

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI**

**POPÜLER KÜLTÜRDE MİSTİK MOTİFLER: BİR ANLATI, TÜKETİM VE
GÖSTERİ ALANI OLARAK TASAVVUF**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

FERİDE AYDEMİR

ANKARA - 2017

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI**

**POPÜLER KÜLTÜRDE MİSTİK MOTİFLER: BİR ANLATI, TÜKETİM VE
GÖSTERİ ALANI OLARAK TASAVVUF**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

FERİDE AYDEMİR

**TEZ DANIŞMANI
YRD. DOÇ. DR. HALİSE KARAASLAN ŞANLI**

ANKARA - 2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI

FERİDE AYDEMİR

POPÜLER KÜLTÜRDE MİSTİK MOTİFLER: BİR ANLATI, TÜKETİM VE
GÖSTERİ ALANI OLARAK TASAVVUF

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı: HALİSE KARAASLAN ŞANLI

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

İmzası

DOÇ.DR. MELİKE AKTAŞ

YRD. DOÇ. DR. HALİSE KARAASLAN ŞANLI

YRD. DOÇ. DR. İLKER ÖZDEMİR

Tez Sınavı Tarihi 29.06.2017

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (...../...../.....)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

FERİDE AYDEMİR

İmzası

.....

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....1

BİRİNCİ BÖLÜM: MODERNİTE - POSTMODERNİTE ve BİREY

- 1.1. Modernite - Postmodernite.....12
- 1.2. Modern - Postmodern Dönemde Bireysel Kimlik ve Narsisizm Kültürü.....25
- 1.3. Modern - Postmodern Dönemde Bireyin Maneviyat Arayışları.....36

İKİNCİ BÖLÜM: POPÜLER KÜLTÜR, MANEVİYAT TÜKETİMİ ve META OLARAK KUTSAL

- 2.1. Kültüre İlişkin Kavramlar: Yüksek Kültür, Halk Kültürü ve Kitle Kültürü..43
- 2.2. Popüler Kültüre Genel Bir Bakış.....46
- 2.2.1. Popüler Kültüre Yönelik Farklı Yaklaşımlar.....53
- 2.2.1.1. Popüler Kültüre Olumlu Yaklaşımlar.....54
- 2.2.1.2. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Yaklaşımı.....57
- 2.2.1.3. İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Popüler Kültür.....61
- 2.3. Popüler Kültür ve Din İlişkisi : Popüler Olanın Dinselleşmesi, Dinsel Olanın Popülerleşmesi Üzerine.....67
- 2.3.1. Meta Olarak Kutsal ve Maneviyat Tüketimi.....71
- 2.3.2. Türkiye’de Popüler Kültür ve Din İlişkisi : Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Bağlam.....77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: POPÜLER KÜLTÜRDE MİSTİK MOTİFLER: BİR ANLATI, TÜKETİM ve GÖSTERİ ALANI OLARAK TASAVVUF

- 3.1. İslam’ın Mistik Boyutu Olarak Tasavvuf.....83
- 3.2. Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf.....88
- 3.2.1. Popüler Güncel Edebiyatta Tasavvufu Yeniden Paketlemek: Postmodern Bir Unsur Olarak Tasavvuf ve ‘‘Yamalı Bohça Maneviyatçılığı’’.....94

3.2.1.1. Tasavvufi Kişisel Gelişim Kitaplarında İdeolojik Biçimlenişler, Öznellik Kurguları ve Anlam Örüntüleri.....	102
3.2.1.1.1. Tasavvufi Kişisel Gelişim Kitaplarında Dil, Retorik Unsurlar ve Anlatım Özellikleri.....	102
3.2.1.1.2. Narsistik Maneviyatçılık: İç Kapanma Yolları Üzerine.....	108
3.2.1.1.3. Muhafazakâr, Apolitik ve Konformist Öznellikler....	113
3.2.1.1.4. Neoliberal Bilgelik.....	124
3.2.2. Bir Tüketim Alanı Olarak Tasavvuf Endüstrisi: Mevlana ve Mevlevilik Örneği.....	134
3.2.2.1. Popüler, Kültürel, Ekonomik Bir İmge-İkon Olarak Mevlana ve Mevlevilik.....	136
3.2.2.1.1. Mistik Pazarlama ve Reklam Kaynağı Olarak Mevlana ve Mevlevilik.....	144
3.2.2.1.2. Seyirlik Bir Nesne Olarak Semazen Gösterileri.....	148
SONUÇ.....	153
KAYNAKÇA.....	159
ÖZET	
ABSTRACT	
EKLER	

GİRİŞ

Bu çalışma, özellikle 2000'li yıllardan sonra popüler kültürde giderek görünür hale gelen tasavvufi anlatı, sembol ve pratiklerin ideolojik, kültürel ve iktisadi görünümüne odaklanmayı hedefler. Popüler kültürün dinsel pratik ve söylemlerle melezlenişini, dini pratik ve anlamların ise popüler kültür kanallarında girdiği türlü eklemlenme, dönüştürülme ve kullanılma biçimlerini tasavvuf üzerinden okumayı hedefleyen çalışma, söz konusu yaygınlığı şekillendiren kültürel, toplumsal, ekonomik süreçlerin sınırlarını açığa çıkarmayı ve bu süreçler arasında bağlantılar kurabilmeyi amaçlar.

Çalışma, tasavvuf felsefesinin popüler kültür ürünleriyle girdiği etkileşim sonucu meydana gelen yeni anlatı, sembol ve pratiklerin hangi düzenlemeler ve içeriklerle yeniden formüle edildiğini, nasıl eğilip büküldüğünü ve dönüştürüldüğünü araştırırken teolojik bir tartışmayı kapsamı dışında tutmaktadır. Başka bir ifade ile tasavvuf felsefesine ait kültürel ve dinsel pratiklerin popüler kültürün çeşitli kanallarında anlamlar, imgeler ve tüketim nesnelere şeklindeki dolaşımını sorgularken bu popüler anlamlar ve pratikler dizisindeki tasavvufi-dini unsurları açığa çıkarmaya dair bir tartışma yürütmek ve bunun için herhangi bir dini ya da normatif başvuru kaynağına yönelmek çalışmanın sınırları dâhilinde değildir.

Çalışma için önemli olan şey, bu popülerliği şekillendiren ve meydana getiren sosyo-kültürel süreçleri irdelemek; popüler biçimler üzerinden toplumsalın geçirdiği değişimlerin izlerini sürebilmek; kültürel alanın ideolojik, çelişkili ve hegemonik karakteri ile söz konusu popüler biçimlerin etkileşimini anlamaya çalışmaktır. Çalışmanın önemi, popüler kültürdeki tasavvufi görünümünün, yeniden keşfedilmiş kültürel, geleneksel ve dini bir içeriğin popüler kültürde aldığı biçimsellikleri görebilmek adına güncel ve özgün bir alan açmasıdır. Popüler tasavvufi anlatı ve

pratikler, kültürel, ideolojik ve ekonomik izdüşümleri yansıtmasının yanında, popüler kültürün geleneksel değerlerden beslenerek onları yeni bağlamlarda tanımlama, yeni anlamlar çerçevesi içerisinde düzenleme öte yandan kendi zeminine göre şekillendirme tavrını da sergilemektedir.

Bu çerçevede çalışma, popüler kültürün çeşitli kanalları içerisinde tasavvufi görünlere dair genel bir tablo çizmekte ancak asıl odağını söz konusu görünümlerin en çok yoğunlaştığı iki alana yönelmektedir. Bu alanlardan ilki, söz konusu kültürel, ideolojik ve ekonomik izdüşümlerin ve yaygın anlamların izini sürebilmek amacıyla zengin bir alan açan, son yıllarda gittikçe popülerleşen, popüler edebiyatta adeta ayrı bir kategori oluşturacak kadar çoğalan tasavvufi kişisel gelişim kitaplarıdır. Çalışmanın odaklandığı bir diğer alan ikonik, imgesel, kültürel ve metasal bir dolaşım ile popüler kültürün tüketim kanallarını besleyen ve o kanallarda türlü biçimlere dönüşen Mevlana ve Mevlevilik kültürüdür.

Bu çalışma, popüler kültürdeki tasavvufi pratik, anlatı ve sembolleri, iletişim disiplini içerisinde ele almakta söz konusu popüler kültürel ürünlerin, ideolojik, toplumsal, kültürel anlamına; tüketim ve pazar mekanizmaları içerisindeki görünümlerine ve bu popülerliği mümkün kılan makro ve mikro dinamiklere odaklanmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın yöneldiği nokta tasavvuf felsefesi değil, popüler kültür, din ve piyasa mekanizmaları etrafında şekillenen, tüketilecek anlamlar, hazlar ve pratikler dizisi olarak “pop tasavvuf” tur. Üstelik popüler kültürün çeşitli alanlarında İslami kimliğe ve ideolojiye dair popüler anlamlar, göstergeler ve tüketim pratikleri etrafında zengin bir literatür birikmiş olmasına rağmen İslam’ın mistik-ezoterik bir yorumu olarak (Schimmel, 2001) tasavvufun popüler kültürde aldığı biçim ve içeriklere dair çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, literatürdeki bu boşluğu doldurmayı ummaktadır.¹

¹ Literatürde popüler kültürdeki tasavvufi içerikler üzerine yapılan ilk çalışma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalında yazılan “Türkiye’de Bir Popüler

Köklerini kültürel ve dini bir gelenekten alan, son yıllarda popüler bir ilgiye muhatap olan ve popüler bir kavrayış, zihniyet ve yorum etrafında yeniden formüle edilen tasavvuf felsefesinin, popüler kültüre anlamlar, hazlar, ticari biçimler şeklindeki yansıma ve dolaşım süreci, tek nedenli bir çerçeve içerisine oturtulamayacak kadar birbirinin içine geçen dinamiklerle şekillenir. Bu popülerlik sadece ticari bir manipülasyon, piyasanın dönemsel arayışları bağlamında değerlendirilmemeli, gündelik hayatın reflekslerini, yükselen değer ve inançları, sağduyudaki açmazları, tutum ve davranışlarındaki kırılmaların izlerini sürmeyi mümkün kılan bir alan olarak da kavranmalıdır.

Bu bağlamda popüler kültürdeki tasavvufi anlam ve pratiklerin dolaşımı, dönemin siyasi, ekonomik ve kültürel konjonktürüyle ilişkisinin yanında, çağın ruhunu yansıtan bireysel arayışlar ve ihtiyaçlar bağlamında da değerlendirilmeli bu anlamda şu sorular sorulmalıdır: Popüler kültürün çeşitli alanlarında karşımıza çıkan, popüler güncel edebiyatta güçlü bir akıma, trende dönüşmüş tasavvufi içeriklerden, kitle iletişim araçlarında gittikçe çoğalan tasavvufi pratik ve anlamlardan beslenen yapımlara; sosyal medyanın adeta bir tasavvufi alıntılar deposuna dönüşmesine öte yandan tüketim kanallarında tasavvufa ait sembollerin, imgelerin endüstriyellemesine dair tabloya bakarak bu popülerliğin nedenlerini nasıl saptayabiliriz? Popüler kültür neden son yıllarda tasavvufa bu kadar düşkün ve onu dönüştürme gayreti içerisinde? Bu eğilim, gündelik hayata teması bağlamında nasıl açığa çıkar? Bu yaygınlık bugünün hangi ihtiyaç ve fantezilerine denk düşer? Gündelik yaşamın hangi gereksinimleri ve beklentileri üzerinden kendisine bir meşruiyet alanı açar?

Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlana ve Mevlevilik Örneği” (Bölükbaşı, 2011) başlıklı yüksek lisans tez çalışmasıdır. Bu çalışma popüler kültürdeki tasavvufi biçim ve içerikleri incelerken, felsefe ve din bilimlerindeki kavramsallaştırmalara öte yandan din sosyolojisindeki sekülerleşme paradigması gibi kavramsallaştırmalara yaslanmaktadır. Çalışma, Mevlana ve Mevlevilik üzerine yazılan çeşitli popüler romanları, Mevlana ve Mevlevilik konulu filmleri ve çeşitli dergilerdeki ürün reklamlarını dini temsiller ve imajlar açısından incelemekte ve söz konusu içeriklerdeki dindarlığın ve dinin nasıl dönüşümlere uğradığına odaklanmaktadır. Bu tez çalışması ise söz konusu çalışmadan oldukça farklı bir perspektifle meseleye yaklaşmakta öte yandan popüler kültürdeki tasavvufi içerikleri sadece Mevlana ve Mevlevilik ekseninde sınırlamamaktadır.

Bu soruların cevapları öncelikle, modernitenin metafizik, irrasyonel olarak tanımlayıp ötelediği dini, spiritüel, manevi pratik ve söylemlerin son yıllarda popüler kültürün periferisinden merkezine doğru ilerleyişini meydana getiren modern küresel seyir ve yerel dinamiklerin etkileşimi üzerinden sürülebilir. 1970’li yıllardan sonra hem dünyada hem de Türkiye’de dini pratik ve biçimlerin, kültürel, politik ve toplumsal bir tepki olarak geri dönüşü, bir yandan fundamentalist dini hareketler ve tek tanrılı dinlere yeniden sarılma eğilimi şeklinde gerçekleşmekte öte yandan bir ayağını Uzakdoğu felsefelerinden alan oradan paranormal inançlara, okültizm, sufizm gibi ezoterik mistik akımlara uzanan, son yıllarda New age ruhsallığı başlığı altında toplanabilecek çeşitli manevi yönelimler, spiritüel hareketler meydana gelmektedir.

Astroloji, bitkisel tedavi, alternatif tıp, gizemcilik, Hristiyan sembolizmi, Budizm, Taoizm, Sufizm, Kabala geleneği, meditasyon gibi çeşitli inanç, yönelim ve pratiklerden oluşan bu akımlar, bir yandan din ve dindışı öğeleri eklektik bir tarzla karıştırmakta, tek tanrılı dinlerin kurumsal ve doktriner yanına karşın oldukça kişisel bir metafizik alan açmakta, sekülerizmin yaşamı kutsal² ve dünyevi dikotomisinde tanımlayan anlayışına tepkiselliğiyle karakterize olmaktadır. Bu bağlamda New age akımları, subjektivist, çoğulcu ve yüceltilmiş bir benlik anlayışı ile postmodern bir varoluş felsefesi de ortaya koymaktadır (Köse, 2011; Paker, 2011; Mirza, 2014).³ Öte

² Türkçede *kutsal*, aşkın nitelikte bir kusursuzluk, içinde bir yücelik taşıyan maddi ve manevi şeylere karşılık olarak kullanılmaktadır. Semitik dillerde ise dinsel bir gramerin içinden çıkarak mutlak iyiliğe, mükemmelliğe gönderme yapmaktadır. Arapçada *kuds* sözcüğünün kökeni “mübareklik, nezafet, pak olmak, noksanlardan uzak olmak” anlamına gelirken; İbranicede ise *kadosh* gizemli, en doğru ve yükselendir (Tuğrul, 2010: 65). Bu çalışma içerisinde kutsal, manevi, ruhsal gibi ifadeler dinseliliğin emareleri olarak kullanılmıştır.

³ Merkezlessiz, dinin mutlak, doktriner ve kurumsal yanına karşı şüpheci ve çoğulcu tavırlarıyla “postmodern din” (Bauman, 2013: 244) formlarının İslam’ın heteredoks-mistik yanını harekete geçirici bir etkisi de vardır (Sarıbay, 2014: 147-148). Müslüman nüfusun çoğunlukta olduğu ülkelere yönelik yapılan antropolojik çalışmalar, Batı’daki spiritüel hareket ve dinselleşme eğilimlerine denk düşen İslami formların öne çıktığını ve bunun büyük ölçüde tasavvuf üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. (Howell’dan Akt. Bölükbaşı, 2012: 40). Bir diğer önemli nokta, Türkiye’de ruhçuluk faaliyetlerine yönelik gelişen trend, akım ve popüler içeriklerin belirli yerel kodlardan, “garantili referans” çerçevelerinden bağımsız kalamıyor oluşudur. Bu anlamda New age hareketlerinin keşiflerine elverişli bir alanın tasavvufi birikim içerisinde de var olduğu söylenebilir (Kozanoğlu, 1997: 48-49). Böylece tasavvufun popüler kültürdeki dirilişi, bu yerel-küresel etkileşim ve denk düşüş ilişkisi üzerinden, ulus ötesi dinamiklerin popüler kültürün yerel kodlarıyla melezlenişi üzerinden okunabilir. Dolayısıyla

yandan sekülerleşme teorilerinin modernitenin dini pratik ve inançları ortadan kaldıracığı yönündeki varsayımlarının aksine “bastırılanın dönüşünü” (Giddens, 2010: 34) de temsil etmektedir.

Türkiye son 30 yılda kamusal alandaki İslami kimlik ve göstergelerin artışına, seküler ve dinsel sınırlar arasındaki ayrımların aşınmasına, ikisi arasındaki, çarpışmaların, etkileşimlerin, taklit süreçlerinin yaşanmasına tanık olmaktadır (Göle, 2011; 2012). Bu süreç, bir yandan popüler kültüre İslami bir kimliğin uzantısı olarak değerlendirilebilecek çeşitli söylem, pratik ve tüketim kodlarını popüler kültürün marjinal köşelerinden merkezine doğru bir seyir ile taşıırken, popüler kültürü şekillendirmeye, esnetmeye de başlamıştır. Bu süreç son yıllarda siyasi iktidarın politikaları, dini söylemleri, İslam’ın piyasa ile ilişkisi ve neoliberal süreçlere adaptasyonu ile birlikte iyice açıklık kazanır. Bu anlamda tasavvufun popüler kültürdeki seyri Türkiye’deki popüler kültür ve din arasındaki sürecin ve ilişkinin meydana getirdiği halkalardan biridir. Tasavvufun popülerleşmesi, popüler kültürün her geçen gün tasavvufi bir dilden ve pratiklerden beslenmesi öte yandan tasavvufun alternatif bir dini pazar olarak piyasalaşması, popüler kültürün mevcut konjonktürel ekonomik ve politik eğilimlerle etkileşimini de açığa çıkarır.

Ancak Batı’daki spiritüel akımların ve eğilimlerin yerel mistik dini biçimleri harekete geçirmesi ve bunun popüler kültürde tasavvuf üzerinden de yankılanması, popüler tasavvufi biçimleri sadece İslami kimliğin ve hareketlerin yansıması ve onun yarattığı “kimlik pazarı”nın (Navaro-Yaşın, 2003) uzantısı olmaktan uzaklaştırır. Tasavvufun popüler kültürdeki söylemsel inşası, “biz” ve “öteki”, “laik” ve “dindar” gibi kategorik İslami ideolojik reflekslerden çok eklektik, göreceli ve çoğulcu

tasavvufun popüler kültürdeki yaygınlığını sadece İslami hareketlerin canlanması ve uzantısı üzerinden değerlendirmemelidir.

postmodern maneviyat⁴ söylemleri etrafında yeniden formüle edilir. Öte yandan popüler kültürdeki tasavvufi içerik ve biçimler, bir yandan anti pozitivist duruşuyla muhafazakâr-dindar kesimleri cezbedebilecek bir tavrın ürünüdür. Diğer yandan bu muhafazakâr tavrın, radikal ve otoriter bir dini söyleme varmaması, tasavvufun popüler kültürdeki dolaşımını yaygınlaştıran ve tabanını genişleten bir eğilimdir. Bu tavrın piyasa açısından da oldukça “rasyonel” bir tarafı vardır. Bir yandan İslam’ın yerel mistik yorumları içerisinden konuşan, dinselliğin ötelenmediği mevcut konjonktürel eğilimlerden beslenen popülist bir tavır; öte yandan farklı toplumsal ve kültürel tabakalardaki bireylere de hitap edebilecek bu anlamda “kitleleşmeyi” de kolaylaştıracak, “liberal” , “çoğul” ve “melez” bir yaklaşım. Bu tavır piyasanın canlılığı ve akışkanlığı açısından da onaylanır bir durumdur. Böylece tasavvuf felsefesinin kapsayıcı, hoşgörülü ve her yorumu kucakladığı iddia edilen içeriği popüler kültür içerisinde her metne ve dünya görüşüne kolayca eklemlenebilen bir kaynağa dönüşür. Öte yandan “Her şeyin uyduğu” (*anything goes*) bir momentin tüketim kanallarında postmodern kültürel eğilimlerin nesnesi haline gelir.

Öte yandan popüler tasavvufi anlatılar evreninde, bireyin kendisini gerçekleştirmek ve “bilgelige” kavuşmak için gerçekleştirmesi önerilen popüler imgelem ve ideal, hâkim olan bireyci değerler dizgesiyle aynıdır. Söz konusu ideal, tüketim kültürünün kişiselleşmeyi ve kendiliği yücelten, bireyselliği parlatan yanıyla da örtüşür. Böylece “kendini keşfetmenin” popüler tasavvufi biçimleri, bireyselleşmiş bir iklimle örtüşmekte bu süreç popüler kültürdeki yaygınlığını da arttırmaktadır.

Bu bağlamda tasavvuf felsefesinin popüler kültürdeki yaygın biçim ve içerikleri, liberal-neoliberal, muhafazakâr-dini ve postmodern-eklektik New age görüşlerin uzlaş

⁴ Maneviyatın dinin katı ve dogmatik yanlarını yumuşatan, dinin ahlak boyutunu öncelikli hale getirerek yumuşak başlı bir din anlayışına gönderme yapan bir anlamı vardır. Bu bağlamda maneviyat ifadesinin kullanılma nedeni, hem bu yumuşak bakışa gönderme yapmak hem de maneviyat kelimesinin, muhafazakârlık, din ve ahlak arasındaki etkileşimi ortaya koyan yanını ifade etmeye çalışmaktır (Öğün, 2003: 574).

alanı gibidir. Ancak popüler tasavvufi içerikler sadece yeni sağ ideolojilerin eklektik ve akışkan yapısını yansıtmakla kalmamakta, ticari kültürün her yana sızdığı, farklı biçimlerin eklektik bir tarzla karıştığı, özgün olanın parodileştiği, taklit, aşırma, geçmiş kültürlere yönelik yerinden edici müdahale gibi tavırların yaygınlaştığı geç kapitalizmin postmodern kültürel eğilimlerinin (Jameson 1994; 2005; Featherstone, 1996: 116; Kellner, 2000: 367-368) yerel nesneleşmiş görünümünü de oluşturmaktadır.

Bu çerçevede çalışma, tasavvufun söz konusu uzlaşma alanı olarak en yoğun şekilde kullanıldığı ve yeniden formüle edildiği ispatlayan alanlardan birine, popüler tasavvufi kişisel gelişim kitaplarına odaklanır. Bu alan, son yıllarda kitapçılarda ayrı bir kategori oluşturacak kadar çoğalmış, çeşitli kişisel gelişim öğretileriyle tasavvuf felsefesinin harmanlandığı ve ciddi satış rakamlarının elde edildiği popüler bir alandır. Kişisel gelişim kitapları arasındaki tema ve türlere, 2000’li yıllardan sonra özellikle 2010’lardan sonra daha da yoğunlaşarak eklenen tasavvufi kişisel gelişim kitapları, kendi içinde de homojen bir bütünlük sergilemeyen ve birçok kişisel gelişim anlatısının birbirinden farklı kategorileriyle eklemlenmeler meydana getiren anlatılar olarak, maneviyat kategorisindeki kişisel gelişim kitaplarının alt dalı olarak değerlendirilebilir. Bu kitaplar, geleneksel ve yerel anlam sağlayıcılardan, milli ve manevi bellekten koparılmış daha yerel bir kişisel gelişim dili meydana getirme çabasının sonucu olarak da değerlendirilebilir. Daha önce bahsettiğimiz gibi “garantili referanslar” çerçevesinden çıkan bu popüler biçimler ve anlatılar, bir yandan kişisel gelişim dilini yerleştirmekte, öte yandan tasavvuf felsefesini istediği gibi eğip bükerek kişisel gelişimin anlatılarının muhtelif alanlarına dâhil etmektedir.

Bu bağlamda çalışma içerisinde tasavvufun tek bir dünya görüşüne, ideolojiye ya da dinsel ifadeye eklemlenemeyecek kadar “bol”, “esnek”, “zengin” ve “güvenilir” bir “malzeme” kaynağı olarak görüldüğünü ispatlayan farklı içeriklerdeki kişisel gelişim kitapları seçilmiştir. Böylece bu popüler alanın çoğul, çelişkili, eklektik görüntüsünü ve

içeriğini sergilemek amaçlanmıştır. Kitapları seçme işleminde çok satmaları önemli bir kıstas olarak değerlendirilmiştir fakat okunan kitapların bazılarının, çok satmalarına ve kitap başlıklarına kişisel gelişimi çağrıştıran ifadeleri taşımalarına rağmen inceleme, araştırma tarzında, fazlasıyla şiirsel ya da tasavvufi bilgelik hikâyelerinin sadeleştirilmiş halindeki kitaplar olmaları sebebiyle çalışmaya dâhil edilmemiştir. İncelenen kitaplar ise şunlardır: *Allah De Ötesini Bırak* (Uğur Koşar, 2017), *Metropol Dervişi* (Cem Özüak, 2017), *Sufi Terapi İle İyileşmek* (M. Hakan Alşan, 2015), *Sen Düşünceden İbaretsin: Mevlana Işığında Düşünce Yönetimi* (Oğuz Saygın, 2016), *İş'in Sırrı: Mevlana'dan Öğütlerle İş Hayatı&Tasavvuf* (Kemal Sezer, 2011).

Çalışmanın tasavvufi kişisel kitaplarındaki odaklandığı nokta, retorik karşıtlıklar, anlatım özellikleri, öznellik kurguları, ideolojik biçimlenişler ve anlam örüntüleridir. Çalışmanın buradaki amacı, metinlerin içindeki gömülü anlam yapılarını ortaya çıkarmak, öznelliklerin nasıl bir evren tasarımı ve dünya görüşü içerisinde kurulduğu sergilemek, metinlerdeki tutarlı ifade biçimlerini ya da anlam zıtlıklarını saptamak, egemen değerleri destekleyen ya da karşı çıkan ifadeleri göstermek ve hegemonyanın nasıl tesis edildiğini serimlemek şeklinde sıralanabilir. Çalışma için metinler, Türkiye'nin kültürel, tarihsel ve politik ortamında anlam kazanan popüler anlatılar olarak kabul edilmekte bu bağlamda sadece metin merkezli perspektifle ele alınmamaktadır.

İncelenen metinlerin niceliksel boyutları, sözcük dizimi ve cümle yapıları gibi özellikleri derinlemesine inceleme olanağını bir ölçüde sınırlandırmış bu nedenle çalışmada söylem analizi yöntemini kullanılmamıştır. Çalışmada, John Storey'in *Popüler Kültür Çalışmaları: Kuram ve Metotlar* (2000) başlıklı çalışmasında popüler kitapları çözümlenmeye dair geliştirdiği "İdeoloji ve Semptomatik Okuma" adlı metin analizi yöntemi kullanılmıştır. Storey, çalışmasında İngiliz Kültürel Çalışmalar ekolünden hareket etmekte, dilin, kültürün ve ideolojinin medya metinleri bağlamında

incelenmesinde yapısalcı dilbilim ve göstergebilimin sağladığı açılımlardan faydalanmaktadır. Bu yöneme göre metin analizinin sorunsalı, metni materyal olarak meydana getiren, çarpışan ve rekabet halindeki söylemlerin içeriğini düzenleyen ideolojik yapıları açığa çıkarmak olmalıdır. Bir metnin sorunsalı neyi içerip dışladığı kadar konjonktürel zeminle de ilgilidir. Eleştirel yaklaşımın görevi, bu sorunsalı açığa çıkarabilmek için metnin yapısını çözümlmek öte yandan metnin tarihsel koşullarla ilişkisini ortaya koyabilmektir (2000: 41-42).

Eleştirel bir metinsel analizin amacı, metindeki anlam zıtlıklarını, boşluk ve çarpıtmaları, sessizlikleri ve eksiklikleri ortaya çıkarmak amacıyla metnin gizli anlamını okumaktır. Ancak metin sadece “özbilgisini” açıklamak metni çözümlmeye yetmemekte “metnin yeni bilgisini üretmek” de gerekmektedir (2000: 43). Bir metni çözümlenebilmek için metnin ne söylemeye mecbur bırakıldığına da yönelmek gerekir. Storey’e göre Althusserci sorunsal ile “metnin bilinçaltı” olarak tanımlanabilecek bu nokta, metnin varoluşunun ideolojik ve tarihsel şartları da ortaya çıkarmış olur (2000: 44). Bu çerçevede çalışmadaki ideoloji anlayışı belirli bir sınıfın hükmedici değer ve çıkarları olarak değil, yalnızca politik olarak da değil, genel bir zihniyet çerçevesine, dünyaya ve insana dair her türlü tanımlamayı ve algılayış biçimini içerecek şekilde geniş bir anlamda kullanılmıştır (Hall, 1994b: 182).

Çalışmanın odaklandığı bir diğer alan, Mevlana ve Mevlevilik kültürüne ait sembol, pratik ve içeriklerin tüketim kanallarında aldığı biçimler, kullanılma şekilleri ve yeni formüller şeklindeki değiştirilmiş görünümleridir. Bunun nedeni, tasavvufun, piyasanın çeşitli kanallarında postmodern kültürel eğilimler yörüngesindeki dolaşımının en çok Mevlana ve Mevlevilik kültürü üzerinden sergilenmesidir. Bu dolaşım, Mevlevilik kültürüne ait görsel, simgesel ve ritüelistik kaynakların zenginliği ve son yıllarda hem ülke içinde hem de yurtdışında sahiplenilen, merak uyandıran bir değer olması ile piyasanın otantik, geleneksel ve yerel kaynak arayışlarına “potansiyel” bir

alan açması bakımından değerlendirilebilir. Bu nedenle çalışmanın bu kısmında Mevlana ve Mevlevilik kültürünün piyasadaki yansımaları ile sınırlandırılmıştır. Bu kısımda kültürel öğelerin ve simgesel biçimlerin piyasa dinamiklere göre düzenlendiği bir atmosferde Mevlana ve Mevleviliğin payına düşeni nasıl aldığı, tüketim kanallarında nasıl işlendiği ve dönüştürüldüğü sergilemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda Mevlana ve Mevleviliğe referansla pazarlanan ürünler, reklamlar, seyirlik semazen gösterileri analizin yürüyeceği ana uğraklar olarak seçilmiştir. Öte yandan Mevlana'nın popüler, kültürel ve ekonomik bir imge olarak turizm sektöründe ve yeni medyadaki kullanılma biçimlerine de göz atılmıştır.

Bu çerçevede çalışma, tasavvufun kültürel dönüşümdeki anlamını meydana getiren sayacaklardan hareketle üç bölüme ayrılmaktadır. İlk bölümde modernite-postmoderniteye ilişkin çeşitli sosyo-kültürel ve ekonomik dinamikler ile birey arasındaki ilişkiye odaklanılmış, bu sürecin bireyin benlik tasarımı ve bireysel kimliğinde meydana getirdiği dönüşümler irdelenmeye çalışılmıştır. Öte yandan bireycilik, narsisizm kültürü, yabancılaşma, rasyonelleşme, kapitalist düzen gibi makro süreçlerle bireyin maneviyata yönelik arayışlarındaki mikro dinamikler arasındaki ilişki açığa çıkarılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise popüler kültüre yönelik farklı perspektiflere yer verilmiş, popüler kültürün ideolojik, kültürel ve ekonomik süreçlerle ilişkisi ve diğer kültürel biçimlerle benzerlikleri ya da farklılıkları üzerine odaklanılmıştır. Diğer yandan popüler kültür ile dini pratikler arasındaki etkileşim seküler ve dinsel sınırların iç içe geçişi, aşınması üzerinden tartışılmış, bu ilişkinin bir sonucu olarak da değerlendirilebilecek olan, dini pratik, sembol ve anlamların meta değeri itibarıyla tüketim kanallarında aldığı biçimler ve tüketimciliğin dinsel olanı teşvik eder yanı irdelenmiştir. Diğer yandan popüler kültürün çeşitli dini içeriklerle dolması, bu içerik ve pratiklerin tüketim kanallarında metasal bir karaktere bürünmesine dair yürütülen

tartışmadan sonra Türkiye'nin popüler kültür ile din ilişkisindeki özgül sosyo-kültürel ve ekonomik dinamikler irdelenmiş, bu anlamda çalışma yerel bir bağlama da oturtulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümü ise analize ayrılmıştır. İlk olarak tasavvufun içeriğine dair kısa bir girişten sonra tasavvufî anlatı, sembol ve pratiklerin yoğunlaştığı popüler kültür kanallarına dair genel bir tablo çizilmiştir. Analizin ilk kısmında popüler ve güncel edebiyatta tasavvufun farklı edebi form ve içeriklerle yeniden inşasına odaklanılmış, tasavvufun edebiyat alanındaki nasıl güçlü bir moda, trende ve çok satan bir değere dönüştüğüne dair genel bir görünüm çizilmiştir.

Bu alanda oldukça ses getiren popüler romanlar üzerinden tasavvufun postmodern bir unsur olarak kullanılmasına dair tartışma yürütülmüştür. Modern-postmodern bireyin duygu ve inanç dünyasına seslenen, modern-postmodern bir “trajediye” yaslanan, bu trajediden yola çıkarak bireyin anlam krizine, manevi arayışlarına, bireyselleşmesine, spiritüel açıdan kendini olabildiğince geliştirmesine, “aydınlanmasına” çeşitli içerik ve tekniklerle seslenen popüler romanlar olarak Elif Şafak'ın *Aşk* (2009) ve Ahmet Ümit'in *Bab-ı Esrar* (2008) romanı bu çalışmanın sorunsalına uygun içeriklere sahiptir. Romanlardaki tasavvufun yeniden inşasının postmodern bir maneviyatçılık söylemi üretmesiyle birlikte İslami ideolojik reflekslerden nasıl farklılaştığına ve bunun edebiyat ve pazarlama ilişkisindeki yerine dair tartışma yürütülmüştür. Popüler romanlara dair kısa bir tartışmadan sonra tasavvufî kişisel gelişim anlatıları incelenmiştir. Analizin ikinci kısmında tasavvuf felsefesi, sembol ve imgelerinin Mevlana ve Mevlevilik örneği üzerinden, popüler kültürün değişik alanlarında ve tüketim kanallarındaki aldığı görünümlere odaklanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: MODERNİTE - POSTMODERNİTE VE BİREY

1.1. Modernite-Postmodernite

Modernlik kavramını ilk geliştiren ve açıklayanlardan biri olan C. Hegel, modernliği teolojiyle olan bağlarını koparması ve düşüncenin bağımsızlaşması özelliğiyle açıklar. Aklın üstünlüğüyle ve modern bireyin “kendini öne sürüşüyle” karakterize olan modernite⁵; tarihin, kültürün, geleneğin bağlarından kurtulmak için modern özneyi “özerkliklerinin” peşine düşmeye çağırır (Cevizci, 2015: 306). Aklın egemenliğini tartışmasız bir gerçeklik olarak kabul eden ve modernitenin anlaşılmasında anahtar bir kavram olarak karşımıza çıkan Aydınlanma felsefesi, modernitenin bilincini, entelektüel alt yapısını meydana getirirken çağdaş dünyanın felsefi ve ontolojik olarak anlaşılmasını sağlayan bir moment olarak düşünülmelidir (Çiğdem, 2013: 16-17). Çünkü Aydınlanma, bireyi “kötü ve köleleştirici” olduğuna inanılan, hurafeler, mitler ve önyargıların hâkim olduğu “eski düzen”den kurtararak “özgürleştirici aklın” düzenine sokacaktır (2013: 13-14).

18. yüzyıl Avrupa’ında ortaya çıkan Aydınlanma felsefesi, geleneksel inançlara karşı bilimin ve insan aklının gücüyle beslenen, “sınırsız iyimserlikle seçkinleşen”

⁵ Aynı kökten türeyen modernite, modernizm, modern, modernleşme kavramları sıklıkla birbiriyle karıştırılmakta ve birbirlerinin yerine kullanılmakla birlikte farklı anlamlara gelmektedir. Modern terimi, Latince “modernus” biçimiyle ilk defa beşinci yüzyılın Hristiyan dönemini, Romalı ve Pagan geçmişten ayırmak için kullanılmıştır. Modernus sözcüğü “son zamanlar”, “tam şimdi” anlamlarına gelen “modo”dan yaratılmıştır. (Kumar, 2004: 88) Öte yandan modernizm “geleneksel olanı yeni olana tabi kılma tavrı” ve Aydınlanmayla karakterize olan hümanist, aydınlanmacı, ilerici ve insan merkezci yaklaşımler. Modernleşme ise modern dünyayı oluşturan birçok kategorinin; yani endüstrileşme, sekülerleşme, bireyselleşme, kentleşme, kültürel farklılaşma, şehirleşme ve rasyonelleşme süreçlerini anlatan bir terimdir (Best ve Kellner, 2016: 18). “Modernite ya da modernlik ise modernleşmenin söz konusu dönüştürücü koşullarıyla ilgili yaşanmış deneyimi tanımlar” (Cevizci, 2015: 305). Yapılan bu tanımlamalar çerçevesinde, bu çalışma içerisinde modernite kavramı, “modern dünyayı doğuran değişimlerin hepsini -düşünsel, toplumsal, politik ve ekonomik değişimler- kapsayan” (Kumar, 2004: 88) şeklinde geniş bir anlamda kullanılmıştır.

felsefi bir hareket ve kültürel bir döneme işaret eder. Aydınlanma felsefesinde seküler bilinç her türlü otoritenin yargıcı mahiyetindedir. Bu anlamda aydınlanma dini otoritenin egemenliğini ortadan kaldırılmaya ve rasyonalitenin egemen olduğu kapsamlı ve güçlü bir düzen inşa edilmeye çalışır. Öte yandan Aydınlanma, geleneğe karşı da olumsuz bir tavır sergilerken “teoloji alanında deizmin, din alanında toleransın, bilim alanında pozitivist bir yaklaşımın savunuculuğunu yapar” (Cevizci, 2015: 50-51). Descartes ile başlayıp Aydınlanma’ya ve sonradan gelen izleyicilere uzanan modernlik kavramsallaştırmalarında, aklın hem toplumdaki ilerlemenin kaynağı hem de hakikatin ve bilginin “imtiyazlı bir mevki” olarak konumlandırıldığı görülür (Best ve Kellner, 2016: 17).

Modernite, “bu güne ait” olma anlamını; insanın ilerlemesinin önünde engel olarak gördüğü bağları yani geçmişi, geleneği, inançsal ve sezgisel olanı dışlayarak kurar (Harvey, 1997: 23-24). Doğaya hâkim olabilme gibi bir ideali akıl ve bilgiyi merkeze koyarak yapan aydınlanmacı modern zihin, pozitif akılla şekillenmiş bir insan düşüncesi üzerinden temellenir. Touraine’nin yaklaşımında bu durum, “... Akıl’la Özne’nin, akılcılaştırmayla özneleştirmenin, Rönesans ruhuyla Reform ruhunun, bilimle özgürlüğün gerilimlerle dolu bağlantısı olarak yeniden tamamlanması” şeklindedir (2002: 188).

Öte yandan modernitenin düşünsel ve toplumsal temelini birlikte ele aldığımızda, moderniteyi birbiriyle ilişkili ve birbirinin içine geçen birtakım süreçlerin oluşturduğu bir bütün olarak görmek önemlidir. Bu yüzden moderniteyi bir yanıla zihinsel, epistemoloji, entelektüel; diğer yanıla ekonomik, toplumsal ve siyasal değişimi oluşturan etkenlerin toplamı olarak ele almak gerekir:

Modernlik, salt değişim ya da olaylar silsilesi de değildir; akılcı, bilimsel, teknolojik ve idari etkinliğin ürünlerinin yaygınlaştırılmasıdır... Modernlik fikri, toplumun merkezindeki Tanrı’nın yerine bilimi koyarak, dinsel inançlara – en iyi olasılıkla- ancak özel yaşam dâhilinde bir yer bırakır. Modernlikle en güçlü bir

b biçimde özdeşleştiği anda Batı düşüncesinin özelliği, akılcılığa tanınan temel rolden daha geniş bir fikre, akılcı bir toplum fikrine geçmeyi istemiş olmasında yatar ve o akılcı toplumda akıl yalnızca bilimsel ve teknik etkinliği yönetmekle kalmaz, insanların yönetimini ve nesnelerin yönetimini de elinde tutar. (Touraine, 2002: 23-24).

Modernite, rasyonel düşüncenin dinamikleri dâhilinde, kendisine hiçbir ilke, otorite ya da dayanak tanımaksızın keşfettiği ve inşa etmeye çalıştığı kavramlar doğrultusunda hayatın her alanını yeniden tasarlamaya girişmiştir. Bu tasarım sürecinin başlangıcı, Fransız Devrimi'ne ve ulus devletin ortaya çıkışına kadar götürülebilir. Giddens'a göre "sanayileşmenin tek kurumsal boyutu olmadığı kabul edilse de 'modernite' kabaca sanayileşmiş dünyaya karşılık gelen bir dönem olarak anlaşılabilir" (Giddens, 2010: 29). Modern toplumda, endüstriyel üretim ve pazar ekonomisini kapsayan çeşitli ekonomik kurumlar; ulus devlet yapısının ve kitle demokrasisinin yer aldığı bir dizi siyasal sistem; bilim ve teknolojiye ilişkin ilerlemeler; kentleşme ve demografik değişimler gibi birçok toplumsal, ekonomik, siyasal değişimin adıdır. Bu temel niteliklere bakıldığında modern toplum, oldukça devingen, yadsıdığı ve yeniden inşa etmeye çalıştığı geleneksel döneme göre ise oldukça karmaşık ve teknik yapılardan meydana gelmektedir (Giddens, 2010).

Bu bağlamda İlhan Tekeli'nin belirttiği gibi modernitenin dört temel boyut üzerinden gerçekleştiğini ve kurumsallaştığını söyleyebiliriz. Bunlardan ilki: ürünlerin metalaştığı, emeğin ücretli hale geldiği, liberal mülkiyet anlayışının ve kapitalist ilişkilerin kurumsallaştığı ekonomik boyuttur. İkinci boyut ise modernitenin "bilgiye, ahlaka ve sanata" yaklaşımıdır. Ancak "bu üç alanın birbirine indirgenemeyen otonom alanlar olduğu kabul edilmektedir" (2004: 19). Öte yandan modernite hukuk, bilim, ahlak ve değerler alanında evrensel bir geçerlilik iddiası kurulmaya çalışılır. Modernitenin üçüncü boyutu, kendi özerkliğini kurmuş kendi aklını referans alarak kendini yönlendiren bireyin doğuşuna da işaret eder. Bu geleneksel bağlardan azade olmuş, "tarihsel gelişme içine kendini yerleştirebilen, yer değiştirebilen, akışkanlığı

artmış” bireyi tanımlamaktadır. Dördüncü boyut ise yerel nitelikteki toplumsal ilişkilerin aşıldığı, daha büyük toplumsal mekân ve ilişkiler içinde gelişen anonim birlikteliklerin kurulduğu bir yapı olarak kısaca “ulus-devlet olma ve demokratik ilişkilere dayanma” şeklinde özetlenebilir (2004: 20).

Nesnel bir bilim, evrensel bir ahlak ve evrensel bir yasa geliştirme çabalarıyla biçimlenen modernite, olgunun değerden, ahlaksal alanın kuramsal alandan ayrı tutulması gibi toplumsal dünyanın kategorileştirilmesine başka bir deyişle ayırıştırılmasına da işaret etmektedir (Sarup, 2004: 187). Söz konusu düşünce örüntüsü bize, politik konum ya da ahlaklılık açısından tarafsız bir tutum önerir. Soyut kurallar ve soyut akla müracaat edilerek birtakım evrensel ölçüt ya da standartlar kullanılarak bir etik tesis etmeye çalışır. Öte yandan liberal ve bireyci bir anlayışın içine yerleşen Aydınlanma zihniyeti, bireyin haklarına ve özgür iradesine vurgu yaparken onu sosyal ve tarihsel bağlamından azade kılar (Cevizci, 2015: 51).

Modernite kendisini geçmişten, mevcut toplumsal kurumlardan ve tarihten azat olmuş bireyler inşa etmeyi, doğa üzerinde bilimsel bir hâkimiyet kurmayı, doğal afetlerin darbelerinden, yoksulluktan ve kaynakların kıtlığından kurtarılmayı sağlayacak bir vaat olarak sunmuştur (Harvey, 1997: 25-26). Ancak modernliğin inşası ve derinleşmesi, kapitalist endüstrileşmenin baskıcı aygıtları ya da emperyalist sömürgeciliğe denk düşen bir ıstıraplar silsilesi de üretir. Best ve Kellner’ın da belirttiği gibi modernite aynı zamanda kendine özgü birtakım disiplinler, söylemsel ya da pratikler düzeyinde tahakküm ve denetlenme mekanizmaları meydana getirir (2016: 18).

Modernlik, akıl ve özgürleşme arasında içsel bir bağ kurar; insanın aklını ne kadar fazla kullanırsa o kadar özgürleşeceğini dile getirir ve özgürleşmeyi modernliğin büyük anlatısı olarak inşa eder. Ancak kimilerine göre bu anlatının vardığı nokta çıkış noktasındaki hedefler ile örtüşmemekte, aksine oldukça çelişmektedir (Dellaloğlu,

2000: 86). Aklın kendi karşısına nasıl dönüştüğünü, modern aklın tahakkümün, denetlemenin ve baskı altında tutmanın maskeleri haline geldiğini (Adorno ve Horkheimer, 2014) savunan Frankfurt Okulu geleneği, modern toplumun eleştirisinde Aydınlanma'dan bu yana aklın mahiyetini ve gelişimini incelerken Aydınlanma'nın vardığı sonuçların “kendi kendini imha” olduğuna işaret eder. Bunun iki ana nedeni vardır: ilki “Aydınlanmanın akli getirdiği noktada bireyin silinişi” ve aklın bir takım amaçlara ulaşmak için kullanılan araçlarla tanımlanır olmasıdır. İkinci neden ise, Aydınlanma'nın doğa ve insan arasında mutlak bir ayrım yaratması ve doğanın insan için şeyleşmesine neden olacak olan doğa-insan arasındaki dışsal ilişkidir (Dellaloğlu, 2014: 36-37).

