

## Helal Gıda ve Helal Turizm Sektörlerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi

Harun Şencal\*

Received: 20.02.2021

Accepted: 08.03.2021

DOI: 10.25272/ijisef.883762

Type: Research Article

### Öz

Bu makalenin amacı, helal gıda sektörünün temel enstrümanı olan “helal gıda sertifikası” kavramının eleştirel bir değerlendirmesini ve helal turizm sektörünün İslami açıdan ontolojik bir analizini yapmaktır. Bu çalışmanın ilk kısmında helal gıdanın pratiğe bakan yönlerinden ziyade kavramsal bir analizi yapılarak “helal” kavramının gıda için kullanılmaya başlamasının nasıl bir metalaşmaya yol açabileceği ele alınacaktır. Ayrıca, kapitalist piyasa sistemi içerisinde sertifikalar aracılığıyla oluşturulacak bir standartlaşmanın nasıl sonuçlar doğurabileceğine değinilecektir. Çalışmanın ikinci kısmında ise diğer bir helal sektör olan helal turizm sektörü analiz edilerek -sebepler ve sonuçları itibarıyla- alternatif bir tecrübe sunmaktan ziyade, hali hazırda kapitalist sistem içerisinde faaliyet gösteren turizm sektörünün İslamlaştırılarak İslam’a uygun olmayan öğelerinin çıkartılmasından ibaret olduğu savunulacaktır. Eğer turizm kavramını ontolojik açıdan analiz edecek olursak, bu kavramın ortaya çıkışını kapitalist sisteme borçlu olduğunu iddia edebiliriz. Bu sebeple, turizm kavramına dair her türlü İslamlaştırma girişimi aslında kapitalist sistemin daha kapsayıcı şekilde işlemlerine yaradığını öne sürebiliriz. Bu makalede analiz edildiği üzere, turizm gibi kavramları “helalleştirme” sürecini nihai hedef olarak görmek İslami prensipler üzerine kurulu bir toplum inşa etmekte yetersiz kalacaktır. Bunun yerine, bu girişimlerin mevcut sistem tarafından izin verilen yüzeysel bir çözüm olduğunun görülmesi ve İslami prensiplere göre inşa edilen ilişkiler ve kurumlar oluşturulmasına gayret edilmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Helal gıda, Sertifika, Helal turizm, Metalaşma, İslam ekonomisi

**Jel Kodları:** L83, P12, E24

\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi, harun.sencal@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3617-8954

## A Critical Evaluation of Halal Food and Halal Tourism Sectors

### Abstract

This article aims to make a critical evaluation of the concept of "halal food certificate", which is the basic instrument of the halal food sector, and ontological analysis of the halal tourism sector from an Islamic perspective. In the first part of this study, through a conceptual analysis of halal food rather than its practical aspects, it is discussed how the use of the concept of "halal" for food can lead to commodification. In addition, the consequences of standardization that will be created through certificates in the capitalist market system are discussed. In the second part of the study, it is argued that the halal tourism sector, as another halal sector, consists of Islamizing the tourism sector, which is currently operating in the capitalist system, through filtering out the elements that are not compatible with Islam, rather than presenting an alternative experience in terms of reasons and consequences. If we analyze the concept of tourism from an ontological point of view, we can claim that this concept owes its emergence to the capitalist system. For this reason, we can argue that any attempt to Islamize the concept of tourism actually serves the capitalist system to function more inclusively. As analyzed in this article, seeing the "*halalization*" process of concepts such as tourism as the ultimate goal will be insufficient to build a society based on Islamic principles. Instead, it should be seen that these attempts are a superficial solution allowed by the current system, and an effort should be made to establish relationships and institutions built on Islamic principles.

**Keywords:** Halal Food, Certificate, Halal Tourism, Commodification, Islamic Economics

**Jel Codes:** L83, P12, E24

## Giriş

Modern hayatın içine doğan Müslümanlar kendilerini inşa etmedikleri bir dünyanın içerisinde yaşamak zorunda buldular (Hallaq, 2012, s. 3). Modern Müslümanlar, hayali bir cemaat olan ulus-devletin sınırları içerisinde doğup (Anderson, 2011), kapitalist sistemi ve kurumsallaşmayı içselleştirip (Illich, 2013) iyi bir vatandaş olmamızı sağlayan (Althusser, 2014) okul kurumunda eğitim alarak toplumun içinde bir birey olmayı öğrenmektedirler. Bunun neticesinde, aydınlanmacı gelenekten farklı bir metafizik anlayışına ait olan İslami kaynaklar temelli bir hayat yaşamak isteyen Müslümanlar ya modern dünyanın kompleks ve küreselleşen yapısından dolayı mecburiyetten ya da alınan eğitimin neticesinde gündelik hayatın parçası olarak kullandığımız kavramların yüklü oldukları anlamlarının farkında olmadan -iyi niyetle çaba sarf ederek- yeni kurumlar ve ilişkiler geliştirmek zorunda kalıyorlar. Bu çalışmanın ilk bölümünde modern öncesi dönemin göreceli olarak basit ilişkiler ağından dolayı ihtiyaç duyulmayan ancak günümüzde küresel bir üretim ağının parçası olan gıda sektörünün bir ihtiyaç olarak Müslümanların önüne koyduğu “helal gıda” kavramını inceleyeceğiz. İkinci bölümde ise yine bir ihtiyaçtan dolayı ortaya çıkan ancak “helal gıda” gibi İslam dininin bir gereksinimini karşılamaktan ziyade kapitalist sistemin bir ihtiyacını İslami kurallara uygun olarak giderebilmek için ortaya çıkan “helal turizm” kavramını ele alacağız.

Gıda üretiminin ve tüketiminin yerel ve basit olduğu zamanlarda bir yiyeceğin helal olmasını etkileyecek -helal kesim ve içindeki bileşenler gibi- faktörler kolayca tespit ve kontrol edilebilirdi. İş bölümünün yaygınlaştığı günümüz dünyasında ise çok farklı ülkelere yayılmış bir üretim sürecine şahit olmaktayız. Bunun neticesinde, herhangi bir ürün hammadde temini ve paketlenme süreçlerinden geçip sofralara gelene kadar kompleks bir üretim sürecinden geçmektedir (Yun, Lee, ve Kim, 2020). Sürecin herhangi bir noktasında gıda ürünlerinin helal olmamasına yol açacak bir olay üretim sonucunda ortaya çıkacak ürünün -İslami açıdan- tüketilemez hale gelmesine yol açabilmektedir. Bu kompleks hale gelen üretim sürecinin denetlenmesi sonucunda verilen “helal sertifikaları” tüketicilere güven vermeyi hedeflemektedir. Ancak içtihat farklılığından kaynaklı olarak “helal” kavramının “esnek” ve “katı” yorumları olabileceğinden dolayı helal sertifikaları da kendi içlerinde çeşitlilik sergilemektedir. Helal sertifikası alabilmek için göreceli olarak daha esnek kurallara uyma zorunluluğu “katı” kurallara sahip helal sertifikalarına göre daha düşük işlem maliyetine yol açacağı için helal kavramının kapitalist piyasa sisteminin talepleri doğrultusunda esneme tehlikesini doğurmaktadır. Öte yandan esnek olduğu bilinen bir helal sertifikası bazı potansiyel müşterileri kaçıracağı için aynı zamanda burada bir “trade-off” (ödünleşme) da söz konusudur. Netice olarak “helal gıda” kavramı her ne kadar bir zaruret olarak ortaya çıksa da özellikle sertifikasyon süreci sebebiyle kapitalist sistemle yakında ilişkili olarak şekillenmektedir.

