

Bediüzzaman ve “nüfuz casusluğu”



Mü'min müdakkik, uyanık, feraset sahibidir. Her söylenen sözün kalbine girmesine yol vermez. Bir sözü kimin söylediğine, niçin söylediğine, kime söylediğine, ne zaman söylediğine dikkat eder. Hadiselere bir değil, dört, hatta altı cepheden bakar. Taassuptan uzak, selâbet sahibi, yani gerçeği bulduktan sonra ona sıkıca yapışandır.

Bu ölçüler çerçevesinde bakıldığında nüfuz casusluğu, etki ajanlığı; hizmetlerimiz, milletimiz, hatta İslâm âlemi için hassas ve önemli bir problem. Nüfuz etkinliği nedir, nasıl işletiliyor?

I. Dünya Savaşı'ndan sonra yaygın olarak kullanılan “nüfuz casusu” tabirinden Türk kamuoyu yeni yeni haberdar! İşlevinin ise pek farkında değil. Oysa Bediüzzaman, “etki ajanlığını” o devrelerde teşhis edip, karşıt tedbirleri üretmişti. Bu mübalâğalı bir iddiâ gibi görünebilir. Ancak, aşağıda nakledeceğimiz ifadeler göz atılırsa, gerçeğin ta kendisi olduğu anlaşılır:

“Desise-i şeytaniye” adı altında, altı maddede deşifre ettiği, nüfuz casusları ve etki ajanları, insanları şan-şöhret, korku, tamâ (aç gözlülük), yani mal-mülk, gelir sahibi olma hırsı; etnik milliyetçilik, enaniyet (benlik), ve tembellik, tenpervlerlik (yalnız kendini sevmek, kendini düşünme) ile vazifedarlık damarlarından yakalarlar.

“Dessas ehl-i dünyanın hafiyeleri (casusları/ajanları) veya ehl-i dalâletin propagandacıları veya şeytanın şakirtleri;1 öyle desiselerle, onları (Kur'ân'ın talebelerini ve hizmetkârlarını) hizmet-i Kur'âniyeden alıkoyuyorlar ki, haberleri olmadan bir kısmına fazla iş buluyorlar, tâ ki hizmet-i Kur'âniyeye vakit bulmasın. Bir kısmına da dünyanın cazibedar şeylerini gösteriyorlar ki, hevesi uyanıp, hizmete karşı bir gaflet gelsin.”2

Sahanın uzmanları, dünyanın değiştiğine; ajanlığın, casusluğun da küreviyete, globaliğe ayak uydurarak kabuk değiştirdiğine dikkat çeker. Eski zamanın klâsik casusluk işlevini şimdi “uydular” görüyor. Yeni sistemde, casusluk/ajanlık, “sosyal-ekonomik-siyasal-dinî-kültürel istihbarat” çerçevelerinde yürütülüyor. Artık dışişleri, içişleri, ekonomi-maliye bakanlıkları, Kızılhaç, pilot üniversiteler, enstitüler, vakıflar, özel misyonu olan kardinaler, piskoposlar, hahamlar ve bütün misyoner örgütleri, yurtdışında yatırım yapan şirketler, kezâ temsilciliği olan basın ve haber ajansları gibi çeşitli kuruluşlar, istihbarat örgütlerinin çalışma alanlarıdır; iç içe çalışırlar.

İstihbarat-ajitasyon faaliyetleri, yerli işbirlikçilere, taşeronlara havale edilir. Siparişi alanlara da, literatürde “etki ajanları”, “yönlendirici ajanlar” veya “nüfuz casusları” deniliyor. Avam lisanında adları “maşa”dır. Yeni ajan, yani, “etki veya yönlendirici ajanlar” üç grupta incelenir:

– Profesyonel ajanlar

- Satın alınabilir aydınlar

- Sempatizanlar, amatörler.

Profesyoneller, casusluk için hem yurt dışında, hem de yurt içinde eğitilirler. “Satın alınabilir Aydınlar” özellikle medyada, bürokraside ve siyaset sahnesinden devşirirler. “Yönlendirici ajanlar” basında veya herhangi bir müessesenin patron veya önderidir. Bunlar, iktidarı etkileme yönünde kullanılırlar. “Sempatizanlar”, kitle iletişim, eğlence ve eğitim vasıtalarıyla (sinema, müzik, moda, internet, televizyon vb.) yönlendirilirler.

Bu sahada en etkin çalışan şüphesiz ABD’dir. CIA bu işler için onlarca milyar dolarlar harcıyor. Çeşitli think-tank kuruluşları, üniversiteler, vakıflar buna yöneliktir. Hatta, “green card” sistemi de bunun bir parçasıdır. Her yıl 50000 şanslı(!) Amerikan vatandaşlığına dâvet ederler. Çok zekî, dile hâkim olanları istihdam ederler; beyin gücünden istifade eder, sempatzanı yaparlar; propagandalarını yaptırırlar. Kişiliği uygun görülenler profesyonel eğitime tâbî tutulur, özel olarak yetiştirilirler.

Ve kimi manipulasyonlarla etnik yapılar, fanatik sağcılar-solcular, radikal ve aykırı mezhepler, teröre açık gruplar, hatta dindar insanlar bile yönlendirilir ve kullanılır.

Bir zamanlar ABD ve İsrail karşıtı olan siyasî kuruluşlar, nasıl ABD’ci ve İsrail sempatzanı haline dönüştürüldüler? ABD’nin güvenlik stratejisinin temel prensibi şudur: Kendisine yönelik tehdidi, kendi kontrolü altında hedef ülkelere yönlendirmektir.

Meşrûtiyet sonrasında Osmanlı ülkesinde azınlık okulları ve kolejler; I. Dünya Savaşı döneminde Türkiye’de 1000’i aşkın yabancı kolej kurulduğunu ve bunların Anadolu’nun her tarafına yaygınlaştırıldığını, nüfuz casusluğu ve etki ajanlığı için kullanıldığını unutmayalım.

Dipnotlar: 1- Mektûbât, s. 401.; 2- A.g.e., s. 414.