi yeni nesil teknolojilerin potansiyeli devreye girmektedir. Örneğin, İngiltere merkezli "Alice.si" gibi blockchain

[599] Richard Charles Goodall, *Identity and the Professionalisation of Charity Shops,* Doctoral Dissertation, University College London, January 2002, s. 115.

tabanlı platformlar, bağışların doğrudan projelerle eşleştirilmesini ve bağışçıların bağışlarını adım adım takip edebilmesini mümkün kılmaktadır.[600]

Yeni nesil dijital uygulamalar, merkezîyetsiz yapısı sayesinde şeffaflık, izlenebilirlik ve güvenilirlik sağlayabilir.[601] Akıllı sözleşmeler aracılığıyla bağış şartlarının otomatik uygulanması mümkün olurken, bağışın hangi amaçla, ne zaman ve nasıl kullanıldığı anlık olarak takip edilebilir hale gelir.[602]

9. Tüketici Algısı ve Sosyal Etiketlenme Riski: İkinci el ürün tüketimi, bazı bireylerde ekonomik yetersizlik hissini tetikleyebilir ve bireyin sistemin dışına itilmişliğiyle ilişkilendirilebilir. Bu sosyal etiketleme, özellikle düşük gelirli bireylerin kendilerini dışlanmış hissetmelerine neden olabilir. Ancak bu durum aynı zamanda fırsata da çevrilebilir. Zira bu mağazalar, bireyin yeni alamayacağı lüks markalara ulaşmasını mümkün kılarak, tüketim üzerinden sosyal tatmin sağlayabilir. Bu bağlamda, doğru pazarlama stratejileriyle "utanılan tüketim" değil, "bilinçli ve etik tüketim" imajı oluşturulabilir.[603]

10. Kurumsal Tıkanma ve Anlam Kaybı Riski: Kuruluş aşamalarını gerçekleştiren ve uzun süreli işletme sürecine geçebilen Hayırsever dükkânların da maruz kalabilecekler bazı riskler mevcuttur. Özellikle artan kurumsallaşma ve profesyonelleşme düzeyi, bu yapıların özgün "yardım" kimliğinden uzaklaşmasına neden olabilir. Hayırsever dükkânların gelişiminde Retail Life Cycle (Perakende Yaşam Döngüsü) teorisine göre değerlendirildiğinde, bu yapıların yalnızca hayır odaklı değil, aynı zamanda evrimsel birer perakende modeli olduğu görülmektedir. Giriş aşamasında gönüllülük temelli ve düşük gelirli tüketicilere yönelik basit yapılar olarak ortaya çıkan charity shoplar, zamanla kurumsallaşıp ticarîleşerek yüksek fiyatlı ve stil odaklı mağazalara dönüşmüş, ancak bu süreçte öz kimliklerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmışlardır.

Teoriye göre dükkânların geldiği savunmasızlık aşamasında; organizasyonel hantallık, yenilik eksikliği, gönüllü yönetiminin zorlukları, bağış yetersizliği ve dijital platformların yarattığı rekabet gibi riskler öne çıkmaktadır. Bu nedenle, charity shop modelinin sürdürülebilirliği için teknolojik şeffaflık (örneğin blockchain), gönüllü

---

[600] Alice.si: "About Alice.si", https://alice.si (Erişim: 02.07.2025).
[601] Adam Hayes, "Blockchain and the Future of Humanitarian Aid: Challenges and Opportunities", *Disasters*, S. 2, 2019, c. XLIII, s. 431–452.
[602] Tapscott, Don – Tapscott, Alex: *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies is Changing the World,*: Portfolio Penguin, London, 2018.
[603] Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Harvard University Press, Cambridge, 1984, s. 6; Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, Macmillan, New York, 1899, s. 103.

ilişkilerinin yeniden yapılandırılması, etik söylem ile ticarî gerçeklik arasındaki dengenin korunması ve tüketici algısının güçlendirilmesi gibi stratejik önlemler hayati önemdedir.[604]

Tüm bu değerlendirmeler doğrultusunda, sistemin daha etkin ve sürdürülebilir işlemesi adına aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

Türkiye'de hayır temelli ikinci el satış modelinin hayata geçirilmesi, birçok açıdan toplumsal fayda sağlayabilecek potansiyele sahiptir. Ancak bu modelin sağlıklı bir şekilde uygulanabilmesi için mevcut sistemsel risklerin ve öngörülebilir engellerin ciddiyetle ele alınması gerekir. Bu bağlamda:

- Pilot uygulamalar, sadece belirli bölgelerde ve sınırlı ürün kategorisiyle başlatılmalı; süreçlerden öğrenilen bilgiler modelin geliştirilmesinde kullanılmalıdır.
- Toplumsal farkındalık kampanyaları, özellikle genç kuşakları hedef alarak ikinci el tüketimin etik, çevresel ve sosyal boyutlarını anlatmalı; bağış davranışını teşvik etmelidir.
- Yönetişim yapısı sade ve şeffaf, iş bölümü net, dış denetime açık olacak şekilde kurgulanmalıdır.
- Dijital platformlarla iş birliği, bağış sistemlerinin yeni nesil alışkanlıklarla uyum içinde çalışmasını sağlayabilir.
- Vakıf senetlerinde "çevre ve döngüsel ekonomi" ibaresi açıkça tanımlanarak faaliyetlerin vakıf amacıyla uyumu sağlanmalıdır.
- Vergisel anlamda, ikinci el tekstil satışlarının döngüsel ekonomi kapsamına alınarak KDV oranında indirim sağlanması için kamu kurumlarına savunuculuk yapılmalı, geçiş sürecinde ise maliyet KDV'sinin düzenli olarak geri alınmasıyla nakit akışı korunmalıdır.
- Tüketici güvenini sağlamak için dört kademeli kondisyon etiketi sistemi (A–yeni gibi, D–olduğu gibi) kullanılmalı, ürün geçmişi ve temizliği hakkında QR kodlu bilgilerle şeffaflık sağlanmalıdır.
- Algı yönetimi için #BirKıyafetBirFidan, #İyiliğeDönüştür gibi kampanyalarla sosyal fayda görünür kılınmalı; genç kuşakları hedefleyen dijital içerikler

[604] Triona Fitton, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, s.34; Suzanne Horne, Avril Maddrell, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, s. 31.

üretilmelidir. Dijital rekabetle baş edebilmek için Dolap gibi platformlarla bağış iş birliği protokolleri yapılmalı, "satamadığını bağışla" gibi entegre çözümler geliştirilmelidir.

- Yüksek kira ve operasyonel maliyetler, belediyelerden düşük kiralı alan tahsisi, pop-up mağazacılık ve lojistik rotalama yazılımlarıyla azaltılabilir.
- Uluslararası yönetişim standartları örnek alınarak yıllık dış denetim uygulanmalıdır.
- Ayrıca, tüm gelirlerin şeffaf biçimde gösterildiği "canlı etki panoları" ve aylık etki raporları ile bağışçılara hesap verilebilirlik artırılmalıdır. İtibar risklerine karşı ise yüksek değerli ürünlerde kimlik ve fatura zorunluluğu getirilmesi, bağışçı verilerinin korunması ve sosyal medyada doğru bilgilendirme politikaları yürütülmelidir.

Çalışmamızda müstail olarak yer verdiğimiz istatistiksel ve bilimsel verilerde göstermektedir ki, bu model için öngörülen riskler ve zorluklar, günümüzde birçok bağımsız ticarî girişim veya iktisadî proje için öngörülen risk düzeylerinin oldukça altındadır. Kapitalist sistemin sorgulanmaya başlandığı ve geçerliliğini kademeli olarak yitirdiği bu geçiş döneminde, tüm bu risklere rağmen önerilen modelin potansiyel avantajları daha öngörülebilir ve iyimderdir. Özellikle söz konusu riskler için geliştirilen çözüm önerileri dikkate alındığında, bu modelin uygulanabilirliği güçlenmekte; toplumsal fayda odaklı, sürdürülebilir ve güven temelli yapılar oluşturulması mümkün hâle gelmektedir.

2.12. Günümüz Tasavvufî Yardım Kuruluşlarının Gelir Dinamikleri ve "Hayırsever Dükkân" Önerisinin Gerekçelendirilmesi

Tasavvufî dayanışma ve yardımlaşma pratikleri, İslâm'ın içerisinde yalnızca bireysel ahlâkı besleyen bir erdem alanı olarak değil; toplumsal hayatın düzenlenmesine katkı sağlayan kurucu değerler bütünü olarak şekillenmektedir. Bu anlayışın tarihsel kökeni, Hz. Peygamber (s.a.v.) dönemine uzanan bir inanç ve ibadet uygulamasının zaman içinde kurumsal biçimler kazanmasıyla gelişmesine dayanmaktadır. Nitekim tasavvufî geleneğe ait tekke, vakıf ve Ahîlik gibi yapılar, bu değer dünyasının farklı alanlara taşınan kurumsal izdüşümleri olarak ortaya çıkmış; farklı formlarda gelişmiş olsalar da aynı manevî kaynaktan beslenerek manevî eğitim, sosyal yardım ve iktisadî düzenleme gibi sahalarda birbirini tamamlayan işlevler üstlenmişlerdir. Ancak söz

konusu bütünlük, tarihsel dönüşümler nedeniyle zaman içinde kapsamını ve sürekliliğini koruyamamıştır. Özellikle tekke, vakıf ve Ahîlik gibi tasavvuf temelli yapıların günümüzde daralan temsiliyeti; sosyal hizmet, ahlâkî eğitim ve sürdürülebilir iktisadî döngü oluşturma gibi kurucu fonksiyonların görünürlüğünü azaltmakta ve yardım alanında belirgin işlevsel boşluklar doğurmaktadır. Bu nedenle çalışmanın hareket noktası, tarihsel mirasın değer ve kurum mantığını koruyarak, günümüzün finansman ve sürdürülebilirlik gerekliliklerileyle hangi düzeyde bağdaştırılabileceğini analitik bir çerçevede tartışmaktır. Böylece çalışma, tasavvufî yardımlaşma mirasının günümüz koşullarında hangi kurumsal araçlar ve hangi etik sınırlar içinde yeniden işlevselleştirilebileceğine ilişkin bir tartışma zemini kurmaktadır.

Özellikle yardımlaşma pratiği bağlamında Ahîlik, tasavvufî iktisadın ahlâkî ilkelerini somut bir kurumsal düzene dönüştüren tarihsel bir örnek olarak değerlendirilebilir. Nitekim kaynaklarda Ahîlik; "sosyal yardımlaşma Ahîliğin adeta varoluş sebebidir" [605] ifadeleri ile nitelenen bir kurum olarak vurgulanmıştır. Bu müessese yalnızca ahlâkî bir eğitim ve meslekî disiplin zemini üretmekle kalmamış; iktisadî hayatı düzenleme kapasitesi üzerinden belirli ölçülerde günümüze uzanan etkiler de bırakmıştır. Özellikle orta sandığı uygulaması, modern anlamda sosyal güvenlik ve sosyal yardım mekanizmalarının erken bir karşılığı olarak görülmüş; devlet desteğine dayanmaksızın, bugünün terminolojisiyle sivil topluma benzer bir örgütlenme biçimiyle toplumsal dayanışmayı kurumsallaştırdığı ifade edilmiştir.[606]

Ahîliğin bazı yönleriyle günümüze uzanan etkilerinden söz etmek mümkün olmakla birlikte, bu müesseselerin tarihsel süreçte etki kapasitesinin zayıflamasında birden çok etken rol oynamıştır. Bu dinamikler arasında, fütüvvet/Ahî çevrelerinin devlet erkânıyla ilişkilerinin zamanla yoğunlaşması özellikle dikkat çekmektedir. Nitekim başlangıçta ahlâk temelli ideal birey yetiştirmeyi önceleyen sivil ve görece bağımsız yapı, siyasal otoritenin yönelimleriyle artan temas düzeyiyle birlikte dönüşüme açık hâle gelmiştir. Benzer bir kırılma çizgisinin, tekke ve zâviyelerin kapanma sürecine giden dönemde de gözlemlenebildiği; siyasetle doğrudan temas hâlindeki yapıların işlevsel ve fikrî özgünlüklerini yitirme riskiyle karşı karşıya kaldığı belirtilmektedir.[607]

---

[605] Kazım Ceylan, *Ahilik – Türk İslam Medeniyetinde Dünyevi ve Uhrevi Sistem*, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kültür Yayınları, Ankara, 2012, s. 55-56.

[606] Adnan Mahiroğulları, "Selçuklu/Osmanlı Döneminde Kurumsal Bir Yapı: Ahilik/Gedik Teşkilatı ve Sosyo-Ekonomik İşlevleri", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, S. 54 (Ocak 2011), s. 147-148.

