

PİYASA İSLAMI: İSLAM SURETİNDE NEOLİBERALİZM

Patrick Haenni, çev. Levent Ünsaldı, Ankara: Heretik Yayıncılık, 2014, 124 s.

Münevver KARAKUŞ* ve Hülya GÖNDEŞ*

Günümüzde İslam, diğer dinlere nazaran üzerinde daha fazla tartışmanın yapıldığı bir dindir. Bu tartışmalarda ele alınan sorulardan birisi “hangi İslam” sorusudur. Sekülerleşmenin İslami yapıları, değerleri ve fikriyatı nasıl rasyonalist bir söyleme dönüştürdüğünü anlattığı bu eserinde Patrick Haenni, İslam’ın kapitalist-modern dünya karşısındaki genel portresini çizmeye çalışıyor. Yazar, küreselleşmenin ve kapitalist modernleşmenin karşısında başkalaştıramayan, aksine başkalaşan bir İslami yapının mevcut olduğu vurgusunu yapıyor. Eser, değişen dünya koşullarına ayak uydurmaya çalışan, kendi geleneğinin katı çizgilerini beğenmeyen fakat gelenekle arasındaki bağı da tamamen koparamayan, bunun yanı sıra modern dünya düzeninde kendine yer bulamayan bir Müslüman toplumunun sosyolojik ve ekonomik cihetten tahlili niteliğindedir. Oluşan bu yeni toplum algısını “İslami burjuvazileşme” olarak isimlendiren yazar, manevi değerlerin Müslümanlar tarafından geleneksel bağlam içindeki anlamından uzaklaştırılarak, bu değerlere yeni popüler anlamlar yüklendiğinden söz ediyor. Tüm bu İslami değerlerin kıymet kazanması veya yitirmesi popüler piyasaya bağlıdır. Haenni, Müslümanların başlattığı fakat daha sonra kontrol altına alamadıkları bu tavrı, “piyasa İslam’ı” olarak nitelemeyi uygun buluyor.

Haenni eserinde Müslümanların içinde buldukları duruma kaynaklık eden faktörleri dört temel başlık altında topluyor: 1) Militancı/siyasi doktrinli yapılanmanın yerini dünyevi meseleleri birey üzerinden değerlendiren anlayışın alması. 2) Piyasa destekli dinsel (ekonomik olanın dinsel olana sirayet etmesi). 3) Şirket kültürünün dinsel alana nüfuzu. 4) İslam’ın neoliberalleşmesi. Bu başlıklar ana hatlarıyla kitabın da dört bölümünü oluşturuyor.

“İslamcılığı Aşmak” başlıklı ilk bölümde Haenni Müslümanları, örgüt zihniyetinden uzaklaştırıp, bireyin İslamlaşması algısına götüren sebepleri tarihsel bağlam içerisinde ele alıyor. Yazar bu sürece kaynaklık eden 11 Ey-

* Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Lisans Öğrencisi
(munevver.gurdal@ogr.sakarya.edu.tr)

* Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri, Din Felsefesi, Yüksek Lisans Öğrencisi. (hulya.gondes1@ogr.sakarya.edu.tr)