Frankfurt Okulu'na göre akıl bir egemenlik ve iktidar biçimine dönüşür; modern dönemde bilim ve teknoloji insanın doğa üzerindeki hâkimiyetini kurumsallaştıran araçlar haline gelir. Bu dönemde akıl kendi ontolojik ve epistemolojik zemininden uzaklaşarak “araçsal ve faydacı” bir işlevin hizmetine girmiştir (Dellaloğlu, 2014: 38). “Ancak insanın doğa üzerindeki bu egemenliği, aynı zamanda insanın kendi üzerinde de bir egemenlik yaratmıştır. Çünkü insan da içinde yaşadığı doğanın yazgısını paylaşmak durumundadır.” (Demirhan'dan Akt. Dellaloğlu, 2014: 37). Öte yandan modern birey Marshall Berman'ın değişiyile “modernleşmenin hem nesnesi hem de öznesi” olarak bu dünyaya sıkıca tutunabileceği sağlam bir zemin arar. Fakat bu zemin hayli kaygan ve geçicidir (Berman, 2006: 11):

“Modern olmak, bizlere serüven, güç, coşku, gelişme, kendimiz ve dünyayı dönüştürme olanakları vaat eden; ama bir yandan da sahip olduğumuz her şeyi, bildiğimiz her şeyi, olduğumuz her şeyi yok etmekle tehdit eden bir ortamda bulmaktır kendimizi. Modern olmak, Marx'ın deyişiyile 'katı olan her şeyin buharlaşıp gittiği' bir evrenin parçası olmaktır” (Berman, 2006: 27).

Dolayısıyla modernitenin akıl, doğa, nesne, gelenek ve birey ile olan ilişkisi neyi içerdiğini ve neyi dışladığını belirlemektedir. Modernitenin bu ilişkiselliği, bizi bu

çalışmada bir bütünsellik içerisinde modernitenin ve onun uzantısı postmodernitenin ne anlama geldiğini anlamaya yöneltirken, sürecin kahramanı olan bireye, onun benlik tasarımına ve kutsala yönelik arayışlarına değinmeye de götürecektir. Bu noktada “postmodern” in ne olduğuna, postmodern bir toplumsal durumun neye tekabül ettiğine, bu uğrakta birey, toplum, kültür ve ekonominin aldığı biçimlere, bunların arasındaki etkileşimlere göz atmak yerinde olacaktır.

Herhangi bir tanıma indirgenemeyecek karmaşıklığa, teorik olarak inşa etmenin zor olduğu bir düzensizliğe sahip olsa da postmodern kavramı öncelikle, Batı’yı meydana getiren temel kavram ve kategorilerin sorunsallaştırılması ve modernleşme ile bir hesaplaşma anlamına gelmektedir. Böylece içinde modernite karşıtlığını ve modernite öncesini de barındırır (Zekâ, 1994: 10). Postmodernliğe özgü bir metodolojik birlik, kuram ya da ilkeler bütününden bahsetmek pek mümkün değildir. Bunun nedeni ise “postmoderne⁶ ilişkin modern bir tanım yapmaktan kaçınmanın zor olmasıdır; aslında, postmoderne ilişkin herhangi bir tanım ister istemez modernist olacaktır” (Kumar, 2004: 129). Ancak postmodern yaklaşımlar ve çözümler içinde en azından ortak bir noktanın varlığından söz edilebilir. Postmodern düşünce, modernlik tecrübesi üzerine düşünümSELLİK durumu, modernliğe tepki üzerinden şekillenen farklı eğilim ve yaklaşımların yer aldığı felsefi ve kültürel bir hareket alanı olarak düşünülebilir (Şaylan, 2002; Harvey: 1997). Diğer yandan postmodernin pek çok farklı biçimde kullanımında ortak olan post’un modernin sonrasını, modernden bir kırılma ya da kopmayı ifade ettiği söylenebilir (Featherstone, 1996: 21).

Tarihsel olarak ele alındığında, yirminci yüzyıl iki büyük dünya savaşına, faşizm gibi totaliter rejimlere, sömürgecilik girişimlerine, “araçsal akla”, yaşam biçimdeki

⁶ Postmodernite ve postmodernizm kavramları arasındaki muğlak ilişkiyi Best ve Kellner’ı takip ederek, postmodernizmin kültür alanında modernist hareketlerden ayrılan modernizmden sonra gelen ya da ondan kopan bir dizi estetik biçimler ve pratikler düzeyinde; postmoderniteyi ise modernliği izlediği varsayılan bir çağı betimleyen kültürel, ekonomik, toplumsal yapıların bütünlüğü içerisinde kavrayabiliriz. (2016: 21).

standartlaşmaya ve insanlığı tehdit eder boyuta ulaşan ekolojik sorunlara sebep olmuştur. Modernitenin yaşadığı bütün bu başarısızlıklar, onun toplumsal ilerleme, refah ve özgürlük gibi varsayımlarını kuşkulu hale getirmiştir. Kültür, sanat, felsefe ve sosyal teori gibi birçok alanda yansımaları bulan bu şüphecilik, pozitif bilgiye yönelik iddiaları göreceli hale getirmekte hakikat olarak tanımlanan şeylerin toplumsal, tarihsel ve dilsel birer yapıntı olduğu fikrini yükseltmektedir. Bu yaklaşım postmodernitenin temel düşünsel ve epistemolojik temelini oluşturmuştur (Küçükalp, 2003: 100). Best ve Kellner'a göre 1970'li ve 1980'li yıllarda yaşanan bir dizi ekonomik, toplumsal, politik ve kültürel değişim; örneğin medya ve yeni iletişim teknolojilerdeki patlama, yeniden yapılanan kapitalizm, politik ayaklanmalar ve politik değişimler gibi toplumu bir uçtan diğerine kuşatan dönüşümler, yeni teoriler ve düşünce yapıları ortaya çıkarmıştır. Onlara göre postmodern teorilerin yaygınlaşması moderniteyi kuşatan bir dizi değişim ve dönüşüm süreciyle ilişkiseliliği içerisinde anlamlandırılabilir (2016: 11).

Modern ve postmodern arasındaki düşünsel ve epistemolojik farklılıkları dikotomik bir şema şeklinde ifade edecek olursak modernitenin; “amaç”, merkez, “düzen”, “bütünleştirme”, “sentez”, “üst kimlik”, “büyük anlatı”, “kesinlik”, “gösterilen”, benzerlik, “belirlilik”, aşkınlık” gibi tanımlayıcı kavramlarla ifade edildiği; postmodernitenin ise, “merkezsizlik”, “antitez”, “yapıbozum”, “farklılık”, “gösteren”, “belirsizlik”, “alt kimlikler”, “içkinlik” gibi kavramlarla tanımlanmaya çalışıldığı görülür (Hassan, 2008: 267-277).

Tekil çerçeveler, nihai zeminler, nesnellik ve evrensel ilerleme fikrinden kuşku duyan postmodernistler; öte yandan modernitenin akılcılığına, aklın mutlak otoritesine, ahlaki iddialarına ve modern bireyde temellenen evrensel etik anlayışına karşı çıkar. Postmodern teori, politik veya toplumsal nitelikli küresel, kapsayıcı dünya görüşlerine insanlığa trajik deneyimler yaşatması nedeniyle itiraz ederek onları “söz merkezli, aşkın ve bütünselleştirici büyük anlatılar” olarak görür (Eagleton, 1999: 9; Cevizci: 2009:

1269). Öte yandan postmodernite, modern düşüncenin doğru-yanlış, ruh-madde, erkek-kadın gibi biri ayrıcalıklı kılınırken karşıtının değersiz kılındığı düalist ve kutuplaştırıcı bir düşünce ile karakterize olduğunu söyler. Genel teorilerin ve büyük anlatıların iktidarın ve güç ilişkilerinin bir dışı vurumu olduğunu dile getirirken bilgi ve hakikatin de göreceli olduğunu ilan eder. Böylece evrensel olandan ziyade yerel, farklı ve tikel olana yoğunlaşır. Tekilciliğe karşı çıkıp çoğulculuğu yüceltir (Cevizci, 2015: 355-356).

Postmodern terimiyle ilgili genel tartışmalar 1970’li yıllarda edebiyat, güzel sanatlar ve mimarlık alanlarında ortaya çıksa da postmodern düşüncenin yeni bir kuramsal söylem olarak temelleri, Fransız yapısalcı ve post-yapısalcı çözümlerinin epistemolojik katkılarıyla meydana gelmiştir (Best ve Kellner, 2016: 37-42). Her ne kadar postmodern düşüncenin entelektüel kavramsallaştırmaları çok geniş bir yelpazeye yayılmış durumda olsa da düşünceleri kısaca, modernitenin değerlerine yaslanan ve postmodern düşünsel zemine başvuranlar şeklinde ikiye ayırabiliriz. Postmodern düşünsel zeminine yaslananlar ve benimseyenler modern tarihin bittiğini, moderniteden ayrı, onu aşmış ve özel bir döneme girildiğini ileri sürer. Diğer görüş ise postmoderniteyi modernliğin kendi içerisinde ve dinamiklerinde özgül bir durum, uğrak olarak kavrar (Bkz. Best ve Kellner, 2016). Bu noktada bu çalışmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurularak söz konusu muhtelif görüşlere, modernden postmoderne geçiş dönemselleştirmelerine⁷, postmoderni niteleme biçimlerine kısaca değinmek yerinde olacaktır.

Postmoderniteyi üst anlatılar bağlamında ve bilgi sorunsalı çerçevesinde inceleyen Lyotard için postmodernizm “ne modernliğin melankolisi ne de postmodern

⁷ Best ve Kellner’a göre “post” teriminde bir muğlaklık bulunmaktadır. Onlara göre post terimi bir yandan modern “olmayanı” betimlemekte ayrıca modern çağın teorik ve kültürel pratiklerine olumsuz bir gönderme yapmakta, post ön eki aktif bir kopuşu simgelemektedir. Ancak bu kopuş olumlu bir anlamda eski baskıcı pratik ve kurumlardan kurtulup daha özgürleşimci söylemlerin, gelişmelerin, yeni hamlelerin geliştirilmesi olarak tanımlanabilir (Örneğin Lyotard). Tersine postmodern durum negatif olarak sabitelerin kaybı ve modernliğe ait değerli öğelerin (Örneğin Habermas) yadsınması şeklinde de yorumlanabilir (2016: 55).

binalarda görülen o sinik eklektizm”dir. Postmodernizm ona göre meta anlatılardan, bütünlük baskısı ve senteze varma zorunluluğundan kurtularak daha ileri “sürgüne gitme” isteğidir (Zeka, 1994: 26-27). Lyotard’a göre “postmodern duruma” ya da postmodern olarak bilinen çağa girildikçe bilginin mahiyeti değişmekte; bilgi artık modern, Aydınlanmacı ve indirgemeci dayanaklarını kaybetmektedir. Ona göre, modern bilgi öte-anlatılara başvurarak, dışlama üreterek ve homojen epistemolojik reçeteler sunarak kendini kurmaktaydı. Postmodern bilgi bunun tersine, temelciliğe ve meta anlatıların indirgemeci ve basitleştirici yanına karşı çıkar; heterojenlikten, sürekli yenilikten, yerellikten ve mikropolitikadan yana çıkarak büyük meşrulaştırma şemalarında sakınır. Lyotard’a göre bilgi modern dönemde olduğu gibi hiyerarşik bir üstünlüğe sahip değildir; o artık büyük bir anlatı olarak, bir dil oyunu olarak nitelendirilir. Öte yandan kapsayıcı, açıklayıcı, kuşatıcı söylemlerle kurumsallaşan din gibi, ideoloji gibi yapılar parçalanarak bilginin yeni koşullarına yanıt veren içerikler geliştirmektedir (Best ve Kellner, 2016: 235).

F. Jameson ise neo-Marksist referanslarla postmoderniteyi değerlendirerek onun yeni bir kültürel egemenlik biçimi olduğunu ve kapitalizmin yeni sosyo-ekonomik çerçevesini oluşturduğunu dile getirir. Jameson, postmodern kültür sahnesini genel hatlarıyla tarayarak postmoderniteyi kapitalizmin gelişim aşamasındaki bir dönem olarak görecelileştirmektedir. Ona göre, postmodernite “geç kapitalizmin kültürel mantığını” oluşturur. Geç kapitalizmin özelliklerini ise çok uluslu kapitalizm, bilgisayar, otomasyon sistemlerinde gelişmeler ve tüketim odaklı bir yapının hâkim olduğu bir döneme gönderme yapacak şekilde kavramsallaştırır. Ayrıca Jameson’da postmodernite küresel nitelikte fakat Amerikanvari bir askeri ve ekonomik tahakkümünde üstyapısal dışavurumu olarak görülmektedir (Kumar, 2004: 139-140; Best ve Kellner, 2016: 256). Jameson, postmoderniteyi kültürel bir mantık olarak kavramaya çalışarak salt bir tepkiden daha fazlasını ifade ettiğini dile getirir:

“Postmodernite, sermayenin ekonomik düzeninin nesnel dönüşümlerine bağlanmakta ve yalnızca sanat ya da estetik alanında bir kopuşa işaret etmemekte aynı zamanda hâkim üretim biçiminin tarihinde yeni bir aşamanın kültürü olarak da görülmekteydi” (1994: 94). Öte yandan Jameson’da, postmodernite “kültürde yeni biçimsel özelliklerin doğuşunu, çoğu zaman örtmeyeceli biçimde moderleşme, sanayi sonrası ya da tüketim toplumu, medya ya da gösteri toplumu veya çok uluslu kapitalizm denilen yeni bir toplumsal yaşamla ve yeni bir ekonomik düzenle ilişkilendirmek olan dönemleştirici bir kavramdır” (2005: 15). Jameson çağdaş toplumun, toplumsal ve kültürel örgütlenmesinde bir kopuşun meydana geldiğini ve bir postmodern durumun ortasında bulunduğumuzu, böylece yeni tecrübe ve bilinç biçimleri yaratan geç kapitalist toplumda postmodernizmin bu dönemin kültürel⁸ egemeni olduğunu savlamaktadır (Best ve Kellner, 2016: 258).

D. Harvey ise *Postmodernliğin Durumu* (1997) adlı çalışmasında, postmoderniteyi modernitenin yapısökümü ya da epistemolojik bir saldırı olarak değil; ekonomik sömürünün kemikleştiği yeni bir paradigma, modernitenin uzantısı olan özgül bir durum olarak betimlemektedir. Buna göre bir imajlar, pazarlanabilir estetik, kültürel metalaşma, neoliberal ekonomik anlayış ve hükümranlığın yerleşikleştiği bir uğrağa işaret etmektedir. Harvey, modernlik ve postmodernlik arasındaki ilişkiyi bir yandan gelişimin öte yandan baskının derinleştiği, *Fordist Modernlik ve Esnek Postmodernlik*

⁸ Jameson, kapitalizmin son evresinde ortaya çıkan postmoderniteyi toplumsal ve ekonomik yaşamda ve kapitalizmin kendi yapısal dinamiklerindeki değişim süreciyle birlikte değerlendirmeyi önerir. Ona göre postmodernite açısından kültür, “kendi içinde bir ürün olmuştur; pazar, kendi kendisinin ikamesini gerçekleştirmekte ve gerçek anlamda, kapsamına aldığı nesnelere herhangi bir kadar metalaşmaktadır.” Metalaşmayı sağlayan şey ise postmodernizmin temel özelliklerinden olan parodi, pastij vd. özellikleriyle sağlanır; “ya da daha iyi bir ifadeyle, diğer biçemlerin taklidi ve özellikle öteki biçemlerin aşırı kullanımları (aşırma, mannerisms) ve biçimsel seğirme (twitches) ile ilişkilidir” (2005: 15-16). Geç kapitalizmde metalaşma dinamiklerinin tüm bilgi, enformasyon ve bilinç dışı düzeylere dolayısıyla hem kişisel hem de toplumsal hayatın tüm yanlarına sızdığını dile getiren Jameson’un, kültürel alanda meydana geldiğini düşündüğü değişimler; yüksek kültür ile aşağı kültür arasındaki ayrımın çökmesi, kültürün neredeyse bütüncül bir metalaşması, modernist eserlerin eleştirel yönlerini yitirmesi şeklinde özetlenebilir. Öte yandan kapitalizme meydan okurken başvurulabilecek eleştirel mesafenin muğlâklaşması, farklı bir gelecek tahayyülüne olan inancın yitirilmesi ve yön kaybına neden olan hiperuzamın ortaya çıkması şeklinde, özetle bir imaj, simülark evreni şeklinde özetlenebilir (Best ve Kellner, 2016: 258-262).

şeklinde dikotomik bir şemayla kavramsallaştırmaktadır. Ona göre Fordist modernlik: “Bütünsel kod”, “tekelci sermaye”, “hiyerarşi, türdeşlik”, “refah devletçiliği”, “üretim”, “mavi yakalı”, “semantik”, “kitle üretimi”, “sınıf politikası”, “teknik bilimsel rasyonalite”, “ütopya”, “maddesellik”, “oluş”, “epistemoloji” gibi özelliklerle karakterize olmaktadır. Esnek postmodernlik ise: “Kişisel dil”, “arzu”, “girişimcilik”, “çeşitlilik”, “yeni muhafazarlık”, “bireycilik”, “evsiz barksızlık”, “toplumsal hareketler”, “beyaz yakalılar”, “küçük deste üretimi”, “retorik”, “heterotopyalar”, “maddesel olmayan”, “varlık”, “ontoloji” gibi özellikler üzerinden kavramsallaştırılır (Harvey, 1997: 374-375). Böylelikle “post-modern toplum birçok kuramda görüldüğü haliyle post-fordist toplumla, enformasyon toplumuyla ve ‘geç’ ya da ‘örgütsüz’ kapitalizmle özdeş değilse bile epey uyumludur” (Kumar, 2004: 149).

Anthony Giddens ise postmodern düşünceye eleştirel yaklaşan önemli düşünürlerden biri olarak, postmodern düşünürlerin iddia ettiği gibi moderniteden kopmuş postmodern bir döneme girilmediğini; sadece modernliğin sonuçlarının radikalleştiği, evrenselleştiği ve derinleştiği bir döneme doğru sürüklendiğimizi ileri sürer. Giddens’da postmodern, ister moderne yönelik radikal eleştiriler, isterse modernin içerdiği tüm hakikat söylemlerini aşma girişimi olsun son kertede modernliğe özgü bir karakter olarak düşünümSELLİĞİ arttırmaktan başka bir şey yapmamak şeklinde ifade edilebilir. Bu dönemde modernliğin ötesinde oluşan bir takım değişim ve farklı düzenleri kabul etmekle birlikte ona göre, modernitenin temel karakteristik özellikleri, örneğin kapitalist piyasa ekonomisi, endüstriyalizm ve ulus-devlet hala yerindedir. Ayrıca Giddens, postmoderniteye⁹ için olduğu iddia edilen belirsizlik, süreksizlik, olumsuzluk, yerelleşme gibi dinamiklerin modernitenin temel öncüllerinden

⁹ Giddens postmodernite kavramının postmodernizmle eş anlamlıymış gibi kullanıldığına dikkat çekerek bu kavramlar arasında bir ayırım yapar. Ona göre modernitenin doğası üzerine estetik düşünSELLİĞİN bir çeşidi olarak postmodernizm edebiyat, sanat ve mimariye işaret eden bir akım olarak nitelendirilmelidir. Postmodernite ise yeni bir toplumsal ve siyasal gündem olarak nitelendirilir ve empirizm temelli epistemolojinin güvenilirliğe karşı çıkış olarak kavramsallaştırılır. Ancak bugün geldiğimiz noktada moderniteye özgü birçok kategorinin sorunsallaştırılması modernitenin aşıldığı bir dönemi değil modernitenin bir uğrağını ifade eder (2010; 2012).

kaynaklandığını ve belirleyici olma özelliklerini sürdürdüklerini ileri sürer (Giddens, 2012: 11).

Postmodern düşüncenin karşısında yer alan Jürgen Habermas da postmodernistlerin savunduğunun aksine, modernliğin “tamamlanmamış bir proje” olduğunu dile getirir. Ona göre modernitenin gelişmeye yönelik dinamik bir potansiyeli vardır. Habermas, postmodern teorilerin moderniteye yönelttiği eleştirilerin, aydınlanma karşıtı ve irrasyonel teorilerde de görülebilecek tepkiler olduğunu dile getirir; öte yandan ona göre postmodernistler öznelciliği yüceltmekte, felsefe, sanat bilim ve din ayrımlarını görmezden gelmektedirler. Bu durum Habermas için sözün ve mantığın hiyerarşik üstünlüğünün yıkılarak retoriğin ve yazının öne çıkması demektir (1994: 31-44). Böylece Habermas’da postmodernite¹⁰, yeni bir dönem ya da kırılma olarak değil “yeni muhafazakâr ideolojinin bir biçimi” şeklinde kavramsallaştırılır (Kellner, 2000: 369).

Zygmunt Bauman’a ise “hal değişimi” metaforunu kullanarak modernlikten postmodernliğe geçişi tanımlarken, bu değişimin modernliğin katılıklarından postmodernliğin sıvılaşmış zamanına geçiş olduğunu öne sürmektedir. Merkezci düşünce, üretim, sınıf gibi modern “katı” kategoriler, özellikle İkinci Dünya

¹⁰ Bu noktada Habermas’ın postmodern düşünürlerle yönelik eleştirel yaklaşımını iletişimsel eylem kuramı ve muhafazakâr ideolojinin yeniden üretimi bağlamında tartışmak önemlidir. İlker Özdemir Habermas’ın postmodernistlerin araçsal akla, onun baskıcı işleyişine, mutlak otoritesine yönelik eleştirilerinin, toplumsal eylemliliğe olan güveni yıpratarak yeni bir karanlığa yol açtığını söylediğini dile getirmektedir (2007: 110). Bu noktada Özdemir, postmodernist anlayışlar ile yeni liberalizm arasında bir analogi kurar. Ona göre, postmodern yaklaşımların diyalektiği ve üst anlatıları, makro teorileri reddetmeleri; farklılık, çoğulluk ve heterojenliğe ağırlık vermeleri ve baskıcı oldukları gerekçeleriyle rasyonellik, konsensus ve totaliteleri reddetme eğilimde olmalarıdır. Bu tutum radikal bir toplumsal dönüşüm umudunu dışladığı gibi, sistematik baskı ve dışlama biçimlerini de görmezden gelerek yeni liberalizm ile yakınlaşmış gözükmektedir (2007: 127-128). Öte yandan Özdemir’e göre postmodernist argümanlar makro teorilerin reddi ile insanlık adına tüm tasavvur, tahayyül ve ütopyaları totaliteryanizm ile eş tutmaktadır ve görecelilik anlayışını öne çıkararak bu yöndeki düşünsel arayışları da değersizleştirmeye katkı sağlamaktadır. Postmodern düşüncede her tikel görüşün yan yana durmasını içeren, her tikel görüşün kendince haklı olduğu görecelilik vurgusu; bütün bir arada yaşama söylemlerini, diyalog ve uzlaşmayı, *iletişimsel eylemi* yadsıyarak; sisteme karşı organik bir muhalefetin de ortaya çıkmasını engellemektedir. Bu eşitlik, özgürlük -ya da Habermas’a ait uzlaşıcı, müzakere ve muhabbet sağlayıcı- taleplerinin gözden düşmesi anlamına gelmektedir (130-132; ayrıca bkz. Best ve Kellner, 2016: 309-313).

Savaşı'ndan sonra değişime uğrayarak erimeye başlamış; yerellik, bireysellik ve cemaat gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Ancak Bauman, postmodernliği, modernliği bitiren veya ondan tamamen bağımsız ve ayrı bir zaman olarak görmez, bilâkis ona göre “bugün, postmodernite kendi için modernitedir. Bu modernite, kendi yanlış bilincinin ötesine geçen ve başından bu yana aslında yaptığı şeyin –ki bu belirsizlik ve çoğulculuk üretimidir- ne olduğunu anlayan, rasyonel düzen ve mutlak hakikat gibi, en başta belirlenmiş amaçlara asla ulaşamayacağı gerçeğiyle uzlaştırır” (Bauman, 2011b: 53).

Bütün bu çözümler çerçevesinde bu çalışma, modern postmodern arasındaki ilişkiye kesin kopuşlar şeklinde ya da çizgisel ve evrimsel bir süreç şeklinde değil bir bütünsellik içinde bakmaya çalışmaktadır. Sürekli bir şeylerin bitip yenilerinin başladığı söylemi yerine, moderne bütünsel bir şekilde bakmak önemlidir. Böylece bu çalışma - Jameson, Harvey ve Giddens da işaret ettiği gibi-, yaşadığımız çağda bir takım toplumsal, ekonomik, kültürel değişimleri göz önünde bulundurarak mutlak eski ve mutlak yeni ikilemi yerine; başka bir ifade ile üstünde bulunduğumuz uğrağın yeniliğini abartan ve geçmişle olan ilişkisinde süreksizliği ve kopuşu öneren görüşlerin ötesinde, bu ilişkiselliği çeşitli sebep ve sonuçlarıyla kendisini ortaya koyan daha döngüsel ve akışkan bir özellik kavramayı ve yenide devam eden eskiyi, akışkanlığı görmeyi amaçlamaktadır (Dellaloğlu, 2012: 32). Dolayısıyla postmoderniteyi mutlak yeni bir toplumsal değişim olarak kavramaktansa kapitalist modernliğin içerisinde “ve onun kendi varlığında vücut bulan” bir değişim olarak görmek gerekir. Bu anlamda modern postmodern arasındaki ilişki, kopuş üzerinden değil süreklilik, akışkanlık ve döngüsellik üzerinden değerlendirilmelidir (Best ve Kellner, 2016: 384-385).

1.2. Modern-Postmodern Dönemde Bireysel Kimlik ve Narsisizm Kültürü

Modernite, toplumsal hayatın doğasını kökten değiştirirken yaşantılarımızın en kişisel ve mahrem yanlarını etkilerken modern kurumların yol açtığı köklü dönüşümler doğrudan bireysel hayatla, kimlik ve benlik ile iç içe geçmektedir (Giddens, 2010: 11). Giddens'a göre bu iç içe geçiş, bireysel kimlik ve toplumsal bağlantılar arasındaki diyalektik ilişkinin yerel ve küresel dinamiklerini oluşturur ve "...eylemlerinin özel bağlamları ne kadar yerel olursa olsun sonuçları ve içerimleri bakımından küresel düzeydeki toplumsal dinamiklere katkıda bulunur ve bu dinamikleri doğrudan arttırmalar" (2010: 12). Dolayısıyla bireysel kimlik¹¹ ve benlik zamanın ruhuyla, sosyo-kültürel bağlamla ve toplumsal dünyaya dair yapısal özelliklerle derin paralellik ve etkileşim gösterir. Öte yandan her çağ ve toplumsal düzen kendine özgü patolojik karakter biçimleri üretmekte, düşünme, hissetme, eylemde bulunma davranışlarını önemli ölçüde biçimlendirmektedir (Lasch, 2006: 80; Funk, 2013: 11).

Giddens moderniteye içkin olan küreselleşme, rasyonalizm, süreksizlik, yerelleşme ve kapitalizm gibi gerek makro gerek mikro birçok dinamiğin benliğin oluşum süreciyle ve bireysel kimlik tasarımıyla ilintili olduğuna işaret ederken; modernitenin bu genel karakteristik özelliklerinin birtakım "varlıksal güvenlik problemlerine" yol açtığını dile getirir. Öte yandan Giddens'a göre moderniteyle birlikte

¹¹ Bireysel kimlik, bir kimsenin kim olduğuna, onu diğer insanlardan ayıran özelliklerine, kendi niteliklerine ve konumuna ilişkin toplumsal ve duygusal algısına tekabül eder. Ancak, bu algı diğer kişilerle ve gruplarla girilen karşılıklı etkileşim sürecinde ve karşılaştırmalı olarak inşa edilmektedir. Çünkü kişinin toplumsal, kültürel ve politik varlığını tanımlayan kimlik; bir başkasına göre yapılandırılarak farklılık ve belirlilik kazanmaktadır (Cevizci, 2015: 261). Giddens'a göre bireysel kimlik salt bireye özgü özellik ya da özellikler bütünü değildir. "Bireysel kimlik kişinin kendi biyografisinden hareket ederek refleksif (düşünümsel) olarak kavradığı benliktir" (2010: 75). Öte yandan Giddens'da bireysel kimlik, "kendinin bilincinde olma" anlamında farkındalığı gerektirir ve rutin bir biçimde sürdürülmesi ve yaratılması gereken bir fenomendir (2010: 74). Bu bağlamda bu bölümde "kimlik", kolektif düzlemde değil, bireysel düzlemde ele alınmaya çalışılacaktır. Modern ve geç modern-postmodern zamanlarda, bireysel kimliğin içinde olduğu yerleşik yapılardan ve toplumsal evrenden etkilenerek dönüşümüne, bireyin "kendini gerçekleştirme" idealine, ben merkezli ve narsistik kimliklerin kuruluşuna odaklanmaya çalışılacaktır. Bu kavramsal ağ ilerleyen bölümlerde, popüler kültürel ürünlerdeki öznellik kurgularının temelini oluşturacaktır.

bireyin benliğinin oluşum ve inşa sürecine etki eden yeni mekanizmalar ortaya çıkmış ve yeni bir benlik tipi meydana gelmiştir (2010).

Giddens'a göre, modernite koşullarında ekonomik alandan, politikaya, çalışma hayatından, aile kurumuna ve eğitime kadar uzanan makro veya mikro pek çok alanda yoğun belirsizliklerin söz konusu olduğunu belirtir ve makro düzlemdeki bu belirsizliklere paralel bir şekilde mikro düzeyde de rastlamak mümkündür. Çünkü belirsizlik modernitenin var ettiği kesinliğin, netliğin ve rasyonel aklın açıklayıcı iddialarının tam karşısında yer alır. Belirsizlik modernitenin net hatlarla çizdiği ve belirlediği düzenin aksayan yanlarından üreyen bir olguya işaret eder ve modernitenin birey üzerinde yaratmış olduğu gerilimin bir sonucunu oluşturur. Birey bu duygu içerisinde kendisini tanımlamak için kimlik, aidiyet, başarı gibi sığınaklara yönelerek yer edinmeye çalışır. Fakat bu sığınakların sürekliliğinin olmayışı sabit bir duruşa olanak vermemektedir. Böylece birey bir belirsizlik evreninde yaşamaya devam etmektedir (Mirza, 2014: 53).

Modernite kolektif hayatın yerine bireysel hayatı geçirmiş, modern öncesi dönemden oldukça farklı olarak soy, klan vb. geleneksel bağları çözülmeye maruz bırakmıştır (Giddens, 2010: 53 vd.). Öte yandan Baumeister'a göre günümüzdeki bireysellik¹² vurgusuna modern çağdan önce rastlanmamaktadır. “Her bireyin kendine has bir karakteri, bazen gerçekleştirip bazen gerçekleştiremeyeceği çeşitli potansiyelleri

¹² Bu noktada bireycilik ve bireysellik kavramlarına kısaca göz atacak olursak bireycilik genel olarak bireysel insan varlıklarına, mantıksal, ontolojik, metodolojik ve askiyolojik öncelik veren görüş ya da anlayıştır. Geniş bir yelpazeye yayılan fikirler, felsefeler ve öğretilere işaret eder. Siyaset felsefesinde, devletin birey için var olduğunu kabul eden, bireyin özgürlüğüne ve kendi kendisine yetebilme ve yönlendirebilme yetisine önem veren ve bireyi toplum ve devlet karşısında öne çıkartan akımdır. Bu felsefede sık sık bireyin yararının kolektif yarardan üstün olduğu öne sürülür. Esasen 18. yüzyılda, liberal ekonomi politığın yükselişiyle anlam kazanan bir öğreti olarak bireycilik, özgür bireylerin ekonomik alandaki rekabetlerinin yararlı kazanımlarını vurgulayan, iş bölümü sayesinde rollerde söz konusu olan çeşitlenmeyle, bireysel farklılıklara özel bir önem atfeden teşebbüs özgürlüğünü temel alan liberal anlayıştır. Ahlaki anlamda ise ahlaki bilincin bireyin bilincinde doğuştan var olduğunu, ahlaki ödevlerin kaynağının, toplumsal mekanizmalar ya da başkaca kurumlar olmadığını, bireyin kendisi olduğunu savunan anlayıştır. Dini bir çerçevede ise, bireyin Tanrı ile olan ilişkisinin, devlet ya da başka kurumlar tarafından değil, bireyin kendisi tarafından belirlendiği, bireyin dilediği dine ya da dini topluluğa girebileceğini savunan öğretidir. Bireysellik de her bireysel insanın diğer bütün insanlardan ayrı ve biricik olması; bireyin kolektif bir kimliğe ya da bir grup kimliğine sığınması yerine; kendisi olması, kendi biricikliğinin ve farklılığın bilincinde olması ve bunun yüceltilmesi durumudur (Cevizci, 2009: 150-151; Gordon, 1999: 74; Cevizci, 2015: 80).

olduğu fikri modern çağ öncesi kültürlerle yabancıdır”. Benzer şekilde Durkheim’e göre de “geleneksel kültürlerde birey kesinlikle yoktur ve bireysellik ödüllendirilmez”; modern toplumların ortaya çıkışıyla ve daha özelde, iş bölümündeki farklılaşmayla birey ilgi odağına gelmiştir (Giddens, 2010: 102-103).

Benzer şekilde Charles Taylor da sanayi toplumunun yükselişi, araçsal aklın tahakkümü ile eş zamanlı ortaya çıkan cemiyet kavramı ve iş bölümünün hâkim olduğu bir toplumsal ilişkiler ağına gönderme yaparak “*Modernliğin Sıkıntıları*” adlı eserinde, modernite ve kapitalizmin birey üzerinde aşındırıcı etkilerinin üç sıkıntıdan kaynaklandığını öne sürer. Ona göre modernliğin sıkıntılarının ilk kaynağı “bireycilik”tir. Bireyciliğin artması “insanların artık daha yüksek amaçları, uğrunda ölmeye degecek bir şeyleri” kalmaması anlamına gelir. Taylor, Nietzsche’den aktararak bu insanların “acınacak rahatlıkları” dışında yaşamdan pek bir beklentileri kalmadığını söyler (2011: 11-12). Bununla birlikte Taylor’a göre modernliğin sıkıntılarının ikincisi araçsal aklın tahakkümüdür. İnsanın kavrayış gücü ya da kapasitesini geliştirmek ya da insanlık durumunu iyiye sürükleme amacı güden alternatif akıl anlayışının tam karşısında yer alan araçsal akıl, bir takım amaçlara (ekonomik) ulaşma amacı doğrultusunda kullanılacak bir araç olarak öne sürülür. Söz konusu akıl, insan yaşamına para cinsi üzerinden değer biçen bir hesap türü olarak karşımıza çıkar. Taylor’ın öne sürdüğü modernliğin sıkıntılarının üçüncüsü “özgürlük kaybı”dır. İnsanın kendi kendisini yönetebilme ve kendi kendisini belirleyebilme anlamındaki özgürlük siyasal erkin hâkimiyeti altındadır. Taylor, bireyciliğin özgürlük kaybına neden olduğunu, insanların “kendi içine kapalı” ve yalnız bireylere dönüştüklerini ifade ederken; siyasal erkin de özel yaşamın doyurucu olması için gerekli araçları sunarak bireyleri özel yaşama ve benliğe yönelik bir konformizm içinde yaşamaya sürüklediği dile getirir (2011: 15-16).

Modernite, daha önce de belirtildiği gibi sadece geleneksel olandan değil, kendi içinde de oldukça farklı parçalanmalar, iç kopuşlar ve radikalleşmeler yaratmaktadır. Bu çerçevede Erich Fromm *Çağımızın Özgürlük Sorunu* (1995) adlı çalışmasında, modern dünyanın en önemli sorunlarından birinin, moderniteden önce de var olan ancak günümüz toplumsal yaşamında giderek büyüyen, insanın kendisiyle ve doğayla olan ilişkisine yabancılaşması olduğunu söyler. Fromm'a göre modernite insanı iktisadi bir öge olarak öne çıkartırken onun psikolojik, ruhsal, kültürel ve değerler sistemini göz ardı etmiştir. Zira işbirliğine dayalı bu koşullardan modern sanayileşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan rekabetçi ve atomcu bireysel hayata ve bireyciliğe geçişle birlikte, birey geleneksel toplumlardaki birtakım referans noktalarının yaratmış olduğu güven duygusundan yoksun kalmaya başlamıştır. İşte bu noktada bireyin hayatını varoluş problemlerine de zemin hazırlayacak türden kaygıların kuşatmaya başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Karl Marx'ın, kişinin kendi etkinliğinin sonuçlarına kendisini teslim ederek, doğaya, nesnelere, başkalarına ve nihayetinde tarihselliğine ve kendisine yabancı hale gelmesi olarak düşündüğü yabancılaşma kavramı bir yönüyle faillik yitimi de üretir. Bireyi failliğinden soyutlayan ve onu edilgen kılan bir olgu olarak yabancılaşmanın insanın anlam kaybı, bireysel bunalım, derin bir kaybolma, yolunu şaşırma, güvensizlik gibi varoluşsal güvenlik problemlerini şekillendiren bir olgu olduğunu iddia etmek mümkündür (Fromm, 1995: 53-54).

Fromm, kısaca modernite ile birlikte gelen özgürlük sürecindeki diyalektik ilişkinin; bireysel yaşamla ve gelişim süreciyle de benzer şekilde var olduğunu söyler. Bu ilişki, bir yandan insan mantığının değişen ve gelişen gücü, doğa üzerindeki hâkimiyet ve birçok modern dünya kazanımıyla bireyin artan yalıtımı, güvensizlik, evrendeki kendi rolüne-değerine ilişkin yükselen bir kuşku ve anlam kaybı şeklinde tezahür etmektedir (1995: 44). Giddens'ın da belirttiği gibi modernite özgürleşme imkânı tanıyan modern kurumlar yarattığı gibi benliğin bastırılmasıyla ilgili birtakım

“fark, marjinalleştirme ve dışlama mekanizmaları” da üretmektedir (2010: 17). Kendisini gerçek ya da gerçek dışı tehditlerle karşı karşıya bulan ya da bu tehditleri gerçeklik perspektifinden algılayan birey, benlik algısına yönelik bir muğlaklık yaşarken rekabete dayalı bir sistem içinde inşa etmeye çalıştığı kimliğini sabit tutmak ve bir proje olarak yaratmak durumundadır. Böylece modern insanın giderek nihilistik bir içeriğe sahip olması kaçınılmazdır (Beardsworth, 2004’den Aktaran; Mirza, 2014: 53).

Bu noktada modern dönemden geç modern-postmodern döneme kadar benliğin ve kimliğin geçirdiği dönüşümlere ve değişimlere kısaca göz atmak yerinde olacaktır. Douglas Kellner, *Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası* adlı makalesinde modern öncesi dönemden modern çağa ve geç modern-postmodern çağa doğru insan hayatının seyrinin ikircikli bir karakter sergilediğini dile getirir. Zira antropolojik halk bilimine göre geleneksel toplumlarda bir kişinin kimliği durağan, oturmuş ve değişmez nitelikteydi. İnsanın dünyadaki konumu ve önceden tanımlanmış toplumsal rolleri, birtakım geleneksel mitler ve dinsel yaptırımlar tarafından katı biçimde sınırlandırılıyordu. Kimliğin çerçevesini belirleyen soy, cinsiyet, statü gibi birtakım kurumsallaşmış kategoriler nispeten sabitti ve kişinin bireysel varlığı toplumsal varlığın karşısında merkezi konumda değildi. Kendisini parçası olduğu topluluk bağlamında tanımlayan ve çerçevede sürdüren kişi örgütsel bir çerçeve ve koruyucu bir hale içinde hareket ediyordu (2004: 187). Modern öncesi dönemde geleneğe, komüne ve kutsal olana sıkı sıkıya bağlı olan “birey”; modernite ile birlikte hayatın merkezi konumuna yerleşirken bir takım makro süreçlere ve üst anlatılarla bağlı hale gelmiştir. Bireyin grup bağları yeni sosyal ve politik yapılar yoluyla azalırken; modernlik söylemi kendini bir özerklik ve özgürlük zemininde kurmaya çalışmıştır. Böylece modern çağda kimlik “devingen, çok katlı, kişisel, öz düşünümsel”, değişme ve yeniliklere açık hale gelirken; aynı zamanda toplumsal ve öteki bağlantılı bir yapıya kavuşmuştur. Kellner bu noktada,

modern döneme özgü tüm bu kimlik özellikleriyle birlikte, yeni kimlikler ya da olası kimliklerin sınırlarının sürekli genişleyebileceğini fakat kimliklerin hala (çeşitli kamusal ya da ailevi normlar, roller ve beklentiler ile) görece sınırlandırılmış ve sabit olduğunu öne sürer (2004: 187-189). Fredric Jameson göre, modern kimlikteki görece durağanlığın aksine postmodernitenin muğlâk evreninde kimlik de bir dönüşüm geçirerek “çözüldü, parçalandı, bağlantısızlaştı ve modern benliğin ara sıra ulaşabileceği tözselliği ve tutarlılığı yitirdi.” Böylece postmodern kimlik, daha çok boş zaman, tüketim ve imajlar -özel alanda- vasıtasıyla inşa edilen bir düşünümsellik düzeyine işaret etmeye başlar (2004: 190-200).

Kimliğin geçirdiği varsayılan bu dönüşümler, postmodern durumda sınıf temelli bir siyaset anlayışından daha kültürel ve bireysel refah meselelerine evrilmiş bir değişimler silsilesine referansla da açıklık kazanır. Son kertede postmodernite kolektif ve toplumsal olana karşı bireysel var oluşu en yüce değer olarak ön plana çıkarmakta, öznel olanı yüceltmektedir. Postmodernitenin farklılığı ve çok kültürlülüğü yücelten yanı, kimliğin de özsel ve üniter bir yapıdan daha akışkan ve çok katlı, çok kaynaklı biçimlere bürünmesini sağlar (Kumar, 2004: 148; Sarıbay, 2014: 38-39). Bu doğrultuda modern dönemin akılcı, rasyonel ve kamusal bireyi, postmodern dönemde yerini kendini inşa etmek suretiyle yoğun bir bireyselleşmeye ve “ben odaklı” kimliklere devretmiştir (Funk, 2013: 55 vd.) Böylece “özgür ve spontane bir özerklik arzusu, ait olma ve bir ekiple birlikte olma arzusunu” dışlayarak postmodern narsistik benliğin kuruluşuna zemin hazırlamaktadır (2013: 12).

Giddens da benzer bir ifadeyle dile getirdiği gibi modernitenin bireyi kompleks bir seçimler çeşitliliğiyle karşı karşıya getirmektedir. Ona göre, modern öncesi dönem modern dönemle kıyaslandığında yaşam daha tutarlı ve sabit başka bir ifade ile süreklilikler içinde düzenlenir. Fakat modernite ile birlikte birey oldukça geniş ve son derece karmaşık bir seçimler silsilesiyle yüz yüze gelir; aynı zamanda hangi

seçeneklerin tercih edilmesi konusunda kapsamlı bir rehberlik sisteminden de yoksundur. Moderniteyle keskin biçimde başlayıp geç modern dönemde de giderek belirginleşen gündelik hayata özgü bu seçim faktörü her ne kadar benlik düzeyindeki temel bileşenlerden biri olsa da hangi seçeneklerin tercih edilmesine ilişkin uzlaşmış olmaktan uzak son derece esnek ve değişken bir zeminde var olmaktadır (2010: 110). Bu durum Giddens’in kavramsallaştırılmasında modernitenin radikalleşmiş evresi olarak tanımladığı geç modern çağ risk faktörü ile ilişki içinde karakterize olmaktadır (2010: 163). Bu dönemde bir belirsizlikler ve süreksizlikler evreninde yaşadığımızı gönderme yapan Giddens, bu türden koşullarda yaşamı sürdürmenin oldukça yüksek düzeyde kaygıyla çevrelenmiş bir evrende yaşamak olduğunu belirtir ve bu kaygıyı “varlıksal güvenlik problemi” olarak kavramsallaştırır (2010: 53 vd.)

Günümüz insanın en çok benlik sorunlarından muzdarip olduğunu belirten Kemal Sayar; boşluk duygularının, anlamsızlık hissinin, değer yoksunluğunun ve iletişimsizlik ve ilişkisizliğin git gide yaygınlaştığını söylemektedir (Sayar, 2011: 79). Sayar, toplumdan ve paylaşılan anlamdan kendini koparmış, geleneksel anlam sağlayıcılarından yoksun olan bireylerin; modern-postmodern çağın yarattığı yabancılaşma, yalnızlık, konformizm sonucunda sadece kendi durumlarını korumaya ve kendilerini gerçekleştirmeye odaklı bir var oluş şekli içinde yaşadıklarını dile getirir (2011: 20). Bu durum ileri kapitalist toplumların atomize olmuş bireyini bir takım savunma mekanizmalarına yöneltmektedir. Bu noktada çalışma için önemli olan şey, modern ya da postmodern bireyin bu belirsizlik, risk ve kaygıyla dolu, yabancılaşmış yaşamında anlam yaratmaya ya da var olan anlamı sabit kılmaya yönelik itkisinin; popüler kültür tarafından hem beslenen, hem yeniden üretilen ve yönlendirilen bir yapıya kavuşmuş olmasıdır.

Giddens “geç modern” çağda söz konusu benlik tipinin birey tarafından “refleksif (düşünsel)” olarak tasarlandığını ileri sürer. Modernitenin geç modern

koşullarında yoğunlaşan süreksizlikler karşısında, bireyin tutarlı ve dengeli bir benlik oluşturmak amacıyla “hayat tarzı” dediği genel hayat reçetelerine yönelme eğiliminde olduğunu dile getirir. Giddens, bireyi bütünlüklü hayat reçetelerine yönlendiren temel noktanın, moderniteye içkin “yerinden çıkarıcı mekanizmalar”, gündelik hayata dair çeşitli süreksizliklerin bireyde yarattığı risk, varlıksal güvensizlik ve anlam kaybı olduğunu belirtir (2010: 53 vd.).

