

PATRICK HAENNI

Piyasa İslamı

İslam suretinde neoliberalizm

L'İslam de marché

L'autre révolution conservatrice

Türkçe Söyleyen
Levent Ünsaldı



İçindekiler

Takdim (Ali Yaşar Sarıbay)	9
Giriş.....	17

Birinci Bölüm

İslamcılığı Aşmak

Terk Edilen Militancılık	25
Değişen Düşsel.....	29
Fani Dünyaya Dönüş	34
Müslüman Edebini Tüketmek.....	39
Son Moda Vaiz Çağı.....	44

İkinci Bölüm

Piyasa Destekli Dinsellik

Kitle Kültürüyle Eklemlenerek	54
<i>Seleflik, Business</i> ve Burjuva Hicreti.....	59
Şifreli Bir Kimlik.....	61
Etik: Düşük Yoğunluklu Politika	65
<i>Muslim Pride</i> : Müslüman Olma Gururu.....	69

Üçüncü Bölüm

Piyasa İslamı'nın Kültür Savaşları (<i>Kulturkampf</i>)	
Burjuva Olmanın Gereği Olarak.....	76
Refah Teolojisi.....	79
Müslüman Kaderciliğine Son Vermek.....	83
Yeni İşletme Ütopyası.....	86

Dördüncü Bölüm

Sosyal Devletin Kuyusunu Kazanlar

Projeler İslamı..	101
Yapısal Uyum İdeolojisi.....	106
Dindarlar Uzlaşısı.....	110

Sonuç

Fazilet Ekseni	119
----------------------	-----

Takdim

Max Weber, ünlü kitabı *Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu*'nda 16. ve 17. Yüzyıllarda kapitalizmin en fazla geliştii Hollanda, İngiltere ve Fransa gibi kültür düzeyi yüksek ölkelerin arka planındaki ekonomik ve politik mücadeleleri, Protestanlık, özellikle de onun önemli kolu Kalvinizm ile bağlantılı şekilde incelemiştir. Weber, ekonomik hayatı, değişen kentsel yerleşim bölgelerindeki bir grup insanın, özellikle iş adamları ve ailelerinin bu değişim sürecinde kendi hayatlarını *anlamlandırma* arayışlarına yerleşik kilisenin kayıtsız kalmasının Kalvinizmi ön plana çıkarmış olmasına dikkat çekmiştir. O meşhur “dünyanın büyüünün bozulması” saptaması Weber'in, Protestanlık ve kapitalizm arasındaki ilişkiyi *psikolojik* sebeplere bağlamış olduğuna dair bir algıya yol açmış olsa da sosyoloğumuzun esas derdi söz konusu ilişkide *ekonomik* faktörlerin oynadığı rolü açığa çıkarmaktı.

Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu'nun etkisi, tabii, büyük oldu: Din sorununun önemi sosyal bilimlerce giderek önemsendi; bu doğrultuda toplumsal gerçekliği kavramada ve

analiz etmede yeni bilgilerin ve yönelişlerin ortaya çıkmasına yol açtı. O kadar ki, burada belirtilmeyecek kadar geniş bir sosyal bilim literatüründe din, insan topluluklarının kolektif birliğini kuran var olma koşulu olduğu kadar, medeniyetlerin çekirdeği mesabesinde değerlendirmeler şeklinde ele alınmaya başladı. Neticede, Weber'in açtığı yolda ilerleyiş; esasen *modernleşme* sürecinde vuku bulan sosyal, ekonomik ve politik olayların, *din sorunu* olarak karşılanma uğraklarına odaklanma yönünde gerçekleşti: Dinin, toplumsal düzenlerin işleyişinde etkin olan bir faktör olduğu kadar (buna **birinci uğrak** diyelim); toplumsal düzenin bir parçası olarak, o düzenin, başka düzenlerle girdiği etkileşimin ne kadar dışında kalabilen (**ikinci uğrak**) bir varlık (*entity*) olabildiğinin araştırılması gündeme geldi.

