

POSTFORDİST PİYASADA DİNDAR İŞ ADAMLARININ DİNİ DEĞERLERİ YENİDEN YORUMLAMASI ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR İNCELEME

Erol SUNGUR*

Makale Bilgisi

Makale Türü: Araştırma Makalesi, **Geliş Tarihi:** 08 Nisan 2019, **Kabul Tarihi:** 04 Mart 2020, **Yayın Tarihi:** 31 Mart 2020, **Atıf:** Sungur, Erol. "Postfordist Piyasada Dindar İş Adamlarının Dini Değerleri Yeniden Yorumlaması Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 20/1 (Mart 2020): 235-262.

<https://doi.org/10.33415/daad.550972>

Article Information

Article Types: Research Article, **Received:** 08 April 2019, **Accepted:** 04 March 2020, **Published:** 31 March 2020, **Cite as:** Sungur, Erol. "A Sociological Examination on the Reinterpretation of Religious Businessman's Religious Values in Post-Fordist Market". *Journal of Academic Research in Religious Sciences* 20/1 (March 2020): 235-262.

<https://doi.org/10.33415/daad.550972>



Öz

Postfordist üretim, çağımızın yeni bir çalışma tarzına ve iş hayatına gönderme yapmakla birlikte postmodern hayatın bir parçasıdır. Bu yüzden postfordizm ve postmodernite arasında bir "karşılıklılık ilişkisi" mevcuttur. Tüm dünyada olduğu gibi küresel anlamda yeni esnek iş anlayışından, dindar (Müslüman) iş adamları da etkilenmişlerdir. İş ve kariyerin toplumsal yaşamda diğer alanlar gibi bir güç, gösteri ve sosyal rekabet haline gelmesi ise Müslüman kesimi geçmiş dönemlerde savundukları çoğu değer ve söylemleriyle çelişen bir konuma getirir.

Bu araştırma, üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde postfordist üretim biçimi ve çalışma hayatının temel anlayışı incelenmiştir. İkinci bölümde bu an-

* Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Din Sosyolojisi Anabilim Dalı, erol.sungur@erdogan.edu.tr, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-7311-3415>

layış karşısında küresel, uluslararası ve ulusaşırı şirketlerin yeni stratejileri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde; postfordist kapitalist anlayıştan dindar iş adamlarının nasıl etkilendiği ve dinî değerlere kattıkları yeni anlam ve yorumlar tespit edilmiştir. Dindar iş adamlarının bir taraftan kapitalist piyasanın kurallarını uygularken, diğer taraftan halka yönelik olarak geçmişteki değerlerden taviz vermediğini ima eden bir yaşam tarzını nasıl gerçekleştirdiklerinin betimlemesi yapılmıştır. Sonuçta, dindar iş adamlarının bir taraftan dinin kamusal alanda görülmesine katkı sağlarken diğer taraftan dinî değerlere yeni anlam ve yorumlar katarak dinin etkisini soluklaştırdıkları görülmüştür.

Araştırma, betimleyici analiz açısından ele alınmıştır. Araştırmada metot olarak literatür taraması ve doküman incelemesi tercih edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Postfordist Üretim, Dindar İş adamları, Din, Değerler.

A Sociological Examination on the Reinterpretation of Religious Businessman's Religious Values in Post-Fordist Market

Abstract

Post-fordist production is a part of postmodern life as well as referring to a new work style and business life of today. For this reason, there is a "reciprocity relationship" between post-fordism and postmodernism. As it is all across the world, religious (Muslim) businessmen are affected globally by the new flexible business approach. Becoming a power, demonstration and social competition of business and career, just as in the other fields of social life, places the Muslims in a position which contradicts with most of the values and discourses they supported in the past.

This research consists of three main parts. In the first part, the basic approach of post-fordist production style and business life. In the second part the new strategies of global, international and transnational companies towards this approach are discussed. In the third part, how the religious businessmen are affected by this post-fordist capitalist approach and the new meanings and interpretations this approach contributes to the religious values are discussed. The description of how the religious businessmen carry out a life style in which they imply that they are not making concessions to the values in the past towards the public, while they practice the rules of capitalist market was stated. Ultimately, it was observed that while religious businessmen contribute to the representation of religion in public space, they also fade the effect of religion by adding new meanings and interpretations to the religious values.

The research was approached in terms of descriptive analysis. In the research, literature survey and document analyzing were preferred as the method.

Keywords: Sociology of Religion, Post-Fordist Production, Religious Businessmen, Religion, Values.

Giriş

Postmodernizm, estetik veya epistemolojik bir kopuştan öte, modern üretim tarzının yeni bir biçime bürünmesinin kültürel belirtisidir.¹ 1973'ten itibaren, bir anlamda kitle üretimi ve tüketimini destekler mahiyetteki fordist üretim tarzı ve Keynes'çi ekonomik politika, önemini yitirmiştir. Yerine, daha esnek emek süreçlerinin ve piyasa anlayışlarının geçtiği, tüketim tarzlarının değiştiği, küresel coğrafi hareketliliğin ve akışkanlığın öne çıktığı, genelde esnek bir yapı olarak nitelendirilebilecek postfordist anlayış hâkim olmuştur.²

Postmodern ekonomide, yeni ve esnek bir döneme girilmesi ve moderniteden kopuşun gerçekleşmesi, tüm dünya piyasalarını etkisi altına alan 1973'teki petrol krizidir.³ Bu kırılmadan itibaren ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel alanlarda yeni yaklaşımlar öne çıkmıştır. Gerçekte ise bu, kapitalizmin kendini beklenmedik durumlara adaptasyonudur. Bu krizden sonra, daha çok birleşme taktiğini ve bireysel yetenek vasfını temel alan şirketler, yeni tüketim tarzları ve kültürleri oluşturarak, bireylerin bu kalıplara uydukları sürece kendilerini güven içinde hissetmelerini sağlamaktadır.⁴ Esnek üretimde artık KOBİ'lerin (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) rolü önem kazanmaktadır. Yeni üretim biçimi, sanayileşen ülkelere kaydırılmakta, sanayileşmiş eski metropollerin dışında kalan küçük işletmeler taşeronluk ve dış kaynak kullanımıyla, bu yeni üretim biçiminin bünyesine karmaşık ağlarla bağlanmaktadır.⁵

Ülkemizin bu yeni üretim biçimiyle karşılaşmasının başlangıcı, 24 Ocak 1980 kararlarıdır. Bu tarih, kapitalizmin tüm çeşitlerinin ve yaşam tarzlarının Türkiye'ye taşınmasında baş etken olmuştur.⁶

¹ Perry Anderson, *Postmodernitenin Kökenleri*, trc. Elçin Gen (İstanbul: İletişim Yayınları, 2009), 81.

² David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, trc. Sungur Savran (İstanbul: Metis Yayınları, 1999), 146; Zygmunt Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum*, trc. Yavuz Alogan (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 35.

³ Richard Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, trc. Aylin Onacak (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 12.

⁴ Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, 16.

⁵ Ayşe Buğra – Osman Savaşkan, *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2014), 114.

⁶ Kübra Küçükşen, *Dindarların Para İle İmtihanı Holding Tecrübesi*, (Konya: Çizgi Kitabevi, 2012), 122.

Tüm dünyada olduğu gibi küresel anlamda yeni esnek iş anlayışından, Türkiye’de dindar (Müslüman) işadamları da etkilenmişlerdir. İş ve kariyerin toplumsal yaşamda diğer alanlar gibi bir güç, gösteri ve sosyal rekabet haline gelmesi ise Müslüman kesimi, geçmiş dönemlerde savundukları çoğu değer ve söylemleriyle çelişen bir konuma getirmiştir.

Bu değişim sürecini, etkilerini ve sonucunu incelemek adına yapılan bu araştırma, üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde postfordist üretim biçimi ve çalışma hayatının temel anlayışı incelenmiştir. İkinci bölümde bu anlayış karşısında küresel, uluslararası ve ulusaşırı şirketlerin yeni stratejileri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde; postfordist kapitalist anlayıştan dindar iş adamlarının nasıl etkilendiği ve dinî değerlere kattıkları yeni anlam ve yorumlar tespit edilmiştir. Dindar işadamlarının bir taraftan kapitalist piyasanın kurallarını uygularken, diğer taraftan halka yönelik olarak geçmişteki değerlerden taviz verilmediğini ima eden bir yaşam tarzını nasıl gerçekleştirdiklerinin betimlemesi yapılmıştır.

238 | db

Araştırma, betimleyici analiz açısından ele alınmıştır. Araştırmada metot olarak literatür taraması ve doküman incelemesi tercih edilmiştir.

