

# popüler dindarlık çağı: tüketilen islam

ERKAN PERŞEMBE

Yrd. Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

Din bilimci Rudolf Otto, dinin özünde insanların 'Kutsal'la olan etkileşimlerinin yattığını söyler. Ancak dinler insanlara, kutsal ve gizemli olanla etkileşimlerinin ötesinde yaşadıkları dünya ve evrende anlamlı ve doğru yaşayabilme konusunda kişisel ve aşkın çok sayıda deneyimleri de paylaşma imkânı sağlamaktadır. İnsan, inançlarının kendi hayat biçimi üzerinde oluşan ve yaşantısıyla bütünleşen yönlerini yansıtırken, hayatın değişen dinamiğinden etkilenerek farklı dindarlık biçimlerini ortaya çıkarabilmektedir. Dinin belirlediği yaşama biçimi ile insanların dindarlık kabulleri arasındaki ayrımın temelinde, toplumların farklı kültürel ortamları ve bu yapının sürekli değişim içinde bulunması yatmaktadır.

Dünyanın son yüzyıllar içinde geçirdiği toplumsal değişmelerin önemli bir dinamiği olarak, geleneksel yaşam formlarından, modernliğe geçişin yarattığı sorunlar ve doğur-



duğu gerilimler, günümüz toplumlarının gerçekliğidir. Modernlik bilincinin yükselmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte popüler/tüketim kültürünün kuşatıcılığı bütün dünyada sürekli değişen ve yenilenen bir yaşam biçimini ortaya çıkarmaktadır. Popüler/tüketim kültürünün metalaştırdığı hayatın içinde din ve geleneksel değerler de dönüştürülerek, yeni tarz dindarlıklar doğurmaktadır. Din ve modernleşme arasında ilginç bileşimler ve gerilimler yaşanan Türk toplumunda da, popüler kültür/tüketim kültürünün yaygınlaşan etkisi, farklılaşan dindarlıkları gündeme getirmektedir.

### Popüler/Tüketim Kültürü ve Dindarlıklar

Popüler kültür, gündelik hayat içinde oluşan ve insanların tüketim düzeyinde katıldıkları, zaman zaman üretimini de yönlendirebildikleri bir kültürel olgudur. Çünkü popüler kültürün oluşturucu öğeleri toplumun her kesiminden, tarihin her diliminden, gündelik yaşam içerisine sinmiş değerlerden, gelenek ve göreneklerden, kısacası yaşam deneyimleri ile gündelik yaşam pratiklerinin tümünden etkiler taşır (Arslan, 2004).

**Modernlik, din düşüncesinden soyutladığı insana bu dünyada mutluluk vaat ederken, kendine uyumlu bilgi, gerçeklik ve yaşam anlayışı geliştirerek, insanî ilişkileri üretim ve tüketime endekli bir sistem içinde dikkate alıyordu. Modernlik bilincine dayalı popüler/tüketim kültürü, hayatın amacını bireyin her şeyden haz elde etmesi olarak belirlemektedir.**

Günümüz dünyasında, yaşanan devrim niteliğindeki teknolojik değişiklikler hayatın birçok boyutunu hızlı bir şekilde ve küresel ölçekte değiştiriyor. Her toplum bu dönüşümle beraber ticarileştirilmiş faaliyetler ve kitle üretim kültüründen oluşan popüler/tüketim kültürünün hâkimiyeti altına girmekte ve bununla beraber bu kültürün öngördüğü yeni bir gerçek-

lik anlayışını içselleştirmektedir. Popüler/tüketim kültürü bu toplumlara ait kültürel değerleri tüketim kültürünün kodları ve pazar ekonomisinin mantığı içinde yeniden üreterek değiştirmektedir. Modernlik bilincinin küresel kuşatıcılığı olarak da tanımlayabileceğimiz bu süreç, geleneksel kültür ve değerler üzerinde giderek daha çok etkin olurken, dindarlıkla ilgili kategoriler de yeni anlamlar kazanmaktadır. Modernliğin inanç ve bilgi kollarında yarattığı sarsıntı ve söz konusu oluşumların ürettiği din algısı, dindarlığı yeni değişkenler ve yeni belirleyiciler ekseninde farklılaştırmaktadır.