Kompleks gıda üretim sürecinin İslami kurallara uygunluğunun denetlenmesi sonucunda verilen “helal” etiketinin uygulandığı önemli diğer bir sektör ise turizmdir. Gıda tüketim ihtiyacı tarih boyunca süregelen bir olgu olmakla birlikte, gıda üretiminin kapitalist üretim

sistemi içerisinde geçirdiği dönüşüm neticesinde “helal” sertifikasına ihtiyaç duyulurken, turizm kavramı modern hayatın ürettiği “çalışma” kavramının bir neticesidir. Her ne kadar bir noktadan diğer bir noktaya seyahat etme tarih boyunca görülen bir olgu olsa da turizm sektörünün ortaya çıkmasını sağlayan sebeple bu seyahatin gayesi aynı değildir.

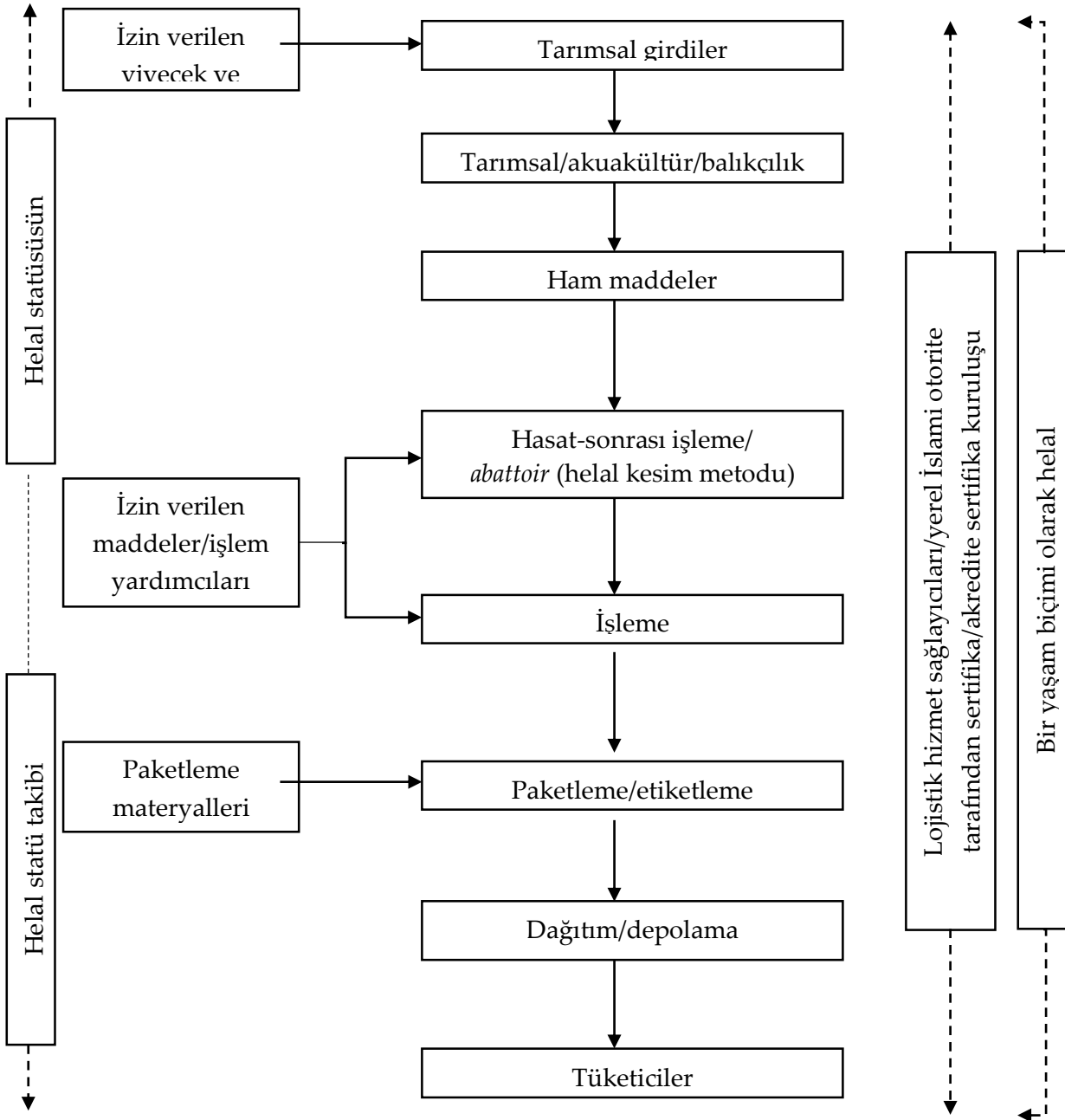
Kapitalist sistem içerisinde işçi olarak bulunan insanlar ücret mukabilinde sattıkları emek gücünü yenilemek için dinlenmeye, diğer bir tabirle emek gücünü yeniden yaratmaya ihtiyaç duymaktadır (Vivarelli, 2014). Bu ihtiyaç zamanla kapitalist sistem içerisinde bir sektör olarak turizmi ortaya çıkarmıştır. Müslüman işçilerin zaman içerisinde önemli bir pazar oluşturması neticesinde ise -yolculuk sırasında namaz vakitlerine riayet, dinlenme tesislerinin içki satmaması ve kadın-erkek ayrı tesisler gibi- “İslami kurallara uygun” olarak organize edilen “Müslüman dostu” turizm hizmetleri oluşturulmaya başlanmıştır. Helal gıdaya nispeten önemli bir fark ise, modern zamanın ürettiği bir ihtiyaç olan emek gücünün yeniden yaratılmasını İslami kurallara uygun olarak yapılması hedeflenirken, turizm veya emek gücünün yeniden yaratılma ihtiyacı gibi modern kavramları sorunsallaştırmadan sadece hali hazırda bulunan kapitalist bir kurumu İslamileştirme yoluna gidilmesidir.

Bu çalışmanın amacı helal gıda sektörünün temel enstrümanı olan “helal gıda sertifikası” kavramının eleştirel bir değerlendirmesini ve genelde turizm özelde ise helal turizm sektörüne olan ihtiyacın İslami açıdan bir analizini yapmaktır.

## 1. Helal Gıda

Müslümanların yiyecek tüketimi için küresel düzeyde yaptığı harcama 2019 yılı için 1,17 trilyon dolar tutmaktadır (DinarStandard, 2020, s. 40). Önümüzdeki yıllarda daha da büyümesi beklenen helal gıda sektörü karmaşık bir yapıya sahiptir. Bunun sebebi, “Helal” kavramının bankacılık sektöründen sonra gıda sektöründe de bir metalaşmaya uğrama tehlikesinin yanında (Sukardani, Setianingrum, ve Wibisono, 2018), küreselleşen kapitalist üretim zincirinin karmaşık yapısı sebebiyle yediğimiz yiyeceğin nereden geldiğini bilememe ve “Helal” olduğundan emin olamama problemiyle karşı karşıya olmamızdır (Yun vd., 2020).

Şekil 1: Helal Gıda Üretim Süreci



Kaynak: Soon vd. (2017, s. 41)

Bu sürecin küresel piyasalar sebebiyle farklı devletlerdeki mekanlarda yapılan üretim faaliyetlerini de içerdiğini düşünenecek olursak, gıda üretim sürecinin “helal” olma açısından birçok noktada riske maruz kaldığını söyleyebiliriz. Özellikle marketlerden alınan hazır ürünlerin birçoğunun, Çin başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinden gelen hammaddeler bir araya getirilerek üretilmesi sebebiyle gıda ürünlerinin helal olup olmaması bir sorun olarak durmaktadır. Çünkü üretim zincirinin herhangi bir noktasında yaşanan ihmal, ortaya çıkan ürünün helal olmasına mâni olabilmektedir.