lül saldırılarına dikkat çekiyor. Ona göre başlangıçta selef yahut aşırı sağcı zihniyetin yaptığı zannedilen bu saldırının dünya üzerinde oluşturduğu aşırı sağcı fobisinin ve bu kavramın zihinlerde oluşturduğu İslamafobi anlayışının yıkılmak istenmesi bu hareketin başlangıç noktası olmuştur. Bu katı zihniyet, geleneksel İslam merkezli siyaset anlayışından uzaklaşıp, ılımlı siyasi bir yaklaşım benimsemiştir. Bu bağlamda ilk eylem kavramların içinin hızla boşaltılması, cihadın zemininin sanal ortama taşınması, bununla da yetinilmeyip durumdan rahatsız olan İslamcı figürün bireysel cihat fikrini benimsemesi olmuştur. Böylesi bir kavram kargaşası İslamlaşma zihniyetini beraberinde getirmiş ve İslamcılık yerini bireysel İslamlaşmaya bırakmıştır. Yazarın tabiri ile artık “geleneksel İslam yorgunluk sinyalleri vermektedir.” Tüm bunların neticesinde “İslami burjuvazi” yapının işleyiş mantığı, bireysel İslamlaşma üzerine kurulmuştur. Bu noktada artık “rahatsız İslamcı figürü” için geleneksel İslami söylemin ve geleneksel İslami hareketin hiç bir anlamı yoktur. Modern-kapitalist dünya üzerinde kabul görebileceği bir mekân arayışı içinde olan Müslümanlar, geleneksel İslami yapıyı sorgulamış ve akabinde ondan tamamen kopamayıp, örgütsel yapılanmadan soyutlanmıştır. Bunun yerine önemli olanın bireyin İslamlaşması olduğu fikri merkeze alınarak modern dünyaya ayak uydurma adına temelleri dine dayalı alternatif bir yaşam tarzı üretilmeye çalışılmıştır. İslami hareket zihniyetine bağlı kalınarak reformlar yapılmaya çalışılmış ve bu çaba kendisini bir çok alanda gerçekleştirme imkânına sahip olmuştur. Değişen moda algısı, müzik anlayışı, İslami bankalar, İslami feminizm, vb. tüm modern kavramlar İslamileştirilmeye çalışılmış, bir nevi kapitalizm kendine İslamca bir ses bulmuştur. Bu gelişen tavır içerisinde İslamcı aktör gelenekle bağını koparmakla beraber geleneğin doktrinlerini reddeder konumdadır.

Haenni'nin ikinci bölümde ele aldığı mesele piyasa destekli dinselilik, ekonomik olanın dinsel olana sirayet etmesi meselesidir. İslam'ın kapitalizme teslimi olarak görülebilecek bu süreci değerlendirirken yazar, Müslüman kitlenin değişen estetik algısını ortaya koyuyor: Artık üretilen ürünlerde Amerikan kültür kodları mevcuttur. İslam ve kapitalizm karşılıklı etkileşim içindedir. Weberleşmiş İslam ve İslamlaşmış kapitalizm birbirini beslemektedir. Kapitalizm, üretim-tüketim sahasında dini cezbedici bir unsur olarak kullanmayı seçmiş, Müslüman onurunu, kişisel başarı, iyi giyinme vb. olgulara bağlamış, dindarları modern-kapitalist dünyanın içine dâhil etmeyi başarmıştır. İkirçikli tasarımlar bu zihniyetin ürünüdür. Örneğin tesettür markası olmayan şöhret sahibi markalar bu yöntemle tasarladığı ve ürettiği ürünlere yerleştirdiği amblemler sayesinde dindarlara da satış yaptıkları, kalitenin onların da hakkı olduğu mesajını vermişlerdir. Üretilen ürünler, ironik çizgiler arkasında Müslüman'ın kutsalını yansıtabilecek, fakat aynı

zamanda popüler kitleye de hitap eder şekilde tasarlanmıştır. Başlangıçta normalmiş gibi algılanan bu tasarım içine gizlenen dinsel mesaj ancak ehli olanın anlayabileceği ince dini motiflerle ürüne işlenmiştir. Burada hedeflenen İslamcı aktörün kutsalına hitap ederek, elit bir yaşam tarzının benimsetilmeye çalışılmasıdır. Bunun yanı sıra markaların hedeflediği, ikili bir tasarım anlayışı ile sadece dindara hitap eden ürünler üretip alanı daraltmak yerine geniş bir tüketici yelpazesi oluşturmaktır. Bu bağlamda İslami olana yapılan vurgu, alternatif olana yapılan vurgu ile yakından ilişkilidir. Artık İslam Müslümana hitap etmekten uzaklaşmış, tüketiciye hitap eder bir hal almıştır. Tüm bunların neticesi kamusal-toplumsal alana eklenmeye çalışan, bunu başarmak adına bir takım kültürel ve dini değerlerinden uzaklaşan bir Müslüman toplumdur.