Modernlik, din düşüncesinden soyutladığı insana bu dünyada mutluluk vaat ederken, kendine uyumlu bilgi, gerçeklik ve yaşam anlayışı geliştirerek, insanî ilişkileri üretim ve tüketime endekli bir sistem içinde dikkate alıyordu. Modernlik bilincine dayalı popüler/tüketim kültürü, hayatın amacını bireyin her şeyden haz elde etmesi olarak belirlemektedir. Toplumların sınır tanımaz taleplerine bağlı tüketim kültürü çoğunlukla hiçbir ahlâki ilkeyi dikkate almayan bir konumda yükselmektedir. Bu kapsamda hâkim kültürün metalaştırdığı değerlerin kuşatıcılığı altında, dindar insanların dinle ilgili talep ve anlam arayışlarının da hızla dönüştüğü görülmektedir. Dindarın mütevazî yaşantı dünyası bu değerler karmaşası içinde gerçekliğini yitirmekte, haz odaklı tüketim yönelişi ahlâkî değerler ve dinî anlayış üzerinde çarpıcı değişimler oluşturmaktadır. Bu nedenle tüketim kültürünün ilk trajik etkisini toplumun ahlâk kodlarındaki alt-üst oluşta görüyoruz. Kuşkusuz, bu gelişmeler, hem dinin hem de dindarın tipik çehresini dönüştürmektedir. Artık dindar bir kişinin dünyası, küreselliğin düşünce çeşitliliğiyle olduğu kadar onun beslediği kararsız eğilimlerle de birleşen yeni bir bünye oluşturmaktadır. Dinin tanımı ve işlevleri yeniden kodlanmakta, dindar da kendini esastan dönüştürmektedir. Öte yandan, dinî içerikler modaya



açık bir hale geldiği için, bunların değişmez birer gerçek olarak korunmasının yolu da giderek zorlaşmaktadır (Berger, 2000, 217).

### Popüler Kültür ve Müslümanlar

Modernleşmeye karşı direnme süreci içinde olmasına rağmen, giderek bu dünyanın bir parçası olan günümüz Müslümanlarının da köklü bir zihniyet değişimi yaşamakta olduğunu söyleyebiliriz. Bu değişimin sonucu olarak İslam'a ait değer ve hükümleri algılama ve yaşama biçimi giderek farklılaşmaktadır. Tüketim kültürünün içselleştirilip benimsenmesi Müslümanları, hiçbir ahlâkî ilke taşımayan piyasa ekonomisinin hâkim mantığına uygun düşecek şekilde, İslam'ın yeniden üretilerek tüketime sunulmasını doğurmaktadır (Arslan, 2000, 125). Popüler/tüketim kültürünün oluşturmaya başladığı ortam içinde İslamî hakikatın taşıyıcısı durumundaki kültürel ve sosyal formların sürekli kırılmalar yaşaması, bunlara ait sınırların aşınmaya uğrayarak belirsizleşmeye başlaması burada önemli noktayı teşkil etmektedir. Neyin Müslümanların inandıkları dinin hakikatini yaşama sınırına dahil, neyin dahil olmadığı hususunda içine düşülen tereddüt, Müslümanları bugün yönü ve anlamı açık olmayan müphem bir değişim furyasının içine sokabilmektedir. Müslümanların değişen yeni yaşama düzenlerinde, teknoloji kullanımı ve diğer tüketim eğilimleri, modernliğin değerleriyle artarak özdeşleşen bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Bu ise zamanla modernlik algısına, din içinde meşruiyet aramaya kadar uzanan bir paranoyayı üretmektedir.

"Popüler kültüre ait İslam, Müslümanlara özgü bir yolla Modernizm karşısında bir konum arayışıdır ve bir anlamda modern dünyanın nasislerinden yararlanarak -eğitim, tüketim, medya ve siyaset yoluyla- modernleşen ve giderek seküler spiralin içine giren bir Müslümanlıktır." (Göle, 2000, 54) Müslümanlar, se-

küler bir zaman dilimine ve pratiklere dahil olma arzusuyla ödünç alıp dönüştürdükleri alternatif mekanlarda (kafeler, tatil kompleksleri, alışveriş mağazaları) modernliği İslamî nitelikleriyle tecrübe etmenin getirdiği iç çelişkileri ve sıkıntıları artık iyice aşmış bulunuyorlar.