Konuya psikoloji disiplini açısından yaklaşan Philip Cushman ise ileri kapitalist dönemdeki benlik türüne “boş benlik” (1995: 23) adını vermektedir. Cushman, geleneksel yapıların çözülmesiyle, yer yön ve anlam duygusundan mahrum kalmış bir benliğe işaret ederek 20. yüzyılda bireysel benlik kurtuluşunun giderek önemli hale geldiğini, sürekli dönüşen ve değişen benliğin hiç bitmeyen bir kendini gerçekleştirme arayışına yöneldiğini savlar. Böylelikle kişisel gelişim -ya da Giddens’in da işaret ettiği gibi genel hayat reçeteleri- endüstrisinin giderek yaygınlaşması ve çalışma dinamikleri bu “boş benlik” kavramıyla ilişkili hale gelir. Çünkü birey, bu “boş benliğini” doldurmak ve manevi yoksunluğu gidermek için, kendisine sunulan iyileştirici anlatılara ya da manevi olarak yapılandırıcı mesleklere kolaylıkla ulaşabilmektedir artık (Cushman; 1995).

Christopher Lasch *Narsisizm Kültürü* (2006) adlı kitabında ise sosyo-kültürel bir analiz yaparak modernite ve kapitalist ilişkilerin yarattığı değerler ekseninde yeni bir narsisizm kültürünün meydana geldiğine ve bu kültürün yeni bir kişilik yapısı ürettiğine işaret eder. Ona göre bu tipik kişilik yapısının altında ailelerin kültür aktarımı işlevinin azalmış olması, insanların geçmişle bağ kurma duyguları körelmesi, büyük bürokratik örgütlenmelerin ve kitle iletişim araçlarının egemenliği yatmaktadır (2006: 367). Bu kişilik tipi, yaşamalarını herhangi bir yoldan iyileştirme umudu bulamayan, tamamıyla kişisel meşguliyetlerine gömülen ve ruhsal açıdan kendini geliştirme yolları arayan, kendini “Doğu’nun bilgeliğine kaptıran” kişilik özelliğini imler (2006: 23). Lasch’ a

göre hakim sosyo- kültürel paradigma, dünyayı değiştirme ya da daha iyi bir gelecek inşa etme gibi bir misyonu yerinden etmiştir. Birey artık tüm dikkatini kendi “kişisel icrası” üzerine yoğunlaştıracak, “kendi çöküşünün uzmanı olacak” ve “aşkın bir biçimde kendine yönelecektir” (2006: 25).

“Kaygıdan ve çöküntüden, nedeni açık seçik bilinmeyen hoşnutsuzluklardan ve içte hissedilen boşluk duygusundan bezen yirminci yüzyılın ‘psikolojik insanı’ giderek aleyhine dönen koşullar karşısında ne kendini büyük görmenin ne de tinsel aşkınlığın peşindedir, aradığı tek şey zihinsel huzurdur” (Lasch, 2006: 36). Huzura ulaşma yolunda ona eşlik edenler ise rahipler, kendi kendine yetmenin popüler vaizleri ve sağaltımcılardır. Böylece kendini gerçekleştirme, koruma ve ruhsal var kalım ahlakı yalnızca nesnel ekonomik koşullarda ya da toplumsal kargaşada değil; “öznel boşluk ve yalıtılma deneyiminde de körükleniyor”. Modernite, yabancılaşma, anlam arayışı ve kapitalist düzenin iç içe geçtiği bu yapıda, kendisini iyimser bir ideoloji olarak sunan kişisel gelişim anlatıları, bir yandan bireyin kamusal insan misyonunu çökertirken çevresine karşı derin bir çaresizlik yalıtım duygusunu da pekiştirmektedir. Bu durum mevcut ideolojik ve toplumsal düzenin yeniden üretilmesi anlamına gelir. Lasch’ a göre bu ideoloji “inançsızların inancı” şeklinde benimsenir (2006: 94).

Hiç kimse, teknolojilere giderek artan bağımlılığımızın bir güçsüzlük ve haksızlığa uğramışlık duygusuna kapılmamıza neden olduğunu anlamış ya da bunu denetim altına almış gibi gözükmüyor. Bizi kuşatan dünyaya ilişkin bir süreklilik, daimilik ya da bağımlılık duygusu oluşturmakta güçlük çekiyoruz. Başkalarıyla kurduğumuz ilişkiler dikkat çekecek ölçüde kırılan; mallar kullanılıp atılmak üzere üretiliyor; gerçeklik her an değişen bir uçuran imgeler yığıını olarak yaşantılanıyor. Her şey, psikolojik bağımlılık, ayrılık ve bireyleşme sorunlarına kaçamakçı çözümler getirilmesini özendirmek, insanların güçlerini ve özgürlüklerini sınırlayan varoluşsal kısıtlanmaları kabullenmelerini olanaklı kılabilecek ahlaki gerçekliğin önünü kesmek için işbirliği halinde (Lasch, 2006: 380).

“Biz” i es geçip sadece kendilik üzerine yoğunlaşan ve elindeki “tek işe yarar şey bireysel hayatta kalma” olduğu bir dünyanın ortaya çıktığını söyleyen Peter Marin gibi (Akt. Lasch, 2006: 27) Richard Sennet da *Kamusal İnsanın Çöküşü*’nde, modern

kentlerin ve şehir hayatının ortaya çıkmasıyla ilintili bir şekilde bireyselleşme konusuna eğilir ve kamusal alan ile mahrem yaşam arasındaki dengesizliklerin ve kamusal alan çözüldükçe öznel ifade araçlarının ortaya çıktığı bir mahremiyet toplumunda, kendini mahrem alanında var etme eğilimi gösteren benliğe odaklanır. Bununla birlikte Sennet'a göre sekülerleşme ile birlikte gizemini yitiren tanrıların yerine birey kendi kendini gizemleştirir, kendi gizemli yaşamından anlam üretir. Bu durum, kamusal alana güven duymayan, gerçekliği kendi mahrem alanında yaratmaya ve bulmaya çalışan toplumsal ilişkiler ağındaki narsisizm kültürüne işaret etmektedir (1996: 405 vd.).

Sennet da Lasch'a benzer şekilde narsisizmi, klinik psikolojideki patolojik anlamından farklı olarak sosyo- politik bir süreç içinde inşa olan ben odaklı ve içe yönelmiş bir karakter tipi şeklinde kavramsallaştırır. Bu karakter tipi "kendi iç malzemesinden hareketle bir kimlik bulma" ya çalıştığı oranda; "kamusal alanı boşaltıp terk ettiği" oranda mahrem alanı ve ilişkileri temel alan bakış açısının çekim gücü artmaktadır (2013: 25-27). Foucault'un "benlik teknolojileri" konusundaki çalışmalarında dile getirdiği gibi "ruha kılavuzluk etme ve dikkat etme pratikleri" , insanın kendi üzerine yoğunlaşması ve bireysel kimliği üzerinde çalışması, mevcut toplumsal koşullarda çağın epistemolojik yapısına uygun olarak ben'in inşasını olanaklı kılar. Foucault'un "psikagoji" şeklinde kavramsallaştırdığı bu yapı, ben'in bir hakikat oyunu içinde diyolojik olarak inşa edildiğine işaret etmektedir (Foucault'tan Akt. Parker, 2011: 69).

Bauman'ın "dünyanın yönetilme biçimiyle ilgili kaygının yerini, kendi kendini yönetme kaygısı" almaya başlamıştır (2011c: 67) derken işaret ettiği kimliğin, modern dönemdeki kimliğin kolektif bir birliktelikten farklı olarak daha esnek, sabit olmayan bir takım modern "katı" yapılardan uzaklaşan bir özelliğine dikkat çeker. Postmodern ya da Bauman'ın ifadesiyle "akışkan modern" dönemde birey kendi yaşamını estetize ederek bir "yaşam sanatı" inşa etmeye çalışır. "Yaşam sanatının icra edilmesi ve kişinin

yaşamını bir ‘sanat yapıtı’ haline getirmesi, akışkan modern dünyamızda, kesintisiz bir dönüşüm durumunda olmak, kişinin şimdiye kadar olduğundan başka bir kişi olarak sürekli kendi kendini yeniden tanımlaması anlamına gelir” (2011b: 111).

Bu süreçte yaşadığı kimlik ve benlik problemlerini aşmak isteyen modern-postmodern akışkan birey çeşitli uzmanlık sistemlerine yönelecektir. Kişisel beslenme uzmanları, yaşam koçları, kişisel gelişim sistemleri ve Doğu’un mistik inanışlarına eğilerek kendini oluşturmaya ve bulmaya çalışan birey hep bireysel bir alanın içinde kalmaya davet edilecektir. Rainer Funk’ın “yamalı bohça maneviyat” ı olarak tanımladığı bu durum farklı, dinsel ve din benzeri öğelerin bir araya getirildiği; gerçek dışı, mistik, gizemli tecrübelerle “yamalı bohça kimlik”lerin, “çok yüzlü benliklerin” bir arada var olduğu postmodern bir varoluşa da işaret etmektedir (2013: 86). Bauman’ın her yana sızmış bir belirsizlik evreninde, “postmodern insanın” simyacı arama eğilimi olarak tanımladığı duruma denk düşmektedir bu tavır. Zira “postmodernlik kimlik sorunu uzmanlarının, kişilik hekimlerinin, evlilik danışmanlarının, kendine güvenmenin yolları türünden kitapların yazarlarının çağıdır. Postmodernlik, “danışma patlaması” çağıdır” (2013: 265).

Sonuç olarak kapitalist toplumsal yapı içerisinde hayatının faili olma ve onu büyük ölçüde kontrol edebilme gücünden yoksun olduğunu gören birey, güçsüzlük olarak algıladığı özerklik eksikliğini özel alana yoğunlaşarak gidermeye çalışır. Sistemin bireyi ezip deforme etmesi, anlamlı bir toplumsal varoluştan yoksun olmasının kaynağını oluşturur. Böylece birey, sorunun çözümünü var olan sistemi değiştirmekte değil, kişisel gelişim kitapları, terapiler vasıtasıyla kendini değiştirmekte bulmaya çalışır. Bu durum yukarıda ifade edilen narsistik kimlik özellikleri bağlamında bireyciliği yeniden üretirken toplumsal bir muhalefet geliştirme çabasını da tüketime havale eder (Lodziak’tan Akt. Silier, 2014: 171). Öte yandan bir hakikat oyunu içinde ideal benlik tasarımına yaslanan kendini gerçekleştirme vaadi, bireylerin bazıları için

inançla ilişkilendirilerek ruhsal alana taşınmış olur (Paker, 2011: 69). Bireyselleşme ve dünyevileşme süreçleriyle bağlantılı olarak gelişmiş bu “ruhsal alıştırılmalar” bir yandan sınırları belirsiz, muğlâk, hazcı ve psikolojik bir bireyciliğe işaret ederken öte yandan eklektik ve melez yapısıyla postmodern bir varoluş felsefesi ortaya koymakta, popüler kültürde nesneleşmektedir (2011: 61-62).

1.3. Modern-Postmodern Dönemde Bireyin Maneviyat Arayışları

Modernlik fizikötesine karşı derin kuşkuların başladığı, “dünyanın sisinin dağıldığı, yerdeki yaşamın fazlasıyla aydınlandığı” bir evre olarak tanımlanabilir. Modernlik, görünmeyen, “karanlık bölmelerin”, “karartıların” ve metafizik ikonların çözüldüğü bir zamandır. Ancak bu süreçte bir yandan her bireyin kendi kişisel metafiziğini ve ikonlarını yaratabileceği çoğul bir kutsallık alanını da açılmaktadır. Bu kuşku çağında kalabalıkları kuşatan dinler yerine kesik kesik, kurumsal dini yapılara daha az bağlı ve ortak temaları belirsiz olan maneviyat biçimleri de ortaya çıkar. Bu maneviyat biçimleri, aynı zamanda bireyliğin ifadesi olarak da değerlendirilebilir. “Yaşam biçimleri” bu kutsallığın deneyimlendiği alan halini alırken kutsallık da kişiselliği süsleyen, onu besleyen bir yapıya kavuşur. Çünkü kendi farklılığına, özne olma hallerine ve bireyselliğine fazlaca sahip çıkanların, kurumsal, otoriter bir dini yapı içinde, kendi bireyliklerinin kuşatıldığı bir alan içinde rahat etmeleri zorlaşır. Bu durumda -yukarıda da bahsettiğimiz kamusal insanın çöküşü ve narsisizm kültürü ile ilişkili şekilde- bireyi dini bir kolektivitenin ve bütünlüğün parçası olmaya çağırarak zorlaşmaktadır (Taburoğlu, 2008: 223).

Üstelik modernler fazla bekleyemez, sabırla değişmezliğin, kalıcı, zamanı aşan varlıkların peşine düşemezler. Sözgelimi mistik bir yaşam biçimi böyle bir acelecilik içinde uygulanamaz görünür. Aynı şekilde, Uzakdoğulu, azla yetinirliği, kişinin kendisine sınırlar koymasını, keyfini kıymasını öğütleyen teolojiler, kozmolojiler bu yaşam biçimi içine yerleştirilemez. Modernliğin varlıkbilimi, ontolojisi, böyle sebatkâr bir tavrı dışlar. Bakışlar fazla ötelere kaymaz. Modernler, hemen şimdi ve burada, yeryüzünde kendi cennetinin nüvelerini yaratabilmelidir. Ötedeki, bu dünyanın içine sığdırılabilmeli, gelip geçici olanla, sonsuzluğun parçaları arasında bir uzlaşma yaratılabilmelidir.

Zihni ötelere meşgul etmek, fazla uzaklara gitmek gerekmemelidir. Ötelere aranan ne varsa, sınırlı olanın, maddeselin, ele gelir varlıkların dünyasında yeniden yaratılabilmelidir” (2008: 11).

Özgür Taburoğlu “gelip geçici olanla sonsuzluğun parçalarının arasındaki uzlaşın”ın “ara biçimler” şeklinde ortaya çıktığını söyler. “Ara biçimler”, ne tam olarak maneviyat alanına aittir, ne de dünyevi, gündelik mekâna. “Ara biçimlerin varlığı tümüyle dünyevi ya da saf metafizik varlık alanlarını imkânsız hale getirir” (2008: 27). Hem kutsal hem de dünyevi varlıklar olan ara biçimlerin bir yüzü yere değerken diğeri sonsuzluğa ve kutsallığa dokunmaktadır. Her dönem için tinsellik arayışının, maneviyata yönelme pratiğinin kaçınılmaz olduğunu iddia eden Taburoğlu, modern işleyişte maneviyat yaratma etkinliğinin, “sözsüz, yazısız, şekilsiz olandan; ikonlar, resimler açığa çıkarma çabası” şeklinde de tarif edilebileceğini söyler. Böylece “katı olan her şeyin buharlaştığı” bir dönemin içine, kimi şeylerin korunduğu, kalıcı olduğu bir maneviyat önerisi taşınmış olur (2008: 13).

Modernitenin bir vaat olarak sunduğu dünyevi ve kutsal olanın ayrışmasına yönelik yapı; özellikle modern sanayi toplumlarında dinsel inançların, pratiklerin ve kurumların toplumsal önemlerini yitirdikleri bir sürece işaret ederek sekülerizme karşılık gelmektedir (Marshall, 1999: 645). Luckmann’a göre kutsal evren anlayışının yerini seküler normlar aldıkça dini normlar geçerliliklerini yitirmeye başlar; din bir “özel alan” eylemi haline gelir ve bireysel bir mahiyet kazanır (Akt. Dobbelaere, 2006: 115). Öte yandan sekülerleşme tezine göre sekülerizasyon sürece sanayi toplumunun ve kültürel modernleşmenin kaçınılmaz bir ürünüdür. Bu teze göre modern bilim, geleneksel inançları akla daha az yatkın hale getirmekte ve yaşam dünyalarının çoğullaşmış olması dinsel sembollerin tekeline kırmaktadır. Bununla birlikte modernite, bireyci ve anomik bir dünya yaratarak ailenin önemini aşındırmış ve dinsel kurumları daha az ihtiyaç duyulan bir konuma düşürmüştür. Ayrıca teknoloji her şeye kadir Tanrı fikrini daha az gerekli ve akıldışı bir kalıba sokarak, bireylere kendi yaşamları üzerinde

daha fazla denetim kurma olanağı tanımıştır (Marshall, 1999: 646). Böylece fiziksel ve metafizik ayrım düzeyleri belirginleşirken “bu dünya belki de ilk kez öte dünya karşısında bu kadar öncelikli, ayrıcalıklı olur”, seküler ayrışmanın başladığı yerde, düşünce, yaşam tarzı ve yeryüzünün “büyü bozumu”¹³ başlamıştır (Taburoğlu, 2008: 112).

Ancak -yukarıda da ana hatları çizilmeye çalışılan- modernitenin içindeki “felsefi ve varoluşsal anlam krizine işaret eden, modern toplumun ürettiği büyük anlatılara ve teorilere duyulan düş kırıklığı; öte yandan aşırı rasyonelleşme ve yaygın teknolojileşmenin yarattığı “anlam kaybı” ya da “maneviyat açlığı gibi etkenlerin sonucunda, bazı din sosyologlarına göre son yıllarda kutsala dönüş eğilimi meydana gelmektedir. Din sosyologlarının “büyük uyanış”, “oryantal dini uyanış”, “yeni dinsel bilinçlilik”, “dinin yeniden kuruluşu”, “Yeni Çağ inanç ve pratikleri”¹⁴ vb. biçimlerde

¹³ Terim sosyal bilimler alanında ve yukarıda da bahsettiğimiz dinsel inanç, pratik ve sembollerin değersizleştiği bir kültürel rasyonalizasyon sürecine işaret etmek için Weber tarafından geliştirilmiştir. Weber büyü bozumuyla, hemen hemen bütün eylem ve süreçlerin dünyevi ve rasyonel amaçlarla gerçekleştirildiği modern, seküler ve bürokratik Batı toplumlarının karakterini ortaya koymayı amaçlamaktadır (Cevizci: 2015: 86).

¹⁴ Ali Köse’ye göre Batı’da yeni dini akımlar 1970’li yıllardan itibaren görülmeye başlanmıştır. Katılımcı sayıları milyonları bulan bu hareketler Batı’da kendi içinde ikiye ayrılır. Hristiyanlığın kendi içindeki dini akımlar ve Doğu’dan gelen akımlar. Yaygınlık açısından ikinci gruptakiler, yani Doğu kökenli özellikle Hint kaynaklı dini akımlar daha göze çarpmaktadır(2011: 16). Köse’nin aktardığına göre bu akımlar Avrupa’da Amerika’ya görece daha yaygındır. Özellikle İngiltere’de 400’den fazla yeni dini akım meydana gelmiştir. Bunun nedeni ise İngiltere’de geleneksel dini bağlılığın diğer ülkelere göre daha zayıf olması ve sekülerleşmenin derin olması bağlamında düşünülebilir (Stark’dan Akt. Köse, 2011: 17). Öte yandan bu akımların yükselişini mevcut dinin gerilemesine bir cevap olarak da nitelendiren sosyologlar vardır. Zira onlara göre bu akımlar sekülerleşmenin en etkili olduğu sosyal tabakalarda ve yaş gruplarında, dini motivasyonları çok kuvvetli olmayanlar arasında yaygınlık kazanmaktadır. Köse’nin aktardığına göre “metafizik âlemden koparılmış insan varlığına bir anlam sunan” bu yapılar; Batı’da astroloji, ruhsal şifa, doğal beslenme ve kişisel gelişim gibi dinamikleri bu noktada aramak önemlidir (Berger’den Akt. Köse, 2011: 19). Bu hareketler üzerine çalışan birçok düşünür, modern hayatta insan aklına ve rasyonelleşmeye verilen aşırı önemin ortaya çıkardığı sonuçlara bir tepki mahiyetinde düşünülmesi gerektiğini iddia eder. Materyalist yaşam tarzının yarattığı anlamsal boşluk diğer motivasyon kaynaklarından biridir; böylece insanlar manevi alanı tekrar geri kazanmak için bu akımlara yönelmektedirler. Öne sürülen bir diğer sebep ise “ideolojik mahrumiyet”tir. Buna göre psikolojik, sosyal ve fiziksel yönden bir şeylerden mahrum olduklarını hisseden bireyler ideolojik olarak bir grubuna da dinin mesajını almaya hazır bulunmaktadır (2011: 18-19). Mirza’ya göre de bu akımları oluşturan, öğelerin yeni ya da eski olmaları değildir, “mesele bu öğeleri yeniden yorumlayan, şekillendiren ve içeriklerini kazandıran zihnin yeniliğidir (Başokçu’dan akt. Mirza, 2014: 15). Yenilik modern anlayıştaki yaşamı dünyevi ve seküler ayrımına dayandıran kategorik bakışına bir cevap olarak nitelendirilebilir. Mirza’ya göre mesele bir din ve inanç meselesi olmanın yanında moderniteye bir itiraz da barındırmaktadır içinde. Modern bireyin “kendisine özgü” kişisel sorularına cevap verebilecek bir yapıyı ve bireyin ruhsal deliklerini ne ile kapatacağına dair sonsuz söylem seçenekleri de sunmaktadır. Böylece Yeni Dinsel Hareketler, her bireyin kendi ruhsal arayışını eklemlenebileceği bir yapı olarak cazibe odağı olarak dönüşmüştür. Bu yapılanmalar modernitenin yarattığı sorunlar üzerinden kendilerine bir meşruiyet alanı açmakta; mevcut anlam krizinden yola çıkmaktadır. Bu hareketlerin karakteristiği

adlandırdıkları bu gelişme; özellikle altmışlı yıllardan sonra dini ve ruhsal temalı Doğulu dinlerden mistik paranormal inançlara, yeni pagan dini akımlardan astroloji, pozitif düşünce, Sufizm, Paganizm vb. şeklinde geniş bir skala içinde kendini göstermektedir (Arslan, 2015: 58-59; 2010: 197). Bu durumu postmodern uğrakta, modern araçsal rasyonalite üzerinde odaklaşmanın yerini, hayatın amacı, anlamı ve bireyin kendi üzerine yoğunlaşmasının aldığı eğilimler silsilesiyle birlikte düşünmek gerekir, bu eğilim manevi olana teması arttıran eden bir özelliği de kapsar (Sarıbay, 2014: 38). Bu sürecin nedenleri ise Can Kozanoğlu şöyle açıklamaktadır:

Hepimizin bildiği en yakın tarih akarken, dünyanın düzenini değiştirmek isteyen siyasi akımlar, birtakım kazanımlarına rağmen, hayallerinin menzillerinde umduklarınca yol alamadılar. Birçok yeryüzü parçasında Gilles Kepel'in "Tanrının İntikamı" olarak adlandırdığı süreç yaşandı; tek tanrılı büyük dinlere yeniden sarılma eğilimi, toplumsal dalgalara, siyasi hareketlere dönüştü. (...) modern hayat getirileri olsa da, çevrelediği insanlara yeterince mutluluk, yeterince tatmin veremedi. Üzerinde çok konuşulmuş teknolojik gelişim-yalnızlaşma ikilemi, toplumsal ilişkilere iyice nüfus etti. Yoğunlaşan rekabet koşullarının gerilimi, korkuları köpürdü. Dünyanın düzeni değilse de hali değişti, globalleşme ve yerelleşme at başı gitmeye başladı. Toplumsal şiddet de bireysel şiddet de – ayırt etmek mümkünse eğer- tırmandı (1997: 27).

Bu eğilim Lasch'a göre modern dünyaya özgü kaygıların, eski yadsıma düzeneklerini daha da güçlendirdiğine işaret etmektedir. Lasch, "Yeni Çağ ruhaniliğinin" tıpkı son yıllarda büyüyen köktendincilik gibi, modern yaşamın giderek dünyevileştigi ve bilimin dini yerinden edeceğine ilişkin eski varsayımları boşa çıkardığını dile getirir. Ona göre ikisi de "grotesk tarzda abartılmış bir biçimde içerisinde yan yana uç vermeyi sürdürüyor gibi" görünmektedir (2006: 376-379). Zaten Lasch'a göre narsisizm kültürünü tanımlayan şey de "aşırı ussallık ile ussallığa yönelik yaygın isyanın bir arada varolmasıdır". Çünkü bu paradoksal duyarlılıkların kaynağı ortaktır. Her ikisi de günümüzde birçok insanın sorunu olan "yuvasızlık ve yerinden

geleneksel yapılanmaların aksine heterojen ve eklektiktir. Sonuç olarak yaygınlığı giderek artan Yeni Dinsel Hareketler, modern çağın ve sekülerizmin önerdiği dikotomik ayrımların aksine, dünyevi, maddi somut alanın kutsal bir yapı ve içerik tarafından kaplanmasına ya da sirayet edilmesine dair örnekler sunar. Bu hareketleri yalnızca modern hayatın açmazlarına bir cevap olarak okumanın yanında geleneksel dünya dinlerine de bir seçenek olarak ele almak, modern insanın profilini anlamada önemli ipuçları sunmaktadır (2014: 15-18).

edilme duygularında, onların acı ve yoksun bırakılma karşısındaki aşırı savunmasızlıklarında her şeye sahip olabileceklerine dair verilen söz ile sınırlılıklarının gerçekliği arasındaki çelişkide kök salıyor” (2006: 380). Featherstone da benzer şekilde, rasyonelleşme, metalaşma, dünyevileşme ve büyümenin bozulması gibi süreçlerin dinsel duygulanımların karanlığa gömülmesine yol açmadığını belirtir. Ona göre biçimsel dinler güçten düşüyor gibi gözükse de simgesel ve ritüel pratikler dünyevi süreçlerin bağrında yaşamaya devam etmektedir (1996: 198). Giddens’in zaviyesinden ise;

Din ortadan kalkmamakla kalmadı, aynı zamanda hepimiz etrafımızda yeni dinsel duyarlılık ve manevi girişim biçimlerinin yaratıldığına tanık olmaktayız. Bu ilgi canlanmasının nedenlerini geç modern çağın en temel özellikleridir. (...) Yeni din ve maneviyat biçimleri en temel anlamında bastırılanın dönüşünü temsil eder, zira onlar doğrudan (modern kurumların tamamen yıkma eğiliminde olduğu) varoluşun ahlaki anlamıyla ilgili sorunlara yönelirler (2010: 259).

Söz konusu sürece bakıldığında dinseliliğin yeniden hâkimiyet kazanmasını postmodern iklimin bağlamına yerleştirebiliriz. “Mutlaklığın sorgulandığı bir evrede dinin ortaya koyduğu mutlak kutsallık kavrayışının geçersizleşmesi” her türden gerçeklik tasavvurunun ve büyük anlatıların yeniden inşasının mümkün görüldüğü bir evrede kaçınılmazdır. (Wenzel’den Akt. Mirza, 2014: 51). Yıldız Ecevit’ e göre ise son birkaç yüzyılın rasyonalist ve determinist mekanik paradigmaya duygu mistisizm ve aşkınlık katma çabası, postmodernitenin çoğulculuğu içinde var olur. Yekpare bir anlam dünyası yerine, birbirinden farklı çoğulcu ve eklektik yapısıyla karakterize olan yeniçağ - new age¹⁵ düşüncesi, postmodern döneme özgü bir ideoloji olarak inancın

¹⁵ Daha önce Yeni Dinsel Hareketlere kısaca değinmiştik. Yeni Dinsel Hareketler devamlılıklarını sürdürse de, süreç kendisini New Age kapsamında değerlendirebileceğimiz yeni bir evreye bırakmıştır. (Mirza, 2014: 18) Yeni Çağ anlamına gelen New Age benzer inanç, yönelim ve pratiklerin 1980’lerden sonra popüler hale gelen bir grup akım için kullanılmaktadır. Öncelikle bu eğilim dini ve din dışı öğeleri içine alarak eklektik bir yapı sergiler. Temel alanları şunlardır: Astroloji, rüya, simya, bitkisel tedavi, büyü, gizemcilik, alternanif tıp, Şamanizm, Hristiyan sembolizmi, Feng Shu, Taoizm, Zen, Budizmi, Mistisizm, Sufizm, meditasyon ve Yahudi Kabala geleneği (Bruce’den Akt. Köse, 2011: 134). Bu dinsel yapılanmaların Batılı rasyonelliğe tepki olarak ortaya çıkması, teknoloji karşıtlığını ve bunlara karşı kozmik bakışı, doğal yaşamı öne çıkarıyor olması postmodern bir karakter ve bağlam sergilediğini gösterir. Zaten New Age akımlarının sekülerleşmiş kesimlerde daha çok karşılık bulmasının sebebi bu eklektik yapısıdır. Böylece marjinal bir dini akım olmaktan ana akım popüler kültüre doğru çekilen bir kültür olmaya doğru ilerlemektedir (Heelas’dan Akt. Bölükbaşı, 2012: 40). Anlamı geçmişte arayan bu akımlar, 19. Yüzyılda ortaya çıkan ezoterik inançların ve spiritüalist felsefi akımlarının temelinde yer almakta, yeni dinsel hareketler içerisinde yerini bulmaktadır. Ancak New Age dinleyici odaklı bir yapı yerine, müşteri odaklı bir yapı sergilemekte, aidiyet ve lider odaklı gruplardan farklı olarak daha bireysel

bireyselleşmesinin radikal örneklerini kucaklamaktadır. Postmodern dönemin “çoğulluklar zemininden hareketle “çoğul hakikatleri” yeni bir anlatı biçimi olarak sunan bu yapılanmalar, kuramsal olarak bireylere özgürlük vaat eder; bireyler inanç biçimlerini özgürce belirleme iradesi ile kendilerini memnun edecek spiritüel biçim için Tanrı ile mübadele ilişkisine girer. Ayrıca birey, inşa etmeye çalıştığı biricik ve benzersiz yaşam tarzı ve bireysel kimliğine, ruhsallık ya da kutsallıkla ilgili atıfları da yerleştirerek kendisini arayış ve kişisel aydınlanma sürecinin bir parçası haline getirir (Ecevit, 2001: 210-211; Parker, 2011: 70; Okutan, 2015: 130-131). Bu durumda “ara biçim, kıt bir görüngünün ya da bilimsel bir bakışın açık bıraktığı boşluklara dolar, yaşama bir doluluk, tamlık kazandırır” (Taburoğlu, 2008: 27).

Türkiye’de bir yandan siyasal ve radikal İslam deneyimlenirken; öte yandan İslam’ın radikal formlarıyla örülü dilinin dışında daha muğlâk ve ılımlı yorumlar ortaya çıkmakta; yeni dinselleşme eğilimleri ve maneviyat arayışları kapsamında kulak verebileceğimiz bir ruhani dil gündelik hayat pratiklerinde yerini almakta ve popüler kültüre sızabilmektedir (Mirza, 2014: 73). Bu çalışmada odaklandığımız bu ruhani dilin yaygınlaş-tırıl-ması ve yeniden inşa edilir olması, özellikle 2000’li yıllardan sonra Tasavvuf felsefesinin söz konusu dil yapısı, yorumlar, pratikler ve “ara biçim”ler şeklinde popüler kültürde dolaşıma sokulması açısından önemlidir.

Bu mistik spiritüel akımlar ve maneviyat arayışları; modernleşme sürecinin derinleşmesi, kapitalizmin gaddarlaşması, rekabetin, eşitsizlik ve yoksulluğun oldukça

bir din anlayışı ortaya koymaktadır. (Mirza, 2014: 19). Bireyin baskıcı ve rekabetçi kapitalist düzende, huzurlu, mutlu, sağlıklı hissedilmesi için söylemler ve yöntemler öneren New Age akımları deşarj mekanizması olarak da işlev görmektedir. Yani moderniteye bir tepki olarak ortaya çıkmış akımlar bir yandan modernitenin sürekliliğini de yeniden üretmekte; böylece radikal bir biçimlenmeye de neden olmamaktadır (Mirza, 2014: 22-23). Can Kozanoğlu ise, New Age akımlarını pozitivist “ruh”un müdahale edemediği, tek tanrılı dinlerin ise bastıramadığı bir manevi açlığa karşı bir arayış “bilinmeyene” yönelen bir merak olarak tanımlar. Konuyla ilgili olanların birleştikleri ortak nokta New Age hareketlerinin, Batılı toplumlar için hem bir dönemin ve kültürün hem de bir sektörün adı olduğudur (1997: 23-24). Kozanoğlu’nun aktardığına göre Batı’da Doğu öğretilerine, mistisizme merak modern öncesine kadar gitse de 1960’larda sonra bir akıma, toplumsal zemine dönüşmüştür. Casanova’nın “bireysel mistisizm ve spiritüel din” dediği bu akım, dinselğin tipik modern formlarının örnekleri olarak durmaktadır. Anlamı geçmişin bilgeliğinde arayan bu akımlar her geçen gün daha fazla insanı içine çekmektedir (1997: 31).

genişlemesi, rasyonalizasyon, dünyevileşme gibi makro süreçlerle yabancılaşma, yalnızlaşma, anlam kaybı, güvensizlik, atomizasyon, bireyselleşme gibi mikro dinamiklerin iç içe geçtiği bir iklimin bağlamına yerleştirilebilir. Kendisine modern-modern sonrası dönemin birey üzerindeki tahribatı üzerinden meşruiyet alanı açan öte yandan dini modern benlik tanımlarından ve kamusal alandan dışlayan otoriter seküler anlayışlara karşı yeniden canlanan yeni dinsel hareketler, köktendinci akımlar ve muhafazakâr dini yapılanmalar, dinsel ve seküler arasındaki ayrımları belirsizleştirdiği, iç içe geçişlerin meydana geldiği bir süreci de ateşlemiştir (Göle, 2012: 11-12). Seküler ve dinsel arasındaki bu etkileşimsel ilişkinin popüler kültüre teması da kaçınılmazdır. Bu temas içerisinde bir yandan dinsel olan popüler kültürün seküler zeminiyle eklemlenmeler meydana getirip profanlaşırken popüler kültürün de dinselleştiği etkileşimsel bir ilişki meydana gelir. Bu süreçte kutsal ve seküler arasındaki ayrımlar belirsizleşir, iç içe geçer, uzlaşır.

İKİNCİ BÖLÜM: POPÜLER KÜLTÜR, MANEVİYAT TÜKETİMİ ve META OLARAK KUTSAL

2.1. Kültüre İlişkin Kavramlar: Yüksek Kültür, Halk Kültürü ve Kitle Kültürü

Kültüre yönelik kavramsallaştırmalar, antropoloji ve sosyal antropoloji tarihine kadar uzansa da bugün kavradığımız anlamda kültürün, gündelik yaşam içinde üretilen maddi ve manevi pratiklerini içeren, dinamik bir olgu olduğu yönündeki görüşlerin temelleri, 19. yüzyıl sosyal teori ve modernite eleştirileri tarafından atılmıştır (Türkoğlu, 2010: 177).

Felsefe Sözlüğü'nde (Cevizci, 1999: 536), insan topluluklarının biyolojik bir aktarım süreciyle değil de sosyal olarak kuşaktan kuşağa aktardığı sembolik ya da öğrenilmiş özellikler ve ürünler toplamına işaret eden kültür kavramı, maddi ve maddi olmayan pratikler bütününe gönderme yapacak şekilde tanımlanmıştır. Kültür kavramının “gerçek yaratıcısı” ünlü Alman filozof J.G. Herder, kültürü tarihsel bir boyut ile düşünmekte ve onu bir topluluğun, ulusun ya da halkın yaşam tarzı olarak tanımlayarak betimleyici ve etnografik bir kültür kavramsallaştırması önermektedir. Öte yandan E. B. Taylor ise kültürü, bir toplum üyesi olarak insanın edindiği bütün eğilim ve alışkanlıkları içeren, bilgileri, sanatı, inançları, ahlakı, yasaları, gelenek ve görenekleri, ekonomik üretim sistemleri, ailevi, siyasi ve dini örgütlenmeyi kapsayan kompleks bir bütün şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanım kültür ve uygarlığı, birbirine eşit ve aynı şey olduğu görüşünü içermektedir.¹⁶ Toylar, L. H. Morgan gibi on dokuzuncu yüzyıl antropologlarına göre kültür “insan rasyonalitesinin bilinçli bir yaratacıydı”. (Marshall, 1999: 442). Bununla birlikte kültürü bir “estetik mükemmellik

¹⁶ Anglo- Sakson dünyada çok yaygın olan kültür ve uygarlık özdeşliği, Alman düşüncesinde birbirine eşit kavramlar olarak kullanılmaz. Alman Düşüncesinde kültür veya tinsel kültür semboller ve değerler alanına işaret ederken, uygarlık ya da maddi kültür, ekonomi ve teknoloji gibi toplumsal hayat faaliyetlerine işaret etmektedir (Cevizci, 1999: 536).

ölçüsü” olarak tanımlayan klasik ve muhafazakâr yaklaşımlar ise “dünyada düşünülen ve söylenenlerin en iyisini” temsil ederek seçkin bir kültür tanımı yapmaktadır (M. Arnold’dan Akt. Özbek, 1994: 75-76).

Bu genel kültür sınıflandırmalarının yanında Raymond Williams’ın kültür tanımı en geniş ve kapsayıcı kültür tanımlarından biri olarak değerlendirilebilir. Williams kültürü üç kategoride tanımlar: “ideal”, “belgesel” ve “sosyal” kültür. “İdeal kültür”, insan eylemlerine dair belirli değerleri idealize etmekte, kültürü mutlak ve evrensel değerler açısından yorumlamakta ve onu bir mükemmeliyet içerisinde kavramaktadır. “Belgesel kültür”, insani tecrübenin ve düşüncenin bütün yönleriyle kaydedildiği, entelektüel ve imajinasyon dünyasına ait fikirler alanına gönderme yapmakta böylece metinsel ve pratiksel bir birikimden söz etmektedir. Bu düşüncenin, pratiklerin ve deneyimlerin sentezlendiği bir yapıdır. “Sosyal kültür” ise bu iki kültür formunu da içererek kültürü sadece sanat, eğitim ya da dil alanında değil bireysel eylemleri de içine alacak şekilde sosyal ve siyasal kurumlarda, gündelik hayat pratiklerinde, sıradan insan davranışlarında ortaya çıkan “her şeyi” ifade etmektedir (Williams, 2006: 32). Böylece kültür, sadece estetik ve entelektüel referansların ifadesi olmaktan çıkarak, bütün imgesel pratikleri ve kültürel üretim, dolaşım ve tüketiminin dinamik, kesintisiz ve çelişkili bir süreci haline gelmiştir. Bu süreç, insan topluluklarına onları birbirinden ayırt eden özellikler, kimlikler ve anlam dokuları verirken, onların simgeler ve eşyalar inşa etmesini ve kullanmasını da kapsar; bu bir toplumun yaşam biçimidir (Mutlu, 1995: 229).

Öte yandan kültür kendi içinde alt yapılanmalar ve farklı kategoriler de meydana getirmekte yüksek kültür, halk kültürü, kitle kültürü, popüler kültür vb. gibi çeşitlilikler göstermektedir. Popüler kültürü daha iyi kavrayabilmek ve diğer kültür formlarından farklı ya da benzer yanlarını ortaya koyabilmek için yüksek kültür, halk kültürü ve kitle

kültürüne bu çalışmanın da sınırlılıkları kapsamında, tüm yönelim ve açılımlarıyla ortaya koyamayacağımızı teslim ederek kısaca göz atmak yararlı olacaktır.

Yüksek kültürün, bilinen ünlü bir yaratıcısı ve beğenilmesinin estetik kriterleri vardır. Karmaşık bir biçime sahip öte yandan pahalı ve değerli olan ürün, yüksek eğitilmiş kişilere yönelik olarak yaratılır. Yapıtın kendisi iletilebilir bir araçtır ve yapıtın düşünsel ve sanatsal bir yaratım süreciyle ortaya çıkmaktadır. Ahmet Oktay, yüksek kültür ürünlerinin konformist olmadığı gibi yenilikçi, toplumsal realiteye karşı eleştirel ve özgürlükçü olduklarını dile getirir (2002: 16-17). Bu anlayışa göre yüksek kültür, “inceltirilmiş bir yaratım, üretim ve tüketim pratiğidir” (Mutlu, 2005: 298). Halk kültürü ise biçimsel olarak basit, duygu ve gelenek aracılığıyla aktarılabilen, içinden çıktığı grubun değerlerini yansıtan, ticari kaygı güdülmezsizin üretilen anonim bir kültür biçimidir. Kapitalizm öncesinin simgesel pratikler dizisi olarak halk kültürü, metalaştırmanın ve rasyonelleştirmenin olmadığı bir düzlemde var olur (Oktay, 2002: 16; Rowe, 1996: 21).¹⁷ Ayrıca otantikliği ve kendiliğindenliği ile gündelik yaşamın dolaysız bir yansımaları sunmaktadır. Halk kültüründe eğlence ve kaçış gibi öğelerin yanında protest unsurları da rastlanır; seyirlik oyunlar, türküler, şarkılar, - masallar, hikâyeler- halk kültürüne ait biçimlerdir (2002: 12).

Kitle kültürüne yönelik yaklaşımları ise kitle kültürü eleştirmenlerinin görüşleri kapsamında şöyle özetleyebiliriz: Kitle kültürü anlayışı, iktidarın çeşitli manipülasyon teknikleri ile kitleleri yönlendirdiği; kitle iletişim araçlarıyla üretilen ve yayılan standardize kültürel ürünleri ve bunların tüketiminde ve kullanımında da kitlesel bir davranış örüntüsünü kapsayan bir yaklaşıma dayanmaktadır. Bu “kitlesel” davranış ile insanlar edilgin tüketiciler haline gelmekte, önceden hazmedilmiş içeriğin anlaşılması ile ilgili çaba göstermemekte, kısa ve kestirme yollarla haz sağlayamaya yönelmektedir.

¹⁷ Tayfun Atay halk kültürü ile popüler kültür arasındaki değişimi iktisadi bir dönüşüm süreciyle açıklar. Modern öncesi feodal ve tarımsal üretim ilişkilerinin hâkim olduğu dönem halk kültürünü öne çıkartırken; kapitalizmle birlikte popüler kültür “folk” olmayan halkın kültürünü, daha çok şehirli halkın kültürünü yansıtmaktadır. Bu anlamda popüler kültür esas itibarıyla 19. Yüzyıldan sonra şeklini bulan bir kültürdür. Böylece şehirle, sanayileşme ile, kapitalizm ve modernlikle ilişkilidir (2004: 154-155).

Öte yandan kitle sanatı ve kültürü, “ciddi” sanatı tahrip etmekle kalmamakta insanları da yüksek sanatın eleştirel ve özgürleştirici yanından git gide uzaklaştırmaktadır. Ayrıca sıradanlığı yüceltirken, toplumsal realiteden kaçış imkânları sunmakta, sahte mutluluklar yaratmakta ve gerçeklik duygusunu yeniden tanımlamaktadır. Kitle iletişim araçları tekbiçim ve alelade bir ticari kültür yaratırken, dinamik ve yaratıcı olan ürünler kitlesel üretim mantığına uygun bulunmayarak yerini üstünkörülüğün sürekli tekrarlanışına havale etmiştir. Bu durum kitle kültürü eleştirmenlerine göre sadece estetik alanla sınırlı değildir; tüm toplumsal ve bireysel yaşamda yabancılaşmayı ve ahlaki yalıtılmışlığı pekiştirir (Mutlu, 1994:215-217; 2005: 298; Gans, 2005: 43).¹⁸

Bu kültürel ayrımlarla ilgili sorunlar ilerleyen kısımlarda popüler kültürle benzerliği, farklılığı ve ilişkisi bağlamında daha ayrıntılı olarak tartışılmaya çalışılacaktır. Ancak Erol Mutlu’nun da belirttiği gibi popüler kültürün dinamik ve zengin doğasını tek boyutlu bir anlam düzlemine indirgeyip, onu kolayca yutulacak bir hap ve tek sesli seri ürünler kompleksi olarak (kitle kültürü yaklaşımlarında olduğu gibi) ele almak, en basit bir dilsel pratiğin bile tek boyutlu bir anlam düzlemine indirgenemeyeceğini, kültürel pratiklerin birbiriyle çatışan ve uzlaşan fikirler alanını kapsadığını unutmak anlamına gelebilir (2005: 299).

2.2. Popüler Kültüre Genel Bir Bakış

Erol Mutlu’nun tabiriyle popüler kültür gibi “zamanı ve mekanı boylamasına ve enlemesine kesen, geçmişle bugünün ve yarına dair tahayyüllerin etkileştiği bir devasa araştırma alanına” ya da “hemen burada, elimizin altında, neredeyse solduğumuz, içimize çektiğimiz hava kadar içinde olduğumuz bir şeye” dair oldukça yüksek bir

¹⁸ Modleski’ye göre Yüksek sanat yanlısı muhafazakâr düşünürler (yenilik özgürlük, bireysellik, hakikat gibi değerlerle tanımlayanlar) ile Frankfurt Okulu’nun ortak noktası, yüksek sanat verdikleri önem ve değerde yatmaktadır. Frankfurt Okulu’na göre de özgürleşim, eleştirelilik ve ütopyik özellikleri yüksek sanatta görürüz. Kitle kültürü ise “yanlış ihtiyaçlar” yaratır, sistemle bütünleşmeye ve var olan toplumsal ve ekonomik düzenle uyum ve uzlaşma içinde olmaya hizmet etmektedir; bu “yanlış bilinçlilik” anlamına gelmektedir (Özbek, 1994: 66 ve dipnot).

literatür birikmiş olmasına rağmen ortak bir tanım birliğinden bahsedemeyiz (2005: 313, 293). Ortak bir tanım birliğinde bahsedilemeyeceği gibi popüler kültürün toplumsal, psikolojik, sosyolojik ve de ideolojik etkileri üzerine, ne gibi özelliklere sahip olduğu ve nasıl bir işleyiş süreci içerisinde bulunduğu, kimler tarafından ve neden üretildiği gibi sorulara da verilen cevaplar da oldukça çeşitlidir.