Postfordist Dönem ve Yeni Biçime Bürünen Kapitalizm

Postfordizm terimini, M. Piore ve C. Sabel’in 1980’lerde Kuzey İtalya’da karşılaştıkları esnek üretim ve ağ tarzı örgütlenme biçimlerini tasvir etmek için kullanmaları bir öncelik olsa da, kavramın kullanımı belli bir yazara atfedilememektedir. Kavram daha çok günümüz endüstriyel örgütlenme biçimini, bu yeni biçimin temel özelliklerini, hizmet sektörünü, kamu hizmetlerini ve bir önceki modern (fordist) dönemden ayrılan yönlerini vurgular. Postfordist üretim, çağımızın tamamen yeni bir çalışma tarzına ve iş hayatına gönderme yapmakla birlikte postmodern hayatın bir parçası kabul edilmektedir.⁷

Postfordist dönem, finans ve sermayenin küreselleşip hızlı hareket ettiği, tüketimin birey odaklı özelleştiği, hizmet sektörünün önem kazandığı, yeni üst ve orta sınıfların peydah olduğu ve

⁷ Martin Slattery, “Post-Fordizm Michael Piore”, *Sosyolojide Temel Fikirler*, der. Ümit Tatlıcan (İstanbul: Sentez Yayınları, 2015), 440-445; Manuel Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, trc. Ebru Kılıç (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013), 1: 210-211.

farklılaşmanın arzulandığı bir dönemi ifade eder.⁸ Bu durumu Lee şöyle tanımlar:

Post-Fordizm burada genelde yeni bir toplumsal organizasyon biçimini anlatır; o, yeni pos-endüstriyel emek tarzlarının (esasen hizmet sektörü ve beyaz yakalı işlerin) gelişimine işaret ederken, geleneksel mavi yakalı işgücü ve ona bağlı eski sınıf sistemi için sonun başlangıcını temsil eder. Bu değişimlerin merkezinde üretim süreçlerindeki muazzam teknolojik yenilikler yatar. Bunlar sadece modern iş pratikleri ve endüstriyel ilişkilerin doğasını dönüştürmekle kalmayıp, piyasalar ve tüketimin inşası, gözetimi ve yorumuyla ilgili yeni formların (ve ayrıca bu değişimlerin gerektirdiği bütün sosyal, kültürel ve estetik sonuçların) ortaya çıkışını anlatırlar.⁹

Bell, geçmişte yaptığı öngörüyle günümüz üretim biçimini ve toplum yapısını sanayi ötesi toplum kavramı çerçevesinde değerlendirmiş ve bu toplum tipinin beş temel özelliğini şöyle tasnif etmiştir:

1. Endüstriyel açıdan: Mal üretiminden hizmet ekonomisine geçiş.
2. Meslekî açıdan: Mavi yakalı endüstriyel mesleklerden beyaz yakalı profesyonel ve teknik konumlara, işçi sınıfı ağırlıklı bir toplumdaki orta sınıf bir topluma geçiş.
3. Politik açıdan: Politikacılar ve işadamlarından oluşan geleneksel güç yapısına meydan okuyabilecek yeni bir bilgi sınıfının yaratılması.
4. Kültürel açıdan: İlerlemenin ve politika oluşturmanın asıl kaynağı olarak teorik bilginin merkezi konumu.
5. İdeolojik açıdan: Teknolojinin kontrolü ve teknolojik değerlendirmeye dayalı bir gelecek yönetimi.¹⁰

⁸ Banu Dağtaş – Erdal Dağtaş, “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”, *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*, Der. Banu Dağtaş – Erdal Dağtaş (Ankara: Ütopya Yayınları, 2009), 70.

⁹ Martyn Lee, *Consumer Culture Reborn The cultural politics of consumption*, (London and New York: Routledge, 1993), 112.

¹⁰ Daniel Bell, *The Coming of Post Industrial Society*, (London: Heinemann, 1974)'den aktaran Slattery, *Sosyolojide Temel Fikirler*, 462.

Bu özellikler doğrultusunda Bell, çoğu gelişmiş sanayi toplumunun ilerleyen zamanda “sanayi ötesi toplum” tipine dönüşeceğini vurgulamıştır. Onun sanayi ötesi toplum örneğinin merkezinde Amerika vardır ve Amerika’nın üretim tipi postfordizmle birebir örtüşmektedir:

...sanayi ötesi toplumun ilk ve en basit özelliği, işgücünün büyük çoğunluğunun artık tarım ve üretim faaliyetlerinde değil, ticaret, finans, ulaşım, sağlık, eğlence, araştırma, eğitim ve yönetim faaliyetlerini kapsayacak biçimde tanımlanan hizmetler sektöründe yer almasıdır. ...Bugün Amerikan işgücünün yaklaşık %60’ı hizmetlerle ilgilidir; 1980’lerde bu oran %70’lere yükselecektir.¹¹

Castells ise yirminci yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan bu yeni ekonomiyi enformasyonel, küresel ve ağ örgütlenmesine dayalı bir ekonomi olarak niteler. Ona göre bu yeni ekonomi ve üretim tipi şu özellikleri içerir: *Birincisi*, şirketlerin, bölgelerin veya ülkelerin yani ekonomiyle ilgili birimlerin üretkenliği ve rekabet gücü bilgiye dayalıdır. Diğer anlamıyla bu, Castells’in enformasyon üretimi dediği kavramı temele alır. *İkincisi*, bu yeni ekonomi ayrıca küreseldir. Çünkü üretim, tüketim ve dolaşım bireşimleri yani sermaye, emek, hammadde, yönetim, enformasyon, teknoloji, piyasalar gibi kilit faaliyetler, küresel ölçekte bir örgütlenmeyi içerir. *Üçüncüsü*, bu yeni ekonomi bir ağ örgütlenmesi üzerine kuruludur. Yeni tarihsel koşullarda üretim, küresel girişim sistemleri arasındaki etkileşim ağları üzerinden sağlandığı gibi rekabet de bu ağ dünyasında yaşanır.¹²

Fordizm ve Keynesçiliğin çöküşü, ulus-devlet karşısında finans sermayesinin güçlenmesini sağlamıştır.¹³ Fordizm seri üretimi, postfordizm ise esnek üretimi ifade etmektedir. Yani sermayenin esnekliğini ve sınır tanımadan her alana giriş-çıkışını kapsamaktadır. Postfordizm bunu gerçekleştirmek için, emeğin örgütlenmesine mâni olacak her türlü teknolojik gelişmeyi kullanır. Sermayeyi güçlendirmek için ona hareketlilik ve her an yer

11 Bell, *The Coming of Post Industrial Society*’den aktaran Slattery, *Sosyolojide Temel Fikirler*, 462-463.

12 Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 99.

13 Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, 189.

değiştirme yeteneğine sahip, konar-göçer bir merkezsizlik kazandırır. Ana merkez ise tüketimdir.¹⁴

Castells, günümüzdeki merkezîliğin yokluğunu veya merkezin dağılmasını küresel bir ağ örgütlenmesi temelinde açıklar. Ona göre tarihte ilk kez ekonomik örgütlenmenin temel birimi; bireysel ve kolektif girişimci veya şirketlerin temsil ettiği somut özneler değildir. Aksine görünmez özneler ve örgütlenmelerin meydana getirdiği bir ağ sistemi, geçmişin somut öznesinin yerini alır.¹⁵

Modern üretimin önemli dayanaklarından Taylorizm ve Fordizm, postmodernizmde yerini daha çok grup üretimine (batch production) bırakmıştır. Üretimden sorumlu yönetimler ise, piyasada tutunabilmek ve piyasanın ihtiyaçlarına çabuk cevap verebilmek adına aracı hizmetleri, yani uzmanları kullanmaya başlamıştır. İşyerinde, her birimin kendi içindeki serbestliği, özerkliği ve sürekli değişen bir esnekliğe sahip olması, iş hayatındaki alışlagelmiş merkezden yönetim anlayışının bütünlüğünü parçalamaktadır.¹⁶

Giddens'in tanımında "esnek üretim, işin hiyerarşik olmayan ekiplere verilerek merkezîyetçilikten kurtarılması, özelleşmiş beceriler yerine genel becerilerde eğitilme ve devamlı eğitim ile daha esnek iş şekillerinin tanıtılması."¹⁷ Esnek üretimde, büyük fabrikalarda hammadde veya stokların yerine, just-in-time denilen, envanter-akım teslimat sistemi kullanılmaktadır. Bu süreçte hizmet ve bilişim sektörünün ağırlığı, iyiden iyiye hissedilir.¹⁸ Bu yeni üretim ve yönetim biçiminin adı değişik ülkelerde farklı isimlerle anılsa da, sonuçta aynı üretim biçiminden yani postfordist esnek üretimden söz edilmektedir.¹⁹

Postfordist esnek üretim biçimi, küresel ve ekonomik gücünü iş dünyasının ve küresel şirketlerin yeni stratejileri dolayısıyla gerçekleştirir. Fakat bu mesele, sadece ekonomiyle sınırlı değildir.

¹⁴ Müslüm Turan, *Postmodern Teori*, (İstanbul: XII Levha Yayınları, 2011), 211-212.

¹⁵ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 269.

¹⁶ Helen Thomas – David F. Walsh, "Modernlik/Postmodernlik", *Temel Sosyolojik Dikotomiler*, ed. Chris Jenks, trc. ed. İhsan Çapcıoğlu (Ankara: Birleşik Yayıncılık, 2012), 514-515.

¹⁷ Anthony Giddens, *Sosyoloji*, haz. Cemal Güzel (Ankara: Ayraç Yayınları, 2005), 383.

¹⁸ Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, 175-180, 318.

¹⁹ Bu tür isimlendirmelerden biri *Toyotizmdir*. "Toyotizm" küresel ekonomiye ve esnek üretim sistemine uyumlu şekildeki üretimi ifade eder ve fordizm karşıtı bir konuma yerleştirilir. Geniş bilgi için bkz. Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 1: 207-218.

Yeni üretim biçimi aynı zamanda tüm toplumsal alanlara nüfuz etmektedir. Ekonomi bu deęiřtirici gücün sadece temel bir göstergesidir.

