



## TÜRKİYE'DE POPÜLER KÜLTÜR DİN VE KADIN ADLI ESERİN TANITIMI

Muhammet Fatih DEMİRDAĞ  
Ankara Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Felsefe ve Din Bilimleri A.B.D  
Ankara-Türkiye  
[demirdagfatih06@gmail.com](mailto:demirdagfatih06@gmail.com)

**Atıf gösterme:** Demirdağ, M.F. (2017). Türkiye’de Popüler Kültür Din ve Kadın Adlı Eserin Tanıtımı, *Universal Journal of Theology*, 2 (2), 2017, 175-178.

Türkiye’de Popüler Kültür Din ve Kadın, Birsen Banu Okutan, Düşün Yayıncılık, İstanbul 2013.

Tanıtacağımız bu kitap, yazarın doktora tezinin ilk iki bölümünün çıkartılmış halidir. Çıkartılan bu bölümler popüler kültür kavramının ne olduğunu ve teorik alt yapıyı oluşturmaktadır. Yazarın yayınlanan kitap ve kitap bölümlerinin yanı sıra, yayınlanmış pek çok bildiri, araştırma, çeviri ve bilimsel makalesi bulunmaktadır. Yazar hakkındaki bu tanıtıcı ifadelerden sonra “Türkiye’de Popüler Kültür Din ve Kadın” isimli esere devam edebiliriz.

Cumhuriyetin kadın temsili üzerinden yapılan toplumsal cinsiyet araştırmaları kadının medyaya, özelde popüler kültüre, eklenme süreci etraflıca incelenme konusu olmamıştır. Başörtüsü ile temsili rol oynayan kadının ne toplumsal hayatta konumlanması, ne sosyal, siyasal, ekonomik düzlemlerde verdiği mücadeleler ne de popüler kültür araçlarıyla etkileşimi hak ettiği ilgiyi görmüştür. Dolayısıyla yazar, kadın-popüler kültür ilişkisinin yeterli ilgiyi görmediği alanda, başörtülülerin ihmal düzeyinin daha yüksek olmasının bu konuda çalışmayı ihtiyaç haline getirdiğini belirtmiştir. Ayrıca çalışmanın din sosyolojisi literatürüne katkısı da, popüler kültür din ilişkisini kadın üzerinden tanımlayan bir çalışma olmasıdır.

Bu çalışmanın amacı, dini aidiyet biçilmiş roller arasında kendini var etmeye çalışan, kadınsallığın temsili rolünü taşıyan başörtülü kadınları kelimelelendirmektir. Başka bir ifadeyle popüler kültür din ilişkisini, dinin en görünür sembolü “başörtüsü” üzerinde taşıyan kadınlar aracılığıyla incelemektir. Ayrıca örneklem grubundaki başörtülü kadınlar, 1970-1990 yılları arasında doğanlar şeklinde belirlenmiştir. 1970’li yıllarda, ekonomide meydana gelen değişimle başlayan, 1980’li yıllarda artan iletişim teknoloji ve beraberindeki siyasal, ekonomik değişiklikler, toplumun

sosyo-kültürel yapısını da değiştirmiş; 1990'lı yıllarda küreselleşen kitle iletişim araçlarıyla birlikte popüler kültür oluşmuştur. Bu periyotta doğmuş bireyler gençlik dönemlerinde popüler kültür ürünleri ile yüzleşmiştir. Buna ek olarak Türkiye'nin en gözde metropolü olması hasebiyle çalışma İstanbul'da yapılmıştır.

Yazarın belirttiği üzere çalışmanın zaman dilimi, 3 Aralık 2011 tarihi ile 20 Mart 2012 tarihlerini kapsamaktadır. Ayrıca gelir düzeyi bakımından genel olarak orta tabaka seçilmiş ve her görüşmeciyeye Arşiv 1'den başlamak üzere sıra numarası verilmiştir. Yöntem olarak ise nitel tercih edilmiş, derinlemesine mülakatlarla sosyolojik müdahale ekseninde 40 kişiyle yüz yüze görüşülmüştür. Seçilen bu 40 kişi de, 20 çalışan ve 20 çalışmayan olarak ikiye ayrılmıştır. Yazarın ifadesiyle görüşmeler, ev, ofis, kafe gibi alanlarda yaklaşık 1 ile 3 saat arasında yapılmıştır.

Araştırılan konuyu temsil eden tüm kişilere ulaşılamayacağı için bir örneklem grubu oluşturulmuştur. Mülakat yapılan kişiler belirlenirken kartopu örnekleme kullanılmıştır. Mamafih örneklem, 1970-1990 yıllarını kapsayan, İstanbul'da yaşayan, belirli bir alım gücüne sahip orta (ortanın alt/orta/üst) tabakayı temsile den başörtülü kadınlardan oluşmaktadır.