[607] Franz Taeschner, "*İslam'da Fütüvvet Teşkilatının Doğuşu Meselesi ve Tarihi Ana Çizgileri",* çev. S. Yüksel, Belleten, c. XXXVI, sy. 142 (1972), s. 222–223; Franz Taeschner, "*İslam Ortaçağında Futuvva*

Ahîlik teşkilâtının çözülme sürecine girdiği dönemde, makro düzeyde çağın getirdiği dönüşümlere uyum üretmekte zorlandığı; ancak daha önemlisi, mikro düzeyde kurumsal sürekliliğini taşıyacak iç dinamiklerini de koruyamadığı anlaşılmaktadır. Ahîliğin iktisadî hayata dair özgün yaklaşımının, kapitalist üretim-tüketim mantığının yaygınlaşmasıyla birlikte belirgin bir gerileme sürecine girdiği; bu bağlamda İslâm ve tasavvuf geleneğini ekonomik geri kalmışlıkla ilişkilendiren indirgemeci yorumların da literatürde yer bulduğu görülmektedir.[608] . Özellikle Türk toplumundaki ekonomik geri kalmışlığın temelinde tasavvufun etkisiyle güçlendiği iddia edilen "kanaatkârlık" eğiliminin belirleyici olduğu ileri sürülmüştür.[609] Ancak geri kalmışlık gibi aslında nedenleri değişik ve çok kere iç içe geçmiş bir süreci, tek bir nedene indirgemeye çalışmanın, asıl sorunları göz ardı etmek ve istenilen neticenin tam aksine varmak gibi olumsuz yönleri de ortaya çıkabileceği unutulmamalıdır.[610]

Nitekim tasavvufî kurumların zayıflaması ya da ortadan kalkması, yalnızca "bir lokma bir hırka" türü ilkelere indirgenemez. Zira mesele, değerler düzeyindeki yorumlarla sınırlı değildir. Kapitalist dünya görüşünün yaygınlık kazanması, Osmanlı İmparatorluğu'nun tasfiye süreci ve kurumsal dönüşümler gibi yapısal tarihsel etkenler de belirleyici olmuştur. Ayrıca tasavvufî geleneğin gösterişsiz ve mütevazı yaşam vurgusu, öncelikle bireyin nefsine yönelik bir sadeleşme çağrısıdır; başkalarına karşı cömertliği dışlamaz. Aksine tasavvuf, bireyin nefis terbiyesiyle birlikte toplum içinde hizmet, infak ve cömertlik sorumluluğunu da merkeze alır. Bu dengeyi somutlaştıran en belirgin örnek, Hz. Peygamber'in (s.a.v.) mütevazı hayat tercihi ile mahlûkata yönelik cömertliğinin birlikte tezahür etmesidir. Zira bu iki tutum birbirini dışlamaz; aksine aynı ahlâkî bütünlüğün tamamlayıcı iki yönünü temsil eder. Bu durum, söz konusu düşünme mantığını açık biçimde ortaya koymaktadır.

Bu süreç, anakronizme düşmemeye özen gösterilerek değerlendirildiğinde, kapitalizmin tarihsel yükselişi daha belirgin hâle gelmektedir. Bu yükselişle birlikte iktisadî rasyonaliteyi merkeze alan yeni bir zihniyet, toplumsal düzeni güçlü biçimde şekillendirmiştir. Bu zihniyet, ihtiyaçların genişlemesi, arzuların meşrulaştırılması ve menfaat ilişkilerinin kurumsallaşması üzerinden yeni bir yaşam tasavvuru üretirken;

(Fütüvvet Teşkilatı)", çev. F. Işıltan, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, S. 1–4, 1953, c. XV, s. 13–16, 20.

[608] Abdurrahman Kurt, "İslam ve Geri Kalmışlık Sorunu", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. XVI, S. 2 (2008), s. 43.

[609] Mehmet Bulut, "Osmanlı Ekonomi Politiği'ne Yeniden Bir Bakış", *Bilig*, S. 62 (Yaz 2012), s. 66.

[610] Ahmet Cahit Haksever, "*Geri Kalmışlık Sorunsalı, Sabri Ülgener ve Tasavvuf*", *I.* Uluslararası İslâm Dünyasında Tevhidî Düşünce Şurası, ed. M. Halil Çiçek ve Osman Şimşek, İlmî ve Metodik Araş. Merkezî, Ankara, 2018, s. 74.

tasavvufî düşüncenin zühd, kanaat ve dünyaya mesafe ilkeleriyle gerilimli bir ilişki doğurmuştur. Dolayısıyla kapitalizmin ortaya çıktığı dönemde tasavvufî anlayışın ve bu anlayışa bağlı kurumların olumsuz etkilenmesi, tasavvufun kendi iç mantığıyla da tutarlı görünmektedir.

Zira bu geçişle beraber tasavvufî bakış açısı zamanla toplumsal alanda geri plana çekilmiş; yerini kapitalist anlayışın belirleyici etkisine bırakmıştır. Nitekim bu iki düşünce sistemi, insanın varoluşuna, ihtiyaç kavramına, arzu ve menfaat ilişkisine, hatta dünya tasavvuruna dahi birbirinden farklı perspektiflerden yaklaşmaktadır. Günümüzde ise kapitalist sistem, doğduğu Batı toplumlarında dahi daha görünür biçimde sorgulanmakta; insanın anlam arayışını merkeze alan, manevî ve toplumsal dengeyi önceleyen alternatif düşünce çerçevelerine yönelik ilgi giderek artmaktadır.[611]

Bugün dünyada, mevcut kapitalist düzenin ötesine geçen yeni arayışların giderek daha görünür hâle geldiği gözlemlenmektedir. Bu çerçevede, "sanayi sonrası toplumun hızla değişen ihtiyaçlarına yanıt verebilecek tek seçeneğin kapitalizm olduğu" iddiasının ikna gücünü yitirdiği; buna karşılık kapitalizmin küresel ölçekte güç kazanmasının gelir ve fırsat dağılımındaki eşitsizlikleri artırarak zenginlerle yoksullar arasındaki mesafeyi derinleştirdiği yönündeki değerlendirmeler öne çıkmaktadır.[612] Açıkça görülmektedir ki, arzuları ihtiyaç gibi sunan, varlığını "tüketim toplumu" üzerinden sürdüren ve küresel finans tekellerini besleyen kapitalist sistemin—ve bu sistemin fikrî altyapısını şekillendiren Batı merkezli yaklaşımın—söz konusu sorunları çözme kapasitesinin tartışmalı hâle geldiği ileri sürülmektedir. Nitekim bazı yorumlarda Batı'nın hayatı bir mücadele ve güç savaşı olarak gördüğü; yaşama hakkını güçlü olanlara tahsis ederken zayıfları "doğal seleksiyon" perspektifiyle dışarıda bıraktığı ifade edilmektedir.[613]

Araştırma kapsamında hayırsever dükkân modelinin bir öneri olarak geliştirilmesinin nedenlerinden biri, uluslararası bağış ve hibe programlarının amaç, yöntem ve sonuçları bakımından artan ölçüde eleştirel bir değerlendirmeye konu olmasıdır. Söz konusu eleştirel çerçeve, yardımın stratejik bağımlılık üreten yönlerini

---

[611] Bkz. Zarrouk, Hafedh:**"**Ethics in Islamic Finance: A Theoretical and Methodological Reflection", *Journal of Islamic Business and Management*, 4(1), 2014, s. 78-87; Zohar, Danah – Marshall, Ian, *Spiritüel Kapital: İnsanların ve Kurumların Anlam Arayışı*, İstanbul, Metis Yayınları, 2004, s. 45-78; Polanyı Karl, *Büyük Dönüşüm*, İletişim Yayınları, Ankara, 2000, s. 55-90; Erich Fromm, *Sahip Olmak ya da Olmak*Say Yayınları, İstanbul, 2018, s. 60-95; Latouche, Serge, *Modernliğin Eleştirisi: Ekonomi ve Anlam*, Versus Kitap, İstanbul, 2009, s. 40-70; Ulrich Beck, *Risk Toplumu: Yeni Bir Moderniteye Doğru*, İletişim Yayınları, Ankara, 2011, s. 100-130.

[612] Francis Fukuyama, *Tarihin Sonu ve Son İnsan*, çev. Zülfü Dicleli, Profil Yayıncılık, İstanbul, 2014, s. 499.

[613] Mahmut Bozan, "Yoksulluk Algısına Farklı Bir Bakış", *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 15, 2017, ss. 389-410, c. VIII, s. 401-402.

tartışmaya açarken; toplumsal tabana yayılan, şeffaf ve sürdürülebilir finansman biçimlerine duyulan ihtiyacı da belirginleştirmektedir. Bu alan çoğu zaman "*hibe ve yardım programları*" çerçevesinde ele alınmakta; uluslararası yardım ve bağış işbirliğinin önemli bir bölümünün, küresel servetin büyük kısmını elinde tutan ve çoğunlukla kuzey yarımkürede yer alan Batı ülkeleriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin bazı değerlendirmelerde "*giydirilmiş yardım*" ifadesi kullanılarak, insanî yardım söylemi altında stratejik çıkarların gözetildiği ileri sürülmektedir. Nitekim dış yardımlar, birçok gelişmiş ülke tarafından, ulusal çıkarların korunmasına dönük uluslararası ilişkiler paketinin ayrılmaz bir unsuru olarak değerlendirilebilmektedir. Bu çerçevede iki ilişki biçimi dikkat çekmektedir: (i) yardım yapan ülkelerin, yardım alan ülkelerdeki siyasal/stratejik çıkarları; (ii) tarihî sömürgecilik ilişkilerinin bıraktığı kurumsal ve zihnî miras.[614]

Ne yazık ki bu yardımların, zengin–fakir uçurumunu daraltma konusunda somut ve kalıcı bir iyileşme ürettiği yönünde güçlü bir kanaatin oluşmadığı; aksine etkilerinin sınırlı kaldığının sıklıkla dile getirildiği görülmektedir. Bu noktada şu soru önem kazanmaktadır: Dünyanın dengesini bozan, toplumsal huzuru sarsan ve adalet duygusunu zedeleyen gelir dağılımı adaletsizliğini azaltabilecek—en azından dönüştürücü bir etki üretebilecek—bir model geliştirilebilir mi? Bu sorular, giderek daha belirgin biçimde mevcut sistemi sorgulatan bir tartışma zemini oluşturmaktadır.

Bu tartışma zemini içerisinde, bir öneri çerçevesi olarak "*Osmanlı iktisadî*" tecrübesi yeniden gündeme gelmiştir. Zira söz konusu iktisadî anlayışta dinî normların merkezî bir rol üstlenmesi; zekât, fitre ve sadaka gibi mekanizmaların toplumsal yardımlaşmanın temel dinamikleri arasında yer alması; ayrıca örf, âdet ve kültürle bütünleşerek bir medeniyet değeri hâline gelmesi, bu tecrübenin yeniden incelenmesini anlamlı kılmaktadır.[615] Bu nedenle Osmanlı iktisadî sistemi içerisinde yer alan tasavvufî yardım uygulamalarının muasır analizlerle yeniden ele alınması ve insanlık için uygulanabilir bir model perspektifi içinde değerlendirilmesi yönünde ciddi bir araştırma ihtiyacı doğmuştur.

Bu bağlamda, kendi medeniyetimizin değer yargılarını ve tarihsel uygulamalarını, önyargılardan arınmış ve öz güvenli bir yaklaşımla yeniden değerlendirmek önem taşımaktadır. Geçmişte tecrübe edilmiş bir medeniyetin ürettiği

[614] Alberto Alesina, David Dollar, "Who Gives Foreign Aid To Whom And Why?", *Journal of Economic Growth,* S. 1, 2000, c. V, s. 33.
[615] Mahmut Bozan, "Yoksulluk Algısına Farklı Bir Bakış", *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 15, 2017, c. VIII, s. 389-410.

özgün kurumları, düşünce biçimlerini ve toplumsal pratikleri yeniden keşfetme çabası; dışsal yönlendirmeler veya Batı-merkezli çağrılarla değil, kendi iç dinamiklerimiz ve tarihsel sorumluluğumuz doğrultusunda temellendirilmelidir. Nitekim bu çaba, öncelikle kültürel kimliğe ve entelektüel mirasa ilişkin bir sorumluluk bilincinin ifadesi olarak değerlendirilebilir.

Hayırsever dükkân modelinin bir öneri olarak sunulabilmesi, tasavvufî yardımlaşma kurumlarının tarihsel ve toplumsal etkisinin ne ifade ettiğinin ortaya konulmasıyla daha anlaşılır hâle gelmektedir. Bu açıdan söz konusu kurumların kapasitesini somut biçimde görebilmek için, yeniden gündeme getirilmesi ve analiz edilmesi gereken kurumların başında gelen vakıfların Osmanlı ekonomisinde dikkate değer bir ağırlığa sahip olduğu hatırlanmalıdır. Nitekim vakıflar, XVII. yüzyılda ekonominin %15,97'sini, XVIII. yüzyılda %26,80'ini,[616] XIX. yüzyılda ise %15,77'sini ellerinde bulundurarak kayda değer bir ekonomik potansiyele ulaşmışlardı. Ayrıca vakıfların II. Meşrutiyet döneminde Osmanlı devlet bütçesinin 156 katı, Cumhuriyet kurulurken de hükümet bütçesinin 12 katı bir servete sahip olduğu ifade edilmektedir.[617]

Vakıfların sahip olduğu maddî varlık değerinin ve bu potansiyelin zamanla etkinliğini yitirmesinin yanı sıra, nakdî ve aynî yardımların nicel olarak artmasına rağmen bu yardımların etkinliği ile hedef kitleye ulaşıp ulaşmadığına ilişkin tartışmaların sürmesi, hayırsever dükkân yaklaşımının gerekçelerinden bir diğerini oluşturmaktadır. Son dönemlerde tamamen ücretsiz sunulan yardımların gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaşıp ulaşmadığına ilişkin soru işaretleri, özellikle kıyafet, gıda ve temel tüketim ürünlerinin doğrudan ve karşılıksız dağıtımı bağlamında daha belirgin hâle gelmektedir. Nitekim ihtiyaç duymadığı hâlde yardımı geri çevirmeyen bireylerin bulunması ya da yardımların hedef kitleden saparak farklı kesimlere yönelmesi, yardım faaliyetlerinin etkinliğini ve sürdürülebilirliğini zayıflatabilmektedir.[618]

Buna ek olarak, ihtiyaç sahiplerinin aldıkları yardımı doğrudan kullanamadıkları veya kişisel ihtiyaçlarına uygun bulmadıkları durumlarda öngörülmeyen ikincil değerlendirme süreçleri ortaya çıkmaktadır. Bu kişiler, kendilerine sunulan ürünleri doğrudan tüketmek yerine takas etme, satma veya başka bireylere devretme gibi yöntemlere başvurabilmektedir. Böyle bir durum, yardımların planlanan hedef kitleye

---

[616] Bahaeddin Yediyıldız, *Institution du vaqf au XVIII^e siècle en Turquie – étude socio-historique,* Imprimerie de la Société d'Histoire Turque, Ankara, 1985, s. 151.
[617] Hasan Hüseyin Dilaver, *Şeyhülislâm ve Evkâf Nâzırı Ürgüplü Mustafa Hayrı Efendi*, Ankara, 2014, s. 215.
[618] Stephen Devereux, "Can Social Safety Nets Reduce Chronic Poverty?", *Development Policy Review,* S. 5, 2002, c. XX, s. 657–675.

doğrudan fayda üretmesini sınırladığı gibi, bağış sürecinde öngörülmeyen bir ikincil pazarın oluşmasına da zemin hazırlayabilmektedir. Bu nedenle, yardım süreçlerinin yalnızca dağıtım aşamasıyla sınırlı kalmayıp, kullanım sonrası etkilerinin de izlenmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Bu noktada bağış veya yardım ürünlerinin tamamen ücretsiz sunulması yerine, sembolik bir bedel karşılığında verilmesinin alıcı davranışları üzerinde olumlu etkiler üretebileceği değerlendirilmektedir. Gözlemler ve saha bulguları, ürünlerin düşük maliyetli dahi olsa bir fiyatla sunulmasının, bireylerin bu ürünleri daha bilinçli, ihtiyaç odaklı ve verimli biçimde kullanmalarına katkı sağlayabildiğini göstermektedir. Bu yaklaşım, ürünlerin değer algısını artırdığı gibi, alıcıların ürünlere yönelik sahiplenme duygusunu da güçlendirebilmekte; aynı zamanda yardımlara karşı daha sorumlu bir tutum geliştirilmesine imkân tanıyabilmektedir. Bütün bu gerekçeler birlikte değerlendirildiğinde, hayırsever dükkân yaklaşımının mukayeseli bir analiz çerçevesinde ele alınmasının; tasavvufî yardımlaşma anlayışımızın imkânlarını ve günümüz koşullarını yeniden değerlendirmek bakımından anlamlı ve gerekli olduğu görülmüştür.