Postfordizmde İş Dünyasının (Küresel Şirketlerin) Yeni Stratejileri

Geç kapitalizmin yeni çalışma sisteminde, şirketlerin bünyesinde kadrolu istihdam edilen personel sayısı, cüz'i miktarda tutulur. İşler sözleşmeli, geçici elemanlarla veya taşeron firmalar vasıtasıyla yürütülür. Böylece şirket, içindeki gereksiz bölüm ve katmanların yükünden kurtulmaktadır. Bu anlamda sabit büyüklükte bir şirketten söz edilemez. Çünkü şirketler, bir büyür bir küçülür. Sıklıkla, büyük oranda personel alımı ve işten çıkarmalar görülür.²⁰ Bu yeni biçimi enformasyonel toplum şeklinde değerlendirenler, enformasyonel topluma girildikçe yönetsel, profesyonel ve teknik konumdaki mesleklerin önemi artarken, zanaatkâr ve operatör konumundaki işçilerin sayısı azalmaktadır demektedir. Ayrıca imalatın azalıp hizmet sektörünün ön plana çıkması nedeniyle büro işleri ve satış, pazarlama elemanlarının sayısında da bir artış meydana gelmektedir.²¹ Bunların en önemli nedeni sibernetik, otomasyon ve enformasyon sistemleriyle ara elemana ihtiyaç kalmamasıdır. Günümüzde firmaların gerekli araç gereçleri satın almaktan ziyade leasing (kiralama) usulü bir yaklaşımı benimsemeleri, sermayeye istedikleri hızla, zaman ve mekân sıkıştırmasına maruz bırakarak coğrafya değiştirmeleri, buna dayanmaktadır.

İş dünyasında, modernizmin “demir kafes”inden kurtulmak, beraberinde yeni problemler getirmiştir. Postmodern esneklik ve süreksizlik nedeniyle işçiler, çalıştıkları işyerine düşük derecede bağlılık beslemektedirler. Ayrıca işçiler arasındaki iletişim eksikliği, çalışanların birbirine güven duymasına engel teşkil etmektedir. Bu durum, işyerinin kurumsal bilgisinin zayıflamasına, bilgi deposu oluşturamamasına ve sorun çözme alternatifliğinin kaybına sebep olmaktadır. Gerçekte bu, toplumsal bir etki tepki meselesidir. Her an işten çıkarılacağı, kendi yerine daha ucuz veya taşeron firmanın işçisinin geleceği kaygısını yaşayan bir işçiden yüksek sadakat

²⁰ Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, 36-37; Sennett, *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*, trc. Barış Yıldırım (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012), 22.

²¹ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 294.

beklemek boşunadır. Çünkü sadakat kavramı, şirketin de gayret göstermesi gereken çift yönlü bir ilişkiyi betimlemektedir. Postfordist üretimse, gevşek ve her an göçmeye hazır bağlar mantığı üzerine kuruludur. Her bir işçinin kaygılar taşıması, işçiler arasındaki güven yokluğuna açıklama getirmektedir. Fakat işçiler arasındaki güven eksikliğinin bir diğer nedeni, sistemin kendisidir. Çünkü tüketim piyasasının talebini karşılamak isteyen işyeri, daha sık aralıklarla ekiplerini yenilemek ve değiştirmek mecburiyetinde kalmaktadır. Bu durum, işçiler arasındaki ekip güveninin oluşmasını engellemektedir.²²

Postmodern/postfordist kapitalizmde, servetine servet katmak için diğer küçük yatırımcıları savaşı bir ruhla yok eden kapitalist işadama imajı; yerini belli bir kültüre, felsefeye ve yaşam tarzına sahip,²³ yırtıcılığını ve acımasız kapitalistliğini estetik zevkler dolayımından gerçekleştiren işadama sembolüne bırakmıştır. Fakat buna rağmen esnek sistemin genel mantığında kazanan hepsini alır.²⁴ Eşit veya orantılı bir paylaşım söz konusu değildir. Esnek iş dünyasında asimetrik bilgi, bulunmaz bir değerdir. “Asimetrik bilgi”, ekonomik alanda bazı şirket, firma ve holdinglerin diğerlerine göre bilgiye ulaşmadaki avantajlı konumunu ifade etmektedir. Bu avantaj, sadece bilgi eşitsizliği²⁵ şeklinde ele alınmaz. Piyasada tutunma ve para kazanmada, yarışa diğerlerinden daha önde başlamayı ifade eder. Bunun yanı sıra esnek iş dünyasında patronlar, birbirleriyle sıkı insani bağlılıkları bulunan insanları işe almamaktadır. Çünkü onlara göre yeri ve zamanı geldiğinde “etik talepleri”ni, “işin talepleri”ne feda edebilen, hareketlerini kısıtlayacak ilişkileri bulunmayan çalışanlar daha muteberdir.²⁶

Yeni iş yönetiminde yönetici kadrolar, ağır sorumluluklardan kaçınarak şirket etkinliklerini danışmanlara tevdi ederler. Danışmanlar, yeni tavsiyelerde bulunur ve yeni stratejiler geliştirirler. Tüm bunlar, merkez ve çevre arasına yeni unsurların girmesine ve mesafenin çoğalmasına sebep olmaktadır. Sosyolojik olarak Sennett’in de ifade ettiği üzere “mesafe ne kadar fazlaysa -iki tarafta da

²² Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, 44-50.

²³ Rifat N. Bali, *Tarz-ı Hayattan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2011), 100-101.

²⁴ Sennett, *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*, 89, 148.

²⁵ Küçükşen, *Dindarların Para İle İmtihanı Holding Tecrübesi*, 139.

²⁶ Zygmunt Bauman, *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*, trc. Funda Çoban – İnci Kantarcı (Ankara: De ki Basım Yayım, 2010), 53.

hissedilen bir bağlantı ne kadar azsa- aralarındaki toplumsal eşitsizlik de o kadar büyüktür.”²⁷

İş dünyasında uygulanan akılcı sistemler, alt düzeydekilerin olabildiğince verimli, hesaplanabilir, öngörülebilir ve denetlenen bir tarzda çalışmasını hedeflerken, üst düzeydekilerin de bir o kadar esnek, yaratıcı ve verimsiz çalışmalarını sağlayan bir sistemdir.²⁸ Çünkü firmalar piyasaların birincil taleplerine yöneldikleri gibi anınsızın değişen ikincil talepleri de karşılayabilecek ölçüde bir çekirdek yani merkez işgücü grubunu bünyelerinde barındırırlar. Ancak esnek üretimi benimseyen bu tür firmalar, ihtiyaca göre ikincil yani çevre konumundaki işgücünden yararlanır. Ucuz işgücünden faydalanır ve zamanı geldiğinde onları kolayca işten çıkarır. Böylelikle maliyetleri asgari düzeyde tutarken, talepleri yüksek seviyede karşılarlar. Bunun sonucunda merkez işçiler; iş güvencesi, yüksek ödüller ve yüksek eğitim gibi fırsatlardan yararlanırken çevre işçiler yani ikincil emek grubu; düşük ücretli, yarı vasıflı, geçici sözleşmeli olarak istihdam edilmektedir. Bu ikinci gruptakiler, daha çok kent merkezinin varoşlarında, gettolarında veya Üçüncü Dünya Bölgesi mekan ve coğrafyalarda hayatlarını devam ettirirler.²⁹

244 | db

Aynı durumu Castells, enformasyonel toplum kavramı etrafında açıklamaktadır. Ona göre enformasyonel toplumunun etkisi sonucu, toplumlar kazananlar ve kaybedenler arasında ikili bir yapıya dönüşmüştür. Toplumlarda, üst ve alt toplumsal sınıfların genişlediği ama orta sınıfların daraldığı ikili bir yapı zuhur eder.³⁰

Postmodern/posfordist piyasa, sermaye veya yatırım, sağlam ve dayanıklı direnişlerle karşılaşmaz. Bir engellenmeyle karşılaştıkları anda, kendilerine daha iyi imkânlar sunan, kendilerini âdeta pohpohlayan bölgelere kaçarlar.³¹ Zamanda ve uzamda, hızlıca yer değiştirmeleri sırasında yanlarında yalnızca çantadaki dosyalar, bilgisayar ve cep telefonlarının bulunması, postmodern sermayenin yüksek hareketlilik gücünün kanıtıdır. Esnek üretimde, mekândan bağımsız hareketi yeğleyen, yüksek kâr marjı uman şirketler, bir gecede finansal bir manevrayla en ücra veya popüler coğrafyalarda

²⁷ Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, 40-42.

²⁸ George Ritzer, *Toplumun McDonaldlaştırılması*, trc. Şen Süer Kaya (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 183.

²⁹ Slattey, *Sosyolojide Temel Fikirler*, 442.

³⁰ Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 382.

³¹ Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum*, 231-232.

konuslanabilmektedir. Bu hareket özgürlüğüne, şirketin yerel çalışanları, şirkete hammadde ve malzeme sağlayan yerel sektörler sahip değildir. Şirketin mekân değiştirmesiyle ortaya çıkan işsizlik, çevre sorunları gibi meseleler, yerel insanların ve yöneticilerin başına kalmaktadır.³²

Geç kapitalizmin bu yeni mantığı, yerel hiçbir külfete katlanmayan ancak kullandıkları tüm nimetlerin posasını yerellere bırakan feodaliteyi ve toprak ağalarını akla getirmektedir.³³ Postfordist üretim ve ekonomi karşısında gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı birçok problem bu ülkelerin ağ toplumunun gerekliliklerini henüz yerine getirememelerinden kaynaklıdır. Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler, bu süreç tamamlanuncaya kadar teknoloji ve ağ örgütlenmesini tamamlamış ve sistemini oturtmuş ülkelerin kullanım mekânları ve araçları konumunda kalacak gözükmedirler.