Bu çalışmada katılımcılara önceden belirlenmiş 75 soru sorulmuştur. Görüşmecilerden önce örtü hakkında konuşmaları istenmiştir. Zira başörtüsünün hangi şartlar altında kullanılmaya başlandığını anlamak, örtüye karşı besledikleri ya da beslemedikleri aidiyet duygusunu çözümlenmeye çalışmak, örtünme sorularının asıl amacıdır. Ayrıca katılımcıların dini algıları ve yaşayışları da öğrenilmek istenmiştir. Tek tek dini öğretilerini yerine getirip getirmediğini sormak yerine Ramazan ayı üzerinden dini yaşayışlarını tanımlamaları beklenmiştir. Bu hususta Ramazan ayına ilişkin yaptıkları rutinler sorulmuştur. Görüşmecilerden, dinin genel olarak bireyin davranış biçimlerini, gündelik pratiklerini ne yönde etkilediği, ne kadar belirleyici olduğu, nasıl kontrol ettiği veya etmediği hususunda yorumları istenmiştir. Akabinde, popüler kültürle girdikleri etkileşim ve tepkiler alınmıştır. Bu bağlamda çalışmanın genelinde takip edilen, “radyo, televizyon ve popüler ürünler”, “gazete, dergi, popüler okumalar ve internet”, “sinema ve müzik”, “tüketim alışkanlıkları ve gündelik pratikleri” gibi kategoriler üzerinden sorulan sorulara yanıtları istenmiştir. Katılımcıların popüler din ile olan ilişkilerine bakılmış, rüya tabirleri, ilahiler, sır programları, astroloji-fal, dualarla işlenmiş panolar, duvar süsleri, cevşen veya uğurlu objelerle geliştirdikleri ya da geliştirmedikleri etkileşim sorulmuştur.

Bu çalışma, özellikle popüler kültür ve dindar kadınlar üzerine odaklanmış, giriş ve dört bölümle sınırlandırılmıştır. İlk bölümde, din ve dini göstergeler ile popüler kültür arasındaki ilişkiselliğin teorize edilişi gösterilmiş, din ve kültür arasındaki yakınlaşma formel, folk ve popüler

din kavramları dahilinde izah edilmiştir. Türkiye’deki din-popüler kültür ilişkisinin eko-politiği yapılmış, Türkiye’de kutsalın pazarlanma şekli *Ramazan Ayı* üzerinden gösterilmiştir. Burada konu, 11 Ağustos-8 Eylül 2010 tarihlerini kapsayan Hürriyet (sol), Yeniçağ (sağ), Zaman (muhafazakâr) ve posta (kimliksiz popüleri) gazetelerinin merceğinden incelenmiştir. İkinci bölümde yazar, başörtüsünün popüler kültür ürünleri içerisindeki temsil şekillerinin göstermeyi amaçladığını ifade etmiştir. Zira başörtülü kadınların kitle iletişim araçlarındaki mevcut isimlendirilme ve tanımlanma şekillerini anlamak bu bölümün temelidir. Bu bağlamda popüler kültür ürünlerini, “radyo, televizyon ve popüler ürünler”, “gazete, dergi, popüler okumalar ve internet”, “sinema ve popüler müzik” ve “tüketim alışkanlıkları” kapsamaktadır. Üçüncü bölümde ise başörtülü kadınların popüler kültür ile girdikleri ilişkiselliğin yönü, katılımcıların kendi dil kurguları çerçevesinde anlaşılmaya çalışılmıştır. Keza katılımcıların ifadeleriyle başörtüsünün sadece bir örtü olmadığı kimliğin önemli bir bölümünü temsil ettiği anlaşılmaktadır. Örtünün görünürlüğü değişebilmekte fakat yok olmamaktadır. Değerlendirme bölümünde ise örneklem kitle ile mülakat sonuçlarının analitik çözümlemesi yapılmıştır.

Çalışmanın geneline bakacak olursak birinci bölüm, incelemenin deskriptif yönlerini içerirken, ikinci bölüm popüler kültür üzerine teorik çerçevelerin kategorik açılımını sunmuştur. Bu bölümde, tüm çalışma boyunca kast edilen popüler kültür tanımlamasının ne olduğuna ilişkin kavramsal netlik sağlanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölüm, Türkiye’deki popüler kültürün eko-politiğini kontekst düzleminde irdeleyip, ulusal popüler kültür ürünlerinde kadınsallığın ne şekilde ortaya çıktığını metin eksenli ortaya koyarken; dördüncü bölümde yazar, popüler kültür din ilişkisinin kurumsal yorumlarını sunarak, Türkiye’de eko-politiğini yapmış, metinsel analizi ise Ramazan ayı üzerinden gazeteler aracılığıyla örneklendirmiştir. Buraya kadarki bölümler ana temanın anlaşılması için gerekli araçları sağlamıştır.