Söz konusu ettiğim bu iki uğrak arasında dinin gösterdiği salınım; bir yandan, *mutlak hakikat arayışı*, öbür yandan ise gündelik hayatı anlamlandırma girişimi olarak bir *anlam arayışı* şeklinde tezahür etmiştir. Özellikle, İslam toplumlarında, modernleşme sürecine dâhil olmakla vuku bulan bir medeniyet değiştirme hâli; kendinden başka bir mahiyet kazanmasının yarattığı kültürel sarsıntılara bağlı olarak toplumsal düzenlerde en hafifinden bir anlam arayışını, en radikalinden ise mutlak hakikat özlemine teşvik etmiştir. Ancak, neticede, bahsettiğim salınım mahiyet kazandıran, modernitenin kendi mantığı olmuştur: Sekülerleşme/laiklik zorunluluğunun, İslami yapıları, değerleri ve fikriyatı *rasyonalist* bir söyleme dönüştürmenin nüfuz edici etkisi belirleyici hale gelmiştir. Tıpkı, kendi tarihi içinde Batı'da Hıristiyanî dinseliliğin maruz kaldığı âkıbet gibi.

Bu dönüşüm, Batı'da olduğu gibi Doğu-İslam toplumlarında da paradoksal olarak dini (Hıristiyanlığı ve İslam'ı) aşılıp bir sorun yapmadı, tersine, *şimdinin* temel bir meselesi olarak etkili bir şekilde belirmesi sonucunu doğurdu. Patrick Haenni'nin *Piyasa İslamı* adlı kitabı, esasen, bu sonucun çeşitli katmanlarında gezinerek "İslam toplumları" kategorisinde mütâlaa ettiği toplumsal düzenlerin (Mısır, Türkiye, Endonezya) modernite karşı-

sında marûz kaldıkları meseleleri analiz eden bir çalışma olarak elimizdedir. Dört bölümden oluşan kitabında Haenni, aslında Mağrip ülkelerinden Güneydoğu Asya'ya kadar geniş bir coğrafi alanda yeni bir "İslamlaşma" dalgasının sosyolojik portresini vukfla çiziyor. Böyle bir portreyi "yeni" yapan ise dinsel olanın bireyi ve cemaati merkeze alarak yapılan bir çizim şeklinde olması. Haenni'nin çizdiği bu portrenin baktığı yön, aynı zamanda yazarın analizlerinin de dayandığı temel iddia doğrultusundadır: Kapitalist modernleşme ve küreselleşmenin hâkim olduğu, dolayısıyla hemen her şeyin "piyasa mantığına" vurularak kıymetlendirildiği bir dünyada İslam'ın bu mantıkla karşılaşmasının; İslâm'ın o dünyayı değil, o dünyanın İslam'ı başkalaştırmış olduğu. Gerek ekonomik gerek kültürel ve de politik alanlarda piyasa mantığının sirayet gücünden İslam'ın kendisini kurtaramadığı, neticede "Piyasa İslamı" olarak bir başkalaşım geçirmiş olması, yazarın ele aldığı ülkelerin tümünde mukayeseli bir şekilde resmedilmiş bulunuyor. Yazar bu ülkelerde kapitalist modernleşmenin bir "İslami burjuvazi" yaratarak, bu sınıfın piyasa mantığının temel dayanağı olan "şirket kültürü" etrafında şekillenen kavram ve algılama biçimlerinin İslam'a, kendinde mündemîç olandan başka bir mahiyet kazandırdığı için yaşanan durumu ancak "Piyasa İslamı" olarak adlandırmanın uygun olduğunu ileri sürüyor.

Yazar, Piyasa İslamı'nı *atipik* bir olgu olarak meydana çıkararak şu dört faktörü belirtiyor: 1) Militan-doktriner-siyaset odaklı bir İslam anlayışından uzaklaşıp dünyevi hayat meselelerine birey üzerinden bakmanın önem kazanması; 2) Ekonomik olanın dinsel olana sirayet etmesine paralel şekilde, İslam'ı siyaset merkezli olarak algılamanın gerilemesi; 3) Şirket kültürünün ve temel değerlerinin dinsel alana nüfuzu; 4) "İslam'ın neoliberalleşmesi", yani Piyasa İslamı'nın İslami bir devlete giden yol değil, özelleştirmelerin ve sosyal refah devletinin bertaraf edilmesinin aracı olarak çalışması.