Sermaye, güç ve ekonomik unsurların merkezsiz ve öznesiz dolaştığı böyle bir piyasa ortamında, hükümet ile hükümetin desteklediği dindar işadamları arasındaki simbiyotik ilişkide din ve dinî değerler, yeni anlam ve yorumlara maruz kalmaktadır. Dindar (Müslüman) iş adamları, halkın nezdinde dindar bir yaşam tarzının göstergelerine vurgu yaparak geçmişe göre güçlenmiş bir Müslüman ve dindar tipolojisi çizer. Oysa Müslüman (dindar) halkın dinî anlayışı ile iş adamlarının yeni anlam ve yorumlar kattıkları dinî değerler arasında belirgin bir farklılık, varlığını hâlâ korumaktadır.

Piyasanın Yeni Kuralları Karşısında Dindar İş Adamı ve Değişen Değerler

Din ve değerler açısından baktığımızda, reform dönemlerinde demokratik ve seküler anlayışların ve yaşam tarzlarının oluşmasını sağlayan protestan kiliseleriyle, günümüz postmodern dünyasında bu işlevi bankaların, şirketlerin bulunduğu piyasa gerçekleştirilmektedir.³⁴ Çünkü postmodern toplumda önde gelen

³² Zygmunt Bauman, *Küreselleşme*, trc. Abdullah Yılmaz (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012), 15-16.

³³ Bauman, *Küreselleşme*, 17.

³⁴ Anderson, *Postmodernitenin Kökenleri*, 157.

söylem, “büyüme bolluktur, bolluk demokrasidir”³⁵ düşüncesinin hâkimiyetidir. Burada niceliğin, insanları niteliksele taşıyacağı yanılması bulunmaktadır. Bu yanılmanın etkisine artık Müslüman dünyanın yaşam tarzlarında da rastlanılmaktadır.

1980’lerde serbest piyasa ekonomisinin uygulanmasıyla Türkiye’de Müslümanlar, ekonomi sektöründe ve siyaset alanında görünürlüklerini artırmışlardır. Bu dönemde, “Müslüman her şeyin en iyisine layıktır”³⁶ prensibiyle, zenginlik ve dünya malı istenilen ve aranan bir özellik olmuştur. Müslümanların, ekonomi ve siyasette söz sahibi olması gerektiği inancı biteviye işlenmiştir. Böylece dindar-muhafazakâr Anadolu Kaplanları ve yeşil sermaye sahibi Müslüman girişimci tipler ortaya çıkmıştır.³⁷

1980’lerde, liberal politikalarla Ankara ve İstanbul’un seküler burjuvalarına karşı dinî kimlikleri ve kapitalist girişimci ruhlarıyla ortaya çıkan “Anadolu Kaplanları”, Haenni açısından Piyasa İslamı’nın Türkiye’deki ilk örneklerindedir.³⁸ Anadolu Kaplanları denilen girişimciler, “Anadolu sermayesi”, “yeşil sermaye” gibi isimlerle de anılmaktadırlar.³⁹ Özal hükümeti tarafından teşvik edilen Müslüman girişimciler, kendi şirket ve holdinglerini kurarak zamanla çok çeşitli (seramik, boya, kereste, sabun, deterjan, araba, bisküvi vd.) sektörlerde diğer kapitalistlere rakip oldular. Kendileri için yeni bir piyasa oluşturan Müslüman girişimciler, bunları gerçekleştirirken İslami değerlere uydukları vurgusunu ön plana çıkardılar. İslami beslenme, faize yatırım yapmamak, zekât için para ayırmak, ürünlerinde domuz yağı kullanmamak gibi bazı erdemleriyle diğer şirketlerden farklı olduklarını belirttiler. Böylece kendi düşünce ve yaşam tarzları doğrultusunda bir piyasa kurdular.⁴⁰ Özellikle, Özal’ın Tunus’u ziyareti esnasında “zengin bir

³⁵ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, trc. Hazal Deliceçaylı - Ferda Keskin (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012), 50.

³⁶ Küçükşen, *Dindarların Para İle İmtihanı Holding Tecrübesi*, 176-177.

³⁷ Küçükşen, *Dindarların Para İle İmtihanı Holding Tecrübesi*, 19-20, 123.

³⁸ Patrick Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, trc. Levent Ünsaldı (Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı, 2011), 82; Bahattin Akşit v.dğr., *Türkiye’de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2012), 45.

³⁹ Akşit v.dğr., *Türkiye’de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, 120.

⁴⁰ Yael Navaro Yaşın, “Kimlik Piyasası Metalar, İslamcılık, Laiklik”, *Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat*, haz. Deniz Kandiyoti – Ayşe Saktanber (İstanbul: Metis Yayınları, 2012), 231.

Müslüman fakir bir Müslümandan daha iyidir” sözleri, o dönemin temel felsefesi haline gelmiş ve “fakirlik neredeyse küfür” gibi algılanmaya başlanmıştır.⁴¹

Ancak muhafazakar ve Müslüman bir burjuva üretme gayreti sadece Özal dönemine has değildir. 1980 sonrası Türkiye, tüketim toplumu olma yönünde ilerlerken dindar kesim hem politik hem ekonomik anlamda güçlenmiş, Türkiye tüketim toplumuna dönüşmeye başlamıştır. Bu süreçte Türk-İslam sentezi odaklı bir din yaklaşımı ve liberal ekonomik değişimler dindar kesimin politik ve ekonomik açıdan güçlenmesine katkıda bulunmuştur.⁴² Demirezen 1980 sonrası dönemi a) 1980-1991 dönemi veya Özal dönemi, b) 1991-1997, Refah Partisi'nin ve Dindar Burjuvanın Yükselişi, c) 1998-2002, 28 Şubat Postmodern Darbesi ve d) 2002-2009, Adalet ve Kalkınma Partisi dönemi şeklinde tasnif etmektedir.⁴³ Bu dönemlendirmelerde iktidarı elinde bulunduran muhafazakar ve dindar kesimlerin ortak özelliği, Müslüman veya İslami bir elit tabaka oluşturarak ekonomik bir güçlenmenin gerçekleşeceği düşüncesidir.

Müslüman girişimciler; yeni tüketim ürünlerini ve tarzlarını benimsemiş, “yitirilen İslami geçmiş”i tekrar canlandırdıkları söylemiyle kimliğe vurgu yapmış ve sonuçta siyasal eylemciliği ve pazar yeniliklerini birlikte yürütmüşlerdir.⁴⁴ İş dünyasının, dindar girişimci ve yatırımcıyla karşılaşmasıyla, İslamlaşma süreci de kavramlarını eskiden olduğu gibi dinî içerikli kurum ve parti jargonlarından değil, şirket kültürünün literatüründen devşirmeye başlamıştır.⁴⁵ Günümüzde İslam'ın kamusal alanda görünürlüğünün artmasına katkı sağlayan önemli faktörlerden biri, bu dindar iş adamlarıdır. Onların piyasadan geri kalmamak adına, kendi dinî yaşamlarının katı yönlerini piyasayla entegre hale getirmesi sonucu, dinî unsurların daha da soluklaştığı gözden kaçmamaktadır. Artık iş adamı portföyü üzerinden dindar kesim, kamusal alanda bütüncül bir kimlik sunmaktan ziyade, kendi kimliğinin belli parçalarını, öğelerini ve renklerini gösterebilmektedir.⁴⁶

⁴¹ Bali, *Tarz-ı Hayattan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*, 33.

⁴² İsmail Demirezen, *Tüketim Toplumu ve Din* (İstanbul: Dem Yayınları, 2015), 55.

⁴³ İsmail Demirezen, *Tüketim Toplumu ve Din*, 55.

⁴⁴ Yaşın, “Kimlik Piyasası Metalar, İslamcılık, Laiklik”, 231.

⁴⁵ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 57.

⁴⁶ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 67.

Yeşil sermaye dünyasının, postmodern biçime bürünmesinin çok çeşitli ve sıra dışı örnekleri, Akşit ve diğerlerinin Türkiye'nin sekiz şehrinde yaptıkları dindarlık incelenmesinde görülebilmektedir. Kayseri'de yaptıkları araştırmada işyerlerinde Kur'an-ı Kerim'ler, cami ve Kâbe resimleri, besmeleler, Kur'an-ı Kerim ayetlerinin yazıldığı tablolar, dualar, Veda Hutbesi, hac resimleri, Osmanlı tuğra ve hatları gibi çeşitli materyallere rastlanılmıştır. Hatta işyerlerinde ibadet mekânları oluşturulmuştur. Ancak bu mekânlar, işçilerin çalışmalarını ihmal etmemesi için cemaatsel değil, bireysel odaklı tesis edilmiştir. Aynı işyerleri, çalışma ve ticarete kapitalizmin geçerli kurallarını uygulamaktadırlar. Örneğin birçok işyeri, gayri resmi bir cemaate mensup olmalarına rağmen sırf kendi cemaatlerinden diye bir alışveriş mantığı gütmemektedirler. Ya da cemaatler, kendi hocaları kabul ettikleri kişilerden aldıkları izin doğrultusunda, paradan para kazanmamak veya israf için harcamamak şartıyla, bankadan faiz almalarında bir beis görmedikleri düşüncesini kabullenmişlerdir.⁴⁷ Hocalarından faiz için icazet almış olmanın etkisiyle, dinin kesin yasaklarından faizle, kapitalizmin gerekliliklerini yerine getirmektedirler. Bu tercihlerde bulunan işyeri sahiplerinin, Kur'an-ı Kerim'in ayetlerinden ve Peygamberin hadislerinden haberdar olmaları ise, faiz almalarının bilinçsizlikten kaynaklandığı savunusunu çürütmektedir.

