Patrick Haenni

Piyasa İslamı

İslam suretinde neoliberalizm

Çeviri: Levent Ünsaldı

özgür üniversite kitaplığı



ÖZGÜR ÜNİVERSİTE

Özgür Üniversite Kitaplığı: 92

Kitabın Orjinal İsmi
Islam de marché
L'autre révolution conservatrice

© Maki Basın Yayın

Yayına Hazırlayan
İsmet Erdoğan

Kapak Tasarım
Mustafa Kemal Tutkun

Redaksiyon:
Haydar Çetinbaş

1. Basım
Maki Basın Yayın Mayıs 2011

Maki Bas. Yay. Ltd. Şti.
Menekşe 2 Sokak 16/8 Kızılay-ANKARA
Tel: (0312) 418 32 41 Fax: (0312) 418 32 87
e-mail:ozguruniversite@ozguruniversite.org
İstanbul Temsilciliği
Kumbaracı Yokuşu 57/3 Tünel Beyoğlu-İstanbul
Tel: (0212) 292 77 40 Fax: (0212) 249 12 92
e-mail:istanbul@ozguruniversite.org

Basım Yeri
Cantekin Mat. Yay. Ltd. Şti. Tel: (0312) 384 34 35
www.ozguruniversite.org
www.ozguruniversitekitapligi.com

ISBN: 978-975-8449-75-0

Piyasa İslamı

İslam suretinde neoliberalizm

Patrick Haenni

Çeviri: Levent Ünsaldı

1. Basım Mayıs 2011

İçindekiler

Önsöz (Levent Ünsaldı) 7
Giriş 15

1. Bölüm

İslamcılığı aşmak 25
Terk edilen militancılık 26
Değişen düşsel 30
Fani dünyaya dönüş 35
Müslüman edebini tüketmek 41
Son moda vaiz çağı 47

2. Bölüm

Piyasa destekli dinsellik 57
Kitle kültürüyle eklemlenerek 58
Selefilik, business ve burjuva hicreti 64
Şifreli bir kimlik 66
Etik: Düşük yoğunluklu politika 71
Muslim pride: Müslüman olmanın onuru 76

3. Bölüm

Piyasa İslamı'nın kültürel savaşı (Kulturkampf) 81
Burjuva olmanın gereği olarak 82
Refah teolojisi 85
Müslüman kaderciliğine son vermek 90
Yeni işletme ütopyası 94

4. Bölüm

Sosyal devletin kuyusunu kazanlar 111
Projeler İslamı 111
Yapısal uyum ideolojisi 117
Dindarlar uzlaşısı 121

Sonuç

Fazilet ekseni 129

Önsöz

P. Haenni yeni bir İslamlaşma dalgasının (*réislamisation*) Müslüman dünyayı (Mağrip ülkelerinden Güneydoğu Asya'ya kadar) etkisi altına aldığını ancak bu sürecin geleneksel İslamcılık hareketlerinin tekdüze kalıplarından önemli ölçüde farklılıklar gösterdiğini ifade ederek başlıyor değerlendirmelerine. Uzun yıllar Kahire'de yaşamış İsviçreli politolog, homojen bir yapı göstermeyen ve başta Mısır, Türkiye ve Endonezya'da gözlemlenen bu yeni İslamlaşma sürecinde radikal (teokratik bir düzen kurulması) sistem dışı (Emperyalizm ve Siyonizm'e karşı mücadele) ve siyaset odaklı (devlet aygıtını ele geçirme) retoriğin terk edildiği-

nin ve buna müteakip dinselin özellikle birey veya cemaat üzerinden yapılan yeni okumaların ön plana çıkarıldığının altını çiziyor.

Aslında bu "yeni okumalar," "ılımlılaşmalar" bir anlamda güçsüzlüğün/çaresizliğin itirafıdır. Küreselleşen tek kutuplu bir dünyada radikal bir siyasal İslam projesinin olanaksızlığının anlaşılmasıdır. Ancak bu herhangi bir "sekülerleşme" veya "dinselden çıkış" da değildir. Zira birey veya cemaatten hareketle bütün toplumun "muhafazakârlaştırılması" temel hedef olarak yerinde durmaktadır. Yazar için bu hareketin sınıfsal karakteri çok açıktır. "Ekonomik başarı," "girişimcilik" ve "zenginleşme" gibi kavramların weberyen tarzda bir İslami okumasının yapılması (yazar bu eşlemeyi açıkça yapmaktadır), dinsel referans ve eğilimleri çok açık olan bir burjuvazinin doğuşu ve gelişimiyle eş zamanlı gerçekleşmiştir.

P. Haenni'e göre, hareket iki ana eksen etrafında şekillenmektedir: Bireysel gelişim ve dışa açılma. Bu iki kavramın özellikle ekonomi ağırlıklı yorumları Amerikalı Evanjelistlerin zenginlik ve seçilmiş olma (Tanrı tarafından) "durumlarıyla" önemli ölçüde benzerlikler göstermektedir. Tanrı figürü bu noktada bambaşka bir hale bürünür. Örnek olarak, *Selefi* İslam anlayışındaki ceza kesen, acımasız, öç alan, sert Tanrı figürü yerini seven, affeden ve özellikle bu "fani" dünyadaki başarı ve zenginlik "öykülerini" tasvip eden Tanrı anlayışına bırakır. Bir dizi semantik "oyun" sonucunda cihat, kurtuluş gibi geleneksel İslam'ın başat mücadele kavramları, birey üzerinden ve ahlâki perspektiften yeniden yorumlanır. İrfan, fazilet-erdem, hakkâniyet, adâlet gibi kavramlar kapitalist bir toplumda, kapitalist sınıf ilişkileri içinde, kapitalist bir birikim peşinde koşan her müminin hem kendisini "fazla" kaybetmemesinin hem de eş zamanlı olarak etkile-

şim halinde olduğu dış dünyayı kendisine benzetmesinin (muhafazakârlaştırmasının) araçları haline gelir.

"Erdemli" işadamı figürü bu noktada çok önemlidir, zira "erdemli" kapitalizmi kuracak olan odur. Bu "erdem" hareketinin çıkış noktası ise doğal olarak pazardır. Bu bağlamda geleneksel siyasal İslam'ın merkezi ve hiyerarşik örgütlenme şekillerine kuşkuyla yaklaşılması anlaşılır bir tutumdur. "Sivil toplum" retoriğiyle desteklenen bu pazar fetişizmi popüler kültürün sözde apolitik araçları vasıtasıyla "mücadelenin" (hem bireysel hem de toplumsal anlamda) "kazanılacağına" inanır. İslami referanslı internet sitelerinden, televizyon kanallarından, gazetelerden, İslami modaya, oradan İslami mağaza ve markalara, mücadelenin daimi alanı pazar, hedefi ise her mümindir. Nihayetinde "erdemli toplum/kapitalizm" projesinin nüvesi bireydir. Onu "kazanmaktır" söz konusu olan. Dolayısıyla artık piyasa içinde "mücadele" etmek, cihat esnasında "şehit" olmanın yerini almış gibidir. Türkiye'de *Cola Turka*, Fransa'da *Mecca Cola* (bu ülkedeki mağrip kökenli Müslümanlar tarafından Avrupa piyasasına sunulan) hem kapitalist/ticari anlamda kâr peşinde koşmanın hem de bunu yaparken bir "hizmetin neferi" olmanın diğer adlarıdır.

P. Haenni bu gelişmelerde İslami bir *Kulturkampf*'ın (kültürel yenilenmenin) öğelerini de görmektedir. Cebriyye, kadercilik, yazgıcılık gibi kavramların etkisiyle kendi içine kapanmış bir İslam'ın yeni yükselen burjuvazisi vasıtasıyla pazar üzerinden dış dünyayla bütünleşmesi ve bu suretle kendisini yeniden tanımlaması, yorumlaması. Diğer bir ifadeyle, sadeliğin, yoksulluğun bir o kadar da ezilmişliğin, horlanmışlığın içine kapanık mütevazı İslam anlayışı yerini zenginliğin, paranın, başarının, kazanmanın ve hepsin-

den önemlisi bütün bunlardan haz almanın makbul olduğu "piyasa İslamı" anlayışına bırakmıştır. Türkiye, Mısır ve Endonezya'da yükselişte olan yeni İslami girişimci sınıf bu savı destekler bir görüntü çizmektedir.

"Piyasa İslamı"nın genel çerçevesi bu şekilde ortaya konduktan sonra, artık P. Haenni için en ufak kuşkuya yer yoktur: Ekonomik, sosyal ve siyasal bileşenlerin Amerikan toplumundaki (kıta Avrupası'ndan oldukça farklı) eklemlenme biçimleriyle "ılımlı piyasa İslamı"nın bayraktarlığını yaptığı toplumsal proje arasında ciddi yakınlıklar söz konusudur. Peki, bu bir tesadüf veya doktrinler bir yakınlık mıdır? Ama bu nasıl mümkün olabilir? Bütün Müslüman coğrafyasında, özellikle oğul Bush'un marifetleri sonucunda, ABD'nin sicili bu kadar bozukken, nasıl bir yakınlıktan bahsedilebilir? Yarım akıllı sözde uzmanların komplo teorilerine prim vermeden, P. Haenni bu sorulara şu tespitleri yaparak cevap vermektedir:

1 – İlk olarak artık ılımlı İslam için (piyasa İslamı olarak okunabilir) cihadist bir İslam devleti kurulması fikrinin/amacının hiç ama hiç bir anlamı kalmamıştır. Zira İslam devleti fikri doğası gereği maksimal-müdahaleci-yayılmacı bir devlet anlayışına tekabül eder. Oysaki neoliberal doktrinin ana hatlarını ortaya koyduğu veya görevlerini sınırladığı, Anglosakson tarzı minimum-sınırlı devlet anlayışı "küreselleşen" dünyada tek meşru devlet biçimi olarak piyasa fetişisti İslamcıların da hayallerini süslemektedir.

2- Yukarıdaki saptamayla bağlantılı olarak, minimal devlet fikrinin parçası olduğu kavramsal-ideolojik tablo aslında çok açıktır. *Küreselleşen* dünyada *sivil toplumun* ve *aktörlerinin* ceberrut devletin boyunduruğundan kurtul-

ması ancak *sivil toplumun* yaşama, nefes alma kanallarının açılması ve devletin *küçültülmesiyle* mümkün olabilir. *Sivil toplumdaki* bireylerin inanç ve ibadet *özgürlüğü* esastır. (*Minimal*) Devletin müdahalesi ancak ve ancak bu özgürlüklerin tesisi ve korunması bağlamında meşrudur. Bu tür bir söylemin ideolojik ve kavramsal menşei çok açıktır. Aslında söz konusu olan toplumsalın bir "okumasıdır." En nihayetinde "okumalardan" sadece biridir. Amerikan toplumunun özelliklerini yansıtan, varsayılan bu özellikleri yeniden üreten veya en azından bu özelliklerin teorik alt yapısını yapan bir okumadır. Örnek olarak böyle bir okumada "sınıf" kavramına yer olamaz. "Sivil toplum" gibi sözde "apolitik" homojenleştirici bir kavram altında (aynen 'halk' kavramı gibi) "sınıf" kavramı mecburen anlamsızlaşacak, işlevsizleşecektir. Kısacası sivil toplum –demokrasi– minimal devlet gibi kavramlar üzerinden yapılan bir toplum okuması aynı zamanda piyasa İslamcılarının da rağbet ettiği bir okuma şeklidir. 80 sonrası Türkiye'sinde "devlet-sivil toplum," "merkez-çevre" gibi (yapay?) düaliteler üzerinden yapılan ve dönem dönem hegemonik bir hâl almış olan siyasi yorum ve/veya "bilimsel" araştırmaların ve bunların "pazarlanma" süreçlerinin incelenmesi muhakkak ilginç sonuçlar verecektir.

3 – Kitabın 4. bölümünde P. Haenni hem Amerikan hem de İslami etiketli böyle bir toplumsal/siyasal projenin nihai hedefinin kıta Avrupası menşeili Soysal-Refah Devletini "bitirmek" olduğunu iddia eder. Sosyal ihtiyaçların, yetersizliklerin, "sorunların," toplumun bizatihi kendisi tarafından, dışarıdan (devlet tarafından) herhangi bir müdahale olmaksızın, bazı toplumsal mekanizmalar aracılığıyla (ki bunun adı vakıflardır) "yönetilmesi" "giderilmesi" fikri hem Amerikan tarzı "her şeye kâdir yüce sivil toplum" söy-

leminin hem de onun "İslami" versiyonu "Osmanlıdan beri kültürümüzün sosyal sübap mekanizmaları vakıflarımız" "söylencesinin" temelini oluşturur. Aslında her iki durumda da hedeflenen açıktır... Vakıf, dernek, bağış (veya bunun daha İslami yorumu sadaka veya zekât) gibi mekanizmalar aracılığıyla "sosyal politika fikri ve araçlarını" anlamsızlaştırmak ve bu suretle burjuvazi lehine (burada piyasa İslamı hareketinin en nihayetinde bir burjuva hareketi olduğunu tekrar hatırlatalım) bir kaynak aktarımına gitmek.

4 – Dolayısıyla "ceberrut Devlet ve otoriter muhafızları *versus* aslan demokrat sivil toplum aktörleri" düzleminde "pazarlanan" (ki bu pazarlama da sosyal bilimcilerin özellikle sosyologların katkısı büyük olmuştur) ılımlı piyasa İslamı'nın izlediği "muhafazakârlaştırma projesinin" sosyal-sendikal ve sınıfsal açılardan toksikliği ortadadır. Gerek sendikal haklar, gerek sosyal politikalar anlamında, gerekse "farklı yaşam biçimlerine var olma hakkı" tanıma anlamında, ılımlı İslam ürkütücü bir "karşı" duruş sergilemektedir. Ki bu karşı duruş mesela oğul Bush yönetiminin "çok dindar" *neocon* cumhuriyetçilerinin çeşitli eşcinsel veya feminist hareketlere karşı takındığı menfi tavırla tamamen örtüşmektedir. Dolayısıyla "Müslüman dünyanın düşmanı Amerika," "mazlum Müslümanları ezen Amerika" gibi retorikler oldukça yoğun bir "naftalin" kokusu içermekle beraber, "gerçekliğin" o inanılmaz karmaşıklığını kavrayabilmekten uzak görünmektedirler.

Bu karmaşıklıklardan bazılarını Spinoza'nın dediği gibi "ağlamadan, gülmeden, ancak anlayarak" sorgulamaya imkân vermesi bâbında P. Haenni'nin çalışması önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Özellikle;

1 - "Bize özgü" sandığımız bir hareketin (ılımlı İslam) genel anlamda bütün Müslüman coğrafyasını derinden sarsan hem sınıfsal hem de kavramsal-ideolojik bir depremin uzantısı olduğunu göstermesi anlamında;

2- Bu depremin konjonktürel uluslararası şartlarının çok iyi tahlil edilmesi gerektiğini hatırlatması anlamında;

3- İslami referanslı her türlü harekette potansiyel bir "molla" rejimi görme obsesyonunun "olan biteni" kavrama bâbında işimizi ne kadar güçleştirdiğini göstermesi anlamında;

Ancak, ılımlı İslam'ın yarınlarıyla ilişkili olarak; bilinmektedir ki bir "kitle" hareketine dönüşümü ve bazı ülkelerde iktidara gelişi (Türkiye) süreçlerinde piyasa İslamı'nın yoksulluk, eşitsizlikler, gelir dağılımı bozukluğu gibi sorunsalları ele alış şekli geleneksel dini kardeşlik ve dayanışma temaları üzerinden olmuş ve bu retorik etkili ancak kırılgan bir uzlaşı yaratmıştır. Yukarıda kısaca değindiğimiz bazı geleneksel mekanizmaların (zekât, sadaka, vs.), uygun bir ekonomik konjonktürde, reaktive edilmesi bu retoriğe belli bir süreklilik ve inandırıcılık sağladıysa da, söylemin kendisi uzun vadede sıkıntılıdır. Zira altını çizdiğimiz üzere piyasa İslamı hareketi esasında bir burjuva hareketidir. Dolayısıyla sömürülen sınıflarla ilişkisi, din kardeşliği retoriğinin örtemeyeceği, sayısız çelişki ve çatışma alanını içinde barındırır. Sermaye birikimini daha henüz gerçekleştirmekte olan ve üstelik bunu "göstermek" de isteyen bir (İslami) burjuvazi için bu çok daha nettir. Daha basitleştirerek ifade etmek gerekirse 10 000 euro'luk bir *Louis Vuitton* veya *Hermès* çantayla gecekondu ziyaretlerine çıkmak, yer sofrasında bağdaş kurmak ve bir de üstüne üstlük "komşum açken ben tok yatamam"

retoriği üzerinden "ekmek" yemeye kalkışmak zor zanaattır.

P. Haenni kitabında bu noktalara çok kısaca değinmekle beraber, hareketin yarınına ilişkin sorunsalları ileriki çalışmalarına bırakmış gibidir. Bu topraklardan, konuya her şeyden önce gündelik hayatta bir fiil "maruz" kalarak aşina olmuş araştırmacılara ilham vermesi dileğiyle...

Levent Ünsaldı

Ankara, 26.04.11

Giriş

11 Eylül'den bugüne, kuşkuların artık tamamıyla ortadan kalktığı düşünülebilir: "Muzaffer" küreselleşmeye cevap mahiyetinde yerel kimlik ve aidiyetlerin ön plana çıktığı ve bu iki zıt dinamiğin soğuk savaş sonrası ideolojik arka planı genel hatlarıyla yapılandırdığı savunulabilir. Özellikle geleneksel siyasal İslam'ın bu tür muhalif bir çizgi[1] içerisinde yer aldığı ve modernleşme ve küreselleşmeyle ilişkisini genel olarak çatışmacı veya tepkisel bir çerçeveye oturttuğu ifade edilebilir.

Bugün dinselin yeniden uyanışının, yükselişinin Müslüman dünyasını derinden etkilediği bir gerçektir.[2] Ancak,

1 Mervyn Bende, "Trajectories of Anti-globalism," *Journal of Sociology*, vol.38 (3), 2002.

2 2005 Haziranında Hezbollah-Amal koalisyonunun güney Lübnan'da halk oylamasında elde ettiği başarı, AKP'nin Türkiye'de 2002'deki zaferi, Ayatollah al-Sistani'nin birleşik Irak ittifakının Ocak 2005'teki başarısı veya Mart 2000'de Faslı İslamcıların, personel yasası reformu çalışmaları sırasında, so-

özellikle iki hususta geleneksel İslamcılık yorgunluk sinyalleri vermektedir. İlk olarak, tamamen kopuşlar halen az olsa da, fikir hocalarının ve liderlerinin dogmatik, katı düşünce yapısını eleştiren ve hareketin sert alt-üst ilişkilerinden hoşnut olmayan İslamcıların sayısı her geçen gün artmaktadır. Harekete sırtını tamamen dönmese de, artık bu grup daha ziyade kişisel tatmin, başarı ve kurtuluşun peşinde ekonomik yükselişi hedeflemektedir. İkinci olarak, bilakis kendi tetikledikleri İslamlaşma dinamiklerini[3] kontrol altında tutmakta zorlanmaktadırlar. Zira parti benzeri ulusal düzeyde faaliyet gösteren geleneksel siyasal örgütlenmelere pek rağbet etmeyen ve belli bir hareket serbestîsine sahip olmayı yeğleyen yeni İslami aktörler boy göstermeye başlamışlardır: Militan yanını bir kenara atmış veya atmaya çalışan hatipler, yorumcular, "uzmanlar," Batı siyasi modernitesinin kurum ve figürleriyle "barışmış" İslamcı yazarlar, münevverler, manevi ve ahlâki değer savunucuları, İslami TV programı ya-

kağa inişleri gibi örnekler gösterilebilir.

3 İslamcılık ve İslamlaşmayı (veya yeniden İslamlaşmayı) birbirinden ayırıyoruz. İslamcılığı, Müslüman Kardeşlerin kurucusu Hassan al-Banna'nın ana hatlarını şekillendirdiği, bir sosyal hareket olarak değerlendiriyoruz. Devlet kurumlarının kamusal alanda dini referansları yeniden hâkim kılmak amacıyla reforma tabi tutulmasını ve bu suretle Batı modernitesine alternatif yaratılmasını savunan bir siyasi hareket olarak tanımlıyoruz. Yeniden İslamlaşma ise daha genel toplumsal bir sürece, dinsel pratiklerin ve simgelerin kamusal alandaki görünürlülüğünün artmasına tekabül etmektedir. "Yeniden" takısı unutulmuş veya kaybedilmiş ahlâki bir düzenin, bilinçlenme suretiyle, yeniden bulunmasına, tesis edilmesine vurgu yapar. Dolayısıyla yeniden İslamlaşma herhangi bir siyasal İslam tecrübesi sırasında ortaya çıkabilir. Ancak bu şart da değildir. *Çevirmen notu*: Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse, yazarın anladığı anlamda İslamcılık Milli Görüş çizgisine, karşıtı Piyasa İslamı ise AKP'nin temsil ettiği varsayılan ılımı İslam anlayışına denk düşer. Türkiye'de ise Milli Görüşün temsil ettiği siyasal İslam anlayışı ekseriyetle "geleneksel" sıfatıyla beraber ifade edilir. Dolayısıyla metni Türkiyeli okur için daha anlaşılır kılmak amacıyla, ayrımı geleneksel İslam-geleneksel İslamcılık-geleneksel siyasal İslam /piyasa İslamı-ılımlı İslam farklılaşması üzerinden kurduk.

pımcıları ve sunucuları, İslami medyatikler, sohbet toplantıları hatipleri, İslami eğilimli, kutsala vurgu ve dünyevi şöhret arasında gidip gelen müzik grupları, sanatçılar, şarkıcılar... İslamlaşma süreçlerinin bu "bağlantısız gönüllülerinde" (*free riders*) dinsele bireysel düzeyde itaatin, geniş kapsamlı bir siyasal projenin önüne geçtiği söylenebilir.

Bu gerçeklik Batı'da büyük ölçüde göz ardı edilmektedir. Biraz da haklı olarak, korkuyla, El Kaide tarzı örgütlenmelerin canlı bombacıları üzerine yoğunlaşan Batı, Müslüman dünyasında filizlenen ve dış dünyayla kültürel anlamda bütünleşme ve kamusal alana daha fazla katılım şeklinde tezahür eden dinselin yeni ve farklı yorumlanış ve yaşanış şekillerini görememektedir. Oysa bu noktada Batı modeliyle uyumlu "kırma" yapılar, eklemlenmeler Müslüman dünyada hem tahayyül edilmekte hem de vücut bulmaktadır. Örnek olarak Müslüman kadının iffeti herhangi bir tesettür altında değil, en Avrupai, lüks ve moda kumaşlar altında kendisini ifade edebilmekte, İslami müzik ise, aynı şekilde, o basit ve cihadist melodilerinden kurtulup, *new age*, pop veya rap ritimleri üzerinden hem ticari hem de "manevi" yükselmeyi hedefleyebilmektedir. İslami hayırseverlik dinsel içeriği "boşaltılmış" bir insan severliğe dönüşebilmekte ve "dışa-ötekine açılma" kimlik siyasetine karşı İslami bir karşı koyuş olarak değerlendirilebilmektedir. Dinselin bu tür bir yorumunu yapan yeni İslami aktörler için geleneksel İslamcılığın cihadist kurucu mit ve "hikâyelerinin" artık hiç bir anlamının kalmadığı açıktır. Halifeliğin yeniden inşası, şeriatın yürürlüğe sokulması, İslami bir devletin kurulması, İslami kimlik siyasetinin alternatif bir medeniyet projesi olarak tesis edilmesi, geleneksel İslamcılık hareketinin bütün bu kurucu tematikleri artık bugün hem eski tüfek İslamcılar hem de harekete

yeni katılanlar için bir anlam ifade etmemektedir.

Dinselin-İslam'ın bu yeni okumalarının "İslamlaşma" süreçlerinin burjuvalaşmasıyla yakından ilişkili olduğu pekâlâ savunulabilir. Zira İslami hareketin ideolojik-kavramsal-anlamsal çekirdeğinin bu dönüşümü, İslami bir burjuvazinin sosyal ve ekonomik yükselişiyle eş zamanlı yaşanmıştır. Aslında söz konusu olan "dindar" bir ticari-ihracatçı burjuvazinin, toplumsal yükselişinin gereği olarak, "cemiyet hayatıyla" veya genel olarak moderniteyle daha uyumlu bir İslami yaşayışlar/pratikler bütünü uyarlamasıdır. Diğer bir deyişle, modernleşme, değişim ve şehirleşme süreçlerinin kıyıda köşede kalmışlarına cennet vaadi üzerinden yapılan bir "pazarlama", yerini dinselin sınıfsal bir okumasına bırakmıştır. "Ekonomik yönelimi" (Max Weber) baskın, açık ve özgüveni yüksek bir İslam okumasıdır bu. Dinselin bu yeni sınıfsal yorumlanışında burjuvazinin "farklı olma" gayretlerinin ve buna ilişkin "kodların" ağırlığı açıktır. Ancak kısa zamanda hareket, medyatik görünülürlüğü yüksek İslami aktörlerin katkısıyla, İslami burjuvazi veya seçkinlerin sınırlı çevresini aşıp, özellikle şehirli orta sınıflar üzerinde etkili bir kitle hareketine dönüşmüştür.

Öyleyse burjuvalaşan "İslamlaşma" süreçleri ve İslam'ın anlamsal kaymalarının kesiştiği noktalarda ortaya çıkan bu yeni İslami okuma ve yorumlama şekillerine, gerek ekonomik bileşenin semantik ağırlığı açısından, gerekse *management* ve şirket kültürüne ait kavram ve algılama biçimlerinin yoğunluğu sebebiyle, "Piyasa İslamı" adını vereceğiz. Geleneksel İslamcılığın ve "radikal/terörist" yorumlarının her şeye rağmen halen baskın olduğu İslami alanda, Piyasa İslamı atipik bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır. 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren kendinden bahsettiren

hareketin yükselişi 4 etmen çevresinde incelenebilir (ki her etmen kitabın bir bölümüne denk gelmektedir).

1- Dinselin militan-doktriner-siyaset odaklı düzeyden kurtarılıp, birey üzerinden "fani" dünyanın şartları ve "gerekleri" göz önüne alınarak yeniden okunması. Bu bağlamda büyük siyasi hedeflerin terk edildiği ve kişisel gelişim ve mutluluk odaklı, Batı "kokan," bireysel amaçların ön plana çıktığı rahatlıkla ifade edilebilir: Kitle tüketim kültürüyle barışmalar, kişisel gelişim tekniklerinin değer kazanması (terapi, vs), diğer çeşitli İslam dışı spiritüelliklere karşı artan ilgi ve en nihayetinde, Anglosakson başarı kültürünün yansıması olarak, Müslüman "olumlu düşüncesi" (*positive thinking*) fikrinin ortaya çıkışı.

2- Dinsel ve ekonomik alanların artan karşılıklı etkileşimlerinin, siyaset merkezli İslamlaşma süreçlerinin yerini alması. Ekonomik alan yeni dinselliklere boy gösterecekleri ve gelişecekleri somut sahayı (piyasayı) sunmakla kalmaz, dinsel olanın kişisel gelişim, mutluluk ve başarı gibi, Protestan ahlâkının temel ilkelerini andıran, ekonomi yönelimli bir "lügat" dâhilinde düşünülmesini sağlar. Bütün bu karşılıklı etkileşimler hem cihadist bir silahlı mücadele olasılığını hem de, tam zıttı, kendi içine kapanmış pasifist bir koyu dindarlık ihtimalini ortadan kaldırır. Müslüman olmanın onurunu (*muslim pride*) performans, başarı ve rekabet kriterleri üzerinden algılayan yeni bir ekonomik refah teolojisinin çıkması artık kaçınılmazdır.[4]

4 Amel Boubekeur, "Cool and competitive, new islamic culture in the west," *ISIM Newsletter*, n°16, Sonbahar 2005.

3- Şirket kültürünün ve temel değerlerinin dinsel alana sirayeti. İslam bu süreçte mücahidin ideali olmaktan çıkıp, başarı peşinde koşan müminin ideolojisine dönüşür. Bu özellikle azılı işletme (*management*) teorileri tüketicisi genç İslami kuşak için oldukça açıktır. Bu teoriler İslami grupların örgütsel verimliliklerini arttırmakla kalmayıp dinsel alanı burjuva bireyciliğinin hırs, zenginlik, başarı gibi değerlerine açmaktadır. Bu değerler geleneksel militan angajmanlardan hayal kırıklığına uğramışlar için tam bir ikameci ütopya işlevi görmektedir.

4- İslam'ın neoliberalleşmesi. Piyasa İslamı'nın gelecekteki olası bir İslami devletin veya şeriat düzeninin habercisi olmaktan öte, özelleştirmeler vasıtasıyla sosyal refah devletinin bertaraf edilmesinin aracı olduğu çok açıktır.[5] Halifeliğin yeniden tesisi gibi bugün hiç bir anlam ifade etmeyen hedeflerden ziyade, "erdemli" sivil toplum ve devlet arasındaki ilişkileri, ABD'de olduğu gibi, inanç temelli inisiyatifler (*faith based initiative*) üzerinden yeniden tanımlamak suretiyle, devletin kamu hizmetleri üzerindeki tekelini kırmak ve bu alanı özel dini referanslı kurum veya yapılara açmak amaçlanmaktadır.

Dolayısıyla, medeniyetler çatışması gibi tezler söz konusu olduğunda, bardağın diğer yarısını da görmek gerekir. Bush'un şer ekseninin gölgesinde ABD ve *selefi* İslam[6] je-

5 Béatrice Hiboux, *La Privatisation des Etats*, Paris, Karthala, 1999.

6 *Çevirenin notu: Selefi*lik İman esasları ile ilgili konularda Kur'an ve Sünnetteki açıklamalar ile yetinip bunları aynen kabul eder. İslam tarihindeki en eski hareketlerden biridir. Katı nakilci tavrı, aklı öncelemekten kaçınması, kıyas ve rey gibi metotlara itibar etmemesi ile meşhurdur. *Selefi*lik dünyevi konularda akla yer vermez, sadece nakil (Kur'an ve Sünnet) ile hareket eder.

ostratejik bir bilek güreşine tutuşmuşken, Piyasa İslamı diğer güncel tartışmalarda Amerika'nın yanında saf tutmaktadır: Kıta Avrupa'sının ortak geleneğine ve ideallerine karşı, muhafazakâr Amerika'da olduğu gibi, dinseli, devletin "jakoben" müdahalelerinden kurtarılmış ve "manevi" olanı "kucaklamaya" hazır, yeniden yorumlanmış bir kamusal alanın tam ortasına oturtmayı amaçlamaktadır. Öyleyse geleneksel İslam'ın mücadele alanı veya hedefi 19. yy Batı modernleşmesinin ürünü ve bugün, küreselleşen dünyada, sorgulanan ulus devlet ise, Piyasa İslamı bu sorgulamanın baş aktörü olarak ortaya çıkmaktadır.

Özel sektör ve dindarlık üzerinden yaptığı yeni modernite tarifi suretiyle, Piyasa İslamı hem dinseli kişisel bir tercih düzeyine indirgemek isteyen laik umutları, hem de dinselin kültüralist yorumlarını aynı anda "oyun dışı" bırakmaktadır. Yeniden tanımlanan bu modernitenin ne yeni bir seküler-evrensel teoloji, ne de insani değerlerle sarmalanmış Müslüman-Arap dünyasına özgü bir yönelim (*tropisme*) olmadığı ortadadır. Söz konusu olan, paradoksal bir şekilde, Amerikalı muhafazakârların merhametli muhafazakârlık (*compassionate conservatism*) doktriniyle ideolojik eklemlenmedir. Bu buluşmanın felsefi arka planında yatan ise açıktır: Fransız aydınlanmasının laik ve kamu yönelimli mirasından azat olmuş yeni bir modernite tarifinin dayatılması.

Bugün *Selefi*lerin en yoğun olduğu bölge Suudi Arabistan'dır.

1. Bölüm

İslamcılığı aşmak

Tamamen dinsel referanslı alternatif bir medeniyet hayali üzerine kurulmuş İslamcı ütopyanın, belli bir noktadan sonra nefesi kesilmektedir. Hareketin kendisinin burjuvalaşmasıyla ilişkili bu nefesi kesilme durumu, halen yaşanmakta olan bir çok değişimin çıkış noktasını oluşturur. Bu tespit[7] üç başat gerçekliğin altını çizmektedir: Geleneksel İslami örgütlenme biçimlerinin sorgulanması; bu örgütlenmelere temel teşkil eden paradigmaların göreceleştirilmesi ve devlet ve siyaset merkezli yaklaşımların yerini kültürel dışadönüklük

7 Gilles Kepel, *Jihad. Expansion et déclin de l'islamisme*, Paris, Gallimard, 2000.

lüğü ve görünürlülüğe bıraktığı yeni dinseli yaşama ve ifade ediş şekillerinin ortaya çıkması.