Türk toplumunda çevrenin dini eğilimleri halk katlarında algılanan ve yaşanan geleneksel İslam anlayışı olarak, zorunlu modernleşme eğilimleriyle uzunca bir süre bağdaşamamıştır. Geleneksel halk dindarlığının modernleşmeyle bağdaşır duruma gelişi, çevreden merkeze taşınan insanların, kentleşme deneyiminde serbest piyasa ekonomisinin imkân ve fırsatlarını değerlendirebilme azmi ve iradesiyle gerçekleşmektedir (Çelik, 2002, 94). Teknolojinin arabeskleşmiş bir kültür bağlamında içselleştirilmesi, yeni tüketim alışkanlıkları ile dinî algılar arasında karikatürize ol-

**Modernleşmeye karşı direnme süreci içinde olmasına rağmen, giderek bu dünyanın bir parçası olan günümüz Müslümanlarının da köklü bir zihniyet değişimi yaşamakta olduğunu söyleyebiliriz. Bu değişimin sonucu olarak İslam'a ait değer ve hükümleri algılama ve yaşama biçimi giderek farklılaşmaktadır.**

muş çarpıcı bileşimler, çevrenin din anlayışına transfer olan yeni yansımalarıdır. Aslında her din, bir yandan toplumdaki yerleşik düzeni koruma konusunda birtakım roller üstlenirken, bir yandan da bu düzeni daha yüksek bir bilinç ve inanç evreninde değiştirmeyi talep etmektedir. Bu da dinlerin hem değişim hem de durgunluk için elverişli şartlarda dikkate değer roller üstlendiğini göstermektedir.

İslami popüler kültür değişime açık, istikrarsız ve akışkan bir şeydir. Bunun nedeni sadece kâr odaklı bir endüstri tarafından üretilen ve dağıtılan metalar aracılığıyla ticarileştirilmiş tüketimden ibaret değildir. Popüler kültür bir



sosyal sistem dâhilinde anlamların ve zevklerin üretilip dolaşıma sokulduğu aktif bir süreçtir. Bu kültür, kitle iletişim araçları tarafından üretilmekte; diğer bir ifadeyle ticarî faaliyeti esas alan ve arkasında iletişim teknolojisinin olduğu kitle üretim kültüründen oluşmaktadır. Bu kültürün esası sürekli olarak yeniden üretime dayanmakta; bütün sosyal ilişkilere market yönelimli bir içerik katmakta; insanı, değer

**Dinin değişen yorumlanma düzeyinde mevcut ekonomik, kültürel ilişkilere yaklaşımda oluşan çeşitli ahlâkî tutum ve eylemler (dinin mümine kazandırdığı zihniyet), piyasanın koşullarına ve yaşanan toplumsal ilişkilerin çıkara dayanan mantığına göre biçimlenebilmektedir.**

ve hedeflerini kendisi tarafından tanımlanmış bir hayat tarzına ve refah anlayışına göre şekillendirmektedir. Tüketim kültürü tarafından kısıktılmış, liberalizmin öngördüğü serbest piyasa ekonomisine dayalı hayatın, insana yönelttiği sürekli değişim taleplerinin sahiciliğine inanmaya başlamış Müslüman, kendi geleceğine uyumlu bir inancı yaşatmaya çalışırken hayatın pratiğindeki ilişkilerde kendisi için tutunacak bir yer edinmeye çalışmaktadır.

Zira bu kültür dinin yaşanmakta olan tarihsel sürekliliğini yeniden tanımlayarak tüketiciye sunmak istemektedir. Tarihsel tecrübe içindeki sevap kazanmak, ibadet etmek ve dinin gerektirdiği amellerin, mümkün olduğu kadar kılık değiştirerek yeni tüketim nesnesi olarak öncelikle dindarlara sunulması bundandır.