Bu araştırmada tasavvufi yardım anlayışının analizi ve yeniden değerlendirilmesi bağlamında öncelikle tasavvufun terim dünyası ve temel prensipleri çerçevesinde çalışmanın dayandığı kaynaklar ile normatif ilkeler belirlenmiştir. Ardından tarihsel süreçte ortaya çıkan işlevsel kurumların (tekke, vakıf, Ahîlik vb.) yapısal özellikleri ve işleyiş süreçleri analiz edilmiştir. Söz konusu analiz hattı, model önerisi kapsamında ele alınan kurumların işlevselliğini ve kurumsal yapısını tartışmaya imkân tanımış; yeni yapılanma için gerekli kurumsal oluşum ve düzenleme önerilerinin altyapısını oluşturmuştur. Önerilen hibrit işleyiş modeli, tam da bu noktada devreye girerek tekke ve Ahîlik geleneğinin zamanla geri plana itilmiş manevî ve toplumsal yönünü, modern charity organizasyonlarının ikinci el ürün dolaşımı ve gelir üretme kapasitesi ile birleştirerek yeniden canlandırmayı amaçlamaktadır. Böylece, aşırı tüketimin yol açtığı ekonomik ve çevresel sorunlara sürdürülebilir bir çözüm üretirken, geleneksel manevî değerlere sahip çıkarak toplumsal sorumluluk bilincini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Özellikle modern çağın belirgin problemlerinden biri olan kaynak israfı ve aşırı tüketim döngüsünün kırılmasına yönelik atılacak her adım, yalnızca ekonomik değil; ekolojik ve sosyal düzeyde de olumlu etkiler üretebilecektir.

Hayırsever dükkân yaklaşımı, yeni bir tüzel kişilik ihdas etmeyi veya mevzuatta karşılığı olmayan bir hukukî form önermeyi amaçlamamaktadır. Bu yaklaşımın yeniliği,

hukukî zeminden ziyade STK'ların finansman ve yardım üretme süreçlerini sürdürülebilirlik ekseninde yeniden kurgulayan işleyiş modelinde ortaya çıkmaktadır. Türk mevzuatında tanımlı vakıf ve dernek türleri, önerilen sistemin hukukî, yönetsel ve mali gereksinimlerini karşılayabilecek yeterlilikte bir çerçeve sunmaktadır. Bu nedenle, mevcut yapılar arasından bağlamımıza en uygun olanı seçerek ilerlemek tercih edilmiştir. Üstelik bu tercih, charity shop pratiğinde gelir üretme mekanizmalarının genellikle kâr amacı gütmeyen ve vakıf/dernek formuna benzer tüzel kişilik yapıları üzerinden yürütülmesiyle de gerekçelendirilebilir.

Mevcut kurumlar bir yandan charity shop modelinin gelir üretme mekanizmaları, vakıf ve dernek gibi mevcut tüzel formlarla uyumluluk göstermekte öte yandan, özellikle sürekli bağış odaklı pasif yapıdan çıkarılarak kendi gelirini üretme kapasitesine sahip, satış ve kâr ile desteklenen bir sistemle güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda önerilen işleyiş modeli, ikinci el veya fazla ürünlerin ekonomik bir değer üzerinden dolaşıma sokulması yoluyla hem kurumsal sürdürülebilirliği desteklemeyi hem de sosyal faydayı daha etkin hâle getirmeyi amaçlamaktadır.

Sonuç olarak önerilen işleyiş modeli, tarihsel birikimi muasır kurumsal gerekliliklerle buluşturarak hem manevî değerleri hem de modern yönetim anlayışını bütüncül bir yapıda bir araya getirmektedir. Bu çerçevede tasavvufî geleneğin özünü oluşturan paylaşma, hizmet ve ihlâs ilkeleri; muasır hayır kurumlarının profesyonel yönetim, hesap verebilirlik ve dijitalleşme gereksinimleriyle uyumlu hâle getirilmeye çalışılmıştır. Böylelikle model, yalnızca teorik bir çerçeve sunmakla kalmayıp, günümüz toplumlarında uygulanabilir, sürdürülebilir ve insana dokunan bir yardımlaşma anlayışı inşa etmeye yönelik somut bir zemin ortaya koymaktadır. Bu bütünleşik yaklaşım neticesinde çalışma kapsamının, yerel ve küresel ölçekte hayırseverlik pratiklerine yeni bir yön verme potansiyeli taşıdığı inancındayız.

SONUÇ

Tasavvuf, insanın iç dünyasında nefsin tezkiyesi ve ahlâkî olgunlaşmanın tahakkuku amacıyla gerçekleşen irfanî bir terbiyedir. Bu terbiyenin hedefi, kişiyi nefsin yıkıcı temâyüllerinden arındırarak hakikî hürriyete ulaştırmak; heva ve hevese bağımlılıktan kurtarıp iradesini "rızâ" ekseninde yeniden inşa edebileceği bir iç selâmete eriştirmektir. Bu süreçte tasavvufun meşruiyet ve referans çerçevesi Kur'ân ve Sünnet ile belirlenir; yöntem ve istikamet ise salt bireysel kemâl arayışına indirgenmeyip, hizmet ilkesinde somutlaşan toplumsal sorumluluk bilinciyle tamamlanır.

Bu noktada sûfîlerin "hizmet"e atfettikleri belirleyici rol, tasavvufî seyr u sülûkün yalnızca teorik veya ritüel boyutlardan ibaret olmadığını; bilakis insan, mahlûkat ve kâinatla kurulan ilişkinin belirli bir ahlâkî çerçevede düzenlendiğini göstermektedir. Nefsin benmerkezci yönelimleri, bu çerçevede ihsan, infak, îsâr, zühd ve kanaat gibi erdemlerin fiilî pratiğiyle terbiye edilir. Söz konusu pratik, "halka hizmet Hakk'a hizmettir", "eli kârda gönlü Yâr'da", "bir lokma bir hırka" ve "insanı yaşat ki devlet yaşasın" gibi ilkelerle desteklenen bir hayat disiplinine dayanır. Dolayısıyla yardım ve dayanışma, sûfî çevrelerde salt bir hayır faaliyeti olarak değil; nefs terbiyesinin pedagojik bir aracı ve ahlâkî olgunlaşmanın ölçütü olarak anlamlandırılmıştır.

Bu normatif ve pedagojik zemin, tasavvufî düşüncenin yardımlaşmayı merkezî bir ilke olarak konumlandırmasının dayanağını oluşturmuştur. Bunun doğal bir uzantısı olarak söz konusu yaklaşım, yalnızca bireysel ahlâk alanında kalmamış; iktisadî alanda da tasavvufî değerlerle uyumlu biçimde karşılık bularak kurumsal kapasiteyi mümkün kılan bir işleyiş mantığının gelişmesine imkân vermiştir. Nitekim sadaka-i câriye anlayışıyla güçlenen bu inanç referansı, tarihsel süreçte vakıf, tekke ve Ahîlik gibi yapılarda kurumsallaşmış; böylelikle tasavvufî yardımlaşma anlayışı bireysel ve dönemsel infak pratiklerini aşarak süreklilik ve sistematik bir mahiyet kazanmıştır.

Bu kurumsallaşma içerisinde özellikle vakıf–tekke ilişkisi, tasavvufî yardımlaşmanın kurumsal omurgasını teşkil etmiş; vakfın sağladığı düzenli maddî kaynaklar ile tekkenin ürettiği manevî sermaye, sosyal hizmet ve dayanışma kültürü birbirini tamamlayan iki boyut hâlinde işlev görmüştür. Ahîlik ise bu bütünlüğe paralel bir çizgide, meslekî ve ticarî hayatı tasavvufî ahlâk çerçevesinde düzenleyen; üretim ve

ticaret alanlarına sirayet eden özgün bir kurumsal yapı olarak şekillenmiştir. Bu üçlü yapı, maddîyat, manevîyat ve meslek ahlâkını birbirini besleyen eksenler hâlinde örgütleyen bütüncül bir içtimaî haritanın parçaları niteliğindedir.

Ne var ki geleneksel tasavvufî yardımlaşma işleyişinin kökleştiği Osmanlı toplum düzeninden, yeni yönetim anlayışının belirginleştiği modern döneme geçiş sürecinde yaşanan dönüşümler bu bütüncül dengeyi belirgin biçimde zayıflatmıştır. Tekke ve zâviyelerin kapatılmasıyla manevî iklimi, sosyal hizmet kültürünü ve dayanışma ağlarını taşıyan kurumsal zemin büyük ölçüde işlev dışı kalmış; Ahîlik teşkilâtının kamusal görünürlüğünü ve kurumsal sürekliliğini yitirmesiyle de meslek ahlâkı etrafında örgütlenen iktisadî düzenleme kapasitesi gerilemiştir. Üstelik bu kırılmaların etkisi, yalnızca belirli kurumların tarihten çekilmesiyle sınırlı kalmamış; tasavvufî yardımlaşmanın tarihsel olarak ürettiği normatif çerçevenin, sosyal ağların, gönüllülük pratiklerinin ve hizmet organizasyonlarının zayıflamasına da yol açmıştır.

Bu dengenin sarsılmasının ardından, geleneksel yardım müesseseleri ne işlevselliklerini ve ürettikleri katma değeri bütünüyle muhafaza edebilmiş ne de yeni düzenin kurumsal formuna tam anlamıyla uyum sağlayabilmiştir. Bununla birlikte modern dönemde tasavvufî yardımlaşma mirasının hukuken görünür kalan yönü, büyük ölçüde vakıf formu üzerinden sürdürülmüştür. Ancak vakıf–tekke iş birliğinin çözülmesiyle vakfın tarihsel bağlamda ürettiği manevî ve toplumsal anlam zemini zayıflamış; benzer biçimde Ahîliğin tasavvufî iktisat içerisindeki kurumsal işlevinin modern kapitalist konjonktür karşısında etkinliğini yitirmesi, meslek ahlâkı ve iktisadî düzenleme kapasitesinin süreklilik hattını kesintiye uğratmıştır. Sonuç olarak yardımlaşma alanındaki kurumsal kapasite, tarihsel bütüncüllüğünden ayrışarak daha sınırlı ve farklılaşmış bir mahiyet kazanmıştır.

Bu süreçte vakıf formu üzerinden devam eden kurumsal çerçeve, tekke merkezli hizmet organizasyonu ve manevî sermaye üretimiyle kurduğu bütünlüğün çözülmesiyle, tarihsel dönemdeki çok boyutlu kapasiteyi yeniden üretme kabiliyeti zayıflayan ve bağış temelli bir mantıkla yeniden tanımlanan bir yardım işleyişine evrilmiştir. Bu çatının bağış merkezli bir finansman mantığına yaslanması ise kurumsal sürdürülebilirlik bakımından yapısal bir kırılganlık üretmektedir. Zira bağışa aşırı bağımlı modeller, ekonomik krizler, bağış eğilimlerindeki dalgalanmalar ve güven erozyonu gibi dışsal etkiler karşısında kurumların finansal istikrarını zayıflatmakta; buna bağlı olarak stratejik planlama, kurumsal kapasite geliştirme ve uzun vadeli yatırım imkânlarını da önemli ölçüde sınırlandırmaktadır.

Çağımızda geleneksel yardım kurumlarının finansal üretim kapasitesi sorunlarıyla karşı karşıya kalması, farklı toplumsal bağlamlarda geliştirilen alternatif hayır modellerinin icelenmesini analitik açıdan anlamlı kılmaktadır. Bu noktada Birleşik Krallık'taki charity modeli, özellikle charity shop uygulaması üzerinden kurumsallaşan finansal üretim kapasiteli hayır organizasyonları dikkat çekici bir örnek teşkil etmektedir. Charity shoplar, aynî bağışları (ikinci el ve kimi durumlarda yeni ürünleri) mağazacılık sistemi içinde tasnif ederek perakende satışa konu etmekte; böylece bağışları doğrudan sosyal faydaya dönüştüren süreklilik arz eden bir gelir akışı üretmektedir. Bu gelir akışı, yardım faaliyetlerinin finansmanını güçlendirdiği gibi, kurumların sosyal hizmet ölçeğini genişletme ve yardım miktarını artırma potansiyelini de yükseltmektedir.

Charity shop pratiği, bu çalışmada yalnızca bir finansman aracı olarak değil; döngüsel ekonomi yaklaşımı, sıfır atık hedefleri ve "hayırsever tüketici davranışı" ile kesişen çok katmanlı bir sosyo-ekonomik alan olarak ele alınmıştır. Bu alan, tasavvufî iktisadın kanaat, israf etmeme ve ihtiyaç temelli tüketim vurgularıyla belirli düzeyde örtüşmekte ve bu yönüyle tasavvufî yardım kurumlarının sürdürülebilirlik arayışlarında charity shop benzeri gelir üretme mekanizmalarının nasıl konumlandırılabileceğine dair hibrit bir işleyiş modeli tartışmasını gündeme taşımaktadır.