Dolayısıyla popüler kültürü bütün açılımlarıyla tartışmak ve detaylandırmak hem kavramın doğası ve çok yönlülüğü açısından mümkün gözükmemekte hem de çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Ancak kavrama ilişkin oluşmuş kuramlar etrafında bir tartışma yürütmek her ne kadar gereğinden fazla genelleştirme yapma tehlikesini barındırsa da popüler kültürü anlamayı kolaylaştıracak teorik çerçeveler sunabilmeyi mümkün kılar gözükmektedir.

Popüler kültür tanımlamalarına geçmeden önce “popüler” olanın ne olduğu ve ona yüklenen anlamların nasıl bir popüler kültür kavramsallaştırmasına yön verdiği üzerine düşünmek önemlidir. “Popüler”in tanımına yönelik yaklaşımları iki grupta toplayabiliriz. Hâkim olan birinci gruptaki tanımlar popülerleri “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamında kullanır. Bu tanım Stuart Hall’a göre, kültürü yüksek ve alçak kültür ya da sanat ve popüler kültür gibi ikili bir kategoride değerlendirip ona “ticari” bir özellik atfetmektedir. “Popüler” in “ticari” tanımına yaslanarak olumsuz ve pesimist tavır alan yaklaşımlar, popüler olan ile kitle kültürü arasında bir ilişki kurup onun insanları edilginleştirici, güdüp yönetici ve yoz zevkler sağlayıcı özelliklerini öne çıkararak eleştirir. Raymond Williams belirttiğine göre ister muhafazakâr ister radikal eleştirmenler olsun yüksek kültür ve popüler kültür arasında karşıtlık kuranlar, popülerlerin “yaygın” anlamına ek olarak “aşağı, değersiz ve güdülenmiş” sıfatlarla da değerlendirir (Özbek, 1994: 81-83). “Popüler” in ikinci tanımı ise Hall’un “betimleyici” tanım dediği, antropolojik tanıma yakın olan ve “halka ait” anlamından türemektedir. Bu tanımı benimseyen yaklaşımlar, popüler kültürü olumlu özelliklerle ve halkın istek

ve ihtiyaçlarını olduğu gibi yansıtan ve popöler kùltürü çoğunluk kıstasıyla ele alan görüşlere dayanmaktadır (1994: 83-84).

Popöler kùltürü tahakküm güçlerine karşı halkın çıkarlarının bir ifadesi olarak görmek günümüzdeki popülist, yaygın bir eğilimdir. Burada halk kategorisi muğlak, homojen ve bileşik bir nosyon olarak ve insanların farklılıklarına herhangi bir önem vermeden popöler olanı homojen bir kategori içinde toplanmış ve ona “otonom siyasi bir öz” atfedilmiştir (Apaydın, 2001).

Öte yandan kùltürel alanı her zaman normatif ve ikili kategoriler etrafında kavramsallaştırmak, örneğin popöler kùltüre yönelik elitist yaklaşımın yüksek-aşağı ikiliği gibi ya da popülist yaklaşımların popöler olanı idealleştirip sadece popöler pratiklerin düzene baş mı eğdiği yoksa baş mı kaldırdığı sorunsalı etrafında dönen tartışmaları “popöler” kùltür tartışmalarına toplumsal ve siyasi analiz için pek bir şey katmadığı gibi eleştiriyi de karmaşık bir üretim, tüketim, etkileşim ve dolaşım, analizine dayanmayan yargılayıcı ve sınırlı tespitlerle sınırlar ya da seçkincilikten kurtulma çabası, popöler kùltür eleştirilerinin popöler kùltür güzellemelerine dönüştüğü popülist bir yaklaşımı besler (Apaydın, 2001; Mutlu, 2005).

Oysa Hall’un belirttiği gibi popülist yaklaşım, topyekün güdüp yönetme ve yanlış bilinçlilik olgularını reddetmekte haklı olsa bile kùltürel iktidar ilişkilerini göz ardı edebilir. Çünkü “kùltürel iktidar ve hâkimiyet ilişkilerinin güç alanı dışında kalan bütünlüklü, hakiki ve bağımsız bir “popöler kùltür” yoktur” (Özbek, 1994: 85). Ülkü Doğanay’ın da belirttiği gibi iktidar ilişkilerinden bağımsız, tek yönlü, sabit ve homojen bir süreç olarak popöler kùltüre yaklaşmak, onun toplumdaki farklı kesimlerin yorumlarına, kullanımlarına ve deneyimlerine açık olduğu gerçeğini göz ardı edecek; kendi içindeki çelişkili ve çatışmalı yapıyı gözden kaçırmaya sebep olacaktır (2000: 10). Böylece popöler kùltürü diyalektik bir iktidar ilişkileri alanı olarak görmek; farkında olmadan da yapılabilen seçkinci ya da popülist ön eğilimlerin, eleştirinin anlamak ve

açıklamak amacını gölgede bırakmasını engellemek anlamına gelir (Apaydın: 2001; Mutlu, 2005: 330).

Popüler kültüre yönelik farklı kuramsal tartışmalara geçmeden önce Türkiye’de mevcut sosyo-kültürel bağlam içinden yükselen popüler kültür tanımlamalarına göz atmak yerinde olacaktır. Türkiye’de popüler kültüre yönelik çalışmalar alanında akla gelen ilk isimlerden olan Ünsal Oskay kitle kültürü ile popüler kültürü aynı toplumsal olgularmış gibi ele almanın yanlışlığı ve eksikliğini özetle şöyle açıklar: Kitle kültürü ürünlerinin tasarlanma işlemleri sırasında bizim edilgen bir işlevimiz vardır; ürünler bizlerin dışında denetimimiz dışında üretilir. Kitle kültürü ürünü denen plaklar, müzikler, kitaplar, filmler ya da televizyon deyiş biçimleri üretenlerin kafasında potansiyel müşteriler olarak yer alırız. Bu ürünlerin amacı bizlere gerçekten estetik değeri olan eğlence olanakları sunmak değil, “toplumsal realitenin içinde kalmaya ikna edici, bunu değiştirmenin gereksizliğini ve umutsuzluğunu” yönlendirici ürünlerin tasarlanmasıdır. Oskay’a göre kitle kültürünün tüketicisi olarak kalmak reel toplumsal ilişkilere boğun eğme ve onu kabullenme anlamına gelir. Böylece yabancılaşmaya dayalı toplumsal hayatın gerçek yüzünü görmeden gündelik hayatın konformist bir şekilde sürdürülmesini sağlar (2016: 153-155).

Popüler kültür ise, salt edilginleştirici bir kültür olmadığı gibi, içerik olarak da değişken ve karmaşıktır; ideolojisi sadece tüketim etrafında örgütlenmez; yönetilen sınıfların gündelik hayat mücadelelerindeki beklentileri de ifade eden dinamik bir süreçtir. Ona göre popüler kültür, başat kültürün bütünüyle denetimi altına alamadığı hayat alanlarına, alt kültürlere de gönderme yapar. Bir yandan sisteme sınıksız bağlıyken diğer yanıyyla sistemi tehdit etmeyecek bir dozda da olsa ona karşı başkaldırıyı dile getirmek ister gibidir. Popüler kültür pop müzik konserlerine, TV’nin belirli dizilerine, belirli eleştirel boyutu olan çizgi romanlara, popüler romanlara” arada sırada

çekilebilmeyi sağlamakta, kitle kültüründeki gibi renksiz bir yanılısamaya görece daha renkli daha “rafine” bir yanılısama ve rahatlama sunmaktadır.

Bireyliğin, özgürlüğün, spontaneliğin, farklılığın toplumsal hayatın can alıcı alanlarında baskı altına alınmış olmasının neden olduğu “atropi” ve “anomiye” hafifletecek, edilginleştirilmiş, sınırları iyi çizilmiş bir “özgünlük, farklılık, spontanelik, değerlilik” yaşadığımız için popüler kültürün yanılısaması daha rafinedir (2016: 158).

Çünkü Oskay’a göre bu yanılısama her ne kadar toplumsal gerçekliğe uyumlanışımızı kolaylaştıran bir etkiye sahip olsa da bunu yaparken “evcilleştirilmiş” bir biçimde de olsa toplumsal realiteyi değiştirmeye yönelik düşleri, tasavvurları da canlı tutmak ve izin vermek zorundadır. Popüler kültür, “spontanelik, farklılık, değerlilik” taşımak ve bunlara izin vermek zorundadır. (2016: 154- 159).¹⁹

Ahmet Oktay ise kitle kültürü, halk kültürü ve popüler kültürü aralarına dolaylılar koyarak ve bu türleri birbiriyle özdeşleştirmeden anlamamız gerektiğini öne sürer. Popüler kültürün egemen ideoloji ile uyumlanabilen ve onun tarafından özümsenebilen izler taşıdığı dile getirir.²⁰ Ayrıca popüler kültüre yönelik tanımlamalarında onun biçimsel olarak orta karmaşıklıkta olduğunu, aktarımının teknoloji dolayısıyla gerçekleştiğini ve bilinen bir kaynağı ya da yaratıcısı olduğunu söylemektedir. Popüler kültürün, gelenekleri ve kültürel değerleri yeni biçimler şeklinde eğip büküp, yeniden formüle ederken tüketiciye dönük bir yapı sergilediğini de dile getirir (2002: 15-16). Oktay’da popüler kültür “gündelik yaşamın kültürüdür. “Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olarak eğlenceyi içerir. Geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin

¹⁹ İlker Özdemir’ e göre de Oskay, popüler kültür eleştirilerinde yoksul kitleleri suçlayıcı ve aşağılayıcı bir yaklaşımı benimsememiş, seçkin bir tavra prim vermemiştir. Oskay, kültürel popülizm tuzağına düşmeyerek her zaman derin düşünmemiz gerektiğini söyler. Özdemir’in aktardığına göre Oskay, insanın dış gerçekliğini algılayamamasında, kültürel yoksullaştırmanın temelinde, ekonomik, politik yoksunluklar ve demokrasi eksikliği gibi toplumsal dinamikler yatar. Öte yandan Oskay’ın popüler kültüre yaklaşımı aydınlanmacı ve laik bir çizgidedir. Ona göre mistik ve mitik bir dünya tasarımına yaslanan kültürel ürünler, özgürleşim tasarımları için bir tehdit oluşturabilir (2010: 185).

²⁰ Oktay’ göre, üst kültür ürünlerinde bile korunmasının zor olduğunu dile getirdiği çelişki ve protesto öğelerinin; kitlekültürü tarafından kuşatılan popüler kültürde yapısındaki gevşeklik nedeniyle zaafa düşürmektedir. Bu kuşatma altında iyice olumlayıcı bir özellik sergileyen popüler kültür, başka bir yaşama duyulan özlemi köreltmektedir(2002: 20). Oktay’da Oskay gibi realitenin gerçek yüzünü görmemizi engelleyen ve ondan kaçınarak bir fantazyalar evrenine sığındığımızı, popüler kültürün böylece kaçışçı bir işlevi yerine getirdiğini de düşünür (2002: 16).

önkoşullarını sağlar”. (2005: 15). Popüler kültürün günü birlik ve anlık olanın içinden yeşerdiğini böylelikle yaşantıları ve eşyaları da bir kullanan at ideolojisi ile şekillendirdiğini belirten Oktay, bunun “tarihsizleşme”²¹ olgusunu da beslediğini söylemektedir (2002: 25).

Erol Mutlu ise popüler kültürü açıklamanın bir hayli zor ve kompleks bir uğraşı olduğunu söyleyerek popüler kültürü daha iyi kavrayabilmek için bir takım düşünsel zeminler önerir. İlk olarak kimi yerde popüler kültürle eş anlamlı olarak kullanılan kitle kültürü terimiyle bir hesaplaşmaya girişir. Popüler kültürü “kitle kültürü hayaletinin ideolojik müdahalelerinden” kurtarmaya popüler kültüre yönelik tartışmalarda kitle kültürü yaklaşımlarına mümkün olduğunca temas etmemeye çalışır (2005: 306-307). Devasa bir literatür içinden yönümüzü belirleyebilmemiz için Mukerji ve Schudson’u izleyerek popüler kültürü şöyle kavramsallaştırır:

Popüler kültür, kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratiklerini ve nesnelere, keza siyasal ve ticari merkezlerde üretilen kitlesel inançları pratikleri nesnelere içerir, popüler kültürün içeriğinde popülerleşmiş seçkin kültürel biçimlerin yanı sıra müze geleneği düzeyine yükseltilmiş popüler biçimlerde bulunmaktadır (Akt. Mutlu, 2005: 313).

Popüler kültür ne tamamen tutucudur, ne de ilerici. Popüler kültür ne tamamen uyuşturucudur, ne de özgürleşimci. Popüler kültür hâkim ve muhalif söylemlerin birbirleriyle karşı karşıya geldiği, çatıştığı, birbirlerini dönüştürdüğü bir alandır (2005: 331).

Bu tanım popüler kültürü yüksek ve halk kültüre karşıtlığıyla tanımlayan yaklaşımların gözden kaçırdığı bir noktayı, bu kültürel biçimler arasındaki etkileşimleri ve popüler kültürün özgül dinamiği ile şekillenen bir ilişkiselliği ortaya koyduğu için değerlidir ve popüler olanın yüksek olduğu varsayılan kültürel pratikleri de içerebileceğini anımsatır. Zira Mutlu, popüler kültür ile “seçkin yüksek kültür” ve

²¹ Tarihsizleştirmeyi, Nietzsche ve Walter Benjamin’den hareketle “geçmişin geleceğin kıskırtıcısı durumuna gelebilmesi için tarihin sürekli biçimde yeniden okunması” şeklinde yorumlayan Oktay, toplumsal dönüşümün gerekli ön koşulunun böyle bir Tarih Bilinci ile edinilebileceğini söyler; bu yabancılaşma ve şeyleşme biçimlerinin aşıldığı, entelektüel konumların, direnme biçimlerinin dönüştürülebileceği böylelikle popüler kültürün de evrimleşebileceği (mutluluk, özgürlük ve demokrasi gibi kavramların kitlelere benimsetilecek bir dönüşüm) bir yapıya gönderme yapmaktadır (2002: 25).

“otantik halk kültürü” arasında ayırım yapmanın; popüler kültürü otantik olmayan, ticari temelli ve bayağı bir kültür olduğunu iddia etmenin toplumdaki hiyerarşik yapılanmaları ve eşitsiz söylemleri yeniden üreten ideolojik eğilimlerle meşru görülebileceğini ifade eder (2005: 313-314).

Benzer bir tanım yapan Edibe Sözen’e göre de popüler kültür kitle kültüründen farklı olarak bizi manipüle etmez ve yansıtmayadabilir. Bizim onu yorumlama gücümüz dolayısıyla dönüştürme gücümüz olduğu için neredeyse her yerde bizimdir popüler kültür: bilimde, politikada, dilde, sanatta, ekonomik pratiklerde vb. pek çok alanda gelişebilme imkânı taşıyan, uzmanlaşmaya da gerek kalmayan söylemsel bir özellik taşır (Sözen, 2004: 63).

Popüler kültürün tanımına dair bazı tespitlerinden sonra birtakım özelliklerini de Mutlu’nun izinden giderek tartışmaya açmakta yarar vardır. İlk olarak popüler kültür “geç kapitalizmin yaygın halk kültürü” olarak düşünülebilir. Popüler kültürün geç kapitalizmin halk kültürü olarak tanımlanmasındaki etken, içerisinde “hayatla titreşen” ve gündelik hayattan türeyen etkileşimsel bir özellik barındırmasıdır. Bu yüzden hayatın en kaba, en bayağı yanına da asaletine, hikmetine de seslenen dinamik bir mekânda cereyan etmektedir. Öte yandan popüler kültür günümüzde kültür endüstrilerinden bağımsız değildir çünkü kültür endüstrileri malzemesini hayatın içinden, onun temel dinamiklerinden alır ancak bu etkileşim modern medya öncesi döneme göre daha sahici değildir. Çünkü medya geç kapitalizmin kültürel biçimlerinden yalnızca biri olarak, gerçekliğin yeniden imal edildiği, tanımlandığı ve yeniden üretildiği bir mekanizmayla işler; böylece popüler kültüre aracılık etmesi saf bir aktarım süreciyle değil yeniden inşa etme süreciyle şekillenir. (2005: 317-318). Son olarak tümüyle kozmopolit bir popüler kültürden bahsedemeyiz; onu özgül bir toplumsal formasyonla sınırlamak kültürel dinamikleri incelemek açısından verimlidir çünkü popüler kültür ulusal dinamiklerden bağımsız değildir. O küresel kültürle etkileşim içinde, bu kültürün

pek çok unsurunu kendi kültürel kodlarına, gramerine uydurarak akacak mecralar bulmaktadır (2005: 330).

2.2.1. Popüler Kültüre Yönelik Farklı Yaklaşımlar

Popüler kültüre yönelik farklı yaklaşımları ayrıntılarıyla tartışmaya geçmeden önce kısaca özetleyecek olursak; popüler kültüre yönelik yaklaşımlardan biri, onu iktidar modeline sıkıca oturtan ve egemenlik altına alma gücüne fazlaca yoğunlaşan, böylece “edilgen ve güçsüz” halk kesimlerine karşı kültür endüstrisinin dayattığı kitle kültürü olarak kavramsallaştıran görüştür. Bu görüşlerin izlerini 1930’ların kitle kültürü eleştirilerinde ve 1940’ların metaların üretimi ve dolaşımı bağlamındaki Marksist popüler kültür eleştirilerinde görebiliriz. Bu yaklaşımlar popüler kültürü, genellikle olumsuz olduğu varsayılan işlevleriyle sınırlar ve popüler kültürü ele alırken nicelik ve nitelik arasındaki ilişkiye yoğunlaşır. Nüfusun çoğunluğu tarafından paylaşılan popüler kültürün kaliteden, nitelikten yoksun olduğunu savunur. Bu görüş nicel büyüklük ile kitle toplumu arasında doğrudan bir ilişki kurarak, bunun temel sorumlusunun teknoloji yani baskı ve çoğaltma teknikleri olduğunu ileri sürer; popüler kültür bu teknolojik çoğaltma ortamında kendisini gösteren kitlesel bir olgu olarak dikkat çeker. Bu yönüyle popüler kültür, kitle kültürü ile eşanlamlı ya da tümüyle aynı biçimde algılanmakta, toplumsal bağları ve kültürel dayanışmaları zayıf, sınıf bilincinden yoksun, bütünüyle güçsüz ve aciz bireyler toplumu ürettiği varsayılmaktadır. Bu görüşe göre popüler kültür halk üzerine empoze edilmiş, tümüyle ticari bir kültürdür. Birbirinin yerine kullanılan kitle kültürü ve popüler kültür, egemen komundakiler tarafından bağımlı konumdakiler üzerinde kurulmuş, güdüp yönetici bir egemenlik biçimidir ve ideolojik etkiler bakımından eblehleştiricidir (Storey, 1993; Fiske, 1999; Güngör, 1999; Mutlu, 2005; Gans, 2005).

Bir diğerk popöler költür yönelimi ise, onu bir iktidar modeline oturtmaksızın kutsayan; bir ulusun költürel yaşamının aydınlardan çok halk arasında yeşerdiğini savunan halkçı bir yaklaşıma dayanır. “Popöler” kavramından yola çıkarak popöler költürü halk kavramıyla ilişkilerinden bu yaklaşım, halk tarafından ya da halk için üretilen pratikleri kapsamaktadır. Halkın içinden çıkan ve halkın otantik özelliklerini yansıtan popöler költür böylelikle çoğulcu bir yönelim sergilemektedir. Üçüncü görüş ise popöler költürü bir mücadele alanı olarak görür, onu hem egemenlik altına alma güçlerinin hem de bu güçlere direnmenin, ondan sıyrılmmanın ve baş etmenin bir alanı olarak kavrar. Özellikle Antonio Gramsci’nin ve İngiliz Költürel Çalışmalar geleneğinin başı çektiği bu yaklaşım; popöler költürü ne tümüyle bir egemenlik aracı ne de halkın ya da bağımlı kesimin bir ürünü olarak görür ancak nötr ya da tarafsız bir yanı da yoktur; költür ve popöler költür toplumsal ve ideolojik mücadeleler ile daima içi içe geçer (Storey, 1993; Fiske, 1999; Güngör, 1999; Apaydın, 2001; Mutlu, 2005; Gans, 2005).

2.2.1.1. Popöler Költüre Olumlu Yaklaşımlar

Popöler költüre olumlu yaklaşan düşünürler, popöler költürün barbarca bir anlamsızlık noktasında olmadığını aksine önemli ölçüde yeni bir költürel zenginlik ve çeşitlilik zirveleri yakaladığını, sivil toplumu güçlendirdiğini, gündelik hayata demokratik bir dokunuş sağladığını öne sürerler (Çağan, 2004: 244). Ancak popöler költüre yaklaşımlarında seçkincilikten kurtulma çabası, popöler költüre olmadık nitelikler atfetmeye, tam ters uca savrulmaya ve “popöler költür eleştirilerinin popöler költür güzellemelerine” dönüşmesine neden olabilir, popölist bir söylemi besleyebilir. (Mutlu, 2005: 300).

John Fiske’nin kısmen de olsa böyle bir eğilimi taşıyan düşünürlerin başında geldiğini söyleyebiliriz. Fiske’ye göre insanlar kapitalizm tarafından prangalanmış,

boyunduruk altına alınmış değildir; insanların toplumsal ya da ekonomik yoksunluğu onları, iktidar ile mücadele etme yeteneklerinden mahrum bırakmış değildir; aksine bu yoksunluk, insanların iktidarın zafer kazanmasına izin vermeyecek şekilde gündelik direniş pratikleri tasarımlarına izin vermektedir (1999: 207). Ona göre “kültür yaşayan canlı bir süreçtir”; yukarıdan ve dışarıdan dayatılamaz. Kitle kültürü kuramcılarının dediği gibi dışarıdan dayatılan tek tip hazır giysi gibi işleyen bir kültür kavramsallaştırması kültürün çelişkili doğasına terstir. Ne halk yabancılaşmış bir yığın ve tek boyutlu kişiler toplamıdır ne de topyekün bir yanlış bilinçlilik içerisinde ve kendilerinden bihaber bir halde yaşarlar (1999: 35).

Popüler kültürü üreten halktır, kültür endüstrisi değil. Kültür endüstrilerinin elinden gelen tek şey, çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir metinler ya da kültürel kaynaklar dağarcığı üretmektir (Fiske, 1999: 36).

Egemen olan, bireylerin oluşturabilecekleri farklı anlamları ve toplumsal dayanışmayı tamamıyla denetim altına alamaz. Fiske'nin popüler kültüre yüklediği olumlu anlamda burada, popüler kültürün “gündelik yaşam ile kültür endüstrisi ürünlerinin arasındaki ortak kesimde halk tarafından oluşturulması”nda belirir (1999: 38). Popüler kültürü “sitemin sağladıklarıyla idare etme sanatı” olarak “hem egemenlik altına almanın hem de tabi kılmanın, hem iktidarın hem de direnişin bir arada ifade edilmesini sağlayan çelişkili bir mücadele alanı olarak görür (1999: 16). Fiske'nin popüler kültüre, özellikle de popüler metinlere çok anlamlılık, farklı yaklaşım, yorum ve okumaların yapılabileceği bir alan olarak yaklaşması ve böylelikle aktif bir direnç geliştirilebileceği tespiti; sınırlı, iyimser²², hegemonik ve ideolojik yapıları gözden kaçırın bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

²² John Storey'e göre de Fiske, popüler kültürde “egemen güçlerin iktidarı”ndan haberdar olsa da ilgisini daha çok bu güçlere karşı direnirken başvurulan taktiklere yöneltir; egemen ideolojinin sinsi ve her yere sızan noktalarına odaklanmak yerine daha çok popüler canlılık ve yaratıcılık üzerine, bu ideolojiye karşı kendini ve değerlerini korumaya çalışan insanların gündelik direnişleri üzerine yoğunlaşır. Böylelikle popüler kültüre özünde iyimser bir yaklaşım ile eğilerek hem sosyal değişimin imkânlarını hem de bu değişimi sürdürecektir motivasyonları aramaktadır (2000: 36). Mutlu ise, Fiske'nin popüler kültürü sadece mekâna indirgeyen bakışının eksik olduğunu, öte yandan bu bakışın toplumun tüm katmanlarında

Fiske gibi, H. J. Gans da yüksek kültür ve popüler kültür arasında sosyolojik bir analiz yaptığı *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* başlıklı çalışmasında, popüler kültürün “ticari açgözlülük ve halkın cehaletinden yararlanan bir alçaklık olduğu” iddialarının hepsinin zeminsiz olduğunu; popüler kültürün ne yüksek kültüre ne onu tüketen ve üreten kesime ne de toplumun bütünlüğüne bir zararı olduğunu ileri sürer. Gans; yüksek kültür ve popüler kültür arasındaki farkların abartıldığı benzerliklerinde azımsandığı iddia ederek; popüler kültüründe yüksek kültür gibi bir beğeni kültürü olduğunu dile getirir (2005: 13-14).

Gans, yüksek ve aşağı beğeni kültürlerinden bahsederken ilkinin ikincisinden daha iyi ya da yüce olduğunu ima etmemekte, yalnızca estetik olarak birbirlerinden farklı olduklarını ve sosyo-ekonomik hiyerarşideki konumların ve kültürel biçimlerin kaba bir dışı vurumu olarak görülebileceğini söylemektedir (2005: 22). Öte yandan ona göre popüler kültür ve yüksek kültür arasında iktisadi mekanizma farkları da oldukça azdır; popüler kültürün kar amaçlı şirketlerce tasarlandığı doğru olabilir fakat yüksek kültür de en azından devlet desteği ve birtakım sanatseverlerin maddi yardımı ile desteklenebilir. Gans, popüler kültürün ülkenin neredeyse yarısına hitap ettiğini böylece izleyicilerin sayısı ve çeşitliliği bakımından heterojen olması sebebiyle; yüksek kültürün kendi beğenilerinin kişiselliği ile övündüğü kültüründen daha dinamik ve canlı olduğunu savlamaktadır (2005: 45). Popüler kültür birtakım stereotipleri, biçimleri ve standardize edilmiş formülleri kullanabilir fakat yüksek kültürde de böyle standart nüvelere rastlayabiliriz diyen Gans, iki kültürel biçimin yaratıcıları arasında da önemli bir fark da görmez. “Ciddi” sanatla uğraşanlar nasıl çevresinden olumlu tepkiler almak istiyorsa popüler kültür yaratıcıları da kişisel değer ve beğenilerini ifade etmek; medya ve izleyicinin baskılarından bağımsız olmak ister. Çünkü ona göre bir yaratıcı ve izleyici arasında her zaman bir gereksinim ilişkisi vardır; ürün için her ikisi de

görebileceğimiz bir yaygınlığı görmezden geldiğini dile getirir. Bir sürü karşıt unsurların çatıştığı bir alan olarak popüler kültüre eğilmek, onun “merkezcil” yanını göz ardı ederek “merkezkaç” yönünü abartmaktadır (2005: 368).

zorunludur (2005: 46-49). Bir diğerk eleştirisi medyanın “manipülatif” , “uyuşturucu” etkileri olduğu yönündeki varsayımların geçersizliği üzerinedir. İzleyiciler medyanın sunduğu her şeye aç, köle gibi soyutlanmış bireyler değildir; medyayı ya da popüler kültürü gereksinim ve amaçlarına uygun olduğu zamanlarda “eleyerek algılama” ile medya içeriğini kendi değerlerinin destekleyecek şekilde alır. Fakat Gans medyanın da diğerk tüm toplumsal kurumlar gibi kimi insanlar üzerinde kötü etkileri olabileceğini de teslim etmektedir. (2005: 56-57).

2.2.1.2 Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Yaklaşımı

Frankfurt Okulu düşünürlerinin modern toplum eleştirilerinde, kitle kültürü ya da popüler kültür gibi kavramları bu kadar ön plana taşımaları geç kapitalist sistemin gelişkin ve karmaşık yapısının salt ekonomi politik bir analiz üzerinden anlamayacağı görüşünden kaynaklanmaktadır. Zira bu toplumda, hegemonik ilişkilerin ve ikna yöntemlerinin kültürel boyutunun git gide belirgin bir görüngü haline gelmesi; onları faşizm üzerinden (böylelikle otoriterliğin tabandan yukarıya nasıl yükseldiği üzerinden) başlayan, oradan ideoloji ve kültür alanına götüren böylelikle toplumsal düzenin kendini yeniden üretmesinde ideoloji ve kültürün nasıl kullanıldığını anlamaya çalışan bir düşünsel uğrağa yöneltir (Dellaloğu, 2014: 110-111). Kültür endüstrisi bu düşünsel zeminin tam ortasında yer almaktadır.

Ancak Adorno ve Horkheimer bu diyaletik ve çok boyutlu bir düşünsel çerçevenin yanında, diğerk kitle kültürü kuramcıları gibi bireyin yabancılaşmış, toplumsal çevreden soyutlanmış, kişiselleşmiş bir şekilde kitle iletişim araçları vasıtasıyla gücünü giderek konsolide eden devlet ve kapitalist sistem karşısındaki çaresizliği görüşünü paylaşırlar. Onlara göre popüler eğlence, müzik, sinema, dergiler, reklamlar, çizgi romanlar vb. kültür endüstrisi araçları hep birden kapitalizme karşı gelişecek bir muhalefeti boğmakta, iğdiş etmektedir. Diğerk yandan kültür endüstrisi

kitle aldatmacasının bir aracına dönüşmekte; ticari bir eğlence olarak faşizmle ortaklıklar taşımaktaydı (Schudson, 1999: 172).

Adorno ve Horkheimer'a göre "bütün dünya kültür endüstrisinin süzgeçinden geçilir" (2016: 55). Kültür endüstrisi kapitalist üretim biçimleri içerisinde ruhları ve bedenleri öylesine kuşatır ki; bireyler mutlak bir dirençsizlik içerisinde önlerine konan her şeye konformist bir şekilde kapılıverir. Böylece geç dönem liberal beğenin normatif bir şekline büründürülen kültür endüstrileri; bir yandan "kültürün iki uzlaşmaz ögesini" sanat ile eğlenceyi birleştirerek onu araçsal bir egemenliğe dönüştürür (2016: 64-67). Zira kültür endüstrisi içeriğini liberalizmden almakta yani bir doğalcılık kisvesi altında; taklit olanı gerçek olanın yerine ikame ederek zihinsel yaratıları tehdit etmekte ve "estetik barbarlık" özelliği sergilemektedir (61). Onlara göre kültür endüstrisi tüketiciye bir an bile olsa direnişin mümkün olduğunu sezdirmemekte, tüketicinin iplerini bir an olsun elinden bırakmamaktadır; bu bireyin kültür endüstrisinin çaresiz ve edilgen nesnesi olduğu anlamına gelmektedir. Öte yandan sistem bir yandan doyumlar ve hazlar sunarken öte yandan zihinlere ne sunuluyorsa onunla yetinilmesi gerektiğini zerk etmektedir. Öte yandan kültür endüstrisi bir yandan gündelik yaşamdan kaçışlar sunarken öte yandan onu cennet gibi paketlemektedir. Ancak şöyle der Adorno ve Horkheimer, "kaçmanın, tıpkı kocaya kaçmak gibi, kişileri çıkış noktasına geri götüreceği baştan bellidir. Eğlence, kendini eğlencenin içinde unutmak isteyen teslimiyetçiliği daha da arttırır" (75). Çünkü bu kaçış bayağı bir gerçeklikten hakiki bir kaçış değil; direnişe ilişkin umuttan kaçıştır (79).

Onlara göre kültür endüstrisi, "var olan düzenin yadsınamaz peygamberi" olarak egemen ideolojinin var olanı vurgulu ve sistemli bir şekilde aktardığı bir tahakküm aracıdır. Bir tahakküm aracı olarak kültür endüstrileri yaşamsal döngülerden, rutin gündelik hayat pratiklerinden beslenir; böylece toplumsal düzenin değişmezliğini iyice pekiştirir. Bireyin bağımız bir alan içerisinde, özgürlük ve mücadele ihtiyaçları

tahakküm altına alınmakta, statükoya hizmet eden bir pasifleşme kültürüne çevrilmektedir (82-84). Çünkü “yeni ideolojinin nesnesi dünyanın olduğu halidir” (83). Onlara göre “kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmadan aldatmakta” ve “baskı” altına almaktadır (72) .

Adorno’ya göre kültür endüstrisi müşterilerini bilerek yukarıdan aşağıya bütünsel bir çerçevenin içine sokmaya onları sürekli yeniden biçimlendirmeye çalışır. Kültür endüstrisi zihinler üzerinde inkâr edilemez bir şekilde spekülasyonlar üretirken kitleler birincil değil ikincildirler; bu müşterinin “kral” olduğu yönündeki aldatıcı ifadeyi çökerterek onun bir özne değil nesne konumunda olduğunu hatırlatmaktadır. “Tüm pratiği kar güdüsünden yükselen kültür endüstrisi aynı zamanda birer meta değil enikonu birer metadır”. Adorno’ya göre binlerce yıl birbirlerinden ayrı olan “yüksek sanat” ve “düşük kültür” arasında kültür endüstrisi tarafından bir birleşme meydana gelmekte, yüksek sanatın ciddiyeti tahrip olmaktadır (2016: 110-111). Son kertede kültür endüstrisi “egemen olan tinin bir uğrağı” olarak (2016:114) bilincin yerini uyum sağlamaya havale etmekte; ruhsuz, ticari ve kaba ve standart, yapay ve metalaşmış içeriğiyle otoriteyi kuvvetlendirmekte, yanlış bilinci tüm yaşamsal alanlara bulaştırmaktadır. Bu Adorno’ya göre aydınlanma karşıtı bir harekettir; çünkü doğa üzerinde teknik bir hâkimiyet kurma biçimi olarak aydınlanma; “bir kitle aldatmacasına, bilincin zincire vurulmasının aracına dönüş” mekte; (119) bağımsız ve özerk bir özne konumu yerine sahte bir özne üretmektedir (2016: 117-119).

Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültür endüstrisi kavramına eleştirel yaklaşan düşünürlerden Douglas Kellner’a göre kültür endüstrisinin edilginleştirici ve topyeküncü olduğu iddiası Frankfurt Okulu düşünürlerinin yaklaşımı için geçerlidir. Onlar kültürel alanın çatışmalı, çelişkili yapısını gözden kaçırmakta, kültür endüstrisini yekpare bir ideolojinin dayanağı olarak görmektedir. Oysa Kellner’a göre fark etmeden de olsa kültür endüstrisi, içerisinde protest unsurları barındırabilir; ütopyik ve

özgürleşimci bir karakter sergileyebilir. Örneğin pop müzik metalaşmış bir müzik olsa da neşe, cinsellik, öfke gibi duyguları da içerebilir (1984: 203-204). Dolayısıyla izleyici kitlenin kitlesel bir aldatmacanın ya da yanlış bilincin kısılcığında olduğuna yönelik yaklaşımlardan vazgeçerek daha duyarlı ve kompleks bir kültür yorumuna ihtiyacımız vardır. Çünkü “bilincin görece özerkliğini” reddeden bir yaklaşım umutsuzluğa dayalı karamsar bir tablo çizmektedir (1984: 197).

Özellikle 1960’lı yıllardan sonra Frankfurt Okulunun “güdüp yönetme kuramına” dair eleştirel düşünceler yayılmaya başlar. Eleştirilen esas nokta yanlış bilinçlilik tezidir. Kitle iletişim araçlarının ancak gerçek ihtiyaçlara hitap etmesiyle etkili olabileceğini söyleyen düşünürler, topyekûn bir yanlış bilinçlilik ve yanlış ihtiyaçlar arasında kalmış köle bireyden bahsedilemeyeceğini; sadece ticari bir beyin yıkama yaklaşımının ya da her şeyin bir takım şirketler tarafından belirlendiği yönündeki “komplo” yaklaşımının kültürün gündelik yaşamdaki işleyişini göz ardı ettiğini dile getirirler (Özbek, 1994: 70-72).

Ancak Richard Dyer ‘in belirttiği gibi kültür endüstrisi bir yandan gerçek ihtiyaçlara yönelik estetik ve ütopyik çözümler, içerikler getirirken; bu ihtiyaçları yine kapitalist sistemin sınırları içerisinde, onun karşılayacağı çerçevede tutarak izin vermektedir (Akt. Özbek, 1994: 74). Mutlu ise kitle kültürüne yönelik eleştirileri bir “Frankenstein (canavar) sendromu” metaforuyla açıklar. Kitle kültürü insanların yaşayan bir ölüye çevirir; insanlar sürekli tuzağa düşürülüp sömürür; kültürel ürünler gibi yaşamları da sıradanlaştırır, kabalaştırır ve bayağılaştırır gibi olumsuz düşüncelerin kaynağında, muhafazakâr bir siyasal tutumun olduğu düşünülebilir. Üstelik bu kapitalizmle birlikte sanatın üretiminde, yayılımında, sanatçının kendisinde ve tüketicilerin beğenisindeki değişimlere yönelik rahatsızlıklardan da beslenen bir tepkidir (2005:309-310). Okul düşünürlerinin böylesine olumsuz bir kitle tasavvuruna sahip olmalarında faşizmin yükselişe geçtiği bir dönemde kitlelerin işlevini, yönlendirilmeye

çok açık olmalarını ve güvenilmezlikleri de teslim etmek gerekir. Mutlu'nun dile getirdiği gibi, Frankfurt Okulu düşünürlerinin diğer kitle kültürü eleştirmenlerine göre kapitalist yapıyı ve kültürü anlamada daha gelişmiş analizler yaptığını önemli bir tarihsel ve düşünsel mirasa sahip olduğunu unutmamak gerekir (2005:308).²³

2.2.1.3.İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Popüler Kültür

Şüphesiz popüler kültür tartışmaları İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulunda temel konulardan biridir. Okulun popüler kültür kavramsallaştırmalarını daha iyi kavrayabilmek amacıyla, popüler kültürün ideoloji, dil, anlam, iktidar ve hegemonya olguları ile karmaşık ilişkileri üzerine yoğunlaşmak; İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu içerisinde popüler kültür konusunda en yetkin çalışmaları yapmış Hall'un kuramsal ve zihinsel çerçevesinin sacayaklarını ana hatları ile ortaya koymak bu çalışma açısından önemlidir.

İngiliz kültürel çalışmalar ekolünde “kültür” kavramı estetik bir mükemmeliyet ölçütü ile değil gündelik yaşamın konusu ve uygulaması şeklinde anlaşılan siyasal bir içerikle tanımlanmaktadır. Bu kültür anlayışı ilk iki tanımı kapsadığı gibi popüler kültür incelemelerini de içine alacak şekilde tanım darlıklarının ötesine geçer (Storey, 2000: 9). Kültürel çalışmalar, kültürün sadece baskıcı ve manipülatif “kapitalistlerin şeffaf kamusal yüzü” olarak ele alınamayacağını başka bir ifade ile kültürel alanın alt yapının şeffaf bir yansıması olarak belirlenimci bir ilişki içerisinde değerlendirilemeyeceğini öne sürer (Grossberg 2008: 138). Okul'a göre böyle determinist bir bakış açısı kültür, iktidar ve birey arasındaki karmaşık ve çelişkili yapıyı gözden kaçıracaktır; zira egemen ve bağımlı kavramlarını sınıf dışında cinsiyet, ırk vb. alanları da kapsayacak şekilde genişletmek geleneğin ana yörüngesini oluşturmaktadır (2008: 140).

²³ Frankfurt Okulunun düşünsel çerçevesine yönelik eleştirel tutumlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. (Bottomore, 2013: 93-113).

Böylece okul, kültürü toplumun ötesinde ve üstünde gören düşünsel çıkmaza karşı, kültürü gündelik yaşam pratikleri içerisinde üretilen ve simgelerin alanını da kapsayan bir yapı olarak benimser. Kültürü toplumsal ve ekonomik dünya ile iç içe var olan bir fenomen olarak anlamamızı sağlayacak bir teori içine oturtur (Mutlu, 1995: 234). Zira kültürel çalışmalarda sembolik alan ya da kültür anlayışı: “artistik biçimleri, metinleri, kanonları, mimariyi, kitle-üretim emtiasını kapsayan çeşitli pratiklerin açığa vurulmasını olduğu kadar fikirleri, tutumları, dilleri pratikleri, kurumları ve iktidar yapılarını da kuşatır” (Nelson, Dreichler ve Grossberg’ten Akt. Peck, 2008: 182).

John Storey’in belirttiğine göre İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneği popüler kültür incelemelerinin alanına indirgenemezse de popüler kültür kültürel çalışma tasarımının tam orta yerinde durmaktadır. Öte yandan kültürel çalışmaların diğer düşünürleri popüler kültüre olan tutumlarını Hall’un ele aldığı şekilde değerlendirme fikrine katılırlar. Çünkü kapitalist sanayi toplumları, sınıfsal, etnik ve cinsel eşitsizler üzerinden yükselen bir toplum biçimi olarak algılanmalı böylece kültürel alan da bu eşitsiz ilişkilerin yükseldiği bir yer olarak kavranmalıdır fikri okulun temel düşünsel zeminin oluşturmaktadır. Bu açıdan kültür egemen anlamların zorla kabul ettirilmesine karşı direnilen bir mücadele alanı olarak görülür; zaten kültürü ideolojik kılan şey de budur (Storey, 2000: 11).

Storey’e göre bu popüler kültürün her zaman ittifakçı ya da direnişçi olduğu anlamına gelmemektedir. Örneğin popüler kültür tüketicilerinin kültürel açıdan aldatılmış olduklarına karşı çıkmak zaman zaman hepimizin aldatılabileceğimizi inkâr etmek anlamına gelmemektedir. Asıl inkâr edilen nokta, popüler kültürün salt ticari, ideolojik bir tahakküm kuran, yukarıdan dayatılan, “bayağı” bir kültür olduğu yönündeki görüşlerdir. Ancak popüler kültürün “yoz” bir kültürden çok daha önemli olduğu gerçeğini unutmamak gerekir. Ayrıca kültürel çalışmalar geleneğine göre popüler kültürü küçümseyici bir yaklaşımla ele almak kültürün, üretim, dağıtım ve

tüketim süreçlerini gözden kaçırmak anlamına geldiği gibi; popüler kültürün de ideolojik süreçlerdeki güç, iktidar mekanizmalarının karmaşık, sabit olmayan yapısını da göz ardı eder (Storey, 2000: 13-14).

Hall, *Notes on Deconstructing the Popular (1981)* adlı çalışmasında, popüler kültürün ticari ya da halka ait anlamlarındaki tanımını aşma çabasına girişir. Daha açık bir ifade ile onu “güdüp yönetme” ya da “gerçek işçi sınıfı” kültürü diyerek salt direniş ile özdeşleştiren anlayışlara karşı çıkar. Ona göre popüler kültüre hegemonya ile kültür arasındaki çelişkili ve sabit olmayan bir süreç olarak bakmak gerekir. Zira kültür alanı hâkim kültüre karşı gelen ya da ona eklenen pratiklerin salındığı, köklerinin bağımlı sınıfların maddi ve toplumsal koşullarında bulan popüler pratik ve uygulamaları kapsamaktadır. Hall, aynı kültürel alan ve pratikler gibi bireylerin duygu ve düşüncelerinin de çelişkili olabileceğini böylece kültürel biçimlerin bayağı ya da hakiki olarak değerlendirme kıstasının her zaman tutarlı ve total olmadıklarını dile getirerek kitleleri kültürel ahmaklar olarak gören seçkin anlayışın dar çerçevesini aşar. Diğer yandan onu bir direniş kültürüyle sabitleyen anlayışların, hâkim kültürün popüler kültürü kendi hâkim kodları çerçevesinde eğip bükebileceği gerçeğini reddeden naif bir yaklaşım olduğunu dile getirir. Hâlbuki popüler kültür yeksenak bir bütünlük sergilememektedir. O, hâkim kültürün ya da direnme pratiklerinin, birbiriyle çelişen kültürel öğelerin salındığı diyalektik bir alandır, bu alanda mücadelenin hiç bir zaman kesin bir galibi olmamaktadır (1981: 233-234).

Storey, ideoloji ile ilgili birbiriyle ilintili birçok tanım olmasına rağmen Hall’un ideoloji tanımının kültürel çalışmalar içerisinde en çok kabul gören tanım olduğunu dile getirmektedir (2000: 11). Hall ideolojiye yönelik düşüncelerini Jorge Larrain’i takip ederek şöyle özetleyebiliriz: Hall ideoloji sadece bir yanlış bilinç meselesi olarak ele almaz. Onun yaklaşımında, Gramsci’nin “hegemonya” kavramsallaştırması ile ideoloji, alt yapı ve üst yapı arasındaki “belirlenimci” karşıtlıktan, olumsuz ideoloji anlayışından

kurtarılır; zira ideolojik öğeler sınıflara zorunlu olarak ait değildirler. (1996: 47-48). Hall'un de belirttiği gibi hegemonya güç ve rızanın bir bileşiminden oluşmakta ve sadece tek başına ekonomik alanda kazanılmamaktadır. Hegemonya kavramsallaştırması, tahakküm nosyonunu ekonomik ve mekanik indirgemecilikten, sınıf çıkarlarının dolaysız yansımından kurtarır, onu iktidarın zorlayıcı olmayan yapılarını da kapsayacak şekilde genişletir. Böylece ideoloji “psikolojik ya da ahlaki değil, yapısal ve epistemolojik” bir mahiyet kazanmaktadır (Hall, 1994b: 191-193).