Yeni ilişkilerle beraber Müslümanlar, hem sermaye birikimi hem de yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları cihetinden hızla dönüşüme uğradı. Bunlar kapitalizmin öngördüğü ticaret mantığının ve yine temelinde onun bulunduğu popüler/tüketim kültürünün öngördüğü kalıplara dökülmeye başlandı. Böylece İslamî

kesimde zihniyet başta olmak üzere yaşam tercihleri düzeyinde de köklü ve kapsamlı değişiklikler görülebilmektedir. İslam'ın ısrarla hatırlattığı cemaatsel dayanışma bile serbest piyasa ekonomisine katılımın gücü olarak kullanılmaya başlanmıştır (Arslan, 2002, 116). Dolayısıyla, bazı cemaat ve tarikat gruplarının büyük çaplı holdingleşme başarıları söz konusu olabilmıştır. Cemaat dayanışmasının, para ve sermaye gücü olarak yönlendirilebilir olmasının tartışmalı yönü ise, bazı Müslümanların dünya malı karşısında gösterdiği aşırı ihtiras nedeniyle, kendilerine güvenen ve bağlanan insanların dinî duygularını istismar edebilen bir duruş sergileyebilmeleridir.

Dinin değişen yorumlanma düzeyinde mevcut ekonomik, kültürel ilişkilere yaklaşımda oluşan çeşitli ahlâkî tutum ve eylemler (dinin mümine kazandırdığı zihniyet), piyasanın koşullarına ve yaşanan toplumsal ilişkilerin çıkara dayanan mantığına göre biçimlenebilmektedir. Bu durum dindarlığın özünü içselleştirememiş, şekli unsurları ağırlıklı bir dindarlık kimliğini ön plâna çıkarırken, insan ilişkilerinde ve çalışma yaşamında etik olmayan değerleri meşrulaştıran bir anlayış ağırlık kazanabilmektedir. Bunun en önemli nedeni yeterli dinsel bilgilenme düzeyine sahip olamayan kitleler ya da kendi anlayışlarına göre tanımlanmış dindarlık biçimlerinin gerçek İslam'ı temsil edebilecek düzeyde yükselememesidir. Bu tür bir dindarlık İslam'ı temsil etmekten çok onu tüketen, yapılan yanlışlıkları ona fatura ettirebilen bir anlayıştır. Böylece yeniden inşa edilen dindarlıkta anlam kaybına uğrayan erdemli olma ve dinin tanımladığı erdemli insan örneği, teferruattaki görünürlükler üzerinden tanımlanmaktadır. Bu durumda sembollerle ifade edilen dindarlığın görünürlüğü, çeşitli platformlarda modernlikle kurduğu ilişkilere göre ancak çeşitli melez formlarla kendisini ifade edebilmektedir.

Değişim süreçlerinin Müslümanı götürdüğü



yer, kendi ahlâkî değerlerinin, serbest piyasa deneyiminde sürekli kırılmalara uğramasıdır. Yeni ekonomik ilişkilere katılan dindarlar, kendinden önceki kuşakların ısrarla sürdürdükleri ahlâk temelli ticareti, yeni piyasa ekonomisi karşısında söz konusu etmekten çok, ahlâkî değerleri bu türden bir ticaretin elzem kıldığı dayanışmayı sağlama imkânı olarak kullanmayı tercih etmektedir. Yeni ilişkilerle beraber bu kesim hem sermaye birikimi hem de yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları yönünden hızla dönüşüme uğramaktadır. Kendini "öteki" karşısında tanımlarken, Müslümanı farklı kılan değerler, ilkeler ve ideallerin çoğunluğu hayatın pratiğindeki aynı ekonomik faaliyet süreçleri içinde düzenleyici ve anlamlı olmaktan çıkmış bulunuyor (Arslan, 2002, 118).

Bu dönüşüm içinde Müslümanlar, ilhamını köy pratiğinden alan yeni ve nesepsiz bir üslup içinde abartılmış sembollerle, aksesuarlara verilen önemle ifade ederken, basit ve sığ sloganlara indirgenmiş bir İslam anlayışını kendi çelişkilerine kurban etmektedirler. Alkan'ın vurguladığı gibi, "Tasavvuf musikisini universal kalitelere ulaştırmış bir gelenek terk edilerek sıtma görmemiş falso seslerden ilahî grupları teşkil edilmesi, hat sanatında dünyanın en iyilerini yetiştirmiş bir ülkede, Mısır baskılı, üzerine sim yapıştırılmış, çirkin kaligrafisiyle ruhu tırmalayan hüsn(!)-i hatt levhalarının işporta tezgâhlarında müşteri bulabilmesi, arabesk bestelere arabesk dinî güfteler yazılarak bunlardan cayır cayır satan kasetler üretilmesi ve -hayrettir- bunların son derece rağbet görmesi sebepsiz değildir." (Alkan, 1997, 102) Özellikle ilahilerin popülist bir tarzda işlenerek, müzik terbiyesi görmemiş sesler tarafından arka fonda gürültülü bir zikir pop karışımı ritimle pazarlanmaya çalışılması önemli bir düzey düşüklüğünü göstermektedir. Huzur ve dinginlik hissi veren tarihî camilerimizin etrafları bu ses ve avazelerin gürültüsü içinde bir