Söz konusu tartışma, tasavvufî yardımlaşma geleneğinin değer temelli kurucu ilkelerini koruyan; ancak modern dünyada sürdürülebilir finansman gerekliliklerini karşılayacak gelir üretme mekanizmalarıyla desteklenen hibrit bir yaklaşımın analitik zeminini güçlendirmektedir. Ayrıca geliştirilen değerlendirmeler, ilerleyen aşamalarda tasavvufî yardım kurumları için uygulanabilir gelir üretme entegrasyonlarını ve bunların yönetişim–operasyon boyutlarını daha somut biçimde ele alma imkânı sunmaktadır. Ele alınan zeminin potansiyel risk ve sınırlılıkları eleştirel biçimde değerlendirilmiş; buna karşılık literatürde hayırsever perakende modelinin sosyal fayda kapasitesini destekleyen nicel bulgulara da yer verildiği gösterilmiştir. Bu nedenle tez, genelleştirme yerine pilot uygulama ve izleme–değerlendirme odaklı kademeli yaygınlaştırma yaklaşımını önermektedir.

Bu çerçevede irfan, hoşgörü ve samimiyet ekseninde şekillenen tasavvufî yardımlaşma kurumları ile Birleşik Krallık charity modelinin mukayesesi, iki farklı kurumsal evrenin hem değer mantığını hem de işleyiş kapasitesini birlikte düşünmeyi mümkün kılmaktadır. Karşılaştırmalı analiz, bir yandan tasavvufî yardımlaşma geleneğinin tarihsel dönemde geliştirdiği kurumsal kapasite unsurlarını yeniden

değerlendirmeye; diğer yandan günümüz bağlamında söz konusu mirasın hangi yönlerinin yardım kurumları açısından işlevsel bir imkân alanı sunduğunu tahlil etmeye imkân tanımaktadır. Çalışma, tasavvufî yardım kurumlarının hem tarihsel kurumsal mantığını hem de günümüzdeki kurumsal kapasitesini birlikte ele almakta; özellikle gelir üretme imkânlarının nasıl geliştirilebileceğini charity modelinin operasyonel ve finansal araçlarıyla ilişkilendirerek tartışmaktadır. Tartışma düzeyinde tez, tasavvufî yardımlaşma mirasının kurumsal kapasite üreten tarihsel mantığı ile modern charity modelinin gelir üretme entegrasyonunu aynı düzlemde birlikte düşünmenin mümkün olduğuna işaret etmekte; ancak bu bütünleşmenin güçlü bir yönetişim ve etik sınırlarla desteklenmediği takdirde misyon kayması riskini taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle hibrit yaklaşım, "gelir üretmek" ile "değer üretmek" arasındaki ilişkiyi doğru kurabildiği ölçüde, günümüz tasavvufî yardım kurumlarının sürdürülebilirlik ihtiyacına sahih ve uygulanabilir bir cevap üretebilir.

Bu kurumsal tartışmanın literatürde karşılık bulabilmesi amacıyla, charity modelinin Türkiye bağlamına bütünüyle aktarılması yerine özgün bir kavramsallaştırma ve adlandırma tercih edilmektedir. Çalışmada önerilen yapının kurumsal ve operasyonel karşılığını ifade etmek üzere "hayırsever dükkân (giftback store)" kavramı temel alınmış; "Greenmind" ise yapının etik, çevresel ve tasavvufî anlam boyutunu görünür kılan tamamlayıcı bir uluslararası çerçeve olarak kullanılmıştır. Greenmind kavramsallaştırmasındaki "green" (yeşil) rengi, irfanî gelenekte arınma ve tevazuyu çağrıştıran sembolik bir tercih olarak değerlendirilmiş; bu yönüyle geliştirilen yaklaşım, ekonomik ve çevresel boyutların yanı sıra ahlâkî ve kültürel bir paradigma içinde konumlandırılmıştır. Model, tasavvufî edep ilkeleriyle uyumlu biçimde "gönül kazanma" anlayışını merkeze alarak "İyiliğe Dönüştür" sloganı etrafında tasarlanmıştır.

KAYNAKÇA

Abdülbâkî, Muhammed Fuâd, *el-Muʿcemü'l-Müfehres*, Dâru'l-Hadîs, Kahire, 1987.

Acar, Mustafa – Demir, Ömer, *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Ağaç Yayınları, İstanbul, 1992.

Acun, Hakkı, *Türk Kültüründe Taşlar*, Atatürk Kültür Merkezî Yayınları, Ankara, 2010.

Addams, Jane, *"Charity and Social Justice"*, The North American Review, S. 656, Temmuz 1910, ss. 68–81.

Ahî Evren, *Tabsıratü'l-Mübtedi ve Tezkiretü'l-Müntehi*, çev. Mikail Bayram, in: Tasavvufi Düşüncenin Esasları, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 2020.

Akbulut, İlhan, "Vakıf Kurumu, Mahiyeti ve Tarihi Gelişimi", *Vakıflar Dergisi*, S. 30, 2007, ss. 61–72.

Akdağ, Mustafa, *Türkiye'nin İktisadî ve İçtimaî Tarihi*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2014.

Akdoğan, Ali, *Sivil Toplum, Din ve Modernlik*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2011.

Akgündüz, Ahmet, "Gedik", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1996.

Akgündüz, Ahmet, *İslam Hukuku ve Osmanlı Tatbikatında Vakıf Müessesesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1988.

Akipek, Jale G., *Vakıflar* (Türk Medeni Hukuku Birinci Cildin İkinci Cüzüne Ek), Başnur Matbaası, Ankara, 1970.

Akpınar, Cemil, "İcâzet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000.

Akseki, Ahmet Hamdi, *Ahlâk Dersleri*, Üçdal Neşriyat, İstanbul, 1966.

Alberto Alesina, David Dollar, "*Who Gives Foreign Aid To Whom And Why?*", Journal of Economic Growth, S. 1, 2000.

Alexander, Andrew; Cryer, David; Wood, Steve, "Location Planning in Charity Retailing", *International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 6/7, 2008, s. 536-550.

Almagrhabi, Abeer – ALHOGAIL, Areej, "Blockchain-Based Donations Traceability Framework", *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, c. XXXIV, 2022, ss. 9442–9454.

Altıntaş, Hayrani, Tasavvuf Tarihi, *A.Ü. İlahiyat Fakültesi Yayınları*, Ankara, 1991.

Andreoni, James, "Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence", *Journal of Political Economy*, S. 6, 1989, ss. 1447–1458.

Andreoni, James, "Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving", *The Economic Journal*, S. 401, 1990, ss. 464–477.

Aquinas, Thomas, *Summa Theologiae*, Editio Leonina, cura et studio fratrum praedicatorum, Typographia Polyglotta S.C. de Propaganda Fide, Roma, 1895, IIa-IIae, q. 23, art. 1.

Arı, Mehmet, "Ahiliğin Siyasal Boyutları ve Günümüzde Yeniden Yorumlanması", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 16, 2008, ss.38-55.

Arpaguş, Safi, *Mevlevilikte Manevî Eğitim*, İFAV Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2015.

Arslan, Zehra, "Ağustos 1909 Tarihli Cemiyetler Kanunu Üzerinde Meclis-i Mebusan'da Yapılan Müzakereler ve Cemiyetlerin Yapılandırılmasında İttihat ve Terakki Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 11, 2010.

Âsım Efendi, *el-Okyânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsi'l-Muhît: Kâmûsu'l-Muhît Tercümesi (Kâmûs Tercemesi)*, yay. haz. Mustafa Koç – Eyyüp Tanrıverdi; ed. Mustafa Koç, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 2013.

Atak, Saffet, "Ahi Evran'ın Tasavvufu Yaşaması ve Yaşatması", in: *Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması*, Türk Dünyası Kültür Başkenti Ajansı Yayınları, Eskişehir, 2014.

Atalay, Besim, *Divânu Lügâti't-Türk Dizini*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 1986.

Ateş, İbrahim, "Hayrî ve Sosyal Hizmetler Açısından Vakıflar", *Vakıflar Dergisi*, S. 15, 1982.

Ateş, Süleyman, *İslam Tasavvufu*, Pars Matbaası, İstanbul, 1992.

Aydın, Hüseyin, *Muhasibî'nin Tasavvuf Felsefesi*, Pars Matbaası, Ankara, 1976.

Aytekin, Ebubekir, *Tarihten Günümüze Fütüvvet ve Ahîlik*, Kayhan Yayınları, İstanbul, 2018.

Baktır, Mustafa, "Suffe", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2009.

Baltacı, Cahit, *İslam Medeniyeti Tarihi*, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2007.

Bardakoğlu, Ali, "Tasavvufun Toplum ve Ekonomi Üzerindeki Etkileri", *Diyanet İlmî Dergi*, S. 2, 1997.

Barkan, Ömer Lütfi, "İstila Devirlerinin Kolonizatör Türk Dervişleri ve Zaviyeler", *İnsan ve İnsan Dergisi*, S. 5, 2015.

Barkan, Ömer Lütfi, "Osmanlı İmparatorluğu'nda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Sürgünler", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, c. XV, Ağustos 2015, S. 1-4.

Barkan, Ömer Lütfi, "Osmanlı İmparatorluğu'nda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Vakıflar ve Temlikler", *Vakıflar Dergisi*, S. 2, 1942.

Barkan, Ömer Lütfi, *Kolonizatör Türk Dervişleri ve Süleymaniye Camii ve İmareti Muhasebesi*, haz. Coşkun Çakır, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2013.

Baruönü, F. Ö., "Examining the Motives Affecting the Demand for Second-hand Fashion Products in the Context of Brand Knowledge Presence", *Journal of Product & Brand Management*, S. 5, 2025, ss. 707–719.

Başer, Hacı Bayram: "Teşekkül Döneminde Tasavvuf", in: İbrahim Halil Üçer (haz.), *İslam Düşünce Atlası 2: Klasik Dönem*, Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, İstanbul 2022, ss. 511–532.

Batson, Charles Daniel, *Altruism in Humans*, Oxford University Press, New York, 2011.

Baycar, Abdulmuttalip, "Dinî ve Sosyolojik Boyutlarıyla Dayanışma-Yardımlaşma Olgusu", *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. 21, S. 39, Haziran 2019, ss. 199–225.

Bayhan, Ahmet, "Türk Kültürü'nde Sadaka Taşlarına Çankırı'dan Bir Örnek: Çivitçioğlu Medresesi Sadaka Taşı", *Çankırı Araştırmaları Dergisi*, S. 5–6, Kasım 2010.

Bayram, Mikail, *Ahî Evren Tasavvufi Düşüncenin Esasları*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1995.

Bayram, Selehattin, "Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahîlik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 21, 2012, ss.81-114.

Beck, Ulrich, *Risk Toplumu: Yeni Bir Moderniteye Doğru*, İletişim Yayınları, Ankara, 2011, ss. 100–130.

Berki, Şakir, "Vakıfların Devlete ve Devletin Vakıflara Hizmeti", *Vakıflar Dergisi*, S. 6, 1968.

Bethan R. Dolphin, Peter J. Shaw, Ian D. Williams, "Reuse within the UK's Charity Retail Sector: Steps towards Sustainability, Resources, Conservation and Recycling", *Sustainability*, 2023.

Beydilli, Kemal, "Nizâm-ı Cedid", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2007.

Beyhan, Mehmet Ali, *Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Din ve Siyaset: Tekke ve Zâviyelerin Kapatılması (1923–1930)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2003.

Bilgin, Mustafa, "Amr b. Utbe", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1991.

Bircan, Nezriye Gözde, *Kâr Amaçsız İşletmelerde Hile Denetimi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Denetimi Bilim Dalı, İstanbul 2013.

Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Harvard University Press, Cambridge, 1984.

Bozan, Mahmut, "Yoksulluk Algısına Farklı Bir Bakış", *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, S. 15, 2017, ss. 389–410.

Broadbridge, Adelina – Horne, Suzanne, "Volunteers in Charity Retailing: Recruitment and Training", *Nonprofit Management & Leadership*, S. 3, Spring 1996, ss. 255–270.

Bulut, Mehmet, "Ahlâk ve İktisat", *Adam Akademi*, S. 2, 2015, ss.105-123.

Bulut, Mehmet, "Osmanlı Ekonomi Politiği'ne Yeniden Bir Bakış", *Bilig*, S. 62, 2012, ss.63-96.

Burgazoğlu, Hüseyin – Özdemir, Öznur – Özdemir, Mücahit, "Sosyal Dayanışmada Bağışın Rolü: İkinci El Ürün Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Islamic Economics*, c. IV, S. 2, 2024, ss. 129–146.

Bursalı Mehmed Tahir, *Osmanlı Müellifleri*, Matbaa-i Âmire, İstanbul, 1333.

C. Connolly, N. Hyndman, "Charity Accountability in the UK", *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 10, No. 3/4, 2013, ss.259-277.

Caner, Abdurrahman,"Hayır Kurumlarının Gelirleri ve Bunların Sarf Yerleri", *Amasya İlahiyat Dergisi*, S. 16, 2021, ss. 483–517.

Câmî, Abdurrahman, *Nefehâtü'l-Üns*, terc. ve şerh Lâmî Çelebi, haz. Süleyman Uludağ – Mustafa Kara, Marifet Yayınları, İstanbul, 1995.

Campbell Gosling, George, "Charity, Community and Trade: The British Charity Shop, 1940s–1970s", in: *Retail and Community, Bristol University Press*, Bristol, 2024, ss. 123–139.

Campbell, Colin, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Blackwell, Oxford, 1987, ss. 44–50.

Cassidy, Tracy Diane – Bennett, Hannah Rose, "The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer", Fashion Practice, S. 2, 2012, ss. 239–261.

Cebecioğlu, Ethem, *Tasavvuf Terimleri ve Deyimleri Sözlüğü*, Anka Yayınları, İstanbul, 2013.