248 | db

Türkiye'de ekonomik ve küresel gelişmeler sayesinde, refah düzeyi yüksek Müslümanlar arasından ortaya çıkan bu yeni sınıf, küçük ve orta seviyedeki işletmelerini genişleterek, hem küresel kapitalizmin kurallarını hem de geleneksel dinî niteliklerle kültürel muhafazakarlıklarını bir arada bulundurmaktadırlar. Peti burjuva (küçük burjuva) şeklinde adlandırılan bu tür Müslüman kesim, ekonomik, siyasi ve kültürel alanlarda etkin olarak dine yeni bir bakış açısından yaklaşarak dinlerini yaşamaktadırlar.⁴⁸ Amerikan yuppileri⁴⁹ gibi genç ve girişimci özelliğe sahip Müslüman peti bur-

⁴⁷ Akşit v.dğr., *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, 123-127.

⁴⁸ Hüsnü Ezber Bodur, "Küreselleşme ve Din", *Din Sosyoloji El Kitabı*, ed. Niyazi Akyüz – İhsan Çapcıoğlu (Ankara: Grafiker Yayınları, 2012), 218.

⁴⁹ Genç ve kentli profesyonel bireyler anlamındaki "yuppi" terimi, 1980'li yıllarda Amerika'da Reagan döneminde ortaya çıkmıştır. Sanayi ve finans kurumlarında yüksek maaş ve primle çalışan, büyük servetler kazanan, hizmet ve ürünün en seçkin ve kaliteliğini arayan, beyaz yakalı sınıfları tanımlamada kullanılmıştır. Türkiye'de yine "yuppi" veya "jön Türkler" şeklinde isimlendirilmişlerdir bkz. Bali, *Tarz-ı Hayattan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*, 40-42. Yuppilerin kültürüne

juvalar, yaşam tarzlarıyla, yuppilerle benzerlik göstermektedirler. Özellikle dindar camia arasından çıkan bu gruplar, geçmişte eleştirdikleri seküler elitlerin yaşam tarzları ve yaklaşımlarıyla benzeşmektedirler.⁵⁰

Yeni ortaya çıkan “muhafazakâr Müslüman burjuvazi”nin kendisini kapitalist piyasa koşullarına adapte etmede zorluk çekmemesi, İslam’ın ruhu ve kurallarının kapitalist gelişmeyi sınırladığı düşüncesini zayıflatmaktadır.⁵¹ Yeni ve küreselleşen piyasa ekonomisinde bazen Müslüman işadamı ve girişimciler, geçmişte öncelikleri İslami düzen ve ekonomi savunularını unutup çağın şartlarına uygun açıklamalar yapmışlardır. Örneğin 2000’li yılların sonuna doğru MÜSİAD üyesi Erol Yazar’ın “gerçek burjuvazi biziz”⁵² şeklindeki ifadesi, bu örneklerden biridir. Bu ifade bu tür işadamlarının devlet desteği olmadan gelişmiş olduklarına dikkat çekmek için sarf edilen bir açıklamadır.⁵³ Ancak aynı zamanda dinî ve ahlaki prensiplerin geri plana itildiğinin dolaylı bir itirafı şeklinde de yorumlanabilmektedir. Çünkü Yazar, açıklamalarında “bir lokma bir hırka “felsefesini yanlış bulduğunu söylerken “bir insanın kibirli yürümek kaydıyla zengin olduğu anlaşılmalı sokakta. Fakir anlasın da gelip derdini anlatsın...” diyerek görselliğin, imajın ve statünün, dinî niteliklerin önüne geçtiğini dolaylı şekilde söylemiş olmaktadır. Üstelik aynı röportajda kullandığı “dinsel önceliğim çoktur”⁵⁴ açıklaması, dinseliliğin diğer seçimler arasında yalnızca bir seçim olduğuna dolaylı biçimde gönderme yapmakta ve rasyonel seçim teorisini akıllara getirmektedir.

Bu bağlamda dindarlar arasındaki kolektif ruhun yitirilmesinin önemli nedenlerinden biri, dindarların, pazarlama teknikleriyle global piyasada tutunma mecburiyeti hissetmelerinden kaynak-

“Davos Kültürü” denildiği gibi bu tür girişimci iş adamlarına “Davos Adamı” da denilmektedir bkz. Abdurrahman Kurt, *Din Sosyolojisi*, (Bursa: Sentez Yayıncılık, 2012), 250-251; Sennett, *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*, 60-62.

⁵⁰ Bu konuyu ele alan bir makale için bkz. Erol Sungur, “Postmodern Tüketim ve Dindarın Seçkinlik (Elitlik) Göstergeleri”, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 10/2, (2017): 1277-1298.

⁵¹ Buğra – Savaşkan, *Türkiye’de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 45.

⁵² <http://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/421393-erol-yazar-gercek-burjuva-sinifi-biziz> [Erişim Tarihi: 10.10.2018]

⁵³ Buğra – Savaşkan, *Türkiye’de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 205.

⁵⁴ <http://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/421393-erol-yazar-gercek-burjuva-sinifi-biziz> [Erişim Tarihi: 10.10.2018]

lanmaktadır.⁵⁵ Bu yüzden Müslümanların, dinî kimlikli bir kamu oluşturma çabaları, günümüzde hedefinden oldukça sapmıştır. Örneğin, faizsiz finans kurumlarının bile piyasada tutunmak için gerçek hedeflerinin çok uzaklarına düşen işler gerçekleştirdikleri, sadece bizim ülkemiz için değil, diğer İslam ülkeleri için de söz konusudur. Finans kurumlarının fikir babaları dahî, birer ütopyaya dönüşen bu hedeften vazgeçmişlerdir.⁵⁶ Örneğin finans kurumlarının internet siteleri üzerinde bulunan finans kredileri hesaplama sistemlerine girdiğinizde, finans kurumlarından alınan finans kredilerinin geri ödemesinde tahakkuk eden kar payı, faizle kredi veren bankalara göre çok aşırıdır. Bu gibi durumlar, finans kurumlarının yalnızca adının faizsiz olduğu eleştirisini akıllara getirmektedir.

Üstelik dindar iş adamlarının, günün piyasa koşullarında faizsiz bankacılığı pek de tercih etmedikleri ortaya çıkmıştır. Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi (PESA) tarafından yapılan bir ankete göre kendilerini muhafazakar olarak tanımlayan iş adamlarının katılım bankalarından daha çok, faizle iş yapan ticari bankaları tercih ettikleri tespit edilmiştir. Anadolu Aslanları İşadamları Derneği (ASKON), Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD), Türkiye İş Adamları ve Sanayicileri Konfederasyonu (TUSKON) ile Tüm Sanayici ve İş Adamları Derneğine (TÜMSİAD) üye 1100 iş adamıyla yapılan anket sonucuna göre bazı bulgular şu şekilde dikkat çekmektedir:⁵⁷

- Katılım bankalarının en büyük müşteri kesimi dindar ve muhafazakar iş adamlarıdır. Sadece geleneksel bankaları kullanan muhafazakar iş adamlarının oranı yüzde 45, sadece katılım bankalarını kullananların oranı ise yüzde 25'tir. Yani muhafazakar kesim, daha çok faizle iş yapan ticari bankaları kullanmaktadır.
- Muhafazakar iş adamları, iş hayatında rasyonel davranmakta, ticari bankaları faize rağmen daha mantıklı buldukları için katılım bankalarına göre daha fazla tercih etmektedirler.

⁵⁵ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 74.

⁵⁶ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 28-29.

⁵⁷ <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/iste-muhafazakar-is-adamlarinin-banka-tercihi-25172767> [Erişim Tarihi: 10.01.2019]

- Muhafazakar iş adamları, faizi göz ardı ederek maliyet oranına göre banka tercihi yapmaktadırlar. Yani banka tercihinde dinî değil, mantıklı bir seçim söz konusudur. Dindar iş adamları, dinî hayatla iş hayatını ayrı yürütmektedirler.
- Ankete katılan muhafazakar iş adamlarının yüzde 35'i, katılım bankalarının İslami ilkelere uygun olmadığı görüşündedir. Bu da banka seçiminde etkili olmaktadır.

Bu doğrultuda ahlaklı bir kapitalist sistemi savunan dindar işadamları, şirketlerini sözde İslami kurallara göre yönettiklerini iddia etseler de faizden dolandırıcılığa ve çeşitli usulsüzlüklere kadar⁵⁸ pek çok gayri dinî davranışı, bünyelerinde barındırdıkları suçlamalarıyla karşı karşıya kalabilmektedir. İslami referanslarla iş dünyasında bulunan kimi dernek mensuplarının, vergi ödemeyi ahlaklı bir görev olarak görmedikleri veya bazı Müslüman iş adamlarının vergiden kaçmak için enformel ekonomi alanında çalıştıkları iddiaları da varlığını korumaktadır.⁵⁹

Dindar kimliği, yerini daha bireysel, kendini gerçekleştirmiş, akademik ve ekonomik başarı kültürünü yakalamış dindara bırakmıştır.⁶⁰ Bu süreçte, zaman zaman değer kaymalarının yaşandığı gözlemlenmektedir. Örneğin, mücahitlik yerini mücadeleci girişimciye, Müslümanlık gururu yerini, başarılı bir özgeçmiş bulunan dindar iş adamına bırakmıştır.⁶¹ Hatta Haenni'ye göre "bereket" kavramı, ilahi bir mevhibe şeklinde değil, kapitalist ruhla benzeşen, ekonomik ve kültürel bir kavrammış gibi değerlendirilmeye başlanmıştır. Salt kadercilikten ayrı bir konumdaki "tevekkül" bile, Müslüman dünyanın geri kalmasının nedeni olarak yorumlanmaktadır.⁶²

Bir anlamda, artık başarıyı yakalamış ve ekonomik statüsünü kazanmış yeni dindarın anlayış ve yaklaşımı, şu algıyla örtüşmektedir: Başarılmış işler veya yapıtlar vasıtasıyla kurtuluş anlayışı, üst sınıfta yaygındır. Gerçekte asıl kurtuluşun Tanrı tarafından ve O'nun seçmesiyle meydana geldiği düşüncesi ise, alt ve orta taba-

⁵⁸ Akşit v.dğr., *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, 59.