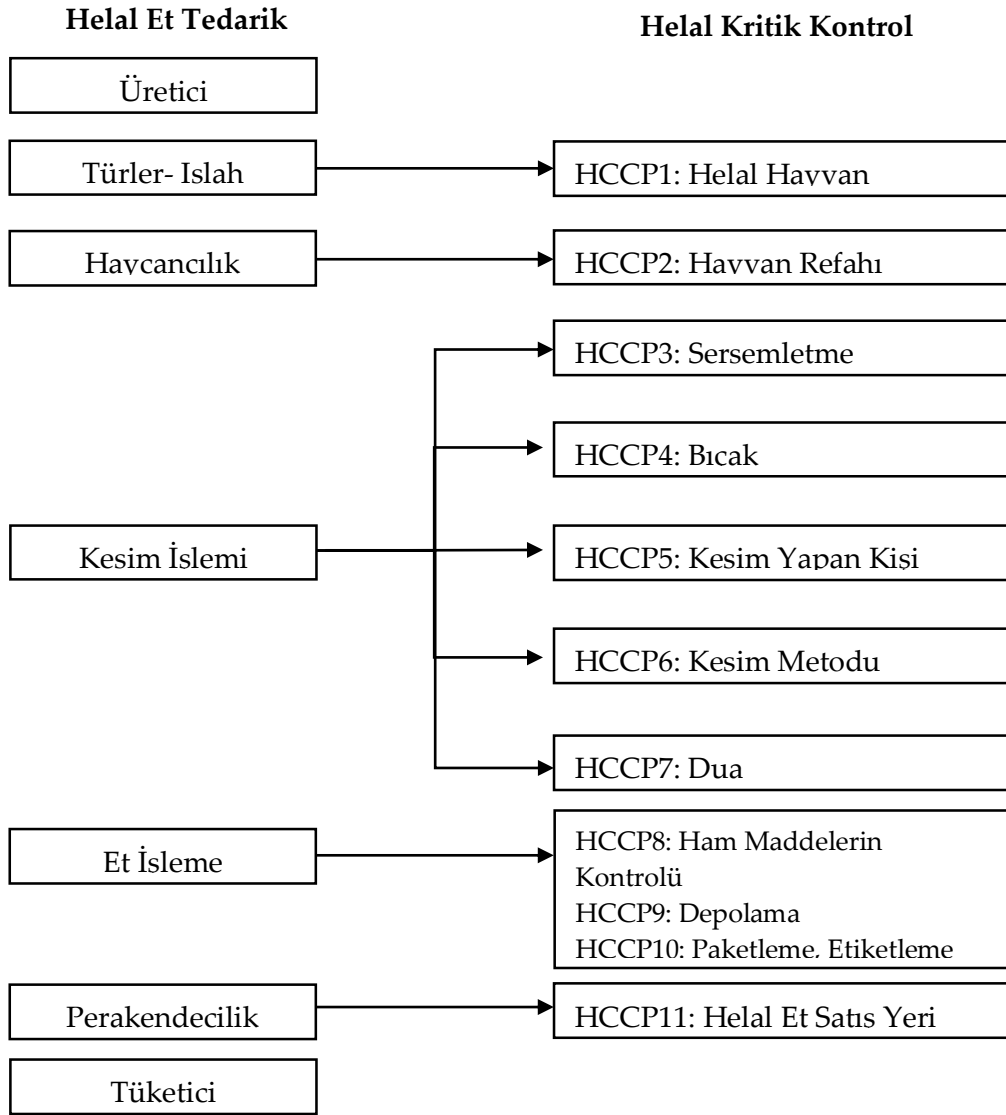
Şekil 1’de görüldüğü üzere bir yiyeceğin üretim zincirinin başlangıcından sofralara gelene kadar geçirdiği uzun ve karmaşık bir süreç vardır. Şekil 2 de gösterildiği üzere helal et üretimi daha da karmaşık ve fazla risk barındıran bir süreçtir (van der Spiegel vd., 2012, s. 114). Bu

sebeple, “Helal Turizm” kavramı göreceli olarak hayatımıza bir lüks olarak girmişken, aynı sistem içerisinde ortaya çıkan “Helal Gıda” kavramı küreselleşen üretim zincirinin karmaşık yapısının getirdiği bir zaruret olarak önümüze çıkmaktadır (Mahidin ve Saifudin, 2017, s. 339).

Bu bağlamda helal gıda sektörü beş temel araştırma alanının oluşmasına yol açmıştır (Secinaro ve Calandra, 2020): (i) Helal gıda ve sertifikaların rolü (Fuseini, Hadley, ve Knowles, 2020; Giyanti, Indrasari, Sutopo, ve Liquiddanu, 2020), (ii) helal gıda ve bilinçlendirme (Akın ve Okumuş, 2020; Jaiyeoba, Abdullah, ve Dzuljastri, 2019; Rachmawati ve Suroso, 2020), (iii) helal gıda üretimi ve kalitesi (Raffi ve Hasan, 2019; Vanany, Hua Tan, Siswanto, Arvitrida, ve Pahlawan, 2020), (iv) turizm işletmeciliğinde helal gıda (Katuk vd., 2020; Pradana, Huertas-García, ve Marimon, 2020) ve (v) helal gıda ve tedarik zinciri (Indarti, Lukito-Budi, ve Islam, 2020; Khan, Haleem, ve Khan, 2020). Bu makalede ise, helal gıdanın pratiğe bakan yönlerinden ziyade kavramsal bir analizi yapılarak “helal” kavramının gıda için kullanılmaya başlamasının nasıl bir metalaşmaya yol açabileceği ve kapitalist piyasa sistemi içerisinde sertifikalar aracılığıyla oluşturulacak bir standartlaşmanın nasıl sonuçlar doğurabileceğine değinilecektir.

Şekil 1 ve Şekil 2 de özetlenen kompleks tedarik zinciri gıda ürünlerinin helal olma güvencesini sağlayacak bir sertifikasyon mekanizmasının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu süreçleri bir standarda bağlamak ve denetlemek için ulusal ve uluslararası çapta birçok kurum helal gıda sertifikası vermeye başlanmıştır. Tablo 1’de görüldüğü üzere küresel düzeyde sertifika veren kurumların helal sertifikası vermek için değerlendirdikleri kriterler birbirinden farklıdır. Her ne kadar temel İslami gereksinimlerin yerine getirilmesi açısından bütün sertifikalar benzer kriterleri mecburi tutsalar da (Madde 3, 9, 16, 18, 19, 24, 34), bunlar ancak minimum seviyede İslam hukukuna uygunluğu temin etmeyi sağlamaktadır. Bunun ötesine giderek, İslam’ın önem verdiği sağlık gibi kriterleri sertifikasyon sürecinde değerlendirmeye alma noktasında ise farklılıklar olduğu görülmektedir. Örneğin 20. maddede belirtilen gıdaların içeriğinde sağlığa zararlı maddelerin bulunmaması kriterine dokuz sertifika kurumundan dört tanesi bakmamaktadır. Genetiği değiştirilmiş organizmaların gıdalarda olup olmadığını kontrol eden kurum sayısı ise sadece iki tanedir (Madde 23). Benzer şekilde, hijyenik olarak paketlenme kriterini de sadece beş sertifika kurumu değerlendirmektedir (Madde 27). İçerik konusunda yaşanan bu esneklik yiyeceklerin üretildiği tesisler için de geçerlidir. Örneğin “Tehlike Analizi Kritik Kontrol Noktaları” (HACCP) ve benzeri standartlara uygunluğu sadece iki tane kurum denetlemektedir (Madde 7). Çalışanların hijyen konusunda dikkatli davranıp davranmadıkları ise sadece üç kurumun kriterleri arasında yer almaktadır (Madde 11).