Terk edilen militancılık

İslamcı ütopyanın "nefes nefese" kalma durumları ilk olarak militanın gündelik hayatında kendisini göstermektedir. Müslüman Kardeşler hareketi bu bağlamda örnek gösterilebilir. "Davaya" kendini adamışlar arasındaki ilişkileri düzenleyen kurallar, örgütün kendisiyle olan ilişkiler, disiplin ilkesi veya genel olarak "Müslüman Kardeşler Kültürü" şeklinde adlandırdığımız olgu (*al-thaqafa al-ikhwaniya*), artık eskiden olduğu gibi toplu bir kabul görmemektedir. Örgüt taraftarları nezdinde önemli ölçüde inandırıcılığını yitirmiş ve alternatif bir sosyalleşme alanı olma özelliğini kaybetmiştir. Hareketin baskın değerlerinin göreceleştirilmesi, İslami yapı ve örgütler dışı angajmanların çoğalması, İslami değerler ve evren dışı çevreyle ilişkilerin "normalleşmesi" bu sürecin başlıca sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde, bireysel özgürlük talepleri artmakta ve bütün bunlar örgütün "kutsal" tarafının militan seviyesinde eridiğine, sorgulandığına işaret etmektedir. *Islamonline*[8] adlı internet sitesinin sunduğu psikolojik öneri ve yardımlar bile, İslami dogmanın merkezi kavramı kolektif mücadele fikrinin[9] her geçen gün anlamını yitirdiği, bu yeni "İslami ruh hallerinin" anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Örnek olarak, söz konusu internet sitesinde, Lübnanlı İslamcı lider Fethi Yeken'e [Ori-

8 Katar'da yaşayan Youssif al-Qaradawi'nin sahibi olduğu ancak Kahire üzerinden çoğu eski Müslüman Kardeşler üyesi bir grup gazeteci tarafından yönetilen dünyada en çok girilen İslami internet sitesi. İslami çevrelerin başlıca tartışma platformu olma gayreti içerisinde hemen bütün İslami ideolojik yelpazeyi kapsamaya çalışmaktadır: *Selefi* köktencilerden, hayal kırıklığına uğramış postmodern İslamcılara kadar.

9 Peygamber'in şu cümlesinin altını çizdiği gibi: "Cennete ulaşmak isteyen örgütten geçmek zorundadır (*al-Gamaa*)."

jinal metinde Fathi Yakın olarak geçiyor, ancak literatürde Fathi Yakan olarak da biliniyor. Türk kökenli Lübnanlı İslamcı. ç.n.] Müslüman Kardeşler tarafından verilen eğitimin niteliğinden yakınan şu genç militanın tanıklığı oldukça ilginçtir. Gence göre, bu eğitim kişisel gelişim yerine itaat ve kulluğu amaçlamaktadır.[10] Genç, hocalarını yeterince yetkin olmamak ve diyaloğa açık olmamakla eleştirmektedir: "Bir soru soruyorsun, cevap hep aynı, hiç değişmiyor: Sana söyleneni yapmalı ve senden sorumlu 'ağabeyine' güvenmelisin. Büyüğünün haklı olduğunu daha sonra göreceksin." Yaşıtlarını harekete katılmaya teşvik etmekte ciddi kuşkuları olan genç, özellikle "meftanın onu yıkayanın elindeki hareketsiz çaresizliği gibi küçük kardeşin sorumlu ağabeyinin mutlak iradesine" bırakılmasından rahatsızlık duymaktadır. Ve bunu şu şiarda ifade etmektedir: "Örgüt için değil, Allah için." Örgüte bağlılığı tartışmasız olan Fethi Yeken, ilginç bir şekilde bu noktada gence hak vermekte ve "her şeyden önce İslam'a bağlılık yerine örgüte bağlılığı ön plana çıkaran dini eğitimin bu şaşmışlık hallerini" eleştirmektedir. Ve eklemektedir, İslam yenilmez olsa da, "örgütler yanlış yollara sapabilmekte, zayıflayabilmekte, yeri geldiğinde başarılı veya başarısız olabilmekte, yükselişe geçip daha sonrasında düşüşü tecrübe edebilmektedir." Dolayısıyla, çözüm olarak, sorgulamalar içindeki genç internet kullanıcısına, kişisel içtihadını (*itihad*[11]) yapmasını ve kendisi gibi gençlerle birlikte yeni platformlar oluşturmalarını önermektedir.[12] Lübnanlı bu İslami liderin (Fethi Yeken) geçirdiği entelektüel evrim gerçekten ilginçtir. Özellikle, 1980'li yılların ortasında yaz-

10 "Pour dieu, non pour organisation," www.islamonline.net.

11 Öngörülmemiş durumları metinlerden hareketle yorumlama çabası.

12 Aslında burada söz konusu olan Müslüman Kardeşler örgütünün eski lideri Mustafa Machhur'un tezlerinin üstü kapalı eleştirisidir. Mustafa Machhur'a göre kişisel İslami bir çaba tasavvur bile edilemez.

dığı "İslam dinine mensup olmak ne ifade eder?" adlı kitapta savunduğu "İslam dinine mensup olmak Müslüman Kardeşlere katılmayı mantıksal olarak gerekli kılar" tezi hatırlanırsa.

Sadece tabandaki militanla sınırlı kalmayan, mücadelenin bireysel düzeye çekilmesi ve aracı yapılardan kurtulması fikri, İslami örgütlere ilişkin "despotik eğilimler"[13] ve "yasakçı zihniyet" eleştirilerinden beslenmektedir. Dini içerikli bilgisayar programları pazarlayıcısı bir firmada çalışan eski bir İslamcı militana göre: "Müslüman Kardeşler artık günümüzün sorunlarını tespit edip çözüm önerisi getirememektedir. Geçmişin sorunları ve çözümlerini dillendirmeye ve 1950 ve 1960'ların retoriğini ve sloganlarını kullanmaya devam etmektedirler." *Islamonline* sitesinin sorumlularından biri ki İslamcı harekete yakınlığıyla bilinmektedir, Müslüman Kardeşler hakkında şu tespiti yapmaktadır: "Geri gidiyorlar. Zamanlarını, çabalarını, deneyimlerini boş yere heba ediyorlar. Ve bunların hepsini dava (*daawa*[14]) adına yapıyorlar. Bu milletin ahlâki ve kültürel açıdan elit sınıfı olduğumuzu söylüyoruz. Yanlış. Sadece politika ve şeriattan bahsediyoruz. Pozitif anlamda doğrudan sosyal içerikli, toplumu geri kalmışlıktan kurtaracak hiçbir şey yapmıyoruz." Bu tür bir eleştiri alternatif İslamcı kamu alanları kurma hayalini ciddi biçimde değersizleştirmektedir. Hareketin içindekiler Müslüman Kardeşlerin cemaat okulları tarafından sunulan eğitimin kalitesizliğinin artık farkındadırlar. Aynı tespit bireysel tasarrufları kendine çekmekte gittikçe zorlanan İslami bankalar için de geçerlidir. Bu bankalar özellikle İslami en-

13 İbrahim Ghuraiba, "Un an après le 11 Septembre. Les références islamiques, de l'organisation pyramidale au fonctionnement en réseau," *Islamonline*, www.islamonline.net.

14 Sözlük anlamı "çağrı" olmakla birlikte, şartlara göre, hem militan faaliyetlere hem de dini mesajı yayma çabalarına gönderme yapmaktadır.

telektüeller tarafından yöneltilen çok sert eleştirilere maruz kalmaktadırlar. Öyle ki İslami finansın fikir babası sayılan Ahmed al-Naggar bile klasik finansal sisteme geri dönmüştür.[15] İslamcıların yoğun olarak ilgi gösterdiği bilgi işlem sektöründe de aynı kuşkular gözlemlenmektedir. Örnek olarak, bilgisayar programı pazarlayıcısı bir şirketin aşağıdaki genç yöneticisi sattığı ürünleri beğenmediğini açıkça ifade edebilmektedir: "Ne yazık ki ekseriyetle dindar Müslümanlar için üretim yapıyoruz. Saatlerce dinleyecekleri uzun vaazları dijital ortama aktarıyoruz. Aslında anlamsız şeyler bunlar. Müslüman veya değil, her şeyden önce iyi bir insan olmalarını salık veren CD'ler yapsak daha anlamlı olur. Avrupa veya ABD'deki çocuklar için üretilen eğitim CD'lerine bakın mesela. Pedagojik, oyunlar öğreten, harika CD'ler. Oysa bizimkiler sadece didaktik."[16]

Dolayısıyla, pek çok kişinin "İslami söylemin pırıltısını önemli ölçüde kaybettiği"[17] hususunda hemfikir olduğu bir ortamda, İslami hareketlerin bir reforma ihtiyacı olduğu çağrıları her geçen gün artmaktadır. Ürdünlü İslamcı bir entelektüele göre,[18] piramit tarzı bir örgütlenmeden, şebeke (*network*) merkezli bir işleyişe geçmenin zamanı gelmiştir. Diğerleri için, Müslüman Kardeşler tarzı bir örgütlenmenin tıkandığı nokta "İslam'ın her şeyi kapsadığı, politikadan sosyal faaliyetlere hayatın her alanını düzenlediği fik-

15 Samer Soliman, "The Rise and Decline of Islamic Banking Model in Egypt," *Third Mediterranean Social and Political Research Meeting*, adlı konferansta sunulmuş bildiri, Montecatini Terme and Florence, 20–24 Mart 2002.

16 Mohamed Mosaad Abdel Aziz, *Islam and Postmodernity, The New Islamic Discourse in Egypt*, Antropoloji Y.Lisans tezi, Kahire Amerikan Üniversitesi, 2004, s. 32.

17 Aksi belirtilmediği sürece, alıntılar atıf yapılan kişilerle gerçekleştirilen mülakatlardan alınmadır.

18 I. Ghuraiba, *a.g.e.*

ridir. Oysa bu daha fazla uzmanlaşmaya giden dünyamızda aşılmalıdır."[19] Aynı şekilde, yayımlandığında oldukça ses getirmiş bir makalede,[20] İskenderiyeli bir İslamcı, İslami aktivizmin uzmanlaşması gerektiği çağrısını yapmakta ve bunu İslâmi örgütlerin çeşitliliği ile açıklamaktadır. Bunun çok sesliliğe yol açacak bulunmaz bir fırsat olduğunu, bireysel yeteneklerin kendilerini daha iyi ifade edebileceklerini ve böylece hareketin etkinliğinin artacağını savunmaktadır. Sonuç olarak, yazar, "örgütsel disiplinin zincirlerinden azat olmuş" bireylerin ortaya çıkışını bütün hissiyatıyla dilemektedir. O halde Müslüman Kardeşlerin baş tacı ettiği "bağlılık ve itaat kültürü" temelli gerçeklik duvarındaki çatlaklar çoğalmaktadır.

Değişen düşsel

Bu bağlamda, hayal kırıklığına uğramış İslamcı figürü, hareket içerisinde ister istemez gelişecek olan yeni eleştirel fikir hareketlerinin merkezinde yer almaktadır. "Memnuniyetsiz İslamcı" figürü dâhil olduğu İslami örgütlenmelerin geleneksel yapılanma ve işleyiş tarzlarından hoşnut olmayan, ancak hareketle arasına mesafe koysa da tamamen kopamayan ve her şeyden önemlisi koyu dindarlığını koruyan İslamcı figürüdür. Bu figür eskiden olduğu gibi makro ölçekte küresel hayaller peşinde koşan bir entelektüeli işaret etmez. Söz konusu olan her konuda İslami alternatifi aramaktansa, Batı kültürüne ait öğeleri ithal eden ve bunların İslami yeniden yorumunu yapan kültürel bir aracıdır: İslamcı çevrecilik, İslami feminizm... Aynı zamanda, farklı angajmanlar peşinde

19 Hisham Gaafar, X. Ternisien tarafından alıntılanmış, *Les Frères musulmans*, Paris, Fayard, 2005, s. 303.

20 Muhammad al-Sayid Husain, "De l'approche globale à la specialisation," *Islamonline*, www.islamonline.net.

koşan memnuniyetsiz İslamcı, küresel ideolojik pazardaki yeni, getirisi olan kavramlara da ilgi duymakta ve onlara kucak açmaktadır: Teknolojik uygunluk, *women empowerment*, halk diplomasisi, siberaktivizm, biyoetik, kişisel gelişim, işletme kültürü, dinler diyaloğu ve elbette altermondializm. O halde bu dış dünyaya açılma sürecinde, biraz ondan biraz da bundan şeklinde farklı öğelerin eklektik bir şekilde harmanlanmasıyla yeni bir (İslami) zihniyet dünyası vücut bulmaktadır. Bu değişen düşsel, dışa kültürel açılmayı, kimliksel aidiyetlerin reddini ve küresel ölçekli siyasi projelerin rafa kaldırılmasını zorunlu olarak içerir. Bu tutum ve davranışlar esasında sosyal anlamda çevreleriyle başarıyla bütünleşmiş ve büyük davaların peşinde koşmaya artık istekli olmayan kişilerin yarınlardaki yeni varoluş şekilleridir.

Konuyla ilgili en anlamlı örnek *Islamonline* sitesinin cihat (*jihad*) kavramını yeniden yorumlayış şeklidir. Şeyh Ahmad Yasin'in [2004 yılında İsrail tarafından hava saldırısında Gazze şeridinde öldürülen Hamas'ın kurucusu ve lideri, ç.n.] ölümü üzerine kendini kaybetmiş bir internet kullanıcısına, "gençlerin sorunları ve çözümleri" sayfasının moderatörleri "yeniden doğuş cihadı" (*jihad al-nahda*) önerisinde bulunmaktadırlar: Daha çok dindarlık, mesleki bilinç ve sosyal dayanışma çağrısı. Büyük geceyi [İslami direnişin bütün dünyada ayağa kalktığı geceyi, ç.n.] bekleyenler için hazmedilmesi zor bir durum. Sitede yayımlanan diğer makaleler de bu yönde bir çizgi izlemekte ve apolitik hatta postmodern ve "barışçı" bir cihat anlayışının altını çizmektedirler. "Sivil cihat. Farklı bir aktivizm anlayışına doğru"[21] adlı makale bu anlamda oldukça ilginçtir. Yazarı 80'li yılların sonlarında Kahire Üniversitesi Öğrenciler Birliği derneğinin

21 www.islamonline.net. M. Mossad tarafından alıntılanan, *a.g.e.*

İslamcı liderinden başkası değildir. "Yerel sorunları kavramanın yolunun bunları uluslararası düzleme yerleştirmekten geçtiğini" belirten yazar, sonuç olarak, Arap dünyasında sivil toplumun gelişmesinin elzem olduğunun altını çizer. Bu da yazara "fikir, program, tecrübe, enerji ve kaynakların özgürce dolaştığı büyük bir okyanus" olarak nitelediği küresel sivil topluma methiyeler dizme fırsatı verir. Bir diğer makale[22] cihadı hayırseverlik ve sosyal faaliyetler çerçevesinde algılar. Üçüncü bir makale ise, cihadın bütün askeri lugatını siber dünyaya taşımak suretiyle, elektronik cihadın erdemlerini över ve İslamcı *hacker*'ları İslam düşmanı internet sitelerini çökertmeye çağırır.[23] Birkaç ay sonrasında, "elektronik cihat, dinginliğe son" başlıklı bir makalede cihat şu konular üzerinden tartışılmaktadır: Günlük hayatta mücadelenin önemi, dinginlikten kurtuluş, sivil toplumun özgürlük, insan hakları ve sosyal adalet üzerindeki belirleyici etkisi.[24] İçi boşaltılan ve geleneksel anlamlarından kopartılan cihat kavramı böylece bir oraya bir buraya çekilmekte ve güncel moda kavramlara özgürce eklemlenmektedir: Hacktivizmden (hakercılık, ç.n.) sivil topluma oradan kişisel gelişim, kendini gerçekleştirme ve olumlu düşünmeye (*positive thinking*)...

Abartmadan ve karikatürize etmeden ki verdiğimiz örnekler dünyanın en çok ziyaret edilen İslami sitesinden gelmektedir, cihat kavramının bu şekilde politika dışına itilmesi sürecinin İslami söylemin diğer kavramlarını da vurduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Şeriat (*sharia*) kavramı bunlardan biridir. *Al-Wasat*[25] partisinin programında Şeriat, yaşama

22 www.islamonline.net.

23 "Portez-vous volontaires dans les rangs du jihad électronique," M. Mossad tarafından alıntılanan, age, s. 60.

24 M. Mossad tarafından alıntılanan, a.g.e, s. 47.

25 *Al-Wasat al-Jadid*: Yasallaşması beklenen bir siyasi oluşumun üçüncü ismi.

ilişkin genel bir rehber olarak sunulmaktadır. Zira kurucularından birinin belirttiği üzere "Din detaylarla ilgilenmez." Ümmet (*Umma*) kavramı için de aynı şeyler söylenebilir. Örnek olarak Mısır'da bütün Mısır halklarını, Kıpti Hristiyan azınlıkları da dâhil, içeren tarihsel bir oluşum olarak yorumlanabilmektedir. Diğer taraftan, Mısır sendikal hareketinin İslami kanadının lideri, Müslüman devleti her şeyden önce "Müslüman toplumu yöneten bir devlet" olarak tanımlarken, aslında devletin İslami karakterinin kurumlarının İslami kurallara uygun olup olmamasıyla değil de kendisine bağlı vatandaşların ahlâki-dini tercihleriyle ilişkili olduğunu söylemek istemektedir. Böylece İslami siyaset teorisinin merkezi unsuru hâkimiyet (*hakimiya*) kavramını (devletin yapısı ve işleyişinin İslami buyruklarla uygun olması ilkesini) yerle bir etmektedir. Benzer bir mantık içerisinde Müslüman Kardeşler hareketinin yenilikçiler kanadının lideri halifelik kurumunu değerlendirmekte ve yeniden tesisi geçmişte siyasal İslam'ın başlıca hedeflerinden biri olmuş bir kurumu Müslüman ulus-devletlerin, AB benzeri, bölgesel birleşme ve işbirliği platformuna dönüştürmektedir.[26]

Bütün bu semantik oyunlar İslami lügati, fıkıh (*fiqh*) temelli, geleneksel kavramsal evreninden kopartıp, kökensel anlamda kendisine tamamen yabancı, Batı politik moderni-

1996 yılında örgütle aralarına mesafe koyan 50 kişilik bir Müslüman Kardeşler grubu yeni bir siyasi parti kurmak ister. Partilerinin yasallaşma talepleri reddedildiği sırada hareketten uzaklaştırılırlar. 1998'deki ikinci ve 2004 yılındaki üçüncü yasallaşma denemeleri başarısızlıkla sonuçlanır. Hareketlerinin merkezine koydukları ılımlılık kavramı (*wasatiya*) Müslüman Kardeşler örgütünün dogmatik tarafını eleştirenlere cazip gelmektedir. Halen yasallaşmadığı için *al-Wasat* bugün özellikle yeni siyaset arayışlarına ilgi duyanları çeken bir düşünce kuruluşu şeklinde varlığını devam ettirmektedir.

26 Abdel Meneim Abu al-Futuh, 13 Ekim 2004 tarihinde *Islamonline* sitesi üzerinde gerçekleştirilen bir *chat* sırasında yapılan değerlendirme.

tesinin hüküm sürdürdüğü, yeni bir anlamsal alana yerleştirmeye çalışmaktadır. O zaman yeni soru şudur: Dışa kültürel anlamda açılmayı şiar edinmiş ve her geçen gün daha da fazla sekülerleşme sinyalleri veren bir hareket içerisinde dini referansları işlevsel bir biçimde muhafaza etmek daha ne kadar mümkün olabilecektir?

Daha ufak bir ölçekte, Kahire'nin burjuva mahallelerinden şu bayan vaizin hikâyesi oldukça aydınlatıcı olacaktır. Ain Shams Üniversite'sinde tıp profesörü ve şifalı bitkiler üzerine bir mağazanın sahibidir. Tutkuyla bağlı olduğu alternatif tıp alanına İslamın nasıl bir katkı yapabileceğini düşünmektedir. İlk etapta, bazı yakınlıkların olduğunu tespit eder ve doğru yolda olduğu fikrine inancı güçlenir. Bitki özlü tedavi yöntemlerinin (*herboristerie*) bolca şifalı bitki kullanan Peygamber'in tedavi şekillerinden farklı olmadığını iddia eder. Ayrıca Peygamber'den alıntılar yaparak, kendini gerçekleştirme literatürünün başlıca öğesi olumlu düşünce (*positive thinking*) kavramını İslami dille ifade etmeyi başarır. Aynı zamanda yoganın İslami yorumlamalarının pekâlâ mümkün olabileceğini savunur. Zira namaz ve yoga hareketleri arasında belirgin bir yakınlık görür. Bu arada renklerle tedavi (*chromothérapie*) alanına da el atar, ancak bu alanı "İslami kavramlarla formüle etmenin zorluğundan" yakınır. Ancak her şeye rağmen devam eder, zira önemli olan İslam'ın ne dediği değil, terapinin ne yaptığıdır. Ve en sonunda beklenen olur ve dini vaazlar ile alternatif tıp derslerini birbirine karıştırdığı suçlamasıyla belli süreliğine camiden uzaklaştırılır... Benzer bir örnek daha vermek gerekirse, "sivil cihat" kavramı üzerine yapmış olduğu bir *chat* sırasında, eski öğrenci lideri Ahmed Abdallah, cihat kavramının böyle kullanılması halinde kavramdan geriye ne kalacağını kendi kendine soran

kızgın bir internet kullanıcısından bir mesaj alır. Bu eleştiriye hak veren bir diğer internet kullanıcısı daha sonra şunları yazacaktır: "Cihadın tanımı ulemalar tarafından yüz yıllar öncesinden yapılmıştır. Eğer günümüzde bir akım veya ideoloji bu kavramı kullanacaksa, kitapta yazıldığı şekliyle kullanmalıdır. Bunun dışında eğer Abdallah sivil toplum çağrısı yapacaksa, bunu cihat kavramını kullanmadan doğrudan yapabilir."[27] Benzer bir eklektik harmanlama olarak, Endonezyalı İslami müzik grubu *Qatrunada* gösterilebilir. Ancak müzik üzerinden dini mesaj verme kaygılarına *New African Poets* gibi gruplar tarafından, sanatsal yaratıcılığın dinsel tarafından ipotek altına alındığı gerekçesiyle, karşı çıkıldığını da hatırlatmak gerekir. Koparılmış güllerin yaşadığı kadar yaşamış sosyalist sanat gibi, kişisel gelişim modasının İslami yorumcuları da Stephan Covey'in[28] düşüncesini İslamlaştırma hayallerini çabucak terk etmek zorunda kalmışlardır. Öyle ki bugün "Peygamber'in hayatında etkili işletmenin ipuçları" gibi başlıklar sadece tebessüm ettirmektedir. Esasında söz konusu olan İslamlaştırma "girişimcilerinin" kendi kazdıkları kuyuya düşmeleridir. Her şeyin İslami versiyonunu ortaya koyma hırsları, İslam'ın eklektik zayıf temelli entelektüel kurgular içerisinde kaybolmasına yol açmıştır. İslami bir renk terapisi tedavisi (*chromothérapie*) hiç bir zaman olmayacaktır, ne zamandır beklenen İslami demokrasinin bir türlü içinin doldurulamadığı gibi...

Fani dünyaya dönüş

Gördüğümüz üzere kendi militanlarının postmodern ve se-

27 M. Mossad, *a.g.e*, s. 54.

28 *The Seven Habits of Highly Effective People* adlı çok satan bir kitabın yazarı Stephen Covey kendini gerçekleştirme literatüründe yeni bir bireysel ve sosyal yenilenmenin ipuçlarını arayan bir çok genç Müslüman Kardeşler üyesi için ilham kaynağıdır.

küler dönüşleriyle içeriden torpillenen İslami duruş, aynı zamanda, dışarıdan da, geleneksel İslami tematik ve sembollerin gündelik hayatta erimeleriyle de, ağır yaralar almaktadır. Büyük İslami gayenin "sosyal hayatın bütüncü"[29] anlayışından oldukça uzakta, İslami semboller her geçen gün gündelik hayatla daha da uyumlu hale gelmektedir. Söylem ve düşselin, insanoğlunun geldiği bu noktada, alternatifsiz bir açmaz içerisinde donup kaldığı günümüzde, dinsel pratik gündelik hayatta akıntıya karşı yüzmekte ve açıkça ifade edilmese de İslam ve Batı arasında mecburi uzlaşılara gidilmektedir. Bu yeni dinsel pratikler aynı zamanda İslam'ın siyasallaşmasının bir zorunluluk olmadığını ve tüketim ve birey yönelimli "militanlık sonrası"[30] dindarlıklarla aynı alanı rahatlıkla paylaşabileceğini göstermektedir.

Nashid'in [ilahî, ç.n.] hikâyesi İslamcı-devrimci retoriğin bugün geldiği anlamsızlık halini göstermesi açısından oldukça ilginçtir. 1970'li yılların başında İslamcı gruplar tarafından sahiplenilmesine rağmen, *Nashid* 1990'lı yıllarda İslami eğilimi çok da belirgin olmayan Müslüman gruplar tarafından seslendirilmeye başladığı andan itibaren popülerliği artmıştır. Endonezya, Malezya, Ürdün, Mısır, ABD ve biraz geçte olsa Avrupa'da İslami müzikal mirastan (sufi melodilerden veya klasik Arap şiirinden) ilham alan yeni bir müzikal gelenek doğmuştur. İçerisinde yaşadıkları toplumların farklı kültürlerinden etkilenen bu gruplar, hem İslam'a yönelme çağrısı yapmakta, hem de inançlarına ve tanrılarına olan aşklarını dizelere dökmektedirler. Hristiyan evanjelist rock gruplarının dillendirdiği "bu dünyada ancak bu dünya

29 J.-N.Ferrié, "les paradoxes de la réislamisation," *Maghreb-Machrek*, n°151, 1996, s.7.

30 Genieve Abdo, *No God but God. Egypt and The Triumph of Islam*, Oxford University Press, 2000.

için olmayan" (*in the world but not of the world*[31]) dinsel anlayışının öncülüğünü yapmaktadırlar. Müzikal veya sanatsal başarılarından öte, bu grupların temel ortak paydalarının İslam, müzik ve kültür arasında yeni geçiş ve uzlaşı noktaları bulmak olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda, bilinçli veya farkında olmadan, "*selefi* paradigmanın" altını oymakta ve genel anlamda, 2004 Aralığı'nda Fransa'da düzenlenen *Rythm'n Nashid* festivalinin düzenleyicilerinden birinin belirttiği gibi, "kompleksiz ve rahat" yaşanan bir din fikrini yaymaktadırlar. Geleneksel İslam anlayışından oldukça uzakta olan bu müzikal hareket esasında 2 farklı başkaldırı ve mücadele geleneğinin apolitik hale getirildiği noktada yeşermiştir: Bir taraftan Afro-Amerikan kimliğini ön plana çıkaran radikal sosyal eleştiri ve rap kültürü ve diğer taraftan geleneksel İslam'ın Ortadoğu kökenli şehit ağıtları kültürü.

1980'li yıllarda rap Afro-Amerikan kimliğinin başlıca ifade aracı olarak kendini kabul ettirdiği sıralarda,[32] bazı gruplar onu İslam'a adapte etmek için sahiplenmekte gecikmez. Batı'nın kentli başkaldırı alanlarında[33] doğan bu grupların dinseli algılayış ve kullanış şekillerinin politik ve etnik yönelimli *underground black* hareketinin [protest, alternatif müzik grupları, ç.n.] değerleriyle örtüştüğü rahatlıkla gözlemlenebilir. Dolayısıyla ilk Müslüman rap biçimlerinin Louis Farrakhan'in İslam milleti[34] hareketi içerisinde doğması

31 H. Hendershot, *Shaking the World for Jesus: Media and Conservative Evangelical Culture*, University of Chicago Press, 2004.

32 Hisam Aidi, "Hip-Hop for the Gods," Africana.com, 31 Nisan 2001.

33 Fransa'daki İslami rap grupları için, bkz. S. Amghar, "Rap et islam: quand le rapeur devient imam," *Hommes et Migrations*, n°1243, Mayıs-Haziran 2003.

34 1930 yılında kurulan İslam milleti örgütü siyahilere İslam etrafında birleşme çağrısı yapan Amerikalı bir dini harekettir.

ve tartışmasız biçimde Spike Lee'nin 1992 tarihli *Malcom X* filmi sonrasında patlama yapması tesadüfî değildir. *Public Enemy, Queen Latifa, Ice T* ve benzerleri İslami davaya gönül verirler. Aslında *Shaykh Terra* gibi Rapçiler, ki kendisi İngiliz olup *Dirty Kuffar* (Pis kâfir) klibindeki Bin Ladin'i öven şiddet çağrıları yoruma gerek bırakmamaktadır, Müslüman rap hareketinin şiddet yönelimli ilk zamanlarının son temsilcileridir. Zira hareket daha sonraları gittikçe etnik ve politik kimliğini kaybedecek ve Sünni Ortokdoksi tarafından pasifize edilecektir. Örnek olarak günümüzün en popüler Müslüman rap gruplarından *Native Deen* bugün için İslami açından meşru olan rap yapma tarzını temsil etmektedir. Bu tarz Amerikalı Hristiyan rock gruplarının 1960'lı yılların sonlarında ivme kazandırdığı müzikal yollarla inancı yayma ve tazeleme yöntemleriyle önemli ölçüde örtüşmektedir.

Aynı yıllarda, Arap Dünyasında, Müslüman Kardeşlerin hayal ettiği, harekete geçirici ve politik yönelimli sanat anlayışının başyapıtı *Nashid*'de bazı değişikliklere maruz kalıyordu. 1970'li yılların başı için oldukça yeni bir tarz olan *Nashid*, aslında üniversiteli Müslüman gençliğin bir ürünüydü. Nasır döneminde hapse atılan militanların "iç sürgünü" (*adab al-ghurba*)[35] literatüründen oldukça etkilenen bu üniversiteli gruplar, cihat, şehitlik, acı içerisinde inancın korunması, kahramanlık gibi tematiklere methiyeler düzmekteydiler. Aynı şekilde hapishane hayatı ve bu hayatın artık Müslüman olarak görmedikleri Mısır toplumuna ne kadar

35 Peygamberin şu sözleri üzerine dayandığı varsayılan iç sürgün literatürü, "İslam gurbette başladı ve gurbette bitecektir. Ne mutlu yabancıya," İslam'dan uzaklaşmış bir toplum içerisinde gerçekten dindar olan bir müminin yaşadığı yabancılık duygusunu işlemektedir. Bu tematik, Saad Surur, Gamal Fawzi, Zakariya al-Tawabiti gibi, hepsi Nasır döneminde hapis yatmış Müslüman Kardeşlere yakın şair-yazarların eserlerinde rahatlıkla görülebilir.

yabancı olduğunu anlatan şarkılar kaleme almaktaydılar. Bütün bu dönemin müzikal ürününün tamamen politika merkezli olduğu rahatlıkla söylenebilir: Şarkı sözlerinin ekseriyetle bir devlet eleştirisi içermesi ve İslam'ın salık vermediği çalgıların kullanılmaması dönemin özelliklerini yansıtır. *Nashid*'in farklı amaçlara alet edilmemesi tabusu, Kuveyt'ten çeşitli Ortadoğu ülkelerine, 1. İntifadaya destek festivalleri sırasında kırılır: *Selefi* harekete uzak, davanın nasıl savunulduğundan öte davanın kendisine odaklanmış, Hamas'a yakın grupların sahne aldığı bu festivaller Mısır'da önemli izler bırakacaktır. *Selefi* ilkeleri açıkça çiğneyerek, tef, davul ve en sonunda orglar sahnelerde yerlerini alacak, *Nashid* ise günümüzün bütün müzik araçlarına dünya ritimlerini (*word beat*) yakalama mantığıyla açılacaktır.[36] Öyle ki bu gruplar "İslami düğünlere"[37] davet edilmeye başlanılacak ve doğrudan bir sonuç olarak *Nashid*'de ön plana çıkan tematikler de değişecektir: Aşk, mutluluk ve şiir. Bu hem apolitik bir neslin doğuşu hem de politik sloganların düğün benzeri buluşmalara uygun olmaması ile ilişkilidir. Daha sonraları ise, 1990'lı yılların hemen ikinci yarısından itibaren, gruplar daha da profesyonelleşecek, çalgı yelpazesi genişleyecek, sahne performansları ücretlendirilmeye başlanacak ve Arap popunun diğer yıldızlarıyla rekabet içerisinde, verilen mesajın her geçen gün daha da apolitikleştiği bir ortamda *Nashid* sanatçıları kaset piyasasına gireceklerdir. Son tahlilde burada kaybeden *selefi* paradigmanın ta kendisidir. Örnek olarak

36 Çalımı sırasında yanlış algılanabilecek kalça hareketlerinden dolayı gitara halen soğuk bakılmaktadır.