⁵⁹ Buğra – Savaşkan, *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 197.

⁶⁰ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 76-77.

⁶¹ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 77.

⁶² Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 91-92.

kaya hastır.⁶³ Üst tabaka Müslümanların bir kısmının, geçmişte kendileri için özel öneme sahip cihat, mücahade, şeriat ve İslami yönetim gibi söylemleri bırakıp postfordist kapitalist çağın pratiklerini tercih ettiklerini söyleyebiliriz. İslam'ın kamusal alanda görünürlüğü ve İslami değerlerin fark edilirliliği piyasadaki zengin dindar işadamları vasıtasıyla (yeni bir burjuvayla) gerçekleştirileceği düşünülürken, bu hedefin beklenmedik ve hesaplanmadık sonuçları dinî değer ve yaklaşımların aynı tipolojiler tarafından aşındırılması sonucunu doğurmuştur. Bu aşındırmada dinî kimlikli siyasilerin ve iş adamlarının ortak bir etkisinin varlığı göz ardı edilemez.

Bunun sonucunda yeni dindar girişimci, geleneksel dindarı şu şekilde algılamaktadır:

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.⁶⁴

252 | db

Bu üç özelliğin, postmodernitenin ve onun ekonomik boyutu postfordizmin vazgeçilmez vasıfları olması, dindarların konularının net şekilde neresi olacağı problemini bir hayli karmaşıktırmaktadır.

Dindar bireylerin, üye oldukları cemaatlerin, iş dünyasındaki ekonomik ilişkilerde bazı faydaları bulunmasına rağmen Türkiye'nin küresel ölçekli bir pazarın parçası haline gelmesinden dolayı artık kapitalist piyasada cemaatlerin ve kolektivitelerin değil, kapitalizmin kuralları ve bireysel çıkarlar ön plandadır.⁶⁵ Bu yaklaşımların benimsenmesi sebebiyle, kuruluşlarında İslami prensipleri temel aldıklarını söyleyen dinî nitelikli işadamları derneklerinde aksi istikamette sapmalar gözüktür. Özellikle MÜSİAD gibi kuruluşların yaklaşımları, bunu kanıtlar niteliktedir.⁶⁶ Zenginliğin ilahi bir hediye, Kur'an-ı Kerim tarafından öğütlenen tamamen İslami bir ideal,

⁶³ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 61.

⁶⁴ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 116.

⁶⁵ Akşit v.dğr., *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, 298.

⁶⁶ Hak-iş (Hak-İş Konfederasyonu), MÜSİAD gibi dernek mensuplarının zenginliği öven, fakirliği yeren ifadeleri için bkz. Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 87-90.

dinsizlerden daha güçlü olmak için bir dayanak, Batı ile hesaplaşmanın ve rövanş almanın bir aracı, sevgili bir kul olmanın göstergesi olduğu vs. gibi söylemleri, burjuva eğilimli bir farklılaşma meydana getirmekle birlikte bir çeşit “refah teolojisi” de üretmektedir.⁶⁷

MÜSİAD, İslam medeniyeti kurma hedefini, Müslümanların ekonomik yönden güçlü olmalarıyla gerçekleşeceği düşüncesinden hareket etmiş, ancak piyasa liberalizminin kurallarına göre kendini ayarlayan bir derneğe dönüşmüştür. Bu dönüşümü, “Batı’nın teknolojik üstünlüğünü alalım, manevi değerlerimizi de koruyalım” ifadesiyle meşrulaştırma yoluna gitmektedir.⁶⁸ MÜSİAD üyesi işadamları, İslami kapitalizmin temelini, Medine döneminde atıldığı fikrini savunmaktadırlar.⁶⁹ ASKON ise, serbest piyasa anlayışını İslami çerçevede tanımlamaya çalışarak “haklı zenginlik” söylemini kullanmaktadır. Onlara göre bu ifade, ticari ahlak, dürüstlük, fiyat serbestisi, erdem, kalite, israfın olmadığı bir tüketimi ve adil gelir dağılımı gibi kavramları kapsamaktadır. Bu neoliberal İslami ahlak, Homo İslamicus figüründe somutlaştırılmaktadır.⁷⁰ MÜSİAD’ın, İslami finans kurumlarının ve Özal dönemi liberal politikanın ortak noktaları, yaptıklarıyla Türk ekonomisi ve halkına “hizmet” ettikleri söylemidir.⁷¹ Ancak Müslüman üst-orta sınıf veya yeni Müslüman zenginler sınıfı diyebileceğimiz kesim, kapitalist hizmet aracının liberal ekonomiyle, İslam ekonomisindeki hizmet vasıtasının ise İslam ekonomi emirleriyle tatbik edilebileceğini gözden kaçırmaktadır. Müslümanların bu duruma gelmesinde, siyasal iktidarların uyguladıkları politikaların etkisi göz ardı edilemez. Çünkü kimileri için Türkiye’de ANAP; demokrasi, milliyetçilik, İslamcılık gibi görüşleri kapitalizmin kültürüyle sentezlemiş, AK Parti de bu süreci devam ettirmiştir.⁷² Ak Parti, devletin ve ekonomik sistemin İslamlaştırılmasından vazgeçerek

⁶⁷ Haenni, *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*, 87-89.

⁶⁸ Mücahit Bilici, “İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı”, *İslamın Yeni Kamusal Yüzleri*, ed. Nilüfer Göle (İstanbul: Metis Yayınları, 2000), 223.

⁶⁹ Banu Gökarıksel – Anna J. Secor, “New transnational geographies of Islamism, capitalism and subjectivity: the veiling-fashion industry in Turkey”, *AREA*, 41/1 (2009), 11.

⁷⁰ İş hayatında İslami ilkelere göre var olmak isteyen Müslüman iş adamı ve şirket yönetimi ideallerini barındıran bir kavram olarak bkz. MÜSİAD Araştırma Raporları:9/1994, *İş Hayatında İslam İnsanı (Homo İslamicus)*.

⁷¹ Bilici, “İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı”, 223-224.

⁷² Akşit v.dğr., *Türkiye’de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, 55.

kapitalist sistemin yaygınlaşmasını ve Türkiye'nin yeni kapitalist sisteme daha fazla uyum sağlamasını gerçekleştirmiştir.⁷³

Günümüzde AK Parti Hükümetinin 2002'de iktidara gelmesiyle, hükümet ve iş dünyası "karşılıklı bağımlılık" şeklinde ifadelendirilebilecek bir ilişki içine girmiştir. Bu ilişki biçiminde iktidar, ister bireysel isterse dernekler bazında iş dünyasının güçlenmesini sağlamıştır. Aynı şekilde iş dünyası da iktidar partisini desteklemek için gerek ekonomik gücünü gerekse nüfuzunu kullanmıştır.⁷⁴ MÜSİAD'ın on üyesinin AK Parti kurucuları arasında yer alması ve 2002 yılında aynı derneğin yirmi üyesinin AK Parti'den milletvekili seçilmesi,⁷⁵ siyaset ve işadamları derneklerinin karşılıklı ilişkilerinin bir örneğidir. Ayrıca dinin bu karşılıklı bağımlılıkta zaman zaman "bir ilişki sermayesi" olarak kullanıldığı görülmektedir.⁷⁶

Bu bağlamda, her ne kadar dinî kimlikli işadamları dernekleri kendilerinin zenginliğinin devlete dayamadan oluştuğu iddialarını dile getirirse de, günümüzde pek çok ihale ve yatırımın aynı derneklere mensup şirketlere tevdi edilmesi, dindar kimlikli işadamlarının bu iddialarını kısır bırakmaktadır. Bu ilişkide patronaj ve partikülarist unsurların varlığı yadsınamaz.

Ülkemizde son dönemlerde yatırımcı ve işadamlarının yatırım yapmalarını kolaylaştırmak için çıkarılan yasalar, ülkemiz yerel burjuvasının uluslararası finans burjuvazisi ile bir eklemlenme meydana getirmesi ve ülkemiz yerel burjuvasının iç burjuvazi şeklinde tanımlanması sonucunu doğurmaktadır. Bu benzeşme, küresel sermayenin devletlerin işlevlerine yön vermesinin hem sebebi⁷⁷ hem bir sonucudur. Bu doğrultuda iş dünyasının hem eski hem yeni aktörleri, Türkiye'de yeni kapitalizm bağlamında siyasi süreçlerde de aktif rol almış ve iş dünyasının yeni tarzda şekillenmesine katkı sağlamıştır.⁷⁸ İş dünyası ve siyasi iktidar arasındaki ilişkiler ağına bakıldığında Türkiye'deki kapitalizm, küresel dö-

⁷³ Demirezen, *Tüketim Toplumu ve Din*, 75.

⁷⁴ Buğra – Savaşkan, *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 38.

⁷⁵ Demirezen, *Tüketim Toplumu ve Din*, 77.

⁷⁶ Bkz. Buğra – Savaşkan, *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*.

⁷⁷ Samed Kurban, "Toplumsal Değişim Sürecinde Sermayenin Uluslararasılaşması ve Devlet İşlevinin Küreselleşmesi", *Toplumsal Değişim Sempozyumu*, ed. B. Kıran (İstanbul: TDS, 2016), 357.