"Piyasa İslamı" yaftası altında dört noktada toplanan İslam'ın

başkalaşma sürecinin kanıtları, kitabın çeşitli yerlerinde çeşitli başlıklar altında gösterilmektedir. Örneğin, militanların “post-modern ve seküler dönüşü”; “Müslüman edebini tüketen” bir faktör olarak giyim; “son moda vaiz çağı” ve “pop kültür figürü imamlar”ın zuhuru; “İslami rapçiler” gibi.

Haenni, Piyasa İslamı olgusunu esasen dinsel temelli bir “burjuvalaşma” hareketi olarak görüyor, dolayısıyla gözlemlerde bulunduğu ülkelerin kapitalist modernleşmesinin “İslami burjuvazi” gibi sınıfsal bir oluşumla karşı karşıya olduğunu vurguluyor. Bu ise, yukarıda “ikinci uğrak” olarak değindiğim, gündelik hayatın anlamlandırılmasında İslam’ın hemen her şeye dayanak yapılarak, meşrulaştırma aracı şeklinde çalışmasına paralel gelişen bir olgu. Nitekim, bu konuda çok yeni bir çalışmada Dilek Yankaya’nın ifade ettiği gibi (2014); “İslami” olan, “yeni bir varoluş biçimini tanımlamak üzere her şeye iliştilir hale gel[miş]” bulunuyor: Sivil toplumdan edebiyata, müzikten ticarete, mimariden moda defilelerine varıncaya kadar her şeyin İslami yorumu artık imkân dâhiline girmiş oluyor (Yankaya, 2014, 16). Bu, Haenni’nin Piyasa İslamı’na atfettiği “yeni modernite tarifi” ile tam tamına örtüşen bir husustur. Bu yeni modernite tarifinin zemini şüphesiz *kapitalistleşme*dir. Bu doğrultuda, Haenni, somut örneklerle dayanarak, incelediği ülkelerde söz konusu olanın İslam’ı “girişimci bir dine çevirme” ameliyesi olduğuna dikkat çekerek bunun Selefî akımları bile tesiri altına aldığını vurgular.

Haenni’ye göre bu, aynı zamanda, “yeni bir hicret tarzı”dır: “Militan ve cihadist olmayan, tam tersine burjuva ve ticari yönelimli bir hicret. Bu tarz hicret, artık cihatta şehit olmayı değil, İslami bir ortamda bireysel sınıf atlama ve finansal birikim sağlama hedefleri doğrultusunda tüccar yaşamayı ifade eder.” Ancak bunu yaparken, benim tâbiri caizse **mantık sürçmesi** diyeceğim bir paradoksa düşmek de kaçınılmaz hale gelir: Haenni’nin de

* Yankaya, “İslami” olanı, Müslüman olma halinden farklı olarak, “aktörün İslam diniyle kurduğu sahiplenici ilişkinin kamusal alanda dışı varumu” şeklinde tanımlar ki (2014, 22), bunda hemfikirim.

vurguladığı gibi, bu, “farkında olmadan karşı çıkılanın mantığını içselleştirmeye” denk düşer. Örneğin, CocaCola’yı “Mecca-Cola” veya “Zamzam-Cola” olarak “İslamileştirmek” ; mubâh görülmeyen metanın üretim mantığını dolaylı olarak başka bir bağlama taşımaktır aslında.

Bu **mantık sürçmesi**, İslam toplumlarının Batı ile karşılaşp modernleşme sürecine girmeleriyle başlayan bir duruma karşılık gelir: “Batılı” olanı kabulde “İslami” olanın payanda yapılarak bir meşruluk oluşturma alışkanlığı! Örneğin, “Modernist İslamcılar” olarak vasıflandırılan bazı düşünürlerin yaptıkları tamamen böyle bir şeydir ve buna günümüzde de sıkça rastlanmaktadır. Örnek vermek gerekirse, Muhammed Abduh, Cemaleddin Afgani gibi düşünürler, Bedri Gencer’in gösterdiği gibi, İslam’ı “yararcı” (*utilitarist*) bir yoruma tâbi tutmuşlar; bir yandan, “Batılı örneğe benzer şekilde geleneksel ana değer *güzelliğin* estetik, pozitif bir değere dönüştürülmesiyle *güzelin yararlıya* indirgemesine”; öbür yandan, “geleneksel fıkıh açısından marjinal bir kavram olan *maslahata* bir değer olarak *yararlılık* anlamı yüklem[işlerdir]” (Gencer, 2008, 20; italikler orijinal metinden).