Haenni üçüncü bölümde Burjuva olmanın gereği olarak, refah teolojisi, Müslüman kardeşliğine son vermek ve yeni işletme ütopyası başlıkları altında İslam toplumundaki günümüz ekonomisini inceliyor. Yazar bu bölümde yeni dindar girişimcilerin, uluslararası rekabette varlıklarını muhafaza etmek ve güçlerini arttırabilmek için geleneksel İslam'daki kaderci anlayışı bırakıp, piyasa dostu, burjuvazi ve kozmopolit bir dindarlık anlayışını benimsediklerini belirtiyor. Bu hareket ile onların ümmetin kapitalizm ruhunu uyandırmayı amaçladıklarına işaret ediyor.

Piyasa İslamı'nın Kültür Savaşları adlı üçüncü bölümde Haenni, piyasa İslam'ını sosyolojik açıdan, Müslüman dünyasının yeni dindar girişimci sınıfının temsil ettiğini belirtiyor. Ona göre piyasa İslam'ına geçişi sağlamak amacıyla da Müslümanların, Geleneksel İslam'ın iş dünyasıyla ters düşen kadercilik ve çilecilik gibi zihinsel engellerinin aşılmasına yönelik fikri ve eylemsel faaliyetler yaptıklarına işaret ediyor. Geleneksel İslam'la özdeş gibi görünen sosyal adalet ve azla yetinilen sade yaşam biçimi ideallerini barındıran dindarlığın aksine, piyasa İslam'ı zenginliğin burjuva yönelimli dünyasına aittir. Burjuva sınıfı zenginler fakirliğin, arzu edilen bir vaziyet olmaktan çok, anarşiyi ortaya çıkarması sebebiyle günah bile sayılan bir durum olduğunu belirtmişlerdir.

Haenni'nin refah teolojisi diye tabir ettiği ideolojik tahayyülde zenginlik ve para ilişkisi kompleks olmaktan çıkmıştır. Bu düşünce modaya uygun giyinmek isteyen ve lüks yaşamlarını göstermek isteyen İslamcılar tarafından yayılmıştır. Piyasa İslam'ının vaizlerinin müritlerine vermiş olduğu mesajlar da bunu açıkça göstermektedir; bu mesaj, paranın kötü olmadığı, parası olanın cömert olması ve örneğin insanları iftar yemeğine davet etmesi durumunda zenginliğin makbul bir şey olduğudur.

Bu anlayış Müslüman kaderciliğine son vermeyi gerektirir. Çünkü piyasa İslamı'nın yeşertmeye çalıştığı girişimci dindarlığa en büyük engel Müslüman kaderciliğidir. Piyasa İslamı savunucuları, İslam'a göre çok kazanmanın yasaklandığı düşüncesine sahip olan Müslümanların sadece ibadetle hayatlarını geçirmeyi arzuladıklarından, çalışmaktan ve para kazanmaktan kaçındıklarını iddia etmektedirler. Oysaki bugün bir Müslüman'ın yapması gereken sıkı çalışıp, insanlara faydalı olması, onların sıkıntılarını gidermesi ve israfa kaçmadan harcama yapmasıdır. Onlara göre Allah'ın Müslümanlardan istediği şey de budur; Bugün Müslümanların dünya bilim, teknoloji, ekonomi vb. hususlarda geri konumda olmaları tevekkül inancının yanlış anlaşılmasından kaynaklanmaktadır.

Haenni yeni işletme ütopyasının Arap ve İslam dünyasına girişine dair dikkat çekici gözlemler sunuyor: Arap dünyasında bazı gençlerin eğitim için yurt dışına gitmesi ve orada işletme felsefesine kendilerini kaptırarak geri dönmeleriyle bu serüven başlamıştır. Bu gençlerin dönüşleri savaş sonrasının çalkantılı yıllarına denk gelmiş; Kuveyt kurtarılmış ve Filistinliler de Arafat'ın Irak yanlısı tutumuna cevaben Iraklılarla birlikte Kuveyt topraklarından çıkartılmış, sonuçta İslamcılar Ürdün'e sığınmak zorunda kalmışlardır. Bu İslamcılar Amerika'da almış oldukları eğitimleri dava uğruna kullanmaya başlamışlardır. Ürdün'de başlayan bu akım kısa zamanda Mısır'da da kendisini göstermiştir. Kaderciler olmayan, girişimci bir dindarlığın yeşermesi için gerekli olan işletme felsefesi ve kendini gerçekleştirme literatürü tüm Müslüman dünyada birkaç yıl içinde kendini kabul ettirmiştir. İşletme bilgisi artık teoloji ya da öğretilerden çok coaching öğeleri içeren yeni bir vaaz türüne temel teşkil etmiştir.