⁷⁸ Buğra – Savaşkan, *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 27-28.

nüşümle uyumludur ve dünyanın diğer coğrafyalarındaki ekonomik ve siyasi gelişmelerden bağımsız değildir.⁷⁹

Bu süreç sonucunda, geçmiş dönemlerdeki İslami söylemler, yerini yeni kapitalizmin hâkim söylemlerine bırakmıştır. İş hayatında Müslümanların değişimi, yeni yaşam tarzlarını, bu kesimler arasında sıklıkla rastlanılan bir durum haline getirmiştir. Bu durumu örneklediğimizde, kariyer sahibi muhafazakâr-dindar erkeğin değişimi, bazı tesettürlü kadınlar perspektifinden şu şekillerde değerlendirilmektedir:

- Eskiden bıyıkları vardı. Artık yok. İşadamı oldular. Kıyafetleri değişti. Ceket giyorlar ve kravat takıyorlar. Sakallarını kestiler.
- İslami usullere göre evlenip seküler dünyanın nimetlerinden yararlanarak boşanıyorlar.
- Erkekler iş hayatında vasat da olsalar başörtülü kadınlar onlara göre geri plandadır. İkinci eş aldılar.
- Başı açık bayanların yanında kendilerini daha rahat hissediyorlar.
- Geleceği parlak dindar erkek için başörtülüler eş adayı görülüyor. Davaya ihanet ettiler gibi...⁸⁰

Tesettürlü dindar kadınların, özellikle iş adamı kariyerini yakalamış muhafazakar-dindar erkekleri bu şekilde tasvir etmesi, bu tipolojilerin din merkezli değil, piyasa merkezli kimlikleri çağrıştırmaması açısından dikkat çekicidir. 28 Şubat'tan sonra, başörtüsü direnişini bitiren, iş hayatına dalan ve ikinci eş almak gibi tutumları bulunan dindar erkek grubu vardır. Bunlar genellikle plaza Müslümanları şeklinde isimlendirilmektedir.⁸¹ Plaza Müslümanlarının, zaman zaman kendi dinlerinin çok ötesinde ve çok daha seküler yaşam tarzlarını benimsedikleri somut örnekler görülmektedir.⁸²

Yeni kapitalizmin iş, yetenek ve tüketim yaklaşımları, çağın insanına daha fazla özgürlük vaat ettiği⁸³ gibi, Müslümanlar için de

⁷⁹ Buğra – Savaşkan, *Türkiye’de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*, 252.

⁸⁰ Bu tür ifadeler için bkz. Selin Ongun, *Başörtülü Kadınlar Anlattı: Türbanlı Erkekler* (İstanbul: Destek Yayınları, 2010).

⁸¹ Ongun, *Başörtülü Kadınlar Anlattı: Türbanlı Erkekler*, 147.

⁸² Bu tür örnekler için bkz. Sevda Türküsev, *Muhafazakar Çapkınlar* (İstanbul: Akis Kitap, 2004).

⁸³ Sennett, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, 16.

aynı vaatleri birer hedef haline getirmiştir. Günümüz insanının ve Müslümanların içinde bulunduğu durum, Bauman'ın şu ifadeleriyle örtüşmektedir: “Nasıl kayan kumların üzerinde kimse “kımıldamadan” duramazsa, bu bizim geç modern ya da postmodern dünyamızda da kımıldamadan durulamaz”.⁸⁴ Kaygan bir zemini ifade eden çağımız yaşamında Müslümanların, kendilerini temellendirecek dinî ilke ve prensiplerinin varlığı bulunmasına rağmen, zamanın adeta kutsallaştırılmış izafi kuralsızlığı bu dinî ilke, emir ve prensipleri görmelerini yine zamanın lehine engellemektedir.

Sonuç

1980'lerden itibaren dünyanın küresel ölçekte yeni bir üretim biçimine ve bu biçimin ekonomik, politik, kültürel etkilerine maruz kaldığı görülmektedir. Yeni üretim şekli daha esnek, merkezsiz, gerçek öznesi olmayan ve değişken bir yapıda zuhur eder. Bu yeni üretim biçiminin temel göstergeleri; bilginin ve teknolojinin özellikle ağ odaklı teknolojilerin ön plana çıkması, üretimin fabrikalar yerine finans, eğlence, sağlık, ticaret, turizm, tüketim vb. hizmet sektörlerine kaymasıdır. Bu süreçte küçük ve yerel işletmeler, bakir coğrafyalar, beyaz yakalı çalışanlar; uluslararası şirket ve sermaye, multi medyatik kitle iletişim araçları ve küresel örgütlenmeler yoluyla birbirine bağlı bir ağ sisteminin parçası haline gelir. Üretimin idaresi geçici uzman kadrolara, üretimi gerçekleştirmekse sözleşmeli, geçici veya taşeron işçilere bırakılır.

Yeni sistemde şirketler arasındaki mücadelede asimetric bilginin büyük değeri vardır. “Asimetric bilgi” bazı firmaların diğer firmalara göre yatırım ve kâr savaşına diğerlerinden daha önde başlamasını ifade eder. Bu bilginin elde edilmesinde hiç şüphesiz siyasi iktidar sahipleriyle kurulan patronaj ve partikularist ilişkilerin büyük katkısı vardır.

Yeni üretim şekliyle toplumlar kazananlar ve kaybedenler arasında ikili bir yapıya dönüştüğü gibi, üst ve alt toplumsal sınıfların genişlediği ama orta sınıfların daraldığı ikili bir yapıyı beraberinde getirir. Bu da postfordist üretim biçimiyle; siyasi söylem, toplumsal yapı ve toplumsal sınıflar arasında yakın bir bağ olduğunun kanıtıdır. Esnek üretimin bu ikili yapısı, dindar iş adamı ve yatırımcıların da ikili bir yaşam tarzı ve söylem geliştirmesine

⁸⁴ Bauman, *Küreselleşme*, 82.

sebebiyet verir. Seküler iş dünyası karşısında İslami değerlere ve kimliğe vurgu yaparak piyasaya çıkan dindar iş adamları zamanla, küçük burjuvazi ve yuppilere benzeyerek kendi dinî yaşamlarının katı yönlerini piyasayla entegre hale getirmişlerdir. Günümüzde İslam'ın kamusal alanda görünürlüğüne artmasına katkı sağlayan önemli faktörlerden biri, bu dindar iş adamları olsa da, onların piyasadan geri kalmamak adına dinî unsurları daha da soluklaştırdığı gözden kaçmamaktadır. Özellikle bereket, tevekkül, kader vb. gibi dinî anlayış ve değerler, kendini gerçekleştirmiş dindar yatırımcıya göre ikincil bir plana itilmiştir. Burada yeni üretim biçiminin sadece ekonomik yapıyı değiştirmesine değil, aynı zamanda dindar iş adamı vasıtasıyla din anlayışının, dinin yorumlanmasının ve dindar kimliğinin değişmesine tanık olunmaktadır. Bu değişimde iktidar ve dindar iş adamları arasındaki ilişkilerde dinin işlevselliğinin biçimi de göz ardı edilemez.

Bazen bu tür dindar iş adamları, kendi dinî grubunun içindeki Müslümanlar tarafından bile plaza Müslümanları şeklinde adlandırılabilir. Bu doğrultuda postfordist piyasa koşullarına adapte olan üst sınıf dindar, toplumun diğer seküler üst sınıflarıyla benzeşerek neoliberal ve geç kapitalist bir mantık benimserken, alt sınıf dindarlara hâlâ geçmişin dinî ve İslami söylemleriyle seslenmeye devam eder. Alt sınıf dindarlarsa ise bu çelişkiyi, ancak hayat pahalılığıyla yüzleştikleri ve kendi yaşam standartlarıyla üst sınıf dindarın yaşam tarzlarının somut olarak çatıştığı noktada fark edebilir. Bu somut farklılık görülmediği müddetçe alt sınıf dindarlar, üst sınıf dindarları gerek siyasi gerekse ekonomik açıdan ulvi bir davanın taşıyıcıları şeklinde algılamaya ve üst sınıftakileri kendileri uğruna mücadele eden kişiler biçiminde görmeye devam edecekler gibidir. Oysa zaman, düşünce, çıkarlar ve dinî kolektivism, postfordizm ve bireyselliğin önünde çok önceden zaten parçalanmıştır.

KAYNAKÇA

Akşit, Bahattin - Şentürk, Recep - Küçükkural, Önder - Cengiz, Kurtuluş. *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2012.

Anderson, Perry. *Postmodernitenin Kökenleri*. Trc. Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları, 2009.