Şekil 2: Helal Et Tedarik Zinciri



Kaynak: van der Spiegel vd. (2012, s. 114)

**Tablo 1:** Küresel Helal Sertifika Kurumlarının Kriterleri

| Kriter  | Sertifika Veren Kurum* |      |     |      |      |        |       |     |       |
|---|------------------------|------|-----|------|------|--------|-------|-----|-------|
|   | JAKIM                  | MUIS | MUI | CICT | AFIC | IFANCA | FIANZ | HMC | SANHA |
| <b>Kategori 1: Firma Profili</b>  |                        |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 1 Mülkiyet—Müslüman   |                        |      |     |      |      |        |       |     | √     |
| 2 Firma ve bireysel satış yerleri Helal sertifikasına ihtiyaç duyuyor   | √                      | √    |     |      |      |        |       |     | √     |
| <b>Kategori 2: Tesisler</b>   |                        |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 3 Alan temizlenmeli ve kirlenmemelidir  | √                      | √    | √   | √    | √    | √      | √     | √   | √     |
| 4 En az iki Müslüman işçinin bulunduğu tesisler   | √                      | √    |     |      |      |        |       |     | √     |
| 5 Onaylı tesislerde yalnızca Helal yiyecek ve içecekler servis edilecek, satılacak, depolanacak veya işlenecek  | √                      | √    | √   |      |      | √      | √     |     | √     |
| 6 GMP ve GHP standartları ile uyumlu  | √                      |      | √   | √    | √    |        |       |     |       |
| 7 HACCP ve diğer kalite güvence standartlarıyla uyumlu  |                        |      |     | √    |      | √      |       |     |       |
| 8 Üretim alanına giren herkes özel fabrika kıyafetleri veya uygun ve temiz kıyafetler giymelidir  | √                      |      |     | √    |      |        |       |     |       |
| <b>Kategori 3: İşçi</b>   |                        |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 9 Kuşlar ve hayvanlar nitelikli Müslümanlar tarafından kesilmelidir   | √                      | √    | √   | √    | √    | √      | √     | √   | √     |
| 10 Personele rolleri ve sorumlulukları hakkında bilgi verilmelidir  | √                      | √    |     | √    | √    | √      |       |     |       |
| 11 Personel kişisel hijyene dikkat etmelidir  | √                      |      |     | √    |      | √      |       |     |       |
| 12 Personel her zaman uygun kıyafet veya düzgün giysi giymelidir  | √                      | √    |     | √    |      |        |       |     |       |
| 13 Üretim alanlarında sigara içilmesine, yemek yenilmesi, içecek içilmesine veya yiyecek, içecek, sigara, ilaç ve diğer şeylerin saklanması izin verilmez | √                      |      |     | √    |      |        |       |     | √     |
| 14 Personelin sağlık durumu iyi olmalıdır   | √                      |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 15 Personelin yalnızca özel veya tahsis edilmiş alanlarda bulunmasına izin verilir  | √                      |      |     |      |      |        |       |     |       |
| <b>Kategori 4: Ekipman</b>  |                        |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 16 Tesisler ve ekipman Helal olmayan maddelerle kirletilmemelidir   | √                      | √    | √   | √    | √    | √      | √     | √   | √     |
| 17 Aletler ve ekipmanlar uygun şekilde organize edilmeli ve güvenli bir şekilde muhafaza edilmelidir  | √                      | √    |     |      |      |        |       |     |       |
| <b>Kategori 5: Ham Maddeler</b>   |                        |      |     |      |      |        |       |     |       |
| 18 Helal ürünler için sadece Helal malzemeler kullanılmalıdır   | √                      | √    | √   | √    | √    | √      | √     | √   | √     |
| 19 Hayvansal bazlı içerikler İslam Şeriatına uygun olarak kesilmiş Helal hayvanlardan elde edilmelidir  | √                      | √    | √   | √    | √    | √      | √     | √   | √     |
| 20 Intoksike edici ve gıda boyası gibi yüksek riskli içerik maddelerinden kaçınılmalıdır  | √                      | √    | √   |      | √    |        |       | √   |       |
| 21 Hammaddeler, onaylı bir laboratuvar tarafından rastgele test edilmelidir.  | √                      | √    | √   |      |      |        |       |     |       |

\* **JAKIM:** Malezya İslami Kalkınma Departmanı; **MUIS:** Singapur İslam Dini Konseyi; **MUI:** Endonezya Ulama Konseyi; **CICT:** Tayland Merkezi İslam Komitesi; **AFIC:** Avustralya İslam Konseyleri Federasyonu; **IFANCA:** Amerika İslami Gıdalar ve Beslenme Konseyi; **FIANZ:** Yeni Zelanda İslam Derneği Federasyonu; **HMC:** Helal İzleme Komitesi; **SANHA:** Güney Afrika Ulusal Helal Kurumu



|   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 22 Hayvansal bazlı içerikler, sertifikasyon kuruluşu tarafından onaylanmış bir Helal kaynaktan elde edilmelidir   |    |    | √  | √  |    |    |    |    | √  |
| 23 GDO gibi şüpheli içeriklerden kaçınılmalıdır   |    | √  |    |    | √  |    |    |    |    |
| <b>Kategori 6: Paketleme ve Etiketleme</b>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 24 Ambalaj malzemeleri necis ve zararlı olmamalıdır   | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  |
| 25 Etiketler, ürünün adını ve markasını belirtmelidir   | √  | √  |    | √  |    | √  | √  |    |    |
| 26 Etikete Helal logo basılmalıdır  | √  | √  | √  | √  |    | √  | √  |    |    |
| 27 Helal sertifikalı ürünler, üretim tesisinden nakledilmeden / dağıtılmadan önce hijyenik olarak paketlenmelidir   | √  | √  |    | √  |    |    |    | √  | √  |
| 28 Kolay okunabilmesi için etiketin açıkça basılmış ve uzun ömürlü olması gerekir   | √  | √  | √  |    | √  |    |    | √  |    |
| 29 Her bir bileşenin minimum içeriği açıkça belirtilmelidir   | √  | √  |    | √  |    | √  | √  |    |    |
| 30 Etiket, üreticinin adı ve adresi ile ticari markasını içermelidir  | √  | √  |    | √  |    |    | √  |    |    |
| 31 Kod numarası- tarih ve / veya üretim parti numarası / son kullanma tarihi belirtilmelidir  | √  | √  | √  |    |    |    | √  |    |    |
| 32 Aynı marka adı altındaki ürünler Helal sertifikalı olmalıdır   |    | √  | √  |    |    |    |    |    |    |
| 33 Helal sertifikasının mükerrer olmasına izin verilmeyecektir  |    |    |    |    |    |    | √  |    | √  |
| <b>Kategori 7: Lojistik</b>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 34 Depolama, işleme, nakliye ve üretim sırasında Helal ve Helal olmayan ürünler arasında kontaminasyon olmamalıdır.   | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  |
| 35 Taşıma — yalnızca Helal gıda teslim etmelidir  | √  | √  | √  | √  |    |    |    |    | √  |
| <b>Kategori 8: Tedarikçi</b>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 36 Tedarikçiler, sertifika kuruluşu tarafından açıkça onaylanmış olmalıdır  | √  | √  |    |    |    |    |    |    | √  |
| 37 Helal ürünler haricinde üçüncü taraf sözleşmeleri verilmeyecektir  | √  |    |    |    |    |    |    |    |    |
| <b>Kategori 9: Prosedürler ve Belgeler</b>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 38 Sersemletmeye izin verilmez  |    |    |    |    |    |    |    | √  |    |
| 39 Diğer Helal sertifikaları / lisansları, sertifikasyon kuruluşu tarafından onaylanan İslami otoriteler tarafından verilmelidir  |    | √  | √  |    | √  | √  |    |    | √  |
| 40 Helal sertifikalı tüm mağazalarda ve ayrıca hammadde, içerik, sos vb. Tedarikçilerinde denetimler yapılmalıdır   | √  | √  |    | √  | √  |    |    | √  | √  |
| 41 Düzeltici önlemlerin alınabilmesi için şikayetlerin soruşturulmasına yönelik bir süreç olmalıdır   | √  | √  | √  | √  | √  | √  | √  |    |    |
| 42 Maddeler başvuru formunda belirtilen listeye benzer olmalıdır  | √  | √  |    | √  |    |    |    |    |    |
| 43 Başvuru sahipleri Helal olarak işaretlenmiş bir dosya tutmalı ve tüm teslimat siparişlerinin, faturaların ve tanınmış yerel ve / veya yabancı Helal sertifikalarının basılı kopyalarını saklamalıdır | √  | √  | √  | √  | √  |    | √  |    |    |
| 44 İstenmeyen katışıklıkların kontrol edilmesini veya bulunmadığından tamamen emin olmak için malzemenin genetik kökenlerinin karakterizasyonu ve dokümantasyonu yapılmalıdır.                          |    |    | √  |    | √  |    | √  |    |    |
| Bütün maddeler için toplam onay sayısı  | 35 | 31 | 21 | 25 | 17 | 16 | 17 | 12 | 19 |
| % (yüzdeler)  | 80 | 70 | 48 | 57 | 39 | 36 | 39 | 27 | 43 |