37 "İslamlaşmış" orta sınıflara özgü bir hareket olarak 1980'li yılların sonunda ortaya çıkmış olan "İslami düğünler" klasik anlamdaki düğün organizasyonlarından bazı noktalarda ayrılırlar. Kadın ve erkeklerin ayrı olması; gelinin davetliler önüne çıkmaması; dans ve alkollü içeceklerin yasak oluşu, ezan sırasında düğünün kesilmesi, düğünün başı ve sonunda Kuran'dan ayetler okunması.

Belçika'da düzenlenen üçüncü Avrupa İslami Şarkı Festivali, düzenleyicilerinden birinin belirttiği gibi, söz konusu festival hem "İslamlaştırma sürecinde Arap dili ve teorik derslerin ilgi çekmemesinden," hem de çok katı ve sert bir din imajından uzaklaşmak gayesiyle düzenlenmiştir. Kendilerini ilk olarak çeşitli düğün ve nişanlarda tanıtmış ekseriyetle Fas kökenli Belçikalı sanatçılar sayesinde, Avrupa Sanat ve Kültür Derneği Avrupa'da ilk olarak 1980'li yılların sonunda, Fransa'daki İslami Örgütler Birliği Kongresi (UOIF[38]) gibi, büyük ölçekli toplantı ve gösteriler sırasında görülmeye başlanmış politik içerikli müzik eserlerinden kendini kurtarabilmiş bir Müslüman sanatı geliştirmeye çabalamaktadır. Ancak burada da aynı depolitizasyon ve İslam dışı kültürel modellere açılma durumu süratle kendini göstermiştir. Örnek vermek gerekirse, son iki festivalin onur konuğu Fas kökenli Belçikalı grup *al-Nada*'nın solistlerinden biri geçmişteki İslami şarkıların vermiş olduğu yılgınlığı şu şekilde hatırlatmaktadır: "Devamlı Müslüman cemaatin çektiği acılarından bahsediyorduk, oysaki insanlar daha farklı, daha iyimser şeyler istiyorlardı. Daha politika dışı tarzlar bulmanın ve mutluluk gibi farklı değerleri işlemenin gerekliliğini hissediyorduk." Ve ekliyor: "İslami uyanış bugün öyle bir olgunluk noktasına geldi ki boş zaman kültürüne ilişkin değerleri rahatlıkla içerebiliyor." Dolayısıyla, "din artık kültürle yeniden kucaklaşabiliyor."

Veya başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, *Nashid*'in sorgulayıcı politik tarafının buharlaşmasından genel geçer ortalama zevklere uygun "temiz bir sanatın" (*fann nadhif*) ortaya çıktığı düşünülebilir. Bu anlamda, İslami müzik cemaa-

38 Reformcu İslami görüş yanlısı, ideolojik olarak Müslüman Kardeşler kurucusu Hassan al-Banna'ya yakın.

tinin kırma düşsellikler dünyasında, *Nashid*'in post-islamist yorumları Müslüman kimliğini *new age* tarzı çok sesli, çok dinli bir yapı içerisine yerleştirmektedir. Bu tür bir tarzın savunucuları olarak Mısır'dan Moustafa Mahmoud, Malezyalı gruplar *Raihan* veya *Huda* ve ABD'den *Emergency* (mühtedi Jeremiah MacAuliffe'in kurduğu eski *Dr. Jihad and the Intellectual Muslim Guerrillas*) gösterilebilir. Bütün bu grupların ortak özelliği, büyük gece hayalini terk etmiş olmaları [İslami direnişin bütün dünyada ayağa kalktığı gece, ç.n.] ve İslami çağrıyı ekseriyetle iç güzelliği gibi ahlâki tematikler üzerinden yapıyor olmalarıdır. Bu tarzın önde gelen savunucularından Azeri kökenli İngiliz şarkıcı Sami Yusuf cihadist *Nashid* yerine artık dış dünyaya ve farklı kültürlere açık "helâl şarkı" (*chanson halal*) yaptığını açıkça ifade edebilmektedir. *World Beat* [Dünya ritimleri] geleneğinin bir takipçisi olarak, Sami Yusuf, İran ve Pakistan kökenli ritimlerden etkilenmekte, Kürt ve Hint çalgılarını bolca kullanmakta ve şarkılarını İngilizce ve Arapça seslendirmektedir. Alman mühtedilerden kurulu Fana isimli grubun aşk karavanı (*mahabba caravan*) adlı albümü ise geleneksel oryantalist düşseli yeniden canlandırırken, tam tersi tarzda, *al-Nada* grubunun kompozitörleri, daha önce Kahireli *al-Jil* grubunun yaptığı gibi, rap, caz ve gospel ritimleriyle performanslarını ortaya koymaktadırlar.

Müslüman edebini tüketmek

İslami giyim alanı da, farklı boyutlarda olsa da, müzikal alanda görülen aynı alt-üst oluşlara tanıklık etmektedir. Geleneksel olarak siyasal İslam'la çok sıkı bağları olan türban kitlesel tüketimin değer ve normları altında yeniden yorumlanmaktadır. Bu tür bir yeniden yorumlamanın modayı kültürel yabancılaşma, gereksiz harcama ve sapkınlıkla bir tutan

geleneksel İslami paradigmayla çatışması kaçınılmazdır. Biri siyasal İslam'la diğeri ise tüketim kültürüyle bağlantılı türbanın[39] bu iki yorumu, özellikle Türkiye'de çok açıklıkla gözlemlenebilmektedir. Aslında söz konusu olan aynı anda yaşanan iki gerçekliğin birlikteliğidir: Bir taraftan Türkiye'nin piyasa ekonomisi ile eklemlenmesi ve bunun "bireylerin varoluş ve gündelik hayatta kendilerini tanımlayış şekillerini etkilemesi,"[40] diğer taraftan ise, eş zamanlı olarak, kendisine laik Türkiye'de yeni bir medyatik alan yaratan ve dolayısıyla gündelik hayattaki bireysel öznelliklerin de değişmesine yol açan İslami bir burjuvazinin ortaya çıkışı. Eş zamanlı yaşanan bu küreselleşme ve "İslamlaşma" süreçlerinde, türban kimliksel talepler ve kültürel dışa açılma dinamikleri arasında yeni uzlaşıları zorunlu kılmıştır. Şu anki taleple pek de uyumlu olmayan, birinci nesil türbanlar siyasal İslam'la bağlarını koparamamış modellerdir: Sade, süssüz ve basit çizgili modeller kadına ilişkin sert, bağlayıcı ve bütüncül bir edep anlayışını ifade eder. Bu dönemi takip eden ikinci nesil türbanlar ise pazarlama tekniklerinin ön plana çıktığı, kullanıcın maneviyatına yoğunlaşmaktansa, onun taleplerini önemseyen daha profesyonel bir mantığın ürünleridir. Batı'nın meta yönelimli modernitesine gönderme yapan imgeler, İslami tüketicinin düşsel evreninde yerlerini alırlar. Kulağa Fransızca veya İngilizceymiş gibi gelen markalar çoğalır; İslamcı aydınların eleştirilerini çekmeyi göze alarak.

Müslüman Kardeşler hareketine yakın duran bir militana göre "bu allak bullak oluş, kadınları politik olmayan

39 Barış Kılıçbay ve Mutlu Binark, "Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle. Fashion for Veiling in Contemporary Turkey," *European Journal of Communication*, vol. 17(4), 2002, s. 498.

40 *A.g.e.*, s. 496.

konumlara sürükleyecektir."[41] Benzer bir bilinçlenme İslami basında da kendini gösterir: "Kapitalist sistem, İslami kurumları, ahlâk ve estetik anlayışlarını, tüketim dünyasının bir parçası yapmak için yeterince güçlüdür." Dolayısıyla "İslami yaşam biçimi"[42] için doğrudan bir tehdit oluşturur.

Mısır deneyimi bu tesbiti iki noktada doğrulamaktadır. Bugün, bir gazetecinin savunduğu gibi, Nil kıyılarında halen türbanın "Batı ülkelerinin egemenliğine son vermek" gayesinin bir simgesi olduğunu iddia etmek gülünç olacaktır. Herhangi bir politik bağlılığın ifadesi olduğunu öne sürmek gibi. Bugün Müslüman edebinin örtülerindeki veya İslami müziğin ritimlerindeki kültürel kodlar, daha çok kimliksel referanslardan beslenmektedir. Örnek olarak Kahire'de göz alıcı spotlar altındaki şu lüks hazır giyim mağazası: Bir tarafta şık ve zevkli 60'ların Grace Kelly tarzı bağlanmış türbanlar, diğer tarafta Müslüman edebin gavroş tipi bere altında muhafaza edildiği reyonlar, daha ilerde parlak pul ve süslerle bezenmiş diğer başörtüleri... Yeri geldiğinde Türkiye'den ithal edilen, bazen de geleneksel Pakistan ve İran bağlama şekillerinden ilham alan *hijap* (tesettür) hiç kuşkusuz en az bir o kadar da Paris ve Torino'lu modacıların renk cümbüşlerinden etkilenmektedir. İslamcılığın bu başat sembolünü [*hijap*], ahlâki ve kimliksel anlamını değiştirmek suretiyle, muzipçe sahiplenenlerin İslam dışı olarak yorumlanabilecek bu çabalarını ifşa etmekte yerel basın oldukça hızlı davranmıştır. "Londra'dan ithal edilen İslami giysiler!!!" (*Sawt al-Arab* gazetesi); "Mısır'da başörtüsü ve çekicilik" (*Rose al-Yousif*); "Kot pantolon ve streçler: Kapalıların modasının geldiği son nokta" (*Akher Saa*); "Kapalı bir kadın başı açık olandan

41 *A.g.e.*, s. 502.

42 *A.g.e.*, s. 501.

daha mı ahlâklıdır?!" (*al-Destur*). Bu kinayeli başlıkların çok da haksız olmadığı ortadadır. Orta sınıflara yönelik Kahire'deki *Wonderland mall* alışveriş merkezindeki "Küçük ay" adlı tesettür mağazasının mankenlerinin vücut ölçülerinin oryantal yapmaya da çok uygun olduğu rahatlıkla söylenebilir. Türkiye'de olduğu gibi, "konvansiyonel" olmayan bu kapalılar tepki çekmektedir. "Tesettürlü ve liberal, Amerika'ya gitme rüyaları gören, saf ipek başörtüsü takan ve çocuklarıyla İngilizce konuşan" kapalı figürünün İslami çevrelerde kızgınlık yarattığı açıktır. Bu kızgınlığı eski bir İslamcı şu cümlelerle ifade etmekte: "Bugün kızınıza böyle giyinmenin uygunsuz ve ayıp olduğunu söylüyorsunuz, karşılık olarak omuzlarını silkeleyerek size bunun niçin böyle olduğunu soruyor, ispatlamanız gerektiğini söylüyor (...) Oysa 10 yıl önce bunun Kuran'da böyle yazıldığını söylemek yeterliydi. Bugün başı kapalı olan bir kız, herkesin içinde dans da ediyor, partilere de gidiyor ve bunda hiç bir sakınca görmüyor."[43] O halde *Al-Muhajaba Home*, *Flash* veya *L'Amour* gibi İngilizce, Fransızca ve Arapça karışımı mağaza isimlerinin *selefi* düşselinden öte, evrensel bayan moda anlayışını, kapalı veya değil, yansıttığı su götürmezdir. Ankara'dan Kahire'ye İslami edebin yaşanış ve yorumlanış şekilleri değişmektedir. Avrupa'daki İslam elbette bu sürecin dışında kalmamıştır. Batı Müslüman giyim sektörünün öncü isimlerinden Karima Saouli defilelerini Paris'te gerçekleştirmektedir, zira bunun "sembolik olarak önemli" olduğunu düşünmektedir. İslami giyim için de, "modanın merkezi Paris'tir." Kahire'deki *Flash* bayan tesettür giyim mağazasında fon müziği olarak Michael Boton'nun ritimleri ilâhilere tercih edilmektedir. Bu ritimlerin mağazada sunulan vücudu bazen oldukça sıkıca saran

43 Müslüman Kardeşlere yakın bir İslamcı, M. Mossad tarafından aktarılmış, *a.g.e*, s. 24.

elbiseler ve orta sınıflara özgü tesettür bağlama biçimleriyle daha uyumlu olduğu kuşkusuzdur. Ayrıca mağazanın bulunduğu yer (Arap Ligi'nin de bulunduğu, yabancı kökenli mağaza ve fastfoodlardan geçilmeyen büyük bir bulvarın tam ortası), iç dekorasyonu (en ufak bir dini ibarenin olmaması), Avrupa'dan ithal ürünleri (çeşitli tayyör, t-shirt ve gömlekler) ve çalışanlarının kapalı olmaması (bu tür mağazalar için önemli bir yenilik) oldukça anlamlıdır. Aslında bütün bu detaylar bizi İslami kimlik siyasetine tamamen yabancı küreselleşmiş moda anlayışına götürür. Giysiye ilişkin İslami yorumlar işte bu evrensel moda anlayışı içerisinde kendilerine özgü bir alan yaratmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla bugün türban küreselleşmenin kültürel alanda dayattığına bir alternatif olmaktan öte, sosyal anlamda talep edilen bir objenin (başörtüsünün) ticari bir mantık çerçevesinde, evrensel cazibe ve çekicilik ölçütleri göz önüne alınarak yeniden yorumlanması, pazarlanmasıdır. Eski cihat çağrısı yapan melodilerin piyasayla kucaklaşması gibi, artık amaç kamusal alana hâkim yaşama biçimlerine toptan bir karşı çıkış hiç değildir. Söz konusu olan bu verili kamusal alan içerisinde İslami bir "alt alan-türev-uzantı"[44] yaratmaktır. Ancak bu yaratıcılık sınırlı bir yaratıcılıktır ve hâkim olanı alaşağı etmeyi kesinlikle hedeflemez. Aslında amaçlanan tüketim kültürünün tam ortasında, radikal farklılaşma-farklı olma stratejilerini kamusal alanla uyumlu uzlaşılar noktasında terk etmiş İslami bir burjuva kozmopolitizmidir. İslami giyim firması *Satr* ürünlerini "Hayallerin tesettürle gerçekleştiği sınırsız bir dünya"[45] sloganıyla pazarlamaktadır. Aynı şekilde, İstanbul'un İslamcı

44 Terim ilk olarak bir Arap telekomünikasyon şirketinin iç bağlantılarında Stephen Cowey'in *The Seven Habits Of Highly Effective People* adlı kitabının "İslami bir türevinin" ortaya konulmasının gerekliliği anlamında kullanılmıştır.

45 B. Kılıçbay ve M. Binark, *a.g.e.*, s. 507.

çay salonlarında yapılan, toplu kutsayışlar etrafında şekillenen bir Müslüman kimliğinin yeniden üretilmesinden öte, doğal olana yöneliş, yaşam kalitesi, sağlıklı yaşam gibi burjuva değerlerinin yüceltilmesidir. Bu mekânlarda kola alkolün yerini aldıysa da, *Nescafé* Türk kahvesini tahtından etmekte ve geleneksel Türk mutfağı biftek ve krem karamelin hegemonyasını her geçen gün daha yakından hissetmektedir.[46] Dinselin uyanışının ve burjuvalaşmasının kesiştiği noktada kitlelere açılan İslami moda: "İslami kabul edilebilirlik ölçüleri içinde İslami burjuvaziyi yeni tüketim tecrübe ve heyecanlarına davettir."[47] Burada temel düzlem, referans noktası Batı'dır. Ve yapılan şey sahiplenilen Batı'nın farklı ve ilginç bir okuması kesinlikle değildir. İslamcı bir Türk entelektüelin altını çizdiği gibi türbanın "tüketilmesi" [çift anlamda, hem ticari bir meta olarak pazarlanması hem de bitirilmesi, altının oyulması anlamında, ç.n.] İslamlaşma olarak okunabileceği gibi "İslami burjuvazinin Amerikan Hayali"[48] olarak da değerlendirilebilir.

Ancak, *Hijap*'ın politik ve militan yorumunun devamında, ikinci kuşak, postislamist, apolitik ve yabancı kültürel öğelere açık türban takış şekillerinin, çerçevesini hafifletse de, her şeye rağmen, İslami edep kurallarını merkeze yerleştirdiği unutulmamalıdır. Bu noktada asıl kırılmanın üçüncü kuşak İslami *streetwear* [rap ve hip-hop sokak kültürünün giyim şekilleri, ç.n.] çevresinde gerçekleşeceği kuşkusuzdur. Avrupa İslamı'nın varoluş koşullarıyla doğrudan alâkalı bir şekilde, iki-üç yıldan beri özellikle Fransa'da, *Da-*

46 C. Houston, "The brewing of Islamist Modernity. Tea Gardens an Public Space in Istanbul, Theory", *Culture and Society*, London, vol. 18(6), 2001, s. 83-84.

47 B. Kılıçbay ve M. Binark, *a.g.e.*, s. 501.

48 B. Kılıçbay ve M. Binark, *a.g.e.*, s. 502.

wahwear, *Muslim By Nature* veya *Muslim Classic* gibi markalar bu kırılmanın öncülüğünü yapmaktadırlar. *Streetwear* kültürü kendisini önceleyen ikinci kuşak İslami moda anlayışına göre önemli yenilikler içermektedir. İslami moda anlayışı İslami kurallar ve Batı imgelemi arasında uzlaşılar ararken, *streetwear* kültürü bilinçli bir şekilde din sorunsalından uzaklaşmaya çalışır. Dinseli sorgulamaktan öte, onunla ilgilenmemektir söz konusu olan. Dolayısıyla dinselle ilişki logo, marka isimleri, çeşitli figür veya çizimlerin esinlenildiği İslami sembolikle sınırlıdır (namaz hareketlerini andıran bir logo, İslami düşselde anlamı olan bir rakam, tarih veya isim). Esas olan bütün bu oldukça "hafifletilmiş" İslami anlam yükünün yeşerdiği banliyö gençliğinin alt kültürüdür (*streetwear*). İslam'a vurgu alternatif olana vurguyla yakından ilişkilidir. İslam'ın *streetwear* kültürünün "özgün kimlikleri" ve türevleriyle eklemlenmesidir. Bu konuya daha sonra tekrar döneceğiz.

Son moda vaiz çağı

İslamlaşma süreçlerinin kilit sembollerinin depolitizasyonu veya otoriter militan kültürünün iflasının ürünü, tabandan değişime uğramış yarınların İslam'ı, İslamcılığın kolektif projelerini artık geride bırakmıştır. Yeni kolektif heyecan ve atılımlar bundan böyle *cool and competitive*[49] dinselliğin ifadesi yeni vaizler etrafında şekillenmektedir. Bu süreç aynı zamanda dini sembol ve ürünlerin küreselleşme ağ ve düşsellikleriyle eklemlenmesinin burjuvalaşan İslami yaşam biçimi için hiçte bir tehdit oluşturmadığını teyit eder.

Eş zamanlı ve birbirlerinden bağımsız olarak şu iki vaiz politik anlamda içi boşaltılmış, sosyal anlamda burjuvalaş-

49 A. Boubekeur, *a.g.e.*

mış bu yeni dinselliğe örnek teşkil etmektedirler. Güneydoğu Asya'dan Abdullah Gymnastiar ve Arap dünyasından Amr Khaled beş yıldan az bir süre içerisinde Müslüman dünyasının en önde gelen vaizleri arasına girmeyi başarabilmişlerdir. Milyonlarca taraftarlarını bugün geleneksel İslamcılığa sosyal anlamda tek ciddi alternatif oluşturan eğilimleri içerisine sürükleyebilmektedirler: "Normalleşmiş" bir yaşam tarzı, geleneksel anlamdaki siyasetin reddi, dini doğmanın genel hatlarına dokunmadan çerçevesini yumuşatmak. İlk bakışta dikkat çeken unsur, her iki vaizin genç yaşlarıdır. Amr Khaled 40'a yakın, Gymnastiar ise 40 ila 45 yaşları arasındadır. Bir vaiz için genç sayılabilecek olan bu yaşların dini otoriteyi yaşa bağlayan geleneksel yaşlılık ilkesiyle pek bağdaşmadığı ortadadır. Öyle ki bilinçli olarak, genel dinleyici kitlesinin 35 yaş altı olduğunu söyleyen Amr Khaled gibi, "gençlik" argümanını bilinçli olarak kullandıkları söylenebilir. İkinci olarak her ikisi de dini otoritenin geleneksel farklılık yaratan hâl ve tavırlarına soğuk bakmaktadırlar. Tam tersine sakalsız olmaları, ağdalı bir dil kullanmamaları, rahat giysiler tercih etmeleri, Amr Khaled örneğinde olduğu gibi kravat takmadan giyilen gömlekleri, hatta rahat ve esprili konuşmalarıyla uyumlu, Aa Gym[50] olarak da bilinen Abdullah Gymnastiar'ın tercih ettiği, çiçekli T-shirtleri bu dünyada aranan "rahatlığı" ifade eder. Bir kere sembolik anlamda kayda değer bir nokta olarak, her ikisi de spor yapmaktadır. Amr Khaled futbola olan aşkını gizlememekte, güneş gözlükleriyle veya bir statta futbol dünyasının yıldızlarıyla pozlar vermekte ve *Ahli* isimli Mısırlı 18 yaş altı futbol kulübünün kurucusu olduğunu gururla hatırlatmaktadır. Gymnastiar'a gelirsek, isminin ken-

50 Aa sudanca "kardeş" anlamına gelmektedir. Bkz. Gwenaël Feillard, "Insuffler l'esprit du capitalisme à l'Umma: la formation d'une éthique islamique du travail en Indonésie," *Critique Internationale*, n°25, Ekim 2004.

disi spor kökenlidir. Aa Gym 1962 yılında, Endonezya'nın Asya oyunlarına ev sahipliği yaptığı sırada doğmuştur.[51] Jogging meraklısı olduğu, motor sporlarına ilgi duyduğu ve özellikle *Kawasaki*'si üzerinde dünya sever (*world-friendly*[52]) vaiz görüntüsü verdiği bilinmektedir.

Aslında bu kişiler medyanın oyun kurallarına tamamıyla vâkıf, cazibelerini kullanarak, gözyaşları ve duygusalı yoğun bir dinseli ön plana çıkartarak, ikna etmeyi bilen gösteri dünyasının insanlarıdır. Öyle ki çoğunluğu bayan olan taraftar kitleleriyle ilişkileri, hayranlarına imza vermekten ve onlarla fotoğraf çektirmekten hiçbir zaman usanmayan Aa Gym örneğinde olduğu gibi, açıkça karşılıklı cezbetme ilişkisi üzerine kurulmuştur. Daha da ileri gitmek gerekirse, cami benzeri geleneksel vaaz mekânları dışında, dinleyici kitleleriyle ilişkileri ekseriyetle medyatik mecralar üzerinden olmaktadır. Bu mecraların kontrolleri, ya ürünlerini pazarlayan kaset-CD şirketleri veya yayınevlerinin doğrudan şahıslarına ait olmasından ya da dolaylı olarak bu şirketlerde bir rol oynamalarından ötürü, kendi ellerindedir. Amerikalı tele-evanjelistlerin tekniklerini kullanarak, geleneksel İslamcılığın karşısına, İslami *talk-show*'lar sırasında izleyici katılımlarının bir nevi günah çıkartma seanslarına dönüştüğü, ılımlı (*soft*) bir söylem, son moda bir görünüm ve vaazın oldukça *marketing* bir yorumunu çıkarmaktadırlar. Bu bir rastlantı değildir. Protestan vaazlarını yakından tanımaktadırlar: Amr Khaled bu vaazlara televizyon vasıtasıyla, Amerikan Hıristiyan kanallarını takip ederek, Aa Gym ise en yakın danışmanı sayesinde vâkıf olmuştur. Bu danışman 1997'de İslamiyet'i seçmeden önce Houston'daki Kilisesine bağlı

51 J.-C Pomonti, "Aa Gym chante l'islam soft," *Le Monde*, 2 Eylül 2003.

52 Terim H. Hendershot'a ait (a.g.e). Amerikalı evanjelistler hakkında.

olanların sayısını *marketing* teknikleri aracılığıyla 10 yıldan az bir sürede iki katına çıkaran eski bir pastör Abdurrohman Owensby'den başkası değildir.

Aynı *marketing* mantığı ve ideolojik sebeplerle, *selefi*liğin öç alan Tanrı imajı yerine Hıristiyan inancının seven Tanrı figürünü yerleştirmektedirler: "Korkuyla yapılan ibadet mi? Yeter artık,!" şeklinde haykırır Amr Khaled ilk vaazlarının birinde, 'Allah'tan korkuyorum, dolayısıyla ibadet etmek zorundayım' ilkesi üzerine oturmuş bir ilişkiyi artık istemiyorum. Hayır, artık aşk, sevgi üzerine kurulmuş bir ilişkiyi arzuluyorum." Aynı şekilde, gözlemcilere göre, Aa Gym'in de "popülerliği arttıysa bu insancıl yanı ağır basan bir İslam'ı yaymasındandır."[53] Gerçekten de Endonezya medyatik alanına kendisini hoşgörü, dürüstlük, cömertlik, girişimcilik gibi değerleri uzun yıllardır politik istikrarsızlık, dinler arası çatışma ve ekonomik kriz içerisinde çalkalanan Endonezya gibi bir toplumda savunarak kabul ettirmiştir.[54] Mısır'da da Amr Khaled'in sevgi mesajı şiddet sonrası bir ortamda, yani Mısır hükümeti ve *Gamma Islamiya* arasındaki çatışmaları sonlandıran Louxor katliamı sonrasında, ortaya çıkmıştır.[55]

Geleneksel vaazın *takhwif* (cezalandırılma korkusu ön plana çıkartılarak oluşturulan dini duyarlılıklar) merkezli sertliğine karşı Amr Khaled ve Aa Gym *tarhib* (güzellikle kendine çekmek) yönelimli bir ibadet anlayışını koymakta ve bu noktadan hareketle kalp, pişmanlık,[56] affetme gibi

53 Endonezya ulema konseyi üyesi Juniwati Masjchun Sofwan'ın tanıklığına göre, www.time.com sitesinden alıntılanmış.

54 G. Feillard, *a.g.e*, s. 111.

55 Bkz., Patrick Haenni, *L'ordre des Caïds. Conjurer la dissidence urbaine du Caire*, Karthala, 2005.

56 1990'lı yılların başında Şeyh Mohamed Mitwalli Shaarawi tarafından gün-

kavramların başat konumda olduğu bir imgelem oluşturmaktadırlar. Amr Khaled ilk talk-show'unun ismini "Kalbin derinliklerinin sesi," Aa Gym ise İslami gazozunun ismini *Qolbu-cola,*[57] psikolojik ve ruhsal danışmanlık şirketinin adını da MQ corp. (*Manajemen Qolbu Corporation*) olarak koymuşlardır. Duygusallık, iç mutluluk arayışları, içebakış gibi değerler haz alma, başarı ve performans kültürünü ön plana çıkaran terapi vari bir söylemin merkezi kavramlarıdır: Hırs kültü, başarı ve sosyal yükselme açlığı, verimlilik takıntısı tamamıyla "bu dünyaya dair" bir vaazın temel bileşenleridir. "Bu dünyaya aitlik" vaazların verildiği mekânların niteliğinde de kendini gösterir: Amr Khaled ve Aa Gym'in kendilerini ilk olarak tanıttıkları seçkin toplantı salonları veya iftar yemeklerini verdikleri, seminer veya konferanslarını düzenledikleri, beş yıldızlı oteller bu konuda örnek gösterilebilir.

Sonuç olarak Amr Khaled ve Aa Gym'in genel felsefelerinin birbirlerine çok yakın olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bazı Amerikalı evanjelist hareketlerin izinde, İslam'ı "girişimci" bir dine çevirme gayesiyle, aynı anda hem Müslüman ahlâkını içselleştirmiş hem de Batı'nın kendini geliştirme/gerçekleştirme tekniklerinden feyz almış, aktif, dinamik bir inananlar güruhu, "girişimci-profesyonel" Müslümanlar cemaati, vücuda getirmeye çalışmaktadırlar. Zira "tembellik," Amr Khaled'e göre "kötülüklerin anasıdır." Aa Gym'e göre ise "en büyük başarısızlık hiç denememiş olmaktır."[58] Gele-

deme getirilen pişmanlık tematiği "pişman bayanlar" adlı sosyal bir hareketin oluşumuna yol açmıştır. Bu hareket, İslami salonlar vasıtasıyla, özellikle Kahireli burjuvazinin yeniden İslamlaştırılmasında önemli rol oynamıştır. Ki aynı hareket Amr Khaled'i ilk zamanlarında finanse etmiştir.

57 *Qolbu* Endonezcede, *qalb* ise Arapçada hem biyolojik hem de hissi anlamlarıyla kalp anlamına gelmektedirler.

58 Aktaran S. Elegant ve J. Tedjasukmana, "Holy Man, Indonesia's hottest Muslm preaches a slick mix of piety and prosperity," *Time Asia,* 4 Kasım

neksel politika yapış şekillerinden rahatsızlık duyan bu iki vaiz, esasında, genel İslamlaşma dinamikleri içerisinde, aynı anda hem klasik militan angajmanlardan hayal kırıklığına uğramışlara farklı bir alternatif sunarak -Müslüman Kardeşlerin bir kısmı- hem de dine bakışları ne olumlu ne de olumsuz ancak dengeli olanları "yeniden İslamlaşma" süreçlerine dâhil ederek, kendilerine farklı bir yer edinmeye çalışmaktadırlar. Özellikle bunu dine mesafeli bakan kişilere, Amr Khaled'in tekrarlamaktan zevk aldığı gibi, "din ve gündelik hayatı birbirleriyle barıştırma" şansı vererek yapmaktadırlar. Bu tür bir açılımı, pişmanlığın kişinin kendisini inkâr etmek olarak algılandığı, egemen İslami veya *selefi* söylemlerin yapamayacağı açıktır.

O halde köktenci İslami dalgayla eş zamanlı olarak, geleneksel siyaset biçimlerinden uzaklaşmanın "bireyin" yeniden keşfedilmesine ve kutsanmasına olanak sağladığı yeni bir İslami dinsellik kendinden söz ettirmektedir. "Cemaate bilinç kazandırma" hayalleri yerini modern kişisel gelişim tekniklerinin kullanıldığı "bireysel değişim" retoriğine bırakmıştır. Bütün bu süreç, kendini gerçekleştirme literatürü ve *new age* kültürünün "memnuniyetsiz İslamcılar" arasında artan bir ilgi görmesini, *self help* [kişisel gelişim, ç.n.] konulu kitapların hem İslami hem de dini olmayan yorumlarının ticari başarısını,[59] beden ve ruh gelişimine ilişkin kökeninde dinsel olmayan tekniklerin sufilik felsefesiyle belli noktalarda eklemlenmesini ve bunun dindar burjuvaziler nezdinde yoğun ilgi görmesini, kısmen açıklamaktadır. Devlet, politika, kimlik gibi vesayetçilerinden azat olmuş İslamlaşma süreçleri, artık yeni mecralarda akabilir. Bu bölümde altını çizdiğimiz

2002.

59 H. Tammam, P. Haenni, "Au diable les losers! La réalisation de soi, nouvel idéal islamiste," *Mouvements*, Ekim 2004.

kamusal alana-çevreye açılma/yayılma bu dinamiğin bir sonucudur. Diğer bir sonuç ise önümüzdeki bölümde işleyeceğimiz İslam'ın piyasa mekanizmalarıyla ve şirket kültürüyle evliliğidir. Piyasa İslamı'nın sosyal devletin içinin boşaltılma süreçlerine bilfiil katılımı bu evliliğin bir devamı olarak ortaya çıkmaktadır.