- Bali, Rifat N. *Tarz-ı Hayattan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu*. Trc. Hazal Deliceçaylı - Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Bauman, Zygmunt. *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*. Trc. Funda Çoban - İnci Kantarcı. Ankara: De ki Basım Yayım, 2010.
- Bauman, Zygmunt. *Bireyselleşmiş Toplum*. Trc. Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.
- Bauman, Zygmunt. *Küreselleşme*. Trc. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Bell, Daniell. *The Coming of Post Industrial Society*. London: Heinemann, 1974.
- Bilici, Mücahit. "İslam'ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı". *İslamın Yeni Kamusal Yüzleri*. Ed. Nilüfer Göle. 216-236. İstanbul: Metis Yayınları, 2000.
- Bodur, Hüsnü Ezber. "Küreselleşme ve Din". *Din Sosyolojisi El Kitabı*. Ed. Niyazi Akyüz - İhsan Çapcıoğlu. 211-219. Ankara: Grafiker Yayınları, 2012.
- Buğra, Ayşe - Savaşkan, Osman. *Türkiye'de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2014.
- Castells, Manuel. *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. Trc. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Dağtaş, Banu - Dağtaş, Erdal. "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması." *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Der. Banu Dağtaş - Erdal Dağtaş. 27-76. Ankara: Ütopya Yayınları, 2009.
- Demirezen, İsmail. *Tüketim Toplumu ve Din*. İstanbul: Dem Yayınları, 2015.
- Giddens, Anthony. *Sosyoloji*. Haz. Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayınları, 2005.
- Gökariksel, Banu - Secor, Anna. J. "New transnational geographies of Islamism, capitalism and subjectivity: the veiling-fashion industry in Turkey". *AREA* 41/1(2009): 6-18. doi: 10.1111/j.1475-4762.2008.00849.x.
- Haenni, Patrick. *Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm*. Trc. Levent Ünsaldı. Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı, 2011.
- Harvey, David. *Postmodernliğin Durumu*. Trc. Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları, 1999.
- Kurban, Samed. "Toplumsal Değişim Sürecinde Sermayenin Uluslararasılaşması ve Devlet İşlevinin Küreselleşmesi". *Toplumsal Değişim Sempozyumu*. Ed. B. Kıran. 347-365. İstanbul: TDS, 2016.
- Kurt, Abdurrahman. *Din Sosyolojisi*. Bursa: Sentez Yayıncılık, 2012.
- Küçükşen, Kübra. *Dindarların Para ile İmtihanı Holding Tecrübesi*. Konya: Çizgi Kitabevi, 2012.
- Lee, Martyn. *Consumer Culture Reborn The cultural politics of consumption*. London and New York: Routledge, 1993.
- Müsiad. *İş Hayatında İslâm İnsanı (Homo Islamicus) Müsiad Araştırma Raporları Rapor No:9*. İstanbul: MÜSİAD, 1994.
- Ongun, Selin. *Başörtülü Kadınlar Anlattı: Türbanlı Erkekler*. İstanbul: Destek Yayınları, 2010.
- Ritzer, George. *Toplumun McDonaldlaştırılması*. Trc. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.
- Sennett, Richard. *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. Trc. Aylin Onacak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

- Sennett, Richard. *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*. Trc. Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Slattery, Martin. "Post-Fordizm Michael Piore". *Sosyolojide Temel Fikirler*. Haz. Ümit Tatlıcan. 440-446. İstanbul: Sentez Yayınları, 2015.
- Sungur, Erol. "Postmodern Tüketim ve Dindarın Seçkinlik (Elitlik) Göstergeleri". *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 10/2 (2017): 1277-1298.
- Thomas, Helen - Walsh, David. F. "Modernlik/Postmodernlik". *Temel Sosyolojik Dikotomiler*. Ed. Chris Jenks. Trc. Ed. İhsan Çapcıoğlu. 492-527. Ankara: Birleşik Yayıncılık, 2012.
- Turan, Müslüm. *Postmodern Teori*. İstanbul: XII Levha Yayınları, 2011.
- Türküsev, Sevda. *Muhafazakar Çapkınlar*. İstanbul: Akis Kitap, 2004.
- Yaşın, Yael Navaro. "Kimlik Piyasası Metalar, İslamcılık, Laiklik". *Kültür Fragmanları Türkiye'de Gündelik Hayat*. Ed. Deniz Kandiyoti – Ayşe Saktanber. 229-258. İstanbul: Metis Yayınları, 2012.

İnternet Kaynakları

- <http://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/421393-erol-yarar-gercek-burjuva-sinifi-biziz> [Erişim Tarihi: 10.10.2018]
- <http://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/421393-erol-yarar-gercek-burjuva-sinifi-biziz> [Erişim Tarihi: 10.10.2018]
- <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/iste-muhafazakar-is-adamlarinin-banka-tercihi-25172767> [Erişim Tarihi: 10.01.2019]

A Sociological Examination on the Reinterpretation of Religious Businessman's Religious Values in Post-Fordist Market

Erol SUNGUR*

Extended Abstract

The postmodernism, beyond an aesthetical or epistemological dissociation, is a cultural manifestation of that the modern form of the production took a new shape. Since 1973, the fordist form of production and Keynesian economic policy whose natures, in a sense, encourage the mass production and mass consumption have lost their significance. Instead, the postfordist understanding in which more flexible labour processes and market approaches took place, the forms of consumptions changed, global geographical mobility and fluidity became prominent, and can be aptly described as a flexible structure has been dominant.

The postfordist era refers to a period in which finance and capital became global and fast-moving, consumption grew individual-focused, service sector earned the importance, new upper and mid classes emerged and differentiating was encouraged.

The rational systems applied to the business world, while targeting that those who are in lower levels work in a way that is as efficient, estimable, foreseeable and supervised as possible, ensures that those who are in higher levels work flexibly, creatively and inefficiently. Because firms as well as give priority to the primary demands of the markets they accommodate a core i.e. central group of labour as large as to meet the unstable secondary demands. But such firms which adopt flexible production make use of secondary i.e. peripheral labour when needed. These firms take advantage of cheap labour and dismiss them easily when the time came. Thus, they meet demands at the highest level while keeping costs at the lowest level. Consequently, central workers benefit from opportunities such as job-protection, big rewards, high-level education but in contrast peripheral workers i.e. secondary labour group is employed as semi-qualified, with lower price and with temporary contracts. Those who are in the second group sustain their lives in the suburbs of the town centers, in the ghettos or third world region's locations and geographies.

The beginning of our country's encounter with this new form of production dates back to the decisions of January 24,1980. This date has been the primary factor in transferring all the forms and lifestyles of the capitalism to Turkey. As in all

* Asst. Prof., Recep Tayyip Erdoğan University, Faculty of Theology, Department of Sociology of Religion, erol.sungur@erdogan.edu.tr, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-7311-3415>

over the world in Turkey religious (Muslim) businessmen have been affected by new flexible business approach which was globalized. The fact that work and career became a source of power, showing-off and social competition like in the other areas of social life has drifted the Muslim part of the society to the position that contradicts the most of the values and expressions which they have been defending in the past.

After 1980 in the course of Turkey's progress towards becoming a society of consumption the religious part of the society gained power both politically and economically, consequently Turkey began to transform into a society of consumption. In this process Turk-Islam Synthesis centered religion approach and liberal economic changes contributed to the growing stronger of the religious section both politically and economically. Demirezen has classified post-1980 period as a) 1980-1991 period or Özal period, b) 1991-1997, rise of "Refah Partisi" (The Welfare Party) and religious bourgeois, c) 1998-2002, February 28 Postmodern Coup and, d) 2002-2009, Adalet ve Kalkınma Partisi (The Justice and Development Party) period. In this periodization the common characteristic of the conservative and religious parts is the idea that an economic strengthening will be achieved by creating Muslim or Islamic elite class.

This new class which has arisen among Muslims whose level of welfare was higher, enlarging small and mid/level establishments owing to the economic and global developments in Turkey, holds the rules of the global capitalism with their conventional religious attributes and their cultural conservativeness together. Such Muslim class so-called the "Petite Bourgeois" experiences their religion by taking part actively in economic and politic areas and with new approach toward religion. These new Muslim petite bourgeois which has particularities of being young and entrepreneur like American "yuppies" bears resemblance to yuppies. Particularly these groups emerging from the religious community conform with the lifestyles and attitudes of secular elites whom they have been criticizing in the past.

In a sense, understanding and approach of new religious individual who achieved success and established his economic status coincides with this perception: The idea that the salvation by achieved works and creations is prevalent in the upper class. The understanding that in reality the true salvation is from god and it depends on god's choice is peculiar to the lower and mid classes. It can be said that some of the upper-class Muslims have abandoned the discourses which were of great importance for them in past such as jihad (cihad), exertion for the sake of religion (mücahede), sharia, and Islamic government and have preferred the practices of postfordist capitalist era. In spite of the idea that the recognition of İslam and that the discernibility of the Islamic values in the public space would increase through rich religious businessmen (a new bourgeois) the unexpected and unforeseen consequences of this aim have caused that the religious values and approaches have been corroded by the same typologies. It is undeniable that the politicians and the businessmen with religious identity have got the common effect on this corrosion.

In this context, although the business associations with religious identity claim that their wealth grew without depending on the state the fact that today a large sum of public tenders and investment is entrusted to the companies which belongs to the same associations leaves the claim of the businessmen with religious identity unfounded. It cannot be denied that there are patronage and particularistic elements in this relation.

Sometimes such religious businessmen can be named as plaza Muslims even by Muslims of their religious group. The upper-class religious who has been adapted to the conditions of the postfordist market still continues to address to the lower-class Muslims with the religious and Islamic discourses of the past while they resemble the other secular upper classes of the society and embrace a neoliberal late-capitalist logic. The lower-class religious can be aware of this contradiction only when they faced the high costs of living and if their living standards conflicts with the lifestyles of the upper-class religious.

This research which was carried out in order to examine this process of change, its effect and its result consists of three main sections. In the first section postfordist form of production and its fundamental understanding on work life was examined. In the second section new strategies that were developed by the global, international and transnational corporations against that understanding are discussed. In the third section, it is identified how religious businessmen have been affected by the postfordist capitalist understanding and the new meanings and interpretations they have added to the religious values was explained. It is described how religious businessmen apply the rules of the capitalist market on the one hand, and how they actualize a lifestyle implying that the values of the past have never been compromised on the other hand.

The research was approached in terms of descriptive analysis. In the research, literature survey and document analyzing were preferred as the method.