Hall'un popüler kültüre bakışında çok önemli bir düşünsel mevzi olan hegemonya kavrayışı, toplumun bir iktidar mücadelesi alanı olarak görülmesinde ve kültüründe bu ilişkilerin gerçekleştiği alan olarak kabulünde önemli açılımlar sağlar. Hegemonya kavramsallaştırması, kültüre özsel ve kutupsal ikiliklerin dışında, iktidarın edilgin kitleler üzerindeki dışsal ve baskıcı mekanizmalarla işlediği anlayışların da ötesinde daha karmaşık ve tarihsel süreçlerle bakabilmeyi mümkün kılmaktadır. Ayrıca bu yaklaşım popüler kültürü egemen kültürden tamamıyla bağımsız, homojen bir alan olarak görmemekte popüler olanın iktidar ile ilişkiselliğini gözden kaçırmamaktadır. Bu konumlanış, popüler kültürün sadece iktidar ve direniş ikiliği etrafında dolaşan bir alan olmadığını, kültürel alanın dengede olmayan güç ilişkilerinin alanı olduğunu vurgular. Çünkü hegemonyayı homojen, türdeş ve tekil bir matris olarak düşünemeyiz; o, sınıfa eklemlenen güç ilişkilerinin yanında cinsiyet, ırk, etnik köken, din ve anlam alanlarına eklemlenen güç ilişkilerini açıklamak için de kullanılır. Böylece popüler kültür ne tamamen özerk bir alan ne de egemen ideolojinin at koşturduğu tamamıyla bağımlı bir alandır; popüler metinler ve iletişim araçları bu mücadelenin sürdüğü kapsama alanı oldukça geniş ve etkili kültürel alanlardır (Hall, 1994a; Hall, 1994b; Mutlu, 1995; Dağtaş,1999; Çam, 2008; Özçetin, 2010; Apaydın, 2011; Yaylagül, 2016).

Öte yandan Louis Althusser'in ideolojinin maddiliğine yaptığı vurgu Hall açısından önemlidir ve onun düşünsel sacayaklarından birini oluşturur. İdeoloji salt

düşünsel çerçeveler bağlamında değil maddi pratiklerle ilişkisi içerisinde değerlendirilmelidir. Ayrıca ideoloji Althusser'in deyimi ile "bireyleri özne olarak çağırarak", öznel inşa ederek çalışmaktadır (Larrain, 1996: 47-49). Hall, Althusser'in (1989) ideolojiden sıklıkla bir temsiller, imgeler sistemi olarak bahsettiğini ve insanlara yapılar olarak dayatıldığını söylediğini dile getirmektedir. Althusser'in ideolojiyi Marksist anlamdaki yanlış bilinç nosyonundan ve onun ekonomik üretim ilişkilerinin bir gölge fenomeni olduğu yolundaki yanlış bilinç kavramsallaştırmasından uzaklaştırması; ideolojide bir pratik dizgesi ve tüm sınıfların katıldığı ve her yana yayılmış pratikler olarak görmesi Hall açısından önemlidir. Zira Hall de Althusser'den hareketle ideolojilerin algılanan, maruz kalınan, kabul edilen kültürel nesnelere olarak tanımlamakta; ideolojinin zihinsel bir süreçten ziyade bireylerin toplumla olan ilişkilerini yaşama biçimi olarak, *yaşananın ve tecrübe etmenin alanı* olarak görmektedir (Hall, 1994b: 182). Ancak Hall, Althusser'in ideolojiyi kapitalist sistemin yeniden üretilmesinde istisnasız bir unsur olarak görmesini eleştirmekte bireylerin etkin ideolojik mücadelesini hatırlatarak ideolojiyi, "söylem alanında oluşan fikirler, anlamlar, kavramlar, inançlar ve onlara uyumlanabilen bilinç biçimleri" olarak tanımlamaktadır (Laughey'den Akt. Güngör, 2011: 198).²⁴

Bu çalışma için İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneğinin biçimlendirici bir etkisi vardır. Bu anlamda çalışma için popüler kültür, "yoz", "bayağı", "ticari", "edilgenleştirici", "kitlesele bir aldatma aracı" gibi olumsuz kavramsallaştırmalar

²⁴ İngiliz Kültürel Çalışmalarda dilin, kültürün ve ideolojinin medya bağlamında incelenmesinde yapısalci dilbilim ve göstergebilimin sağladığı açılımlar önemlidir. F. Sausure, R. Barthes ve Levi- Straus'un yapısalci dil bilim yöntemi medya metinlerinin çözümlenmesinde önemli dayanak noktaları oluşturur (Yaylagül, 2016: 137) Özellikle Barthes, ideolojinin dil içinde kurulma biçimi ile ilgilenecek düz anlam ve yan anlam ayrımına başvurur. Medya metinlerinin içeriğinde ilk bakışta görülemeyecek gizli anlamlar (yan anlam), ideolojiler yer almaktadır. İngiliz kültürel çalışmalar dil ve ideoloji bağlamında medya metinleri incelerken V. N. Volosinov'un "nerede bir gösterge varsa orada ideoloji vardır" yönündeki görüşleri de önemlidir. Gösterge üretimi hem toplumsal yapıların içinde oluşmakta hem de göstergeler yoluyla üretilen ideoloji dil ve bilinç pratiği içerisinde üretilmektedir. Volosinov'a göre gösterge bir gerçekliğin basit bir yansıtılmamakta; gerçekliği başka bir şekilde ve kırılmaya uğratarak ifade eder. Öte yandan diğer yapısalci birçok düşünür gibi Volosinov da gösterge ile somut toplumsal konular arasında birbirine kaynaşmış ilişkili biçimlerinin altını çizer; bu yönüyle dilin ve konuşmanın yapısını ve biçimini belirleyen toplumsal yaşamın maddi temelini – sadece ekonomiyi içerecek şekilde değil- önemini vurgular (Akt. Dağtaş, 1999: 341-342; Hall, 1994b: 187).

eşliğinde bir kenara atılmaktan daha fazlasını hak eder. Popüler kültüre estetik bir mükemmeliyet ölçütüyle yaklaşmak, onun yüksek bir standarda sahip olup olmadığına dair bir konumlanış benimsemek ya da sadece egemen ve bağımlı olma diyalektiği içerisinde değerlendirilerek eleştirel bakışın anlama ve açıklama amacını örselediği gibi popülerliğin nedenlerine dair de bir açıklama yapmamaktadır. Ancak popüler kültürü salt bir direniş alanı olarak sabitlemek ve tümüyle olumlu özellikler eşliğinde değerlendirmek de oldukça iyimser ve popülist bir yaklaşıma dayanır. Bu bakış, kültürel alandaki iktidarın ve direnme pratiklerinin çelişkili ve garantisiz bir süreç olduğunu gözden kaçırmaz.

Dolayısıyla popüler kültürü sadece iktidar altına alma ya da direnç gösterme ikilikleri etrafında değil, daha karmaşık bir ilişkiler ağına referansla değerlendirmeye çalışmak önemlidir. Çalışma bir yandan gündelik hayat, popüler kültür ile toplumsal ve kültürel mekanizmalar arasındaki ilişkilere yoğunlaşırken sürecin ekonomik sacayağını da ihmal etmemeye özen gösterir. Söz konusu kültürel üretimin ne tür bir ekonomik mekanizma yörüngesinde işlediğini anlamaya çalışmak, eleştirel-analitik bir kültürel incelemeler yaklaşımını, bütünsel ve sentezci bir kavrayışla zenginleştirmek açısından önemlidir (Bkz. Kellner, 2008; Peck, 2008).

David Rowe’u takip ederek söyleyecek olursak popüler kültür “kişisel ve dışavurumsal politikayla, estetik hitapla ve kültürel iktisatla bağlantıya geçen çağdaş haz, aylıklık, üslup ve kimlik biçimleri olarak çeşitli yollardan ortaya çıkan, değişen toplumsal ve kültürel ilişkiler, anlamlar ve metinler dizisi olarak” ; alt ve orta sınıfların ya da çoğunluğun beğeni, zevk, bilgi ve bilinç düzeyine uygun olarak biçimlendirilen bir kültürel formdur (1996: 22). Böylece bu çalışmada bir popüler kültür alanı olarak tasavvuf fenomenine yaklaşırken; bu alandaki anlatı, simge ve pratiklerin yüksek bir standarda sahip olup olmadıklarına ilişkin, estetik-mükemmeliyetçi bir konumlanış benimsememekte; daha çok bu yaygınlığın nedenlerine, toplumsal yapıdaki yerinin ne

olduğuna, bu süreçte farklı ideolojik ve hegemonik yapıların birbirlerine eklemleme tarzlarına, anlamların hangi güç dengeleri içerisinde üretildiklerine, incelenen popüler metinlerin kendi içinde nasıl boyun eğdiği ya da direndiği dili anlamaya yönelik eleştirel bir okuma çabası hedeflenir. Rowe'nin de belirttiği gibi bir popüler kültür analizi “entelektüel esneklik ve eleştirel yoğunluk arasındaki uzamdan ortaya çıkabilir” (1996: 23).

2.3. Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Popüler Olanın Dinselleşmesi, Dinsel Olanın Popülerleşmesi Üzerine

Tayfun Atay'a göre antropolojiye giriş metinlerinde en sık karşımıza çıkan din tanımı genellikle şöyledir: Din, “doğüstü varlıklar ve güçlere ilişkin zihinsel tutumlar ve davranış örüntüleri”dir (2004b: 18). “Bilinmeyen ile bir bağ ve ilişki kurma mekanizması” olarak din, Atay'a göre aynı zamanda “kültürel evrensel” bir yapı olarak karşımıza çıkar. Antropolojik çalışmaların gösterdiğine göre “dinsel” pratik ve söylemlere; inanç ve davranış kalıplarına hemen hemen tüm insan topluluklarında ve kültürlerinde (dinsel inanca yönelik reddedişlerin de çıktığı gibi) rastlanmakta; din yaşam pratiği ile iç içe geçmektedir (2004b: 18-19).

Öte yandan Atay'a göre yaşama ve insana dair bir anlam haritası, bir düşünüş, duyuş ve eylem çerçevesi kazandıran dinin; bu “psikokültürel” işlevlerinin yanı sıra genel toplumsal süreçler ile de bir dizi etkileşimi bulunmaktadır (2004b: 21). Antropolojik yaklaşımda din, “insan toplumsallığının bir çıktısı”; bir sosyo-kültürel olgu olarak kavranmakta, din ile kültür arasındaki sembolik bir etkileşim ve simbiyotik bir ilişki olduğuna işaret edilmektedir. Bu yaklaşım, toplumsal yaşamda dinin üstlendiği işlevleri sorgularken, dinsel pratik, sembol ve unsurların toplumsal uzlaşımın sürdürülmesindeki etkilerini ya da dinin toplumsal çatışmalardaki yönlendirici gücünü açığa çıkarılmaya çalışır. Dine ilişkin bu perspektiften hareketle (herhangi bir dinin ya

da dinsel pratiğin değerli ya da değersiz, doğru ya da yanlış olduğuna dair tartişmalara girmeden) günümüzde dinsel olanın gündelik hayatla, toplumsal, kültürel, ideolojik ve psikolojik süreçlerle de göz ardı edilemeyecek bir etkileşime sahip olduğu söylenebilir (2004b: 26-28).

Dinin gündelik yaşam, ideoloji, iktidar ve kültür ile olan etkileşimi; bizim modernite, şehirleşme, ekonomik bir takım kategoriler ve gündelik hayatla birlikte düşündüğümüz popüler kültürle teması da kapsar, onunla ilişkiselliği kaçınılmaz kılar. Dinsel olan popüler kültürün dünyevi-seküler zeminiyle eklemlenmeler, i içe geçişler meydana getirir. Bu süreç, dinin popüler kültürün seküler karakteriştiğinden etkilenmeler yoluyla profanlaştığı ya da popüler kültürün dinin kutsal halesinden etkilenerek dinsellediği ikili bir diyolojik karaktere ve sembolik etkileşim yapısına işaret eder.

Ostwalt'ın da belirttiği gibi, din moderniteyle birlikte toplumsal yapılarla doğrudan müdahale hakkını kaybetmiş ve otoriter kaynağını yitirmiş olsa da daha önce de ifade ettiğimiz gibi modernitenin bireyselleştirici, yalnızlaştırıcı ve yabancılaştırıcı etkileriyle birlikte düşündüğümüz manevileşme-dinselleme süreci devam halindedir. Bu süreç dinsel olanın yeni formlar ve biçimler şeklinde karşımıza çıktığı bir alanı da kapsamaktadır. Zira sekülerleşme tezinin öngördüğünün tersine devam eden birtakım bireysel dini ilgiler diğer seküler kanallarda ve kültürel formlarda ifadelerini bulmakta; böyle bir ilgi birtakım dini mesaj, içerik ve imajların, sinema, televizyon, popüler romanlar, müzik gibi popüler kültürel formların, dini bir içerik taşımasına, kutsal olanla meşgul olmasına hatta Ostwalt'a göre postmodern dönemde geleneksel dini kurumların gerilemesi ile birlikte onların görevlerini (bireysel anlam haritaları sunarak) farklı biçimlerde üstlenmesine dair örnekler sunmaktadır (2006: 45-47 ve 53-55).

Benzer şekilde M. Einstein da *Brans Of Faith* adlı çalışmasında, moderniteyle birlikte gelen dini oğlluk, ailevi baskıların azalması gibi süreçlerin, hem dini

seçimlerde bir özgürleşme alanı açılmasına hem de bu seçme olanağının popüler kültür ve piyasa içinde yeni ve çeşitli alanlar türemesine imkân verdiğini dile getirir (2008: 7). Günümüzde kutsalın daha seküler, seküler olanın da daha kutsal olduğu bir ortamda, kitle iletişim araçları kutsal ile profan arasındaki ayrımların belirsizleştiği, iç içe sızmanın gerçekleştiği mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır (2008: 17).

Nilüfer Göle'nin seküler ve dinsel ayrılığının, benlik, devlet ve kamusal alan düzleminde nasıl yeni bileşimler, rekabet ve taklitler yoluyla dönüştüğünü ve belirsizleştiğini incelediği *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar* (2012) adlı çalışmasında dile getirdiği aşağıdaki ifadeyi, popüler kültür ve din arasındaki iç içe geçişler, uzlaşmalar ve yeniden uyarlamalar bağlamında okuyabiliriz:

Genel olarak, seküler'in gerek sosyal bilimlerdeki bir büyük anlatı ve Batı modernliğinin ideolojisi olarak, gerekse de bireylerin gündelik toplumsal hayatlarını yönlendiren kolektif bir tahayyül olarak hegemonyasını kaybedişine tanık oluyoruz. Sekülerin gücünün azalışı, dinsel ile olan eski hiyerarşik sınırların bozulduğunu ve daha geçirgen hale geldiğini göstermektedir. İkisini de ardışık bir dizilim içinde el almak, yani önce seküler'in dinin önüne geçtiği, şimdiyse seküler-sonrası bir döneme geçtiğimizi söylemek yerine, dinin seküler modern ile nasıl çağdaş olduğunu, aynı zamanda paylaşılabiliyor olduğunu anlamamız gerekir (2012: 14-15).

Göle'nin (2012: 11-12) altını çizdiği bu dini modern benlik tanımlarından ve kamusal alandan dışlayan otoriter sekülerizm anlayışı, son yıllarda yeni dinsel hareketlerin, muhafazakâr yapılanmaların ya da çeşitli köktendinci hareketlerin canlanmasıyla birlikte sorgulanmaya başlanmış, dinsel ve seküler arasındaki ikili ayrımların belirsizleştiği, bozulduğu ve yeniden tanımlamalara muhatap olunduğu bir süreci ateşlemiştir. Bu süreçte kamusal alana katılım kanalı olarak başka bir ifade ile bir iletişim biçimi olarak tüketim; kimlik ve meşruluk taleplerinin temin edildiği araçları sağlayan bir niteliği de ifade etmektedir (Bilici, 2000: 217).

Bu çalışma açısından önemli olan, seküler ve dinsel olanın bu etkileşimini popüler kültürü de içine alacak bir kavrayış ile değerlendirmek; öte yandan popüler

kültürün geleneksel değerleri yeni biçimler ve formüller şeklinde yansıtmaya gücüne (Oktay, 2002: 16), onu yeniden imal etme ve dönüştürme, zaman zaman tecimsel motivasyonlar ve faydacı yönelimler ile kendi tabanına ve kaynağına göre eğip bükme gücüne vurgu yapmaktır. Bu süreç karşımıza yeni öznellik kurguları, söylem biçimleri, hegemonik eklemlemeler, tüketim kalıpları, eğlence biçimleri ve piyasa mantığının dönüştürücü gücü içinde var olan dini pratik, nesne ve semboller çıkarmakta, kutsal olanın popüler kültürün seküler programıyla etkileştiği ya da gündelik olanın, boş zamanın dinselleştiği bir karşılıklı dönüşüm sürecini imlemektedir.

Popüler kültür ve din²⁵ etkileşimini dört tema üzerinden görebileceğimizi belirten G. Lynch, dinin gündelik hayat pratikleri içerisinde sadece soyut bir inanç ve ritüel sistemi olmasının dışında işlevselleşmiş yanlarına da vurgu yaparak onun gündelik hayatın içinde yeşeren popüler kültür ile etkileşmesinin kaçınılmaz olduğunu söylemektedir. Bu fonksiyonize olmuş din tanımlaması bu ilişkide üç farklı şekilde karşımıza çıkar. İlk olarak “dinin içindeki popüler kültür” tanımlamasına göre, dinsel alana ait sembol, nesne ve pratikler popülerleşerek hayatın farklı alanlarına akmaktadır. İkinci olarak “popüler kültür içinde din” tanımlaması, dinin popüler kültür içerisinde temsil ediliş ve kullanılış şekillerini kapsamaktadır. Tv programlarının, film sektörünün, müzik ve kitap endüstrisinin; dinsel hikâyeye, mit ya da öğretileri piyasaya sunduğu daha ticari bir etkileşime işaret etmesi örnekler arasındadır. Sonuncusu ise dini grupların popüler kültür ürünlerini anlamlandırma ve yorumlama pratiklerine odaklanır. Diğer yandan Lynch, popüler kültürün bireylerin hayatlarını anlamlandırabileceği araçlar ve

²⁵ Dinin sembolik ifade biçimlerinin zaman ve mekana göre değişebileceğini ve kendi içerisinde çeşitli katmanlara ayrılabilceğini aktaran Birsen Okutan, din sosyolojisi literatüründe bu katmanların formel, folk ve popüler din şeklinde karşımıza çıktığını ifade etmektedir. Formel din, kurumsallaşmış, doktriner ve sistematik (kilise, din adamları vb.) yapılardan oluşurken, “folk din” daha çok şehirli olmayan ve köylü kesimin basit, yalın, yazısız, sözlü inanç ve pratik sistemlerini kapsamakta ve onların daha çok sezgisel duygulanımlarına karşılık gelmektedir. “Popüler din” ise zamana bağlı olarak ortaya çıkmış modern döneme ait bir inanç formu olarak görülmektedir. “Popüler din” formel din ile benzer yanlar taşısa da içerisinde dini bürokrasi ve hiyerarşik konumların, din adamı otoritesinin bulunmadığı daha örgütsüz ve bireysel bir sistemi ifade etmektedir. Kaynaklarını daha çok kurumsal teolojiden değil, doğa, iş, besin, müzik gibi kaynaklardan devşirir. Büyücülük, ruhçuluk, astroloji vb. yapılar popüler dinin sembollerini oluşturmakta; modern hayatta görünme biçimlerini fallar, metafizik inanışlar, manevi reçete ve ezoterik bilgiler, “gelecek tahminleri”, “ölüm”, “sağlık sorunları” vb. gibi pratikler yoluyla bulmaktadır (Long, 1987; Wuthnow, 2002 ve Williams, 2010’dan Akt. Okutan, 2012: 135-136).

anlam haritaları sunduğunu gibi ve bu anlam inşasını ritüel bir yapılanmaya da dönüştürdüğü iddia eder. Ona popüler kültür zaman zaman dinin aşkın rolünü de taklit etmektedir. Bu taklit ilişkisinde geleneksel dini konsept ve sembollerin modern yaşama ve jenerasyona temas etmesini, bağlantı kurmasını sağlayacak bir “misyonerlik” faaliyeti göze çarpmaktadır. Öte yandan popüler kültür, “teolojik bir yansıma olarak” dini öğretiyi ve inançların yayılmasında teologlara bir takım yöntemler ve kanallar da sunmaktadır (Lynch 2005’ten akt. Okutan, 2012: 130-131).

Birsen Okutan’ın da belirttiği gibi popüler kültür ve din etkileşimini zamandan, mekândan ve bu etkileşimin yapısını belirleyen zihniyet yapısından bağımsız düşünülmemelidir. Öte yandan modern-postmodern zamanlarda kesin bir sekülerleşmenin gerçekleşmediği yönündeki tecrübeler ve kutsal olana yönelik gereksinimlerin kapitalist ekonomiler tarafından piyasalaştırıldığı bir görünüme de şahit olmaktadır. Popüler kültür ve din arasındaki ilişkiye ruhunu veren bu zihniyet, sosyo-kültürel ve zamansal farklar göz önünde tutulmak suretiyle de olsa dünya piyasası için bir realite olarak durmaktadır (2012: 151).

2.3.1. Meta Olarak Kutsal ve Maneviyat Tüketimi

Modern öncesi hayatın içinde özne konumunda olan din, modernlik ile birlikte kıyıya itilmiş; dinin kendisi din dışı bir çözümlemenin, tanımlamanın nesnesi durumuna gelmiştir. Atay’a göre geleneksel hayatın merkezinde duran, benlik düzeyinde ve tüm toplumsal, siyasi uğraklarda önemli bir yönlendirici güce sahip olan din, modernlikle birlikte ötelenmiş, postmodern ya da modern sonrası zamanlarda ise ötelenmiş halinden kurtularak yeniden geri dönmüştür. Ancak modern hayatta bastırılmış olanın geri dönüşü, tam da postmodern zamanın ruhuyla uyumlu bir bütünlük sağlayarak, yani tüketim kültürünün, neoliberal piyasa ekonomisinin, gösteri kültürünün parçası olarak

gerçekleşir. Atay'ın ifadesiyle, modern-öncesi (geleneksel) dönemde özne, modern toplumda nesne olan din, postmodern toplumda meta" olur (2004a: 86).

Modernitenin rasyonalizm, bilimcilik ve büyük anlatıları adına ötelediği birçok yapıya "geri dön" çağrısı yapan postmodern söylem ve postmodern toplumsal durumda, din ile hayli pozitif bir ilişki biçimi de göze çarpar. Ancak postmodernitenin din ile olan ilişkisi ikircikli bir durum sergiler. Bir yandan çeşitli dini akımlar, mistik yapılanmalar, ruhçu faaliyetlerde bir canlanma meydana gelirken diğer yandan bu metafizik pratiklerin, maddi kültürün içine çekildiği, bireysel tüketimci bir ahlakın yörüngesine dâhil olduğu, tüketim kanallarında metalaştığı bir mekanizmayla da karşılaşırız. "Kutsalın postmodern seküler süreçlere adaptasyonu" (Arslan, 2015: 71) şeklinde anlaşılabilir bu süreç, Atay'a göre dinin bu postmodern hali, bir "kültürel sermaye" olarak ya da tüketim değeri itibarıyla geri dönüşünü simgelemektedir (2004b: 99).

Bu fotoğraf, kapitalizmin dönemsel arayışları ve çıkışları bağlamında düşünebileceğimiz, onun kendisine yeni kanallar ve mecralar bulabilmesindeki başarısı bakımından da kendisini ortaya koymaktadır. Zira Mirza'ya göre modern-postmodern süreçlerde bireyin dinselini tecrübe etme biçimi de genel ekonomik ve toplumsal süreçlerden bağımsız gerçekleşmez, birey dış dünya ile ilişkisini tüketim kanalı üzerinden kurdukça, dinle olan ilişkisinin içeriği de değişir, bu iklimden etkilenir (2014: 55). Böylece kutsal olan, her türlü içeriğin ve nesnenin metalaşabildiği bir toplumsal durumda; tüketime yönelik kültürle dolaymlanır, hem onun bir unsuru olarak akışkan ve canlı bir pazar haline gelir hem de bireyselliği süsleyen ve farklılığı yücelten sembolik anlamlar alanı yaratır.

Tüketim kültüründe sadece nesnelere bir değiş tokuş ortaklığı içerisinde salınmamakta, ideolojiler, fikirler, inanç sistemleri de bu sürece dâhil olmaktadır. Zira tüketimin ideolojik işlevlerinden birini farklılaştırıcı değerler bütünü olarak kavradığımızda maneviyat tüketimi de ister anlamsal düzeyde ister nesne düzeyinde

olsun kişisel farklılık talebiyle birlikte düşünülebilir. Arzu stratejileri ile varoluşun maddi yanını kuşatan tüketim nesnelere, kimlik, statü, farklılık kodları sunarak nesneyle olan ilişkiyi ihtiyaç ilişkisinden göstergesel ve simgesel ilişki bağlamında yeniden düzenlemektedir (Baudrillard, 2016: 101 ve 111). Bu doğrultuda *kişiselleşmenin, kendi olmanın, ve kişiliği bulmuş olmanın* (2016:102-103) olabildiğince yüceltiildiği durumda popüler maneviyat içerikleri ve biçimleri bireysellik yaratmanın, kişisel fark inşa etmenin popüler ruhsal biçimleri gibi düşünülebilir.

Kendi kişisel mitolojisini yaratacak birey, sadece kültürel ve simgesel eksikliklerini değil, manevi anlam boşluklarını da dolduracak yeni kaynaklar, hazır anlam paketleri, ruhsal içerikler ararken modernliğin yarattığı belirsizlikle de baş etmeye çalışır. Anlam kaybına uğrayan, dünyevileşen yaşam biçimlerini zenginleştirecek, yeniden büyüyecek kaynaklar, tüketim kanallarında arzu, tatmin, haz biçimleri olarak hazır durmaktadır (Chaney'den Akt. Taburoğlu, 2011: 155-156). Bauman'ın deyişiyle “ tüketici yönelimli, postmodern toplumda bireyler, haz arayıcı ya da duyum toplayıcı rolünün kanatları altında toplumsal olarak” biçimlenir. (2013: 266).

Geleneksel ve örgütlü dinler, kişiden çoğunlukla kendi farkını görmezden gelerek, başkalarıyla benzerliğinin altını çizmesini, başkalarıyla taşıdığı ortak yazgıya dahil olmasını ister. Oysa onun benliği kolektif olandan kopmuş, hatta bu bütünlüğe karşı bir kendilik iddiası taşır. Bu yüzden aradığı tinsellik, benliği zenginleştiren, süsleyen bir manzume olmalıdır. (...) Böylesi bir tinsellikte kendi benliğini feda etmez, kendisini aşan güçlere kurban etmez, adamaz (Taburoğlu, 2011: 32-33).

Featherstone'a göre din bireylere, kutsallık, ölüm, yaşam, doğumla ilgili anlamsal haritalar sunmakta, varoluşsal sorularla uğraşmalarına yardımcı olacak düşünce kalıpları önermektedir. Postmodern tüketim kültüründe de ortaya çıkan yarı-dinsel, dinsel anlam komplekslerini, M. Weber'in “dinin manastırın kapısını çarpıp çıktıktan sonra dünyevi olayların piyasasına doğru geniş adımlarla yürümeye başladığı” yönündeki metaforuyla bağlantılı bir düzlemde tartışan düşünürü göre, din tüketim kültürü içerisinde öbür anlam sistemleriyle yan yana durmakta, hayat tarzı pazarlayan

piyasa anlayışında “paketlenmiş bilgi öbekleri” olarak boy göstermektedir. Öte yandan tüketim kültürünün, anın peşinden koymayı, hedonizmi, hayatın üsluplaştırılmasını ve estetikleştirilmesini, dışavurumculuğu, toplumsal sorumluluklardan bağımsız narsistik karakter yapıları üreten bir içeriğe sahip olduğu ortamda, kutsalın tüketim kültürüyle uzlaşması ya da tüketimciliğin dinsel alanı kapsadığı süreç din açısından yıkıcı sonuçlar da doğurmaktadır (1996: 186-187).

M. Einstein (2008) Amerika’da son yirmi yıl içerisinde dinin ve spiritüel yapılanmaların ticari kültür içerisindeki yerini aldığını ve adeta “spiritüel market” yarattığını dile getirir. Ruhsal eğilimlerin ve kapitalist piyasa ekonomisinin iç içe girdiği bu süreçte; birçok ruhsallık içerikli dini pratikler, anlatılar ve semboller hem kitle iletişim araçlarına hem de tüketim kanallarına “mükemmel” bir uyum sergilemektedir. Maneviyat içerikli kitap sektöründen, spiritüellikle donanmış film, dizi ve tiyatro endüstrisine, geliri birkaç milyon doları bulan dini televizyon yapımlarından ve özel dini ürünler satan birçok internet sitesinden, dini konferanslar, seminerler ve spiritüel macera vaat eden turizm sektörüne kadar her yer kutsalla donanmakta; kutsal kişiselleşerek ve paketlenerek birçok popüler kültür kanalına ve kamusal yaşama sızabilmektedir (2008: 1-7). Maneviyat iş dünyası perspektifinden bakıldığında verimliliği arttırmanın ve dinsel olanı paraya çevirmenin bir yolu, yayıncılık alanından bakıldığında ise “cennette yapılmış bir evlilik” olarak araçsallaşmaktadır (2008: 43).

J. Carrette ve R. King de *Selling Spirituality* (2005) başlıklı çalışmalarında, modern sonrası geç modern dönemde tüketimci ve kapitalist yörüngede işleyen bazı spiritüel içeriklerin meydana gelişini ekonomi politik bir bakış açısıyla inceler. Kapitalist mantıkla sarmaş dolaş olmuş bu “maneviyyat” pazarının yaygınlık nedenlerini Aydınlanma süreciyle gelmiş olan, alternatif dini alanlar keşfetme özgürlüğünün bağlamına yerleştiren düşünürler, öte yandan bu seçim özgürlüğünün ve dinsel çeşitliliğin pazar için de bir özgürlük ve yayılım alanı açmasının altını çizerek (2005:

13-14). Geç modern toplumlara sızan spiritüel akımların neoliberal ideolojiler tarafından paketlendiği bir alan; hem bireysel hem de kurumsal amaçlar uğruna kullanılan araçsallaştırılmış bir süreci de kuşatır. Kutsalın “kültürel sermaye” olarak sunumu; (sosyalleşme, bedensel ve ruhsal tedavi yöntemleri vb. içeriklerle müşteriye pazarlanması) çağın tüketimci ruhu ile uyumlu bir tablo çizmektedir: Eklektik ve monoteist yapı; Antik Asya dinlerinden, Doğu bilgeliğine ait içerikler, “Zen deodorantlardan, Spiritüel vucüt spreilerine”, otantik ve mistik temalı giysilerden, manevi teknikler ile bireysel verimliliğini arttırmaya yönelik çeşitli yöntem ve biçimlerle spiritüel pazarın çeşitliliğini sergilemektedir. (2005: 15-16).

Maneviyat tüketimini Bauman’ın “zirve deneyimler” olarak tanımladığı postmodern tüketim tarzıyla da birlikte düşünebilir. “Zirve deneyimler”in dinsel versiyonu kişiyi bir çile hayatına razı edebilecek içeriğe sahipken, bunun postmodern versiyonu olan “tüketimcilik aristokrasinin öncü ve peygamberleri” ya da “danışma patlamasının ürünleri”²⁶ doyuma ulaşmayan, sürekli deneyim peşinde koşan, daha rafine ürünler tüketen ve bunu daha sofistike tarzda tüketen birey tipi önermektedir. Popüler kültürdeki maneviyat biçim ve içerikleri bir “duyum toplama ve duyum arttırma” aracı olarak yeniden biçimlenir (2013: 269). Dini ritüel, sembol ve pratikler ruhsal huzur vaat eden “piyasa Tanrı”sının (Cox, 2006) yansımaları olarak tüketim kanallarında arza dönüşür.

P. Haenni ise *Piyasa İslamı- İslam Suretinde Neoliberalizm* adlı eserinde, burjuvalaşan İslamlaşma süreçlerine ve İslam’ın piyasa karşısındaki dönüşümüne odaklanır. İslam’ın neoliberal süreçlere eklenme biçimini ve kapitalist ahlak ile

²⁶ Bu popüler maneviyat biçim ve içeriklerini Zygmunt Bauman’ın, “danışma patlamasının ürünleri” kavramsallaştırmasıyla birlikte düşünebiliriz. Bunlar egzersiz, tefekkür, iç yoğunlaşma, beden duyum potansiyelini arttırma, kişisel büyüme gibi vaatlerle işlevselleşen “kendini geliştirme” sektörüdür. Fakat bunlar dini piyasanın tüketim nesneleri gibi sadece tüketici seçimlere hizmeti değil, seçici deneyim arayan, duyum ve deneyim toplayan bir tüketim anlayışını da ifade etmektedir. Yani seçici deneyim peşindeki tüketici birey, kişisel gelişim teknikleriyle, kendisini “aşmanın”, tedavi etmenin, “akışa” teslim olmanın yöntemlerini ararken en batını ve egzotik maneviyat içeriklerini de bir teknik, anlam öbeği ve bilgelik tarzı olarak sahiplenir, tüketir (2013: 270).

bütünleşme süreçlerini açıklarken siyaset merkezli, doktriner ve ideolojik bir İslamlaşma anlayışından, daha bireysel ve yüzünü maddi kültürün²⁷ gereklerine çevirmiş kültürel İslam anlayışına geçildiğini; öte yandan ekonomik ve dini kurumlar arasındaki akışkanlığın artması sonucunda, piyasa ve şirket kültürünün dinsel alanı kapsadığını böylece Batı değerleriyle uzlaşmış neoliberal bir İslam anlayışının yükseldiğini dile getirir. Amerikan kültürel formlarından ve işletme kültüründen etkilenen neoliberal İslam, geleneksel İslam'ın sınırlayıcı ve kaderci yapısına karşı, piyasa yanlısı, daha kozmopolit ve girişimci bir dindar tipi oluşturmakta, bireysel başarıyı yücelten, kendini gerçekleştirme yöntemlerine yoğunlaşan İslami bir söylem üretmektedir (2014).

Çağdaş toplumlarda spiritüelliğe yönelik popüler bir ilgi ve patlamanın, modernitenin bireyi yabancılaştırıcı ve yalnızlaştırıcı mekanizmalarıyla ilintili olduğunu dile getirmiştik. Sürecin diğer boyutunda karşımıza çıkan görüntüde piyasanın baskın karakteri, dinsel pratikleri pazara içkin bir hale getirmekte (Haddorff, 2000) bu maneviyat biçimleri de kendilerini söz konusu sorunlara birer derman olarak sunan, mistik tecrübe, derin bir dinginlik ve huzur hali, ruhsal ve bedensel gelişim vaat eden yapılar olarak piyasaya dâhil olmaktadır (Carette ve King, 2005: 1). Bu süreç, Featherstone'nun çağdaş tüketim etiğini açıklarken dile getirdiği “an'ı yaşamayı, hedonizmi, özdeşleşimi, beden güzelliğini, paganizmi, toplumsal yükümlülüklerden bağımsız olmayı, uzak yerlerin egzotikasını, üslup geliştirmeyi ve hayatın üsluplaştırılmasını” kapsayan bir kültürün içerisinde dinin konumuna da herhangi bir boş zaman etkinliğine ve bir hayat tarzı gibi piyasadan satın alınan tüketim metasına dönüşebileceğine işaret eder (1996: 186).

²⁷ Haenni, tüketim kültürünün İslami çeşitlerini üreten İslami pazarın hedef kitlelerinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine yönelik oldukça çeşitli bir karakter sergilediğini dile getirir: “Allah yazan biblo”, “Kuran okuyan kalem”, “ezan okuyan saat”, gösterişli mekânlar ile uyumlu tablolar, çeşitli organizasyonlarda ortaya çıkan ilahi grupları, turizm faaliyetleri gibi pratikler zevklerin “İslamileşmesini” sağlayan örneklerdir (2014: 53).

Einstein'in de belirttiği gibi konuya popüler kültür ve din arasındaki ilişkinin iyiliği ya da kötülüğü bağlamında bakmamak gerekir. Fakat araştırma sürecinde, dinin tüketim kanallarıyla uzlaşmasının ve tüketimciliğin dinsel olanı teşvik eder yanının, kutsal olanın vülgarize bir popülerlik ile tahrip ettiği zihinde oluşan bir sorudur. Ancak bu soru, tutucu bir konumlanışın sonucu olarak değil, kültürel olanın diğer toplumsal ve ekonomik formasyonlarla iç içe geçtiği etkileşimsel yapısını vurgulamak şeklinde düşünülmelidir. (2008: 14). Bu çalışma, kültürel alanın ve popüler kültürün çeşitli dinsel içeriklerle ve maneviyat biçimleriyle dolmasını özcü ya da estetik konumlanışla temellenen genellemelere yaslanarak değil, Türkiye'nin geçirdiği özgül sosyo-kültürel ve ekonomik değişimler eşliğinde okumayı amaçlamaktadır.

2.3.2. Türkiye'de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Sosyo-kültürel ve Ekonomik Bağlam

Türkiye'de popüler kültür ve din ilişkisini bağlamıyla birlikte tartışabilmek için, özellikle 1980'lerden sonra meydana gelen bir dizi kültürel, ekonomik ve toplumsal dönüşümler ve değişimler silsilesine eğilmek gerekir. Nurdan Gürbilek'e göre Türkiye 1980'lerde yeni bir zaman dilimine girmiştir. Farklı dinamiklerin iç içe geçtiği, "yasaklamaktansa dönüştürmeyi, yok etmeksense içermeyi, bastırmaktansa kışkırtmayı hedefleyen" daha modern ve kuşatıcı kültürel yapıların yükselişe geçtiği bir sürecin başlangıcıdır bu yıllar (2014: 8-9). Ona göre, bireyselleşmenin, konuşma iştahının, "vitrinlerin ışıltısının" ve taşranın kültürel düzeyde yükselişe geçtiği bu yıllarda, kültürel kimlikler kendilerini "kamu denen alanın toplu bir kayıtsızlığa" dönüşmesiyle birlikte, siyaset dolayımı olmadan da ifade edebiliyorlardı. 1980'lerin kültürel iklimini "bastırılmışın geri dönüşü"²⁸ metaforuyla açıklayan Gürbilek, Türkiye'nin modernleşme

²⁸ Gürbilek'e göre 1980'leri eski baskı dönemlerinden ayıran, özelliğin baskının karşıtıyla birlikte var olmasıdır. Türkiye'de kültürün çoğullaşması ve parçalanmasını içeren bir değişimin, modern kimliğe

sürecinde görmezden geldiği, bastırıldığı, kültürel ifade araçlarından mahrum bıraktığı birçok içeriğin, bir biçimde geri dönerek kültürel alana yerleştiğini ifade eder. Bu içerikler, İslam'ın yükselişe geçmesini, “aşağı kültürün” ve taşranın kültürel yükselişini, iç dünyaların, özel arzu ve zevklerin, cinsel tercihlerin kendi özerk talepleriyle kültürel alana dâhil olduğu; “gündelik hayatın kültürleştiği” bir düzlemde var olurlar. (2014: 9-11; 15). Ancak bir söz, görüntü ve imge patlamasının yaşandığı, medya ve reklamcılığın yükselişe geçtiği, tüketim toplumunun vaatlerinin dolaşıma girdiği bir zeminde geri dönen içeriklerin ortak özelliği, kültürün ilk defa piyasaya bu kadar bağımlı olduğu bir düzlemde geri dönmüş olmalarıdır (2014: 21-22).

Türkiye'deki popüler kültür ve din ilişkisini böyle bir kültürel, toplumsal ve ekonomik zeminden hareketle değerlendirebiliriz. Öncelikle Türk popüler kültüründe Özalıcılığın²⁹ etkisi oldukça büyüktür. Özal döneminde (1983-1991), dünya piyasalarına adaptasyonun sonucu olarak toplumun ekonomik perspektifinde ve manevi yönelimlerindeki değişimler meydana gelmiş; özelleştirmenin, serbest pazarın, çok uluslu şirketlerin ekonomiye dâhil olmasının önü açılmıştır. Kemalist devletçi anlayışın sorgulanmaya başlandığı bu yıllardan sonra jakoben devletçi gelenekten *homoeconomicus* profiline geçiş, televizyon ve radyoların ticarileşmesi, İslamcı mesajların yayılması ve İslami bir popüler kültür oluşturulması açısından önemlidir. Bu dönemde Özal bir yandan ekonomik ve politik sistemi liberalleştirmeye çalışırken diğer yandan dini değerleri Türk- İslam sentezi içerisinde yeniden inşa etmeye girişerek,

yönelik bir tepkiyi içeriyor olması başka bir ifade ile daha önce kendilerini siyasi konseptler içerisinde var eden, totalleştirici ideolojiler içinde hapis kalmış grupların kültürel taleplerini ve ifade etme imkânlarına 1980'lerden sonra kavuştuğu söylenebilir. Ancak kültürel kimliklerin kendilerini siyasi dolayım olmaksızın ortaya koymalarında, “kültür endüstrisi” mekanizmalarına eklenen bir eğilim de bulunmaktadır (2014: 103).

²⁹ ANAP, ideolojik değerlerden çok faydacı değerlerin savunuculuğunu yapan, “retorikten ziyade icraatın” önemi vurgulayan bir parti olarak; piyasacı değerler ile İslamcı muhafazakâr değerler arasında bir işbirliği ve sentez oluşturmaya da çalışmıştır. Bir yandan aile, birey ve toplum ilişkilerinde İslam'dan kaynaklanan kültürel ve muhafazakâr değerlerini, diğer yandan Batı kültürünün akılcı ve rasyonalist değerlerini birleştirmeye çalışmışlardır (Göle, 2011: 46). Yaşın'e göre de Özal, 1980'lerde iktidara hem laik burjuvaziye hem de Anadolu'nun dindar iş adamlarına hitap ederek gelmeyi başarır. Özal'ın amacı Müslüman kapitalist, küçük tüccar ve iş adamlarını Batı kapitalizmine daha yakın duran laik burjuvazi ile rekabete sokmaktır. Böylece bu dönemde hem laik kesime ait kültürel ürünler ve endüstriler hem de İslamcı kesime ait büyük bir pazar meydana gelmiş; çağdaş kapitalist mantığın yörüngesinde sermaye birikimi yaşanmıştır (2003: 232).

ahlaki ve manevi değerlerin kamusal alana ve piyasaya girişinin önünü açmıştır. Bu dönemin tüketim kültürünün kurucu unsuru kimlik politikalarıyla yakından bağlantılıdır; İslamcı kesim kendi ideolojileri ve yaşam tarzları için bir pazar yaratmıştır. Bu süreç İslamcı kesimin modern bir vitrine bağladığı umutlarının ve modern bir basınca teslim olmasının genel bir görünümüdür (Kozanoğlu, 1995: 125-129; Navaro-Yaşın, 2003: 231-232; Saktanber, 2003: 272; Göle, 2011: 43; Demirezen: 58).

1980’li yıllardan sonra başlayan serbest piyasa ekonomisi, geleneksel yapılanmaların canlanması, küreselleşme, otantikliğe geri dönüş, kitle iletişim alanındaki özgürlük gibi Türk modernleşmesinde yaşanan kültürel, ekonomik ve toplumsal radikal değişimler 1990’lı yıllarda da derinleşerek devam etmiştir. Ancak Ö. Özbudun ve F. Keyman’a göre 80’lerdeki İslami kesim ve seküler kesim arasında kutuplaşmış³⁰ olan politik ve kamusal arenanın tersine; 1990’larda kültürel küreselleşme süreciyle de açıklayabileceğimiz bir çoğullaşma popüler kültürde yükselişe geçer. Küresel ve yerel arasındaki karşıtlıklar yerine yan yana varoluşun mümkünlüğü sağlayan kültürel küreselleşme, 1990’lı yılların popüler kültüründe yerelin yükselişini, geleneksel sembollerin, çoklu kimliklerin ve tüketim kültürünün konsolide oluşunu da

³⁰ Nilüfer Göle’ye göre, Türkiye’de radikal İslamcılık 1976-1986 yıllarda ortaya çıktığında temel olarak dinsel bir devlet kurmak suretiyle iktidara talip olan “devrimci” bir güç olarak ele alındı. Yirmi yıl sonra İslamcı hareketlerde bir dizi farklılaşma olduğunu söyleyen Göle’ye göre, bu hareketler radikal siyasi duruştan, daha kültürel ve toplumsal eğilimler taşıyan bir dönüşüm sürecine girer. İslamcılık bir takım toplumsal ve demokratik süreçlere daha açık, küresel yaşam tarzları ve piyasa ekonomisi ile daha iç içe bir dönüşüm gerçekleştirir. Göle bu durumu, kendi kimliklerini ve güçlenmelerini kolektif İslami oluşumlara borçlu olan İslamcı aktörlerin, küresel iletişim ağları, modern kent mekanları, piyasa kuralları ve tüketim tarzları ile karşılaştıkça bir “bireyleşme, etkileşim ve alışveriş” dinamiği bağlamında açıklar (2011: 33-34). Siyasal İslam’ın iflası yönündeki bir tezden ziyade; İslam’ın kolektif ve muhalif boyutunun 1990’lı yıllardan sonra azaldığı, siyasallaşmadan çok kamusallaşmaya eğildiğini söylemek doğrudur. Refah Partisi de (1991-1997), daha önce medya, piyasa ve eğitim yoluyla güç kazanmaya başlayan İslami kesimleri, kamusal alana taşımış; 28 Şubat süreciyle (1998-2002) birlikte İslam’ın kamusal meşruiyetinde bir daralma olsa da; İslami kesim bu dönemden sonra kendi profesyonellerini, orta sınıfını, popüler kültürünü, piyasa ekonomisini ve sanat dünyasını yaratmıştır (2011: 13-14). Ayşe Saktanber’e göre Refah Partisi’nin 1990’lı yıllardaki politik başarısı, İslamcı popüler kültüre genişleme imkânı sağlamış ve İslamcı kültürel kodların kamu alanında görünürlüğünü arttırmıştır. Bu süreçte İslamcılarının maddi ve manevi destekleri sayesinde, kolektif kullanım için inşa edilmiş (alışveriş merkezleri, park, kafeterya vb.) kültürel ürünlerin yanında; bireysel tüketimi yönlendiren radyo ve televizyon sayesinde kitap, kıyafet, kaset, dekoratif eşyalar gibi kültürel ürünler de çoğalmıştır (2003: 272-273).

sağlamıştır. “Değerlerin postmodernleşmesi” ve “yerelin küreselleşmesi” olarak tanımlayabileceğimiz bu süreç, Türkiye popüler kültürü ve tüketim pratiklerinde; “kültürel sermaye” olarak beliren, birtakım geleneksel, kültürel ve sanatsal pratiklerin, söylemlerin, objelerin yeniden canlanmasını sağlamıştır. Böylece kültürel alan, katı ikiliklerden ve sabitliklerden kurtularak daha çoğulcu, çoklu dolayısıyla daha çelişkili ve hegemonik bir karakter kazanmıştır (Özbudun ve Keyman, 2002:316-317).