Haenni'ye göre dünya genelinde dindar ihracatçılar küreselleşmenin sunmuş olduğu yeni değerler ve modernitenin getirmiş olduğu şartların gerisinde kalmak istemedikleri için model alınan şey şirket ruhu, Amerikan usulü işletme modelleri ve zenginleşebilme yeteneğidir.

Yazar son bölümde İslam'da yeni bir dini sosyal durumun doğmasını şöyle ifade ediyor: Piyasa İslamı'nda ön plana çıkartılan şey, İslami bir devlet kurgusu olmayıp masrafları en düşük seviyede olan karlı bir şirket idealidir ve bunun sonucunda politik düzeyde karşılığı minimum bir devlet anlayışıdır.

Haenni'ye göre Projeler İslamı bağlamında dünya çapında şirketlerle yarışabilme konusunda ısrarla üzerinde durulan şey, masrafları en aza indirmektir. Bu da yalın üretim kavramını gündeme getirmektedir. Yazar Arap ülkelerindeki tv programlarını örnek vererek bu konuyu açıklıyor: Dini vaaz ve işletme dersleri veren bu kanallar pasif Araçları, aktifmiş gibi göstermek-

te, toplumun pasiflikten kurtulmasının bireyin aktifleşmesinden geçtiği düşüncesiyle çalışmalar yapmaktadırlar. Bu noktada da Piyasa İslamı ortaya çıkmaktadır. Suriye’de öğrenciler, Mısır’da öğretim elemanları benzer özellikler gösteren bu tür çalışmaları yapmaktadırlar. Bu tür projeler gönüllülük esasına dayanmaktadır. Geleneksel İslamcı düşünürler siyaset ve devlet sorunlarıyla ilgilenirken, piyasa İslamı savunucularının bu konuların dışına çıktığı düşünülebilir. Piyasa İslamı ekonomi ve ticaretle ilgilenmektedir. Özel sektörde olan bir dindar iş adamı devletin sorunlarıyla ilgilenmez. Yani piyasa İslamı iki durumda neoliberalizmin devamı niteliğindedir. 1) Dindar girişimci burjuvalaşmış erdemli zengin olmakta ve hayır işleriyle ruhunu olgunlaştırmaktadır. 2) Dindar girişimci minimum devlet fikriyle, devleti temel siyasal hedef olmaktan uzaklaştırıp, politik amaçlarına hizmet eden düşük profilli bir kuruma dönüştürmektedir.

Yazar’a göre bu yeni anlayışta hedef devletin küçültülerek yeniden yapılandırılmasıdır. Bu yapıda devletin yüklenmiş olduğu bazı görevler ve sorumlulukların üçüncü şahsa yüklemesi söz konusudur. Yazar bu durum için genel olarak özelleştirme ifadesi kullanılsa da, “contracting out” ifadesinin bu durumu daha doğru ifade ettiğini belirtiyor. Bu amaçla Piyasa İslamcılar geleneksel dini dayanışma mekanizmasını faaliyete geçirerek sosyal devleti bertaraf etmeye ve böylece devlet aygıtını küçültmeye çalışmaktadırlar. Haenni, Mısır ve Türkiye’yi örnek vererek bu konuyu değerlendiriyor. Piyasa İslamcılarının göre devletin gelişebilmesi için bazı sektörlerin özelleştirilerek devletin yönetiminin basitleştirilmesi gerektiğini savunurlar. Yazar bu konuyla ilgili Türkiye ve Mısır’ı karşılaştırarak izlenen politikaları ortaya koyuyor.