2. Bölüm

Piyasa destekli dinsellik

Reformist hareketlerin veya geleneksel İslami yapıların içeriden "eski kadrolar-dinozorlar" tarafından "yeniden" ele geçirildiği bir ortamda, geleneksel İslamcılıktan yaka silkmişlerin, talep ve projelerini ifade edebilecekleri tek platform artık piyasadır. İslamcıların tetikledikleri kısmi "apolitikleşmenin," iş hayatının dindar girişimcileriyle buluşması, İslamlaşma süreçlerinin ekonomik bir yönelim kazanması sonucunu doğurur. Artık dinselliğin kendisini ifade ettiği yeni alan piyasadır. Piyasa dinselliğe hem kurum-parti dışı geniş bir hareket sahası açar (hantal parti ve devlet aygıtlarının bağlayıcı sınırlarını aşan) hem de onu şirket kültürü yönelimli yeni bir kavramsal dünyanın içerisine sokar. Söz konu-

su olan, eskiden olduğu gibi kitleleri değişmez veya sarsılmaz bir gerçekliğe ikna etmek değil, hedef grupların gerçek veya varsayılan beklentilerine uygun bir "dinsel ürün-arz" sunmaktır. Bunun doğrudan iki ideolojik sonucu olacaktır. İlk olarak, sunulan "dinsel ürün," radikal unsurlarını temizleyerek, muhafazakâr ılımlı bir mecra (*mainstream*) içerisinde kendine yer bulacaktır. İkinci olarak, sunulan ürünlerin (hem pazarlanan dinsellik hem de dindar firmaların ürünleri anlamında, ç.n) dini duyarlılıkları çok belirgin olmayan bir kitleyi de hedeflemesinden dolayı, şimdiye kadar Müslüman kimliğiyle beraber düşünülmüş, algılanmış bazı simgelerin kısmi sekülerleşmesi başlayacaktır. İslami düşselin kimliksel açıdan ilk bakışta fark edilemeyecek yoğunlukta metaforik simge ve desenler üzerinden çok hafif (*soft*) bir şekilde işlendiği daha önce bahsedilen İslami *streetwear* kültürü bu bağlamda örnek olarak gösterilebilir. İslami müzikte de, yine altını çizdiğimiz üzere, benzer dinsel referansların geri plana itilmesi süreci yaşanmaktadır. Yeni bir sözcük bütün bu yaşanan süreçlerin kavramsal çatısını oluşturur: "Etik." Özellikle Müslüman kimliğini geleneksel yorumları dışında (fıkıh'ın koyduğu normlara uygunluk) başarı ve performans kültü üzerinden yeniden inşa etmeye imkân tanır.

Kitle kültürüyle eklemlenerek

Piyasa İslamı aynı zamanda, burjuvalaşan yeni İslami ürünler üzerinden dindar girişimcilerle, ticarete atılmış eski tüfek İslamcıların buluştuğu piyasadır. Piyasanın bu yeni aktörlerinin aradığı rekabetçi ve yenilik yaratan ürünlerdir. Örnek olarak Kahire'deki dini kaset piyasası verilebilir. Bugün bu piyasanın, yöneticileri *selefi* olan, ideolojik sertlikleri sunulan ürünlere yansıyan eski firmaların karşısına rakip olarak İslamcılığı terk etmiş eski militanların veya yakınlarının kur-

dukları yeni şirketler çıkmaktadır. İlk olarak, bu yeni ekonomik aktörlerin, *Sindbad* adlı İslami referansları belirgin multimedya firması örneğinde de görüleceği üzere, düşsel evrenleri çok daha zengindir: Dinsel öğelerin yerini İslami kimlikten çok bin bir gece masallarında işlenen Arap imgelemesine gönderme yapan daha renkli tematikler almıştır. *Sindbad* belirgin bir siyasi eğilimi olmayan, Amr Khaled ile *Arab Accountants* adlı şirkette de ortaklığı olan, bir muhasebecinin kurduğu şirkettir. *Sindbad* oldukça profesyonel bir firma imajı vermektedir. Sunulan kasetlerin biçimleri uluslararası benzerlerini aratmamaktadır. Kaset kapakları çok daha yumuşak (*soft*) tematikleri işlemektedir: Eski İslamcı kasetlerin etrafa yayılmış ceset, kan ve ateşlerle dolu kapaklarının ("namazı bırakmak" adlı kasetin kapağında olduğu gibi) yerlerini çiçek ve kalplerle dolu bir fon üzerine yerleştirilmiş geleneksel Arap kaligrafisi işlemeli kapaklar almıştır. İçeriğin de kapaklarla beraber değiştiği açıktır: İç güzelliği ve maddiyat ve maneviyat arasında korunması gereken dengeler gibi konular dinden çıkanın başına gelebilecekleri anlatan tehditkâr uyarıların yerini almıştır.

O halde iki süreç birbiri üzerine binmektedir: Dinsel içerikli ürünlerin kitle kültürü vasıtasıyla kamusal alanda görünürlüklerinin artması ve sert *selefi* söylemi "ılımlaştıran" yeni dini eğilimlerin ortaya çıkışı. Yeniden allanmış pullanmış dinsel içerikli, ayrıca da kaliteli, ürünlerin son zamanlarda piyasaya sürülmesi, İslami kültürde önemli değişikliklere yol açmıştır. Örnek olarak, hediye verme ritüelinin olmadığı ramazan bayramlarında, artık Amr Khaled'in toplu DVD'leri, özellikle "kalplerin ıslahatı" adlı olanı, İslami davanın *light* yorumunun (*daawa light*) baş eserlerinden biri, hediye olarak verilebilmektedir. Kahire'nin zengin ma-

hallelerinden Maadi'deki Carrefour'un müzik reyonlarında İslam tematikli albümler oldukça satmaktadır. Ancak *selefi* referanslı ürünlerden eser yoktur. Bu Carrefour'un Mısır şubesinin daha ılımlı bir İslam'ı tercih etmesinden değil, *selefi* vaizlerin kasetlerinin en azından dış görünüş ve kalite bakımından albenisi olmamasındandır.

O halde dinselin kendini ifade ediş şekilleri, *selefi* yasakların hâkim olduğu alanlara (giyim, sanat veya müzik gibi) tecavüz eden sekülêr modeller aracılığıyla gerçekleştiği andan itibaren, kamusal alana açılma, *selefi* pür din hayalini yerle bir etmektedir. İslam'ın bu heterojen açılımları dinselin ifade ediliş şekillerine postmodern bir hava vermektedir. Örneğin Mısır'daki Müslüman Kardeşler ideolojisine uzak moda İslami sitelere bakarsak,[60] ilk göze çarpan doğrudan dinsel içerikli olmayan ve esprili çizgi desen, görüntü ve tasvirlerin bolluğudur. Bu sitelerde Amr Khaled'in vaazlarıyla, bilumum fıkra ve Amerikan menşeili gülünç reklamlar veya çeşitli *stand-up* gösterileri (özellikle İslamcılık karşıtlığıyla bilinen Mısırlı mizahçı Adel Imam'ın gösterilerinin özetleri), *selefi* ideolojiyle arasına mesafe koymak istercesine yapılmış kişisel grafik çalışmaları, bol bol mp3 parçaları (dini içerikli ancak oldukça geniş bir yelpazeyi kapsayan) ve dini konuların hiç de baskın olmadığı gençler arasında yapılan sonu gelmeyen *chat*'leşmeler bir araya gelebilmektedir.

Bu süreçten geriye dönüş yoktur. Dolayısıyla artık cezbederek ikna etmeli, hareketin [İslami ç.n.] geleneksel kendi köşesine çekilme halleri terk edilmeli, yayılan mesaj günün şartlarına uygun hale getirilmelidir. Karşılığında ödenecek bedel ise, ister istemez, kitle kültürünün İslami alan içeri-

60 Örnek olarak *haridy, flashdash, 20at, lazezonline, anashed, muslimz, islamheart, yallatalaba.*

sine sızmasıdır. Öyle ki dininin gereklerini unutan "kötü" Müslümanın başına gelecekleri durmaksızın hatırlatan söylem yerini "yarı zamanlı Müslüman" (*musulman part-time*) figürü üzerine yapılan tahammül edilir şakalara bırakmıştır. Sonuçta kamusal alan içerisinde farklı ve bağımsız bir İslami alan yaratma projesi rafa kaldırılmak zorundadır, zira küreselleşmenin kültürel kodlarını tamamıyla içselleştirmiş bir hedef kitlesini cezbetmek amacı, İslamcılığın farklılaştırıcı mesajıyla, pek de uyumlu değildir. *Islamonline* sitesinin kültürel sayfa sorumlusu bunu çok iyi anlamış gözükmektedir. Genç okuyucu kitlesine günün eğilimlerine uygun bir sitil sunmaktadır (*riwish*). Dışa açılma, hedef kitlesini hesaba katmayı zorunlu kılar. Lafı dolandırmadan açıklıkla söylemek gerekirse, bir İslamcı yazarın belirttiği üzere, artık söz konusu olan "İslam'ı tüketicilere yönelik bir ürün olarak değerlendirmektir:" "Teolojik bir perspektifte İslami değerleri övmenin anlamı yoktur. Önemli olan sosyal fonksiyonlarını ön plana çıkararak İslami satmaktır." Böyle bir yönelim Amr Khaled'in ilk zamanlarındaki *talk-show*'larında yaptığı gibi, ticari bir ürünü pazarlarcasına yapılan, "İslami ürüne" ilişkin pazar araştırmalarında, yüz yüze görüşmeler yoluyla kaydedilen geri-dönüşlerde (*feedbacks*) veya aynı sanatçının son programlarında yaptığı gibi, doğrudan yapılan kamuoyu araştırmaları veya anketlerde gözlemlenebilir.

Söz konusu olan sadece ruhları, inananların iç dünyalarını ıslah etmek değildir, aynı zamanda taleplere uygun hareket etmek ve tüketim toplumunun karmaşasında (ki veri olarak kabul etmek zorunluluğu vardır) kaybolmuş hedef kitlenin beklentilere uygun bir İslami ürün sunmaktır. Bunun pratikteki sonucu, geçmişteki İslami söylemin alternatif bir toplum/dünya yaratma amaçlı temel davalarını tarihin

derinliklerine gömmek ve daha çok getirisi olan veya öyle varsayılan mikro ölçekli konulara yoğunlaşmaktır. Gerektiği takdirde, konjonktürel olarak ele alınan bu konuların daha sonrasında terk edilmesinde de bir sakınca yoktur. Örnek olarak "sivil cihat" retoriği yeni bir kavram olmaktan öte zamanının basit bir medyatik ürünüdür ki daha sonraları da yok olup gitmişidir. Bu kavram karışıklıkları ve ideolojik "boy kısalığını" açıklayan olgu, dinsel ve kültürel ürünlerin olabildiğince hızlı bir şekilde piyasaya sürülmesi ve pazarlanmasını, yani genel oturmuş bir ideolojinin tesis edilmesine olanak vermeyecek bir hızda kavramsal sirkülâsyonu zorunlu kılan piyasa mantığıdır.

O halde piyasa İslamı'nı ayırt eden, dinseli yalıtılmışlığından çıkartıp meta yönelimli alan içerisine yerleştiren stratejidir. Fransa'daki Müslüman rap akımı İslami kimliğini açıkça afişe etmektedir (*Din Records*). Ancak "İslami rapçiler" eserlerinin üretim ve dağıtım platformları olarak geleneksel popun ağlarından yaralanmaktadırlar. Nicolas Sarkozy'nin eşi Carla Bruni'nin de yapımcılığını yapan *Naive* müzik şirketi aynı zamanda Kerry James'inde yapımcısıdır. Abd Al Malik'in eserlerinin dağıtımını ise *Fnac* yapmaktadır. Hemen hemen her yerde aynı irade; marjinallikten kurtulma ve kültürel ürünlere ilişkin egemen üretim ve dağıtım mekanizmalarını kullanma eğilimi kendini göstermektedir. Amr Khaled tarafından desteklenen Londra'da yaşayan Azeri kökenli İngiliz şarkıcı Sami Yusuf Arap müzik listelerini *al-mualim*[61] adlı şarkısıyla alt üst etmekte, bunu yaparken de pop dünyasının oldukça "cüretkâr" giyimli genç bayan yıldızlarıyla aynı karede poz verebilmektedir. Oysa kariyerinin başlangıcında dini sebeplerle müzik fikrinin kendisi-

61 "Bize öğreten," yani Peygamber.

nin bile soğuk baktığını hatırlatmak anlamlıdır. Kahire'deki *Grand Hyatt* otelindeki ilk konseri, *Nahda Masr* gazetesinin (ekonomik anlamda liberal, politik olarak Amerikan yanlısı, ideolojik olarak ise muhafazakâr) kurucusu Emad Adib'e ait medya grubu *Good News 4* tarafından sponsorize edilmiştir.

Aynı şekilde, dini öğretiyi yayma araçları konusunda da, yeni vaizler İslami mesajın geleneksel yayım şebekeleriyle (*Iqra*, *al-Majd* ve *al-Manar* gibi dini kanallar veya devlet televizyonun bu işlere ayrılmış kanalları gibi) yetinmemektedirler. Genel tematikli televizyon kanallarında, çok seslilik adına, medyatik bir ürün gibi sunulmaktan rahatsızlık duymamaktadırlar.

Dinselin medyatik alan içersindeki bu artan varlığı İslami olmayan kanallarda gösterilen ve manevi tarafları çok da güçlü olmayan sunucular tarafından yapılan ahlâkçı İslami *talk show*'ların habercisi gibidir. Örnek olarak, *Yalla ya shabab* (haydi gençler) adlı televizyon programı bir stüdyoda toplanmış sıradan görünümlü gençlerin katılımıyla gençlerin birbirleriyle ve çevreleriyle olan ilişkilerinde ahlâkın önemini vurgulamaktadır. *Talk show* dünyasıyla devam edecek olursak, "dine dönüşünden" önce ünlü bir sinema oyuncusu ve şarkıcı olan Mona Abdel Ghani tarafından sunulan "Mona ve kız kardeşleri" apolitik, ahlâkçı ve koyu dinci bu TV programları formatının bir diğer örneğidir. Dini mesajın İslami medya dışı mecralar tarafından aktarılması işin doğasını değiştirecek nitelikte ilginç sonuçlar verebilmektedir. Örneğin *Hatef Islami*[62] isimli dini konularda telefonla danış-

62 Eski Arap Ligi başkanlarından birinin burjuva, dindar, fakat İslamcı olamayan oğlu tarafından tamamen ticari bir mantıkla işletilen *Hatef Islami*, 2001 yılında Khaled al-Guindi tarafından kurulmuş telefonda fetva (*fatwa*) verme servisidir.

ma servisinin 20'ye yakın danışmanının performanslarının dinle yakından uzaktan hiç bir ilişkisi olmayan uzmanlar tarafından iç performans ve kalite denetimine (*quality control*) tabi tutulmaları gibi.[63] Danışmanlar hem ses tonu gibi daha teknik konularda değerlendirilmekte hem de seçimleri sırasında ideolojik ölçütler gözetilmektedir: Radikal ve saf bir İslam anlayışına sahip adaylara, personele teşekkür edilmektedir. Zira ticari sebeplerle çoğunluğa yönelme gayesi izleyen bir şirketin sekter bir politika izlemesi mümkün değildir.

O halde dinsel içerikli "arz" ideolojik ölçütün ve kimliksel reflekslerin kâr amacına göre ikinci planda kaldığı bir piyasada herhangi bir ticari ürün gibi değerlendirilmektedir. Ramazan ayı boyunca, *Hatef Islami* cep telefonlarına Kuran'dan ayetler indirme servisi sağlamaktadır. Oysa bu ticari operasyon için ortağı *MobiNile*'dır. *MobiNile*'ın sahibi ise "Yakında, inşallah, Kudüs'ü alacağız" gibi milliyetçi-İslami reklamlar (reklam afişi dindar bir yaşlının yanında Kuran okuyan bir çocuğu göstermektedir) üzerinden kimlik siyaseti yapmak suretiyle Müslüman kitleye göz kırpan Hristiyan bir iş adamıdır. Aynı şekilde, 2003 Ramazan'ında Amr Khaled'in "sevilen insanlarla buluşma" adlı çok izlenen programının yayın haklarını satın alarak, Lübnan Hristiyan Kanalı LBC kâr etmek adına dinsel duyarlılıkları kullanmaktan geri kalmayacağını göstermiştir.

*Selefi*lik, *business* ve burjuva hicreti

İslami varoluş şekillerini kitle kültürünün bir parçası yapmak iradesi, teorik olarak Müslüman kimliğinin "normal-

63 Ancak danışmanların duyarlılıkları göz önüne alınmış ve raporlar doğrudan kalite yönetimi uzmanları tarafından değil de El-Ezher Üniversite'sinden bir "akademisyen" (dekan, bölüm başkanı veya enstitü müdürü) tarafından kaleme alınmıştır.

leşmesine" en çok karşı olan, *selefi* grupları bile etkilemektedir. En azından Fransa'da, işgücü piyasasının zorlu koşulları oldukça önemli sayıdaki *selefi*yi kendi işlerini kurmaya itmektedir. İslami *streetwear* pazarlayan bir tüccar bunu şöyle ifade etmektedir: "Sizin namaz kılmanızı engelleyebilecek birisinin emri altında değilsiniz (...) Cemaat için bir şeyler üretiyorsunuz. O halde niçin para kazanmayasınız?" Öyle ki, "ticaret, berekettir" ve İslam aynı zamanda [Fransa şartlarında, ç.n.] "önemli alım gücüne sahip bir azınlıktır". Öyleyse bir *selefi*nin etnik *marketing* olarak adlandırdığı olgunun çekim gücü büyüktür. Bu nevi ticari faaliyetler (döner kebap dükkânları, İslami giyim mağazaları, özellikle Mağrip ülkelerine yönelik kontörlü telefon arama kabinleri), bir diğer *selefi*nin "helal piyasa" olarak adlandırdığı alana yatırım yapmış kişilerin ekonomik yükselişlerini sağlamıştır. Ekseriyetle, ilk zenginlik belirtileriyle beraber, *selefi* kişi kendi hicretini (*hijra*) gerçekleştirmek ister: Kâfir Batı'nın topraklarını terk edip dar-ül İslam topraklarına geri dönmek. Ancak batı banliyölerinin umutsuz Müslüman gençlerinin El-Kaide tarzı örgütlere girişleriyle sonuçlanan hicretlerine kıyasla yeni bir hicret tarzı, militan ve cihadist olmayan, tam tersine burjuva ve ticari yönelimli bir hicret tarzı boy göstermektedir. Artık söz konusu olan cihatta şehit olmak değil, İslami bir ortamda bireysel sınıf atlama ve finansal birikim sağlama hedefleri doğrultusunda tüccar yaşamaktır. Bu nevi bir burjuva hicreti, doğal olarak, geleceği olmadığı düşünülen Müslüman ülkelerinden çok, körfez ülkelerini yeğlemektedir: Suudi Arabistan'dan çok "Amerikan hayalinin Arap hayaliyle birleştiği" Emirlikler tercih edilmektedir. Şu dindar tüccar kişisel hicret amacını "Müslüman bir ülkede yaşamak ve ölmek" arzusuyla açıklamaktadır. Ancak, Fas kökenli olmasına rağmen, ülke tercihini Malezya'dan yana

koymuştur, zira "Malezyalılar çok iyi bir İngilizce seviyesine sahipler ve teknolojide oldukça ileriler. Güneydoğu Asya'nın en büyük üniversitesi de orada. Sonuçta bizim burada olmayan bir hayat kalitesine sahipler." Cezayir kökenli Fransız, evlendikten sonra "dine dönen" ve İslami *streetwear* şirketini kuran şu eski itfaiyeciye gelirsek, hicreti için Dubai'ye yerleşmek arzusundadır, zira onun için Dubai "kozmopolit kalınarak İslam'ın en iyi yaşanabileceği, büyük projelerin ve geleceğin ülkesidir." Demek ki hicret ekonominin küreselleştiği günümüz şartlarında, bir başlangıç, "yeni bir geleceğin inşasının, kişinin kendisini doğal, dengeli ve özerk bir biçimde gerçekleştirmesinin çıkış noktasıdır." Hicret aynı şekilde, EJR markasının kurucuları için olduğu gibi, *selefi* dar anlamında, dar-ül İslam'a dönüş şeklinde değil de, "belli bir olgunluk ve dışa açılma döneminin"[64] habercisi olarak da alınabilir. Gerçekten de, 1990'lı yıllarda Suudi Arabistan'a *McDonald's*'ın gelişi, bir kaç etkisiz boykot çağrısı dışında, genel olarak çok başarılı bir ticari operasyondur. Ve ilginçtir ki İslamcı Anadolu'da *McDonald's* karşıtı tek büyük tepki sol eğilimli ODTÜ öğrencilerinden gelmiştir.[65] Olgunluk ve dışa açılma retoriği Endonezya'da da iş başındadır. Öyle ki *McDonald's*'ın yerel ortakları, kafa karışıklıklarına yol açmamak amacıyla, Müslüman yerel girişimciler olduklarının altını çizmekte ve bunun için de "hacı"[66] sıfatlarını ön plana çıkartmaktadırlar.

Şifreli bir kimlik

İdeolojik-politik anlamda dağınık bir görüntü veren Müs-

64 www.saphirnet.info/article_1553.html.

65 Bryan S. Turner, "McDonaldization. Linearity and Liquidity in Consumer Cultures," *American Behavioral Scientist*, vol.47, n°2, Ekim 2003.

66 Arapça *Hajj*, hacı aynı zamanda yaşlılık ve saygınlık sıfatı olarak da kullanılmaktadır.

lüman işadamları vasıtasıyla, İslami varoluş kamusal alana entegre olmakta ve bu alan içerisindeki çeşitli dünya görüşü ve ürünlerle her geçen gün daha da uyuşarak durumunu sağlamlaştırmaktadır. Bu sürecin doğal sonucu *selefi* paradigmadan uzaklaşmadır. Zira kamusal alanın aracılığına başvurmak tarafsız bir tutum değildir ve piyasa kaynaklı en az iki sekülerleşme senaryosu içerir. İlk olarak, yukarıda gördüğümüz üzere, çoğunluğu ve satışların maksimizasyonunu hedefleyen bir ekonomik mantığın Müslüman kimliğini açıkça sahiplenmiş tüketicilerin ötesine geçme ve bu sayede satış portföyünü genişletme amacı ister istemez sunulan ürünlerin "dinsel renklerinin" solması sonucunu doğuracaktır. Bu tüketim pratiklerinin ikircikliğini işleyen konvansiyonel reklam araçlarının kullanımının artmasıyla doğru orantılıdır: İslami *streetwear*, İslami olduğu için veya sadece *streetwear* olduğu için giyilebilir. İkinci olarak, Müslüman olmayan bir tüketici kitlesini de hedeflemek, üreticileri İslami öğelerin oranını, görünürlüğünü arttırmamaya ve geleneksel sınırları belli, dar dini söylemin yerine daha "içerici-kapsayıcı" bir söylem geliştirmeye itmektedir. O halde "İslami sorunsal" yerleşik, bağlayıcı normlara katıksız itaatten öte, politik anlamda "yumuşak" bağlılıklar yaratan, dinselle ilişkisi "gevşek" olan, siyasi boyutu ise retorik seviyesine indiren, İslami "parça," "öğe" veya "dokunuşların" kişilerin hayat hikâyeleriyle buluşması olarak yeniden tanımlanmaktadır.

Fransa İslami Örgütler Birliği'nin Bourget'de Nisan 2005'te gerçekleştirilen son kongresinde, İslami kimliği açıkça Ortadoğu düşseline yerleştiren (Halep işi başörtüler, baharatlar, Arap vaizlerin kasetleri) geleneksel stantların yanında İslam'ın Avrupalı kimliğinin vurgusunu yapan bilumum ürünler yerini almıştır: *Muslimwear*, uluslararası veya Fransız

moda akımlarından esinlenmiş tekstil ürünleri, rap ve *new age* arasında gidip gelen İslami gruplar. Aslında söz konusu olan yeni bir talebe cevap vermektir: Amerikan kültür kodlarından esinlenen Batı İslami giysisini yaratmak. *Streetwear* tarzında giysiyi, rap ritimli müzik ve basketbolcu Tariq Abdul-Wahad gibi NBA patentli idollerle birleştirmektir amaç. Amerika'da İslam'a "dönüşünden" önce Olivier Saint-Jean ismiyle bilinen, anne ve babası Fransız Guyanası'ndan, Tariq Abdul-Wahad bugün Paris merkezli *Dawah-wear* markasının tanıtımlarında başrolü oynamaktadır. Şirket, üç kurucusundan birinin belirttiği gibi, "Fransa'ya Amerikan hayalini satmak" peşindedir. Amel Boubekeur İslami estetiğin geldiği bu noktayı şöyle çözümlemektedir: "Eski dini objelerin zanaatsal saflığı ve orijinalliğinin yerini evrensel anlamda bilinen ürünlerin kopyaları almıştır: *Coca-cola*'nın kırmızı beyaz renkleri ve şişelerinin dizaynı İslami benzerlerinin de tercihidir. *Streetwear* kesimi İslami giysilerin de kesim şeklidir. *Barbie* bebeklerinin İslami versiyonu *Razanne* da benzerleri gibi anoreksiktir. O halde İslam'ın estetik anlayışını sıradanlaştıran bütün bu objeler daha çok Avrupa toplumuna özgü genel estetik ölçütleriyle uyum halindedir."[67] Rap ve *streetwear*'in önemli bir yer işgal ettiği Amerikan gençliğinin kültürel kodlarının İslami okuması, İslami kimlik kavramının niteliksel bir dönüşümüne yol açar: Bundan böyle, gördüğümüz üzere, İslami normlara uygunluk özgün kimliklere vurguya göre ikincil konumdadır. Dinsel alan dışında vücut bulmuş kentsel kimliklerin doğası gereği veya Müslüman olmayan bir hedef kitlesine ticari anlamda yönelmek gayesiyle, logo veya markalar artık ön plandadır.[68]

67 A. Boubekeur, "L'islam est-il soluble dans le Mecca-Cola ? Marché de la culture islamique et nouveaux supports de religiosité en Occident," *Maghreb Machreck*, n°183, İlkbahar 2005, s.51.

68 *Dawahwear* adlı firmanın yaptırttığı bir ankete göre satışların %40'ı Müs-

Gerçekten de, kendisini çevreleyen kamusal alanla eklemlendikçe, Müslüman kimliği daha da belirsizleşmekte, detaylarda gizlenmekte, hatta ortaya çıkarılması bir deşifreleme faaliyetini gerekli kılmaktadır. Örnek olarak, EJR adlı Müslüman genç mühendisler tarafından kurulmuş bir bilgi işlem firmasının açılımı *Elégance, Jeunesse, Respect* (Zariflik, Gençlik, Saygı) şeklindedir. Ancak bu aynı zamanda hicret kelimesinin Arapçasının üç-ünsüzlü kökenidir (oysa kurucular dan hiçbiri edebi Arapçaya hâkim değildir). Aynı şekilde, MBN (*Muslim By Nature*) spontane, doğal İslam fikrini içerir. Oysa bu tematik sunulan hiç bir üründe (tekstil) doğrudan gözlemlenmez. Dinsele tek gönderme namaz esnasında vücudun aldığı üç farklı pozisyonun stilize edilmiş bir logosudur (o derece stilize edilmiştir ki sadece konuya vâkıf kişiler bunun farkına varabilirler). Ancak MBN'in aynı zamanda 1990'ların başında Amerikalı bir *streetwear* markası olduğu, bu markanın kendisinin ise NBN (*Naughty By Nature*) adlı bir rap grubunun isminden esinlenildiği hatırlatılırsa anlam karışıklığı iyice artar. Bir başka örnek vermek gerekirse, İslami *Mecca Cola*'nın sloganı "angaje için," angaje kelimesinin Fransızca anlamı göz önüne alınırsa, farklılıkları (İslami veya değil) gönüllü bir dâhil oluş çevresinde silen, sıfırlayan bir eylem olarak değerlendirilebilir. Ancak kelimenin Arapça çevirisi (*iltizam*) tamamen dini pratiklere gönderme yapar. *Dawahwear*'in *selefi*likle yakından uzaktan ilişkisi olamayan yöneticisi ise körfez ülkelerinin pazarları için *M'Line* isimli yeni bir koleksiyon hazırlamaktadır. "M," bekleneceği üzere, Müslüman anlamına gelmekle beraber, M'line Arapça iki umut anlamına gelen (öteki ve fani dünyalar için umut) *Amalin* kelimesinin kısaltmasıdır. Diğer taraftan, genel eğilimleri takip ederek, *Muslim Classic* firmasının yöneticileri oldukça komünoter olduğunu değerlendirdikleri logolarını

lüman olmayan kitleye yapılmaktadır.

değiştirmeyi düşünmektedirler.

Bugün İslami giyime ilişkin yeni düşsel, *hijab* problematiğini kesinlikle aşmıştır. Hatta *muslimwear*, girişimcilerinin ticari anlamda ilgisini çeken bir obje olmaktan da çıkmıştır. Tekrar edelim, artık söz konusu olan dinsel normlara sıkı sıkıya bağlılık değil, birkaç gevşek dini zorunluluk veya duyarlılıkların (örnek olarak namus gibi soyut ve dağınık bir kavramın) hayat kesitlerine serpiştirilmesidir. Oysa giyim konusundan devam edecek olursak, uluslararası moda eğilimleri çok yakından takip edilmekte ve Müslüman olmayan tüketici grupları ticari anlamda ciddiye alınmaktadır. Öyleyse gevşek ve soyut olduğu kadar kapsayıcı da olan etik kavramı merkezli bir söylem giderek dinsel partikülarizmlere vurgunun yerini alır. Örnek vermek gerekirse, *Dawahwear*'in *marketing* stratejisinin durumu budur. İlk adımda Marka tartışma götürmez bir biçimde İslami evren içerisinde konumlanır (*dawah* kavramı İslam'ın yayılma stratejisiyle yakından alakalıdır), ancak ikinci adımda sanki fazla dinsel olarak değerlendirebilecek içeriği yumuşatmak istermişçesine, "komünoter ancak dışarıya açık bir kimlik" ve "paylaşma" değerleri üzerine, "dinsel maneviyatın kent modasıyla buluştuğu noktada," inşa edilmiş "evrensel bir marka" vurgusu yapılır. Markanın basın bültenleri hiç bir şekilde İslam kelimesini kullanmamakla beraber ürünlerde dinsele yapılan "kaçak" göndermeler devamlılık arz eder: Namazın üç vücut hareketinin temsil edildiği piktogramlar, 610 tarihi/sayısı baskılı ürünler (Peygamber'e Mekke'de ilk ayetlerin bildiriliş tarihi). Ancak, bütün bu İslami anlam yüküne rağmen, marka 15–35 arası genç nüfusu hedefleyerek "saygı, eğitim ve paylaşma" gibi değerleri yücelten "uluslararası bir etik

çizgisi"[69] yaratma iradesini hatırlatmaktan çekinmez. Yalnız bir nokta sorun yaratmaya devam eder: Markanın dinselliği su götürmeyen merkezi öğesi *daawa*'nın nötrleştirilmesi. Firmanın kurucularından biri kavramın ikircikli pek çok anlama çekilebilecek içeriği üzerinden durumu kurtarmaya çalışıyor: "*Dawah* davet etmek, çağırmak, öğretmek anlamlarına gelebilecek Arapça bir kelime. Bizim tercih ettiğimiz anlamı çağrı. Sadece Müslümanlara değil, bütün herkese, etnik veya milli ayrımlar gözetmeksizin herkese. Herkes *Dawahwear* giyebilir: Müslüman veya değil, siyah veya beyaz. *Dawahwear* sadece Müslümanlara yönelik değildir."