Bu kültürel iklim bağlamında dini dirilişin³¹ bir parçası olarak, defilesinden “kola”sına hem bir İslami bir gündelik yaşam tarzı ve popüler kültürü, hem de “estetik” bir biçimleniş belirir (Atay, 2004a: 98). Ayşe Sanktanber’e göre buradaki İslami kelimesinin anlamı değişiklik gösterebilir, zaten baskın bir popüler kültürün bulunmadığını; İslami popüler kültüre de diğer popüler kültürler gibi istikrarsız, değişime açık ve akışkan yapıya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bunun bir nedeni popüler kültürün, Fiske’nin de belirttiği gibi (1999) sadece kar amaçlı endüstrilerin ürettiği ticari metalar evreni olarak görülemeyeceği, onun tüketimden, sanayileşmiş mal alım satımından ibaretmiş gibi tanımlamanın eksikliğidir. İkincisi ise popüler kültürün birtakım ilgilere hitap ederek, ne kadar sanayileşmiş de olsa belirli bir sosyal sistem içerisinde var olması, zevklerin ve anlamların dağıtıldığı aktif bir süreci de kapsamaktadır (Saktanber, 2003: 267-268).

Bu bağlamda Türkiye’de 1980’lerden 90’lara İslami bir siyasal hareketlilik meydana gelmiş olsa da popüler kültürdeki yansımaya hâkim olan ana görüntü, “toplumun camiden çok ekrana” rağbetiydi. Yaşanan “elektronik devrim” ve kitle iletişiminin özelleşmesini kapsayan süreçte, İslami kesimde bu değişimlere kayıtsız kalamadı. Ancak süreç; “İslam mucizesini” söz konusu araçlarla topluma iletip onun

³¹Türkiye’de 1990’lı yıllarda, İslami çevrelerin popüler kültüre dâhil olması popüler, dinin popülerleşmesi ve dindarlığın karakterindeki değişimler, modern yaşamla ilişkisindeki uzlaşmalara ve gerilimlere dair daha ayrıntılı örnekler ve bilgiler için bkz. Bilgin, V. (2003). “Popüler kültür ve din: Dindarlığın değişen yüzü”, Uludağ Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, 12(1), 193-214; Köse, A. (2015). “XXI. Yüzyıl Türkiye’inde Gelenekle Modernite Arasında Din Algıları ve Dindarlık Formları: Sosyolojik Bir Bakış. Marmara Üniversitesi” İlahiyat Fakültesi Dergisi, 49(49), 5-27.

İslamileştirilmesini sağlamaktan çok İslami medyanın belki de hiç ummadığı bir kanala girdi. TGRT, Kuran okumalarıyla açılan programlarından, zamanla Seda Sayan'lara, Çarkıfelek yarışmalarına, magazin programlarına sıçradı. Kanal 7 ve Samanyolu gibi diğer İslami medya kanalları ise bu süreçte biraz daha temkinli davranarak, yayınlarını dindar kesimin dışındaki gruplara iletme yollarını aradılar (Atay, 2004b: 76). Pek çok kurum ve pratiğin "İslami"sinin üretildiği bu atmosferde, İslami radyo, İslami televizyon, İslami gazete İslami müzik, İslami giyim, İslami mekânlar (oteller, restoranlar, alışveriş merkezleri) vb. sektörler kültürel görünürlüğü sağlayan kayda değer örneklerdir (Bilici, 2000: 218; Kılıçbay ve Binark, 2002: 497).

Bu tabloda İslam'a "ısındırma" amacıyla çıkılan yolda, ekonomik ve toplumsal mekanizmaların istediği yönde bir renk değişimi meydana gelir: "İslami pop". Ünlü mankenlerin tesettür defilelerinde boy gösterdiği, türbanlılara özel kozmetik ve güzellik salonlarının açıldığı, İslam'ın kar getirdiğini fark eden medyanın bu yeni ve canlı alanı değerlendirdiği böyle bir manzarada İslami hareketlilik; Türkiye'nin hâkim kültürel ortamında "olağanlaştı" ve hâkim kapitalist ikliminin bir parçası haline gelir (2004b: 76-77). "Ayet" in slogan olmaktan çıkıp "reklam" haline geldiği bu zamanlara, 2000'lerde³² hem dünyada hem de Türkiye'deki siyasal İslam'ın gerileyişi eşlik edince "ticari" İslam, popüler kültür alanına iyice sızmış oldu. Atay, bir ideoloji olmaktan çok bir meta olmaya doğru ilerleyen bu süreci, "fethedilenin fethedildiği" metaforuyla açıklar. İslamcıların "dini yaymak adına" sermaye ile başlayan ilişkisinin nasıl sermaye tarafından içerildiğini, eğip büküldüğünü, şekillendirildiğini hatırlatır.

Bu süreçte İslam'ın mesajlarını iletme amacıyla kurulan İslamcı yayınevleri zengin olmuşlar; İslamcı yazarlar ünlenmiş ve medyada aranan yüzler haline

³² P. Haenni'nin (2014) de belirttiğine göre AKP iktidarı Türkiye'de İslami bir devlet kurgusuyla yola çıkmamakta; İslami söylem "seküler" ve neoliberal bir değerler dizisi içinde eritmeye çalışılmaktadır. Bu dönemde iyice yükselişe neoliberal politikalar, İslam'ın piyasa mekanizmalarına adaptasyonunu iyice pekiştirmiş, İslam'ın kapitalizmle uyumsuz görülen yanlarına karşı piyasa İslam'ı daha da güçlendirmiştir. Bu noktada AKP, serbest piyasa ekonomisini, rekabetçi ekonomik süreçleri ve dünya ile entegrasyon girişimlerini önceleyen, pratik ve faydacı aklı ve popülist tavrı benimseyen "Özal pragmatizmi"nin de devamı niteliğindedir (Bora ve Erdoğan'dan Akt. Doğanay, 2007: 73).

gelmişlerdir. Aynı zamanda televizyonun etki gücünden faydalanmak isteyen İslami kanallar, kitleleri ekrandan “hidayete” erdirmenin yollarını ararken *show business* içerisindeki yerini de almışlardır (2004b: 81-82). Bu noktada İslamcı kimliğin 80’lerdeki ideolojik bir dışlanmışlık ve ezilmişlik söyleminden, mağduriyet ve mazlumluk vurgusundan tüketim kanallarına daha fazla katılan bir İslam kimliğine evirilişi gözlemlenebilir (2000: 22; Kılıçbay ve Binark, 2002: 496-499).

Türkiye’de popüler kültürün bu dinsel karakterinde, İslami söylem ve pratiklerin baskınlığının yanında farklı dini formlar, söylemler ve pratikler de karşımıza çıkar. Bireyselliğin, dinselliğin ve politik söylemden bağımsız bir insan tipinin önerildiği bir kültürel ve toplumsal ve ekonomik iklim; birtakım ruhçu eğilimlerin, spiritüel akımların, popüler bir alanın içerisine dâhil olmalarını mümkün kılmıştır. Türkiye’de popüler kültür alanındaki bu dinselliği İslamiyet ile sınırlamamak için şu değişimlere bakabiliriz: Gazetelerdeki astroloji köşelerinin yaygınlaşması, fal, burç, gibi temalarla ilgili yayıncılık faaliyetlerinin genişlemesi, televizyonda ruhçuluk ve maneviyat üzerine yayımlanan programların artışı, yayınevlerindeki maneviyat içerikli yayınların giderek çoğalması dini içerikli popüler kültür alanının dinamik, çoğul ve çeşitli yapısını sergilemektedir (Kozanoğlu, 1997; Mirza, 2014: 31-34).

Sınır Ötesi, Üçüncü Göz, Ufo Gerçeği gibi televizyon programlarının yanında; medyadaki büyücüler, cinci hocalar ve son zamanlarda boy göstermeye başlayan dinsel bir paradigma içerisinden konuşan kişisel gelişim uzmanları, yaşam koçları, sağlıklı yaşamla ilgili programlar da bu tabloya dair örneklerdir. Yayıncılık alanında ise bu kategorideki yayınlar büyük bir çeşitlilik sergilemektedir. Kişisel gelişim kitapları, bedensel ve ruhsal sorunlara öğretici ve yöntem aktarmayı hedefleyen yayınlar, doğaüstü varlıklarla iletişim kurmayı anlatan kitaplar, spiritüalist felsefeye (reiki, meditasyon, yoga gibi), Doğu bilgeliğine yönelmiş ya da İslami felsefeleri içeren yayınlar, daha akılcı ve laik duruş sergileyen New age tarzı metinler popüler kültürün dinsel

karakterine dair çoğulcu bir görünüm sergilemektedir. Dolayısıyla Türkiye’deki popüler kültürdeki dinselleşme sürecini sadece İslamiyet üzerinden değil, spiritüalist akımların önelediği New age üzerinden, İslamiyet’in farklı formları ve bir sonraki bölümde inceleneceği gibi tasavvuf üzerinden de okumak yerinde olacaktır. Çizilen tabloda yekpare bir toplumsal yönelişten söz etmek yerine; bu eğilimlere yönelmiş arayış halindeki bireyden, daha makro düzeyde ise bireyselleşme, apolitikleşme, küreselleşme gibi dinamiklerle yerel kültürel ve toplumsal yapıların iç içe geçtiği bir düzlemde söz etmek yerinde olacaktır (Kozanoğlu, 1997; Mirza, 2014: 34-36).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜRDE MİSTİK MOTİFLER: BİR ANLATI, TÜKETİM VE GÖSTERİ ALANI OLARAK TASAVVUF

3.1. İslam’ın Mistik Boyutu Olarak Tasavvuf

Tasavvufa içerik ve kavram olarak bakmadan önce tasavvuf kelimesinin kökenine yönelik yaklaşımlara kısaca göz atmakta yarar vardır. Tasavvufun kökeni hakkında kimi görüşler onun yoksulluğun işareti sayılan “yün giymek” anlamındaki suf kelimesinden kaynaklandığını ve bazı sahabelerin yün giymelerinden türediğini öne sürerler (Demirli, 2007: 225-226). Bir diğer görüş, İslam Peygamberi’nin evinin yakınında yaşayan ve kendisini tamamıyla Kuran öğrenmeye adanmış ashab-ı suffe ile (fakir sahabe) ilişkilendirir. Ya da “safa’dan” yani saflıktan türediğini söyleyen, ve Grekçedeki bilge anlamına gelen “sophos” sözcüğünden geldiğine öne sürenler de vardır. Kelimenin etimolojik kökeni çoğaltılabilir ancak Annemarie Schimmel’ e göre (2001: 30) tasavvufun kaba yün giysiye işaret eden “suf” kelimesinden türediği genel olarak kabul görmektedir.

İslam'ın mistik³³ yönü olarak kabul edilen tasavvufun kaynağı ve etkilendiği gelenekler konusunda da çeşitli tartışmalar vardır. Kaynağına yönelik yaklaşımlar, tasavvufun İslam'ın özünde olduğuna yönelik veya İslam'a dışarıdan girdiğine yönelik yaklaşımlar etrafında döner. Etkilendiği kaynaklar olarak Türklerin Şamanist inançları, Uzak Doğu dinleri, İran, Suriye, Mısır, Hint gelenekleri, diğer tek tanrılı dinlerin bazı mezhep ve öğretileri, Eski Yunan ve Anadolu uygarlıklarının kültürleri gibi gelenekler gösterilir (Özmen, 2008: 121-122).

Ekrem Demirli'ye göre tasavvufun birçok tanımı olmakla birlikte, kısaca gayret ve nefsin isteklerini kırmak yöntemiyle ahlaki güzelleştirmek ve nefsi olgunlaştırmak anlamına gelir (2009: 145). Başka bir ifade ile tasavvufun ilk anlamı, dünya nimetlerinden uzaklaşmak ve ahlakın güzelleştirilmesidir (2007: 234). Schimmel ise tasavvufun temel anlamının İslam'ın içselleştirilmesi, İslam'ın “temel sırrı olan” tevhidin³⁴ bireysel olarak deneyimlenmesi ve tevhit yoluyla kişinin bireysel kurtuluşa ulaşma çabası olduğunu ifade eder. Ona göre Sufiler, tasavvufi tutumları herhangi bir mezheple sınırlanmamışlar daima İslam'ın içinde kalmışlardır (2001: 33 ve 39).

³³ Caner Işıklı Anadolu Erenlerinde mistik gerçeklik anlayışını incelediği makalesinde mistikler için “asli” olan bir gerçeklik arayışının çok önemli olduğunu dile getirir. Söz konusu “asla” ulaşmak uzun ve zorlu bir savaşım gerektirmektedir. Bu savaş Işık'a göre insanın ürettiği sahteleşmiş biçimlere ve insanın kendisi sandığı kendine yönelik girdiği savaştır. Ona göre insanı “aslından” koparan ise yine kişinin kendisidir. Birçok heteredoks (görünenin değil, içsel olanın önemsendiği batını- içrek) inançlarda olduğu gibi tasavvufta da kendilerini oluşturan bilgiler, belirli sabiteler üzerinden değil, sezgi, arayış ve deneyim ile oluşmaktadır. Bir mistik için en değerli olan şey bütüne dair bilginin ve bağlılığın bätini bir yol ile elde edilmesidir. Işık'ın aktardığına göre mistikler sıradan insanlardan farklı bir algılama yapısına ve pratiklere sahiptirler (Işıklı, 125-128). Öte yandan İsmail Özmen'e göre İslam'da mistisizmin toplumla ilişkisi ilginç bir durum sergilemektedir. Mistisizm insanı toplumdan uzaklaştırmaya açık bir uygulamadır fakat Ona göre tarihsel süreç içerisinde bu tarz örneklerle birkaç örnek dışında rastlanmamıştır. Tasavvuf, Sünni İslam'ın yasakladığı felsefi kaynaklardan yararlanmış, zorba yöntemlere karşı adaleti, yoksul halkı savunmuş, toplumla bireysel düzeyde derinlemesine ve yoğun bir ilişki içerisinde bulunmuştur (2008: 61). Demirli de tasavvufun din ilimleri içindeki yerini tartışırken onun “teoriden pratiğe doğru değil, amel ve pratikten teoriye doğru” yönelen bir tavrı esas aldığını belirtir. Başka bir ifade ile tasavvuf felsefesi teorik olmanın yanı sıra pratiği yani “dini yaşamayı” öğrenilenleri pratikte uygulamayı esas almıştır. Bu yönüyle gündelik hayata temas eder, onunla iç içe bir yapı arz eder (Demirli, 2009: 143).

³⁴ Tevhit yani “vahdet-i vücud” öğretisi, Sufilere göre Tanrının yegâne ve gerçek varlık olduğu, Onun dışındaki her şeyin ise ancak Tanrı sayesinde var olan göreceli varlıklar olduğu düşüncesine dayanır. Tanrının her şeyi var eden ve ayakta tutan olduğu; Onun her şeydeki etkin ve gerçek fail olduğu düşüncesi yatar. Vahdet- i vücud öğretisinde Tanrı her şey ile beraberdir. Soyut Tanrı anlayışını teşbih yöntemi ile yani Tanrının yarattıklarına benzeyen ve onlarla irtibatlı Tanrı tasavvuru ile dengelemek istenir (Demirli, 159-160).

Kemal Sayar ise Sufi psikolojisini incelediği çalışmasında (2015), tasavvufun kişinin kendine çizdiği sınırlamaları aşmasının eğitimsel bir yöntemi ve bireylerin benmerkezciliğini kaybetmelerinin nihai hedefi olduğunu öne sürer. Sufinin yolculuğunda dünya dışsal bir nesne değil, arayıcının benliği ile bütünleşeceği bir şeydir. Bu tasavvurda dünya bir dil olarak belirmekte, iç dünyanın şifreleri çözülürken dış dünya da çözülmektedir. Sufiler böylece insan varoluşunun kozmik boyutlarını keşfetmeye çalışılmaktadır (2015: 18-19).

Sufilerin mesleği, gerçek benliğe ulaşma, insan-ı kâmil³⁵ olma yolculuğundan ibarettir ve bu yoldan alıkoyan zihinsel bloklar, engeller ve örtüler aşıldığında, kişi kâinatın aynası olacaktır. Psikokozmoloji çerçevesi içinde tasavvuf bir yeniden doğuş, kişinin doğallığını yeniden kazanması, otomasyondan bir çıkış ve yaratıcı görüş için bir vasıta. Çok gerçekli bir dünyada mutlak gerçeğin, Hakikat'in kişinin kendi içinde bir kazı işlemiyle açığa çıkarılmasıdır (Arasteh'den Akt. Sayar, 2015: 20).

Tasavvufunun felsefesi, yöntem ve tanımlarına kısaca göz attıktan sonra onu, ortaya çıkış şekline, Türkiye'deki özgül karakterine değinmek de yararlı olacaktır. Demirli'ye göre tasavvuf, kelim, fıkıh ve hadis gibi dini ilimlerin dini formları ve dini hayatı yorumlama şekline bir tepki olarak gelişmiştir. Bu eleştiri çeşitli aşamalarda ve farklı dönemlerde ele alınabilir. Ancak temelde söz konusu ilimlerin otoritesine karşı, yani salt rivayete dayanan ve şekli din tasavvuruna karşı oluşmuş; kalbi arındırmayı ve “şekle” karşı “manayı” öne çıkarmayı amaçlamış, “hakikate” ulaştırın içsel bir bilgi yöntemi olarak meydana gelmiştir (2007: 219-220).

Diğer önemli bir mesele sufilerin tasavvufu özel bir bilgi alanı olarak görmüş olmalarıdır. Demirli'ye göre bunun sonucu şudur: Tasavvufun özel bir yetenek gerektirdiğini düşünmek; tüm Müslümanlar için genel kaideleri belirleyen şeriatın yanında, özel bir kabiliyete, ilgi ve algıya sahip olanların katılabileceği özel bir alan

³⁵ Tasavvufta ideal insanı tarif eden “insan-ı kâmil” in özelliklerini Kemal Sayar şu şekilde özetler: O korku, tamahkârlık, saldırganlık gibi dürtülerden kurtulmuştur. Hayatla tam bir iç içelik ve anla tam bir bütünleşme içerisindedir. Böylece geçmişten ve gelecekte kurtulmuştur. Tabiatın ekolojik düzeni ve ritmi ile bağını keşfetmiş varoluşsal birliğe ulaşmıştır (2015: 37-38).

görmek demektir. Bu yanıyla tasavvuf herkes için bağlayıcı ve zorunlu hükümler içermez. Bu durum sufilerin ifadesiyle tasavvufun “seçkin” bir ilim olması demektir. Sufilere göre tasavvuf her insanın “gerçeğe ve yetkinliğe ulaşmasını sağlayan” yöntemler toplamı olsa da bunun, şeriat, tarikat, hakikat ve marifet gibi aşamaları vardır. Böylece sufilere göre o özel bir yöntem ve bilgiyi temsil etmektedir (2007: 224-225). Öte yandan sufiler insanlar arasında bir ayrıma giderek “avam” ve “seçkinler” şeklinde sınıflandırmalarda bulunmuşlardır: Örneğin Serrac bu ayrımı, “avam, seçkinler ve seçkinlerin seçkinleri” şeklinde bir aşamayla değerlendirir. Onun gibi birçok sufi düşünür de insanların bilgilerini birtakım derecelendirmelere tabi tutarak tasavvufu, “seçkin ve üst” bir ilim olarak görmüşlerdir (2007: 237-239).

Ayrıca bu “avam” ve “havas” ayrımı sonucunda yeni bir anlatım dili ortaya çıkar. İşaret dili de denilen bu üslup sufilerin öznel tecrübeleri aktaran, sembolik anlatımların, şiir ve hikâyelerin oluşturduğu bir dildir. Bu ifade biçimi ile hem “zahiri” ilim mensuplarının baskılarından, hem siyasi ve sosyal müdahalelerden korunmak hem de seçkin-avam ayrımıyla düşüncelerin belirli bir zeminde sınırlı kalmasını hedeflenir. Başka bir ifade ile düşüncenin belirli bir tabakada tutulması ve avamdan korunması genel bir eğilimdir. Ancak Demirli’ye göre bu oldukça zor bir iştir. Çünkü tasavvuf özünde sadece bilim insanlarının ilgilendiği bir ilim değil, bütün toplum kesimlerine açık olan bir eğitimi içermektedir (2009: 147-148).

Ahmet Yaşar Ocak *Türk Sufiliğine Bakışlar* adlı çalışmasında Sunni İslam’ın yanı sıra Türk toplulukları arasında değişik yorumların ve formların meydana geldiğini dile getirir. Ocak’ın *heteredoks İslam* olarak tanımladığı bu İslam biçimi hem bizzat tasavvufi karakter sergilemekteydi hem de İslam öncesi döneme ait Türklerin bazı inançlarını ya da sonradan kabul ettikleri Şamanizm, Budizm gibi birçok dini, mistik ve kültür kalıntılarının yüzeysel bir İslam ile karışımını içeriyordu (2016: 19). Anadolu’da 12. yüzyıldan itibaren yeni bir sentez halinde başlayan bu yorumların ana kaynakları

esas itibariyle Orta Asya ve Orta Doğu kökenlidir ve geniş oranda tasavvufun etkisini taşımaktadır (2016: 29).³⁶

Ocak'a göre heteredoks İslam'ın karakteristiğini üç boyutta inceleyebiliriz. *Siyasi boyut*: Sünni İslam'ın Türk tarihinde genellikle devletin, siyasi otoritenin resmi tercihi olmuştur. Heteredoks İslam ise bu siyasi otorite ile uyuşmayan sosyal çevrelerin öğretisini kapsamakta, “paralel İslam” konumu ile sosyal bir zıtlaşmayı da belirlemektedir. *Sosyal Boyut*: Sünni İslam genellikle yerleşik kesimlerin dini tercihidir. Heteredoks İslam ise büyük ölçüde konargöçer çevrelerin inancını temsil eder. *Teleolojik Boyut*: Sünni İslam daha sistematik, yazılı ve Kuran ve sünnet temeline dayalı iken, heteredoks İslam mitolojik, senkretik, sözlü ve sistematik olmayan bir karakter arz eder (2016: 17-18).

Bir diğer önemli nokta, Tasavvufun kurumlaşmış yapıları olarak değerlendirilen tekkelerin 1925 yılında kapatılmasıdır. Bu adım Türkiye'nin modernleşme serüveninin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Schimmel'e göre yüzyıllar boyu manevi eğitim merkezleri olarak işleyen bu yapılar zamanla gericiliğin yuvaları haline gelmişler ve eski işlevlerini kaybetmişlerdir. Bu durumun önde gelen birçok Sufi tarafından da onaylanmış bir adım olduğunu söyleyen Schimmel, tarikatların bozulmuş yapısı olmadan da tasavvufi manevi değerlerin yaşanabileceğini söylemektedir (2001:334).³⁷

³⁶ Ahmet Yesevi, Mevlana, Yunus Emre, Hacı Bektaş-i Veli, Pir Sultan Abdal, Kaygusuz Abdal gibi Anadolu'da yaşamış Sufilerin, tasavvuf anlayışına ve tarihi ve sosyo- kültürel tecrübelerine yönelik ayrıntılı bilgi için bkz. Ocak, A. Y. (2016). *Türk Sufiliğine Bakışlar*. 16. Bsk. İstanbul: İletişim Yayınları. Schimmel, A. (2001) *İslamın Mistik Boyutları*. Çev. Kocabıyık, E. Kabalcı Yayınevi.

³⁷ Türk ulus devletinin yapılanış sürecinde en kapsamlı müdahalelere maruz kalmış; öncekinden oldukça farklı bir konumlanmış almaya zorlanan kurumlardan biri dini kurumlar olmuştur. Smith'e göre Cumhuriyet'in kurucu kadrolarının amacı motivasyonu dini reddetmek değil onu yeniden tanımlamaktır. Atay'ın da belirttiği gibi Cumhuriyet ideolojisi dini toplumsal ve siyasal düzlemin dışında yalnızca bir vicdan meselesi şeklinde ele alır (2004: 49-51). Göle'nin de ifade ettiği gibi sekülerizm Türk ulus devletinin inşasında, milliyetçi ve cumhuriyetçi ideolojinin kurucu unsurudur. Zira Türk sekülerizmi, birçok entisitenin ve dinin bulunduğu Osmanlı Devleti mirasına karşı homojenleştirici pratikler çerçevesinde işler (2012: 15-16).

3.2. Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf

Bu çalışma, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarında kapatılan, yer altına itilen özellikle 2000'li yıllardan sonra "popüler" boyutuyla tekrar geri dönen³⁸, böylece popüler kültürde de giderek görünür hale gelen tasavvufi anlatı, sembol ve pratiklerin yaygınlığına, popüler görünümlerine ve içeriklerine ve toplumsal bağlamına odaklanmaktadır.

Antonio Gramsci'nin belirttiği gibi ticari çıkarların yönlendirici gücünü araştırmaktan ziyade, popüler olanın ne gibi ihtiyaçlardan türediğini, hangi ihtiyaçlara cevaplar sunduğunu anlamaya çalışmak popüler kültür analizlerinde önemli bir çıkış noktası olmalıdır. Öte yandan kültürel alanın ticarileşmesi onu toplumsal ve kültürel alanın anlaşılması konusunda daha değersiz yapmamaktadır. Ancak böyle bir konumlanmış popüler kültürü, resmi kültürden tamamıyla kopmuş, ayrı ve homojen bir kategori olarak görmemektedir; popüler kültürü her zaman iktidarla ilişkisi üzerinden kavramak gerekir (Apaydın, 2000).³⁹

³⁸ 1950'lerden sonra ve 1980'lerden itibaren hem dünya hem de Türkiye özelinde dinin ve dini formların geri dönüşü kültürel, politik ya da ekonomik bir tepki olarak gerçekleşmiştir. Kimi zaman hınç ve öfke ile içeriğini bulan köktendinci hareketler, kimi zaman bir zevk ve haz fetişini barındıran popülist dini hareketler şeklinde bir geri dönüş gerçekleşmiştir (Bölükbaşı, 2012: 43-44). Fakat bu çalışma kapsamında asıl önemli olan nokta, bu geri dönüşün bir zamanların bastırılmış kimliklerinin farklı kültürel ve toplumsal biçimlerine eklenerek popüler kültürde yeni formlar, içerikler ve tüketim kalıpları yaratmış olmasıdır.

³⁹ Popüler kültürdeki tasavvufi patlamayı mevcut siyasi iktidarın politik söylemlerinden etkilenen bir fenomen olarak da değerlendirmek gerekir. AKP'nin "hoşgörü", "çokkültürlülük", "uzlaş", "müzakere" gibi kavramlara yönelik faydacı bir politika anlayışı ile iktidara gelmesi, içinden çıktığı Milli Görüş geleneğinden, siyasal İslam'dan farklılaştığını, daha "ılımlı" ve "kapsayıcı" bir politika ve din anlayışına sahip olduğunu iddia etmesi ve böylece daha kitlesel bir parti olma yolunda ilerlemesi, bu yaygınlığa dair siyasi bir bağlam da oluşturmaktadır. AKP iktidarı, din merkezli kimlik politikası yürütmediğini vurgulayan, laik ve anayasal düzenle bir husumetinin olmadığını iddia eden böylece seçmen tabanını genişletmeye çalışmış bir partidir. Burada elbette "muhafazakarlıkla" kendisini konumlandıran, fakat İslamcı siyasal hareketi de meşrulaştıracak bir dil arayışı içerisinde olan, demokrasiyle araçsal bir ilişki kurmuş ve İslamcı hareketin "liberal demokrasi ile uzlaşma eğilimi"ni yansıtan bir parti kimliği göze çarpar (Doğanay, 2007: 65-69). Bununla birlikte AKP iktidarı ilk dönemlerinde muhafazakâr demokrasi anlayışının içeriğini "hoşgörü", "farklıkların bir arada yaşaması", her kesime özgürlük", "demokratik çoğulculuk", "tolerans ve uzlaş" gibi kavramlarla doldurduğunu iddia etmiş bu bağlamda İslam'daki hoşgörü motiflerini de sık sık öne çıkarmıştır. Bu uzlaşma ve hoşgörü söyleminde tasavvufi İslam geleneğinden beslenen ifadeler göze çarpar. "İlmlî İslam" anlayışının araçsal bir ifadesi olarak değerlendirilebilecek bu tavırda, özellikle Mevlana'ya yapılan vurgu önemlidir. Mevlana'nın hoşgörüye, kardeşliğe ve barışa yönelik fikirlerinin politik söylemde kullanılışı, Avrupa Birliği'ne üyelik tartışmalarının başladığı, Hristiyan Avrupa içerisinde Müslüman kimliği ile yer alabilmenin talep edildiği, batıyla bütünleşme konusunda ve ülke içinde de tasavvufi geleneğin bir politik mesaj olarak sahiplenildiği tavrıyla birlikte anlaşılabilir. Ancak AKP'nin ilk dönemlerindeki bu çok kültürlülük ve "hoşgörü" iddiasının, daha çok dinsel kimliklerin bir arada yaşayabilirliği ile sınırlıdır; dil, etnik

Popüler kültürdeki tasavvufi biçim ve içeriklerin ne denli yaygın olduğuna ve popüleritesini giderek arttırmasına yönelik saptanabilecek en net görüntü için, ilgili içeriklerin yayımlandığı romanlara, araştırma inceleme ya da deneme türündeki kitaplara, kişisel gelişim anlatılarının adeta kitapçılarda ayrı bir kategori oluşturacak kadar çoğalmasına öte yandan kendi içinde de farklı alt kategorilere ayrılacak kadar çeşitlenmesine bakılabilir. Öte yandan tasavvuf kitapları yayımlayan ve bu konuda uzmanlaşan yayınevleri de giderek çoğalmaktadır (Sufi Kitap, Destek Yayıncılık, Hayy Kitap vb.). Ayrıca gözlemlenebilir bir değişimin ve yaygınlığın izlerini tasavvufa yönelik içerik ve pratiklerin medyada her geçen gün daha yaygınlaşmasına bakarak anlayabiliriz. Kitle iletişim araçları gün geçtikçe tasavvufi söylemlerden beslenen, ruhani bir dilin içerisinden konuşan yapımlara yönelmektedir.⁴⁰ Yayınlanan tartışma programları, diziler, sabah programlarında tasavvufu ilgili olan kişilerin sık sık ekranlarda boy göstermesi ya da sosyal medyada tasavvuf felsefesinin alıntılar, aforizmalar, özlü sözler şeklinde bir alıntılar yığınınına dönüşmesi, bu yaygınlığa dair genel bir fotoğraf sunmaktadır.

kimlik, cinsiyet gibi farklılıkların eşitlik taleplerini dile getirmeyen karakteri günümüzde de devam etmektedir (2007: 75-79). Tasavvufi dini söylemin “ılımlı İslam” projesinde bir söylemsel kaynak olarak benimsendiği AKP Türkiye’inde, popüler kültürdeki tasavvufi dirilişi, dini söylemin tasavvuf etrafında da şekillendirilerek popüler kültüre eklemlenmesini böyle siyasi ve kültürel bir bağlamla da anlayabiliriz. Dinin popülerleşmesi ve popüler kültürün egemen ideoloji ile etkileşimsel karakteri böyle bir konjonktürün, onun sağladığı olanakların ve izdüşümlerin cereyan ettiği bir durumla da birlikte değerlendirilebilir.

⁴⁰ Son yıllarda gerek sabah programlarında gerek gündüz kuşaklarında tasavvufu ilgilleyen birçok yazar, mutasavvıf sık sık ekrana çıkmakta, tasavvufi öğretisi ve deneyimlerin tartışıldığı programlar yapılmaktadır. Ekranlarda en sık göze çarpan kişi Cemal Nur Sargut, Gülben Ergen Show (TRT), Gülben (Show TV), Aşka Yolculuk (Beyaz TV) gibi programlarda sık sık konuk edilmekte, Uğur Koşar da “Nur Terapisi” yöntemiyle sık sık sabah kuşaklarında ekrana gelmektedir: (Gülben Ergen Show, Zahide ile Yetiş Hayata (ATV), Flash Tv’deki Evlilik Programları, Show TV’deki Her Şey Dahil programı, TRT İyi Fikir, TV 8 Saba Tümer’le İyi Fikir). Öte yandan Yeni Bakışlar (HaberTürk), Öteki Gündem (HaberTürk), Başka Şeyler (CNN) gibi kanalların gece programlarında tasavvuf İslam ilişkisi, mistisizm ve bilim gibi konularda akademik ve güncel tartışmalar yapılmaktadır. (Fatih Çıtak, Mahmut Erol Kılıç, Cemalnur Sargut gibi isimler). Ayrıca güncel dizilerde de Anadolu’da yaşamış Sufilerin yaşamları doğrudan ya da yan karakterler ile işlenmeye başlamıştır. Örneğin, *Yunus Emre Aşkın Yolculuğu* (TRT) 2015- 2016 yılları arasında iki sezon devam etmiştir. Yine diğer TRT yapımlarından *Ertuğrul Gazi* dizisinde İbn-İ Arabi, *Filinta*’da Köpekçi Hasan Baba karakterleri tasavvufi yaşantıları, söylemleri ve tavsiyeleri ile liderlere destek olan kişiler olarak ekrana gelmektedir.

Böylece tasavvufa ait semboller, anlamlar ve ritüeller; çok satan popüler romanlardan, tasavvufa yönelik kişisel gelişim anlatılarına, paralı “nur terapilerinden”⁴¹, kitap ve dergi yayıncılığına, televizyon programlarından tasavvufi semboller içeren reklamlara ve mallara, seyirlik sema gösterilerine, müzik⁴² piyasasından ve turizme kadar dallanarak çeşitli kanallarla dönemin piyasa sistemini de beslemektedir. Bu yolla popüler kültürde kutsal ve seküler arasındaki etkileşimlerde, dünyeviliğin lehine işleyen bir ilişki açısından tasavvuf, ekonomik “rasyonellik” taşıyan bir kaynağa da dönüşür. Taburoğlu’nun ifadesiyle “*kutsallık ehil olmayanların, marifet sahibi olmayanların da eli altında hazır bekleyen bir sermaye şeklini alabilir*” (2008: 202) ya da “*mistiklerin üfürükleri ve dokunuşlarıyla sonlu dünyaya bırakılan batını bir nefes, popüler kavrayış içinde hurafeler şeklinde yeniden biçimlenebilir*” (2008: 204).⁴³

Bütün bu popüler biçimler ve içerikler de diğer popüler kültür alanları gibi parçalı ve çeşitlenmiş bir görünüm sergiler. Bir yandan dini motifler popüler ticari biçimlere dönüşmekte ve endüstri içine çekilmekte diğer yandan ise yaygınlık sebeplerini gündelik deneyimlerden ve bireyin manevi arayışlarından almaktadır.

⁴¹ Uğur Koşar’ın ruhsal hastalıkları iyileştirdiğini iddia ettiği “nur terapisi” nin özel seans ücreti 450 liradan başlamakta, terapi seansları için ise en erken üç ay sonraya randevu verilebilmektedir. “Nur terapisi” hakkında Koşar ile yapılan bir röportaj için bkz. <http://www.internethaber.com/bana-allah-yeter-dedi-para-basmaya-basladi-657694h.htm> Erişim: 20.05.2017

⁴² Günümüzde “yeşil pop”, İslami pop” olarak isimlendirilen, arabeskin, türkülerin ve cihad marşlarının ve hip hop kültürünün bir karışımı olarak ortaya çıkan bu müzik türü, İslami bir dünya görüşünün aktarmak üzere dini mesaj kaygısıyla donanmış popüler olma kaygıları güden alternatif bir müzik türü olarak değerlendirilir. 1990’lardan sonra yaygınlaşan bu müzik türü dini duyguları iletmenin ve İslami kimlik örüntülerinin birer uzantısı olarak müzik sektöründe yerini almıştır (Saktanber, 2003: 270; Demirezen, 2015: 82). İslam ve rap müzik, pop müzik üzerine yapılan çalışmalarda İslami rap ve Müslüman rap olarak karşımıza çıkan bir ayrım vardır. İslami rapin daha radikal, marjinal ve mesaj yüklü içeriğine karşı, Müslüman rapin daha gevşek manevi söylemlerle örülü bir dili vardır. Bu ayrımın Türkiye özelindeki karşılığını İslami rap ve Tasavvufi rap şeklinde bir ayrımla birlikte düşünebiliriz (Khabeer’den Akt. Özdemir, 2017: 237). Müzik piyasasında tasavvufi rap yapan sanatçıların zaten müzik piyasasındaki ünlenmiş rap sanatçıları olduğu (Örneğin Sagopa Kajmer, Sad, Mihenk Taşı grubu) böylece İslami mesajlar iletme kaygısının dışında, daha kişisel ve manevi değerleri yansıtan, İslami vaaz retorikleriyle değil, kültürel düzeyde ilerleyen müzik türünü, sözü edilen” Müslüman rap” kavramına denk düşüşü üzerinden değerlendirebiliriz (2017: 237-239). Rap müzik dışında, müzik piyasasında İslamcı kimliği ile kendisine tanımlamayan rock müzik sanatçıları (Hayko Cepkin), pop müzik türünde şarkılar söyleyen şarkıcılar (Mustafa Ceceli), ve tasavvufi müzik ile tanınan Mercan Dede gibi isimler, popüler müzik alanında tasavvuf vasıtasıyla dini bir müzik dili üreten ya da sufi ilahilerini seslendiren kişilerdir. Türkiye’de İslami rap, Tasavvufi rap, bu müzik türlerinin tarihsel seyri ve içeriğine dair bir çalışma için bkz. Özdemir, Ö. (2017), “Rapin Krallarından Geçtim, Gönül Sultanlarına Bağlandım: Türkiye’de İslami ve Tasavvufi Rap Müzik”. Kültür ve İletişim Dergisi Yıl: Sayı: 39. s. 229-247

⁴³ Ancak Taburoğlu, mistik ile şarlatan arasındaki farkı, sınırları tayin edecek bir otoritenin kimseye bahşedilmediğini ve bunun kolay olmadığını da ekler. (2008: 202 dipnot 2.)

Ruhsal ve maddesel olanın iç içe geçtiği, aralarındaki ayırımın silikleştiği, birbirinin hem nedeni hem de sonucu olduğu kültürel bir alandır pop tasavvuf alanı.

Daha önce de dile getirildiği gibi Türkiye’de son 30 yılda kamusal alanda dinsel göstergelerin artışına, seküler ile dinsel arasında yerleşik ayrımların aşınmasına ve ikisi arasında iç içe geçişlerin, çarpışmaların ve taklit süreçlerinin yaşanmasına tanık olmaktadır (Göle, 2011: 12). 1980’ler de başlayan, 1990’larda yaygınlaşan, popüler kültürdeki İslami biçimler, son yıllarda siyasi iktidar ile birlikte daha da konsolide olmuş, popüler kültürün marjinal köşelerinden merkeze doğru bir seyir ile ana akım popüler kültürü de şekillendirmeye, esnetmeye başlamıştır. Bu süreçte İslami motiflerin kültürel alandaki yaygınlığının piyasa ile ilişkisi de iyice belirginleşmiştir.

Öte yandan Can Kozanoğlu *İnternet, Dolunay, Cemaat* adlı eserinde Türkiye’de new age hareketlerinin yaygınlığını, biçimlerini ve içeriğini tartışırken İslam’ın tarikat geleneğinin ve tasavvufi birikiminin new age hareketlerinin keşiflerine ve elverişli bir alan oluşturduğunu öne sürer. Buradaki önemli nokta Türkiye’de gelişen trendler, hareketler, popüler içeriklerin belirli yerel referanslardan bağımsız kalamıyor oluşudur. Dolayısıyla tasavvufun popüler kültürdeki dirilişini; new age akımlarıyla, küresel yeni dinsel hareketlerle birlikte düşünmemizin nedeni; Kozanoğlu’nun 90’ların kültürel iklimini çözümlerken dile getirdiği gibi, günümüzde de Türkiye’deki ruhçuluk faaliyetlerinin tutunma noktalarını belirli “garanti referanslar” içerisinden gerçekleştirmesidir (1997: 48-49). Türkiye’de tasavvuf’un yaygınlığı ve aldığı popüler biçimlerin meşruiyeti bu “garantili referans” çerçevesi bağlamında değerlendirilebilir. Başka bir ifade ile Türkiye’de tasavvufun popülerliği yerel bir new age spritüelliği olarak okunabilir.⁴⁴

⁴⁴ Tasavvuf yüzyıllardan beri bu topraklarda varlığını sürdürmüştür. Peki, günümüzde yeni olan nedir sorusuna Kozanoğlu’nu takip ederek cevap verebiliriz. Diğer manevi içerikler gibi tasavvuf da Cumhuriyet dönemi boyunca varlığını sürdürmüştür. Ancak geçmişi, çağ dışı olanı temsil etme adına. Bugün geline noktada ise popülerleşmiş new age, yeni çağ kültürünün parçaları ve tasavvufçuluk salt gericiğin emareleri (bu yönde olan birçok dini yapılanma elbette mevcuttur) olarak okunmamalı, geçmişi temsil eden değil, yeni bir zihniyetin, yorumun yeni bir arayışın ifadeleri olarak görülebilmelidir (1997: 43-44). Ancak her ne kadar “yenilikçi” arayışlardan beslenen, modern çağa bir tepki olarak ortaya

Bunlar din-dışıılığı savunmayan bir new age- yeni çağ anlayışına çok şey vaat ediyorlar. Ya da Mevlevilik mesela... Giderek artan Türkiyeli, Avrupalı, Uzakdoğulu kâşiflerin gözünde, böyle ifade edilmese de, modernliğin-modernlik sonrasının sıkıntılarını hafifletilebilecek bir göl olarak görülüyor. Ve işte bu noktada, new age- yeni çağ zemininin kayganlığına rağmen bazı ayırım çizgileri çekmek gerekiyor. Saf haliyle tasavvufun inançsızlara bile verebileceği güzel mesajlar başka şey; Burak Kut'un "Nereden geldim nerelere gidicem/ Aşk bulsam kendime gelicem" şarkısında örneklenen piyasa derinliğindeki tasavvuf başka bir şey... (1997: 49).

Bu maneviyat arayışlarının modernitenin birey üzerindeki hoşnutsuzluklarından, hayal kırıklıklarından kaynaklandığını kuramsal kısımda tartışmıştık. Bu hayal kırıklıklarının, modern- modern sonrası bireyin taleplerine ve çağın özgün karakterine uygun bir şekilde tasavvufi bir dille yeniden kurgulandığını, farklı biçimler altında yeniden inşa edildiğini söyleyebiliriz. Başka zamanlarda ortaya çıkan, başka yerlere ait olan, kendine özgü bir içeriği, yöntemi ve felsefesi olan bir çok ritüel, pratik, öğreti; modern sonrası zamanda çağın ruhuna uygun düşen içeriklerle, araçlarla dolaşıma girmekte, birbirinden kopuk öğeler arasında bir sarkaç gibi salınmaktadır. Dünyanın çevresindeki öğretiler, mistik inançlar merkeze doğru taşınmakta, moderniteye karşı bir çözüm olanağı olarak değerlendirilmektedir. Ancak farklı kurtuluş reçeteleri ve inanç sistemlerinin birbiriyle rekabet halinde olduğu, her şeyin meta değeri üzerinden önem kazandığı bir toplumsal bağlamda tasavvuf da payına düşeni almakta, dini pazar içerisinde araçsallaşmaktadır.

Örneğin Uzak Doğu'nun Hindistan'ın büyük kalabalıklarının, dar coğrafyalara yerleşmek, sınırlı kaynaklarla hayatta kalabilmek için uyguladıkları öğretiler, bolluk, sınırsız tüketim koşulları içerisindekiler tarafından deneyimlenmeye

çıkan bu new age akımları çağın mevcut ruhuna da yaslanmış durumdadır (1997: 53). Popüler tasavvufi anlatılarda da mevcut politik iktidarın söylemlerini üreten, hegemonyanın izlerini taşıyan bir dili ilerleyen kısımlarda işleyeceğiz. Diğer önemli bir nokta, Mirza'nın ifade ettiğine göre, dindarlığı getirmeyen bu tür dinsellik biçimlerinin seküler düzene bir tehdit oluşturmadığıdır. Seküler düzene kutsal bir dokunuş yapmalarının yanında daha çok bireysel bir kurtuluş mitini üreten popüler akımlar şu an için ve dünyevi düzenin işleyişini tehdit edecek kurumsal bir örgüte zaten sahip değildir (2014: 254). Çünkü postmodernite bu dini canlanmaları salt sekülerizasyon süreçlerini tersine çeviren bir olgu olarak kavramamakta *her şeyin mübah* ("anything goes") olduğu bir kültürde, parçalanmış bir kolaj kültüründe bütünleştirici sembolik bir öge olarak da konumlandırılmaktadır (Sarıbay, 2014: 141). Öte yandan modernliğin derinleştiği, onu "tüketme" eşliğinde olanlara daha kolay ulaşabilen bu maneviyat biçimleri, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de üst sınıflarla kucaklaşabilen bir yapıya sahip olabilir (Kozanoğlu, 1997: 44). Ancak her geçen gün kitle iletişim araçlarının bu akımlardan beslenen bir dil üretmesi, sınıfsal konumu aşan bir özellik de sergilediğini gösterebilir.

çalışılır. Uzaklarda gündelik bir teknik, beden disiplini olan bir uygulama, kişisel gelişim öğretilerinin bir parçası olduğunda bir bilgelik olarak adlandırılır. Söz gelimi bir Hint fakirinin kendi fakirliğiyle ve kendisini çevreleyen kalabalıkla uzlaşabilmek için uyguladığı meditasyon teknikleri, bu öğretiler içerisinde başka işlevler için kullanılır. Çoğunlukla da karşıt bir amaç için, bolluğun, zenginliğin yarattığı toplumsal sorunları telafi etmek için başvurulur. Meditasyon, onu uygulayan Hintli için bir içsel mahremiyet alanı yaratma, dışsal uyaranları yok etme çabasıyken, kişisel gelişim öğretilerini uygulayanlar tarafından, dünyanın ve yaşamın zenginliğine daha iyi katılabilmek için başvurulan bir etkinliktir. (...) Çinli'nin, Hintli'nin ya da mistik bir öğreti etrafında toplanan her topluluğun yaşam tekniklerinin uzanımları olan uygulamalar, geç-kapitalizmin, endüstri-sonrasının huzursuz sakinleri tarafından, biraz da sorumsuzca, birer hazır-yapım zihinsel ve bedensel gelişim tekniği gibi talan edilir (Taburoğlu, 2011: 171-172).