Cebecioğlu, Ethem, "*Prof. Nicholson'ın Kronolojik Esaslı Tasavvuf Tarifleri*", Ankara, ts.

Ceyhan, Semih, "Zühd", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul.

Ceylan, Kazım, *Ahîlik – Türk İslam Medeniyetinde Dünyevi ve Uhrevi Sistem*, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kültür Yayınları, Ankara, 2012, ss. 55–56.

Chadwick, *Owen, The Victorian Church: Part* I, SCM Press, London, 1966.

Chattoe, Edmund, "Charity Shops as Second-Hand Markets", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5/2, 2000, ss. 153–165.

Chattoe, Edmund, "Second-hand Charities", in: Victoria Alexander – Jim Rucker (eds.), *Charity and the Market*, London, 2006.

Cherrier, Hélène, "Ethical Consumption Practices: Co-Production of Self-Expression and Social Recognition", Journal of Consumer Behaviour, S. 5, 2007, ss.247-267.

Chisolm, Laura B., "Accountability of Nonprofit Organizations and Those Who Control Them: The Legal Framework", *Nonprofit Management & Leadership*, S. 2, Kış 1995, ss. 141–152.

Choudhury, M. A., *Islamic Economics and Finance: A Glossary*, Routledge, London, 1997.

Cin, Halil, *Osmanlı Toprak Düzeni ve Bu Düzenin Bozulması*, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara, 1978.

Coşan, Mahmud Es'ad, *Sûfînin Yolu: Sohbetler*, "Tasavvuf ve Hizmet", Seha Neşriyat, İstanbul, 1997, ss. 85–88.

Coşan, Mahmud Es'ad, "İmâm-ı Âzam ve Tasavvuf", in: *Tarihî ve Tasavvufî Şahsiyetler*, Server İletişim, İstanbul, 2011.

Creswell, John W., *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, SAGE Publications, Los Angeles, 2013.

Cunningham, Hugh, *The Challenge of Charity: Politics*, Religion and Philanthropy in Nineteenth-Century England, Harvester Wheatsheaf, Basingstoke, 1988.

Çağatay, Neşet, "Anadolu'da Ahîlik ve Bunun Kurucusu Ahi Evren", Belleten, c. 46, sy. 182, Nisan 1982, ss. 423-436.

Çağatay, Neşet, "Fütüvvet – Ahi Müessesesinin Menşei Meselesi", *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1952, ss.61-84.

Çağatay, Neşet, *Bir Türk Kurumu Olan Ahîlik*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 1989.

Çağrıcı, Mustafa, "Îsâr," *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000.

Çağrıcı, Mustafa, "İhsan," *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000.

Çağrıcı, Mustafa, "İnfâk," *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2000.

Çağrıcı, Mustafa, "Kanaat.", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2001.

Çağrıcı, Mustafa, "Sehâ", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2009.

Çakmaklıoğlu, M. Mustafa, *Tasavvuf*, Bilay Yayınları, Ankara, 2020.

Çam, Mevlüt, "Vakfiyelere Göre İktisadi Teşekküller", (ed.) Mehmet Kurtoğlu, *Vakıf ve İktisat Sempozyumu*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2014, ss.37-50.

Çelik, Nizamettin. "Kur'an ve Sünnet Perspektifinden İnsanın Amel ve Eseri / Man's Deeds and Works From the Perspective of Ḳurʾān And Sunna", Hadith 4 (Temmuz/July 2020), ss.163-194

Çetin, Ensar, "Bir Sosyal Yardımlaşma Pratiği Olarak Askıda Kahve ve Sadaka Taşı", Akademik Bakış: Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, S. 41, 2014.

Çetin, Onur, *Osmanlı Mezar Taşlarına Yansıyan Kültür, Medeniyet ve İnanç Dünyası Üzerine Bir İnceleme: Eyüp Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Ankara, 2019.

Çetin, Osman, *Selçuklu Müesseseleri ve Anadolu'da İslamiyetin Yayılışı*, Marifet Yayınları, İstanbul, 1981.

Dadaş, Cevdet vd., *Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kütahya Vakıfları*, Kütahya Belediyesi Kültür Yay., Kütahya, 2000.

Demirci, Mehmet, *"İbadetlerin İç Anlamı"*, *Tasavvuf: İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, S. 3, Nisan 2000, ss. 133-166.

Demirdaş, Öncel, "Ahîlik ve Tasavvuf: Anadolu'daki Ahlâkî ve Sosyal Yapıların Karşılaştırmalı Analizi", *Sufiyye*, S. 18, Haziran 2025, ss.27-56.

Demirpolat, Anzavur – Akça, Gürsoy, "Ahîlik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları", *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, S. 15, 2004, ss.355-376.

Demirtaş, Mehmet, *Osmanlı Esnafında Suç ve Ceza*, Birleşik Dağıtım Kitabevi, Ankara, 2010.

Desûkī, Muhammed b. Ahmed, *Ḥâşiye ʿale'ş-Şerḥi'l-kebîr*, Kahire, 1328.

Devellioğlu, Ferit, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügât*, haz. Abdulkadir Badıllı, İlham Çalım, Türdav Yayınları, İstanbul, 1978.

Dilaver, Hasan Hüseyin, *Şeyhülİslam ve Evkâf Nâzırı Ürgüplü Mustafa Hayrı Efendi*, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara, 2014.

Diyanet İşleri Başkanlığı, *Hadislerle İslam*, ed. Mehmet Emin Özafşar vd., Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2013.

Doğrul, Ömer Rıza, *İslam Tarihinde İlk Melamet (Melamete Ait En Eski Vesikanın Tercümesi)*, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, 1950.

Dokuyan, Sabit, "Tekkelerin Kapatılması ve Tasfiye Süreci (1925–1938)", *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, S. 98, 2021, ss.217-244.

Duman, Ali, "Sadaka", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2008.

Duman, Tayyip,"Mesleki ve Teknik Eğitimin Gelişimi", *Türkler Ansiklopedisi*, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara 2002, ss. 61-71.

Dündar, Onur, "Fütüvvet Teşkilatlarının Süreç Analizi Yoluyla İncelenmesi", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, S. 83, 2022, ss.197-224.

Ebû Abdurrahman es-Sülemî, *Sülemî'nin Risaleleri: Tasavvufun Ana İlkeleri*, thk. Süleyman Ateş, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1981.

Ebû Hafs Şehâbeddîn Ömer Sühreverdî, *Gerçek Tasavvuf (Avârîfü'l-Maârif)*, çev. ve tahrîç Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2014.

Ekinci, Yusuf, *Ahîlik ve Fütüvvet Teşkilatı*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 2001.

Ekinci, Yusuf, *Ahîlik*, Sistem Ofset, Ankara, 1991.

el-Buhârî, Muhammed b. İsmail, *el-Câmiʿu's-Sahîh*, thk. Muhammed Züheyr b. Nâsır, Dâr Tavki'n-Necât, Beyrut, 1422/2001.

el-Cevherî, Ebû Nasr İsmail b. Hammâd, *Tâcu'l-Luğa ve Sıhahı'l-Arabiyye*, thk. Ahmed Abdulgaffar Atar, Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn, Beyrut, 1983.

el-Hâkim et-Tirmizî, *Nevâdiru'l-Usûl fî Ma'rifeti Ehâdîsi'r-Resûl*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut, 1992.

el-Hücvîrî, Ali b. Osman Cüllâbî, *Keşfu'l-Mahcûb: Hakikat Bilgisi*, haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2010.

el-İsfahanî, Râgıb (Ebu'l-Kāsım Hüseyin b. Muhammed), Müfredâtü Elfâzı'l-Kur'ân, ed-Dâru'ş-Şâmiyye, Beyrut, 1992.

Ellen MacArthur Foundation, *Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition*, Ellen MacArthur Foundation, Cowes, 2013.

Elmagrhi, Mohamed H. – Ntim, Collins G. – Malagila, John – Fosu, Samuel – Tunyi, Abongeh A., "Trustee Board Diversity, Governance Mechanisms, Capital Structure and Performance in UK Charities", *Corporate Governance*, S. 3, 2018, ss. 478–508.

el-Mâturîdî, Ebû Mansûr Muhammed b., *Tefsîru'l-Kur'âni'l-Azîm*, Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, Beyrut, 1971.

el-Mekkî, Ebû Tâlib, *Kûtu'l-Kulûb*, çev. Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2004.

Erdem, Ekrem, "Fütüvvet ve Ahîlik Çalışmalarının Kaynakları Üzerine Bir Değerlendirme", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi (BEYDER)*, S. 2, 2021, ss. 173-198.

Erdem, Ekrem, "Fütüvvet/Ahîlik – Tasavvuf İlişkisi ve İktisadi Hayata Dair Bazı Çıkarsamalar: Farklı Dillerde Yazılmış Bazı Fütüvvetnameler Üzerine Bir İnceleme", *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, S. 2, 2022, ss.185-222.

Erdem, Ekrem, "Fütüvvetnamelerin İslam İktisat Düşüncesi İçindeki Yeri", *İş Ahlâkı Dergisi*, S. 1, 2021, ss. 208-226.

Eren, Fikret, "Osmanlı Dönemi Vakıfları", *V. Vakıf Haftası Kitabı*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara, 1988.

Erginli, Zafer, *Metinlerle Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, Kalem Yayınevi, İstanbul, 2006.

Erkal, Mehmet, "Zekât", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2013.

Erkal, Mustafa E. – Baloğlu, B. – Baloğlu, F., *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*, Der Yayınları, İstanbul, 1997.

Erkul, Adem, *Gazzâlî ve Öncesi Dönemde Tasavvufta Hizmet, Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlahiyat Anabilim Dalı, Tasavvuf Bilim Dalı, İstanbul, 2010.

Erol, Sevgi Işık, *Osmanlı Devleti'nde Çalışma Hayatı ve Sosyal Güvenlik Açısından Ahîlik Teşkilatı,* Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, 2017.

es-Sülemî, Ebû Abdurrahman Muhammed b. el-Hüseyin, *Kitâbu'l-Fütüvvet*, Nasrullah Pürcevâdî, Merkez-i Neşr-i Dânişgâhî, Tahran, 1372.

es-Sülemî, Ebû Abdurrahman, *Fütüvvet: Tasavvufî Ahlâk Üzerine Risâle*, çev. Hasan Kâmil Yılmaz, İnsan Yayınları, İstanbul, 1997.

es-Süyûtî, Celaleddin Abdurrahman b. Ebî Bekr, *el-Câmiu's-Sağîr fî Ehâdîsi'l-Beşîr en-Nezîr*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut, 1981.

European Parliament and the Council of the European Union, Directive 2008/98/EC of The European Parliament and of the Council of 19 November 2008 on Waste and Repealing Certain Directives, Official Journal of the European Union, Brussels, 2008.

Fazlıoğlu, İhsan, "Kara ile Ada Çatalı: Kalabalık Erdem mi; Issız Hakikat mi?", Teklif, S. 1, Ocak 2022.

Fidan, Mustafa, "Fütüvvet ve Ahîlik Sürecinden Osmanlı Devletinin Âsitâne/Âstâne Olması ve Esnaflık Anlayışındaki Değişim", *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, C. 8, S. 22 (2020), ss. 171–198.

Filibeli Ahmed Hilmi, Şehbenderzâde, *Tarih-i İslamî*, Hikmet Matbaası, İstanbul, 1326/1908.

Fitton, Triona, "Pricing Up & Haggling Down: Value Negotiations in the UK Charity Shop", *JOMEC Journal*, S. 17, 2022, ss. 1–25.

Fitton, Triona, *The "Quiet Economy": An Ethnographic Study of the Contemporary UK Charity Shop*, Doktora Tezi, University of York, Department of Sociology, 2013.

Fromm, Erich, S*ahip Olmak ya da Olmak*, Say Yayınları, İstanbul, 2018.

Fukuyama, Francis, *Tarihin Sonu ve Son İnsan*, çev. Zülfü Dicleli, Profil Yayıncılık, İstanbul, 2014.

Gareth Jones, *History of the Law of Charity, 1532–1827*, Cambridge University Press, Cambridge, 1969, ss. 9–18.

Gencer, Bedri, "İlahi Bir Ekonomi Olarak Din", *Kün Edebiyat Dergisi*, S. 5, 2013, ss.20-23.

Georgeon, François – Dumont, Paul, *Osmanlı İmparatorluğunda Yaşamak*, çev. Maide Selen, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000.

Goodall, Richard Charles, *Identity and the Professionalisation of Charity Shops*, Doktora Tezi, University College London, Ocak 2002.

Gosling, George Campbell, The British Charity Shop, 1940s–1970s, Bristol University Press, Bristol, 2024.

Göktürk, İsmail – Yılmaz, Mehmet, "Hayatın Anlam Bilgisine Dair Yahut Günümüz Ahi Kişiliği Üzerine Bir Deneme", in: *I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahîlik Araştırmaları Sempozyumu*, 12–13 Ekim 2004, Kırşehir, ss.427-440.

Gölpınarlı, Abdülbaki, "Şeyh Seyyid Gaybi oğlu Şeyh Seyyid Hüseyn'in Fütüvvetnâmesi", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, S. 1–4, 1955–1956.

Gölpınarlı, Abdülbaki, *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*, İstanbul Ticaret Odası Akademik Yayınları, İstanbul, 2011.

Gölpınarlı, Abdülbaki, *Mevlevîlik*, İnkılâp Yayınları, İstanbul, 1983.

Gölpınarlı, Abdülbaki, *Tasavvuf Tarihi*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 1993.

Gölpınarlı, Abdülbaki, *Tasavvuftan Dilimize Geçen Deyimler ve Atasözleri*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2017.

Gölpınarlı, Mustafa İzzed Abdülbâkî, *Mevlâna'dan Sonra Mevlevilik*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 1983.

Gregson, Nicky, Crewe, Louise, "The Curious Place of Second-Hand Markets: Towards a Cultural Economy of Retail", *Environment and Planning A*, S.7, 1997, ss. 17–23.