**Kaynak:** Latif vd. (2014, ss. 91-93)

Bu kurumların her biri “Helal” sertifikası verdiği halde, neyin helal olduğu konusundaki değerlendirme kriterleri farklıdır ve bu fark maliyetlere de yansımaktadır. Katı ve birçok kriterine göre değerlendirme yapan bir kurumun hem sertifika verme hem de sonraki süreçte takip etme maliyeti yüksek olacağından, kârını maksimize etmeye çalışan firmalar tarafından aynı sertifikayı daha ucuza verebilecek “esnek” bir kurum tercih edilebilir. Bu sayede benzer ürünü daha ucuza satarak rekabet edebilme imkanı artacaktır. Bu sebeple, “helal” sertifikası veren kurumlar, özellikle Avrupa’da farklı hassasiyet derecelerine göre hareket ettiği için, alınan üründeki “helal” etiketinin “esnek” mi yoksa “katı” standartlara mı tabi olduğunu öğrenmek için araştırmak gereklidir. Esnek ve katı “helal” anlayışı sebebiyle müşteri ve satıcılar açısından bir karar süreci ortaya çıkmaktadır. Satıcılar açısından, alması daha zor ve denetleme mekanizmasının masrafları sebebiyle daha maliyetli “katı” bir helal sertifikası, alması kolay ve göreceli olarak daha az maliyetli olacak “esnek” bir helal sertifikası ve bu iki uç arasında bulunan diğer helal sertifikaları arasından bir seçim yapılması gerekecektir. Burada amaç ticari olarak sadece kar maksimizasyonu olsa dahi müşterilerin esnek ve bu sebeple şüphe uyandıran bir helal sertifikasına sahip ürünü tercih etmeme riskinden dolayı orta yollu bir tercih yapılması muhtemeldir. Müşteriler açısından da yine fiyat açısından uygun ama aynı zamanda güvenilir bir helal sertifikasına sahip ürünün tercih edilmesi beklenebilir.

Bunun yanı sıra, “Helal” etiketi kullanılarak satışına başlanan bir ürün, aynı etikete sahip olmayan rakip ürünlerin -helal olma konusunda şüphe olmasa dahi- helal olmadığı izlenimini verebilir. Bu durum “Helal gıda” kavramının metalaşmasına, bunun yanında sertifika alma maliyetinden dolayı ürünlerin fiyatlarının da artmasına sebep olmaktadır. Bu durum daha ziyade yerel satıcılarda ve daha az karmaşık olan gıda tedarik süreçleriyle ilgilidir.

“Helal Gıda” tartışmasında karşımıza ayrıca formel şartlarla yetinme veya gıdanın helal olmasının yanında “tayyib” olması şartını da arama ikilemi çıkmaktadır. Râğıb el-İsfahânî tayyib kelimesini yiyecekler için sıfat olarak kullanıldığında, yiyeceğin “meşrû yollarla elde edilen ve cevaz sınırları içinde kalınarak” tüketilmesi anlamına geldiğini belirtmektedir (Yerinde, 2011, s. 196). Ayrıca, temiz ve saf anlamına da gelen tayyib, helal gıdanın yetiştirilme, elde edilme ve tüketilmesini kapsayacak bir süreci ifade etmektedir (Alzeer, Rieder, ve Hadeed, 2018, s. 265). Tablo 1’de değerlendirilen kriterler incelendiğinde sertifika kurumlarının şekli İslami kurallara (hayvanların kesilmesi ve içerik maddelerinin helal olması gibi) ve hijyen-sağlık gibi çevresel faktörlere dikkat ettiği göze çarpmaktadır. Peki, hayvanların kesimi sırasında “Besmele” çekilmesi ve kesen kişinin Müslüman olması gibi formel şartların yanı sıra, kesilecek hayvanlara yetiştirilme aşamasından itibaren İslam’ın emir ve tavsiye ettiği şekilde davranılması bu tür bir sertifika sürecinin parçası olması gerekir mi? Bu soruya “Evet” cevabını veren bir işletme için, birim girdiden maksimum çıktıyı hedefleyen kapitalist üretim mantığı içerisinde rekabet etmek zorlaşacaktır. Çünkü “helal ve tayyib” olan ürünlerin yüksek üretim maliyeti sebebiyle piyasada satılan muadillerinden daha yüksek bir fiyata satılması gerekecektir. Bu üretim şeklinin sürdürülebilir olması için aynı hassasiyeti taşıyan ve bunun için para vermeye razı olacak bir alıcı kitlesinin olması

gerekmektedir. Bu olabilir mi? Olması muhtemeldir, çünkü insanlar -her ne kadar organik olma konusunda tartışmalar olsa da- daha sağlıklı olduğuna inandıkları için daha fazla ödeyerek organik gıdayı tercih etmektedirler. Fakat bunun için sadece müşterilerin bilinçlenmesi ve bu tarz bir “İslami hassasiyet”e sahip olması yeterli değildir. Bunun yanı sıra sertifika kurumlarının da değerlendirmeye aldıkları “helal” olma kriterlerinin ötesine gidip, bu kriterleri “helal ve tayyip” olacak şekilde genişletmeleri gerekmektedir.