Diğer yandan bastırılan geri dönüşünü sağlayan temel dinamiklerden birinin piyasa olduğu düzen söz konusu olduğunda (Gürbilek, 2014: 107), onun içindeki vaadi tüketerek, başka bir şeye dönüşerek, kendi gerçekliğinden uzaklaşarak dönmesi de kaçınılmaz bir süreçtir. Bu bağlamda dini pratik ve söylemlerin son yıllarda canlanmaya başladıktan sonraki hallerinden biri de bugünün, fantezilerini, ihtiyaçlarını, eğilimlerini uyaran her imgenin tüketilebilir olduğu (2014: 23) bağlamla epey uyumlu bir tablo çizer. Bu tablo dinsel olanın kamusal alana ve popüler kültüre sızmasının yanında tüketim kanallarında metalaşmasını da içermektedir. Dini pratiklerin sadece kendisi olarak değil, tüketim kültürünün, piyasanın, gösteri kültürünün bir parçası olarak da popüler kültürdeki yerini alması, her şeyin metalaşabilir, tüketilebilir olduğu bir düzende rastlantısal değildir. Seküler ve kutsal arasındaki sınırların aşınması ve etkileşimi dini pratiklerin tüketime yönelik bir kültürün parçası haline gelmesiyle ve piyasanın dinsel olanı kendi dinamiklerine uygun olarak yeniden formüle etmesiyle de açıklık kazanır. Mistik, metafizik eğilimlerden beslenerek kendisine potansiyel bir alan açan, dini pratik ve ritüelleri arza dönüştüren, kâra çeviren piyasa mekanizmaları ile dini pratiklerin tüketim kültürüyle, piyasayla uzlaşan, ona adapte olan tavrı arasında birbirini besleyen dinamik bir ilişki vardır.

Yine Gürbilek'in 80'lerden sonra tüketilecek bir "pop tarih" (2014: 24) kurulduğu yönündeki tespitini son yıllarda kurulan "pop tasavvuf" a uyarlayabiliriz:

Geçmişin sırtından, onu adeta alıntılar deposuna çevirerek yapılmış bir pazar ve tüketilecek anlamlar, hazlar ve pratikler dizisi olarak “pop tasavvuf”. Tam da günümüz modern sonrası kültürel ortamının içeriğine dair önemli bir ipucu sunmaktadır bu tablo. İmgelerin, öğretilerin tarihsel ve geleneksel rolünden koparılıp tümüyle keyfi ve nedensiz bir dilin, kültürel alanın çeşitli kanallarında ifadelerini bulduğu; malların ya da fikirlerin pazarlanmasında kullanılabilecek bir hammadde kaynağına dönüştüğü cazibe merkezi kültürel bir alan. Ya da Bauman’ın ifadesiyle bireylerin, geç modern çağda belirsizliğe, tereddüde, anlam boşluklarına yönelik birer iyileştirme vaadi olarak yönelindikleri, “müphemlik üretim fabrikalarının” yerel biçimleri. Yani “fabrikanın” becerikli tedarikçileri olan, terapilere, kişisel gelişim tekniklere, hizmet, mal ve fikirler piyasasına başvurdukları popüler bir alan (2011a: 91).

3.2.1. Popüler Güncel Edebiyatta Tasavvufu Yeniden Paketlemek: Postmodern Bir Unsur Olarak Tasavvuf ve “Yamalı Bohça Maneviyatçılığı”

2000’li yıllar, özellikle 2010’lu yıllardan beri popüler ve güncel edebiyatta, tasavvuf felsefesine yoğunlaşmış, tasavvufi birikim, deneyim ve dünya görüşünü farklı edebi form ve içeriklerle yeniden inşa eden, yeni eklemlenme tarzları meydana getiren edebi ürünler her geçen gün çoğalmış, tasavvuf üzerine romanlar, kitaplar yazmak adeta bir moda, güçlü bir trende dönüşmüştür. Romandan, kişisel gelişime, şiirden denemelere, biyografilerden hikâyelere, çevirilerden sadeleştirilmiş eserlere kadar farklı edebi tür ve içeriklerle tasavvuf felsefesi, popüler edebiyatın merkezinde seyreden içeriklerden biri haline gelmiştir.

Tasavvuf felsefesinin farklı yanlarını konu edinen akademik, inceleme ve araştırma türündeki yazınların dışında, tasavvufi şahsiyetlerin hayatlarına yönelik biyografik romanlar (Mevlana, Şems, Yunus Emre en sık işlenen şahsiyetlerdir),

tasavvuf öğretisi ve şiiri birleştiren kitaplar, denemeler, kişisel gelişim öğretileriyle tasavvufi felsefesini harmanlamaya çalışan kişisel gelişim kitapları, modern yaşam trajedileriyle iç içe geçmiş roman ve hikâye türleri, hem popüler edebiyatta dinselliğin artışını sergilemekte hem de popüler edebi türler ve içerikler arasında tasavvuf teması etrafında kendine has bir kategori yaratacak kadar çoğalmaktadır.⁴⁵

Örneğin Elif Şafak'ın *Aşk* (2009)⁴⁶ romanı popüler edebiyat ve tasavvuf deyince akla gelen ilk eserlerden biri olarak ciddi bir piyasa başarısı elde etmiş, uzun yıllar çok satanlar listesindeki yerini korumuştur. Ahmet Ümit'in *Babı-ı Esrar* adlı romanı da aynı minvalde değerlendirilebilir. *Kayıp Gül* romanının yazarı Serdar Özkan ise bir pazarlama stratejisi olarak kapağına taşıdığı yazıdan da belli olduğu gibi "34 Dilde, 40'ı Aşkın Ülkede", "Simyacı, Küçük Prens ve Martı'yı sevenlerin mutlaka okumaları gereken" tasavvufi motiflerle örülü bir roman yazarak binlerce baskı yapmış, "uluslararası bir bestseller" arasında yerini almıştır.

Tasavvufa yönelik yaygın bir ilgiyi ve yönelişi, tasavvufi deneyim ve birikimi kendi gerçekliğine uygun bir biçimde aktararak karşılayan popüler eserler olabileceği gibi, bu talebi popülist bir niyetle karşılamaya çalışan, bunu bir satış ve rant kaynağı olarak değerlendiren kitaplar da oldukça yaygındır. Başka bir ifade ile tasavvufi-mistik öğeleri edebiyata yönelik tüketimi teşvik eden bir kaynak olarak kullanan, bir pazarlama ve satış motivasyonu olarak sahiplenen, bu doğrultuda tasavvufu "satan" bir "bilgelik

⁴⁵ 2013 ve 2017 yılları arasındaki çok satan kitaplar listelerinde (www.dr.com.tr), dini yaşam, içsel huzur, mutluluk, tevekkül, teslimiyet, dini kişisel gelişim kavramlarıyla tasavvuf felsefesinin harmanlandığı kitaplar sık sık yer alır. Bunlardan en ses getiren, en çok satan, gündem oluşturan, popülerleşen yazar ve kitaplara ise şu örnekler verilebilir. Hikmet Anıl Öztekin'in tasavvuf felsefesini şiirsel bir ifade ile birleştirdiği *Elif Gibi Sevmek* ve *Eyvallah* serisi (toplamda 1 milyonu geçen satış rakamı), Uğur Koşar'ın sadece 2014 yılında 800 bine yakın kitap satarak 1,7 milyon lira gelir kazandıran (www.hurriyet.com.tr, 06.05.2015) *Allah De Ötesini Bırak* (2017) kitabı olmak üzere 1 milyonu geçen satış rakamlarıyla diğer kitapları, öte yandan *Aşkın Gözyaşları* serisi ile Mevlana, Şems, Mevlana'nın kızı Kimya; Yunus Emre, Hallac-ı Mansur gibi şahsiyetlerin hayatlarını konu alan tasavvufi biyografik romanları ile büyük ilgi gören Sinan Yağmur, (2013 yılında Elif Şafak ve Ahmet Ümit'ten sonra edebiyatın en çok kazanan isimlerinden biridir. www.t24.com.tr, 04.05.2014), tasavvuf temalı birçok eseri olan İskender Pala gibi isimler popüler edebiyat ve tasavvuf deyince akla gelebilecek isimlerdir.

⁴⁶ Kitap pembe kapakla yayınlandıktan sonra, erkek okuyucuların kamusal alanda pembe kitapla dolaşamama "hassasiyetleri" göz önünde bulunduran bir PR anlayışı ile hareket ederek, kitabın gri ve beyaz kapaklarıyla da baskıları yapılmıştır. Öte yandan *Aşk* sadece Türk edebiyatında değil yurtdışında da *Forty Rules of Love* (Aşkın Kırk Kuralı) gibi farklı isimlerle ciddi bir satış rakamına ulaşmıştır.

havuzu” olarak istediği gibi yeniden inşa eden bir eğilim de söz konusudur. Bu çalışmada söz konusu popülist ve faydacı tavrı sergilediğini düşündüğümüz, çokça yazılan, satılan ve kolaylıkla okunan popüler edebiyattaki tasavvuf temalı türlerden biri olarak kişisel gelişim kitapları seçilecek, bu popüler metinler sosyo-kültürel bağlamı ve ideolojik biçimlenişleriyle birlikte değerlendirilecektir. Tasavvuf felsefesinin kişisel gelişim anlatıları içerisinde, farklı dini söylemlerle, spiritüel, ezoterik bilgelik teknikleriyle, parapsikolojik motiflerle, din dışı öğelerle eklemlenmesine, çeşitli kişisel gelişim teknikleriyle harmanlanışına denk düşen bir kavramsallaştırma olan “yamalı bohça maneviyatı” (Funk, 2013: 86), kavramı ödünç alınmış böylece bu popüler alanın eklektik, çelişkili ve karmaşık görüntüsü, farklı dinsel söylemlerin ve dünya görüşlerinin, bir araya gelebilmesinde tasavvuf felsefesinin nasıl bir uzlaşma alanı olarak “iş gördüğü” sergilenmeye çalışılmıştır.

Öte yandan tasavvufi kişisel gelişim kitaplarının yanında her ne kadar söz konusu popüler romanların birçoğu okunmaya çalışılsa da çalışma içerisinde fazla bölünmemek, daha özgül ve tekil bir alanda derinlemesine değerlendirmelerde bulunabilmek için derinlemesine bir analize dahil edilmeyecektir. Ancak bazı örnek romanlar üzerinden giderek, bu çalışmanın sorunsalı, varsayımları ve kavramsal çerçevesine uygun düşen yanları etrafında ufak çaplı bir tartışma yürütmek çalışmayı zenginleştirebilir.

Aşk romanı (2009), Ella Rubinstein adlı Amerikalı Yahudi modern-orta sınıf mutsuz bir ev kadını ile Aziz Zahara isimli İskoçyalı bir yazarın aynı zamanda gezgin bir sufinin aşkını Mevlana ve Şems’in tarihsel hikâyesine ve ruhsal birlikteliğine paralel bir kurguyla işler. Bir yayınevinde editör yardımcısı olarak çalışmaya başlayan üç çocuk annesi Ella, Aziz Zahara’nın Mevlana ve Şems’in karşılaşmasını, birlikteliğini ve ruh eşi olma serüvenlerini işlediği “Aşk Şeriatı” adlı tarihi felsefi romanını okuduktan sonra büyük bir “ruhsal değişim” , “aydınlanma” sürecine girer. Azizle internet üzerinden

tanıtır, ona hiç görmeden âşık olur, bu hem beşeri hem de ruhsal aşk Ella'nın ailesini terk ederek Aziz'in peşinden gitmesini sağlayacak kadar güçlenir. Aziz ise Ella'yı ilahi aşkı aramaya yönelten, hayatı sorgulamaya davet eden, onun dönüştürmeye çalışan, özgür ruhlu, gezgin bir sufidir. Romanda bu aşk hikâyesiyle Mevlana ve Şems arasındaki dostluğun gelişme süreci paralel kurguda ilerler, roman iki ayrı metinden oluşur.

Bab-ı Esrar (2008) ise Londra'da yaşayan Karen Kimya Greenwood adında bir sigorta ekspertizinin bir otel yangınına soruşturmak için Konya'ya gittikten sonra yaşadıklarını konu alır. Karen'in babası Konyalı bir Mevlevidir ve yıllar önce ailesini tasavvufi bir hayata yönelmek için terk etmiştir. Karen, babasına duyduğu öfke ve sitem, sevgilisinin istemediği bir hamilelik sürecinde olması gibi durumlarla oldukça karmaşık ve travmatik bir ruh hali içerisinde. Roman bir cinayet ve yangın soruşturması bağlamında polisiye kurguya uygun olarak ilerlerken diğer yandan Karen'in bir takım fantastik, gizemli geçişlerle (Karen'in Şems'e dönüşmesi gibi) zamansal, mekânsal ve zihinsel boyutlarla bağlandığı Mevlana ve Şems dönemine uzanmakta, tarihsel, tasavvufi ve mistik olaylar ile iç içe geçmektedir. *Aşk* gibi *Bab-ı Esrar* da aslında kişisel bir manevi yolculuğu, "aydınlığa", maddeselden tinselliğe giden bir içsel süreci birtakım tasavvufi, tarihsel ve felsefi olaylarla ve somut maddi yaşam arasındaki bağlantılarla işleyen metindir. Romanın sonunda Kerra, fantastik geçişler sırasında babası ile karşılaşır onu anlayacak, kendi içsel çelişkilerini çözecek bir "olgunluğa" erişir.

Romanlarda madde ve ruh, mistik ve din dışı, "ilahi" ve "beşeri" aşk, geçmiş ve şimdiki zaman iç içe geçer. Modern nedensellik anlayışının ve gerçeklik algısının yerine tesadüfler, gizemler, mistik deneyimler alır, böylece akli olanla bağlar kopararak, metafizik bir âlem yaratılmış olur. Karşıtlıklar üzerine kurulmayan, her şeyin birbirine

karşı üstünlüğünü kaybederek eşitlendiği bir gerçeklik algısı⁴⁷, gerçekliği bütüncül olmaktan çıkarıp, bilginin ve düşüncenin göreceliliğini de yüceltir. Modernist düşüncenin merkezileştirme anlayışına karşı bir merkezsizlik anlayışı ile çeşitli değerler de eşitlenir (Narlı, 2009: 125).⁴⁸

İki roman da postmodern roman teknikleri ve postmodernizmin düşünsel zeminine uygun düşen bir tavırla çeşitli kavramları ve yaklaşımları öne çıkarmaktadır. Her şeyin her şeyle yan yana durabildiği, çoğul hakikatlerin bir anlatı formu olarak sunulduğu, karşıtlıkların bir arada bulunabildiği, büyük anlatıların askıya alındığı, daha bireysel bir din algısının önerildiği, böylece dinin doktriner yanının gevşeyip yasaklar ve kurallar silsilesinden uzaklaşabildiği (Okutan, 2015: 129-131) metinler olarak tasavvuf felsefesini postmodern reflekslere uygun düşen bir mistik kaynak şeklinde, kurgunun içine yedirirler. Böylece postmodern bir metin içerisinde söylemin göreceli, bulanık ve çoğul hali, dini söylemi de dikotomik şemalardan kurtaran, çoğulculuğu, farklılığı, diyalogu ve bireysel bir anlayışı vurgulayan bir zemine çekmektedir.

(Şarhoş Süleyman) *Konya'nın Yahudi mahallesinde, bir Hıristiyan'ın meyhanesinde her inançtan her mizaçtan biz cümle serkeşler kadehlerimizi kaldırdık... Tüm kusurlarımıza rağmen Allah'ın bizi affettiğini yüreğimizde hissettik* (Şafak, 2009: 167).

(Kadı) *Siz sufiler her şeyi karıştırırsınız zaten. Hâlbuki halk basit ihtiyaçları olan tembel bir mahlûktur... Tek gereken şeraite harfiyen uymak* (2009: 74).

(Şems) *Şeraitten sonra tarikat gelir, tarikattan sonra marifet, marifetten sonra hakikat. Şayet ana istikamet unutulur ve insan şeriatı araç değil de amaç sayarsa o kandilin ne faydası dokunur. Kur'an dört seviyede okunabilir. İlk seviye zahiri manadır. Sonraki Batınî manadır. Üçüncü Batınînin Batınîsi. Dördüncü seviye o kadar derindir ki kelimeler kifayetsiz kalır tarif etmeye* (2009: 75).

(Şems) *Tanrı eri odur ki, aşkı için bütün müritlerini, bütün namusunu, bütün şerefini bir kadeh şaraba satabilmelidir* (Ümit, 2008: 258).

⁴⁷Postmodern romanda gerçekliğin yitimi, görecelilik anlayışının bir gerçeksizlik krizine sebep olabileceğini örneklerle işleyen bir çalışma için bkz. Narlı, M. (2009). "Postmodern Roman ve Modern Gerçekliğin Yitimi", *Türkbilig/Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 10(18), ss. 122-132.

⁴⁸İki romanda da karakterlerin postmodern halleri ve metinlerarasılık, üstkurmaca, çoğulculuk, kolaj, gibi postmodern roman tekniklerine dair daha ayrıntılı çalışmalar için bkz. Hüküm, Muhammed. (2010), "Elif Şafak'ın Aşk Romanında Postmodern Bir Unsur Olarak Tasavvuf", *Turkish Studies*, Vol.5, No.2 (Spring 2010), s. 621-643; Demir Fethi (2012), "Ahmet Ümit'in Bab-ı Esrar'ını Postmodern Polisiye Olarak Okumak", *International Journal Of Social Science*, 5 (7), ss. 247-257

(İzzet Efendi) *Onlar Kuran'da yazılanları olduğu gibi okuyorlardı. Oysa o yüce kitaptaki her bir harfin yüzlerce değişik anlamı, her sözcüğün binlerce manası vardır. Şems Efendimiz işte o anlamların sırrına eriştiği için bu softa sürüsünün kavrayamadığı derin anlamlar buluyordu Kuran'da. Ama cahiller ne Şems Hazretleri'ni ne de Kuran'ı layıkıyla anladıkları için ona düşman oldular. Onu günahkâr, sapkın ilan ettiler. Şems Hazretleri'nin nasıl büyük bir cevher olduğunu anlamaya çalışmadılar bile. Çünkü onların akılları ve yürekleri kararmıştı. Çünkü onların hepsi yobazdı. Ve ister Müslümanlıkta, ister Yahudilikte isterse Hıristiyanlıkta, yobaz her yerde yobazdır, kızım.* (2008: 576).

Bu yüzden örneğin Aşk romanında fahişeler, dilenciler, sarhoşlar, dinin şekilsel yönünü öne çıkaran sofular, manaya önem veren sufi ruhlu kişiler, dünyevi değerleri yücelten karakterler ile “aşk”ı arayan kişiler yan yana aynı kurgu içerisinde, hepsinin söz sahibi olduğu bir düzlemde konuşur. Farklı gerçeklik katmanlarının, farklı varoluş tarzlarının ve dünya görüşlerinin yan yana durabildiği postmodern romanın çoğulculuk (Ecevit, 2001: 209-210) tekniği böylece sağlanmış olur. Aynı çoğulculuk yapısı Bab-ı Esrar için de geçerlidir. Modern, Batılı, pozitivist bir anne ile Doğulu, tasavvufa gönül vermiş bir baba ve metnin içindeki bu ikili konumlanışa sahip karakterler metnin içinde birbirleri üzerinde bir karşıtlık, iyi-kötü, dindar-laik gibi dikotomiler kurulmadan yan yana gelir. Kerra'nın iç âlemi de bu iki kutbun iç içe geçmiş hali gibidir.

Dinler tarihi böyle vahşetlerle dolu kızım. Yahudi, Hıristiyan, Müslüman fark etmez, ülkelerin tarihi gibi, dinler tarihi de kanla yazılmıştır. Neyse, diyeceğim şu ki, baban gibilerin bu acımasız dünyada aykırı inançlarını sır gibi saklamaları için çok iyi nedenleri vardı. Ama sorun bu değil. Sorun, onların yaşadığımız hayatı küçümsemelerinde. Onlar gerçek yaşamı değil, perdenin ötesinde var olduğuna inandıkları öteki yaşamı önemserler (Ümit, 2008: 597).

Dinin “zahiri” yönünü yücelten ifadeler ile “batını” yönünü vurgulayan söylemler, bir karşıtlık atmosferinde değil bir çoğulluk ve görecelilik ve ortamında inşa edilir. Son kertede iki romanda da dinin doktriner ve yüzeysel yanına mesafeli, dini kurumsal otoriteleri ve mezhepleri aşan daha bireysel, merkezsiz bir “postmodern dini” (Bauman, 2013: 244) yaşantı ve söylem yüceltilir.⁴⁹ Metinlerde dini söylemin kozmik

⁴⁹Ali Yaşar Sarıbay, postmodern kültür ve din ilişkisinde şu noktaları vurgulamaktadır: Postmodernleşme süreci Tanrının büyük anlatı olarak reddedildiği bir süreci de kapsar. Postmodernite özel alana fazlaca rağbet eden bir durum olarak, dini de bireysel bir mesele olarak canlandırır. Modernleşme süreci de dini bir özel alan meselesi haline getirmiştir fakat postmodern durumda gerçekliğin parçalanmışlığı ve

kaynağı olarak tasavvuf, modern, kategorik, siyah-beyaz, iyi-kötü gibi karşıtlık ilkeleri etrafında değil postmodern bir çoğulluk, grilik, geçişkenlik zemininde yeniden inşa edilmektedir.

(Şems) *Yaradani hangi kelimelerle tanımladığımız, kendimizi nasıl gördüğümüze ayna tutar. Şayet Tanrı dendi mi öncelikle korkulacak, utanılacak bir varlık geliyorsa aklına, demek ki sen de korku ve utanç içindesin çoğunlukla. Yok eğer, Tanrı dendi mi evvela aşk, merhamet ve şefkat anlıyorsan, sende de bu vasıflardan bolca mevcut demektir* (2009: 52).

(Şems) *Bu hayatta ancak tezatlarla ilerleyebiliriz. Mümin içindeki münkirle tanışmak, Tanrıya inanmayan kişi ise içindeki inananla. İnsan-ı Kâmil mertebesine varana kadar gıdım gıdım ilerler kişi. Ve ancak tezatları kucaklayabildiği ölçüde olgunlaşır* (2009: 37).

(Karen'in Babası) *Tanrı merhametten de, şefkatten de daha büyüktür. Tabii, şiddet ve cezadan da. Onda hepsi vardır, onda hepsi birdir. Bir olmak demek, çok olanı bir görünümde toplamak demektir, ama farklılıklarını silmeden, aynılaştırmadan, birbirine benzetmeden. Çünkü her varoluşun bir anlamı, bir gereği vardır. Çoğu zaman mesele Tanrı'nın ne olduğu değil, bizim onda ne gördüğümüzdür* (Ümit, 2008: 30).

Tasavvuf felsefesinin postmodern bir unsur olarak metinlerdeki yeniden inşası elbette tesadüf değildir. Hilmi Maktav'ın ifade ettiği gibi huzursuzluğu reddeden bir felsefeden dini kurmacada “trajik” bir kahraman çıkmamaktadır (2010: 52). Başka bir ifade ile tasavvuf felsefesi, metinlerde epik, kolektif ve “mağdur” çatışmacı bir İslami kahramanın çıkmasına izin vermemekte, postmodern anlayış da mutlak olanı yüceltmeyip, hakikatin parçalanmışlığını, çoğulluğunu vurgulamaktadır. Bu yüzden tasavvufa yönelik romanlarda, genel bir eğilim olarak karakterler farklı coğrafyalardan gelerek mistik bir aşk çemberi içerisinde buluşur. “Biz” ve “öteki” ayrımı yerine, hoşgörü, uzlaş, farklılıkların kabulü gibi söylemler üretilir. “Dinler arası diyalog”, “ılımlı İslam”, doğu bilgeliği ile modern batı kültürünün etkileşimini vurgulayan doğu-

çoğulluğuna dayanarak bunu en ileri seviyeye götürür. Öte yandan postmodernite kurumsal çözülmeyi teşviki ve subjektivist yanıyla dinin kurumsal yanıyla ilişkisini de ortaya koyar. (2014: 139-143). Postmodernitenin kültürel olarak İslam'a da sirayet ettiğini ifade eden Sarıbay, onun kurumsal yapılara, geleneksel ortodoksilere karşı şüpheli tavrının, çoğulculuk anlayışının, nihai çözümlere, evrensel totalitelere itibar etmeyen bakışının postmodernite ve din ilişkisinin gerilimini sergileyen nitelikler olduğunu dile getirir (Ahmed'ten Akt. Sarıbay, 2014: 147-148).

batı sentezi gibi kavramlar, popüler tasavvufi kurmacada postmodern bir zemin ve söylemle işlenir.

Bu eğilim popülist, konjonktürel bir kaynaktan türeyebileceği gibi kişisel bir ifadenin, dışavurumun da yansıması olabilir. Ancak yazarların niyetlerinden öte, tasavvufi popüler romanların içeriğine bakıldığında dini bir ideolojinin propagandist, “hidayete erdirici” içerikle aktarıldığı İslami romanlardan farklı bir yerde durduğu iddia edilebilir.⁵⁰ Metinler, anlamın ve dilin ideolojik karakteri, belirlenmişliği göz önüne alındığında “estetize edilmiş bir ideoloji” nin (Ecevit, 2001: 236) dini- mistik kurmacadaki yansıması olarak da düşünülebilir. Manevi, dini söylem, metafor ve kaynakları sıkça kullanan, ancak dini mesaj yaymayı nihai bir amaç olarak belirlemeyen metinlerdir popüler tasavvuf temalı romanların bir çoğu. Biçemin içerik, ideoloji lehine ihlal edildiği, romanın manipülatif dinsel söylemin araçsal bir aracı olarak görüldüğü İslami romanlardan farklı olarak *Aşk ve Bab-ı Esrar* romanı, dil, kurgu, teknik gibi edebi bilinci de yansıtan eserlerdir. Bu yüzden modern bir ideoloji olarak İslamcı reflekslerden çok, “ilahi aşka”, “mistik bir aydınlık” ve bireysel kurtuluşa yaslanan postmodern, popülist, bir maneviyatçılık söylemi üretmektedir.

Romanların piyasada bestseller olarak ciddi başarı sağlamalarında bu postmodern maneviyat söylemi üretmelerinin önemli bir katkısı olduğu iddia edilebilir.

⁵⁰ Kenan Çayır'a göre, 1980'li yıllarla birlikte popülerleşen, İslami dünya görüşü doğrultusunda kaleme alınan hidayet romanlarının temel özelliği, modern hayatın ahlaki dejenerasyonuna” İslam'ın tek çözüm yolu olarak sunulduğu mesaj ve ideoloji yüklü romanlar olmalarıdır. Romanlar, İslamcı karakterler ile Batılı karakterlerin mücadelesi üzerine kuruludur. Kurgu genelde İslamcı karakterlerin, Batılı, mutsuz, modern karakterleri “hidayete” erdirmeleri ile son bulur. Romanlar, İslami bir ahlak ve yaşam tarzı, modern çağ problemlerine ve modernleşme projesine karşı İslami çözümlerin, tezlerin ve İslami kimliklerin sunulduğu mesaj yüklü araçları konumundadır. Romandaki tüm karakterler, İslami mesajların aktarılmasını araçlarıdır. İslami karakterler gerçek bir “kahraman” olarak diğer kişileri hidayete erdiren, İslam'ı anlatan, öğreten kişiler olarak tasarlanır. “Ötekiler” daima İslami bir pedagojinin nesnelere olarak kurguda yer alır. Daima yenilen ve edilebilirler, İslami karakterler karşısında zafere ulaşamazlar. Ancak kahramanlıkları, bireysel bir başarının değil, kolektif bir İslamcı mücadelenin yansımalarıdır. Kolektif İslami amaçlar, bireysel bir dini yaşantı, kimlik ve arzuların daima önündedir. Çayır bu kolektif İslamcılığın, 1990'lı yıllarla birlikte İslami romanlar içerisinde kırıldığı, kolektif, mesaj yüklü, ideolojik bir söylemden, bireysel yaşamı daha çok önceleyen, özeleştirilme ifadelerinin yer alabildiği, “öteki” ile çatışma dozunun kırıldığı, keskin İslami ifadelerin yumuşadığını ifade etmekte, bunun İslami hareketin ve kimliklerin dönüşümüyle paralel bir gelişme olduğunu iddia etmektedir (2008: 9-11 ve 163-166). İslami edebiyatın bu serüveni hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Çayır, K. (2008). *Türkiye'de İslamcılık ve İslami Edebiyat: Toplu Hidayet Söyleminden Yeni Bireysel Müslümanlıklara*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yay.

İslam'ın kurumsal, “zahiri” ve doktriner yorumlarının ve propagandist İslami ideolojik reflekslerinin dışında daha yumuşak, gevşek, kapsayıcı mistik bir maneviyat söylemi üretmek, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde okuyuculara ulaşabilmenin, daha çok kitap satabilmenin kaygısını da yansıtmaktadır. Üstelik “dinler arası diyalog”, “ılımlı İslam” gibi “popüler” konuların yaygınlaştığı ulusal ve uluslararası politik ve kültürel zemin, tasavvufun bu anlayışlara uygunluğu sebebiyle popüler kültürde bir canlılık yaratmasının önemli faktörlerini oluşturmakta böylece tasavvuf üzerine yazmak, “zamanın ruhunu” iyi yakalayan bir tavra da işaret etmektedir. Diğer yandan “mistik aydınlanma”, “ruhsal gelişim” gibi hem ülke içinde hem de uluslararası düzeyde popüler konuların, kadın ve erkek arasında geçen tipik popüler aşk hikâyeleriyle⁵¹ süslenmesi; “ilahi” olanın “beşeri” bir aşk içerisine çekilmesi, piyasa şartlarına göre hareket etmeye de oldukça uygun bir reflekstir.⁵²

3.2.1.1. Tasavvufi Kişisel Gelişim Kitaplarında İdeolojik Biçimlenişler, Öznellik Kurguları ve Anlam Örüntüleri

3.2.1.1.1. Tasavvufi Kişisel Gelişim Kitaplarında Dil, Retorik Unsurlar ve Anlatım Özellikleri

Metinlerin dil yapısını çözümlemeye geçmeden önce kişisel gelişim anlatılarına dair genel bir tablo çizmek, tasavvufi-manevi kişisel gelişim anlatılarının bu tablo içerisinde nerede durduğu keşfetmek ve bu alanın kendi içerisindeki farklı, benzer ve etkileşimsel kategorilerine dair bir tartışma yürütmek önemlidir.

⁵¹ Özellikle *Aşk* romanında ana karakterin kadın olması, bu kadının “aydınlanmış” bir erkek tarafından “kurtarılması”, onun tarafından “hakikate” erdirilmesi, romanın cinsiyet rollerine dayalı kadın özneler inşa ettiğini de göstermektedir. Aynı tema, *Babı-Esrar* da Karen’i “aydınlatan” Şems kurgusuyla işlenmektedir.

⁵² Mistik-dini içerikler, edebiyat alanında satışın ve pazarlamanın güdeleyicisi, kolaylaştırıcı bir faktörü olarak değerlendirilebilir. Okuyucuları mistik içerikli kitapları okumaya yönlendiren etkenlerden biri, Meltem Acarlı Şahin’e göre gizem ve mistisizmin tarih boyunca insanlığın zihninde ve benliğinde büyük bir merak uyandırmış olmasıdır (2011: 114-115).

Kişisel gelişim öğretileri en genel ifade ile “yüceltilmiş bir özne, kendilik, benlik etrafında oluşan boşlukları doldurmanın ya da fazlalıkları almanın yolu, yöntemidir; kendisini olduğundan daha farklı, daha büyük, daha küçük, daha ince, daha duyarlı bir şekle sokmak isteyenlerin çabası” olarak tanımlanır (Taburoğlu, 2011: 171). Kendi sınırlarını zorlamanın, varlığı esnetmeye çalışmanın ruhsal ve bedensel tekniklerini içerir. Kişisel gelişim kültürü, bireyin kendisini ve başkalarını algılayışını, kişiler arası iletişimini ve yaşam hikâyesini düzenleyen içselleşmiş bir kültürel alana gönderme yapar. Her türden içerik bu amaçta ödünç alınabilir. Mistik, batıl, bilimsel tüm öğretiler kişinin varoluşunun hamurunu bozup, kendine yeni bir biçim vermesinde önemli araçlar olarak karşımıza çıkmakta, tinsellik bir boş zaman etkinliği, bireysel bir mitoloji yaratmanın yolu haline gelebilmektedir (Taburoğlu, 2011: 171; Illouz, 2011: 78-79).

Topluluk oluşturmaya bir araya gelmeye değil daha çok farklılaşmaya ve ayrılmaya yönlendiren geç modern toplumsal durumda, kişisel gelişim öğretileri kişinin ayrışma noktalarını, “benzemezliklerini”, kendi farkını inşa ettiği bir öğreti olarak karşımıza çıkar. Böylece kişisel ayırt edici bir üslup ve tarz yaratma arayışının da karşılığı olurlar. Bir mistikten ya da fakirin kendi sessizliğine kapanışından farklı olarak, görünür olmanın, farklı edilebilir ve gösterişli olmanın araçlarına dönüşürler. Kişisel gelişim öğretileri, bedenlere, ruhlara, ifade ve duruşlara yönelik memnuniyetsizliklerden beslenen bir geç modern çağ meşgalesi halini alır. (Taburoğlu, 2011: 154-157).⁵³

⁵³ Bireylerin kişisel bir felsefe inşa etmelerine, benliği, davranışları, yaşam şekillerini değiştirmeye, zihinsel, duygusal, ruhsal ve toplumsal beceri ve yetenekleri arttırmaya, kişilerin yaşamlarında karşılaştıkları zihinsel ve ruhsal sorunların çözümüne ve onlarla baş etmelerine dair yeni davranış ve tutum kalıpları öneren gelişim kitapları (Dolby, 2005), İ. Özdemir’e göre Türkiye’deki 1980’lerden sonraki yeni liberal yönetim anlayışının bağlamından türemiş, 1990’lı yıllarda yaygınlaşmaya başlamıştır. Öte yandan 1980’lerden sonraki dönemde siyasal katılım ve toplumsal muhalefetin giderek daraldığı, apolitikleşmenin, ideolojik bakış açılarını faydacı gerekçelerle terk etmenin yaygınlaştığı bir zeminden türediğini söyleyebiliriz. Böylece muhalefet ve toplumsal eylemlilik ötelenmekte, güç, para, başarı ve verimlilik popüler bir retorikle dolaşıma girmektedir (2007: 157- 162). Özdemir’in aktardığına göre 2001 krizi de kişisel gelişim kitaplarının yaygınlaşmasında önemli bir dönüm noktasıdır. Sosyal güvenliğin ve istihdamın sağlanamadığı, güvencesizlik, belirsizlik, kaygı ve risklerle dolu toplumsal bir durumda, kişinin kendisine kendisinden başka kimsenin yardım edemeyeceği yönündeki düşünceler böylece kişisel bir güvenlik çemberi inşa etmeye teşvik edilmesi kişisel gelişim kitaplarının yaygınlaşması için uygun bir zemin oluşturmaktadır (2007: 175). Bireyin mahrem alana gömüldüğü, kamusal alandan çekildiği ve

Kişisel gelişim kitapları farklı türler ve temalarda karşımıza çıkan, eklektik, popüler ve çok kapsamlı bir alanda yer alırlar. Düşünce gücüyle hayatı değiştirme, hafıza ve beyin gücü, olumlu düşünce teknikleri gibi kitaplar, başarı ve amaç belirleme, liderlik, bakış açısı geliştirme, içgörü kazanma mutluluğun sırları, farkındalık, ikna ve etkili iletişim teknikleri, stresle başa çıkma, huzura kavuşma, gevşeme gibi benlik, kimlik, ilişkiler, iş yaşamı hakkında bilgilendirme ya da rehberlik niteliğinde yazılan kitaplardır. Öte yandan Budizm, yoga, reiki, zen, new age spiritüelliği gibi ruhsal gelişim ve gizem kitapları da bulunmaktadır (Özdemir, 2007: 174-176; Dobly, 2005).

Tasavvufi kişisel gelişim temalı kitaplar söz konusu kişisel gelişim tür ve temalarıyla oldukça dinamik bir ilişkiye sahiptir. Kişisel gelişim literatürü içerisinde ayrı bir kategoride değerlendirilebilecek kadar çoğalmış bu alan, iş yaşamından başarıya, ilişkilerden manevi gelişime, kuantum bilgeliğinden düşünce yönetimi tekniklerine, muhafazakâr/dini manevi gelişim söyleminden daha bireysel, eklektik ve kurumsal dinlere karşı mesafeli new age spiritüelliğine kadar oradan oraya eklenen çoğul bir tasavvufi görünüm sergiler. Diğer kişisel gelişim anlatılarıyla birçok noktada benzer bir dile ve içeriğe sahip olsa da onlardan farklılaştığı nokta yoğun bir tasavvuf, ruhanilik ve maneviyat söylemi içermeleri ve kendilerini, tasavvuf öğretisinin yöntemleriyle “hakikate”, “başarıya”, “farkındalığa” ulaştırmanın menzili olarak konumlamalarıdır.⁵⁴ Bu tablo da tasavvuf felsefesi bir seyyar bilgelik havuzu konumundadır.

sadece kendi bireyselliğine odaklandığı günümüz konjonktüründe kişisel gelişim kitapları, geleneksel dönemin hikaye anlatıcılığının yerini alan bir popüler kültür alanı olarak, hem eğlendirici, izole edici ve edilginleştirici yanı hem de bireylerin fantazyalarını, özlemlerini, düşlerini ve ihtiyaçlarını temsil edici ütöpik boyutu ile birlikte ele alınmalıdır (2007: 92).

⁵⁴ Örneğin Uğur Koşar, kitabı yazma amacının sufiliği ve diğer bilgelik yöntemlerini harmanlamak, bireylerin daimi bir huzura kavuşmalarını sağlamak olduğunu belirtir. İnsanın “özüne dönüşünün” ve kişisel gelişiminin tasavvuf öğretisi ile sağlanacağı şeklindeki görüşleriyle kitabın meşruiyet alanını tanımlar (2017: 22, 163, 187, 192). Cem Özüak da *Metropol Dervishi* kitabını yazmaya iten faktörlerin, modern hayatla ilgili problemlere yönelik farkındalık, bilgelik kazandırmak olduğunu söyler. Ruh ve madde arasında bağ kurmanın modern insanın arayışlarında, acılarında bir çare olarak görebileceğini dile getirir. Kitabı farkındalık kazanacak, başarıyı yakalayacak “modern derviş” olmayı amaçlayan kişiler

Tüm dünyanın etnik malzemeleriyle, renkleriyle inşa edilmiş bir kültürel sermayeyi içinde barındıran kişisel gelişim öğretileri, yaşam tarzını, benliğini, entisitesini kurmak, kendisine dâhil olabileceği bir kabile seçmek isteyenlere, etnik simgeler dünyasını, Uzak Doğulu, Hintli kültürleri, mistik öğretileri erişebilir kılarlar. Kocaman tarih parçalarının yarattığı kültürel birikimler, kişisel gelişimcilerin yaşamlarına kültürel ekler olurlar. Kişisel gelişim, bu manzumelerin harmanlandığı, sınıflandırıldığı bir iş kolu, endüstri halini alır (Taburoğlu, 2011: 174).

Kişisel gelişim öğretilerinde çoğu zaman farklı bir uygarlığın ya da zamanın manevi ifade yolları, beden dili bağlamından, yerinden uzaklaştırılabilir. Mistiklerin, eski zaman bilgelerinin yaşama teknikleri ve ruhsal ifadeleri, seçkin yaşam biçimlerinin araçları ya da kişisel gelişim anlatıları için hazır anlam paketleri, bilgelik setleri haline gelirler. Benliği küçültmenin, onunla mücadele etme yöntemleri, bu uygarlık ve kültür alışverişinden sonra benliği şişirmenin yollarına dönüşüp çelişkili bir tablo çizerler (2011: 171-173).

Üstelik geçmişin bilgeliği kişisel gelişim yazınının da güvenli bir alan da sağlamış olur. Böylece “yeniliğe ve değişime açık olmanın bir muhafazakârda yaratacağı tedirginlik” de giderilmiştir (Yakın ve Bektaş, 2009: 6). Başka bir ifade ile sufi bilgeliği, “sahiciliği” ve “sınanmışlığı” ile yardıma çağrılmakta, modern hayattan memnuniyetsizliğin “muhafazakar nostaljik” (Bora ve Onaran, 2003: 248) bir ifadesi de olmaktadır. Diğer kişisel gelişim anlatılarında sık sık tekrarlanan, kişinin kendisi için belirlediği en iyi olan ne ise ona doğru ilerlemesi yönündeki liberal ideoloji anlayışı (Yakın ve Bektaş, 2009: 3), tasavvufî kişisel gelişim anlatılarında da belirgin bir tema olarak karşımıza çıkar. Ancak ilerleme sadece dünyevi bir gelişim olarak konumlanmamakta, ruhun belirli yöntemlerle geliştirildiği, değiştirildiği “ruhsal” idmanlar da kişinin gelişim sürecine eşlik etmektedir. “Dünyevi” ve “ruhsal” olanın iç içe geçtiği; liberal- neo liberal bir birey anlayışının ve evren tasarımının, muhafazakâr ve dini (tasavvufî, new age diliyle) bir dille süslendiği tasavvufî kişisel gelişim

için yazdığını ifade eden yazar Sufî hikâyelerini, diğer spiritüel öğretileri bu yolda ana izlekler olarak konumlar. (2017: 21, 24, 25, 30). Diğer kitaplarda da adlarından da anlaşılacağı üzere kişisel ya da kurumsal değişimde, tasavvuf öğretisi temel bilgelik kaynağı olarak kullanılmıştır.

anlatıları, bir yandan yeni sağ ideolojinin akışkan ve eklektik yapısının örneklerini sunmakta öte yandan postmodern, melez, senkterik maneviyat manzumeleri ve narsistik özneler inşa etmektedir.

Değerlendirmeye alınan tasavvufi kişisel gelişim kitapları da diğer birçok kişisel gelişim kitapları gibi slogan, anekdot ve retoriksel öğeler ile duyguları harekete geçirici (Özdemir, 2007: 214) ve sözlü kültürü, sözelliği ön plana çıkarıcı (202) bir anlatı yapısına sahiptir. İformel ve hitabet tarzında yazılan kitaplar, eğitsel fonksiyonuyla ön plana çıkmakta, problem çözmeye yönelik vaatleriyle de diğer edebi türlerden ayrılmaktadırlar. Bireyin yaşamına daha fazla doyum getirecek öneriler ve evren hakkındaki sorulara daha anlamlı cevaplar sunma vaadi (Dolby, 2005: 39) tasavvuf öğretileriyle ve çeşitli maneviyat yöntemleriyle giderilmeye çalışılır. Kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme söylemi maddiyatçı olmayan ifadelerle tanımlanmaya çalışılır, ya da maddiyatçı olmayan ifadelerle maddi olanın devamı sağlanmaya başka bir ifade ile maneviyat teknikleriyle, dünyevi kazanım, başarı ve zenginlik elde etmenin araçsal yolları aranır.

Kolay anlaşılır, sade ve basit bir dil yapısına sahip olan tasavvufi kişisel gelişim kitaplarında temel retoriksel ikilem, akıl-zihin ve kalp arasında kurulur. Rasyonel kutup, irrasyonel kutup, duygu- mantık ikilemi genellikle bu retorik gerilimde inşa edilir. Kitaplarda didaktik bir anlatım göze çarpmakta dinsel metaforlar, ayetler, öğütler, bilgelik hikâyeleri, özdeyişler ve alıntılar dini söylemin inşa edildiği ana uğraklar olarak kullanılmaktadır.

Yazarlar genellikle dinsel kavramları retorikleştirmek için “sırrın ve hakikatin” habercisi olduğu yönünde vaatler sık sık dile getirir, öznel maneviyat deneyimleri sıklıkla aktarır ve kendilerini “bilge” bir otorite olarak kurarlar. Duygular, sezgiler, inançlar dini bir vaaz retoriğiyle harekete geçirilmeye çalışılırken kültürel olarak aşına olduğumuz Sufi düşünürler bir modelleme ve kültürel şablon kaynağı olarak

görülmektedir. Zaten kişisel gelişim anlatılarında modelleme, başarılı insanlar, kültür, din, sanat, bilim ve her gösteren yoluyla kurulabilir. Ancak başarıya götüren yollar, her zaman ve mekâna uyarlanacak biçimde, içeriklerinden soyutlanarak inşa edilir (Yakın ve Bektaş, 2009: 3). Tasavvufi kişisel gelişim anlatılarında da tasavvuf öğretisi ve düşünürleri birer modelleme kaynağı olarak, bireyi “aydınlığa hakikate, huzura, başarıya ve mutluluğa” götüren yollardır. Zaman zaman çeşitli manevi yöntem ve teknikler “yeni” formüller olarak paketlenmekte, kullanışlı ve pratik olan her şey hikâyeler ve metaforlarla birlikte her durum ve kişiye uygulanabilecek stratejik “aydınlanma paketleri” olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla indirgemeci bir karakter de sergiler. Çoğu zaman dini, tasavvufi kaynaklara, hikâyelere, alıntılara atıfta bulunulmamakta, referanssız olarak verilmektedir. Kitaplar, iyi, güzel ve doğruya yönelik bir normlar çerçevesi çizmekte birtakım dini yaşantı ve davranış kalıpları da önermektedir. Başlıklarda sık sık dinsel ifadelerle örülmektedir. Önerilerin, öğütlerin sonuna ya da içerisine genellikle Sufi bilgelik hikâyeleri, özdeyişler, kıssalar bir ikna yöntemi olarak kullanılmakta genellikle içerikle uyuşmayan, biçimsel, bağlamsız, ya da yazarın içeriğe uydurmak için hikâyeleri eğip bükerek yorumladığı anlatı yapısı da karşımıza çıkmaktadır.