Araştırmanın genelinden çıkan sonuç, 1970-1990 yılları arasında doğan ve orta sınıfi temsil eden başörtülü kadınların, genel olarak, yaşadıkları dönem itibariyle marjinalize edilmiş, başörtüleri dolayısıyla “görölmüş”, “hor görölmüş” veya “görölmemiş” olduğudur. Toplumsal olarak marjinalize edilmiş bireyler de topluma entegre olma yolları aramışlar, olamadıkları durumlarda kendi kamularında nefes almaya çalışmışlardır. Muhafazakar siyaset ortamının getirdiği koşullar ise üniversite, gezi, eğlence, tatil yerleri, medya gibi kamusal düzlemlerde başörtülülerin görünürlüğünü arttırmış ve örtülüler kendilerince entegrasyon sürecine girmiştir. Yaşanılan bu sürecin, muhafazakâr üretim havuzlarının genişlemesiyle başörtülülerin popüler kültür ürünleriyle ilişkiselliklerinin daha da yoğunlaştığı ifade edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, popüler kültür ürünlerinin bireysel hayat üzerinde değiştirici ve dönüştürücü etkisiyle, başörtülü kadınlarda “kabul görmek görünmek” ve “bir şeyler yapmak, işe yaramak” istemektedirler. Zira kitle iletişim araçlarınınca sunulan “güzel, bakımlı ve şık” algısı kabul görme ve görünme isteğini tetiklemektedir.

Katılımcılar yapmak istedikleri veya merak ettikleri alanlarda da kurslara kayıt olduklarını, kimi zaman da serbest aktiviteler yaparak doyuma ulaşmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Yazar, popüler kültürle tampon gören bu isteklerin çoğu zaman doyuma ulaşmadığını, başka bir istek olarak yeniden cereyan ettiğini söylemiştir.

Popüler kültür atmosferinde yaratılan “isterler zinciri” ile hassasiyet gösterdikleri “dini değer ve ilkeler” arasında kalan bireylerin de zamanla çelişkiler yaşadığı, patetik durumu telafi etmeye yönelik çeşitli meşruiyet yolları aradığı belirtilmiştir. Ayrıca bu meşruiyet yollarının bireyler açısından farklılık gösterse de, tüketime yönelik durumlarda genel olarak maddi durum iyileştikçe, lüks tüketimin de ihtiyaç çerçevesinde değerlendirildiği görülmüştür. Buradan yola çıkarak yazar, maddi koşulların dini algılama şekilleri üzerinde bir hegemonyaya sahip olduğunu söylemiştir.

Yazar bu çalışmanın güçlü tarafını, popüler kültür ve gündelik yaşam tarzlarının dini kimliklerini ön plana çıkartan kadınların, kendi dil kurgularından dinlenmesi ve sosyolojik müdahale ile katılımcıları düşünmeye sevk etmesine bağlamıştır. Keza katılımcılar, “bunu hiç düşünmemiştim”, “şimdi fark ediyorum yapmadığımı”, “şimdi utandım”, “kendimi kötü hissettim”, “sebebini bilmiyorum” gibi sözlerle özeleştirimlerini dile getirmiştir.

Sonuç bölümünde yazar, popüler kültür ile başörtülü kadının girdiği ilişkiselliğin hesap edilmemiş sonucunu, özneleşme sürecinin sabote edilmesine bağlamıştır. Yazar, piyasa mekanizmasının bireyselleşmekten özneleşme sürecine geçmeyi zorlaştırdığını, başörtülü kadının da dini aidiyetleri ile popüler kültürün isterleri arasında kaykıldığı düşünüldüğünde durumun alengirliğini ortaya çıkardığını belirtmiştir.

Son olarak bu çalışma, anlaşılır ve sade bir üslupta fakat akıcı bir dile sahip değildir. Bunun sebebi ise büyük ihtimalle eserin doktora tezi olmasıdır. Buna ilaveten genişletilmiş kaynakçasıyla eserin, popüler kültür, tesettür ve diğer kadın çalışmalarında kullanılacak bir kaynak niteliğine sahip olduğunu ifade edebiliriz. Sosyolojik müdahale, yapılan derinlemesine yüz yüze görüşmeler ve mülakat soruları nitel araştırma yapacaklar içinde bir örnek teşkil etmektedir.

## **KAYNAK**

Okutan, Birsen Banu, Türkiye’de *Popüler Kültür Din ve Kadın*, Düşün Yayıncılık, İstanbul 2013.