Geçerken belirtelim ki, Haenni, “İslami düşünceyi işletme kategorileriyle yorumlayan ilk kişi Gazali’dir” derken, sadece anakronizme düşmemekte, büyük bir yanlış da yapmış olmaktadır. Tâbiri caizse, Gazali’nin derdi, “meydanlarda âlim diye geçinenlerin, şeytanın ayartmasıyla şerre giden yolları döşemeleri idi”; öyle ki, Gazali’ye göre, “bunlardan her biri, şerri hayır, hayrı da şer gösterecek şekilde kendi kişisel çıkarını öne çıkarmaktadır. Bu tutum, dini bilgi olarak görüp ardına düşeceğimiz bilginin ortalıktan çekilmesine sebep oldu.” (Aktaran, Şaban Ali Düzgün, 2014, 199). Nitekim, Gazali’nin müşteki olduğu buna benzer bir husus, nispeten daha güncel olarak “bilginin İslamileştirilmesi” ile devam etmiş; Haenni’nin tespitiyle “zevklerin İslamileştirilmesi”ne kadar varmıştır.

“İslamileştirme”, her şeyden önce, Batı medeniyetinin he-

gemonik entelektüel paradigmasına bir meydan okuma, hatta “öze dönüş” gibi görülmüştür ve hâlâ da görülmeye devam etmektedir. Oysa medeniyet, kültür, hukuk, iktisat, estetik, vb. gibi içerdiği unsurlar ve bu unsurların şekillendiği farklı coğrafi alanlar dikkate alındığında İslam’ın homojen bir bütün olarak ele alınması mümkün değildir. Bu yüzden, “İslamileştirme” girişimi, “öze dönüş” olarak sunulduğu ölçüde; ilk aşamada *oryantalizmin*, İslam toplumlarının kendileri için yeniden ürettikleri bir tutum olarak belirmesini; son aşamada ise oryantalizmin, *oksidentalizm* şeklindeki tezahürünü mukadder kılacaktır. Birinci aşamaya örnek, bir incelememde dile getirdiğim “Weberleştirilmiş İslâm”dır: Bazı İslami toplumsal aktörlerin “Kalvinist İslamcılar”, bazı İslami akımların ise “Protestan İslam” adı altında nitelenerek toplumun tarihsel, kültürel, ekonomik, politik koşullarından bağımsız bir bakışa tâbi tutulması (Sarıbay, 2006). Bu hususa zaten Haenni de kendi kitabında değinmektedir. Oryantalizmin oksidentalizm şeklinde tezahürü ise “the West and the rest” mottosunun, İslam’ı merkeze alan bir türüne karşılık gelir. Şahsen, Fethullah Gülen hareketini bu türün somut bir örneği olarak görüyorum (çok daha ayrıntılı benzer bir görüş için bakınız: Çobanoğlu, 2012). Haenni ise aynı hareketi, kapitalist modernleşmeye İslam’ı dahil eden, dolayısıyla “Piyasa İslami tarafından yayılan ‘şirket’ merkezli düşüsel kuşkusuz en yakın” oluşum olarak görmektedir.

“İslamileş(tir)me” eğer bir “İslami burjuvazi” oluşumun öteki yüzü ise, bu oluşumun ne kadar “sınıfsal” mahiyet arz ettiği üzerinde ayrıca durulması gereken önemli bir meseledir. Dilek Yankaya’nın yukarıda değindiğim çalışması, bu meseleyi MÜSİAD üzerinden ele alarak irdelemekte ve öyle bir oluşumun varlığından şüphe duymamaktadır: “Evet, Türkiye’de yeni bir İslami burjuvazi oluştu. Varlığının gözle görünür ve niteliksel kanıtları mevcut ve kamusal alanda da bu sıfatla tanımlanıyorlar (...) Günümüzde İslami burjuvazi, Türkiye’de meydana gelen toplumsal dönüşümün taşıyıcısı durumundadır...” (Yankaya, 2014, 247).