Etik: Düşük yoğunluklu politika

Sekülerleştirici bu anlamsal inşa ve kaymalar, piyasa İslamı'nın düşsel evreninde merkezi konumu işgal etmektedirler. Yeni stillerin modern iletişim teknikleriyle buluştuğu, *selefi* paradigmanın artık tamamen dışına çıkmış müzikal alan bu bağlamda oldukça zengin örnekler sunmaktadır. Amacın dışarıdan dayatmaktan çok, etkilemek olduğu bu yeni İslami müzikal alanın bir tüketim mantığı çevresinde şekillendiği açıktır. Sami Yusuf'un hâl ve tavırları bu bakımdan oldukça anlamlıdır. Fiziki görünüşüne özen göstermekte, kendi hayranlar kulübünü kurmakta ve genel olarak aynı medyatik mecraları paylaştığı klasik bir pop yıldızından pek de farklı davranmamaktadır. *Muslimwear* girişimcileri gibi, dindar Müslüman dinleyicilerinin ötesinde, maneviyatçı ve dinlendirici müzikten hoşlanan sadece Müslüman olmayan heterojen bir dinleyici kitlesine sahip olmaktan duyduğu hazzı ifade etmekten çekinmez. Dinsel öğelerin yoğunluklarını kaybetmeleri bu çerçevede önce imgesel düzlemde daha sonra söylem seviyesinde gerçekleşmektedir. Ahlâkçı

69 Basın bültenlerinden alıntı.

bir temel üzerinde yükselen (mesela uyuşturucu ve cinsellik karşıtlığı...) yeni bir imgelem müziğin evrenselliği retoriğini kullanarak kendine bir yer edinmeye çalışır. İlk olarak Müslüman dinleyici, dinini yayma çabalarında (eğer böyle bir amacı varsa) ılımlı bir tutum takınmaya davet edilir. *Al-Nada* adlı grubun yakınlarda piyasaya çıkacak iki şarkısı, grup üyelerinden birine göre, "tamamen hümanist karakterde olup sadece Müslüman dinleyiciyi hedef almamaktadır." Benzer bir mantıkla, gruplar isimlerini sıradanlaştırmak suretiyle, İslami kimliklerini ikinci plana atmaya çalışmaktadırlar: Mısırlı grup *al-Rabia* (ilkbahar) ve Belçikalı benzeri *al-Nada*'nın (pembe) isim tercihleri böyle bir amacı yansıtmaktadır.

Sanıldığının aksine, sekülerleşme ve İslamlaşma birbirlerine zorunlu olarak karşıt kavramlar değildir. Aslında birbirleriyle bağlantılı bu iki süreç üst üste biner. Bir taraftan "cemaati giydirmek" veya "davanın şarkısını" yapmak gibi, Tanrı'yı unuttuğu varsayılan bir dünyaya cevap niteliğinde, yeni kültürel-İslami ifade ediş biçimleri kendini göstermektedir. Ancak bütün bu cevaplar bir noktada, *marketing* mantığının sazı eline aldığı noktada, birtakım tavizler vermek durumundadır. Zira dinsel öğeler ne kadar ön plana çıkarılırsa, hedef kitle o kadar daralacak, tam tersine bu öğelerin yoğunluğunun düşürülmesi beraberinde müşteri yelpazesinin genişlemesini getirecektir. Böylece [fani, içinde yaşadığımız, ç.n.] "dünyanın yeniden ululaştırılması,"[70] etiğe ilişkin alana çekilmiş, bu suretle de bir üst gerçeklik ve evrensellik seviyesine ulaşmış dinsel öğeler tarafından anında dengelenir. Piyasa mantığı evrensel olana vurgu yapmayı zorunlu kıldığı zaman veya dini normlar İslami kimliğin temeli ol-

70 Peter Berger (dir.), *Le Réenchantement du monde*, Paris, Bayard, 2001

maktan çıktıkları veya ikincil konuma düştükleri zaman, etik elde kalan tek şeydir. Diğer bir deyişle, etik İslam'a ilişkin olanın veya olması gerekenin en alt seviyesidir, pratikte pek az şey ifade eden dini normlara uygunluk kaygısının en alt eşiğidir: "Kumaşlar Avrupa'dan geliyor. Üretim de orada yapılıyor. Müslüman olan tek şey *sutur* [kapanmak fikri veya eylemi, ç.n]."[71]

Vetik isimli firma etiği "burka ve mini eteğin tam ortasına" yerleştiriyor "Kadınlara dışlanmadan ve inançlarıyla uyumlu bir halde yaşama imkânı veren" bir orta nokta bu. Bu demektir ki, Müslüman başkalığının açıkça afişe edilmesi üzerine kurulmuş *selefi* idealinin tersine, *Vetik* kurucuları "tamamıyla bu dünyaya aittirler." O hale etik kaygı veri olarak kabul edilmiş küreselleşmenin kültürel dalgalarının hafifçe gözden geçirilmesidir: "Reddedilmesi gereken modanın kendisi değildir. Bizim reddettiğimiz modanın bir öğesi: Dar giysiler, metalaştırılmış kadın."

Böylece Müslüman ahlâk anlayışının ilkeleriyle ters düşmeden, etik, İslam'ı seküler bir düşünsel alana sokar. Söz konusu olan her türlü dinsel ve etnik öznelliklerden kurtulmuş yansız, evrensel bir ahlâk anlayışı içerisinde konumlanmaktır. Bu, EJR markasının üç kurucusundan birinin dillendirdiği gibi, dışlamadan farklılaşma arayışlarına götürür: "Etik, İslami bir şey, ama aynı zamanda İslam dışı, Müslüman olmayanlar, inançsızlar veya Hıristiyanlar tarafından da paylaşılan bir şey. Bugün daha az dışlama var. Bu sayede dar İslami Arap dünyamızdan çıkıp benzer ihtiyaçları olan kişilere ulaşabiliyoruz." İhtiyaçlar ise şöyle tanımlanmaktadır: "Bugün, muhteşem bacaklara, yanmış bir tene, sert karın kasla-

71 *Dawahwear* şirketinin yöneticisi Karima Saouli'nin ifadesiyle.

rına sahip olmak şart görülmektedir. Allahtan bizim giysilerimiz edepli giysiler. Bunları giymek için illa zayıf olmak da gerekmez. Böylece herkese satış yapabiliyoruz."[72] Sonuç olarak (oldukça ilginç bir şekilde): "Bizim şiarımız: Elbiseyi değerli kılan kadının vücudu değil, kadını değerli kılan elbisedir." Etiğin Müslüman ahlâkıyla bire bir örtüşmediği burada ortaya çıkmaktadır. Edep gibi Müslüman ahlâkının bazı değerlerini içerebilse de, farklı konularda özerkliğini ortaya koyabilir: Örnek olarak kadının kamusal alanda itibarını arttırmak hiç bir zaman İslami ahlâk anlayışının derdi olmamıştır. Sonuç olarak piyasanın mantığıyla komünoter hâl ve duruşlar açıkça çatışmaktadır: "Bizler, İslami giysiler üretip sadece Müslümanlara satmak istemiyoruz. Biz hırslı Müslümanlarız ve Zara, H&M gibi herkese satmak istiyoruz. Her zaman kendi aramızda kalmak zorunda değiliz." O halde komünoter yaşam, İslami bir aydınlanma hareketinin kalpleri ve zihinleri fethetmesi sonucunda değil de, *marketing* stratejilerinin gereklilikleri sebebiyle çözülüyor gibidir.

Daha politik bir düzlemde, düşmanı kendi evinde vurmak gibi bir amacın takip edildiği düşünülebilir: "Bu bir fikirler savaşı. Dini pratikleri yok etmeye çalışan seküler bir ideolojinin savunduğu gibi, hayatın satın aldığınız şeylerden ibaret olduğu fikrine karşı çıkıyoruz (...) Ama aynı zamanda en az büyük medyanın *marketing* uzmanları kadar iyi olmamız gerektiğinin de farkındayız. Yoksa kaybederiz. Kendi *businesses*'larımızı kurmalıyız."[73] Ancak kavganın sonucunun kullanılan silahlara bağlı olduğu ve ticaretin devrimden çok uyuşmalar ve benzeşmelerle sonuçlanacağı, *soft drinks*'ler [yumuşak içecekler] aracılığıyla verilen kavga örne-

72 Karima Saouli'nin ifadesiyle.

73 A. Owensby, *Jakarta Post*, 14 Eylül 2003.

ğinde olduğu gibi, daha makûl bir olasılıktır. Alanının devi *Coca-Cola*'nın bütün grafik tasarımını kopyalamış, İslam'a uygun gazlı içecek üreticisi *Mecca-Cola*'nın öyküsü bu tespiti teyit eder niteliktedir. "Kokakolonizasyon" [cocacolonisation] terimiyle karşı çıkılan bir sürece verilen dinsel yönelimli bu cevapta, sürece karşı çıkanların farkında olmadan karşı çıktıkları şeyin mantığını içselleştirdiklerini saptamak ilginçtir: Şöyle ki, "materyalist kapitalizmin en vahşisi" olarak değerlendirilen *Coca-Cola*'ya yine sodalı-gazlı içecekler üzerinden ticari bir mantık dâhilinde savaş açmak, İranlı *Zamzam-Cola*[74] ve diğer İslami kola üreticilerinin yaptığı gibi, esasında rakibin meta yönelimli mantık, ilkeler, araçlar ve düşselini kabullenmek anlamına gelir. Kârın bir kısmı Filistin'e yardım kampanyalarına gitse de bu böyledir. "İçeceğimizle kendinizi tanıtın" demektedir, *Arab-Cola*'nın Gérard Leblanc adlı Kazablanka'da ikamet eden bir Fransız tarafından tasarlanan sloganı. *Arab-Cola*'nın kendisini içerisine yerleştirdiği bu "bilinçlenme hamlesi" sonuçta oldukça dağınık, her yöne çekilebilecek ve herkesi kapsayabilecek, iç bütünlükten yoksun bir hareket olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla olası farklılığın (en azından *Coca-Cola*'ya göre) altının çizilebileceği tek nokta dinsele yapılan göndermedir. Amerikan ve Kanada pazarlarını hedefleyen İngiltere menşeili *Quibla-Cola*'nın[75] "etik alternatif" sloganıyla yaptığı budur. Kurucularına göre, *Quibla-Cola* "bireylerin gazlı içecekler piyasasındaki egemen markalara inandırıcı alternatifler görme taleplerine" cevap vermeye çalışmaktadır. Bekleneceği üzere, bütün bu firmalar kârlarının bir kısmını yardımsever örgütlere bağışlamaktadırlar. Muslim-Up firması insan hakları alanındaki eylemleri, *Arab-Cola* Arap ülkelerindeki çevre

74 Zemzem suyuna gönderme.

75 Kıbleye gönderme.

için yapılan faaliyetleri, *Quibla-Cola* ise kalkınma projelerini desteklemektedir. Hemen hemen hiç biri İslami referansı çok belirgin (dolayısıyla dar ve dışlayıcı) faaliyetlerde bulunmamaktadır. *Muslim-Up*'ın şu sloganında olduğu gibi, artık tüketim ideolojisinin *soft* davalarının pazarlanması noktasında olduğumuz kuşkusuzdur: "Yeni neslin aşk ve barışı medeniyetler çatışmasına karşı savunan içeceği."

Muslim pride: Müslüman olmanın onuru

Dinselin politik ve etik boyutlarının bu şekilde "sıradanlaştırılması" "şeyleştirilmesi," farklı yorumlamalara yol açmamalı. Dinselin ekonomik alanda bu artan varlığı, laik Arap medyasının adlandırdığı şekliyle, "din tüccarlarının" (*tujjar ad-din*) halkın temiz dini duygularını ticari amaçları için kullanmaları olarak değerlendirilmemelidir. Maddi, parasal hedeflerin ötesinde, yeni bir İslami düşsel oluşturma amacı ufukta belirmektedir: Müslüman olmanın onurunu (*muslim pride*) siyasi hareketlere katılarak değil de, bireysel ekonomik başarı kültü etrafında yaşayan yeni bir Müslüman profili yaratılmaktır. *Amine* adlı *streetwear* şirketinin bir yöneticisi bunu şu şekilde ifade ediyor: "Müslümanların imaj sorunu olduğu bir dönemde, farklı bir yol izleyerek, Müslümanların da kaliteli şeyler yapabileceğini ve banliyö=tembellik gibi klişeleri hak etmediklerini göstermek istedik. Biz kendimize, girişimci, üretken Müslüman imajını yakıştırıyoruz." Diğer ortağı ekler: "Üretici faaliyetlerde bulunarak Müslüman cemaatine ilişkin dışarıya olumlu bir imaj vermek istiyorduk. Bu sebeple güveni hak eden anlamına gelen *Amine* ismini seçtik." *Vetik* firmasının kurucularının da söyledikleri pek farklı şeyler değildir: "Yapmak istediğimiz şey, yeni bir İslami ürün pazarlamaktan öte, bizim de en az diğer Fransızlar kadar zeki, sitil ve fiyatlar konusunda en az onlar kadar re-

kabetçi olduğumuzu göstermekti." Böylece Fransız kamuoyundaki hâkim, "aklı sadece tembelliğe ve dümene çalışan"[76] banliyöde yaşayan başarısız (*loser*) Arap imajı piyasa vasıtasıyla (ki bu azınlıkların genel refleksidir) kırılmaya ve yine piyasa vasıtasıyla yitirilen gurur ve özgüvenler bulunmaya çalışılmaktadır. EJR grubunun elemanları kendi kendilerine sormaktadırlar: "Fransa'daki Müslüman cemaati kimlerden oluşur? Zamanında Fas'tan, Cezayir'den Fransa'ya gönderilmek üzere yöneticiler değil, Fransız ekonomisi, fabrikaları için eller, ayaklar, işgücü istendi. Ve biz bugün sadece tüketici olarak kalmaya devam etmek istemiyoruz, üretici de olmak istiyoruz." Grup üyelerine göre bu, "rekabetçi olabileceklerini ve ekonomik dinamiklere vâkıf olduklarını" göstermesi açısından önemlidir. Zira artık yeni ideal, diğer bir dindar girişimcinin hatırlattığı üzere, muhteris Müslüman" figürüdür.

Değer atfedilen figürlerin mücahitten mücadeleci girişimciye kaydığı bu şartlarda, *muslim pride* [Müslüman olmanın onuru] hallerinin *succes story*'lerle [başarı hikâyesi] bezenmiş bir düşsel evrende yaşanılması kaçınılmazdır. Tunuslu işadamı, *Mecca Cola*'nın kurucusu, Tawfiq Mathlouthi, medya tarafından bu kadar ilgiyle takip ediliyorsa, bu onun dinsel anlamda sergilediği özgül duruştan değil, şirketinin sodalı içecek piyasasındaki konumundan dolayıdır. Kişilik olarak öne çıkan tarafı politik angajmanları değil, "çok modern bir Amerikan hayali" gerçekleştirmiş olması ve "liberal bir başarı modeli"[77] sergiliyor olmasıdır. Aynı şekilde, *Dawahwear* bugün "herkesin barış içinde yaşadığı, sizi en yakınınızdakinden ayıran engellerin çeşitli bahanelerle

76 A. Boubekeur tarafından aktarılmış, *a.g.e.*

77 A. Boubekeur, *a.g.e.*, s. 11.

yükselmediği bir dünyanın rüyasını gören (...) üç Amerikalı çocuğun masalsı hikâyesi"[78] olarak pazarlanmaktadır. Markanın Fransa vitrinindeki baş ismi, NBA patentli basketbolcu Tariq Abdul-Wahad, basketboldaki başarısını kendisini düzgün ve disiplini bir hayata sokan İslam'ı seçmesine bağlamaktadır.[79] Endonezya'daki Lamongan şehrinin şu andaki belediye başkanı, "fakir Endonezyalı, zengin Endonezyalı: Nasıl milyoner olunur?" adlı kitabında sebat ve inancın iş hayatında başarıyı getirdiği benzer bir hikâye anlatılmaktadır.[80] Bir diğer örnek rap dünyasından verilebilir. Bağımsızlığın bedeli adlı, piyasanın en önemli İslami rap yapımcılarından *Din Records*'u tanıtan DVD'de, izleyici sert ve radikal bir toplum eleştirisi bekliyorsa (zira söz konusu olan doğası gereği eleştirel olan rap'tir), hayal kırıklığına uğrayacaktır. İçerik olarak, tam tersine, çalışmak ve sebat etmenin eninde sonunda başarıyı getireceği fikri işlenmektedir.

Yeni İslami düşsel kendini gerçekleştirme, başarı (*achievement*) veya çaba gösterme tematikleri veya Amr Khaled'in "çalışmanın ahlâki değerleri" dediği öğeler etrafında şekillenmektedir. İslamlaşma süreçlerinin bağlantısız gönüllülerine (*free riders*) yeni dinselliği yayacakları kurumları sağladıktan sonra (şirket, müzik, moda...), piyasa şimdi de İslami cenah içerisinde yaşanacak bir *kulturkampf*ın (kültürel mücadelenin-kültür savaşlarının) kavram ve ideallerini sağlayacaktır: Gündelik hayatlarında dini gerekleri her zaman yerine getirmeyen "öyle böyle" Müslümanlara karşı değil, köktenci İslam'a karşı.

78 *Dawahwear*'in Bourget'ye gelişini haber veren basın bülteninden alıntı.

79 A. Boubekeur tarafından aktarılmış, *a.g.e.*

80 G. Feillard tarafından aktarılmış, *a.g.e.*, s. 114.

3. Bölüm

Piyasa İslamı'nın kültürel savaşı (*Kulturkampf*)

Müslüman olmanın onurunun (*muslim pride*) yeni ifade şekilleri arasında, kişisel başarı öyküsü (*success story*) en ön sırada gelir. Başarılı, kazanan (*winner*) dindar karakteri bu noktada ortaya çıkar: Ekonomik alanda başarılı, kendini siyasi olarak tanımlamayan; zenginliğin ve başarının (*achievement*) değerlerini içselleştirmiş yeni *winner* dindar İslam'ın kâra ilişkin yasaklamalarını unutmuş gibidir. Bu eğilim, Sünni İslam içinde ciddi bir kültürel savaşın (*kulturkampf*),[81] yenilenmenin, alt-üst oluşun tohumlarını atar: Yeni dindar girişimciler, uluslararası rekabet güçlerini arttırabilmek için,

81 Almanca "kültür savaşı" anlamına gelir ve Almanya'da 1871–1887 arası Prusya Devleti ile Katolik Kilisesi arasında uzayıp giden üstünlük mücadelesini ifade eder.

geleneksel İslam'ın kaderci ve yerelci dünyasına karşılık, "ümmetin kapitalizm ruhunu uyandırmayı" amaçlayan,[82] "piyasa dostu" (*marketfriendly*)[83] burjuva, kozmopolit ve girişimci yeni bir dindarlık türü önerirler.

Burjuva olmanın gereği olarak...

Piyasa İslamı'nı sosyolojik olarak, Müslüman dünyada son 20 yılda güçlenen yeni dindar girişimci sınıfı temsil etmektedir: 1980'lerde ihracatı destekleyen politikalardan faydalanan "Anadolu kaplanları", Ankara ve İstanbul'daki geleneksel laik burjuvaziye rakip olacak şekilde hem işletmelerini büyütürler, hem de İslam'ı başka bir noktaya taşırlar. Mısır'da Başkan Sedat'ın ekonomik dışa açılma ve İslam'la barışma politikaları sayesinde ilk sermaye birikimlerini gerçekleştiren Mısırlı dindar girişimciler, yatırımlarını daha sonrasında Körfez ülkelerine kadar yayarlar. Endonezya'da, Başkan Suharto'nun ordu içindeki muhalifleri kontrol altına almak için "yenilikçi" İslamcı güçlerle işbirliği yapması ve bunu yaparken de ihracata dayalı bir ekonomik modeli benimsemesi, 1980'lerde yapılan ekonomik reformlardan faydalanan "yerel" tüccar sınıfının yükselişiyle sonuçlanır.

Ancak şu da bir gerçektir ki, bütün bu gelişmelerin olabilmesi için, geleneksel İslam'ın iş dünyasıyla ters düşen kadercilik ve çilecilik gibi zihinsel engellerinin aşılması gereklilik arz etmiştir. İş adamı dernekleri, İslamcı olmayan dindar aydınlar, küçük ve orta büyüklükteki işletme patronları, *business*'ın tadını almış eski militanlar, bireyciliğin ve finansal birikimin meşru olduğu yeni bir İslami düşselin

82 Bu konuda bkz. G. Feillard, *a.g.e.*

83 Lars Rodseth et Jennifer Olsen, "Mystics against the Market. American religions and the autocritique of capitalism." *Critique of Anthropology*, vol. 20 (3), 2000.

bayraktarlığını yaparlar. Piyasa İslamı yoksulların dünyasına ait bir kavram değildir. Aksine, geleneksel İslam'la özdeşleştirilen sosyal adalet ve azla yetinilen sade yaşam biçimi ideallerini ikame eden dindarlık, zenginlik ve kozmopolitizmin yan yana geldiği burjuva yönelimli bir evrene aittir. Bu ortamda, fakirlik arzu edilen bir durum değildir. Bilakis kargaşalara neden olabileceği için yoksul potansiyel günahkârdır. Lamongan (Endonezya) Belediye Başkanı Masfuk, fakirliğin birçok kötülüğün kaynağı olduğunu, zengin olmanın da "Allah'ın yolunda yürümeyi" sağladığını düşünmektedir.[84] Hem Burjuva hem Müslüman olma farklılığının bir ifadesi olarak Piyasa İslamı'nın fakirlikle görülecek bir hesabı var gibidir: Fakirlik iş hayatı ve ticaretin gelişmesi için gerekli koşullarla zıtlık içerisindedir. Amr Khaled ahlâkçı bir yaklaşımla şirket kültürüne methiyeler dizerken şöyle söylüyor: "Eğer ruhunu iyilik yapmakla meşgul etmezsen, o günah işlemeye yönelir. Tembellik doğru yolun en büyük düşmanıdır, o başarısızlığın dostudur. Hem başarısızlık hem tembellik, ikisi de insanı günaha iter."[85] Ancak zengin Amr Khaled'in ilk internet sitesi *Forislam*'daki öğretici karikatürlerde olduğu gibi, gösteriş de yapmamalıdır, mütevazı olunmalıdır.

Piyasa İslamı'nın tüketim modelleri, lükse olan ilgisi malum olan "sosyeteden" alınmış semboller bütünü içinde oluşur. Körfez ülkelerinden birindeki bir reklâm bunu çok iyi anlatır: üç kadın gelecekleri üzerine sohbet etmektedir. Bir tanesi göz kamaştırıcı güzellikte bir gelinlik hayal eder. Ertesi gün dilek gerçekleşir ve müstakbel damat kapıyı çalar... Alınacak ders: "Dualarını edersen hayatın daha güzel olacaktır." Üç kadın da güzel, zengin ve başörtülüdür. Bu

84 G. Feillard, *a.g.e.*, s. 114.

85 "Yaşamın İnşası" isimli programındaki konuşması.

üçleme Piyasa İslamı'nın kazandıran formülüdür: Bir yandan herkesin kullanabileceği ticari ürünleri pazarlarken, bir diğer yandan da edepli bir hassasiyete vurgu yapar ki bu da oldukça burjuva bir tavırdır. Türkiye'de İslami normlara uygun ilk otel olan, Ege kıyısındaki *Caprice Otel*, plajı günahla özdeşleştiren geleneksel İslami düşünceyi bir kenara atmakta ve zevklerin İslamlaştırılmasını sağlamaktadır. Öyle ki buradaki manzaranın gözcüler tarafından giriş çıkışları kontrol edilen Fas'taki İslamcı plajlarla hiç alakası yok. Burada amaç reklâmlarında da altının çizildiği gibi "günde beş kere ezan sesinin duyulabildiği modern (...) bir tatil alanı" sunabilmek. Burası aynı zamanda da son derece lüks ve sınıf farklılığı yaratan bir yer. Ancak bunun İslam'la hiçbir alâkası yok. Tamamıyla oda fiyatlarından kaynaklanan bir durum. Aynı şekilde İstanbul'daki İslami kafeler de açıkça burjuva sosyalleşme mekânlarıdır. Gelen müşterilerin ortak dindarlıklarını dışarıdan izole olmuş şekilde yaşayabildikleri sosyal mekânlar olarak görülebilirler. Ancak müşterilerden sadece dindar olmaları değil, incelik ve zarafet gibi burjuva değerlere de yakın olmaları beklenmektedir.[86] İstanbul'daki *Dilruba* Restaurant böyle bir felsefeye sahiptir. Lüks ve otantik bir ortamda Osmanlı esintileriyle (eski süslemeler, sufi müzisyenler, vs.) seçkinci bir çizgi izlemektedir. Sahibinin de pek çekinmeden açıkladığı gibi, amaç *Dilruba*'nın "çarıklarını yeni çıkarmış görgüsüzlerin geldiği bir yer" olmasını engellemektir.[87]

Piyasa İslamı, dindar burjuvazilerin sağladıkları kârlarla her geçen gün daha da derinleştirdikleri sosyal eşitsizlikleri ya bilinçli olarak görmezden gelmekte ya da atlamaktadır.

86 Uğur Kömeçoğlu, *New Sociabilities: Islamic Cafes in Istanbul*, yakında yayınlanacak.

87 Cumhuriyet gazetesi röportajı *in* C. Houston, *a.g.e.*

Şu eski Müslüman Kardeşler militanının Körfez Ülkelerinde servet yapıp sonra da Mısır'ın durumunu eleştirmesi bunu çok iyi gösteriyor: "Mısır'da ekonomik sorun olduğunu düşünmüyorum. Bu yaz Mısır'a yaptığım ziyarette, sadece toprak sahibi zenginlere ve zenginlik üreten kişilere rastladım. Hepsi bizim kardeşlerimiz. Sanırım sorun, gençlerimizin düşünme şekillerinde ve zihniyetlerinde. Bir iş yapmadan oturup, hükümetin sorunlarını çözmesini bekliyorlar."[88]

M. Mosaad şu tespiti yaparken şaşırmakta: "Yeni İslamcılar sosyal adaletten ya da zenginliklerin yeniden dağıtımından hiç bahsetmiyorlar (...). Onların dedikleri iyi İslamcı olmak için zengin olmaları gerektiği. Ama bunu kesinlikle tersten okumuyorlar yani; iyi İslamcılar sosyal adalet ve yeniden dağıtım için çalışanlardır."[89] Fransa'da da UOIF'in [*Union des Organisations Islamiques de France*: Fransa İslami Örgütler Birliği. ç.n.] liderleri hakkında yazılmış sert bir makalede, 1980'lerin sonunda Lyon'da kurulan "Genç Müslümanlar" hareketinin kurucularından biri, hem İslami hareketin burjuvalaşmasını hem de siyasi yelpazede sağa kayarak "muhafazakâr, dindar, küçük burjuva" bir yolda ilerlediğini ve kendilerini "nasıl işlediğini dahi anlamadıkları ultra liberal küreselleşmeyi sorgulamadan kabul etmeye zorladığını" itiraf ediyor.[90]

Refah teolojisi

Burjuvalaşmış İslamlaşma süreçlerinin ideolojik tahayyüllerinden birisi, zenginlik ve parayla ilişkinin "kompleksiz" bir

88 M. Mosaad, *a.g.e.*, s. 109.

89 *A.g.e.*, s. 102.

90 Yamin Marki, "Les nouveaux notables de la République. Bourget 2005: entre mutation et compromission," 25 Nisan 2005, www.oumma.com.

hâl aldığı refah teolojisidir. Bu teoloji, Piyasa İslamı yandaşı tüm aktörler vasıtasıyla, özellikle de çeşitli çelişkiler pahasına havalı ve modaya uygun giyinmeyi önemseyen İslamcılar tarafından yayılmaktadır. Endonezya'da Aa Gym soruyor: "Kim milyoner ya da milyarder olmayı reddeder? Herkesin zengin olmak istediği kesin (...) İslam bize zengin olmamız gerektiğini öğretiyor. Hazreti Muhammed ve yakınları da zengindi."[91] Piyasa İslamı en çok tüccar peygamber karakteriyle besleniyor: Aa Gym anlatmaya devam ediyor, "Hatırlayın ki Hazreti Muhammed'in (s.a.v) kendisi de iş adamıydı ve de çok iyi bir iş adamıydı."[92] Mısır'da da *infitah* döneminde [Mısır'da Nasır'dan hemen sonra iktidara gelen Enver Sedat tarafından 1974'te uygulamaya konulan ekonomik dışa açılma politikası. Türkiye'de Özal dönemi politikalarının benzeri. ç.n.] zenginleşenleri eleştiren söyleme karşı, Amr Khaled, zenginliğin sevap kazanmanın da yolu olduğunu hatırlatıyor: "Paramı Allah yolunda harcamak ve onurlu bir hayat yaşamak için zengin olmak istiyorum." Böylece diğerlerine örnek de olabilirim: "İnsanların bana bakıp 'bak, zengin bir dindar' demeleri için, ki böylece Allah'ı benim zenginliğim üzerinden sevebilirler."[93]

Sonuç olarak Piyasa İslamı'nın vaizleri müritlerine ne diyorlar? Paranın kötü olmadığını, parası olan cömertse ve "insanları iftar yemeğine davet ediyorsa" zenginliğin erdemli olabileceğini...[94] Amr Khaled'in bir yandaşı da aynen böyle

91 G. Feillard, *a.g.e.*, s. 113.

92 www.time.com.

93 İki alıntı da "Gençler ve yaz" konulu vaazından alınmıştır.

94 Amr Khaled'in düşselinin (yeni bir dindar burjuva kültürü etrafında biçimlenen) analizi için bkz., Patrick Haenni "Mondaines spirualités, Amr Khaled, shaykh branché de la jeunesse dorée cairote," *Politique africaine*, Kasım 2002.

düşünüyor, "zenginlik ilâhi bir hediyedir:" "Zengin Müslüman Allah'ın gözdesidir, çünkü parasını Allah yolunda ve hayır işlerinde harcar." Aa Gym de şöyle söylüyor: "Bir taraftan, zengin olmak bireysel anlamda hayır işlerine daha fazla katılmayı sağlar; diğer taraftan da kolektif anlamda ümmet-i Müslüman sadece ekonomik olarak güçlü olursa, uluslararası alanda hak ettiği yere yeniden gelebilir."[95] Türkiye'de, laik burjuvazinin rakibi, "muhafazakâr Türk burjuvazisini" temsil eden ve Erdoğan'a ve AKP'ye yakınlığıyla bilinen MÜSİAD'ın[96] resmi söylemi de aynı yöndedir. Bu dernek, zenginliğin Kur'an tarafından öğütlenen tamamen İslami bir ideal olduğu fikrini savunur.[97] Derneğin yayınlarında sıkça Batı'yla rekabet mantığı içerisinde zenginliğin önemi üzerinde durulur. MÜSİAD'ın ilk başkanı Erol Yarar şöyle diyordu: "Zengin olmalıyız, dinsizlerden daha güçlü olmak için daha çok çalışmalı ve daha zengin olmalıyız."[98] Derneğin Konya şubesinin kurucusu daha da ileri giderek, İslam'ın zenginliği yasakladığı fikrini "İslam'ın düşmanları" yaymıştır diyebilmektedir.[99] Burada da Batı'yla mücadele şekil değiştirir. Siyasi alandan ekonomik alana kayan mücadele, piyasa dâhilinde bir rekabete dönüşür.

Paranın-zenginliğin hem Batı ile hesaplaşmada rövanşı almanın aracı hem de Allah'ın sevgili kulu olmanın bir

95 G. Feillard, *a.g.e.*, s.113.

96 1971'den beri TÜSİAD bünyesinde bir araya gelen Ankaralı ve İstanbullu Kemalist ve laik işadamlarına karşı durmak için 1990'da MÜSİAD kurulmuştur.

97 Marie-Elisabeth Maigre, "L'émergence d'une éthique musulmane dans le monde des affaires turc: réflexion autour de l'évolution du Müsiad et des communautés religieuses," *Religioscope*, Araştırmalar ve Analizler, n°7, Mayıs 2005.

98 *A.g.e.*

99 *A.g.e.*

göstergesi olduğu şeklindeki bu sosyal başarı miti, Piyasa İslamı'nın düşsel kurgusunun vazgeçilmez bir ayağı olarak basit entelektüel bir retoriğin çok ötesine geçer. Örnek olarak Türkiye'de, MÜSİAD'ın işadamları, radikal İslamcı üsluplarını terk ederken, Protestan etiğini andıran veya herhangi bir Kalvinist'in rahatlıkla altına imza atabileceği ayetleri ön plana çıkartırlar. Peygamber'e atfedilen şu cümleler gibi: "Fakirlik bir nevi sapkınlıktır" ya da "yaşamını kazanan Allah'ın gözdesidir."[100] Mısır'da genç Müslüman Kardeşler arasında zenginlik ve gösteriş kendini her geçen gün daha da güçlü bir şekilde kabul ettirmektedir. Eskiden Müslüman Kardeşler üyesi olan ve koyu sofuluğuyla tanınan bu mühendis, bugün şöyle konuşuyor: "Önemli biri olmak istiyorum. Güç, itibar sahibi, faydalı biri. Param, çok param olsun istiyorum, gözle görülebilecek, dikkati çekecek kadar çok para. Çevremdekiler için cömert olmak istiyorum. Para güçtür ve gücün göstergesidir, ev, araba sahibi olmak gibi."[101] Araba konusunda, Türkiye'de "bazı İslamcı işadamları lüks bir arabaya sahip olmanın caiz olduğunu düşünüyorlar çünkü onlara göre bu peygamber zamanında iyi bir ata sahip olmaya denk gelmektedir."[102]

Aynı bağlamda, eski İslami angajmanlarını bırakmış bir pazarlama şirketi müdürü "Osman Ibn Affan ya da Ab-

100 Şennur Özdemir, *Religious and Socio-Economic Transformation of Turkey: The Case of the Müsiad (The Independents Industrialists and Businessmen's Association)*, METU, 2001, III. Bölüm, dipnot 110.