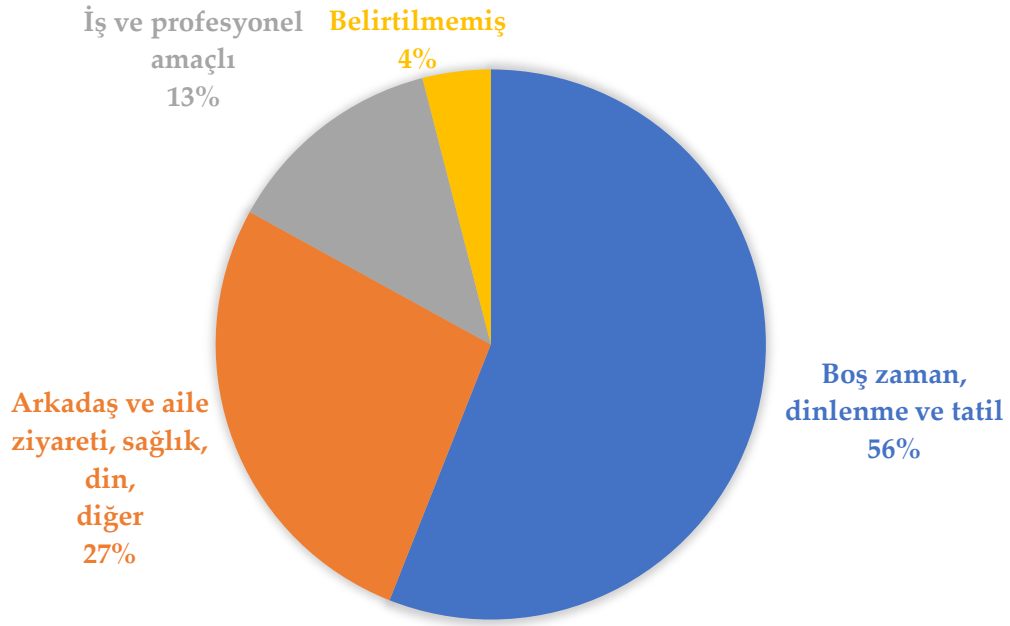
“Helal Gıda” standardında şeklen uygunluğun ötesine giderek “helal ve tayyip” olma şartlarını esas aldığımız ve bunun hem bedenimiz hem de ruhumuz için gerekli olduğuna inandığımız takdirde, yeterli talep yaratılıp arz teşvik edilebilir. Fakat Müslümanlar tarafından inşa edilmeyen bir dünyada yaşamanın yol açtığı şu ikilem hep olacaktır: Fıkhi kuralları (hile-i şeriyye ve maslahat söylemlerinde olduğu gibi) bir şekilde esneterek veya ibadetlere ve akitlere şeklen uymakla yetinerek modern kapitalist toplumun ilişki ve kurumlarına eklenenecek miyiz, yoksa Şeriat’ın özünden doğan ve fıkhi kuralları da şekillendiren ahlaki temeller üzerine inşa edilmiş ilişki ve kurumlar inşa etmek için mi çaba sarf edeceğiz.

## 2. Helal Turizm

Helal turizm kavramı, İslami kurallara uygun olarak hizmet veren turizm firmalarının sunduğu hizmetleri ifade etmektedir. Helal turizm kavramının yanı sıra “Müslüman Dostu Turizm” (MDT) kavramı da literatürde yer almaktadır. MDT veya Helal Turizm ile İslam dininin izin verdiği çerçevede ve amaçlar doğrultusunda seyahat eden kişilere yönelik sunulan hizmetler kastedilmektedir (COMCEC, 2016). Müslümanların çeşitli sebeplerle yaptıkları seyahat masrafları küresel seyahat hacminin %12’sine tekabül ederek 194 milyar dolarlık potansiyel bir pazar oluşturmaktadır (DinarStandard, 2020, s. 98).

Şekil 3’te görüldüğü üzere küresel ölçekte yapılan seyahatlerin yarısından çoğu dinlenme ve tatil amacıyla yapılmaktadır. Helal turizm sektörünün amacı da dinlenme ve tatil amacıyla yapılan yolculuk ve konaklamalar başta olmak üzere, İslami hassasiyetlere göre hareket eden müşterilerin yolculuk tecrübelerini İslami kurallara uygun olarak geçirmelerini sağlamaktır. Bu noktada helal turizm sektörünün -sebepler ve sonuçları itibarıyla- alternatif bir tecrübe sunmaktan ziyade, hali hazırda kapitalist sistem içerisinde faaliyet gösteren turizm sektörünün İslamleştirilmesi, diğer bir ifadeyle İslam’a uygun olmayan öğelerinin çıkartılmasından ibaret olduğunu söyleyebiliriz.

Şekil 3: Bireylerin Yolculuk Sebepleri (2018 Verileri)



**Kaynak:** Dünya Turizm Organizasyonu (2019, s. 6)

Eğer turizm kavramını ontolojik açıdan analiz edecek olursak, bu kavramın ortaya çıkışını kapitalist sisteme borçlu olduğunu iddia edebiliriz. Bu sebeple, turizm kavramına dair her türlü İslamileştirme girişiminin aslında kapitalist sistemin daha kapsayıcı şekilde işlemlerini sağladığını belirtmeliyiz. Bu iddiamızı temellendirebilmek için öncelikli olarak işçi kavramına ve onunla bağlantılı olarak aynı süreç içerisinde modernite tarafından icat edilen bir diğer kavram olan çalışma kavramına değinmeliyiz.

Polanyi (2001), para ve toprağın yanı sıra işçinin de piyasa sisteminin varlığını sürdürebilmek için -piyasa sisteminin hegemonyası neticesinde- meta olarak yaratılmadıkları halde metaya dönüştüğünü iddia eder. İnsanın emeğinin kendisinden ayrılarak piyasada sürekli arz halinde bekleyen bir metaya dönüşmesi toplumsal ilişkilerin de farklı bir yapıda şekillenmesine yol açmaktadır. İnsanın emeğinin kendisinden ayrılarak bir meta halinde satılması aynı zamanda modern çalışma kavramının da kapitalist sistem içerisinde doğmasına yol açmıştır. Günümüzde sahip olunan meslek, yani çalışma alanı bireyi kamusal alanda tanımlayan olumlu bir etikete dönüşmüştür. Halbuki, çalışma kavramının icadına bakıldığında, bu kavrama anlam olarak yakın olan “uğraşların” kapitalizm öncesi batılı toplumlarda bir zorunluluk ve istenmeyen bir şey olarak algılandığı görülmektedir (Gorz, 2007). Bu dönüşüm, modern öncesi toplumsal ilişkileri anlama noktasında araştırmacıları farkında olmadan anakronik okumalara da sürükleyebilmektedir. Örneğin, Arapça “الجير” (ücret karşılığı tutulan/kiralanan kişi) kelimesinin işçi kavramıyla karşılanması anakronik bir tercümedir. Çünkü “işçi” kavramı modern kapitalist sistem içerisindeki bir ilişki içerisindeki taraflardan birini ifade eden bir kavramdır.

Üretim sürecinin girdileri arasında yer alan ve Adam Smith zamanından beri bir sermaye olarak algılanmaya başlanan insan (Hodgson, 2014, s. 1065), diğer üretim girdilerine göre farklı bir özelliğe sahiptir. Diğer hammaddeler (ağaç, demir vb.) üretim sürecine sadece bir defa girebilirken, insan emeğini yeniden yaratarak ertesi gün aynı işlemleri tekrar yaparak üretim sürecine yeniden dahil olabilmektedir. Ancak bunun için emeğini yeniden yaratması, yani dinlenmesi ve gıda alması gerekmektedir. İşte bu noktada dinlenme, tatil ve boş zaman gibi kavramların işçilerin emeklerini yeniden yaratmaları ve kapitalist üretim sistemi içerisindeki rollerini sürdürmeleri için önemi ortaya çıkmaktadır.

Hem turizm sektörünün genelinde hem de dinlenme alanları özelinde düşünüldüğünde temel amacın emek gücünün yeniden yaratılması olduğunu bu faaliyetler için tahsis edilen mekân isimlerinden yola çıkarak da görmek mümkündür. Türkçede mesire veya park alanı olarak ifade edilen yerler İngilizce konuşan Batılı toplumlarda “*recreational field*” (yeniden yaratma alanı) olarak isimlendirilmektedir. Bu kavram Türkçe literatüre -birebir tercümesi sorunlu olacağından- latinize edilerek, “rekreasyon alanı” şeklinde aktarılmıştır.<sup>1</sup>

Her ne kadar TDK'ya göre “turizm” kelimesi “Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi” şeklinde entelektüel bir bağlamda tanımlanmış olsa da ortalama bir insanın turizm planlarının iş stresinden uzaklaşıp dinlenmek, eğlenmek ve belki yeni tecrübeler edinmekten öteye gitmesi pek mümkün değildir. Özellikle tatil zamanında insanların sahil kenarlarındaki otellere doluşması bu iddiayı destekler niteliktedir.