semt pazarına dönüştürülürken, 'Herşey satılık',<sup>1</sup> sloganını haklılaştırabilecek şekilde, bu pazarlarda satışı yapılan birçok nesne, popülerleştirilmiş bir kültürün izlerini taşımaktadır. Camilerin etrafını 'alışveriş mabedleri'ne çeviren ve böylelikle ekonomiyi de canlandıran insanlar, sanki uhrevî bir mekânda, yarı uhrevî yarı dünyevî (teknolojik) tüketim nesnelileriyle 'dünyayı büyüden arındıran' süreçlere daha fazla hizmet ediyor gibiler.

Gündelik hayatın değişen dinamiğinde bir tutunum arayanların 'sahih din' olarak yüceltilen bir gerçekliği keşfedebilmeleri, küresel dünyanın melezeleştirdiği göreceli dindarlıklar arasında çok daha zor artık. Din dahil, her türlü kimliğin görecelileştiği bu çağda, hiçbir insan sahîh veya pürîten bir kimlik yaşayamaz duruma sürüklenmektedir.

Bu çerçevede "huzur" kavramı zamanla, dışarıdaki acımasız hayatın içinde olmak zorunda olan veya bu yönde tercihini yapan; ama bir durup nefes alma ihtiyacındaki insanın, kendi-

### **Gündelik hayatın değişen dinamiğinde bir tutunum arayanların 'sahîh din' olarak yüceltilen bir gerçekliği keşfedebilmeleri, küresel dünyanın melezeleştirdiği göreceli dindarlıklar arasında çok daha zor artık.**

sini bir sonraki günün yıpranmaları karşısında yeniden üretmesine yol açacak her şey olarak anlaşılmaya başlandı. Tasavvufu stresin en kesin ilacı olarak lanse eden insanlar da bu ortamda ortaya çıkabilirdi. Bir zikir ayininde ara verildiğinde birbirlerine marlboro uzatan insanların buradan hızla futbol muhabbetine geçişleri şaşırtıcıdır. Öyleyse huzur, dindarca yaşamanın bir neticesi olarak elde edilen tatmin değil de gündelik hayata katlanmanın kolaylaştırıcı bir bileşeni olarak dönüştürülüyor denilebilir (Taşkın, 2003, 96).



Gündelik hayatın değişen dinamiğinde Müslümanlar, popüler kültüre direnebilmek ya da onun ürünlerini kendilerince takdis ederek uyum sağlayabilmek arasında bir yerdeler. Hızla değişen bir dünyada, piyasanın belirlediği toplumsal yaşam alanları arasındaki mesafeler en azından tüketici olma düzeyinde sürrekli azalmaktadır. Alışveriş merkezleri ve kartla kolaylaştırılan tüketim tutkuları, turizm hareketliliği ve tatil yapma arzuları, TV eğlence şovlarında görünmek, kentsel dönüşüm ve toplu konut projeleri gibi birçok popüler/tüketim unsuru, doğal olarak Müslümanları da içinde yaşadığı toplumun değişim sürecine dahil etmektedir. Değişen yalnızca mekânlar değil, insan ilişkileri ve tutumlar da değişmekte, dindarlığın belirleyici değerleri özelli-

**Kadının örtünmesi dindarlığının temel unsuru olarak dikkatlere sunulurken, örtünmenin biçimi, içeriği ve modanın konusu haline gelmesi Müslümanların popüler kültürle tanışmasındaki belirleyici değer olarak dikkatleri çekmektedir.**

le gençlerin dünyasında hızla anlam kaymalarına uğramaktadır. Artık İslamcı gençlik arasında da doğrudan kadın erkek ilişkileri, flörtler yaşanabilmekte, parklar ve kafelerde aleni olarak oldukça samimi görüntü vermekten çekinilmemektedir. Bu mekânlarda görünürlüğün eleştirilebilir olması, genç kızların İslamî bir değer ifade eden başörtüsüyle uyumlu olmayan tutum ve davranışlardır. Son dönemde basın yayın organlarında sıklıkla tartışılan bu çeşit eylemler, dindarlığın özünden çok şekli unsurlarına aşırı önem veren bir Müslümanlık anlayışının popüler/tüketim kültürü karşısındaki kırılmışlığını sergilemektedir.