101 M. Mosaad, *a.g.e.*, s. 99–100.

102 S. Özdemir, *a.g.e.*, s. 150. Amerikalı bir vaizin tarihi bir metin yorumlaması vesilesiyle söyledikleriyle yukarıdaki sözler arasındaki paralellik oldukça şaşırtıcı: "Bildiğiniz gibi İsa ve yoldaşları hiç Cadillac kullanmadılar çünkü o dönemde Cadillac yoktu! Ama İsa eşeğe binerdi, eşek de o dönemin Cadillac'ıydı yani en iyi ulaşım vasıtası" ("Were Jesus And The Disciples Rich?," www.myfortress.org).

del-Rahman Ibn Ouf"[103] gibi olmak istiyor: "Zenginlerdi ve önemli bir siyasi rolleri olduğunu hatırlamıyorum.[104] Önemleri daha çok sosyal ve finansal konumlarından ileri geliyordu. Artık çok büyük bir servete sahip, büyük bir işadamı olmak istiyorum, bu zenginlik ve statü sayesinde toplumu etkilemek istiyorum."[105] Ve ekliyor: "Şunu ya da bunu okuduğun için seni dinleyeceklerini mi zannediyorsun? Güç simgelerine sahip olman lazım, araban olmalı, gelirin iyi olmalı... Görünüşüne dikkat etmelisin (...) İnsanlar sadece zenginleri dinler. Bir Müslüman kardeş bir kere bana en önemli şeyin mesleğin ve gelirin olduğunu söylemişti. Diğer şeyler bunlardan sonra gelir."[106] Batı'da da aynı şeyler geçerli. Yoksul banliyölerde oturan *loser* [kaybeden] Müslüman klişesine karşılık, yeni ve iyi Müslüman, artık kaliteli ve pahalı ürünler sunan, sosyal olarak çevresiyle bütünleşmiş ve her türlü yerel aidiyet ve sığlıklarla bağını koparmış başarılı girişimcidir. Malezya'ya hicretini (*hijra*) yapma aşamasındaki bir tüccar anlatıyor: "Carpentras'ta bir bilgisayar mağazam var. Cezayir ve Angola'da tüm *L'Oréal* ürünlerinin satışının tekeli bende. Uçak pilotu brövem var ancak yoksul bir banliyöde doğdum. Artık bu klişelere bir son vermek lazım. Avusturyalı bir karım ve mavi gözlü çocuklarım var. Globalleşen bir dünyada yaşadığımızı unutmamalıyız." Ve Türkiye'deki bir MÜSİAD üyesi şöyle diyor: "Zengin ve eğitimli insanların dinle pek alâkalarının olmadığı uzun bir dönem boyunca, İslam fakirlerin ve cahillerin dini olarak algılandı. Bu artık değişmekte olan bir durum."[107] Gerçekten de burjuva yöne-

103 Peygamber'in iki yoldaşı.

104 Ancak Osman Ibn Affan'ın üçüncü halife olduğunu hatırlatalım.

105 M. Mosaad, *A.g.e.*, s. 100.

106 *A.g.e.*

107 S. Özdemir, *A.g.e.*, s. 1.

limli bir farklılaşma ve sermaye birikimiyle hiç bir sorunu kalmamış refah teolojisi üzerinden, yeni bir reformcu hareket Müslüman dünyada etkisini genişletmekte. Bu reform hareketi geleneksel İslam'ın kurumlar (Devlet) vasıtasıyla zihniyetleri ele geçirme sevdasından vazgeçip, siyasal mücadele kültürü yerine şirket kültürü değerlerini koyuyor.

Müslüman kaderciliğine son vermek

Burjuva bireyciliği için, insanların yaşamlarının sorumluluğunu, dini nedenlerden ötürü, kadere bırakmalarından daha kötü bir şey olamaz, üstelik bu yaklaşım müdahaleci devleti meşru kılar. O halde refah devletinin eşitlikçi vaatlerine körü körüne inanmış vatandaşların bu "yardım bekleme" zihniyetine bir son vermeli ve işe öncelikle bu zihniyetin dini dayanaklarını tasfiye etmekle başlamalı. Piyasa İslamı taraftarlarının yeşertmeye çalıştıkları girişimci dindarlığın önündeki en büyük engel Müslüman kaderciliğidir.

Buradan da "bireyin gücünü özgürleştirmeyi ve refah devleti yanılsamalarına son vermeyi" amaçlayan azmin ve kendine güvenin övgüsüne varılıyor. O halde zaman iradecilik zamanıdır; "Hayatın inşası" (*Suna al-Hayat*) adlı programında Amr Khaled: "Başarmak isteyen için imkânsız diye bir şey yoktur" diyor ve ekliyor: "En büyük Müslüman şirket sahibi olduğunu hayal etmelisin. Başarmalısın çünkü gerçek Müslüman başarısızlığa uğramaz." Türkiye'de MÜSİAD, başlıca hedefleri arasında, derneğin en güçlü olduğu Anadolu'da, halkın İslam anlayışında ve inançlarında reform yapmayı sıralıyor. Söz konusu olan, "bir lokma bir hırka" sözünün arkasında yatan geleneksel azla yetinme zihniyetini değiştirmektir.[108] Bir iş adamı yakınıyor: "Önceki ne-

108 *A.g.e*, s. 97-98.

sillerin azla yetindiği doğru. Çok kazanmanın İslam'a göre haram olduğunu düşünüyorlardı. Öyle ki belli bir yaştan sonra kendilerini ibadete adamaları gerektiğini düşündükleri için, çalışmayı bırakıyorlardı. Bugün bir Müslüman'ın değeri sıkı çalışıp, mümkün olduğu kadar çok para kazanıp, bu parayı hayır işleri için harcamasından geçiyor (...). Çünkü Allah'ın bizden istediği de bu."[109] Max Weber'in bahsettiği Kalvinistler'e atıfta bulunan, modernleşme yanlısı Endonezyalı bir İslamcı, "şirket ruhunu içselleştirilmiş" bir "ethos" geliştirebilmek için, İslam'ın öğretilerine başvurmak gerektiğini[110] söylüyor. Aslında burada söz konusu olan bazı Asya ülkelerinin kalkınma konusundaki başarılarını bu ülkelerin kültürel değerleriyle açıklayan kültüralist tezlerin başka bir biçimde dillendirilmesidir. Malezya'da Mahathir Mohamed ya da Fas'ta Budishishiyya tarikatının gayrı resmi sözcüsü Fawzi Sqali'nin ekonomik gelişim için sufizmi salık verirken yaptıkları budur (Protestanlık veya Japon zen ahlâkı ve samuray zihniyetinin ekonomik başarı üzerindeki etkisi örnek gösterilerek). Fawzi Sqali'ye göre, sufizm Fas ekonomisini canlandırabilecek bir tinselliktir. Orta Çağ'da *fatwana* ahlâkının zanaatçılar nezdinde kâr yerine fedakârlık fikrine vurgu yaparak, Fas medeniyetini ilerletmiş olması gibi.[111] Bu mantığı daha da ileri götüren İslamcı entelektüel Rachid Ben Rochd, "bereket" kavramını Allah'ın bir lütfu olarak değil de, kapitalizm ruhuyla olan yakınlığı sebebiyle ekonomik gelişmeyi tetikleyebilecek ya da en azından bu ortamı hazırlayabilecek kültürel bir kavram olarak algılıyor. Eski bir şirket sahibine göre temelde "yeter duygusu," "ağır-

109 *A.g.e*, s. 138.

110 Nurcholish Madjid in G. Feillard, *a.g.e.*, s. 104.

111 Rachid Ben Rochd, *La Baraka au service de l'entreprise*, Casablanca, Déchra, 1999, s. 91.

başlı düşünce" veya "kârlı eylem" anlamlarını içeren bereket kavramı, "sermayeye, girişimci enerjiye dönüşebilecek bir değerdir." "Az miktarda bir sermayeyle bile, ekonomik başarıya götürebilir."[112]

Dini, kalkınmanın hizmetinde kullanmak Amr Khaled'in de tutkusudur. Kültüralist tezleri yakından takip eden Amr Khaled, Buda öğretisini Amerikan şirket kültürüyle birleştiren ve ciddiyet, zamanın iyi kullanımı ve disiplin gibi değerlere vurgu yapan Japon modelinin büyük bir hayranıdır. Ancak Amr Khaled, bu tür bir yaklaşımın en büyük engel olarak değerlendirdiği tevekkülün ağırlığından kurtulunmadığı sürece Müslüman dünyada kabul görmeyeceğinin de farkındadır. Zira Amr Khaled'e göre Arap dünyasının gerilemesinin sorumlusu, ne Batı'nın kültürel emperyalizmi, ne de Siyonist komplodur. Asıl sorumlu tevekkül inancıdır. Amr Kahaled'in, yeni programı "Hayatın inşası"nın giriş bölümünde işlediği "Genç Arap" tematiği Müslüman dünyasının durumunu özetler gibidir: "Bu küçük ve örümcek ağı dolu odada, dikkatsizce bir kenara atılmış bir seccade, çalışma masası ve üzerinde tozlu bir Kur'an'ın yanında, üzgün ve bunalmış bir genç oturuyor. Hâlbuki bu odanın dışında ışık var. Bu gence niçin ışıktan faydalanmak için odadan dışarı çıkmadığını sorduğumuzda, bunun imkânsız olduğunu söylüyor. Kendisine bunun tersini söylediğimizde de ayağa kalkmak için hareket etmeyi deniyor ancak beceremiyor. Zincirle bağlıymış gibi. Sol eli karamsarlığıyla, sağ eli ise tembelliğiyle. Boynunda cahillik zinciri, ayak bileğinde ise hayatta amaçsızlık zinciri."[113] Bir Müslüman Kardeşe göre, tembellik her türlü olumsuzluğun

112 *A.g.e*, s. 81.

113 Programındaki ilk konuşmalarından biri.

başı: "Bizim [Müslümanlar'ın] bireysel düzeyde büyük bir eksikliğimiz var: Hayal kurma, hırslı olma ve başarma gücü kapasitelerimiz sınırlı." Aynı kişi makalelerinden birinde okuyucularını büyük hayaller kurmaya, bunları gerçekleştirmeye ve sosyal ve mesleki başarıyı yakalamak için çaba göstermeye çağırıyor: "Yeni bir projeye başlaman için seni ne engelliyor? Üniversite eğitimini tamamlamanı ya da yeni bir iş için fazladan bir eğitim almanı kim engelliyor (...)? Hikâyeyi yaratanlardan ol, maruz kalanlardan değil!"[114] Benzer bir şekilde Amr Khaled "sabır dersi"nde müritlerini bir Müslüman ideali olan sabrı daha geniş bir çerçevede yeniden değerlendirmeye çağırıyor: "Sabır sadece dini olanla ilgili değildir. Üretimi de ilgilendirir (...). Sabır boş vermişlik değildir, çalışmada sebattır." Khaled, aynı mantık çerçevesinde zamanın iyi kullanılmasını öğütlüyor ve gereksiz vakit harcamaya ve fazla uykuya savaş açıyor.

Piyasa İslamı'nın reformculuğunun amacı "girişimci" bir din yaratmaktır ki *selefi*lik bile buna duyarsız kalmaz.[115] Bu kültürel yenilenme iş hayatına atılmış ve mücadelenin alanını, Endonezyalı Müslüman reformcular gibi konuşmak gerekirse, "İslami çalışma ahlâkı" alanına taşımış, eski İslamcıların bilinçli olarak takip ettikleri bir hedef değildir. Daha çok edindikleri yeni kavramsal araçların gayri ihtiyari vardığı nokta olarak değerlendirilmelidir: İşletme kültürü ve bunun kişisel gelişim retoriği vasıtasıyla birey düzeyindeki ifadesi. Her biri de kendine özgü şart ve yollarla, üç büyük Müslüman coğrafyası (Arap dünyası, Türkçe konuşulan topraklar ve Güney Doğu Asya) aralarında hiçbir eşgüdüm olmaksı-

114 Ahmed Mohammed, "j'ai vu un rêve, il est devenu un objectif," *Islamonline*, 14 Mart 2001.

115 Mesela *Selefi* gazetesi al Bayan'da şu tarz konular ele alınıyor; "ruhun inşası," "enerjilerin keşfi," "kendini ifade teknikleri"...

zın bu işletme kültürü ve değerlerini keşfetmektedirler. Öyle ki birkaç yılda kendinden önceki bütün sosyal mühendislik projelerinin pabucunu dama atmış yeni bir ikameci ütopya haline dönüşmüştür. Bugün Jakarta'dan Kahire'ye, Körfez ülkelerine, yenilikçi reformculardan, kendisiyle çelişen İslamcılara ve hatta bazı *Selefi*lere kadar, her yerde dinseli işletme ve kişisel gelişim/başarı teorileriyle uyumlu hale sokmak çabası gözlemlenebilmektedir.

Yeni işletme ütopyası

Arap dünyasında her şey 1980'lerin sonunda bir grup Iraklı, Kuveytli ve Filistinli genç İslamcının Amerika'da üniversite eğitimi görmeye gitmeleriyle başlar. Bunlar arasında, Kuveytli Tariq al-Suwaidan; bugün İslamcı hareketin en büyük düşünürlerinden kabul edilen Ahmed al-Rashed;[116] Kuveyt'te yaşayan iki Iraklı Hisham al-Talib ve Mohamed al-Takriti; ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden Najib-al Rifati ya da Ala al-Hamadi gibi isimler dikkat çekicidir. Bu gençler 1990'ların başında, "Yeni Dünya"nın ekonomi fakültelerinde keşfettikleri "işletme" felsefesine kendilerini kaptırmış bir şekilde Amerika'dan dönerler. Dönüşleri savaş sonrasının çalkantılı dönemine denk gelir. Kuveyt kurtarılmış ve Filistinliler de Arafat'ın Irak yanlısı tutumuna cevaben Iraklılarla birlikte Kuveyt topraklarından sürülmüşlerdir. İslamcılarımız Ürdün'e sığınırlar ve Amerika'da edindikleri bilgileri dava hizmetinde kullanmaya başlarlar: Amaçları teşkilatlarının çok ilkel buldukları idari kültürünü modernleştirerek etkinliğini arttırmaktır. İslamcı işletmenin (*management*) manifestosu olarak kabul edilen ve Mohamed Ahmed al-Rashed tarafından yazılıp 1992'de yayınlanan "hayatın in-

116 *al-Muntalaq* (Çıkış noktası), *al-Masar* (Güzergâh), *Suna al-Hayat* (Hayatın inşası), *Rasail al-Ayn* (Gözün mesajları) kitaplarının da yazarıdır.

şası" kitabının amacı da budur.[117] Yazar harekette yer alan yöneticilerin eğitiminde yeni bir yaklaşım oluşturmayı hedeflemektedir. Hisham al-Talib de bir süre sonra aynı düşünceyle "yöneticilerin eğitimi için rehber" kitabını yayınlar.

Ürdün'den filizlenen bu yeni akım kısa sürede Mısır'da da taraftar bulur. 1995 ve 1996'da polis baskısı ve ülkedeki olağanüstü hal yasaları, Müslüman Kardeşler'in siyasi projelerini ciddi biçimde zora sokmuştur. İktidara gelmenin çok güç olduğu bir ortamda, "işletme" yeni bir ideolojik alt yapı oluşturmak için tam zamanında yetişir. İslami angajmanla, işletme literatürü arasında köprü kuran bazı öncü eserler bu dönemde keşfedilir. Youssif al-Qaradawi'nin "İslam'da dini uygulamalar" kitabı, sadece klasik dini yükümlülükler ve İslami harekette disiplinin öneminden bahsetmekle kalmaz, Müslümanın bulunduğu toplumda girişimci olarak yer almasını da salık verir. Ahmed Mohammed bu dönemi şöyle anlatıyor: "Cihat, İslam'ı yaymak, bizim için Allah'ın yoluydu. Şimdi yeni bir yol daha keşfediyorduk: Mükemmeliyet, ciddiyet ve gelişme." Eski Müslüman Kardeşlerden, işletme düşüncesinin bayraktarlarından ve bu konuda 30 civarında kitap yazan Mohamed Abdel-Gawad'ı da bu alana yönlendiren Qaradawi'nin başka bir kitabıdır: "Müslümanın yaşamında zaman." Daha "pragmatik" bir düşünür olarak kabul edilen ve genelde ılımlılar arasında gösterilen Şeyh Mohamed al-Ghazali, İslami düşünceyi işletme kategorileriyle yorumlayan ilk kişidir. 1980'lerin başında yazdığı "Hayatını yenile" adlı kitabında, *self improvement* ve *skills building* akımlarının öncülerinden ve çok satan *How to Win Friends and Influence People*'ın yazarı Dale Carnegie'nin kendini gerçekleştirme konusundaki iki kitabını tanıtır.

117 Amr Khaled kitabın çıkışından 10 yıl sonra aynı ismi taşıyan bir TV programı yapacaktır.

Elbette ki bu öncü kitaplarda fazla detaya girilmez, ama Amerikan "kendini gerçekleştirme" literatürünün devreye girebilmesi için artık hiçbir engel kalmamıştır. Bu süreçte, işletme felsefesini dini bir söylemle birleştiren ilk kitap olan *Dianetics* [insan aklının sırları] büyük ilgi görür.[118] Ama özellikle de 1990'larda Stephen Covey'in çok satan *The Seven Habits of Highly Effective People* kitabının Arapçaya çevrilmesi, genç İslamcı nesil üzerinde çok etkili olur öyle ki "Bundan sonra artık Kur'an'a ihtiyacımız yok" gibi bir cümle kurmaya cüret edenler bile çıkar.

Esasında *management* fikri Arap dünyası için oldukça yenidir. 1980'lerde, Mısır'da sadece tanınmış dört-beş şirkette bu kavramdan bahsedilmektedir. Bunların arasından küçük bir şirket ön plana çıkmaktadır: Daha çok *Salsabil* adıyla tanınan ilk "İslami" bilgisayar programını -İrlanda'da üretilen Kur'an okuma programı- geliştiren *al-Umma* şirketi. *Salsabil*'in sahibi Müslüman Kardeşler'in yönetici ekibinin en etkili üyelerinden biri olan Khayrat al-Shatit'dir. İş arkadaşlarına göre yaratıcı bir *businessman* olan Khayrat al-Shatit, fırsatı değerlendirir ve işletme dersleri vermeye başlar. Kısa zamanda 200'den fazla kişiye eğitim verir ve Körfez ülkeleri ve Mısır arasındaki bölgede yaşayan bu kişiler kendi ülkelerinde İslamcı çevrelerde etkili olmaya başlayan bu yeni felsefenin gelişimine katkıda bulunurlar. "İşletme" aynı zamanda yeni kariyer imkânları da sunar ve 1995'ten itibaren Mısır'da "işletme" eğitimi veren merkezler çoğalır; hepsi de Sedat Akademisi İdari Bilimler bölümünden ya da Ticaret Fakültesi Beşeri Bilimler bölümünden mezun olan

118 Yazarı Lafayette Ronald Hubbart. Yazarın başlıca savı *Dianetics* sayesinde bütün zihin süreçlerinin en ince ayrıntısına kadar takip edilebileceği. Yine zihne dair yöntemler kullanılarak süreci olumsuz etkileyen kimi kırılma noktalarına müdahale edilebileceği.

ve İslamcı hareketle arasına mesafe koyan gençler tarafından açılır. Üstelik artık internet sayesinde işletme alanındaki yeni bilgilere kolayca ulaşmakta mümkündür.

İşletme doktrini yeşerdiği yeni topraklarda bazı değişimlere maruz kalır. Bir yandan biçimsel olarak İslamlaşır (ama içerikte Amerikan etkisi sürer), diğer yandan da örgüt, kurum, şirket merkezli olmaktan çıkıp, birey ve kendini gerçekleştirme sorunsallarına yoğunlaşır. Hisham al-Tabib'in "Yöneticilerin eğitimi için rehber" kitabı birkaç yıl sonra "Kişisel gelişim rehberi" başlığıyla yeniden yayınlanır. İslamlaşma (din dışı bir kavramı dini lügatle yeniden okumak), yeniden kültürleşme (bir paradigmanın farklı kültürlere açılması) ve depolitizasyon (kolektif olanı merkez alan bir bakıştan birey merkezli bir anlayışa geçiş) birbirleriyle başarılı bir şekilde eklemlenirler. Bu tür bir eklemlenmenin sonucu olarak Şeyh Mohamed Ahmed al-Rashed, 1995–1997 yılları arasında, "Gözün mesajları" adlı kitap dizisini yayınlar. Buradan psikoloji, işletme ve ahlâki değerlendirmeler karışımı melez bir düşünce doğar. Dinin, başarı ve kendini gerçekleştirme yolunda en faydalı araç olduğunu savunan Amerikalı Protestan düşünür Norman Pearle'ün öğretilerini "İslamlaştırarak," "olumlu düşünce" üzerine sade bir şekilde *al-ljahiyya* [olumluluk] diye adlandırdığı başka bir kitap yayınlar. Ruhsal rahatlık ve mutluluk arayışı kitabın ele aldığı temel ideallerdir. Ahmed Mohamed bu kitabın kendisini ne kadar büyülendiğini gizlemez: "İslamcı harekete mensup insanlara oldukça tuhaf gelecek şeyler söylüyordu. Film izlemeni, şu sinemaya gidip, şu programı dinlemeni tavsiye ediyordu." Eski bir Müslüman Kardeşler sempatizanı bir iş arkadaşına göre, bu kitapta anlatılanlar kulağa vahiy gibi geliyordu: "Şeriat ve siyaseti bir kenara bırakıp, yaşamı, basit bir şekilde anlatıyordu. Bu seni cihadın dar dünyasından çıkarıyordu."

Ahmed Mohamed, *management* fikrini Mısır'a getirmeyi görev edinen diğerleri gibi Müslüman Kardeşler'le arasına mesafe koymakta gecikmez. "Bireysel düzeyde düşünmeyi" tercih ettiğini söyler. "İnsana dönüş yapmak, bireyi geliştirmek istiyordum" der. İşte bu bireyselleşme mantığı içinde 1990'ların sonunda yeni bir faaliyet türü ortaya çıkar: Sıradan insanların günlük yaşamlarında kullanabilecekleri kendini gerçekleştirme teknikleri. Böylece işletme, psikoloji ve kendini gerçekleştirme felsefesi arasındaki sınırlar kalkar.

Kaderci olmayan, girişimci bir dindarlığın yeşermesi için gerekli olan işletme felsefesi ve kendini gerçekleştirme literatürü tüm Müslüman dünyada birkaç yıl içinde kendini kabul ettirir. İşletme bilgisi artık teoloji ya da öğretiden çok *coaching* öğeleri içeren yeni bir vaaz türüne temel teşkil eder. Amr Khaled öncü programı vasıtasıyla faaliyetlerinin çoğunu bu konuya ayırır: "Sadece kendi kendine değişebilirsin:"[119] "Hayattaki hedeflerini belirle," "Pozitif düşünce," "Zamanın değeri," "Ciddiyet ve nefis terbiyesi." Körfez ülkelerinde Amerikan "kendini geliştirme" literatürüyle, vaazı ve kendini değiştirmeyi harmanlayıp en iyi temsil eden vaiz Tariq al-Suwaidan olmuştur. Petrol mühendisi olan al-Suwaidan çok kısa bir sürede özgüven, başarı ve kişisel gelişim konularına kendini adar ve Amerika'da işletme doktorası alır. Körfez'e dönüşünde, insan kaynakları ve işletme konusunda uzmanlaşmış birçok şirketin yönetim kurulu başkanlığına getirilir. Aynı zamanda İslam peygamberlerinin hayatları üzerine bir dizi kaset çıkarır ve vaaza başlar. Bir yandan çeşitli şirketlerde işletme dersleri verirken, bir yandan da başarı ve kendini gerçekleştirme literatürünün en

119 Bkz., Kur'an. Hıristiyan inancında benzeri: "Sen kendine yardım et, Tanrı da sana yardım edecektir."

önde gelenlerinden Stephen Covey'in tezlerini İslami bakış açısıyla tanıtmaya yönelik bir radyo programı hazırlar. Bu program hayranlarından birinin deyimiyle "işletme düşüncesiyle, İslami düşüncenin" kesişme noktasındadır. Kitapları bazen "Müslüman inancının özeti" üzerine bazen de "yaşamda başarı"nın nasıl sağlanacağı üzerinedir. Aynı şekilde radyo programlarında yeri gelir "Peygamberlerin tarihi" konusunu işler, yeri gelir "Kişisel ilişkilerde başarıyı yakalamak" tematiğinden bahseder. Kuveyt radyosunda yayınlanan yaklaşık 30 programı vardır. Televizyonda da aynı eklektik duruşu sergiler: "Haccın sırları" (Suudi kanalı *Iqra*), "Başarın yolları" (*Iqra*) ya da "Mükemmeliyet" (*Katar TV*). Mısır'da İslamcı yayınevleri *Da al-Bashir* ve *Dar al-Tawzia wa al-Nashr al-Islamiyya* başta çekinceleri olmalarına rağmen heyecanla işletme literatüründen yayınlar yapmaya başlarlar: Kitaplar, kasetler, DVD'ler olmak üzere tüm mecralardan yararlanılır. Kısa sürede piyasada uzmanlaşmalar baş gösterir: "Zaten yeterince şeriat uzmanı olduğunu" düşünen genç bir işletme uzmanı aile konusuna yönelir.[120] Ahmed Mohamed ise daha çok şirket kültürü üzerine uzmanlaşırken,[121] Mohamed Abdel-Gawad daha genel bir işletme eğilimi üzerinden çocukları hedef alır.[122] Baştaki emekleme dönemlerinden sonra "İslamcı işletme" yazını artık para kazandıran bir faaliyettir. Öyle ki İslamcı yayınevlerinin kitap talebi bitmek bilmez ve yazarlara iş yapacaklarını düşündükleri kitap başlıklarını önerir hale gelirler.

Güneydoğu Asya'da da, işletme teorileri ve kendini geliştirme edebiyatı yeni bir ütopya olarak klasik İslami söy-

120 Bu kişi Akram Reda'dır. Kasetleri "Evlenme sanatı" ve "Evlilik" üzerinedir.

121 *Islamonline* internet sitesinde "Birlikte gelişiyoruz" serisindeki makaleler.

122 Pozitif düşünce ve kendini gerçekleştirme prensiplerini anlatan birçok CD çıkarmıştır.

lemin yerini almaya başlar.[123] Her ne kadar burada da karşılaştığımız sonuç Arap dünyasında olup biteni andırsa da, işletme kültürünün Güneydoğu Asya'ya giriş nedenleri farklıdır: İslami "işletme" anlayışının bu bölgede, özellikle de Endonezya'da büyük bir başarı yakalamasının nedeni Müslüman tüccar sınıfın Çinli azınlıkla uzun zamandır süren rekabetinde bunu kullanmasıdır.[124] Aslında bu Çinli azınlık, sömürge döneminden beri ülkedeki başlıca ekonomik güç olarak yerini sağlamlaştırmıştır. Özellikle 1980'lerde Endonezya ihracat yönelimli bir ekonomiye geçtiği zaman yapılan reformlardan kazançlı çıkan başlıca gruptur.

Bu arada, Suharto'nun ordunun muhalefetini ve bir takım demokratik taleplerin yükselişini kontrol altına almak için modernleşme yanlısı İslamcı güçlerle işbirliği yapmasıyla eş zamanlı olarak girişilen ekonomik reformlar yerli (Müslüman) bir orta sınıfın oluşmasını sağlar. Böylece kamusal alanda dine yapılan göndermeler artar ve Çinli azınlığın konumu daha açık bir şekilde eleştirilmeye başlanır. Kalkınmanın kültüralist okumalarının[125] yapıldığı bir ortamda, Müslüman tüccar sınıfının düşüşü Müslüman gelenekçiliğiyle açıklanmaya çalışılır. Oysa aynı zamanda, Çinli azınlığın sahip olduğu ekonomik ağırlığın dengelenmesi için

123 Bu dinamiklerin paralelliğini kavrayabilmek için G. Feillard'ın daha önce referans verdiğimiz makalesini yine daha önce bahsettiğimiz "Au diable les *losers*!" makalesiyle karşılaştırınız.

124 Bundan sonraki paragraflardaki bilgileri G. Feillard'ın daha önce referans verdiğimiz makalesine borçluyuz.

125 Özellikle şu kitabın etkisiyle: Robert Neelly Bellah, *Tokugawa Religion*, New York, Londres, The Free Press, Collier Macmillan Publishers, 1985. Güneydoğu Asya'nın en önemli sosyologlarından biri olan Syed Hussein Alatas sayesinde (Bkz., "The Weber thesis and South East Asia," *Archives de sociologie des religions*,15, 1963) Weber'in tezleri Endonezya'da uzunca bir süredir biliniyordu.

yerli Müslüman bir orta sınıfın oluşumuna ihtiyaç ortadadır. Dolayısıyla Müslümanların artık kapitalizmin ruhuna nüfuz etmeleri gerekmektedir. Bu yönde ilk adım 1990'larda yöneticiliğini dönemin teknoloji bakanının üstlendiği Endonezya Müslüman Aydınları Derneği (*Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia* - ICMI) tarafından atılır. Dernek "inancın ve ibadetin, düşüncenin, yaratıcılığın, iş ve yaşam kalitesinin" iyileştirilmesini öngören bir "insan kaynaklarını geliştirme" programı başlatır[126]. Program Amerikalı psikolog David McClelland'ın AMT (*Achievement Motivation Training*) metodu üzerine kuruludur. "İş dünyasına uygulanan bu popüler psikoloji türünün başarısı, kapitalizmin ruhunu aşılayacak yeni metotların habercisidir."[127]

Hükümetin Çin azınlığı devre dışı bırakma politikasına destek olmak amacıyla kurgulanan "İslamcı işletme" modeli böylece ciddi bir ilerleme kaydeder. Müslüman Kardeşler'e yakın bir isim, Imaddudin Abdulrahim ICMI'nin kuruluş sürecine doğrudan müdahil olur ve derneğe çok sayıda eğitimci gönderir. Endenozya'daki "İslamcı işletme" modeli de böylece Arap dünyasındakine benzer bir evrim gösterir: Başta militan bir bakış açısıyla ortaya çıkıp, saf İslamcı paradigmadan kopar ve zihniyet reformu üzerine yoğunlaşır (kurumların değil) ve bu arada yeni bir hedef belirler: Müslümanların rekabet gücünü arttırmak. Imaddudin Abdulrahim'in hayat hikâyesi bu konuda iyi bir örnektir. 1970'lerde verdiği ilk eğitim programları, başlıklarından da anlaşılabileceği gibi İslamcı deneyimle doğrudan ilişkilidir: "İslam savaşçısının antremanı." Bu eğitim programlarındaki radikal tavır yüzün-

126 Zaim Uchrowi, Ks Usman, ICMI Bergerak: Lintesan 10 Tahun Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia, Jakarta, Penerbit Republika, 2000, in G. Feillard, a.g.e., s. 106.

127 G. Feillard, *a.g.e.*, s. 106.

den 1970'lerde birçok kere hapse girer. Hapisten çıktıktan sonra Amerika'ya gider ve Kuveytli Müslüman Kardeşler'in birinci Körfez Savaşı'ndan sonra yaptıkları gibi, orada işletmeye ilgi duyar ve insan kaynakları alanında doktorasını alır. 1986'da Endonezya'ya dönüşünde, İnsan Kaynakları Geliştirme Derneği'ni kurar. Ancak devlet tarafından yakından takip edilmek işlerini zorlaştırır. Malezya eski Başbakanıyla olan ilişkileri sayesinde hayatını Malezya'da sürdürmeye başlar. 1988 ve 1994 yılları arasında çeşitli şirketlerde eğitmen sıfatıyla çalışır. Arap dünyasındaki genel depolitizasyon süreci doğrultusunda o başına çok iş açmış programının ismini değiştirir: "Kendini tanıma antrenmanı" (aynen Mısır'da "yöneticilerin eğitimi için rehber" kitabının daha sonra "kişisel gelişim rehberi" başlığıyla yeniden yayınlanması gibi).