Haenni’ye göre Piyasa İslamı, Müslümanların üzerindeki tembelliği ortadan kaldırmaya, işleyişini hafifletmeye, hiyerarşiyi esnekletirmeye çalışmaktadır. Devir yalın üretim devridir. Bu şartlar altında dünün düşmanları bugün, bir fikir ve eylem birliği göstermektedirler. Özel sektörün ve dini cemaatlerin, kamunun el çektiği yerlerde rahatlıkla at koştuğu alanlar meydana gelmiştir. Bunun sonucu olarak da neoliberalizmin savunduğu ekonomik reform ile piyasa İslamı’nın toplumsal projesi arasında bir uyum meydana gelmektedir. Mesela, Sudan, ambargo, savaş ve IMF baskılarıyla eli kolu bağlanmış ve sadece geleneksel vergiyle geçinememiş, bu sebeple de özelleştirme programına gitmiş, bunun neticesinde sadece hastane, okul veya yol yapımı için değil ordusunun masraflarını karşılamak için de bağış çağrısında bulunmak zorunda kalmıştır. Bu durum rejimin İslami niteliğinden kaynaklanmamaktadır. Bu hususta ABD ve IMF yönelimli gruplarının baskıları da etkili olmaktadır.

Yazar'a göre herhangi bir işte, kurumda başarılı olmak ve kârlı bir iş yapılmak isteniyorsa, planlı ve istikrarlı bir şekilde işin gerçekleştirilmesi gerekir. İstikrar hükümet kararıyla tesis edilebilecek bir şey değildir, ancak bireyler ve sivil toplum kuruluşları tarafından tesis edilebilir. Örneğin, Türkiye'de dindar iş adamlarının çoğunluğu planlamanın önemini farkında olup devletin bu konuda aktif rol üstlenmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Bu iş adamları iş adamı değil aynı zamanda mensup oldukları dinin gereği olarak da yardım severdirler. Benzer durum Mısır'da da söz konusudur. Dindar iş adamları hastane, okul, yeşil alanların finansmanını sağlamaktadır. O halde Müslümanlara genel olarak bakıldığında, İslami hareketlerin piyasa mantığını benimsedikleri ve hayır işleri yönelimli devletçilik karşıtı politikalar izledikleri söylenebilir.

Sonuç bölümünde Haenni İslamcılığın geleneksel yorumlarının terk edilişi ve burjuvazi güdümlü yeni bir İslamlaştırma sürecinin ortaya çıkışının, kurumsal demokrasi ve farklı hayat biçimlerine karşı tahammülsüzlüğü bir potada eritebilmiş Amerikan menşeli muhafazakârlık modeli üzerinden gerçekleşmiş olduğunu belirtiyor. Tembellik ve ahlaki çöküşün, dolayısıyla bireysel bir tercihin ürünü olarak gördükleri yoksulluğun, bireyselci ahlakçı eleştirisinde de bu iki model aynı nokta üzerinde birleşmekte, inanan ve girişimciyi seven İsa algısını ve tüccar olan Muhammed figürünü örtüştürerek inanan girişimciyi merkezi konuma oturtmaktadır.

Bizce; hiç bir medeniyet çevresinde olup bitenlere kayıtsız kalamaz. Her medeniyet gerek sistemli gerek sistemsiz bir değişim ve yönelişle diğer toplumlara nazaran kendisinden baskın olan topluma benzemek isteyecektir. Öyle ki; bu baskın toplum içinde yaşanan dünyaya yön veriyorsa, karşısındaki medeniyetlerin bir çok kültürel değerini eritip, asimile edecektir. Bu sebeple, değişen ve globalleşen dünya toplumları karşısında islam toplumlarının yaşadığı bu aradalık durumu kaçınılmazdır. Haenni'nin Piyasa İslamı adlı bu eseri bize bu aradalık durumunun portresini çizmektedir. Bu portre Müslüman toplumlara kendilerine dışarıdan bakmalarını sağlamaktadır. Bu sayede Müslüman toplumu, yapmak istediği ve yapmakta olduğu şey arasındaki farkı bariz bir şekilde görebilecektir. Eser sadece konunun uzmanı kişiler için değil herkes için açık ve anlaşılır bir üslupla kaleme alınmıştır. Haenni'nin bu araştırma eseri, modern dünya karşısında Müslüman toplumlarına mercekle bakmamızı sağlayabilecek niteliktedir.