Gül, Ali Rıza, "Kur'an'daki İnfak Kavramının Anlam Yelpazesi", *Dinî Araştırmalar*, 2005, sayı: 22, ss. 239-261.

Gülcan, Erhan, "Osmanlı Devleti'nde Sosyal Güvenliğin Sağlanmasında Ahi Teşkilatının Rolü", *Sosyolojik Düşün*, c. XIII, S. 3, 2023, ss. 447-469.

Günaltay, M. Şemseddin, *Zulmetten Nura*, haz. Musa Alak, Furkan Yayınları, İstanbul, 1966.

Gündoğan, Mete, *Refah Toplumu*, Vadi Yayınları, Ankara, 1997.

Gündüz, İrfan, "Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve Manevî Değerler", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2020/2, ss. 211–223.

Gündüz, İrfan, *Osmanlılarda Devlet-Tekke Münasebetleri*, Seha Neşriyat, İstanbul, 1989.

Gündüzöz, Gökhan, *Derviş Lokması*, Ketebe Yayınları, İstanbul, 2023.

Güneri, Hasan, *Türk Medenî Kanunu Açısından Vakıflar: Araç Kavramı ve Amacına Göre Vakıf Türleri*, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara, 1976.

Güneş, Mustafa, *Fütüvvet-nâme-i Esrar ve Ahîlik,* Gelenek Yayıncılık, İstanbul, 2020.

Güngör, Erol, *İslam Tasavvufunun Esasları*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2008.

Gürata, Mithat, *Unutulan Âdetlerimiz ve Loncalar*, Tisa Matbaacılık, Ankara, 1975.

Güzel, Abdurrahman, *Tekke ve Zaviyelerin İslam Düşüncesindeki Yeri ve İlgası*, KAB Yayını, Ankara, 1992.

Güzey, Ahmet Rıfat, "Osmanlı Tekkelerinde İşleyiş ve Eğitim", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of Social Sciences*, Yıl 6, S. 34, Şubat 2019, ss.372-392.

Habergetiren, Ömer Faruk, "İslam Hukukunda Gelirin Topluma Yayılması İçin Getirilen Düzenlemeler", in: *Proceedings of 1st International Conference on Scientific Cooperation for The Future in the Social Sciences*, ed. Yılmaz Bayar, Uşak Üniversitesi, Uşak, 2016.

Haksever, Ahmet Cahid, "Geri Kalmışlık Sorunsalı, Sabri Ülgener ve Tasavvuf", in: *I. Uluslararası İslam Dünyasında Tevhidî Düşünce Şûrası,* ed. M. Halil Çiçek – Osman Şimşek, İlmî ve Metodik Araş. Merkezî, Ankara, 2018, ss.65-76.

Haksever, Ahmet Cahid, "Göçebelikten Yerleşik Hayata Geçişte Tekke ve Zaviyelerin Rolü: Çorum Örneği", in: *Çorum ve Kültür, Hitit Söyleşi Günleri: Panel Bildirileri (2012–2013)*, Çorum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, Çorum, 2012–2013, ss.88-91.

Haksever, Ahmet Cahid, *Modernleşme Sürecinde Mevleviler ve Jön Türkler*, H Yayınları, İstanbul, 2009.

Halaçoğlu, Yusuf, *XIV–XVII. Yüzyıllarda Osmanlılarda Devlet Teşkilatı ve Sosyal Yapı*, Türk Tarih Kurumu Yay., Ankara, 1995.

Hanbel, Ahmed b., el-Müsned, thk. Şuayb el-Arnaût, *Müessesetü'r-Resâle*, Beyrut, 1419/1998.

Hançerlioğlu, Orhan, *Toplumbilim Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993.

Hatîb, Abdülkerim, *es-Siyâsetü'l-Mâliyye fi'l-İslam*, Dârü'l-Kütübi'l-Lübnâniyye, Beyrut, 1975.

Hayes, Adam, "Blockchain and the Future of Humanitarian Aid: Challenges and Opportunities", *Disasters*, S. 2, 2019, ss. 431–452.

Healy, Stephen, "Alternative Economies", in: Thrift – Kitchin (eds.), *The International Encyclopedia of Human Geography*, Oxford, 2008.

Horne, Suzanne, Broadbridge, Adelina, "Charity Shops: A Classification by Merchandise Mix", *International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 7, 1995, ss. 17–23.

Horne, Suzanne, Maddrell, Avril, *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*, Routledge, Londra, 2002.

Horne, Suzanne, "Charity Shops in the UK", *International Journal of Retail & Distribution Management*, S. 4, 1998, ss. 155–161.

Howson, Peter, "Blockchain Technology and the Charity Sector: Transforming Philanthropy and Transparency", *Nonprofit Management and Leadership*, S. 3, 2021, ss. 543–557.

Hubert Picarda, *The Law and Practice Relating to Charities*, Bloomsbury Professional, Londra, 2010.

Izutsu, Toshihiko, *Ethico-Religious Concepts in the Qur'ān*, McGill University Press, Montreal, 1966.

İbn Atâullah el-İskenderî, *el-Hikemü'l-Atâiyye*, çev. Saffet Yetkin, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1963.

İbn Ḥibbân el-Büstî, *Ebû Hâtim Muḥammed b. Ḥibbân, Rawżatü'l-ʿUqalâʾ ve Nüzhetü'l-Fużalâʾ*. nşr. M. Miḥyiddîn ʿAbdülḥamîd vd. Beyrut: t.y., 1397/1977.

İbn Kayyım el-Cevziyye, *Bedâiʿü't-Tefsîr*, Dâru İbn-i Cevziyye, Riyad, 1427.

İbn Manzûr, Muhammed b. Mukarram, *Lisânü'l-ʿArab*, Dâru Sâdır, t.y., Beyrut.

İbnü'l-Arabî, Ebû Bekir Muhammed b. Abdullah el-Endelüsî, *Aḥkâmü'l-Kur'ân*, Dârü'l-Kutubi'l-İlmiyye, ts., Beyrut.

İbnü'l-Arabî, Muhyiddîn, *Fütûhât-ı Mekkiyye*, çev. Ekrem Demirli, Litera Yayıncılık, İstanbul, 2006.

İbnü'l-Emin Mahmud Kemal – Hüseyin Hüsameddin, *Evkâf-ı Hümâyûn Nezâreti'nin Tarihçe-i Teşkilâtı ve Nuzzârın Teracüm-i Ahvali*, Dâru'l-hilafetü'l-âliye, İstanbul, 1335.

İbrahim Hakkı, Erzurumlu, *Mârifetnâme*, çev. M. Faruk Meyan, Bedir Yayınevi, İstanbul, 1999.

İmam Gazâlî, *İḥyâʾü ʿUlûmi'd-Dîn*, çev. Ahmed Serdaroğlu, Bedir Yayınları, İstanbul, 1981.

İnalcık, Halil, *Osmanlı'da Devlet, Adalet ve İnsan*, Eren Yayıncılık, İstanbul, 2000.

İşeri, Ahmet, "*Vakıflar* (Medeni Kanun'dan Önceki ve Sonraki Vakıf Nevileri ve Hukuki Mahiyetleri)", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, S. 1–4, 1964.

İşçioğlu, Tutku Eker – Yurdakul, Dilan, "İkinci El Giyim Motivasyonları ve Sürdürülebilirlik Üzerine Keşifsel Bir Araştırma", *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, c. IV, S. 2, 2018, ss. 253–280.

İzutsu, Toshihiko, *İslam'da Varlık ve Mânâ*, çev. Süleyman Ateş, İnsan Yayınları, İstanbul, 2019.

İzutsu, Toshihiko, *Kur'an'da Allah ve İnsan*, çev. Süleyman Ateş, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara, 1975.

Kal'a, Ahmet, "Lonca", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2003.

Kara, İsmail, *Din ile Modernleşme Arasında*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2003.

Kara, Mustafa, "Dayanışma", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011.

Kara, Mustafa, "Halka Hizmet Hakk'a Hizmet", *Diyanet Aylık Dergisi,* S. 210, Haziran 2008.

Kara, Mustafa, "Tekke Eğitimi ve Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, S. 12, 2008.

Kara, Mustafa, "Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011.

Kara, Mustafa, *Bursa'da Tarîkatlar ve Tekkeler 1,* Uludağ Yayınları, Bursa, 1990.

Kara, Mustafa, *Din Hayat Sanat Açısından Tekkeler ve Zaviyeler*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2019.

Kara, Mustafa, *Metinlerle Osmanlılarda Tasavvuf*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2004.

Kara, Mustafa, *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2018.

Kara, Mustafa, *Türk Tasavvuf Tarihi Araştırmaları – Tarikatlar / Tekkeler / Şeyhler,* Dergâh Yayınları, İstanbul, 2010.

Kara, Seyfullah, *Selçuklular'ın Dini Serüveni: Türkiye'nin Dini Yapısının Tarihsel Arka Planı*, Şema Yayınevi, İstanbul, 2006.

Karaağaç, Hilmi, "İlk Dönem Fütüvvetnâmelerine Göre Ahîliğin İtikâdî Temelleri", *Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi / Journal of Divinity Faculty,* S. 2, 2013, ss.41-70.

Karakaya, Oral, "Türkiye'de Dernekleşme ve Toplumsal Gelişmişlik Göstergeleri Arasındaki İlişki", *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi,* S. 2, 2022, ss. 315–340.

Kâşânî, Kemâleddin Abdürrezzâk b. Ebü'l-Ganâim Muhammed, *Letaʾifu'l-Aʿlâm fî İşârâti Ehli'l-İlhâm,* thk. Saîd Abdülfettâh, Dârü'l-Kütübi'l-Mısriyye, Kahire, 1416/1996.

Kaya Perihan Hazel, Koca Mevlüt , "Osmanlı'dan Günümüze Vakıf Sisteminin Gelişimi", *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, C. V, S. 2, 2020, ss. 146-160.

Kazıcı, Ziya, "Ahîlik", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1988.

Kazıcı, Ziya, "Osmanlı İhtisab Kanunnâmeleri ve Ahîlik", in*: Türk Kültürü ve Ahîlik Sempozyumu*, İstanbul, 1986.

Kazıcı, Ziya, "Osmanlıda Hayır Müesseseleri ve Sadaka Taşları", İnsani Yardım Dergisi, S. 35, 2008.

Keskin, Tolga, "Halvet Der-Encümen ve Melâmet Kavramlarının Fütüvvet ve Ahîlik Teşkilatlarında Ekonomik Zihniyet ve Uygulamalara Etkisi", *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, sy. 104, Kış–Aralık 2022, ss.349-373.

Keskin, Tolga, *Sûfîlerin İktisat Anlayışı ve Uygulamaları*, İlahiyat Yayınları, Ankara, 2022.

Kılavuz, M. Akif, "Ahîlik Kurumunda Din ve Ahlâk Eğitimi Anlayışı", in: *I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahîlik Araştırmaları Sempozyumu*, Kırşehir, 2004, ss.615-628.

Kılıç, Eşref, *Türkiye'de Halk Eğitimi Başlangıçtan Bugüne Kadar*, Millî Eğitim Basımevi, Ankara, 1968.

Kılıç, Mahmud Erol, *Tasavvuf Düşüncesi*, Sufi Kitap, İstanbul, 2018.

Kılıç, Mahmud Erol, *Tasavvuf ve Tarikat*, İnsan Yayınları, İstanbul, 2020.

Kılınç, Mustafa, "Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitimini Şekillendiren Eğitim Kurumlarından Ahîlik, Gedik, Lonca, Enderun Mektebi'nin Tarihi Gelişimleri", *e-Journal of New World Sciences Academy (NWSA) – Vocational Education*, S. 4, 2012, ss.63-73.

Koçak, Osman – Gürün, Figen, "Ahîlik Geleneğinin Günümüzde Sosyal İçerme Politikalarına Olabilecek Katkıları", *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, S. 8, 2015, ss.126-143.

Köktaş, Mustafa, *Osmanlı'da Vakıf Sistemi ve Sosyal Dayanışma, İnsan Yayınları*, İstanbul, 2001.

Köle, Bekir, "Tasavvuf Perspektifinde Fütüvvetin Anlam Boyutu", *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 43, 2015, ss.330-361.

Köprülü, Fuad, "Vakıf Müessesesinin Hukukî Mahiyeti ve Tarihî Tekâmülü", *Vakıflar Dergisi*, S. 2, 1942, ss. 1–13.

Köprülü, Fuad, *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 1981.

Köprülü, Fuad, *Vakıfların Hukuki Mahiyeti*, haz. Yahya Kemal Taştan, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2013.

Köstendilli Ali Halvetî, *Bir Osmanlı Şeyhinin Dilinden Tasavvuf*, haz. Semih Ceyhan, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016.

Köşker, Sami, *Türk Kültürü Açısından Yahyalı*, Yahyalı, Ankara, 1997.

Kuran, Timur, *İslam ve Ekonomik Hayat*, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2005.

Kurt, Abdurrahman, "İslam ve Geri Kalmışlık Sorunu", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 2, 2008.

Kurtoğlu, Mehmet (ed.), *Bir Medeniyetin İzdüşümü: Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yay., Ankara, 2014.

Kuşeyrî, Abdülkerîm, *Tasavvuf İlmine Dair: Kuşeyrî Risalesi*, haz. Süleyman Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2016..

Kübrâ, Necmüddîn, *Usûlu Aşere: Risâle ile'l-Hâim – Fevâihu'l-Cemâl – Tasavvufî Hayat*, haz. Mustafa Kara, Dergâh Yayınları, İstanbul, 1980.

Küşeyrî, İmam, *er-Risâle*, Matbaatu'l-Halebî, Kahire, 1936.

Latouche, Serge, *Modernliğin Eleştirisi: Ekonomi ve Anlam*, Versus Kitap, İstanbul, 2009, ss. 40–70.

Laura B. Chisolm, "Accountability of Nonprofit Organizations and Those Who Control Them: The Legal Framework", in: *Nonprofit Management & Leadership*, No. 2, Winter 1995, ss. 141–152.

Lester M. Salamon, *America's Nonprofit Sector: A Primer, Foundation Center*, New York, 2012.