Eski bir aktivist Toto Tasmara da aynı çizgiyi takip eder: Önce Müslüman Kardeşler'in tezlerini benimseyip birçok devrimci hücre oluşturur. Belirgin bir radikalleşme sonunda hapse girer. Hapisten çıktıktan sonra Amerika'ya gider ve orada ekonomi eğitimi alır. Dönüşünde insan kaynakları konusuna el atar ve bir danışmanlık şirketi olan Labmend'i (*Laboratory for Management and Mental Development*) kurar. "Çalışana ilahi bir görevi yerine getirircesine çalışmayı öğütleyen" Samtek (*Super Achievement Motivation training and Work ethic*) eğitim programını geliştirir.[128] Amr Khaled'in tembellik konusundaki görüşlerinin habercisi olarak, "tembellik, dürüst olmamak ve yolsuzluğun sadece sosyal hastalıklar olmadığını, büyük günahlarla da eş olduğunu" öne sürer.[129]

Birkaç yıl sonra Aa Gym, Amr Khaled'in Arap dünya-

128 *A.g.e*, s. 110.

129 *A.g.e.*

sında yaptığı gibi, işletme sorunsalına el atar; amacı bu tematiğe daha önce hiç olmadığı kadar güçlü, medyatik bir görünürlük sağlamaktır. Aslında bu fikri oldukça eskidir ve 1987 yılına kadar gider. Bu tarihte daha üniversitededir ve "Girişimci Müslüman Öğrenciler" derneğinin başındadır. Bu oluşum daha sonra Bandung'un merkezinde *Daarut Tawhid* adlı bir holdinge dönüşecektir. Bu holding verdiği çeşitli kişisel gelişim derslerine ilaveten, dini ibadete bağlı her türlü alanda yatırım yapar: Haç organizasyonu, yayın evi, İslamcı müşteri hizmetleri telefon platformu, vs. *Daarut Tawhid*'in internet sitesi ayda 30.000 ziyaretçi alır. Şirket bünyesinde kişisel ahlâk/gelişim seminerlerinde işletme dersleri verilir:[130] Duyguların yönetimi, kendini kontrol etme... Alışılageldik reçeteler sunulur, buna rağmen Merkez Bankası veya Maliye Bakanlığı çalışanlarını buraya eğitime yollamaktan geri kalmaz. İslamcı işletme konseptinin önde gelen bayraktarlarından Gymnastiar'a göre "*Daarut Tawhid* bir modeldir. İnsanlara İslam'ın ne kadar güzel olduğunu göstermek istiyoruz. Seminerlerimizle, işverenleri yetiştirmeye çalışıyoruz, onlara iyi olmayı, birbirlerini sevmeyi öğretmeye çalışıyoruz"[131] der. Amr Khaled örneğinde olduğu gibi, Aa Gym'in düşseli de işletme kültüründen beslenir. Söylemleri gibi, "Aa Gym'in yaydığı girişimcilik felsefesinin kaynağı da iş dünyasına uygulanan Amerikan menşeili Psikoloji ilkeleridir" ve Mısır'da olduğu gibi "Jakarta'da da daha 1980'li yıllarda çok sayıda işletme kültürü merkezli oluşum hali hazırda piyasasıydı. Norman Vincent Pearle ve Dale Carnegie'nin kitapları başkentin kitapçılarının raflarını daha o zamanlar dolduruyordu."[132]

130 J. C. Pomonti, *a.g.e.*

131 J.C. Pomonti, *a.g.e.*

132 G. Feillard, *a.g.e.*, s. 112.

Türkiye'de de yeni bir dindar iş adamı sınıfının güçlenmesi vesilesiyle İslamcılar işletmenin erdemlerini keşfederler ve bundan yola çıkarak 1997'den beri düşüşte olan geleneksel İslami söyleme alternatif farklı bir siyasi bir söylem geliştirirler.[133] Aslında 1950-60'lı yıllardan beri Türk ekonomik hayatı, Kemalist devletin kucağında büyüyen laik kentsel burjuvazi ve Ankara ve İstanbul'daki laik ekonomik elitler tarafından dışlanan Anadolulu koyu muhafazakâr küçük tüccar sınıfı arasındaki gerilim çevresinde şekillenmiştir. Dini muhafazakârlıkları ve İslamcı söyleme yakınlıklarından dolayı, 1970'li yıllarda ortaya çıkışı sırasında İslamcılığa en büyük desteği Anadolu'daki bu tüccar sınıfı verir. Ancak yükselişlerini siyasal İslam'a değil, 1983'te iktidara gelen Turgut Özal'a borçludurlar. Özal onları ideolojik olarak cezbedebilecek her şeye sahiptir. Kendisi de taşra kökenli olan Özal, Nakşibendî tarikatına mensuptu, dindardı ve aldığı birçok önlemle Kemalist laikliği yumuşatmıştı: Yeni camilerin açılması, imam hatiplilerin üniversiteye alınması... Ekonomik alanda, Margaret Thatcher ve Ronald Reagan'ın takip ettikleri Anglo-saxon liberalizmini benimseyen Özal (ki bunlarla çok yakın ilişkiler kurmuştur), İslamcı bir finans sektörünün gelişmesine izin verir. Sonuç olarak izlediği politikalar ihracat yönelimli bir serbest piyasa ekonomisinin gelişimini destekler. Özal, küçük ve orta boy işletmelerin rekabet gücünü arttırabilmek için bu şirketlere yardım eder. Bu önlemlerden fazlaca istifade eden İslamcı taşra burjuvazisi daha sonrasında "Anadolu Kaplanları"na dönüşecektir. Bu, dinseli ekonomik dinamiklerin hizmetine sokmayı başarabilmiş ve "Kapitalist değerleri şiar edinmiş dini cemaatlerin modernleşmelerini"

133 Türkiye üzerine değerlendirmelerimin çoğu şu çalışmadan geliyor: M.-É. Maigre, *a.g.e.*

sağlamış "kültüralist" kapitalizmin başka bir versiyonudur.[134] Bu süreçten kazançlı çıkan yeni yükselen muhafazakâr burjuvazi iş hayatındaki girişimleri arttığı müddetçe, ekonomik başarının, sosyal ve kültürel anlamda sınıf atlamayı sağlayacağı fikrine dayanan bir söylem geliştirir. Bazı tarikatlar, İstanbul'daki İskender Paşa Camii cemaati, Işıkçılar ya da Fettullahcılar (Fettullah Gülen Cemaati) kendi holdinglerini kurmayı dahi başarırlar. Fettullahcılar'ın Müsiad'dan daha liberal ve elitist İşhad adında kendi iş adamları dernekleri bile vardır.

Böylece 1980'li yıllarda, dindar iş adamı figürü, Turgut Özal'ın ekonomi politikalarından faydalanan Anadolu kaplanları örneğinde olduğu gibi, hızla gelişir. Bu dindar ihracatçılar yaptıkları işin uluslararası boyutuyla çelişen Batı karşıtı bir İslamcılıkla, her geçen gün daha da ekonomi yönelimli tarikatlar arasında "küreselleşmenin sunduğu yeni değerler ve modernitenin gerisinde kalmak istemezler. Model alınacak şey artık mütevazı bir şekilde yaşanan dindarlık değil, şirket ruhudur, Amerikan usulü işletme modelleridir, zenginleşebilme yeteneğidir."[135]

Böylece Amerikan işletme modellerinden feyz alan, ekonomik ve kültürel anlamda dışavurumcu, girişimci dindarlık Türkiye'de üç aktör grubu üzerinden kendini ifade eder: Nurcu hareketi, Fettullah Gülen hareketi ve iş dünyasındaki İslami hassasiyeti yansıtan Müsiad ve İşhad dernekleri tarafından temsil edilen yükselen Anadolu burjuvazisi. Bütün bu hareketlerin hepsinde "İslam'ın ahlâki ilkeleriyle, modernliği, teknolojik gelişmeyi ve Batılı ülkelere karşı dostane bir tutumu (...) uzlaştırabilme gayesi vardır. Dinsel

134 M.-É. Maigre, *a.g.e.*, s. 15.

135 *A.g.e*, s. 19.

inanç özellikle kârın maksimizasyonunun sadece ahlâki değerlendirmeler tarafından frenlenebileceği bir iş ahlâkında ifadesini bulmalıdır."[136] Burada da ortak İslami kalkınma projelerinin ötesinde,[137] İslamcı ideal, siyasal alandan etiğin hâkim olduğu alana kayar. Bunun bir nedeni de 1998'den itibaren Müsiad'ın söylemindeki İslamcı olarak değerlendirilebilecek unsurları temizlemeye gayret etmesidir. İşhad Fettullah Gülen'le olan organik bağına rağmen bu noktalara en başından beri dikkat etmektedir. İşte bu şartlar altında Türk "Piyasa İslamı" ahlâki kaygılar ve reformculuğu birleştiren bir söylem vasıtasıyla Batı'nın işletme modellerine kapılarını açar. Böylece Müsiad, "duygu derinliği olan ve mesleki olarak iyi yetişmiş" sonuç olarak "daha pozitif ve üretken kişilerden oluşan bir toplumun oluşumuna" katkıda bulunmayı hedef olarak belirler.[138]

Mantık, bilim ve moderniteyle uyumlu bir İslam taraftarı Said-i Nursi düşüncesinin günümüzdeki temsilcisi Fettullah Gülen, Piyasa İslamı tarafından yayılan "şirket" merkezli düşsele kuşkusuz en yakın olandır. Devletçi moderniteye karşı mücadelenin[139] başında bulunan Gülen Batılı siyasi moderniteyi olduğu gibi kabul eder, Şeriatın devlet tarafından tatbikine karşı çıkar, İran ve Suudi Arabistan rejimlerini eleştirir ve demokrasinin en iyi yönetim biçimi olduğunu düşünür. Çaba, disiplin ve hizmet kavramları üzerine kurulu bir söylem vasıtasıyla piyasa ekonomisini ve üretici aktif

136 *A.g.e,* s. 21.

137 *International Business Forum* gibi inisiyatifler vasıtasıyla Müsiad Pakistan'a yönelik girişimlerde bulunur.

138 Müsiad'ın tanıtım kitapçığı s. 11, *in* M.-É. Maigre, *a.g.e.*

139 J.-F. Mayer, "The Gülen Movement: a modern expression of Turkish Islam -inrerview with Hakan Yavuz," *Religioscope,* 21 Temmuz 2004, religion.info/english/interviews/article_74.shtml.

Müslüman imgesini destekler. Gülen'e göre hizmet Allah'ın sevgili kulu olmanın ve öbür dünyada iyi bir yer edinmenin en iyi yoludur. Hizmet kavramı, Max Weber'in Protestanlıkla ilişkilendirdiği "azla yetinme" kavramıyla da benzerlik gösterir.[140] Sonuç olarak Fettullahcılar demokrasi, cumhuriyet rejimi ve düşünce özgürlüğü taraftarı olmaları yanında, neoliberal politikaları ve piyasa mekanizmalarını savunan devletçilik karşıtı aktörlerdir.[141] Bu anlamda mensup olduğu Nurcu hareketiyle uyumlu Fettullah Gülen'in amacı seküler bir tedrisattan geçmiş Müslüman elit sınıfını yaratmak suretiyle, piyasa ekonomisine, moderniteye ve demokrasiye İslami duyarlılıkları dâhil etmektir.[142] Buradan yola çıkarak Nurcu hareket Türkiye'de ve yurt dışında 300'den fazla okul kurmuştur. Bu hareket İslam'ın dünyaya açılmasını ve diğer dinlerle etkileşimde olmasını savunur.[143] Ancak bu noktada şöyle bir paradoks ortaya çıkar; liberal aydınlarla çok iyi ilişkileri olan bir dini lider -Fetullah Gülen- ve onu kendilerini kontrol altına almak için iktidar tarafından kullanılmakla suçlayan geleneksel İslamcılarla kurduğu mesafeli ilişkiler. Fettullahcıların ciddi direnişle karşılaştıkları Arap dünyasında da Gülen'in konumu pek iyi değildir; Arap dünyası onu halen yaşamını sürdürdüğü Amerika'nın ajanı olmakla suçlar. Müsiad liderleri çoğunlukla üniversite eğitimleri sırasında yönlerini Amerika'ya kaydırırlar; ironik olarak çoğu tipik bir *born again* modeli üzerinden dini yeniden doğuşlarını Amerika'da yaşarlar.[144]

140 Bülent Aras ve Ömer Çaha, "Fethullah Gulen and his Liberal 'Turkish Islam' Movement," *Middle East Review of International Affairs,* vol. 4, n. 4, Aralık 2000.

141 J.-F. Mayer, *a.g.e.*

142 *A.g.e.*

143 *A.g.e.*

144 M.-É. Maigre, *a.g.e.*, s. 9.

4. Bölüm

Sosyal devletin kuyusunu kazanlar

Birey merkezciliğinin ve geleneksel İslamcılığa getirdiği eleştirilerin ötesinde, piyasa İslamı iki şekilde yeni bir dini-siyasal duruşun doğuşuna katkıda bulunmaktadır. Artık burada ön plana çıkan İslami bir devlet kurgusu değil, masrafları en düşük seviyeye çekilmiş kârlı şirket ideali ve bunun politik düzeydeki karşılığı "minimum devlet" anlayışıdır.

Projeler İslamı

Bu iki belirleyici öğe L. Botanski ve E.Chiapello'nun "kapitalizmin yeni ruhu" olarak adlandırdıkları olgu üzerinde yükselmektedir.[145] Şebeke [*network*] örgütlenmenin önü-

145 L. Boltanski, E Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

ne geçerken, bütün bir işletme literatürünün ısrarla vurgu yaptığı, üretim masraflarının olabildiğince kısıldığı yönetim anlayışı olarak yalın üretim [*lean manufacturing*] kavramı ön plana çıkmaktadır.[146] Dini vaaz ve işletme dersi arasında gidip gelen "Hayatın inşası" isimli TV programı bu tür bir paradigmanın ifadesi gibidir. Suudi uydu kanalı *Iqra* üzerinde gösterilen Amr Khaled'in bu programının temel amacının dinamik bir İslam anlayışı vasıtasıyla pasif Arap imajını kırmak olduğu söylenebilir: "Bu vaaz ve nasihat programı değildir. Pratik amaçları olan bir programdır (...) ülkelerimizi yeniden canlandırmak ve gençlerimizi kurtarmak." Ancak, Khaled'e göre, toplumun kurtarılması bireylerin kurtarılması, kazanılmasından geçmektedir. Piyasa İslamı ve neo-liberalizmin yakınlığı bu noktada da ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, ahlâklı bir gençliğin toplumsal anlamda vücut bulması ancak o işletme literatürünün çok üzerinde durduğu girişimci, mücadeleci ve ahlâklı bireylerin çoğunluğu oluşturmasıyla yakından ilişkilidir. Bu tür bir projenin İslamcı hareket içerisinde her geçen gün etkisini yitiren geleneksel boyun eğme literatürüyle hiç bir ilgisinin olmadığı açıktır: "Peygamberimiz İslam'ı bir cümlede özetlemiştir: 'Din nasihattir' ve en büyük nasihat olumlu düşünebilmektir, bakabilmektir" hatırlatmasını yapan program, izleyicilerini "başarı ilkelerini kendi üzerlerinde tatbik etmeye" davet etmektedir. Çeşitli "eyleme geçiş" çağrıları bu daveti takip eder: Uyuşturucu ve sigara kullanımı karşıtı kampanyalar, dayanışma çağrıları, yerel yenilikçi girişimler.

Bu programın şimdiden yeni tip toplumsal hareketlerin habercisi olduğu söylenebilir: Hiyerarşik hantal örgütlenmelerin yerlerini sınırlı kolektif projelere bıraktığı sosyal hare-

146 *A.g.e*

ketler (Ukrayna'dan Çin'e, mikro kredi bazlı girişimcilikler, hayırseverlik projeleri, vs.). Bütün bu hareketlere/projelere müdahil aktörlerin çok gevşek kurumsal yapılar içerisinde bir araya geldiklerini ve özerkliklerini büyük ölçüde koruduklarını söylemek yanlış olmaz. "Hayatın inşası" programının yerel örgütlenmeleri benzer özellikler gösterir. Bu örgütlenmelerin başat öğesi olarak Suriye'de öğrenciler, Mısır'da öğretim elemanları, Libya'da mahalle ahalileri, Ürdün'de ise kahvehane sahipleri ön plana çıkabilir. Birçok Arap ülkesinde "Hayatın inşası" programının yerel destekçileri dernekleşmiştir. Sadece Mısır'da sayıları 20'den fazladır.

Hareketin hem ruhu hem de kurucusu Amr Khaled'in "ağabey" pozisyonuyla, yeniden doğuş yolunda, Müslümana "güven vermek"[147] ve özgüvenini geliştirmek gibi bir misyonu vardır. Otoriter, erişilemez vaiz yerine, her ikisi de 1990'lı yılların işletme kültürünün parçası, yarı *coach* yarı "arabulucu" imajlarını daha benimsemiş gibidir. Her *coach* gibi "fikirleri doğurtma"[148] [yetenekleri ortaya çıkartma anlamında, ç.n.] ve dinginlik zincirlerini kırma becerisine sahiptir. Arabulucu olarak ise, pozitif inisiyatifleri nereden gelirse gelsin takdir etme "büyüklüğünü" gösterir. Sonuç olarak bu tür bir stratejinin getirisi hiç bir geleneksel vaizle mukayese götürmeyecek kadar devasadır: Sadece mikro kredi bazlı proje çağrısı, iki haftadan az bir sürede 475 000 öneri çekmiştir. İnternet sitesi *Al-Jazira*'ninkiyle rekabet edecek seviyede Arap dünyasında en çok ziyaret edilen siteler arasındadır. Aynı site kişisel siteler arasında hali hazırda birinci sıradayken, dünyada en çok ziyaret edilen siteler arasında 377. sıradadır. Bu sitenin etkisi o derece büyüktür ki nargile kullanımı karşı-

147 *A.g.e.*, s. 168.

148 *A.g.e.*, s. 174.

tı bir bildirisi 180 000, tütün karşıtı başka bir bildirisi ise 760 000 de fazla internet kullanıcısı tarafından indirilmiştir. Yürütmüş olduğu bağış kampanyaları da en az bu kadar çarpıcı sonuçlar vermiştir. Bir giysi toplama projesi 26 ülkeye yayılmış 3 200 gönüllü vasıtasıyla yoksullar için 1,5 milyon giysi çuvalının toplanmasına imkân vermiştir. Böylece, sıradan bir vaizken, 4 yıldan az bir sürede, Arap dünyasının liderlerine mesaj verecek seviyeye gelebilmiştir: "Fikir beyan edebilecek sadece yöneticiler değildir. Milli projenin halktan gelmesi utanılacak bir durum değildir. Ve biz bugün milli bir proje öneriyoruz".

İşletme kültürü yönelimi bu yeni İslamcı öğretiler Endonezya'da da etkili olmakta ve Aa Gym'in bayraktarlığını yaptığı *Nation Building Inner-Self Movement* örneğinde olduğu gibi Müslüman ümmetini içinde bulunduğu kriz durumlarından birey odaklı kendini geliştirme stratejileri sayesinde çıkarmaya gayret etmektedirler. Jakarta'da Aa Gym felsefesine yakın bir grubun gösterisinde, göstericiler "Bireyden bahsedin, en ufaktan hareket edin ve şimdi hemen başlayın" sloganlarını atmaktadırlar.

Esasında her iki ülkede de şirket değerleri yönelimli bir hareketle karşı karşıya olduğumuz açıktır: Bilgi akışı ve değiş tokuşunu hızlandıran ve bu sayede de, yeni işletme kültürü idealiyle uyumlu olarak, iç işleyiş aksaklıklarının çabucak tespit edilip çözüm yollarının arandığı *network* temelli ve proje bazlı bir örgütlenme. Farklı aktörleri bir proje kapsamında bir araya getiren ve süresi söz konusu projenin sürekliliğiyle sınırlı olan bu oluşumlar doğası gereği gevşek yapılanmalardır. Gerek Amr Khaled'in "Hayatın inşası" gerekse Aa Gym'in *Nation Building Inner-Self Movement*'ı bu tür bir harekettir. Bu ne bir gönüllülük esaslı oluşumdur ne de İs-

lamcılığın yeni yüzüdür. Söz konusu olan projeler İslamı'dır. Projeler üzerinden var olan İslam'dır. Piyasa İslamı somut ifadesini bu tür bir İslam'da bulur.

Bunlar "İslamcılığın yeni kılıflarıdır," şeklinde cevap verecektir bu sürece kuşkuyla bakan gözlemciler. Bütün bu yeni hareketlerin retoriği her şeye rağmen İslami merkezli değil midir? Gerçeklik göründüğünden daha karmaşıktır. İlk olarak, birçok bakımdan, Amr Khaled klasik anlamda bir İslamcı figürünün tam zıt kutbunda yer alır. Geleneksel bir İslamcı bütün dikkatini siyaset ve devlet sorunsalları üzerinde yoğunlaştırırken, Khaled dinseli şirket ve piyasa değerleri etrafında yeniden yorumlamaktadır. Geleneksel İslamcılar halen 1950'lerin Avrupalı komünist partileri benzeri hiyerarşik hantal yapılar içerisinde örgütlenirken, Khaled hali hazırda *network*'lerin adamıdır. Geleneksel İslamcıların disiplin kültüne, taraftar ve destekçileriyle kurduğu karşılıklı etkileşim ve *coaching* esaslı ilişkiyle cevap verir. Öyle ki arzuladığı yeniden doğuş "İslam'ın yeniden doğuşundan önce ülkelerimizin yeniden doğuşudur. Kalkınma vasıtasıyla gerçekleşecek yeni bir devrimden bahsetmiyoruz. Biz bu bölgenin halklarından bahsediyoruz, Müslümanlardan, Hıristiyanlardan, Arap'tan, Bedevi'den".

O halde şirket merkezli düşselin doğası gereği Piyasa İslamı'nı geleneksel İslamcı paradigmanın dışına taşıdığı düşünülebilir. Piyasa İslamı'nın dindar girişimcisinin İslamcılığın geleneksel kimlik merkezli sorunsallarını paylaşmadığı, en azından ticari sebeplerle (*look west policy*[149]) bunları

149 Zamanının Endonezya Başbakanı Mahathir Mohamad'in *look east policy* terimine karşılık olarak. *Look east policy* terimi Japon ve G. Kore modellerinden hareketle yerel kültürel ve dinsel değerler üzerine kurulu bir ekonomik kalkınma modeli kurma anlamında kullanılmıştır.

göz ardı edebileceği olasıdır. Özel sektöre methiyeler düzen bir dindar girişimci için tamamen devlet sorunsalı üzerine yoğunlaşmanın hiç bir anlamı yoktur. Sonuç olarak sert disiplinin belirleyici olduğu geleneksel İslamcı hareketlere gönül vermesi pek mümkün gözükmemektedir, zira Piyasa İslamı'nın girişimcisi "her girişimci gibi kurumların nüfuzundan kaçma eğilimi içerisindedir (...) Bu sebeple formel iktidar biçimleri yerine takip ve kontrol gerekliliklerinden azat olmuş çeşitli *network* oluşumlarını tercih eder (...) Zira özerkliği güvenliğe tercih eder."[150] O halde Piyasa İslamı'nın dindar girişimcisi geleneksel İslamcılığı kapitalizmle uyumsuzluğun ifadesi olarak görür: Adapte olamama, otoritarizm, katı yapı-hantallık, hoşgörüsüzlük. Oysa tam tersi istikamette, Piyasa İslamı'nın her aşamasında, 1990'ların işletme literatürünün üç temel kavramını rahatlıkla buluruz: Otoritarizm karşıtlığı, esneklik, bireysel başarı-gelişim.

Neoprotestanizm'in refah teolojisine oldukça benzer eşitliksizlik eksenli bir düşsel tarafından desteklenen ve ihracatçı dindar bir tüccar sınıf nezdinde ete kemiğe bürünen projeler İslamı "ulus-devletin homojenleştirici nüfuz alanı karşısında göreceli özerkliğe sahip özgül grupların özgül yaşam tarzlarıyla oluşum sürecine yabancı değildir."[151] Ankara'dan Jakarta'ya oradan Kahire'nin lüks semtlerine, İslam bugün Ordoliberallerin [1930–50 arası Alman neoliberalleri, ç.n.] hayallerinin, özellikle Alexander Von Rüstow'un "Vitalpolitik adını verdiği bireyi çalıştığı şirketin ethos ve yapısıyla özdeşleştiren"[152] idealinin gerçekleşmesini mümkün kılmaktadır. Projeler İslamı özellikle iki konuda neoliberalizmin

150 L. Boltanski, E Chiapello, *a.g.e.*, s. 185-186.

151 J.-F.Bayart, *Le Gouvernement du monde*, Paris, Fayard, 2004, s. 251.

152 *A.y.*

sosyal alandaki devamıdır: bir taraftan, dindar girişimcilerin burjuvalaşmasını erdemli zenginlik ve hayır işleri sayesinde ruhun kurtuluşu retoriğiyle sağlarken;[153] diğer taraftan da, minimum devlet fikriyle, devleti temel siyasal hedef olmaktan çıkararak ve bu sayede bütün bu sürecin politik anlamda düşük profilli arka planını hazırlayarak.

Yapısal uyum ideolojisi

İdeolojik anlamda yukarıdaki tespit Piyasa İslamı'nı George W. Bush'un *faith based initiative* (şimdiye kadar devletin sağladığı bazı sosyal hizmetlerin dini cemaatler tarafından verilmesi) girişimleriyle uyumlu hale getirmektedir. Sonuçta temel hedef devletin küçültülmek suretiyle yeniden yapılandırılmasıdır. Dolayısıyla şimdiye kadar devletin yüklendiği bazı görev ve sorumlulukların üçüncü şahıslara, özel sektöre devri söz konusudur: "Genel olarak bu süreç için özelleştirme ifadesi kullanılsa da, en uygun terim '*contracting out*'dur. Bu kamu hizmetlerinin her geçen gün artan bir şekilde sözleşmeler yoluyla özel, kâr amaçlı veya değil, servis sağlayıcılarına devrini ifade eder."[154] Dinselin alanına girebilecek bazı kamu hizmetlerinin dini servis sağlayıcılarına (*religious contractors*) devri, George W. Bush'un "kalpleri merhametle" dolu dediği bu kişi veya kuruluşların kendilerine verilen görev ve sorumlulukları soğuk ve hantal devlet kurumlarına göre daha başarıyla yerine getirebileceği retoriğiyle meşru kılınmaya çalışılır.

Geleneksel dini dayanışma mekanizmalarını devreye

153 Burjuvalaşma üzerine bkz., M. Mosaad, *a.g.e.*

154 Sheila Suess Kennedy, "Privatization and Prayer. The Challenge of Charitable Choice," *American Review of Public Administration,* vol. 33, n°1, 1 Mart 2003.

sokarak sosyal devleti bertaraf etmek böylece devlet aygıtını küçültmek, bu fikir tam da Mısırlı *al-Wasat al-Jadid*[155] partisinin akıl hocalarının arzuladığı şeydir. Söylemleri bu yeni politik İslami düşselin varabileceği en uç noktayı işaret eder. Mısır'da azınlıkta olmalarına rağmen, Türkiye'de AKP'nin temsil ettiği ve İslami paradigmayı seküler ve neoliberal bir söylem içerisinde eriterek geleneksel İslamcılığı marjinalize etmeyi başarabilmiş ideolojik oluşumun birkaç yıl öncesinden habercisidirler. *Al-Wasat al-Jadid* ideologları şu basit tespitten yola çıkarlar: Mısır hiçbir zaman devletin sorumluluklarının Savunma, Adalet, İç Güvenlik ve Dışişleri ile sınırlı olduğu dönemlerdeki kadar güçlü olmamıştır. Dolayısıyla *dawla* ve *umma*, devlet ve sivil toplum arasındaki dengeler yeniden kurulmalıdır. Bazı hizmetlerin dağıtımında sivil toplum doğası gereği bürokratik kurumlara göre daha başarılıdır, zira girişimler özgür irade esaslıdır. Bu bağlamda, dini cemaatler de birer sivil toplum oluşumu olarak değerlendirilebilir. Cemaatler Eğitim, Sağlık ve Sosyal Güvenlik hizmetlerini kendileri yönetebilirler. Dinsel referansın burada geleneksel İslami bir duruştan çok kamu karşıtlığından beslenmesi çarpıcıdır. Öyle ki parti programının çağrısını yaptığı ahlâki yükseliş en azından ilk bakışta dini referanslı değildir. "İkiyüzlülük, yalan, tutulmayan sözler, yolsuzluk, hırsızlık, ihmal, duyarsızlık" gibi kamunun "çürümüşlük" durumlarının sivil bir eleştirisi gibidir. İkinci aşamada bütün bu olumsuzlukların karşısına özel sektörün özerkliği ve özgür irade temelli çalışma ahlâkı çıkarılır. Hükümete sadece büyüme ile ilgilenmek düşerken, dinsel lügatin, zekât, sadaka, vakıf gibi temel kavramları yeni sosyal politika araçları olarak refah devletine alternatif olarak sunulurlar. Bu söylemde ahlâk, dinseli reformist bir amaç dâhilinde de-

155 Konuyla ilgili önceki dipnota bakınız.

ğerlendiren, dolayısıyla da sekülerleştiren politik bir hedefin hem sonucu hem de aracıdır. Diğer bir deyişle, ahlâk ruhların kurtuluşunun basit bir aracı olmaktan çıkıp kamu müdahaleciliğine alternatif bir projenin temel öğesi haline gelmektedir. Yardım kampanyaları, bağışlar, hayır işleri zorunlu vergi ilkesinin içini boşaltırken, bireylerin erdemlilikleri kolluk kuvvetlerinin zoruyla tesis edilen kamu düzenin yerini almakta ve ahlâk bütün bu süreçte, özel olanın, birey iradesine gönderme yapanın yüceltilmesinde, merkezi bir rol oynamaktadır. Söz konusu olanın teokratik bir devlet kurmak olmadığı artık çok açıktır. Burada konu edilen yeni İslamcılar toplumsalın bütünüyle ilahi kurallar doğrultusunda şekillendirilmesi fikrini çoktan terk etmiş ve bunun yasını zamanında tutmuş kapitalist yöneticilerdir. Ve hatta sandığın kendilerinden yana olacağına inanarak, iktidara gelmek gayesiyle, yeri geldiğinde "demokrat" da olabilmektedirler. Ancak hayat tarzları ve değerler babında "çoğulculuk" ilkesini pek de hazmedemeyerek: "Kamusal özgürlükleri, partiler sistemini, iktidarın barışçıl bir şekilde sandığın kararı doğrultusunda el değiştirmesi gerektiğini savunuyoruz" diyor Müslüman kardeşlerin reformist kanadının liderlerinden Esam el-Erian. Ancak, diyerek de ekliyor " bu mekanizmalar İslami bir kültür içerisinde kök salmalıdır. Dolayısıyla bütün kamusal özgürlüklere ve vatandaşlık ilkesine saygı duyup aynı zamanda alkol kullanımını, eşcinselliği ve zinayı yasaklayabiliriz, çünkü çoğunluk bunlara kültürel olarak karşı." O halde burada özgürlük kavramı, Amerikalı muhafazakârların özgürlük anlayışıyla uyumlu olarak, farklılıkların var olma hakkı anlamından çok devletin nüfuzundan kurtulma anlamında kullanılmaktadır. Bu kurtuluş devamında bireyin pazar ve hayır işleri tarafından kapsandığı erdemli bir yönetişimin tesisiyle sonuçlanacaktır.