Benim tespitim bundan biraz farklı mahiyettedir. Şöyle ki: Bir sınıflaşma olgusu, herhalde, iktidar olgusundan bağımsız düşünülemez gibi; bir sınıf oluşumunun uzun bir tarihsel zamana ihtiyacı olduğu da teslim edilmelidir. Hâl böyleyse, ne iktidardaki AKP'nin ne de ekonomik bir örgüt olarak MÜSİAD'ın yerleşik bir sınıfsal temsili konumunda olduğu söylenebilir. Meselenin, “İslami” olarak nitelenen kültürel unsurların ve dinamiklerin, siyasal iktidar tesisi için seferber edilmesi olduğunu ileri sürmek daha uygun gözükmektedir. Nitekim, benzer bir anlayışla, Şennur Özdemir de Türkiye’de İslami hareketlerin sınıf olgusu ile ilişkisine böyle bir perspektiften bakarak; AKP ve MÜSİAD üzerinden “sınıflı” bir görünüm söz konusu olsa da bunun aslında toplumsal bir *habitus* içinden geçerek kültürel dinamiklerin siyasal amaçlara zemin teşkil eden bir seferberliği yansıttığını söyler.

Şüphesiz, böyle bir seferberlikte İslam'ın hem sınıflaşmayı/farklılaşmayı reddeden yüzü ile servet biriktirmeyi mubâh adederek sınıflaşmış bir toplum yapısının tohumlarını ekmek isteyenler arasındaki çekişme kaçınılmaz olacaktır. Bu açıdan, Özdemir'in vardığı sonuç, “(...) Türkiye[nin], tanımlanması/adlandırılması (...) mümkün olmayan özel bir çeşit sınıflaşmayla karşı karşıya kalacağı” doğrultusundadır (Özdemir, 2014, 66). O halde, kesin olarak “İslami” bir burjuvaziden değil, yerleşik burjuvazinin farklı bir kültürel *habitus* temelinde ayrışma sürecine girmiş *fraksiyonundan* bahsetmek gerekir. Çünkü, bu kitabın ilk baskısına yazdığı “Önsöz”de Levent Ünsaldı'nın veciz ifadesiyle “10 000 euro'sluk bir *Louis Vuitton* veya *Hermès* çantayla gecekondü ziyaretlerine çıkmak, yer sofrasında bağdaş kurmak ve bir de üstüne üstlük ‘komşum açken ben tok yatamam’ retoriği üzerinden ‘ekmek’ yemeye kalkışmak zor zanaattır.”

Haenni, “Piyasa İslamı” analizini yaparken kavramlaştırmasının bu “sınıfsal” boyutunu çok derinleştirmemiş; Piyasa İslamı'nın marûz bıraktığı eşitsizlikleri, *kültüralist* perspektifin gölgesinde bırakmıştır. Böyle yapmasaydı, yani yazar kendi kül-

türalist perspektifini daha geniş tutsaydı; örneğin o toplumların önemli bir meselesi olan toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerinden gidebilseydi (bu konuda ilginç bir derleme için bk. Ali, 2014) “İslamlaşma” dediği dalganın daha derinlerine nüfuz edebilirdi. Buna rağmen, Haenni’nin kitabı; kapitalist modernleşmeye marûz kalmış İslam toplumlarının dinsel meselesini, oryantlizmin tuzaklarına düşmeyerek, dolayısıyla dar ideolojik ve siyasi endişelerin peşinden gitmeyerek sosyolojik bir analize nasıl tâbi tutulabileceğini gösteren parlak bir çalışma olma vasfını hak etmektedir.

Ali Yaşar Sarıbay

Kaynakça

- Zahra Ali (2014), *İslami Feminizmler* (Çev. Öykü Elitez), İletişim, İstanbul
- Yavuz Çobanoğlu (2012), *“Altın Nesil”in Peşinde*, İletişim, İstanbul
- Şaban Ali Düzgün (2014), “Sol İlahiyat: Dinin Sol Yorumunun İmkânı, Riskleri ve Sınırları”, *İnsan ve Toplum*, 4(7)
- Bedri Gencer (2008), “On Dokuzuncu Asırda ‘Yararcı İslam’ Anlayışının Doğuşu”, *Bilimname*, XV(2)
- Şennur Özdemir (2014), *İslam ve Sınıf*, Nika Yayınevi, Ankara
- Ali Yaşar Sarıbay (2006), “Weberleştirilmiş İslam”, *Birikim*, Şubat
- Dilek Yankaya (2014), *Yeni İslami Burjuvazi*, İletişim: İstanbul