Liu, Chih-Yao Gordon – Ko, Wai-Wai Joyce, "Charity Retailing in the UK: A Managerial Capabilities Perspective", *Journal of Small Business Management*, S. 3, 2014, ss. 390–406.

Lûc, Muhammed Ahmed, *Takdîsü'l-Eşhâs fî Fikri's-Sûfî*, Dâru İbni'l-Kayyim – Dâru İbn Affan.

Lury, Celia, *Consumer Culture*, Rutgers University Press, New Brunswick (NJ), 1996.

Mahiroğulları, Adnan, "Selçuklu/Osmanlı Döneminde Kurumsal Bir Yapı: Ahîlik/Gedik Teşkilatı ve Sosyo-Ekonomik İşlevleri", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, S. 54, Ocak 2011, ss. 147–148.

Mahmut Bozan, "Yoksulluk Algısına Farklı Bir Bakış", *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 15, 2017, s. 389-410.

Marshall, Gordon, Sosyoloji Sözlüğü, çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, *Bilim ve Sanat Yayınları*, Ankara, 1999.

Marshall, Ian – Zohar, Danah, *Spiritüel Kapital: İnsanların ve Kurumların Anlam Arayışı*, Metis Yayınları, İstanbul, 2004.

Marx, Karl, "The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof", in: *Capital: A Critique of Political Economy*, Verlag von Otto Meissner, Hamburg, 1867, ss. 71–83.

Massignon, Louis, *Hallâc: Tasavvufun Büyük Şehidi*, çev. Mehmet Dağ, İnsan Yayınları, İstanbul, 1996.

Maududi, Sayyid Abul A'la: *Islamic Way of Life*, translated and edited by Khurshid Ahmad, Riyadh, International Islamic Publishing House (IIPH), 1997.

Mauss, Marcel, *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*, çev. Ian Cunnison, Cohen & West, Londra, 1970.

Mâverdî, *el-Ahkâmü's-Sultâniyye*, çev. Ahmet Ağırakça, Beyan Yayınları, İstanbul, 1994.

Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, *Mesnevî,* çev. Veled İzbudak, Millî Eğitim Basımevi, İstanbul, 1953.

Muhammed Fuâd Abdülbâkî, *el-Muʿcemü'l-Müfehres li Elfâẓi'l-Kurʾâni'l-Kerîm*, el-Mektebetü'l-İslamiyye, İstanbul, 1984.

Müslim b. el-Haccâc, *Sahîh-i Müslim*, thk. Muhammed Fuâd Abdülbâkî, Dâr İhyâʾi't-Turâsi'l-Arabî, Beyrut, 1392/1972.

Nazif Öztürk, *Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi*, Ankara, 1995a.

Nişancı, Şükrü, *15–16. Yüzyıllarda Osmanlı İktisat Zihniyeti*, Okumuş Adam Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri, İstanbul, 2002, ss. 110–111.

Ocak, Ahmet Yaşar, "Fütüvvet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1996.

Ocak, Ahmet Yaşar, *Osmanlı İmparatorluğu'nda Marjinal Sufilik: Kalenderiler (XIV–XVII. Yüzyıllar)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2002.

Ocak, Ahmet Yaşar, *Osmanlı Sufiliğine Bakışlar*, İstanbul: Timaş Yay., 2015.

Ocak, Ahmet Yaşar, *"İslam, Tasavvuf ve Tarikatlar (Sosyal Tarih Perspektifinden Bir Bakış)",* Türkiye Günlüğü, 2003, S. 73, s. 87-98

Ocak, Ahmet Yaşar, *Osmanlı toplumunda tasavvuf ve sufiler: kaynaklar, doktrin, ayin ve erkân, tarikatlar, edebiyat, mimari, güzel sanatlar, modernizm*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2005.

Ocak, Ahmet Yaşar, *Osmanlı Toplumunda Zındıklar ve Mülhidler*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 1998.

Oral, Osman, "Matûrîdî'de Sabır, Şükür ve Hikmet İlişkisi", *Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Dergisi*, Aralık 2015, ss.343-362.

Osman Nuri Ergin, *Türkiye Maarif Tarihi*, Osman Bey Matbaası, İstanbul, 1939.

Osterley, Robin – Williams, Ian, "The Social, Environmental and Economic Benefits of Reuse by Charity Shops", *Detritus*, 2019, ss. 29–35.

Ozankaya, Özer, *Toplumbilim Terimler Sözlüğü*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 1975.

Öcalan, Hasan Basri, *Bursa'da Tasavvuf Kültürü: XVII. Yüzyıl*, Gaye Kitabevi, Bursa, 2000.

Önder, Mehmet, *Şeyh Edebâlî ve Osman Gazi'ye Nasihatı*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1988.

Özdemir, Öznur – Özdemir, Mücahit – Beşel, Furkan, "Vakıftan Hayır Dükkânına: İngiltere'deki 'Charity Shop' Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi", *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, S. 44, Temmuz–Eylül 2019*, ss. 655–694.

Özköse, Kadir, "Erzurumlu İbrahim Hakkı'nın Tevekkül, Teslim ve Tefvîz Anlayışı", *Bütün Yönleriyle Erzurumlu İbrahim Hakkı Hazretleri Sempozyumu Bildiriler (16–18 Kasım 2011)*, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 2012.

Özönder, Hamza, "Türk Mahallelerinde Sadaka Taşlarının Yeri ve Önemi", in: *Uluslararası Dördüncü Türk Kültürü Kongresi Bildirileri*, Ankara, 2000.

Özsunay, Ergun, *Medeni Hukukumuzda Tüzel Kişiler*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1982.

Öztürk, Nazif, "Vakıflar Hangi Statüde Bir İdarî Yapı İle Yönetilmelidir?", *Vakıflar Dergisi, 80. Yıl Özel Sayısı*, Ankara, 2019, ss.11-71.

Öztürk, Nazif, *Menşei ve Tarihi Gelişimi Açısından Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara, 1983.

Öztürk, Nazif, *Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1995.

Paget, Ally – Birdwell, Jonathan, Giving Something Back: Measuring the Social Value of Charity Shops, Demos, Londra, 2013, ss. 18–27.

Pakalın, Mehmet Zeki, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul, 1993.

Palmer, Alexandra, "Vintage Whores and Vintage Virgins: Second-hand Fashion in the Twenty-First Century", *Fashion Theory*, S. 1, 2005, ss.197-214.

Panagiotou, George, "Bringing SWOT into Focus", *Business Strategy Review*, No. 2, 2003, ss.8-10.

Parsons, Ellen, "Charity Retailing in the UK: A Typology", *Journal of Retailing and Consumer Services*, S. 1, 2004, ss. 31–40.

Peacock, Andrew Charles Spencer, *Islam, Literature and Society in Mongol Anatolia*, Cambridge University Press, Cambridge, 2019.

Pektaş, Hafize – Dengin, Serap, "İkinci El Giysi Pazarları ve Türkiye'deki Durumu", *Akdeniz Sanat*, c. IV, S. 8, 2011, ss. 109–113.

Polanyi, Karl, *Büyük Dönüşüm*, İletişim Yayınları, Ankara, 2000.

Prochaska, Frank, *Christianity and Social Service in Modern Britain: The Disinherited Spirit*, Oxford University Press, Oxford, 2006.

Resmî Gazete, 5737 sayılı Vakıflar Kanunu, Kabul: 20.02.2008, RG: 27.02.2008, Sayı: 26800. Türk Medenî Kanunu, Kanun No: 4721, Kabul: 22.11.2001, md. 101–117.

Robbins, Lionel, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Macmillan, London, 1932.

Safî, Ali b. Hüseyin. *Reşehât-ı Aynü'l-Hayât*. Çev. Muhyî-i Gülşenî. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, 2014.

Sancaklı, Saffet, "Ahîlik Ahlâkının Oluşumunda Hadislerin Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 1, 2010, ss.1-28.

Sargeant, A. – Hudson, J. – West, D. C., "Charity Brand Personality: The Relationship with Giving Behavior", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, S. 3, 2008, ss. 468–491.

Sarıkaya, M. Saffet, *XIII–XVI. Asırlardaki Anadolu'da Fütüvvetnâmelere Göre Dini İnanç Motifleri,* Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2002.

Schimmel, Annemarie, *Mystical Dimensions of Islam*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1975.

Sebil Dergisi, "*Tarihî Yanılgı Sona Ermeli*",S. 207, 24 Aralık 1979.

Serfoğlu, Mithat, "Osmanlı Devleti Zamanında Kurulan Vakıflarda 'Mektubiyet' Meselesi ve Bunun Hukuki Durumu", *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Enstitüsü Dergisi (Prof. Tayyib Gökbilgin Hatıra Sayısı)*, İstanbul, 1982, ss.713-718.

Serrâc Tûsî, Ebû Nasr, el-Lümaʿ, *İslam Tasavvufu*, çev. Hasan Kâmil Yılmaz, Erkam Yayınları, İstanbul, 2016.

Sevim, Nidayi, *Medeniyetimizde Toplumsal Dayanışma ve Sadaka Taşları*, Kitap Dostu Yayınları, İstanbul, 2011.

Seyfullah Kara, *Anadolu Selçuklularında Din ve Din Kurumları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

Seyrek, Demir Murat, "Türk Sivil Toplumunun Kökenleri: Osmanlı Dönemi", *Turkish Studies*, S. 4, 2010, ss.143-158.

Solak, Fahri, "Ahîliğin Sosyo-Ekonomik Fonksiyonları ve Bugünkü Kurumlar", in: *İktisat, Tarih ve Zihniyet Dünyamız, haz. Erhan Erken*, MÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2006, ss.151-168.

Solak, Fahri, *Ahîlik Kuruluşu, İlkeleri ve Fonksiyonları*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2010.

Soykut, Refik, *İnsanlık Bilimi – Ahîlik*, Kırşehir Esnaf Kuruluşları Yayınları, Ankara, 1987.

Soykut, Reşat Halil, *Esnaf Kimdir*, Esnaf Araştırma–Eğitim Merkezî Yayınları, Ankara, 1978.

Stake, Robert *E. The Art of Case Study Research, Thousand Oaks*, SAGE Publications, CA, 1995.

Stephen Devereux, "Can Social Safety Nets Reduce Chronic Poverty?", Development Policy Review, S. 5, 2002, ss.657-675.

Sühreverdî, Ebû Hafs Şehâbeddîn Ömer, *Gerçek Tasavvuf (Avârîfü'l-Maârif)*, çev. ve tahrîç Dilaver Selvi, Semerkand Yayınları, İstanbul, 2014.

Sülemî, Ebu Abdurrahman, Tabakātü's-Sûfiyye, Dâru's-Sâdır, Beyrut, ts.

Şare, Öykü Elif, *Bağışlanan İkinci El Giysi ve Aksesuarların Yeniden Kullanımını Sağlayan Toplum Temelli Sistemler için Sürdürülebilir Tasarım Ölçütleri*, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı, Ankara, 2024.

Şeker, Mehmet, "Ahiliğin Sosyal ve Kültürel Hayatındaki Yeri", *Erdem*, S. 23, 1996, ss.5-19.

Şeker, Mehmet, *Türk-İslam Medeniyetinde Ahîlik ve Fütüvvetnâmelerin Yeri*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2011.

Şimşek, Muhittin, *TKY ve Tarihteki Bir Uygulaması: Ahîlik*, Hayat Yayınları, İstanbul, 2002.

T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihçesi, Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi, Ankara, 2005.

T.C. Ticaret Bakanlığı, Ahîlik Ansiklopedisi, ed. Yusuf Küçükdağ – Yaşar Erdemir – Bekir Şahin, Esnaf, Sanatkarlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2020.

Tabakoğlu, Ahmet, "Tasavvuf ve İktisat", *Toplu Makaleler II: İslam İktisadı*, Kitabevi, İstanbul, 2005, ss.44-49.

Tabakoğlu, Ahmet, *İslam ve Ekonomik Hayat*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2003.

Taberânî, Süleyman b. Ahmed, *el-Muʿcemu's-Sağîr*, thk. Muhammed Şeklâvî, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrut, ts.

Teaschner, Franz, "İslam'da Fütüvvet Teşkilâtının Doğuşu Meselesi ve Tarihî Ana Çizgileri", çev. Semahat Yüksel, *Belleten*, S. 142, 1972, ss. 203–235.

Tapp, Alan, "Charity Brands: A Qualitative Study of Current Practice", *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, S. 4, 1996, ss. 327–336.

Tapscott, Don – Tapscott, Alex, Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World, *Portfolio Penguin*, London, 2018.

Tekineş, Ayhan, "Modern Türkiye'de Sufi Hareketlerin Kurumsallaşması: Dernek ve Vakıf Faaliyetleri", *İlahiyat Tetkikleri Dergisi*, 2018/49, ss. 73–90.

Tirmizî, Ebû İsâ Muhammed b. İsâ b. Sevre b. Musâ b. ed-Dahhâk, *es-Sünen*, İstanbul, Çağrı Yayınları, 1401/1981.

Topaloğlu, Bekir, "Kerîm", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, TDV İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2022.

Topaloğlu, Bekir, " Tekke", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011.

Topaloğlu, Bekir, *Tasavvuf*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1989.

Topbaş, Osman Nuri, "O'nun Muhteşem Ahlâkı", *Yüzakı Dergisi*, sayı 143, Ocak 2017.

Topbaş, Osman Nuri, "İhsân ve Murâkabe", *Altınoluk Dergisi*, Şubat 2004.

Topuz, Emrah, *Osmanlı Devleti'nde Geleneksel Eğitim Kurumları (Siyasi İstikrar ve İçtimai Sıhhat Bağlamında)*, Libra Yayınları, İstanbul, 2018.

Torun, Ali, "Fütüvvet", *Türk Dünyası Edebiyat Kavramları ve Terimleri Ansiklopedik Sözlüğü*, AKMB Yayınları, Ankara, 2003.

Torun, Ali, *Türk Edebiyatında Türkçe Fütüvvet-nâmeler*, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1998.

Tuna, Orhan, *Türkiye'de Meslekî ve Teknik Eğitim*, Ay Yıldız Matbaası, Ankara, 1973.