Daha büyük bir ölçekte ve tartışmasız bir seçim zaferiyle, Türk AKP'si çok belirgin bir şekilde *al Wasat*'la aynı ideolojik düzlemde yer almaktadır. AKP'nin yönetici kadrosu büyük ölçüde Erbakan'ın[156] 1969 yılından beri çeşitli isimler altında kurguladığı (Milli Nizam Partisi, Milli Selamet Partisi, Refah Partisi) Milli Görüş geleneğinden gelmektedir: Ortak İslam pazarı, ağır sanayi hamlesi, geleneksel dini değerlerin korunması. Bir iç hesaplaşmanın ve geleneksel İslamcılığın kimlik siyasetinin ve devletçi duruşunun eleştirisinin bir sonucu olarak AKP 2002 yılında doğar ve kurulduğu ilk günden itibaren piyasa ekonomisi, özel mülkiyet, serbest teşebbüs ve serbest rekabet yönelimli bir çizgi izler. Öyle ki kurucuları açıkça "muhafazakâr ve küresel bir ideal"[157] peşinde koştuklarının altını çizer, Fazilet Partisiyle yapılacak en ufak bir mukayeseyi şiddetle reddeder ve kendilerini hedeflerini açıkça ortaya koymuş "muhafazakâr demokratlar" olarak tanımlarlar: İnsan hakları, ekonomik liberalizm, ahlâki muhafazakârlık, demokrasi ve AB üyeliği. Sadece Avrupalıların endişelerini gidermek için değil, kendisinin ve partisinin önceliklerini de anlatmak için, seçim zaferinin hemen sonrasında Erdoğan Avrupa'ya gider. İdeolojik yakınlıktan çok, 11 yıl süren koalisyon hükümetlerinin ardından yakalanan istikrar dolayısıyla, ülkenin büyük sanayicileri AKP'nin bu ezici zaferinden hoşnutluk duyarlar. Sonuç olarak, laik bir Türk entelektüelin ifadesiyle,[158] İslami hareket içerisindeki yenilikçi kanatın artık "evcilleştiği" söylenebilir. Geçen süre içerisinde, AKP iktidarı bu tespiti doğrular gibidir. Önceki

156 Ömer Çaha, "Turkish Election of November 2002 and the Rise of 'Moderate' Political Islam," *Alternatives, Turkish Journal of International Rleations*, vol.2, n°1, Güz, 2003.

157 Ruşen Çakır'dan alıntı.

158 Jean-Michel Demertz, Nukte Ortacq, "La conversion des islamistes turcs," *L'Express*, 30 Ekim 2003.

hükümetlerin bütün ideolojik tercihleri ve stratejik yönelimleri muhafaza edilir: AB üyeliği, İsrail ile askeri işbirliği, devletin laik karakteri.

AKP'li yöneticiler önceliğin dinsel konulardan çok sosyo ekonomik sorunlarda olduğu görüşündedirler. Şimdilik devletin laik mirasını muhafaza eder görünmektedirler. Ekonomi politikaları ise, açıkça liberal yönelimlidir.[159] Ekonomiyi daha rekabetçi kılmak için, devlet üretim faaliyetlerinden elini çekmeli ve sadece piyasayı düzenlemek ve yatırımları teşvik etmekle yetinmelidir. Ekonomik alandaki bu liberal gidişata paralel olarak, sosyal alanda da hayırseverlik temelli toplumsal dayanışma mekanizmalarının kamunun ilgili kurumlarının yerini almaya başladığı gözlemlenmektedir. "Benim IMF ile anlaştığım programı uyguluyorlar" derken, iktisatçı Kemal Derviş'in yaptığı işten duyduğu gurur ortadadır. Diğer taraftan Dışişlerinden bir yetkili kabul etmektedir ki "bu hükümet kendisinden önceki hiçbir hükümetle kıyaslanamayacak kadar Türkiye'yi AB yoluna sokmuştur."[160]

Dindarlar uzlaşısı

Yeni dinsel düşsellerin nasıl politik bir tarafı olduğu ve devlet-toplum ilişkilerine dair açık seçik bir yeniden yapılandırma projesini nasıl içerdikleri rahatça görülebilmektedir. İslami hareketler içerisinde yeni kuşak İslamcıların eskiler üzerindeki baskısı her geçen gün artmaktadır. Hareketlerinin hantallığını ortadan kaldırmaya, işleyişini hafifletmeye, hiyerarşileri esnekleştirmeye çalışmaktadırlar. Hemen hemen her yerde devir, bütün Amerikan işletme literatürü tarafından mitleştirilen, yeni İslami aydınların da methiyeler

159 Ömer Çaha, *a.g.e.*, s. 108

160 Aktaran Jean-Michel Demertz, Nukte Ortacq, *a.g.e.*

düzemekten geri kalmadığı, "yalın üretim" [*lean manufacturing*] devridir. İşte bu şartlar altında dünün düşman kardeşleri arasında [İslamcılar ve liberaller, ç.n.] bir fikir ve eylem birliği boy göstermektedir: Özel sektör ve dini cemaatlerin kamunun elini çektiği alanlarda at koşturabileceği bir sivil toplum projesi. Bu bağlamda neoiberaller tarafından savunulan ekonomik reform programları ve Piyasa İslamı'nın toplum projesi arasında en ufak bir uyuşmamazlık yoktur. Her ikisi de Amerikan filantrop (yardımseverlik) geleneğine ve siyasi yorumlarına çok yakın bir söylem üretmektedirler (*compassionate conservatism, charity choice, faith based initiative*).

Örnek olarak, ambargo, savaş ve IMF baskıları sebebiyle, Sudan'da iktidardaki Milli İslami Cephe'nin eli kolu bağlı gözükmektedir. Sadece geleneksel vergi gelirleriyle yetinemeyen ve bu bağlamda geniş bir özelleştirme programı da uygulayan iktidar partisi, sadece hastane, okul veya yol yapımı için değil, ordusunun masraflarını karşılamak için de bağış çağrısında bulunmaktadır. Bunun sonucunda yerel halk kendi altyapı çalışmalarını ya tamamıyla kendisi finanse etmekte ya da bu çalışmaların finansmanın bir kısmının körfez ülkelerinin zengin iş adamlarının bağışlarıyla, diğer kısmının da kamunun katkısıyla gerçekleştiği durumlar ortaya çıkmaktadır. Öyle ki iktidar bu işleyiş şeklini "kendi kendine yeterlilik" ismi altında resmi devlet politikası haline dönüştürmüştür. Bu politikanın uygulanışı esnasında kamuya ait hizmetlerin dağıtımının özel sektöre devrini meşrulaştırmak gayesiyle İslami dayanışma kültürünün her türlü öğesi bolca kullanılmıştır. İşin ilginç yanı bu öğelerin kullanımı sadece rejimin İslami niteliğinden kaynaklanmamış, bilakis ABD ve IMF yönelimli baskı gruplarının çabaları ve bu yönde tavsi-

yeleri de etkili olmuştur. Böylece Sudanlı İslamcı entelektüel ve siyaset adamı Hassan al-Tourabi'ye yakınlığıyla bilinen bir iktisatçıya göre, Müslüman dayanışma kültürünün ve hayırseverlik geleneğinin bir sosyal politika aracı haline dönüştürülmesi *Bretton Woods* kurumlarının *safety net* kavramının, biraz yerel "renkler" katılarak, uygulanmasından başka bir şey değildir.

Mısır'da işler henüz bu noktaya varmamış olsa da, çeşitli resmi metinlerdeki reform projelerinde[161] caminin sosyal rolüne, sivil topluma, İslamcı-neoliberal *Wasat* partisinin merkezi kavramlarından kendi kendine yeterlilik ilkesine artan bir şekilde vurgu yapılmaktadır. Daha 1992 yılında, Mısırlı entelektüel Mohamed Shawqui Fangari Amerikalı *Ford* ve *Fulbright* vakıflarının örnek alınması çağrısında bulunuyordu, Mısırlı iş adamlarının benzer söylemiyle bire bir kesişen yeni İslami söylemin birkaç yıl öncesinden habercisi olarak. İslamcı veya değil, bütün bu aktörler Sudan örneğinde resmi politika seviyesine yükseltilmiş zekât veya vakıf gibi İslami yeniden bölüşüm mekanizmalarını baş tacı eder görünümündedirler. Hiçte İslamcı etiketi yapıştırılamayacak iş adamı Husam Badrawi bu bağlamda örnek gösterilebilir. İdeolojik olarak devletçi politikalara karşı olan Badrawi Mısırlı liberal düşünce kuruluşu *New Civic Forum*, Amerikan Ticaret Odası (*American Chamber of Commerce*) ve bu odanın hayır işleri yönelimli vakfı *American Chamber Foundation* üyesidir.

1997 yılında *Business Association for Charity* adlı, 30'a yakın etkili iş adamını bir araya getiren, sosyal duyarlılık odaklı bir liberalizmi savunan ancak dini yardımseverlik öğe-

161 Daniela Pioppi, *From Religious Charity to the Welfare State and Back. The case of Islamic Endowments (waqfs) Revival in Egypt*, EUI Working Papers, RSCAS, n° 34/2004.

lerini de göz ardı etmeyen bir dernek kurar: "Mısır'da hemen hemen her şeyin serbest piyasa mantığı etrafında şekillendiği bir dönemde *zakat al-mal*'ın öneminin farkına vardım. Eğer bir toplumda istikrar yoksa ve sosyal roller yerli yerine oturmamışsa, kârınızı maksimize edemezsiniz. İstikrar ise öyle hükümet kararıyla tesis edilebilecek bir şey değildir. Bireyler ve sivil toplum kuruluşları istikrarı tesis ederler. İnsanların desteğini almanın en iyi yolunun onlara eğitim ve sosyal hizmetler götürmekten geçtiğini İslamcılar çok iyi anladılar. Ki halen yaptıkları da bu. Diğer bir deyişle hükümetlerin başarısız olduğu noktada İslamcılar muvaffak oldular. Benim yaptığım da onların bu örneklerinin izinden gitmek."

Badrawi'nin izole bir örnek olmadığı ortada. Hemen hemen her yerde, dindar iş adamları sadece dini vazifelerini yerine getirmekle yetinmemekte. Örnek olarak Türkiye'de "çoğunluğu planlamanın öneminin fakında olup, devletin bu konuda aktif bir rol üstlenmesini savunmaktadır."[162] Anadolu kaplanlarının "yeşil sermayesinin" bir kısmı şehre yapılan yatırımlara dönüşmektedir. Zira "bu dindar iş adamları aynı zamanda, yardımseverlik çağrısı yapan bir dinin mensupları olarak, kamu hizmetlerinin sağlanmasına katkıda bulunan cömert hayırseverlerdir: Kayseri'deki saygın Erciyes Üniversitesi onların katkısı olmadan kuşkusuz var olamazdı. Birçok okul, sağlık ocağı veya yemek çadırları için de aynı şey rahatlıkla söylenebilir. Şehir onlara olan borcunun farkındadır. İş adamları da bunun farkındadır. Bağışlarıyla hem ruhani cennetin hem de vergi cennetinin kapısını aralamaktadırlar."[163]

Mısır'da da benzer bir durum söz konusudur. Geleneksel

162 S. Özdemir, *a.g.e.*, s. 152.

163 M. Van Renterghem, "Loin d'Istanbul, petits arrangements avec l'Islam," *Le Monde*, 9 Aralık 2004.

yoksullara yardım retoriğinin oldukça geniş bir yorumu olarak, dindar iş adamları hastanelerin, okulların, yeşil alanların hatta karakolların finansmanını sağlayabilmektedir. Minya ve İskenderiye[164] gibi şehirler idari yetkililer ve iş adamları arasında bu tür işbirliklerinin en çok yaşandığı bölgelerdendir. Aslında bu tür işbirlikleri *Wasat*'ın yıllardan beri savunduğu bir fikrin hayata geçmesidir: Müslüman hayırseverlik ve yardımseverlik geleneği üzerine inşa edilmiş ve idari yetkililerin işbirliğiyle bazı kamu hizmetlerinin sunulmasında aktif rol oynayan erdemli sivil toplum düşüncesi. Eğitim veya sağlık alanlarındaki ihtiyaçlara kamuya göre daha etkili bir biçimde cevap vereceği varsayılan İslami hayırseverlik mekanizmaları pratikte farklı biçimlerde somut ifadelerini bulmakta ve artan bir şekilde ağırlıklarını hissettirmektedirler. Örnek olarak eğitim alanında kamunun eksiklikleri toplum tarafından farklı şekillerde giderilmeye çalışılmaktadır. Geniş bir özel okul ağı böyle bir çabanın ürünüdür. Camilerde veya camilere ait mekânlarda ilkokul ve ortaokul öğrencilerine verilen özel kurslar yine kamunun bu alandaki yetersizliklerini gidermenin başka bir yoludur. Devlet tarafından yükselişteki İslami dalgaya cevap niteliğinde kurulan "geliştirme dernekleri" de bu süreçte şekil değiştirmiş ve bünyelerinde özel kurslar açarak faaliyetlerini eğitim alanını da kapsayacak şekilde genişletmişlerdir. Bu çerçevede, bütün bu farklı yapılar arasında ilginç bir rekabet söz konusudur. Tamamen kâr amaçlı olmalarına rağmen özel okullar dar gelirli gruplara sınırlı da olsa bazı kolaylıklar sağlamak zorundadırlar (yetimlerin ücretsiz kabulü, burs kolaylıkları, vs.). Oysa bu sırada, İslami dernekler kurslarının ücretlerini, verdikleri eğitimin

164 S. Soliman, *Le régime fort et l'Etat faible. La gestion de la crise financière et les changements politiques en Egypte sous Moubarak*, La Caire, Edition Merit, 2005 (Arapça).

kalitesi ve öğrencilerinin başarılarıyla doğru orantılı olarak, arttırmaktadırlar. Aynı durum sağlık alanında da karşımıza çıkmaktadır.

Kahire'deki sağlık hizmetleri üzerine yakın tarihte yapılmış bir çalışma sağlık hizmeti sağlayıcılarının dağınıklığını ve dini aktörlerin bu alan içerisindeki göreceli zayıflığını ortaya koymaktadır: Ankete cevap verenlerin sadece %6,3'ü cami bünyesindeki sağlık ocaklarından faydalanmaktadır.[165] Diğer bir çalışma İslamcılar tarafından sağlanan sağlık hizmetlerinin ikircikliğini ortaya çıkarmaktadır: "İslami sosyal kurumlar orta sınıfların bağışlarıyla ayakta durmakta, doktor ve eğitimcilerini orta sınıflardan bulmakta ve orta sınıflara yoksullara sundukları hizmetten çok daha kalitelisini sunmaktadırlar."[166] Yazara göre, İslami hizmetlerin sunumu artık genel bir İslamlaştırma çabasından çok sınıfsal yeniden üretim stratejisi dâhilinde değerlendirilmelidir: "Bu *network*ler hem yatay hem de dikey düzlemde işlese de, yoksullara iş olanağı sağlanmasının İslami sosyal kurumların (İSK) ne amacı ne de böyle bir sürecin sonucu olduğunu düşünüyorum. İSK'ların kuruluş mantığı orta sınıflara iş imkânı sağlamaktır. İSK'da çalışanların arkadaş ve ailelerini de hesaba katarsak, İSK'ların dâhil olduğu *network*lerin sadece İslamcılarla sınırlı kalmadığı görülecektir. Örnek olarak bu kurumlarda çalışan doktorların çoğunluğunun İslamcılıkla alâkaları yoktur."[167]

165 A. K Nandakumar, M. Chawla & M. Khan, "Utilization of outpatient care in Egypt and its implications for the role of government in healt care provision" *World Development*, 28(1), 2000.

166 Janine Clark, "Social Movement Theory and Patron-Clientelizm. Islamic Social Institutions and the Middle Class in Egypt, Jordan, Yemen," *Comparative Political Studies*, vol. 37, n°8, Ekim 2004, s. 943-944.

167 Janine Clarck, *a.g.e.*, s. 965.

Sonuç olarak, Müslüman dünyanın bütününde genel eğilim İslami hareketlerin piyasa mantığını benimsemeleri ve hayır işleri yönelimli devletçilik karşıtı politikalar izlemeleri yönündedir. O halde, Mawdudi, Sayyed Qutb veya Mustafa al-Sibai gibi İslamcı ideologların çok beklediği ve arzuladığı kapitalist dünyayla hesaplaşmanın yerine, piyasa ekonomisi dâhilinde kazanan ve kazandıran İslam kartını oynamak ve modern ekonomileri dinselle eklemleme gayesinde olan küresel *new traditionnalism*[168] akıntısı içerisinde konumlanmak çok daha makûl olacaktır.

O halde geriye piyasa İslamcılarının farklılıklarını ortaya koyabilecekleri bir dünya görüşü bulmak kalmıştır. Söz konusu olan hem modern olmak hem de Aydınlanma değerlerini hiç devreye sokmadan dinseli yeniden yorumlayabilmektir. Piyasa İslamı'nın düşsel pusulası bu noktada muhafazakâr Amerika'yı göstermektedir.

168 J.B. Rosser ve M.V. Rosser, *Comparative Economics in a Transforming World Economy*, Chicago, Irwin, 1996.

Sonuç

Fazilet ekseni

"Artık Amerikalılar Avrupalılar gibi değil" diyor Guy Sorman. Amerika bugün "benzeri olmayan, özgül, kavranılması her geçen gün zorlaşan, koyu dindar bir medeniyet haline gelmiştir"[169] diye de ekliyor. Refah devleti ve laiklik gibi kavramların halen bir anlamı olduğu ve Amerikan tarzı muhafazakârlığa ve evanjelist hareketlere kuşkuyla bakan ve bu anlamda yeni muhafazakâr (*neocon*) Robert Kagan'a göre başka bir gezegende yaşayan,[170] Avrupa için Amerika böyle bir "anlaşılmazlık" durumunu ifade etmektedir.[171] Ancak Amerika'nın bu evrimi herkes için anlaşılmaz değildir. Zira yaşlı Avrupa'dan ve değerlerinden her geçen gün biraz daha koptuğu bir sırada, Amerika başka coğrafyalarda örnek teşkil

169 Guy Sorman, *Made in USA*, Paris, Fayard, 2004.

170 R. Kagan, *Of Paradise and Power: America and Europe in the New World Order*, New York, Knopf, 2003.

171 Bernadette Rigal-Cellard, "Les origines de la rhétorique de l'axe du mal : droite chrétienne, millénarisme et messianisme américain," *Religioscope*, 6 Temmuz 2003.

edebilmektedir. Her gün biraz daha az "İslamcı" [geleneksel anlamda, ç.n.] ve daha çok "Amerikancı" ve en sonunda Fransız devriminin devletçi ve laik öğelerinden "temizlenmiş" bir moderniteyi keşfetmenin dayanılmaz hazzı içindeki piyasa İslamı'nın aktörleri için durum budur. Genel tavır dinseli kamusal alan içerisinde hâkim konuma getirecek ve devletin nüfuzundan kurtaracak bir fazilet politikası yönündedir. Amerika menşeli *compassionate conservatism*'in bu hedefinin yeni İslami aktörlerin amaçlarıyla örtüştüğü açıktır.

Zira söz konusu olan "küçülen" kamunun ve kurumlarının yerine özerk ve vicdanlı-ahlâklı "sivil toplumun" ikâme edilmesidir. Yoksulları kaderciliklerinden kurtaracak, zenginlerin ise yardımseverlik duygularını coşturacak dinsel öğeler bu yeni ahlâkçılığın temel araçlarıdır. Refah devleti fikrine yöneltilen "ahlâk" temelli eleştiriler bu noktadan hareket etmektedirler. Evanjelist köktenciler hem eşcinselliği, pornografiyi hem de Hugo Chavez'i ve kamunun sosyal faaliyetlerini aynı anda (hepsini birbirine karıştırarak) yerden yere vurmakta, bunu yaparken de girişimciliğe methiyeler düzebilmektedirler. Yardımseverlik, deregülasyon, piyasa ve ahlâkçılık, bölüşüm konusunda "refah devleti" fikrine alternatif sunma amaçlı bir projede yan yana gelmiş gibidir. Öyle ki bu gaye gerek piyasa İslamı'nın gerekse Amerikalı *neocon*'ların ortak çabasıdır.

Öyleyse İslamcılığın geleneksel yorumlarının terk edilişi ve burjuvazi güdümlü yeni bir İslamlaştırma sürecinin ortaya çıkışı, kurumsal demokrasi ve farklı hayat biçimlerine karşı tahammülsüzlüğü bir potada eritebilmiş Amerikan menşeli muhafazakârlık modeli üzerinden gerçekleşmektedir. Amerikan muhafazakârlığı ve piyasa İslamı, baskın olmayan ve az müdahaleci bir devlet anlayışını, serbest girişimcilik ve bi-

reysel başarı mitini, ailevi değerlerin önceliği fikrini ve devletin bölüşüm sürecine kesinlikle müdahil olmaması görüşünü, ortak idealleri olarak paylaşırlar. Aynı şekilde, tembellik ve ahlâki çöküşün, dolayısıyla bireysel bir tercihin, ürünü olarak gördükleri yoksulluğun bireyci-ahlâkçı eleştirisinde de aynı noktada durmaktadırlar. Dinselliğin veya dinsel figürlerin algılanış şekilleri de benzerlikler göstermektedir: Evanjelistlerle piyasa İslamı taraftarları seven ve affeden Tanrı imgelemesinde aynı teolojik duruşu paylaşabilmektedir. *American way of life* [Amerikan yaşam tarzı] değerlerinin bayraktarı, zengini ve girişimciyi seven İsa algılaması belli noktalarda tüccar peygamber Muhammed figürüyle kolayca örtüşebilmektedir. Her iki durumda da inanan-inançlı girişimci imgelemi merkezi konumdadır.[172]

Sonuç olarak muhafazakâr Amerika'nın, arzu edilmeyen bir teokratik düzen olasılığıyla, olması imkânsız bir "Müslüman Aydınlanması" arasındaki ara-orta konumu ifade ettiği düşünülebilir. 1996 yılında, zamanın Dışişleri Bakanı Abdullah Gül'ün söyledikleri pek de farklı şeyler değildir: "Amerikalılara dinin ve dinsel cemaatlerin devletin koruması altında olduğu Amerikan tarzı bir laiklik anlayışı için mücadele etmeye hazır olduğumuzu bildirdik. Türkiye'de din karşıtlığı olarak değerlendirilen laiklik anlayışının değişmesini arzuluyoruz." Lübnanlı gazete An-Nahar Abdullah Gül'ün bu açıklamalarında bütün Arap dünyası için sunulabilecek

172 Robert Fogel, Anglosakson Protestan inancının bölüşüme ilişkin erdemlerine yürekten inanmaktadır. Ancak bugün Protestan inancının işaret ettiği değerlerin tarihsel olarak doğdukları ülkelerde zayıfladığı ve tam tersine Müslüman dünyada yükselişe geçtiği savunulabilir. Bkz., Robert Fogel, *The Fourth Great Awakening & the Futur of Egalitarianism* (Chicago, Universty of Chicago Press, 2000); Pipa Jenkins, Ronald Inglehart, *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide* (Cambridge, Cambridge Universty Press, 2004, s. 163-169).

bir model görmektedir: "Fransız tarzı bir laiklik anlayışından Amerikan modelinden esinlenmiş bir laiklik anlayışına geçişi ifade eden bir model."[173]

Abdullah Gymnastiar'ın "Bir gün Amerika ve Endonezya kalplerin medeniyetini kurmak için birleşecekler" cümlesinde kuşkusuz basit bir demagojinin ötesinde bir şeyler var. Ki bu hayalin belli bir gerçeklikten hareket ettiği de çok açık: "Din toplum üzerindeki büyük etkisini sürdürmeye devam edecek, özellikle ahlâki konuların kamuoyunda tartışılması sırasında. Bu noktada, İslam birçok hususta Evanjelistler ve Katoliklerle aynı görüşleri paylaşmakta. Dolayısıyla bu gruplar arasındaki politik ittifakların ahlâki konularda artması beklenmelidir."[174] Bu tezi destekler mahiyette, Fransız Protestan din adamı Henri Blocher "İslam'ın ikna kabiliyetine" duyduğu hayranlığı gizlememekte ve "Evanjelist Protestanlığı ile Fransız İslamı'nın ahlâki alandaki çeşitli mücadelelerde [eşcinsel evliliği karşıtlığı gibi] iş birliği yapabilme ihtimalini" dışlamamaktadır.[175]

İnternet üzerinde de Müslüman ve Hıristiyan muhafazakârlar çeşitli girişimler çevresinde güçlerini birleştirmektedirler. Bunlardan birine örnek olarak *Islamonline* sitesinin çağrısıyla oluşturulan ve *Our American Values*, *United Families International* veya *Reclaiming America* gibi muhafazakâr Hıristiyan örgütlerinin destek verdiği aile kurumunu koruma odaklı girişimler hatırlatılabilir. Benzer bir

173 Jihad al-Zein, "Pour une laïcité à l'Américaine," *An-Nahar* in *Courrier International*, novembre 2002.

174 Gregory Melleuish, "Globalised Religions for a Globalised World," *Policy*, vol.21, n°2, Kış 2005, s. 20.

175 H.Blocher, "L'avenir du protestantisme évangélique en France à l'aube du IIIe millénaire," *La revue réformée*, n°208, 2000/3, Haziran 2000.

"kutsal" ittifak 2002 yılında Birleşmiş Milletler bünyesinde yaşanmıştır. Bush yönetimini arkalarına alan muhafazakâr Hıristiyan örgütler bazı İslam ülkelerinin hükümetlerinin de desteğiyle eşcinsellik ve kürtaj gibi konularda çok başarılı lobi faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Bu lobi faaliyetlerinde Amerika'nın yanında yer alan Müslüman ülkelerinin isimleri oldukça çarpıcıdır: Sudan, Libya, Saddam Hüseyin'in Irak'ı ve İran. İşin doğasına aykırı böyle bir ittifak karşısında şaşıran Washington Post şöyle yazmaktaydı: "Bazı Müslüman devletler ve Hıristiyan muhafazakâr örgütlerin ittifakı Bush yönetimini azılı düşmanlarının yanında yer almak gibi ilginç bir durumla karşı karşıya bıraktı (...) politik ve cinsel özgürlüklerin genişletilmesi taraftarı geleneksel Avrupalı müttefikleriyle ters düşerek."[176] Bu noktada Ömer Çaha'nın analizlerini aktarmak faydalı olacaktır: "Müslüman dünyada liberalizmin yayılışı Müslümanların dini değerleriyle daha uyumlu, ılımlı bir modernleşme şekliyle tanışmalarını sağlamıştır. İkinci Dünya Savaşından önce Müslüman dünyayı derinden etkilemiş Fransız tarzı modernleşme şekilleri bu ülkelerin yönetici sınıflarının dini ideolojilerle çelişmelerine yol açmıştır. Oysa bugün neoliberalizm Müslümanları demokrasi, liberalizm ve sekülerleşme gibi değerleri olumlu karşılamaya teşvik etmektedir."[177]

Büyük Ortadoğu Projesi bu ittifakların çoğalmasına yol açabilir. Piyasa İslamı bu süreçten ilk başta hesapta olmayan yeni bir sorunsalı kullanarak kazançlı çıkabilir: Demokratikleşme. Aslına bakılırsa demokratikleşme süreçlerinin ister istemez İslamcıların zaferleriyle sonuçlanacağını çok iyi bilen Amerikalılar, demokratik virajı başarıyla geçmesi muhtemel

176 Colum Lynch, "Islamic bloc, Christian Right Team Up tu Lobby U.N," *The Washington Post*, 17 Haziran 2002.

177 Ö. Çaha, *a.g.e.*, s.113.

İslamcı güçlerle diyaloga geçerek, gerekli ortamı oluşturmaktadırlar. Bir anlamda *Rand Corporation*'ın 2003 tarihli bir raporunda söz ettiği *religion-building* stratejisiyle uyumlu yeni bir "sivil ve demokratik" İslam'ın yeşermesini hedefleyerek *Muslim World Outreach* projesini hayata geçirmeye çalışmaktadırlar. Bu projenin Amerika'nın yeni Müslüman politikasına ilişkin değerlendirme ve tavsiyeleri açıktır: "Fikirler savaşını" kazanmak şarttır. Bunun için sadece Müslüman toplumlarının genelinin etki altına alınması yetmez. İslam'ın da, özellikle ılımlılarının ön plana çıkabileceği koşullar yaratılarak, oyun içine dâhil edilmesi gerekir. Zira Amerika artık İslamcılığı, konjonktürel bir müttefik olarak görmekten öte, "gelenekçilik, ahlâkçılık ve sorumluluk üçlüsü üzerine kurulmuş cumhuriyetçiliği [daha doğrusu Amerikan Cumhuriyetçi Partisinin cumhuriyetçiliğini, ç.n] hazmedebilecek ve taşıyabilecek bir güç olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla İslamcılığın [Amerikan] cumhuriyetçi muhafazakârlığıyla bir uyum sorunu yoktur."[178] Çeşitli Amerikalı yetkililerin İslamcılarla artan münasebetlerinin ve görüşmelerinin gerisinde yatan budur. Örnek olarak, Fas'ın Amerikan elçisinin, 16 Mayıs 2003 tarihinde meydana gelen saldırılar sonucunda, İslamcı Adalet ve Kalkınma Partisinin (PJD) dağıtılma olasılığını engellemek amacıyla, Kral nezdindeki beklenmedik kişisel müdahalesi oldukça anlamlıdır.[179]

Bütün bu konularda Avrupa-Amerika arasındaki fikir ayrılıkları elbette yazıldığı çizildiği kadar derin olmayabilir. Hatta daha ahlâkçı bir düzen tesis etme adına Aydınlanma değerlerine karşı girişilen haçlı seferinin iç kırılganlıkları tartışma konusu edilebilir. Ancak şurası bir gerçektir ki, anti-

178 Louis Cantori, "Democracy from within islam," *Centre for Study of Democracy*, Yaz 2003, vol. 10, n°2.

179 Abdellatif El Azizi, "Bush drague nos islamistes," *Tel Quel*, 29 Mayıs 2004.

Amerikancılığın ve İslam karşıtlığının Avrupa'da yükselişe geçtiği bir dönemde, muhafazakâr devrimin Amerika'sının Louis Massignon'un İslam'la ittifak hayalini, laikçi hümanizme karşıtlık ortak paydası üzerinden ve özgür dünya için mücadelelerin saygın müttefiki İslam anlayışı çerçevesinde, gerçekleştirebilmesi pekâlâ mümkün gözükmektedir. Piyasanın ve girişimciliğin erdemlerini içselleştirmiş, minimum devlet fikrini şiar edinmiş piyasa İslamı'nın Amerika'nın ideal partneri olması kaçınılmazdır. Piyasa İslamı sadece Ortadoğu'da değil, Aydınlanmanın laik ve akılcı değerlerine vurgu yapan Avrupa ile tutuşulan modernitenin tanımına ilişkin mücadelede de Amerika'nın yanında yer alır. Hobbes çağlar önce geleceğin savaşlarının artık fikir savaşları olacağı kehanetinde bulunuyordu. Tarih onu doğrular gibidir. Ancak medeniyetler çatışması jeopolitiğine karşı, mücadelenin gerçek taraflarının ve muhataplarının doğru bir şekilde ortaya konması şartıyla.

Geleneksel İslamcılığın gölgesinde yeni bir siyasal İslam Mısır'da, Türkiye'de, Endonezya'da ve genel olarak Müslüman coğrafyasının bütününde vücut bulmakta: Piyasa İslamı. Batı değerleriyle eklektik bir uzlaşının ürünü bu İslam, Amerikan işletme kültüründen beslenmekte, bireysel başarıyı göklere çıkarmakta, özgüven edinme ve kendini gerçekleştirme stratejilerine methiyeler düzmekte, geleneksel İslami yasakları pazarlamanın ve kitle tüketim kültürünün gerekleri doğrultusunda yeniden yorumlamakta, yumuşatmakta, siyasal İslam'ın geleneksel hiyerarşik örgütsel yapılanmalarını bertaraf etmekte ve sosyal devletin altını oymaktadır. Görsel, işitsel ve giyime dair İslami algılamaları ve dayanışma şekillerini baştan aşağı değiştiren piyasa İslamı'nın baş aktörleri (dindar girişimciler, batı modernitesinin kurum ve figürleriyle 'barışmış' İslamcı yazarlar, İslami medyatikler...) her şeye rağmen ahlakçılıklarından vazgeçememekte ve çoğulcu yaşam tarzlarını hazmedememektedirler. Sosyolojik anlamda yeni kentli burjuvazilerin bayraktarlığını yaptığı bu İslam anlayışının temel amacı Amerikan tarzı muhafazakârlıkla birçok noktada örtüşen benzer bir "muhafazakâr devrim" tetiklemektir. O halde o çok beklenen "Müslüman Aydınlanması" idealinden çok uzaklarda, din, ahlak, hayır işleri ve piyasa etrafında şekillenmiş bir fazilet ekseni üzerinde paradoksal olarak değerlendirilebilecek yakınlaşmalar (İslam-Amerika) gayet rahat oluşabilmektedir.

Politolog Patrick Haenni'nin Mısır, Sudan, Fas, Yemen ve Afganistan'daki İslamlaşma süreçlerine dair birçok çalışması mevcuttur.

www.ozguruniversitekitapligi.com
www.ozguruniversite.org

ISBN-978-975-8449-75-0
9 789758 449750