Seyahat etmenin anlamını İslam Ekonomisi bağlamında ele aldığımızda kapitalist sistemin bir parçası olan turizm kavramının Müslüman bir toplumsal yapıya ne kadar uzak olduğu daha iyi anlaşılabilir. Ku'ran'daki birçok ayette de<sup>2</sup> görülebileceği gibi İslam'ın *rihle* veya seyahat diyebileceğimiz kavrama yaklaşımı -hac gibi dini ziyaretlerin dışında- gördüklerinden ders çıkartmak (ibret) maksadıyla yolculuk etmek olarak ifade edilebilir. *Rihle* veya seyahat ile turizm arasında bazı benzerlikler bulunabilse dahi Müslümanların eylemlerindeki amaç farklılığı bu iki kavramı farklı kılmaktadır. Hem İslami bir saik ile hem de turistik bir gezi amacıyla yapılan yolculuklarda A noktasından B noktasına bir yolculuk söz konusu olsa da bu yolculuklar hem sebep açısından hem de ortaya çıkarttığı sonuçlar açısından farklılaşmaktadır. İslami bir sebeple çıkılan yolculuk bir boş vakit aktivitesi veya dinlenme gibi sebeplerden ziyade İslam dininin emir veya tavsiyeleri bağlamında kalkışılan bir uğraşa tekabül ederken, turistik bir gezinin amacı daha ziyade insanın emeğini yeniden yaratabilmesidir. Sebeplerin farklılığı, ortaya çıkan sonucun da farklı olmasına yol açmaktadır: İslami bir saik ile çıkılan seyahatin -ilim tahsil etme, dini vecibeleri yerine getirme veya ibret alma gibi amaçlar sebebiyle- daha iyi ve bilinçli bir Müslüman olma yolunda katkısı

<sup>1</sup> TDK'ya göre rekreasyon alanı, “İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak etkinlik yapabilecekleri yer” olarak tanımlanmaktadır (Güncel Türkçe Sözlük).

<sup>2</sup> Bkz. Âl-i İmrân 2/137; Ankebût 29/20; Rûm 30/9; Fâtır 35/44; Mü'min 40/82.

varken, turistik gezilerin neticesi -beklendiği üzere- emeğin yeniden yaratılmasından ibaret olmaktadır.

Helal veya Müslüman dostu turizm kavramlarıyla oluşturulmaya çalışılan İslamileştirme eylemi bu kavramları ortaya çıktığı bağlamları, sebepleri ve sonuçları açısından ele almak yerine sürece odaklanarak, Müslümanların yolculuk tecrübelerinde şekli olarak İslami emirlere uymalarını kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Bu amaca hizmet etmek için kurulan firmalar, her kesime yönelik hazırlanmış turistik gezi ve tatilleri “İslami hassasiyetlerin” gözetildiği programlara dönüştürerek “kendilerinin kurmadıkları bir dünyada turist olmak isteyen” Müslümanlar için hizmet satmaktadır.

Şu ana kadar yaptığımız eleştirel değerlendirme göstermektedir ki, bu sektör özü itibarıyla kapitalist sistemin prensiplerine göre düzenlenmekte ve sistemin daha iyi işlemesine yardımcı olmaktadır. Bu sebeple de satılan hizmetlerin “İslami” kimliği yüzeysel kalmakta, yıkıcı bir etkisi olmadığı için de mevcut sistemle uyumlu bir sektör olarak varlığını sürdürmektedir. Daha da ötesi, bu seyahat programlarını düzenleyen firmaların yukarıda ifade edildiği üzere ontolojik düzeyde bir farkındalıkla mı hareket ettikleri yoksa piyasa sisteminin işçi, para ve toprağı metalaştırdığı gibi bu firmaların da İslami değerleri metalaştırarak ticari bir ürün haline mi getirdiklerinin sorgulanması gerekmektedir.

Özetle, burada kilit nokta benzer eylemlerin amaç açısından farklılaşmasıyla ilgilidir. Helal turizm kurumunu değerlendirirken ontolojik bir seviyede düşünmemiz gerekmektedir. Bu bağlamda, “Turizmin helali nasıl olmalıdır?” yerine “Müslümanın turizm ile işi olur mu” sorusu bizi ontolojik düzeyde turizm ve turizmle ilgili kurum ve ilişkileri incelemeye götürebilir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Bu çalışmada İslam ekonomisi açısından helal piyasaların eleştirel bir değerlendirmesi yapılmıştır. İslam hukuku açısından caiz olup olmamanın ötesinde helal gıda ve helal turizm sektörlerini kavramsal bir değerlendirmeye tabi tuttuğumuz bu araştırma göstermektedir ki İslam temelli bir çözüm önerisi sunmadan önce içine doğduğumuz kurum ve ilişkilerin derinlemesine analizini yapmamız gerekmektedir. Ancak bu farkındalıktan sonra İslami kurum ve ilişkilerin inşa edilebilmesi -güç dengeleri bağlamında bir engel olmadığı sürece- mümkün olacaktır.

Toplumsal dönüşümlerin nasıl sağlanacağı, bir dönüşümün mümkün olup olmadığı gibi konular bu makalenin kapsamı dışındadır. Sonraki aşamaları oluşturan bu amaçlar için ilk olarak zihinlerin bir dönüşüm ihtiyacına hazırlanması gereklidir ki, gerekli adımları atmak için insanlar istekli olsun. Ancak toplumsal dönüşümlerle ilgili önemli bir noktaya dikkat çekilmelidir. Her ne kadar uzun vadede İslam ekonomisi çerçevesinin çizdiği ve İslam ahlak prensiplerine dayalı normatif bir toplumsal yapı hedeflense de kısa vadede herkesin kendi gayretiyle bu teorik çerçeveyi uygulayabileceği bir alan mevcuttur. Diğer bir ifadeyle, üzerinde oturduğumuz halının tamamını temizleyemiyorsak da elimizin ulaştığı kadarıyla

oturduğumuz bölgeyi temizlemek ve diğer kısımlardan üzerimize kir gelmesine mâni olmaya çabalamak imkan dahilinde ve sorumluluğumuzdadır. Halı zaten kirli diyerek üzerinde yuvarlanıp tepinmek bir yerden sonra kirlerin farkında olmadan yaşamaya devam etmemize sebep olacaktır.

İslami temel prensipler üzerine kurulacak bir eğitim sayesinde, kişilerin içinde yaşadıkları dünyanın kavramlarını sorgulamadan ve değer yüksüz şekilde algılayarak kullanmaları yerine, bu kavramları, arka planlarında yatan varsayımların ve ön kabullerin farkına vararak kullanmaları, mümkünse de kendi varlık ve bilgi anlayışları etrafında kavramlar üretme gayretine girmeleri toplumsal bir dönüşüm için gereklidir. Bu eğitimin neticesinde beklenen, -bu makalede işlendiği üzere- kişilerin turizm gibi kavramları “helalleştirme” sürecini nihai hedef olarak görmek yerine mevcut sistem tarafından izin verilen yüzeysel bir çözüm olduğunu görmeleri ve fitrata uygun ilişkiler ve kurumlar inşa etme amacını sürdürmeleridir. Bu amaç doğrultusunda ele alınması gereken temel sorulardan biri şudur: Müslümanların inşa etmediği bir dünyanın doğurduğu zorunluluklar ve bu zorunlulukların dayattığı ilişki ve kurumlar tarafından kuşatılmış bir düzende Müslümanca yaşamak için bir alan nasıl açılabilir?