Turan, A. – Gümüş, K. S., "Türk Dünyasında Kültür, Sosyal Dayanışma ve Birlik Köprüsü Olarak Ahîlik Teşkilatı ve Bu Bağlamda Türk Devletlerine Öneriler", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 41, 2015, ss.597-612.

Turan, Kemal, *Ahîlikten Günümüze Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihi Gelişimi*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul, 1996.

Türcan, Talip, "Tedrîc", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 2011.

Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, Türk Tarih Kurumu, Ankara, 1986.

Türkiye Büyük Millet Meclisi, "677 Sayılı Tekke ve Zaviyelerin Kapatılması Kanunu", 30.11.1925.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Madde 33: Dernek kurma hakkı.

Türkoğlu, İsmail, "Sosyal Devlet Bağlamında Türkiye'de Sosyal Yardım ve Sosyal Güvenlik", *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries*), S. 3, 2013, ss.275-305.

Ubucini, Marie Auguste, *Türkiye 1850: Tanzimat – Ulemâ – Basın*, çev. Cemal Karaağaçlı, Tercüman 1001 Temel Eser, İstanbul, ts.

Uludağ, Süleyman, "Fakr", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1995.

Uludağ, Süleyman, "Fütüvvet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1996.

Uludağ, Süleyman, "Hâdim", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezî, İstanbul, 1997.

Uludağ, Süleyman, *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü*, Kabalcı Yayıncılık, İstanbul, 2012.

Uncu, Sultan Demir, *Ahîlik Teşkilatı ve Günümüz Sosyal Güvenlik Sisteminde Bağ-Kur'un Yeri ve Önemi*, in: Ahîlik Kültürü (Bildiriler), Ankara, 1996.

Uslu, Recep, *Cumhuriyetin Halkevleri Politikası ve Tekkelerin Kapatılması Arasındaki Sosyo-Kültürel Devamlılık*, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2004.

Ülgener, Sabri, *İktisadî Çözülmenin Ahlâk ve Zihniyet Dünyası*, Der Yayınları, İstanbul, 2006.

Ülgener, Sabri, *Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlâkı*, Der Yayınları, İstanbul, 2006.

Veblen, Thorstein, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, Macmillan, New York, 1899.

Veliyyüddîn Muhammed b. Abdullah el-Hatîb et-Tebrîzî, *Mişkâtü'l-Mesâbîh*, thk. Muhammed Nâsıruddîn el-Elbânî, 2. Fasıl (Riyad: el-Mektebetü'l-İslamiyye, ts.), s. 1432; Ahmed b. Hanbel. Müsned,V.81.

Williams, Ian D. – Shaw, Peter J., "Reuse: Fashion or Future?", Waste Management, 2017, ss.1-2.

Yazır, Elmalılı Muhammed Hamdi, *Hak Dini Kur'an Dili*, haz. Asım Cüneyd Köksal – Murat Kaya, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 2023.

Yediyıldız, Bahaaddin, *XVIII. Yüzyılda Türkiye'de Vakıf Müessesesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 2003.

Yediyıldız, Bahaeddin, Institution du vaqf au XVIII[e] siècle en Turquie – étude socio-historique, *Imprimerie de la Société d'Histoire Turque*, Ankara, 1985.

Yediyıldız, Bahaeddin, *"İslam'da Vakıf",* in: Doğuş'tan Günümüze Büyük İslam Tarihi, Yeni Şafak Yayınları, Konya, 1994.

Yediyıldız, Bahaeddin, *"Kültür ve Yenileşme"*, Türk Kültürü, Ankara, 1982.

Yıldırım, Ali – Ekin, H. Şerife, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yaklaşımları*, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2016.

Yılmaz, Ahmet, "Neo-Liberal Dönüşüm Sürecinde Türkiye'de Devlet Toplum İlişkileri, Toplumsal Sınıf Merkezli Bir Yaklaşım", Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, S. 1, 2014.

Yılmaz, Hasan Kâmil, "Bir Lokma Bir Hırka", *Altınoluk Dergisi,* S. 157, Mart 1999.

Yılmaz, Hasan Kâmil, *Tasavvufî Bakış*, Erkam Yayınları, 2003, İstanbul.

Yin, Robert K., *Case Study Research and Applications: Design and Methods, Thousand Oaks,* SAGE Publications, CA, 2018.

Yusuf Has Hâcib, *Kutadgu Bilig*, haz. Reşit Rahmeti Arat, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 2009.

Yücel, Burçin Özender, İngiltere *"Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi",* Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2022, ss. 83–93.

Yüksel, Ahmet Turan, "Türk-İslam Medeniyetinde Vakıfların Yeri ve Önemi", *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* S. 13, 2002, ss. 47–54.

Zarrouk, Hafedh, “Ethics in Islamic Finance: A Theoretical and Methodological Reflection”, *Journal of Islamic Business and Management*, S. 1, 2014, ss. 78–87.

Žižek, Slavoj, *First as Tragedy*, Then as Farce, Verso, London/New York, 2009.

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu, Resmî Gazete, 21.06.2006, Sayı: 26205, md. 4/1-(d).

İnternet Kaynakları

Alice.si, “About Alice.si”, https://alice.si (erişim: 02.07.2025).

Beymen: “Reborn Projesi Basın Bülteni”, https://www.beymen.com/tr/p/beymen-reborn-koleksiyonu.

British Red Cross: “Our History”, https://www.redcross.org.uk/about-us/who-we-are/history (Erişim: 02.07.2025).

Charities Act 1960 (8 & 9 Eliz 2 C.58), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Eliz2/8-9/58/enacted (Erişim: 02.07.2025).

Charities Act 2011 (C. 25), Section 1, “Meaning of ‘Charity’”, https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/section/1, Erişim: 5 Temmuz 2025.

Charities Act 2011, UK Public General Acts, 2011 C.25, https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/contents/data.xhtml?view=snippet&wrap=true (Erişim: 02.07.2025).

Charities Acts 1993, 2006; Charities Act 2011 (C. 25), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2011/25/contents (Erişim: 02.07.2025).

Charities Aid Foundation (CAF): “What We Do”, https://www.cafonline.org (Erişim: 02.07.2025).

Charity Commission for England and Wales: “Charity Types: How to Choose a Structure (CC22a)”, GOV.UK, yayım: 30 Mayıs 2014, güncelleme: 4 Kasım 2014, https://www.gov.uk/guidance/charity-types-how-to-choose-a-structure (Erişim: 02.07.2025).

Charity Commission for England and Wales: “Public Benefit Guidance”, https://www.gov.uk/government/publications/public-benefit-the-public-benefit-requirement-in-charities, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Charity Commission for England and Wales: Public Trust and Confidence in Charities, 2022, https://www.gov.uk/government/publications/research-into-public-trust-in-charities-and-trustees-experience-of-their-role/public-trust-in-charities-2022 (Erişim: 04.07.2025).

Charity Commission for England and Wales: Sector Overview (2025), https://register-of-charities.charitycommission.gov.uk/en/sector-data/sector-overview, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Charity Commission for England and Wales: Tax Reliefs When You Donate to a Charity, 2023, https://www.gov.uk/donating-to-charity (Erişim: 02.07.2025).

Charity Commission for England and Wales: The Essential Trustee: What You Need to Know, What You Need to Do, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3, Erişim: 3 Temmuz 2025.

Charity Commission: "Who We Are", https://www.gov.uk/government/organisations/charity-commission/about (Erişim: 02.07.2025).

Charity Commission: Accounting and Reporting by Charities: Statement of Recommended Practice, 2005, s. 2, https://www.gov.uk/government/publications/charities-sorp-2005 (Erişim: 02.07.2025).

Charity Commission: Strategy 2024 to 2029, https://www.gov.uk/government/publications/charity-commission-strategy-2024-to-2029 (Erişim: 02.07.2025).

Charity Digital: "Fundraising Facts You Need to Know in 2025", https://charitydigital.org.uk/topics/fundraising-facts-you-need-to-know-in-2025-11052, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Charity Retail Association: "About Us", https://www.charityretail.org.uk (Erişim: 02.07.2025).

Charity Retail Association: "Our History", https://www.charityretail.org.uk/about-us/our-history (Erişim: 02.07.2025).

Charity Retail Association: "Volunteering in Charity Shops", 2023, https://www.charityretail.org.uk/volunteering/, Erişim: 10 Temmuz 2025.

Charity Retail Association: Annual Review 2024, https://www.charityretail.org.uk/about-charity-retail, Erişim: 2 Temmuz 2025.

eBay Inc.: “Recommerce Report”, https://www.ebayinc.com/recommerce-report/?utm_source

H&M: “Garment Collecting Program”, https://www2.hm.com/en_gb/sustainability-at-hm/recycle-your-clothes.html

HM Revenue & Customs: Charities and Tax, GOV.UK, 2024, https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs (Erişim: 02.07.2025).

HM Treasury: Budget Report 2024–25, Londra: Her Majesty’s Treasury, 2024, https://www.gov.uk/government/organisations/hm-treasury (Erişim: 02.07.2025).

National Council for Voluntary Organisations (NCVO): “Who We Are”, https://www.ncvo.org.uk/about-us (Erişim: 02.07.2025).

NCVO (National Council for Voluntary Organisations): UK Civil Society Almanac 2024, https://almanac.ncvo.org.uk, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Oxfam GB: “History of Oxfam Shops”, https://www.oxfam.org.uk/about-us/history-of-oxfam (Erişim: 02.07.2025).

Oxfam GB: “How Our Shops Work”, https://www.oxfam.org.uk/about-us/history-of-oxfam, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Oxfam International: “Our History and Global Impact”, 2025, https://www.oxfam.org/en/our-history (Erişim: 10.07.2025).

T.C. İçişleri Bakanlığı, Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü: “Faaliyet Alanlarına Göre Dernek Sayıları – 2024”. https://www.siviltoplum.gov.tr/istatistikler (Erişim: 11.05.2025).

The Charity Commission: Compliance Toolkit: Protecting Charities from Harm – Chapter 1: Charities and Terrorism, https://www.gov.uk/government/publications/charities-and-terrorism/compliance-toolkit-chapter-1-charities-and-terrorism (Erişim: 02.07.2025).

The Charity Commission: The Essential Trustee: What You Need to Know (CC3), Londra: Charity Commission, 2015, https://www.gov.uk/government/publications/the-essential-trustee-what-you-need-to-know-cc3 (Erişim: 02.07.2025).

The Charity Service: "About", https://www.charityservice.org.uk (Erişim: 02.07.2025).

Third Sector Trends Report 2024, https://www.communityfoundation.org.uk/insights/third-sector-trends, Erişim: 2 Temmuz 2025.

Trustee Act 2000, UK Public General Acts, 2000 C.29, https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/29/contents (Erişim: 02.07.2025).

Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, Erişim: 2025, https://sozluk.gov.tr/

Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK), 50 Soruda Ahîlik, erişim: 01 Mayıs 2017, http://www.tesk.org.tr/tr/yayin/124.pdf.

Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK): 50 Soruda Ahîlik. https://www.tesk.org.tr/tr/yayin/124.pdf (Erişim: 01.05.2017).

Vakıflar Genel Müdürlüğü: "Teberrükat Eşyaları", https://www.vgm.gov.tr/faaliyetler/kulturel-faaliyetler/teberrukat-esyalari, Erişim: 3 Haziran 2025.

War Charities Act 1940 (3 & 4 Geo 6 C.28), https://www.legislation.gov.uk/ukpga/geo6/3-4/31/section/6/enacted (Erişim: 02.07.2025).

Yılmaz, Hasan Kâmil, "Fütüvvet Ahlâkı ve Teşkilatı", erişim: 20 Mayıs 2025, http://hasankamil-yilmaz.com/futuvvet-ahlâkî-ve-teskilati.html.

Yılmaz, Hasan Kâmil, "Hizmet ve Himmet", Altınoluk Dergisi, S. 200, Ekim 2002, https://hasanKâmil yilmaz.com/hizmet-ve-himmet.html.

ÖZET

Bu çalışma, tasavvufî yardımlaşma anlayışı ile Birleşik Krallık'taki "charity" modelini mukayeseli olarak incelemektedir. Tasavvuf ve fütüvvet temelli prensiplerden hareketle, geleneksel tasavvufî yardımlaşma müesseseleri olan vakıf, tekke ve Ahîlik yapılanmaları kurumsal boyutlarıyla ele alınmakta; bu tarihsel mirasın günümüz tasavvufî yardım organizasyonları açısından taşıdığı imkânlar ve kurumsal kapasite unsurları yeniden değerlendirilmektedir. Bununla birlikte Birleşik Krallık'ta "charity" modelinin, özellikle "charity shop" pratiği üzerinden görünürleşen gelir üretme kapasitesi ve modern operasyonel yetkinlikleri analiz edilerek karşılaştırmalı bir değerlendirme zemini oluşturulmaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda çalışma, irfan ahlâkı ve tasavvufî yardım geleneğiyle bütünleşik, sürdürülebilir gelir üretme mekanizmasını kurumsal yapıya entegre eden hibrit bir "hayırsever dükkân" işleyiş modeli önermektedir.

Anahtar kelimeler: Tasavvufî Yardımlaşma, Tekke, Vakıf, Charity, Hayırsever Dükkân.

ABSTRACT

This study comparatively examines the understanding of Sufi charitable aid and the charity model in the United Kingdom. Drawing on principles grounded in Sufism and futuwwa, it analyzes the traditional institutions of Sufi charitable aid—waqf (foundation), Sufi lodges, and the Akhi organization—in institutional terms, and re-evaluates the opportunities and elements of institutional capacity that this historical heritage can offer to contemporary Sufi aid organizations. At the same time, it analyzes the UK charity model by focusing on its income-generating capacity and modern operational competencies, which are especially visible through charity shop practice, thereby establishing a comparative basis for evaluation. Based on the findings, the study proposes a hybrid "giftback store" (benevolent store) operating model that integrates a sustainable revenue-generation mechanism into the institutional structure in alignment with Anatolian wisdom and the Sufi charitable aid tradition.

Keywords: Sufi Charitable Aid, Sufi lodge, Foundation, Charity, Giftback Store.