**Tüketimin Temel Aktörü Olarak Müslüman Kadının Görünürlüğü**

Aydınlanma ve modernlikle birlikte, yaşanan değişimin gündelik hayattaki pratiklerinden biri de giyim kuşamı da kapsayan yeni bir dil, ifade ve temsil biçimidir. Gövdenin mahremiyetinin deşifresini amaçlayan ve geleneksel değerler açısından yıkıcı olan bu süreç, moda kuşaticılığıyla sınırları zorlamayı ve kaldırmayı amaçlamaktadır. Kapitalist tüketim kültürünün etkin aktörü olarak kadın, görünürlüğünü artıracak cinsel kodlarla etkinleştirilen modanın diliyle gündelik hayatını düzenlemekte, kadın bedeninin saydamlaştırılması, cinsel estetik düzeyiyle ilişkilendirilen bir anlam kazanabilmektedir. Gövdenin örtülmesi, bu anlamda modern bilinç düzeyinin kadın bedeni üzerindeki belirleyiciliğini göstermektedir. Dolayısıyla modanın günümüzdeki konumu, giyinmenin bir ihtiyaç olmaktan öte bir gösterge, bir ifade, bir kimlik sorunu olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece bedenin cinsel açıdan çekiciliğini artıran giyinme biçimiyle, mazbut, sıradan, örfe uygun giyinme biçimi arasındaki farklılık gelenekle modernlik arasındaki ayrımı belirlemektedir.

Kadın kimliğinin dinsel olarak sembolleştirilmiş biçimi Göle'ye göre İslamcıların, Modernite karşısındaki farklılıklarını vurgulayan ana unsurdur (Göle,1992). Ancak popüler/tüketim kültürün dönüştürdüğü dindarlığın kırılma noktasında da kadın ve onun örtünmesi üzerine yapılan tartışmalar ön plana çıkmaktadır. Kadının örtünmesi dindarlığının temel unsuru olarak dikkatlere sunulurken, örtünmenin biçimi, içeriği ve modanın konusu haline gelmesi Müslümanların popüler kültürle tanışmasındaki belirleyici değer olarak dikkatleri çekmektedir. Bu nedente, popüler/tüketim kültürünün kadın üzerinden görünürlüğü, Müslümanların modernleşme deneyimleri açısından ilginç kareler vermektedir. Örtünmenin dinsel işlevinden soyutlanarak moda ağırlıklı olarak, cazibe ve güzellik gibi arayışlara kapı açan bir mecraya sürüklenmesiyle, başörtüsü



gözde mankenler tarafından sunulan tesettür defilelerinin popüler nesnesi olmaktadır.

Dünyanın 'pazar'a, hayatın da 'podyum'a dönüştüğü bir çağda, doymak bilmez gösteri ve imaj endüstrisinin dokunulmadık bir 'tema' arayışının yeni hedefi örtülü kadınlar ve onların mahremiyet anlayışlarının dönüştürülmesidir. Bu postmodern 'cangıl' içerisinde tesettür artık örtünmeyi değil, açılmayı temsil etmektedir. Parıltılı bir makyajla çekiciliği artırılmış güzel bir yüzle alımlı bakışları çevreleyen eşarp reklamının da cat-walk yürüyüşleriyle insanın başını döndüren mankenlerin tesettür giysilerinin de topluma, özellikle de kadınlara verdiği mesaj, artık "Bunları güzel olmak, güzel görünmek, güzelliğinizle (erkekleri) etkilemek için giyinin şeklinde dönüştürülmektedir (Atay, 83). Tesettür defileleri, kimliğin ötekilik üzerinden şov için dönüştürülmesidir. Tesettür defilesini hazırlayanlar, "ben de buradayım" mesajını verirken "öteki" ile aynı mekânı (podyum), aynı bedeni (manken), aynı ritüeli(defile) kullanarak kendisine en yakın mesafeye geldiğini ilan etmektedir. Diğer taraftan, bedeni göstermeye sınırlar getiren bir dinin temsilcisi olduğunu iddia etmekten vazgeçmeksizin beden üzerinden sunum yapılması, tesettür giyimdeki kararsızlıkları arttıran bir unsur olmuştur.