## Kaynakça

- Akın, M. S., & Okumuş, A. (2020). Shaping the consumers' attitudes towards Halal food products in Turkey. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Althusser, L. (2014). *On the reproduction of capitalism: Ideology and ideological state apparatuses*. London; New York: Verso.
- Alzeer, J., Rieder, U., & Hadeed, K. A. (2018). Rational and Practical Aspects of Halal and Tayyib in the Context of Food Safety. *Trends in Food Science & Technology, 71*, 264-267.
- Anderson, B. R. O. (2011). *Hayali cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması* (İ. Savaşır, Çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- COMCEC. (2016). *Muslim Friendly Tourism*. Ankara.
- DinarStandard. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report*.
- Fuseini, A., Hadley, P., & Knowles, T. (2020). Halal food marketing: An evaluation of UK halal standards. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Giyanti, I., Indrasari, A., Sutopo, W., & Liquiddanu, E. (2020). Halal standard implementation in food manufacturing SMEs: Its drivers and impact on performance. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Gorz, A. (2007). *İktisadi aklın eleştirisi* (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Hallaq, W. (2012). *The Impossible State: Islam, Politics, and Modernity's Moral Predicament*. Columbia University Press.
- Hodgson, G. M. (2014). What is capital? Economists and sociologists have changed its meaning: should it be changed back? *Cambridge Journal of Economics, 38*(5), 1063-1086.
- Illich, I. (2013). *Okulsuz toplum* (8. bs; M. Özay, Çev.). İstanbul: Şule Yayınları.
- Indarti, N., Lukito-Budi, A. S., & Islam, A. M. (2020). A systematic review of halal supply chain research: To where shall we go? *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Dzuljastri, A. R. (2019). Halal certification mark, brand quality, and awareness: Do they influence buying decisions of Nigerian consumers? *Journal of Islamic Marketing, 11*(6), 1657-1670.
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K. R., Kayat, K., Abdul Hamid, Mohd. N., Zakaria, N. H., & Purbasari, A. (2020). Halal certification for tourism marketing: The attributes and attitudes of food operators in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Khan, S., Haleem, A., & Khan, M. I. (2020). Risk management in Halal supply chain: An integrated fuzzy Delphi and DEMATEL approach. *Journal of Modelling in Management, ahead-of-print*(ahead-of-print).



- Latif, I. A., Mohamed, Z., Sharifuddin, J., Abdullah, A. M., & Ismail, M. M. (2014). A Comparative Analysis of Global Halal Certification Requirements. *Journal of Food Products Marketing*, 20(sup1), 85-101.
- Mahidin, N., & Saifudin, A. M. (2017). Halal Food Logistics: The Challenges among Food & Beverages Small and Medium Sizes Manufacturers. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(3), 337-346.
- Polanyi, K. (2001). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time* (2nd bs). Boston: Beacon Press.
- Pradana, M., Huertas-García, R., & Marimon, F. (2020). Muslim tourists' purchase intention of halal food in Spain. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1-5.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2020). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Raffi, R. M., & Hasan, Q. (2019). Food Quality and Safety in Japan: Exploring Halalan Tayyiban Aspect. *Global Journal Al-Thaqafah*, 29-37.
- Secinaro, S., & Calandra, D. (2020). Halal food: Structured literature review and research agenda. *British Food Journal*, 123(1), 225-243.
- Soon, J. M., Chandia, M., & Regenstein, J. M. (2017). Halal integrity in the food supply chain. *British Food Journal*, 119(1), 39-51.
- Sukardani, P. S., Setianingrum, V. M., & Wibisono, A. B. (2018). Halal Lifestyle: Current Trends In Indonesian Market. İçinde A. D. Witjaksono, D. Tandyonomanu, A. O. T. Awaru, T. Pangalila, Tsuroyya, & A. F. Fauzi (Ed.), *Proceedings of the 1st International Conference on Social Sciences (icss 2018)* (C. 226, ss. 334-339). Paris: Atlantis Press.
- van der Spiegel, M., van der Fels-Klerx, H. J., Sterrenburg, P., van Ruth, S. M., Scholtens-Toma, I. M. J., & Kok, E. J. (2012). Halal assurance in food supply chains: Verification of halal certificates using audits and laboratory analysis. *Trends in Food Science & Technology*, 27(2), 109-119.
- Vanany, I., Hua Tan, K., Siswanto, N., Arvitrida, N. I., & Pahlawan, F. M. (2020). Halal six sigma framework for defects reduction. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Vivarelli, M. (2014). Innovation, Employment and Skills in Advanced and Developing Countries: A Survey of Economic Literature. *Journal of Economic Issues*, 48(1), 123-154.
- World Tourism Organization. (2019). *International tourism highlights 2019*. Madrid: UNWTO.
- Yerinde, A. (2011). Tayyib. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 40, ss. 196-197). TDV İslâm Araştırmaları Merkezi.

Yun, E. K., Lee, H.-Y., & Kim, D.-H. (2020). Is Halal Certification Necessary for Exporting to Islamic Countries? Focus on OIC Countries. *Cultura-International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, 17(1), 173-192.

## Extended Abstract

This article aims to make a critical evaluation of the concept of “halal food certificate”, which is the basic instrument of the halal food sector, and ontological analysis of the halal tourism sector from an Islamic perspective. In the first part of this study, through a conceptual analysis of halal food rather than its practical aspects, it is discussed how the use of the concept of “halal” for food can lead to commodification. In addition, the consequences of standardization that will be created through certificates in the capitalist market system are discussed. When food production and consumption was local and simple, factors that would affect the halal of food - such as halal slaughter and its ingredients - could be easily detected and controlled. In today’s world, where the division of labor is widespread, we witness a production process spread to many different countries. As a result, many products go through a complex production process such as the raw material procurement and packaging processes until they reach the table. An event that will cause food products not to be halal at any point in the process may cause the product to be non-consumable for Muslim consumers. The “halal certificates” issued as a result of the inspection of this complex production process aim to give confidence to consumers. However, due to the difference in jurisprudence, the concept of “halal” may have “flexible” and “rigid” interpretations; therefore, halal certificates also vary among themselves. Since the obligation to comply with relatively more flexible rules in order to obtain a halal certificate will result in lower transaction costs compared to halal certificates with “strict” rules, this might lead to the popularity of flexible certificates in line with the demands of the capitalist market system. On the other hand, as a halal certificate known to be flexible will miss some potential customers, there is also a “trade-off” here. As a result, although the concept of “halal food” appears as a necessity, it is formed in close relation with the capitalist system, especially due to the certification process. Although the need for food consumption has been an ongoing phenomenon throughout history, as a result of the transformation of food production within the capitalist production system, “halal” certificate is needed. The concept of tourism, on the other hand, is a result of the concept of “work” produced by modern life. Although traveling from one point to another is a phenomenon seen throughout history, the purpose of this travel is not the same for the reason that the tourism sector has emerged. In the second part of the study, therefore, it is argued that the halal tourism sector, as another halal sector, consists of Islamizing the tourism sector, which is currently operating in the capitalist system, by filtering out the elements that are not compatible with Islam, rather than presenting an alternative experience in terms of reasons and consequences. If we analyze the concept of tourism from an ontological point of view, we can claim that this concept owes its emergence to the capitalist system. People working as workers in the capitalist system need to rest, in other words, to recreate the labor power to renew the labor power they sell for wages. This need has created tourism as a sector within the capitalist system over time. As a result of the formation of a significant market by Muslim workers over time - such as obeying prayer times during the trip, not selling alcohol in recreational facilities and separate facilities for men and women – “Muslim friendly” tourism

services started to be created in accordance with “Islamic rules”. For this reason, we can argue that any attempt to Islamize the concept of tourism actually serves the capitalist system to function more inclusively. As analyzed in this article, seeing the “*halalization*” process of concepts such as tourism as the ultimate goal will be insufficient to build a society based on Islamic principles. Instead, it should be seen that these attempts are a superficial solution allowed by the current system, and an effort should be made to establish relationships and institutions built on Islamic principles.