Bugün örtünme tarzlarındaki değişim, içerikte geleneksel anlam düzeyinden kayarak yeniden sembolleşirken, Müslüman kadın geleekten farklı bir tüketim ve bu tüketimin imajlarla yüklü şov dünyasına adım atmaktadır. Türbanın aslında neyi örttüğü konusunda önemli bir sorun, saçın kapatılmasındaki hassasiyetin dindarlığın diğer aslî taleplerine karşı gösterilip gösterilmemesidir. Bedenin teşhir edildiği postmodern örtünme biçiminin de ötesinde asıl sorun, İslam dininin idealleştirdiği ahlâkî tutum ve davranışlar konusunda gösterilen kayıtsızlıklardır.

Giyinmenin idealleştirilmiş biçiminin sadece dinle, dinin emirlerine teslimiyetle değil; aynı zamanda dinin özü olan takvâ ile de yakın ilişkisi bulunmaktadır. İnsan, dinin özündeki ahlâkî ölçüyü kimliğine yeterince yansıtamamışsa, o insanın din adına sergilediği birçok tutum ve davranışta şeklî unsurlar ön plana çıkmaktadır. Şüphesiz dindarlığın ifade edilmesinde de sembolleştirilmiş değer ve imajlar önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, dindarlığı yalnızca bilinen birkaç ibadet ve görünür tutuma hap-

**Giyinmenin idealleştirilmiş biçiminin sadece dinle, dinin emirlerine teslimiyetle değil; aynı zamanda dinin özü olan takvâ ile de yakın ilişkisi bulunmaktadır.**

setmek, gündelik hayatın içinde ahlâkî bir yükselişi gerçekleştirememek de günümüz Müslümanlarının en önemli sorunudur. Dolayısıyla piyasa ekonomisinin mantığında dönüşen dindarlıkların doğal olarak en çok göze batan yönü kadın giyimindeki değişimle kendisini göstermektedir. Başörtülü manken defileleri, başörtülü göbeği açık dans eden kız görüntüleri ve çeyrek tesettür tartışmaları bu nedenle popüler medyanın da dikkatini çekmektedir.

Kadın kimliğinin dinsel olarak sembolleştirilmiş biçimi ve yeniden üretilmesinde, toplumsal değişme hareketliliği yanında, Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik, siyasal ve kültürel dinamikler de rol oynamaktadır. Özellikle piyasa ekonomisinin Müslüman sermaye kesimlerinin önünde açtığı yeni ufuklar, siyasî yöneten aktörler açısından da bu kesimlere avantaj sağlamıştır. Türkiye'nin küreselleşme sürecindeki yeri ve etkilenme biçimleri, Batıyla bütünleşmiş kesimlerin yanında Türk Müslümanlığını da dönüştürmüştür. Örtünme pratiğindeki yeni tarzlarıyla alışveriş merkezlerinde, eğlence ve tatil mekânlarında, televizyon



showlarında, kafelerde çokça görünür olan yeni nesil İslamcı kadınlar, erkek egemen bir toplumda kendilerine tarz giyinme, söylem, davranış ve aktiviteler geliştirebilmişlerdir.

### Sonuç

Popüler kültürün ürettiği yeni İslam anlayışı, Müslümanlara özgü bir yolla Modernizm karşısında bir konum arayışıdır, diyebiliriz. Bir anlamda modern dünyanın nasiplerinden yararlanarak -eğitim, tüketim, medya ve siyaset yoluyla- modernleşen ve giderek seküler spiralin içine giren Müslümanlar, çeşitli dindarlık sentezleri icra etmektedir. Popülerleştirilmiş dindarlıkla bazı sembolik unsurların ön plana çıkmasının (başörtüsü, sakal ve diğer aksesuarlara bağlantılanan dinsel) yarattığı melez Müslüman kimliği, elbette popüler/tüketim kültürünün içinde görüntünün ötesinde gerçek İslami kimliği lâykıyla temsil edemeyecekti.

İnsanı sınırları belli bir projenin içinden tanımlamak durumunda olan günümüz Müslümanlarının işi gerçekten zor. Çünkü, bugün dindarlaşma diye alkışlayabilecekleri süreçlerin, eşitsizlik ve acımasız kapitalizmle sorunsuz biçimde eklenilen 'plastik din' anlayışına evrilebildiği giderek daha da benzeşebildiği yerli versiyonlarıyla karşı karşıyalar (Taşkın, 2003, 97). Yazımızın başlığındaki "Tüketilen İslam" nitelememiz, popüler/tüketim kültürü içinde var olan günümüz Müslümanlarının, İslam adına onun değerlerini tüketen konumlarını vurgulayabilme amacını taşıyordu. İslam dininin temel kaynağı Kur'an-ı Kerim'in mükemmel ve tutarlı sistematiği asla tüketilebilir değildir. Ancak Müslümanların yüzyıllar içinde algılayıp yaşattığı dindarlık anlayışları, çeşitli dönemlerde olduğu gibi günümüzde de İslam adına onun saf ve değişmez niteliğini temsil edebilmekten uzaklaşmıştır. Bunun en önemli nedeni Müslümanların, tevhit gerçeğini gerektiği şekilde anlayamaması ve bilinçli bir şekilde hayat anlayışlarının derinliğine nüfuz ettire-

memesidir. Burhan'a göre günümüz Müslümanları, kavimlerinin Hz. Muhammed'e "Seni aramızda emin bir insan olarak tanıyoruz." şeklindeki hitaplarına yakışır bir ahlâk yücelisini gerçekleştiremediler (Burhan,1999).

Popüler/kültürün rüzgârında savrulmamanın yolu tüketilmeyen, yenilenen İslam'la sürekli ve şuurlu bir irtibattan geçmektedir. Niyazi Mısri'nin dediği gibi mü'min; "Her yerde (çarşıda, pazarda, işyerinde) Allah'ı görüyormuşçasına günde beş defa kıldığı namaz gibi olabilmelidir. Böylesine bir dindar için yeryüzü her zaman serili duran bir seccadedir, o her hareketiyle ve davranışıyla ibadette gibidir (Bilgiseven,1985, 75).■

### dipnotlar

<sup>1</sup> Ridgeway'ın dünyanın kaynaklarını ve değerlerini pazarlayan kapitalist dünyayı anlattığı kitap. (Bkz: James Ridgeway, *Her şey Satılık Dünyanın Kaynaklarını Kimler Kontrol Ediyor?* Ç: B.Doğan, Metis Y., İstanbul 2006.)

### kaynakça

- Alkan, Ahmet Turan, *Ateş Tecrübeleri*, Ötüken Y., İstanbul 1997.
- Arslan, Abdurrahman, *Modern Dünyada Müslümanlar*, İletişim Y., İstanbul 2000.
- Arslan, Abdurrahman, "Değişim Haz Özgürlüğü Tüketimin Dünyasında Aramak", *Birikim*, S:152-153, Aralık-Ocak 2002.
- Arslan, Mustafa, *Türk Popüler Dindarlığı*, Dem Y., İstanbul 2004.
- Atay, Tayfun, *Din Hayattan Cıkar*, İletişim Y., İstanbul 2004.
- Berger, Peter, *Kutsal Semsiyeye*, Ç. A. Coşkun, Rağbet Y., İstanbul 2000.
- Bilgiseven, Amiran Kurtkan, *Din Sosyolojisi*, Filiz K., İstanbul 1985.
- Burhan, Haluk, *Ahlak Ayaklanması*, Pınar Y., İstanbul 1999.
- Çelik, Celalettin, "Değişim Sürecinde Merkez- Çevre İlişkileri ve Çevresel Dini Yönelimler", *İslamiyat*, V (2002), S. 4.
- Göle, Nilüfer, *İslam ve Modernlik Üzerine Melez Desenler*, Metis Y., İstanbul 2000.
- Göle, Nilüfer, *Modern Mahrem, Medeniyet ve Örtünme*, Metis Y., İstanbul 1992.
- Taşkın, Yücel, "İslamcılar (Entelektüel) krizden muaf mı?", *Birikim*, S. 169, 2003.