Anlatı tarzı, diğer kişisel gelişim yazınındaki “terapötik anlatı” biçiminde de kurulmaktadır. Bireyin kendisine yönelmesine, kendisini ruhsal olarak onarmasına yönelik terapötik, psikolojik dil, dinsel kavram, motif ifadelerle harmanlanır. Terapötik anlatıda kendini gerçekleştirme, benlik anlatısının nihai hedefi olarak kurulur. Terapötik anlatılarda olduğu gibi incelediğimiz kitaplarda da her şeyin gizli bir anlam ve amacı vardır (Illouz, 2011: 74-75). Kendini gerçekleştirme söylemi, bu gizli anlam ve amaçları keşfederek, hissederek, sezerek ve gündelik hayatta pratik olarak deneyimleyerek gerçekleştirilebilir. Ancak diğer kişisel gelişim kitaplarında da olduğu gibi “gerçekliği değil, gerçekliği deneyimleme biçimini” değiştirerek amaca ulaşılabilir (Yakın ve

Bektaş, 2009: 8). Dışsal olanı değiştirmeden sadece kendisinin reel dünyaya bakışını değiştirmesiyle ifade edilen kişisel gelişim, tecrübeyi ve deneyimi değerli gören muhafazakâr bakışla da örtüşür (2009: 7).

3.2.1.1.2. Narsistik Maneviyatçılık: İçe Kapanma Yolları Üzerine

İncelenen kişisel gelişim kitaplarında en belirgin anlam örüntülerinden biri, bireyi iç dünyasına yöneltecek, kendisine odaklandırarak bir bireycilik anlayışıdır. Kişiyi sürekli kendisiyle, kendi benliği, ruhsal durumu, manevi deneyimleriyle ilgilenmeye davet eden kitaplar, benliğine gömülmüş bir birey tipi önermekte böylece narsisizme ruhsal kaynaklık sağlamaktadır.⁵⁵

Daha önce de dile getirdiğimiz gibi kendine dönmüş bir benlik tipini, kamusal olana güvenin azaldığı, gerçekliğe temas ederken mahrem duygusunun çok ön plana çıktığı bir toplumsal yapıya, kültürel ilişkiler ağına referansla anlayabiliriz. Kişinin benliğinden uzaktakine, toplumsal olana, eylemlilik haline inanmasının güçleştiği ya da ilgi uyandırmadığı bir narsistik seferberlik halinin (Sennet, 1996, 404-405) izlerini bu kitaplarda sürebiliriz. İçine kapanmış bir birey halinin yüceltildiği, bireyin benliğinin temel kaygısı haline geldiği, her şeyi kendinden yola çıkarak ve kendisi için değerlendiren, kendisine kutsal bir benlik imgesi inşa etmeye davet edilen özne konularının inşa edildiği tasavvufi kişisel gelişim kitapları, kişi dışı yaşama olan ilgiyi değersizleştirmekte, yüceltilmiş bir benlik ve mahremiyet söylemi üretmektedir.

Dışarıda kalan insanları ve ilişkileri ötekileştirecek bir kapanım kaynağı olarak işe koyulan maneviyatçılık, her ne kadar sevgi, hoşgörü, tevazü, alçakgönüllülük gibi başkalarını da içeren bir retorikleriyle süslense de içsel farkındalık, öze yapılacak yolculuk, manevi huzur esas kişisel gelişim amacı, “aydınlığa” ulaşmanın ifadeleridir.

Tasavvuf öğretisi, kişisel özseverliği besleyen, bireyi merkeze koyan bir tinsellik alanı

⁵⁵ Bu bölümde incelenen kitapların içeriğine dair başlıklar; ardışık olmaktan çok birbirinin içine geçen, birbirinden beslenen bir tarzla; diğerleriyle karışık, dinamik ve etkileşimsel bir yaklaşımla çözümlenmeye çalışılmıştır.

olarak sunulmakta, öznellik kültürünün bir aracı olarak kullanılmaktadır: “*Nitelikli bir iç zenginlik, duygusal bir derinlik, geliştirici bir özgüven ve de özlerini temsil eden bir özsaygı kazanarak*” (Alşan, 2015: 189), “yaşantılayarak”, “deneyimleyerek” kendimizi keşfedebilir, tarzımızı bulabilir, “*iz bırakanlardan*” olabiliriz (2015: 43, 75 ve 141). Farkındalık ve özgünlük retorikleriyle bezeli bu anlatılar narsisistik kendine yönelişin cisimleşmiş hali olarak durmakta, manevi öğretiler kendini geliştirme manzumelerinin parçası olarak sunulmaktadır. Burada kişisel tatmin, arzu ve kendini bulma telkinleri ile bir yandan politik uğraşmayı değersizleştiren siyasi bir miyopluk üreten bir yaklaşım belirgin bir eğilim olarak göze çarpar (Lasch, 2006: 23). Sadece kendi içsel değişimden ve dönüşümünden sorumlu, kendisine narsisistik bir biçimde dönmüş özne konumları, incelenen kişisel gelişim kitaplarındaki en belirgin temalardan biridir:

Her insan bir mucizedir, içine dön, daha içine, gördüğün sende daha da derine... Orada rahmeti, nuru göreceksin, işte o vakit eriyip yeniden küllerinden biteceksin! Hepsi bu kadar! (Koşar, 2017: 92).

Dışsal değişimler bizi etkin, yetkin ve seçkin yapamaz. Değişim, özden ve yürekte olmalıdır. Doğallığımızın gücünü ve potansiyelini keşfederek kendimizi geliştirmeliyiz (Alşan, 2015: 176-177).

Pek çok kişi gelecekte kendisinin de aydınlanmış bir insana dönüşmüş olabileceğini göz ardı ediyor ve yine aydınlanmayı dışarıda arıyor. Dışarıda aradığın sürece bulamayacağın bir kısır döngü bu! Her şey içeride... Dışarıda olan bitenler sadece içimizdekilerin yansımalarıdır (Özüak, 2017: 47).

Benliğin bu narsistik kutsanışı Joey Kovel’e göre “yanlış bir tinsellik” yolu da açmaktadır. Çünkü ruhsallık, başkalarıyla iletişimi, onlara tahammülü, ötekilerle kurulacak deneyimi zorunlu kılmakta, hep bir ilişki halini de öncelemektedir. “Oysa büyük egolar, benlikler, kendisiyle konuşur, kendisini dinler. Ötelerden çıkıp gelenin kendi dünyasına katılmasına konukseverlik göstermez” (Akt. Taburoğlu, 2011: 166). Kendini benliğini böylesine okşamaya ve yüceltmeye çağıran bir anlayış, başkalarıyla kurulacak derin ilişkiyi zedelemekte, kişiyi kendisiyle ilgili olmayan şeylerden uzaklaştırmayı, gerçekliği sadece kendi içimizde bulabileceğimizi, kendimizi sadece

mahrem alanda var etmemizi salık vermektedir. Dışa yönelik değişimler değersiz, içsel dönüşümler ise oldukça değerli ve gereklidir:

Biz dışarıyla meşgulken içeride ne güzellikler kaçıyor, eriyor (Koşar, 2017: 75)

Başkasının fikirleri, düşünceleri seni sadece zehirler. Ben bu yüzden, tüm fikirlerden kurtulmadan ilahi olanı, hakikati, Rabb'i idrak edemezsin diyorum (...). Sen O'ndan ayrı değilsin, sen O'ndan bir parçasın (Koşar, 2017: 92).

Daima kaynağını anımsa. Bizler dışarıdan gelenle ilgilenmeyiz, içimizden çıkanla ilgiliyizdir. Dışarıdakini kontrol etme şansın yoktur, bunu unutma, ancak içeriden çıkan senin kontrolündedir (Koşar, 2017: 25).

Toplumsal ilişkilerin, içsel psikolojik kaygılara ne denli yaklaşırsa o denli inandırıcı ve sahici sayıldığı bu mahremiyet ideolojisi, bir yandan sıcaklık ve içtenlik retorikleriyle günümüze özgü insancıl bir maneviyat formu da üretmektedir (Sennet, 1996: 324). Zira incelenen kitaplarda diğer belirgin temalardan biri de bu sevgi, hoşgörü, içtenlik, dostluk, empati gibi daha duygusal, sezgisel ve sağduyuyu harekete geçirici mitsel ifadelerdir. Mistik imalar taşıyan bu ifadeler, etkili ve ikna edici bir maneviyat retoriğin zengin kaynakları olarak görülebilir.

Narsistik maneviyatçılığın üretildiği diğer söylemsel kaynaklar ise, “kendini bul”, kişisel bir mitoloji yarat”, “kendini aydınlat”, “keşfet” türündeki ifadelerdir. Ancak incelenen kitaplarda bu kişisel farklılık yoluna nasıl ulaşacağımıza dair anlamsal bir boşluk göze çarpar. Yazarlar bu bireye içkin “aydınlanma” söyleminin içini hakiki bir metodoloji ile dolduramaz. Genellikle akla karşı kalbi, rasyonel olana karşı sezgiyi, akışta olmayı, mistik deneyimle hissediş bir yöntem olarak sunarlar. Öte yandan içsel ve sınırsız potansiyele sahip olduğumuz, kutsal ve biricik bir ruhumuzun olduğu ve eğer özümüzü ulaşırsak hakiki “aydınlanma” deneyimine ulaşabileceğimiz sık sık tekrarlanan dinsel ifadelerdir (Özüak, 2017: 144, 162; Koşar, 2017: 57, 83, 99, 119; Alşan: 43, 73, 84; Saygın: 121) İçsel potansiyelimizi keşfetmek, içimizdeki derinlikleri, zenginlikleri bulmak için içimize kapanmalı, benliğimizi tasarlamalı, kendimizi çok sevmeli ve bireysel farkımızı inşa edebileceğimiz maneviyat tekniklerine

öğrenmeliyizdir. Bu süreçte kişinin kendisine çok inanması, onaylaması ve güvenmesi gerekir:

Tüm güzellikler içinde fakat sen dışarıdasın. Senin tüm sorunun bu... Kendini zihninin içinde tıkamış durumdasın. Bunu da gelen düşünceleri bastırarak, onlara isyan ederek kendine farkında olmadan yapıyorsun (Koşar, 2017: 45).

Bu yüzden kendini keşfetmek evreni keşfetmekten daha değerlidir. Kendinden habersiz insan uykudadır (2017: 120).

Sen artık aydınlık bir ömür için dışarıda olanı bırakıp içeride açan güneşi bulma yolundasın (2017: 70).

İhtiyacınız olan tüm kaynaklar içinizde mevcuttur. Düşünce Yönetimi, içinizdeki mevcut kaynakların farkına varmanızı ve bunları en iyi şekilde nasıl kullanacağınızı gösterir. Bu uygulamalar ile içinizde gizli kalmış bu atıl kapasiteyi kullanmanız mümkün olacaktır (Saygın, 2016: 16).

Diğer yandan incelenen kitaplarda gündelik hayatta toplumla çatışma içinde bir konum önerilmemekte (Paker, 2011: 84) ancak toplumsal gerçeklerinden ayrılmayı, kendi içine yönelmiş bir gerçeklikle yaşamayı vurgulayan dil sık sık kullanılmaktadır. Zaten toplumsalın birey üzerindeki hâkimiyetine ya da birey ile toplum arasında çatışma olabileceğine dair hiçbir görüşe yer verilmemektedir. Bir diğer göze çarpan ortak tema, “birliğe varmak”, “kozmetik bütünlük”, “bütünü görmek” “ evrensel birlik” ve “anı yaşamak”tır. Bu durum bireyin kendisini sadece bireysel bir olarak varlık kavramadığı, evrenin tamamlayıcı, tümleyici bir yanı olarak hissettiği durumu tanımlayan benlik-aşkınlaşması durumuna denk düşmektedir (Cloninger ve ark. ‘dan Akt. Paker, 2011: 68).

İnsan olmaya çalışma, bu seni sadece yoracaktır, unutma! Sen zaten bir insansın, sadece olduğun seni bul bu kâfidir. Ve daima hatırla: Ruhun kutsaldır, o sana Rabb’in emanetidir, üzerinde onun canından can vardır. Ve yaşa, ama hissederek ruhunla yaşa! (2017, 85).

Sezgisel bir anlayış ve ruhsal deneyimi ön plana çıkaran bu “aşkın benlik” tipi, bir üst bilince geçiş, evrenle bütünleşmek şeklinde konumlanmakta, anı yaşamak ise içsel farkındalığın ve tekâmülün gerekli koşulu olarak sunulmaktadır. Geçmiş ve geleceği öteleyen, sadece şimdinin, bu anın içinde kalarak sürekli kendisini izleyen özne

konumları üretilmekte, dolayısıyla bu yaklaşım kolektif mücadeleyi örselemekte, geleceğe ilişkin toplumsal, politik tasavvurları da değersizleştirmektedir. Üstelik uzun vadeli güvencelerin azaldığı sosyo- ekonomik bir düzende “anı yaşamak”, andan haz almak, cazibeli bir strateji olarak da görülebilir (Bauman, 2011a: 193). Kitaplar, sürekli şimdiye odaklanmamızı, kendimizi izlememizi, yaşamın merkezine kendimizi yerleştirmemizi salık veren bireyci bir dünya görüşünü de üretmektedir:

Uzakdoğu öğretileri bütünlük hissini oluşması için anda kalmayı öğütler. Çünkü varoluşun coşkusu anda saklıdır. Hayat geçmişte ya da gelecekte değil anda gerçekleşiyor (Özüak, 2017: 51)

Anı yaşamak için zihnimizi devre dışı bırakmalıyız. Zihnimiz her daim geçmişe deşer ve geleceği kurcular. Bütün hayatını zihinle dizayn etmeye alışmış modern insan için zihinsiz kalmak çok kolay değildir ama yapılabilir (2017: 52).

Eğer mutlu isen gelecekle ilgilenme, bunun tadını çıkar, tadını çıkar ki iblis senin mutluluğunla yansın ve erisin (Koşar, 2017: 81).

Unutmayınız ki herkes kendi hakikatini yaşar! O halde gerçek nedir? Hakikat nedir? Denilebilir ki, gerçeklik ve hakikat ‘şimdi ve burada’ kendimizce yaşıntıladığımız deneyimdir (Alşan, 2015: 60).

Değerlendirilen tüm kitaplara sinen bu bireycilik anlayışı, adil ve iyi topluma yönelik kuşkucu, ihtiyatlı ya da toptan kayıtsız bir eğilimi de besler, ortak çıkarların bireyin kendisini tatmin etmeyecekse anlamsızlaşacağına dair anlamlar yaratır; siyasal topluluktan, kişisel hayat stratejilerinin dar kaygılarına geçilmesini öğütler. (Bauman, 2011a: 65-66 ve 187). Kitaplarda kendini gerçekleştirme ve kişisel gelişim söylemi sadece manevi içeriklerle doldurulmamakta, dünyevi bir gelişimi de sık sık dile getirmektedir. Bir yandan dünyevi amaçlara hizmet eden ama kutsal olanı da içine almayı unutmayan iç içe geçişler, melezlenmeler üretilir.

Öte yandan “nefsin duvarlarını yıkmaya ve tam aşkınlık deneyimi, postmodern kültür tarafından her bireyin ulaşabileceği bir şey” olarak konumlandırılır, “nefsi okşama sanatı” ya da “postmodern bir zirveye ulaşma stratejisi” olarak metinler, insani zayıflık ve yetersizlik varsayımı yerine, insan potansiyelinin sonsuzluğunu yüceltmekte, aşkın bir benlik tasarımı inşa etmektedir (Bauman, 2013: 268):

Ve sadece sev, çünkü sen Allah'ın rahmeti olan sevgiyi çevrene yaymak için gönderilmiş seçilmiş bir varlıksın. Sen halifesin (Koşar, 2017: 83).

Tüm düzen senin adına vardır, senin ne kadar değerli olduğunu bilirler. Sen hâlâ kendini değersiz mi hissediyorsun? (2017: 49)

İnsan bir çeşit küçük evrendir. Çünkü evrendeki her kural insanda da vardır. Evrende entropi var insanda da entropi var. Evrende artarak devam eden bir kaos var, insanda ve sosyal yaşamda da sürekli artan bir kaos var (Özüak, 2017: 152).

Evren senin aynandır, o sadece seni yansıtır (Koşar, 2017: 83).

İlerleyen bölümlerde ifade edileceği gibi maneviyat, dünyevi olanın içine çekilip, başarılı olmanın, iş yaşamındaki zorlukların üstesinden gelmenin, insanları etkilemenin bir yöntemi olarak da kullanılmaktadır. Ancak gelişimin odağı bireyle sınırlıdır, amaç olabildiğince bireyselleşmektir. Kitaplar böylece sürekli şimdije odaklanmamızı, kendimizi izlememizi, yaşamın merkezine kendimizi yerleştirmemizi salık veren bireyci bir dünya görüşünü üretmektedir. Bu haliyle metinler kendini gerçekleştirmeyi, farklı olmayı, duyguları aşırı derecede yüceltmeyi, kendi olmayı yaşamın başlıca amacı yapan narsisizm kültürünün (Lasch, 2006; Twenge ve Campbell, 2010) öznelciliği telkin eden, politik duyarsızlığı yücelten popüler kültür formlarından biridir.

3.2.1.1.3. Muhafazakâr, Apolitik ve Konformist Öznellikler

Kendisine narsisistik bir biçimde dönmesini, kişinin ruhunu ve benliğini bir seyir halinde sürekli izlemesini, sürekli kendisiyle yatıp kalkmasını, içine odaklanmasını telkin eden kişisel gelişim kitapları, bir yandan bu yüceltilmiş benlik tanımlarına ve bireycilik anlayışına eşlik eden, onu tamamlayan muhafazakâr, apolitik ve uyumlu inanç özneleri de inşa etmektedir. Narsisistik maneviyatçılık yöntemi ile içine dönerek “farkındalık” kazanacak olan birey, bu farkındalığı engelleyen, erteleyen, ya da

perdeleyen sosyal, siyasal, ekonomik problemlerden uzak kalmalı, kendini var olanın kucağına bırakmalı, onunla uzlaşmalıdır.

Muhafazakârlığı karakterize eden şey ise değişime tepki gösteren bir yaklaşım ve dinsel ilkelerle uyumlu bir perspektif geliştirmesidir. Eylemlilik haline yönelik bu tepki aslında, “dinsel bir eylemsizlik haline” yönelik isteğin ifadesidir (Öğün, 2003: 565). İncelenen kitaplarda muhafazakârlık motiflerinin izleri aklın merkeziliğine karşı ruhun, kalbin, hissedişin; milli, geleneksel ve “hakiki” bilgelik öğretilerinin; dini-ahlaki normlar ve inançlar çerçevesinin, sözü edilen eylemsizlik halinin ve bireyselliğin öne çıkarılışı (Çiğdem, 1997; Öğün, 2003; Bora ve Onaran, 2003) üzerinden sürebilir. Bu muhafazakârlık çeşidi zaman zaman tasavvuf öğretisinin yanında farklı sentetik düşüncelerin, inançların, Doğu bilgeliğinin, diğer maneviyat öğretilerinin ve kişisel gelişim tekniklerinin de dâhil olduğu eklektik bir “postmodern muhafazakârlığı” (Öğün, 2003: 582) çağrıştırmaktadır.

İncelenen kitapların birçoğunda en belirgin dikotomik şemalardan biri akıl- zihin ve kalp-inanç karşıtlığıdır. Metinlerin hepsinde iç yaşam iyiliği, güzelliği, saflığı sembolize ederken, akıl- zihin dışarıyı, dış dünyanın kötülüğünü, kirlenmişliğini temsil eder. Metinlerdeki bu eğilim, muhafazakârlığın aklın merkeziliğine karşı, tin (tarih, millet gibi kavramların yanında) gibi aşkın değerleri yücelten yanı sıra birebir örtüşür (Çiğdem, 1997: 39). Örneğin Uğur Koşar, okuyucuları Mevlana kıvamına getirmek istediğini ancak bu kıvama “zihni ve onun hilelerini tanıyarak” (2017: 22) gelinebileceğini iddia eder. Yazar “bilmeye” karşı olduğunu zaten onun ruhu da doyurmadığını dile getirmekte (2017: 16), zihnin hilelerine karşı dikkatli olunmayı salık vermektedir:

Zihin sana ne zaman ne göndereceğini iyi bilir, o tam bir şarlatandır (2017: 24).

Sen dışarıyı suçlamayı bırakarak bir kez içine dönersen, kaynağından yükseleni bulursan artık zihnin tüm hilesi son bulur, ego bir anda buhar olur (2017: 24).

Yazar tüm kötücül olanı muğlâk bir zihin- akıl kavramsallaştırmasına yükleyerek okuyucuları da rahatlatır. Birey iç yaşamdan ve kalpten ibaret bir varlık olarak kavranır, zihin dışarının “şeytani” bir temsilcisi olarak konumlandırılır. Başka bir ifade ile yazar örtük bir şekilde sorumluluğu kötücül bir dışarıya yükleyerek, kişinin hayata dair faillik ve sorumluluğunu da örseler. Tüm çatışmaların kaynakları içsel olarak kurgulanır, kişinin yaşamı “ben ve dış dünya”, “ben ve maddi koşullar” etrafında yaşamasına dair öğütler, zihin-kalp karşıtlığında en net ifadesini bulur. Burada gerçeklik ve hayal, madde ve enerji arasındaki ayrımı silikleştiren New Age akımlarıyla da benzer bir özellik sergiler (McGee, Akt. Baydar, 2016: 142).⁵⁶

Benzer “kötücül zihin” dolayısıyla dış dünya, “aydınlığa” ulaştıracak kalp, ruh dolayısıyla iç dünya ikiliği, diğer kitaplarda da sık sık vurgulanır: “*Zihnimizin bize kurduğu düşünce tuzaklarına düşmemek için kendi içsesimizi daha çok dinlemeli ve zihinsizlik durumunu daha çok deneyimleyebilmeliyiz*” (Özüak, 2017: 63). Zihnin neden ve nasıl devre dışı bırakılacağına dair yine anlam boşlukları göze çarpar. Eğer zihinsizlik durumuna geçerse kozmik bir bütünlüğe varacağımıza ve ruhun kapılarının açılacağına dair tanımlanması güç, muğlâk ifadeler yer verilir. Bir yandan “aydınlanma”, “farkındalık”, “hissederek öğrenmek gibi” “aşkın ve derin” deneyim öne çıkarılmakta, öte yandan anı yaşamak için zihnimizi devre dışı bırakmamız öğütlenmektedir (Özüak, 2017: 55, 53, 55).

Zihnine bir fikir geldiğinde fikri değerlendir ama fikrin büyüüne kapılma. Hiçbir fikrin büyüüne kapılma. Bunun bir parazit olduğunu bildiğin sürece farkındalığını koruyabilirsin. İhtiyacın olan şey bir fikre sahip olmak değil, farkındalığa sahip olmak (2017: 40).

⁵⁶ Yazar tüm sorunların kaynağı olarak akli işaret ederken elbette eleştirel bir “araçsal akıl” kavramsallaştırmasına dayanmamakta, muhafazakâr bir tutum sergilemektedir. Yazar, “huzursuz olan sen değilsin, zihnin kendisidir” (2017: 84) diyerek, öze ulaşmanın ve mutlak huzur haline erişmenin zihni, akli alt etmekten geçtiğini iddia etmektedir. Öte yandan yazarın kavramsallaştırmasında ikili ilişkilerde, evlilik yaşamında, kadın erkek birlikteliğinde tek sorunun zihin olduğu iddia edilmektedir. Örneğin karısını aldatan biri sadece zihnin aldatmacalarına boyun eğmiştir. Çünkü “şeytan o kadar güçlüdür ki onu baştan çıkarmasına vesile olmuş”tur, dolayısıyla haklı haksız aramanın da bir anlamı yoktur (2017: 97). Bu tutum aslında yazarın verili cinsiyet rollerini yeniden üreten, kadını anne ve eş olarak konumlandıran (2017: 58, 59, 60, 61, 97) geleneksel tutumuyla da örtüşür.

Bu “zihinsizlik” halini çok tekrarlamayan ancak “kuru ve mesafeli” aklın yerine bilgelik kaynağı olan “sıcak ve hakiki” ruhun, kalbin, sezginin yüceltildiği ifadeler de sık sık göze çarpmaktadır (Alşan, 2015: 37, 51, 49, 176; Saygın, 2016: 16, 36, 75). Elbette rasyonel aklın dışında da bilgiye temas etme yöntemleri olabilir ve gerçekliğe ulaşmanın tek yolu pozitivist rasyonel akıl değildir. Ancak burada vurgulanması gereken şey, tüm kişisel ya da toplumsal sorunların metaforlar aracılığıyla bir zihin kategorisine yüklenmesidir. Zihin bizim dışımızda, kendi başına duran tüm kötülüklerin kaynağıdır. Bu insan iradesini ve sosyal, siyasal ve ekonomik yapısal eşitsizlikleri buharlaştıran, her şeyin bireyin yansıması olduğu, bireyin içinde olduğu dolayısıyla dışarıdaki çatışmaların önemi yerine içsel akıl- zihin ve kalp çatışmasının değerli olduğu yönünde bir inanç imgelemi inşa etmektedir.

Kitaplardaki tasavvuf öğretisi bir meşruiyet ve bilgelik kaynağı olarak sunulmasına rağmen, ideolojik anlamda belirgin bir kategorik ayırım yapılması da kolay olmamaktadır. Çünkü benzer inanç öğretileri, farklı kitaplarda birbirleriyle çelişecek, farklı gerçeklik kurguları içerecek şekilde işlenir. Aynı metin içerisinde de paradoksal öznellikler göze çarpar. Örneğin Koşar ilk olarak okuyucuya, “*yazıklar olsun o kör gözüne!*” (2017: 69) diyerek onu “hakikati göremeyen”, “*zihninin esiri olan*” olarak konumlar (22, 24, 27, 45). Ancak bunu aşacak olanın yine aynı kişi olduğunu dile getirir: “*Bu dünyaya mutlaka bir eksikliği doldurmak için gönderilen*” kişiye “*biraz uyanık olması, daha farkında olarak yaşaması*” (65) öğütlenir. Bu çatışan özne konumlarının birçok kişisel gelişim anlatılarında yer almakta ancak dini bir söylem içeren kitaplarda daha karmaşık bir hale bürünmektedir. Problemleri çözecek aktif özne ile tevekkül, teslimiyet, itaat gösterecek pasif özne çatışan ve yarışan bir retorikle kurulur (Sweeney’den Akt. Baydar, 2016: 138). Zihnin oyunlarına aldanmayan, potansiyelini keşfedecek ve aydınlanacak olan, seçimleri ve çabaları ile üst düzey bir bilgelik haline ulaşacak, düşünce gücü ve duayla istediklerini elde edebilecek aktif özne

diğer yandan aşkın bir teslimiyet, tevekkül, sabır retorığıyle işleyen pasif özne, eş zamanlı olarak kurgulanır.⁵⁷

Kişisel gelişim kitaplarının yarattığı dünyada insan bir yandan sınırlı, aciz, bağımlı bir varlıkken, aynı zamanda her şeyi başaracak potansiyele sahip olan, biricikliğinin ve çıkarlarının peşinden koşan, kişisel farkını maneviyat alanında da yüceltebilen bir varlıktır. Ya da hem kendiyile barışık ve kendine yeten hem de potansiyelini açığa çıkararak, kendisini yüceltecek, tamamlayacak çelişkili anlayışlar göze çarpar (Yakın ve Bektaş, 2009: 7). İki farklı gerçeklik algısının dayatıldığı, birbiriyle çatışan, çelişen içeriklerin yer aldığı metinler popüler kültür metinlerinin⁵⁸ zaman zaman çelişkili ve tutarsız yanına da sergilemektedir.

Bir yandan İslami muhafazakâr referanslar içinden konuşan öte yandan Kuantum Düşünce Gücü, Çekim yasası gibi “geç kapitalizmin semptomu veya Yeniçağ ruhiyatçılığı” (Yakın ve Bektaş, 2009: 1-2) olarak değerlendirilebilecek maneviyat söylemleri, incelenen metinlerde birbirinin içine geçen, birbirini ötelemeyen eklektik bir ruhsal terminoloji ile işlenir. Kişi ile evren arasında kurulan karşılıklı etkileşim ve belirleyici ilişki, hem insanın küçük bir “kâinat ve mikrokozmos” olduğu yönündeki ifadelerle hem de düşüncelerin canlılığa ile kişinin adeta “yaratıcı bir tanrı” (2009: 14) olabilecek varlık düzeyine çıkarılmasıyla birlikte verilir: “*Yeniçağda hiçlik isteyen hiç*

⁵⁷ Örneğin *Sufi Terapi ile İyileşmek* kitabında yazar bir yandan kişinin kendisini çokça sevmesi gerektiğini söylemekte (Alşan, 2015: 84), öte yandan “içsel potansiyelini açığa çıkarmak” , yaşamın zorluklarıyla sürekli mücadele içinde “olgunlaşma sürecini devam ettirmek için” kişinin olduğu halinin eksik olduğunu ima etmektedir (74-75). Bir yandan “mücadeleci ve girişken olmak; engelleri değil, fırsatları görmeye olur!” diyen yazar (69), öte yandan “ ‘Keşke şöyle olsa’, ‘Bu işte olsam’, ‘Ben de işimin başında olsam’ gibi düşüncelerle şimdiki durumunuzdan şikâyetçi olmayın” (118) demektedir.

⁵⁸ Fiske'nin dile getirdiği gibi kimi popüler metinlerin aşırılık ve apaçıklık, çelişkili ve karmaşıklık ya da metinsel yoksunluk gibi özellikleri, incelenen metinlerde de genel bir gerçeklik olarak durmaktadır. Popüler metinlerin, kalıplaşmış, sansasyonel, apaçık olma özelliği ya da egemen ideoloji ile kalıplar arasındaki simbiyotik ilişki metinlerde, ortak görüye dayalı ideolojik bir söylem olarak işlemektedir. Öte yandan popüler metinler kalıplar ve eğretilmeler yoluyla gündelik hayat ile ideolojik normlar arasında anlamlı ilişkiler kurmakta; söylemek yerine göstermeyi, kabataslak aktarmayı tercih etmektedir. Ayrıca popüler metinler tek bir dünya görüşünün tutarlı bir uzantısı olmaktan ziyade farklı ve zaman zaman birbirleriyle uyuşmayan öğelerin eklemlendiği çelişkili de metinlerdir. Onlar, belirli hazlar ve anlamlar sunmak zorundadır; anlamların dolaşımını sağlayan popüler metinler gündelik yaşam ile ilintileri üzerinden kurulmakta; direnç ve muhalefet öğeleri içerebileceği gibi, ideolojik uyumcu, hegemonik ve sessizleştirici içerikler de üretmektedir (1999: 142-157).

olur gider. Artık birlik farkındalığının dönemi başladı. Zaman, tüm evrenle bir ve birlikte uyum içinde yaşamak zamanıdır” (Özüak, 2017: 36). Burada duanın ya da isteğin üzerine yoğun bir şekilde enerjiyi toplamak, duayı ya da hedeflenen şeyleri hafızada gerçekleşmiş gibi canlandırmak gerekmektedir. Zihinsel canlandırma ne kadar ısrarlı, net ve berrak olursa bu düşünce yöntemi sayesinde başarı ve mutluluk o derece kolaylaşır.

Oğuz Saygın Mevlana'nın özellikle “Kardeşim sen düşünceden ibaretsin. Gül düşünürsün gülistan olursun, diken düşünürsün dikenlik olursun” sözünden hareketle (Aynı yöntem için Bkz. Özüak, 2017: 37), Mesnevi ve Divan-ı Kebir'deki, birçok hikâyeden yola çıkarak zihinsel canlandırma teknikleri ile performans artışının, başarı ve arzuların gerçekleştirilmenin yöntemlerini sunmaktadır. İş dünyasındaki ilişkilere dair verdiği örnekte şöyle demektedir yazar: “*Kendinize duyduğunuz özgüven ile sizden yayılan o güçlü ve olumlu enerji sayesinde, sizinle birlikte her şey ve herkes başarılı bir sunum olması için uyum ve ahenk içinde çalışır”* (Saygın, 2016: 29). Böylece insan kendi realitesini düşünce gücüyle yaratabilir, düşünce ile maddi evreni tasarlayabilir. Yeter ki evrene, akışa ve kendi sonsuz potansiyeline güvensin ya da *Allah deyip bırakabilsin.*

Fakir ya da zengin olanın veya sosyal statülerin bir önemi yok. Önemli olan düşünceleriniz. Hayat boyu güçlü veya güçsüz, mutlu veya mutsuz, başarılı veya başarısız olmaya düşünce dünyanın etkisi büyüktür. Eksikliğini duyduğunuz bir şey varsa bunun nedeni doğru düşünmemekten kaynaklanmaktadır (Saygın, 2016: 38).

Mevlana'nın “*iyi şeylerden başka bir şey düşünme!*” dediğini iddia eden ve yukarıda aktarılan kendi düşünceleri ile bağlantılar kuran Saygın gibi diğer yazarlar da sıklıkla sadece düşünce gücüyle her şeyin yapabileceği bir evren tasarımı öte yandan isteklerin gerçekleşmemesi durumunda sorumlu bir birey tipi inşa etmektedir. Birey sorunlarının kökeni birtakım dışsal mekanizmalarda, ekonomik ve sosyal yapılarda değil de kendi içinde aramalıdır. Birbiriyle uyuşmayan bu konular ve tasarımlar,

isteklerini zihninde yeterince gerçekmiş gibi canlandıramamış, duasından şüphe etmiş sorumlu bir birey etrafında döner: *“Hedefinizi gerçekten tüm kalbinizle dilediniz mi? Çok az da olsa şüphe duyuyorsanız hedefe ulaşmak için gücünüz yeterli olmayacaktır”* (Saygın, 2016: 121), ya da *“duayı göz ucuyla bile takip etmemek”* (Koşar, 2017: 31) gerekmektedir. Olur da arzu ve dualar gerçekleşmez ise bu bireyin kendine, evrene ya da Allah’a güvenmediği içindir: *“Senin güvenin zayıf ise Allah ne yapsın?”* (Koşar, 2017: 99).

İncelenen metinlerdeki göze çarpan bir başka muhafazakâr motif, modernitenin getirdiği bireysel sorunlardan ve anlam krizinden hareketle kendilerine bir meşruiyet alanı oluşturmaya çalışmaları, daha “sahici” değerlere, manevi anlam örüntülerine ve geleneksel bilgelik tekniklerine vurgu yapmalarıdır (Alşan, 2015: 37, 38, 170, 176, 186, 184, 192; Koşar, 2017: 163, 192; Özüak, 2017: 24, 30, 156; Saygın, 2016: 9, 10, 12; Sezer, 2011: 15-29). Burada modern hayatı reddeden bir tavır değil, onun bireysel yaşama, insan ilişkilerine, dinsel yaşantıya yönelik tahribatını törpülemeye çalışan bir tutum göze çarpar. Bu tutum muhafazakârlığın geçmişle kurduğu araçsal ilişki (Çiğdem, 1997: 33) tavrıyla da örtüşmektedir.

Zaman zaman kanaatkârlığı, tevekkülü, maddi olana mesafelenmeyi yücelten dozunda bir Sufi ahlaktan beslenen söylemler de vardır: *“Tasavvufta ilk ders kaybetmekten korkmayı bırakmaktır. Kaybetmenin dışında yeni bir şey de istenmemelidir”* (Özüak, 2017: 81). Bu dünyanın geçiciliğini vurgulayan ifadeler de sık sık yer verilir. *“Biraz tefekkür edersen bu dünyanın aslında bir hapisane olduğunu idrak edebilirsin”* (Koşar, 2017: 43) gibi ifadelerin yanında *“servet ve güç edinmeye yönelik her türlü çaba ise gönlümüzü yağmalar ve bizi manevi olarak yoksullaştırır”* (Alşan, 2015: 170) gibi ifadelerle de yaşama kaygı ve bencillikle yaklaşmaktansa sevgiyle yaklaşmanın tasavvufta önemli bilgelik durumu olduğu dile getirilir (2015: 186, 205, 207). Ya da *“mutluluğun anahtarının”* (Saygın, 2016: 98) şükretmek, sahip

olunanlarla yetinmek olduğu söylenir ama düşünce gücü yöntemleriyle tasavvufi bilgelik teknikleri melezlendirilerek dünyevi arzu ve isteklerin gerçekleştirilebileceğine dayanan, istemenin gücünü yücelten bir evren tasarımı da inşa edilir (Saygın, 2016: 38). Buna benzer alçakgönüllüğü çağrıştıran ifadelerin incelenen kitaplarda metnin aralarına serpiştirilmesi genel bir eğilimdir. Bu tutum tasavvufu merkeze alan bir kişisel gelişim kitabı için stratejik bir meşruiyet kaynağı olarak düşünülebilir ancak metnin paradoksal, çelişkili yanını da açığa çıkarır. Bir yandan istememek, maddi yaşam ile araya mesafe koymak, vazgeçmeyi bilmek gibi tasavvufi davranış örüntüleri yüceltilir, öte yandan istemenin ve arzulanmanın gücüne inanmak, bunun için dua etmek, evrene olumlu mesajlar göndererek istekleri gerçekleştirmek gibi davranış örüntüleri öğütlenir.⁵⁹

Metinlere göre tekâmül ve tevekkül ve teslimiyet manevi kişisel gelişimin yürüyeceği ana yollardır: *“Bana sorsalar ben hayatın anlamını bir tekâmül yolculuğu olarak değerlendirirdim. Tekâmül bir pişmişlik halidir”* (Özüak, 2017: 48). Bu yolda acılardan dersler çıkarmak olgunlaşmanın, sabrın ve “engin bir deneyimin” kaynağı konumundadır: Esas olan *“Yaşamak değil, yaşantılamak; denemek değil, deneyimlemektir”* (Alşan, 2015: 144). *“Yaşamdaki engellerin ve zorlukların mucizevî öğretmenler olduğunu asla unutmamalıyız”* (74). Yazara göre bunun tek bir şartı vardır: *“bu fırsatları tecrübeye dönüştürüp”* onları *“rehber edinmektir”* (216). Tecrübeyi değerli gören muhafazakâr bakış (Yakın ve Bektaş, 2009: 7) varlığını bu yolla da sürdürür.

⁵⁹ Örneğin Koşar, okuyucuya bir yandan dua etmeyi, isteklere kavuşmak için dua edip bırakmayı öğütlerken bazı yerlerde çelişkili bir şekilde “istememeyi” yücelten ifadelere başvurur: “sabır istersen bela peşinden gelecektir” ya da sağlık istersen hastalık onun yanından ayrılmayacaktır” (2017: 84). Eğer yeterince istersen dua edersen her şey olur yönünde olumlu bir yaklaşımla, olumlu şeyler talep etmenin getireceği kötü durumlar, kitaptaki çelişkiler yumağının en net ifadelerinden biridir. Aynı paradoksa *Metropol Dervîşi*'nde de karşımıza çıkar. Bir yandan çekim yasaından, olumlu düşüncenin gücünden sık sık bahseden yazar (2017: 37, 81) hemen akabinde tasavvufta istememenin çok erdemli bir davranış olduğundan, söz eder (2017: 81). *Sufî Terapî ile İyileşmek* kitabında ise iyiliğin, bir beklentisizlik hali, adanmışlık durumu ve “her oluşu hayra yol açan bir teslimiyet” (2015: 197) olduğu söylenirken başka bir ifadeyle “her ne koşulda olursa olsun, yaşamda kendimize fırsatlar yaratmamız”, “bugünden yarına yatırım yapmamız” (69) gerektiği ifade edilir.

Metinler için maddi olana, dış dünyaya mesafelenmek, içsel olanı ve manevi tecrübeyi yüceltmek için gerekli bir ötekilik konumu olarak düşünülebilir. Bu yüceltilmiş içsel yaşantı vurgusu da dışsal olana karşı apolitik bir tutum üretmekte zaman zaman da politik güce itaati öngören, dışsal koşullardan memnuniyetsizliğin gereksiz olduğunu dile getiren konformist bir gerçeklik algısı da önermektedir. Charles Taylor'un ifade ettiği gibi (2011: 52) kendini gerçekleştirme kültürü, bir yandan çoğu kişinin kendilerini aşan konuları unutmasına, yeni konformizm biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açar, öte yandan bir kimlik arayışına egzotik ruhçuluğu, maneviyat biçimlerini bir sığınak olarak da sunar. Tasavvufi kişisel gelişim kitaplarında bu sığınağın aşkın gücü zaman zaman aşkın bir teslimiyetle “tam bir tevekkül hali ile Allah'a sığınma” şeklinde kurulur: “*Artık üzerindeki yükü bıraktın. Artık sorumluluk sen de değil, onu Rabb'ine verdin. Şimdi rahatça gözlerini kapatıp uykunu da uyuyabilirsin*” (Koşar, 2017: 12).

Politik yaşama karşı mesafeli bir konumlanış muhafazakârlığın kültürel kodlarıyla da uyumlu bir tavidir. Muhafazakârlıkta kamusal hayat öncelikle politik değil, kültürel bir mahiyete sahiptir. Muhafazakârlık mahrem alan önemli mevzi olarak yüceltirken, devletin otoritesi de saygı uyandıran bir konum olarak kavrar (Öğün, 2003: 556-557). İncelenen metinlerde de politik eylemlilik halini değersizleştiren, apolitik hali yücelten bir maneviyatçılık dili göze çarpar. Politik yenilikleri değil, “içsel devrimleri” önceleyen “muhafazakârlık yeniçağ ruhiyatçılığının” (Yakın ve Bektaş, 2009: 16) *Suficesini* ve yerel popüler kültür metinlerini oluştururlar.

İnsan kaderine isyanda, acıya isyanda... hayat karşıma ne getirirse getirsin kaderimi severim yaradandan ötürü. Sen vuku bulanı, acıyı gerçek sanıyorsun. Oysa bir düştür gördüğün, uyanırsa göreceksin fakat derin bir uykudasın. Ne diyor Mevlana: “Hayat bir uykudur, ölünce uyanır insan (Koşar, 2017: 73).

Toplumsal değişimleri değil, bireysel değişimleri önceleyen kişisel, kolektif olarak anlamlı bir şeylerin yapılabileceğine dair, siyasal iradenin tek başına radikal bir değişikliğe sebep olamayacağına dair ifadelerle “evrenselleştirilmiş uyum çağının”

(Bauman, 2011a: 73) kültürel ürünlerini oluştururlar. Bu durum popüler kültür ürünlerinin toplumsal realitenin içinde kalmaya ikna edici, onu değiştirmenin umutsuzluğu ve gereksizliğini üretici⁶⁰ (Oskay, 2016) yanıyla da örtüşmektedir: *“Payına düşene razı olmuyorsun, daima egon, nefsin ön planda. Hırsın ve memnuniyetsizliğin seni derece derece küçültüyor”* (Koşar, 2017: 110). Metinlerde genellikle yeniliğe, değişime ve “özgürlüğe” yapılan vurgu ise sadece bireysel bir değişimi içermekte, yeni bir bilinç, bilgelik, manevi konum şeklinde kavramsallaştırılmaktadır: *“Nerede olursak olalım, ne yaparsak yapalım gerçek özgürlük içseldir ve hissedişle ilgilidir”* (Özüak, 2017: 87). Bir sonraki başlıkta işleneceği gibi bu yenilik söylemi bazı metinlerde neoliberal bir değişim söyleminin tasavvufi motiflerle işlenmiş hali olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Kişisel gelişim anlatıları toplumsal eşitsizlik ve baskı mekanizmalarını görmezden gelirken, öğretisini insancıllaşma ve sahicilik ve hayatın önemsizliği gibi kavramlarla estetize etmekte, teslimiyeti boğun eğmeyi ve politik eylemsizlik halini retorik olarak da yüceltmektedir (Özdemir, 2007: 245; Rimke, 2000: 61-62): *“Bu yüzden hiçbir şeyi kafana takma sadece zamana bırak zaman en iyi nadastır. Sadece şuna önem vermeni istiyorum yaşadığın her an varoluşunun değerini hisset”* (Özüak, 2017: 33). İncelenen metinlerde sosyal, ekonomik, politik mekanizmalardan etkilenmeyen, yapısal şartlardan kopuk bir öznellik anlayışı vardır. Kişisel problemlerin kaynağında, birtakım sosyal, politik ve ekonomik sebepler değil, içsel, psikolojik dinamikler aranmaktadır. Kişinin mutsuzluğunda, huzursuzluğunda, anlam krizinde modernite bir günah keçisi olarak kurulmakta fakat onun yapısal sonuçlarıyla alakalı mücadeleye yönelik politik, eleştirel bir tutum da önerilmemektedir. Önemli olan

⁶⁰ Oskay popüler kültürdeki “bestseller” in konformist içeriğini tartışırken, bu kitapların bir yandan var olana uyumlanmayı kolaylaştıracak davranış kalıpları ürettiğini fakat aynı zamanda topluma uyumlanmanın yarattığı doyumsuzluğu, ezikliği de telafi edici yarı mistik bir anlatım kullandığı dile getirir. Bir yandan verili duruma konformist bir dahil oluşu yücelten öte yandan ise bu uyumlanmanın yarattığı acıları azaltacak fantazyalar oluşturan, kendi içinde bir “özgürleşim” söylemi üreten bu semantik düzlem incelenen kitaplarda da sık sık karşımıza çıkar (2016: 136-137).

“farkındalığı modern yaşamın bir gerekliliği” olarak kabullenip modern “derviş” olabilmektir (Özüak, 2017: 43): “Bu yüzden kirli olan hayat değil, zihindir. Ben insanların kalplerine doğru ilerlemelerinden yanayım. Çünkü toplum insanı daima yüzeye yönlendirdi. Manadan uzaklaşmaya, özümüzden ayrılmaya başladık” (Koşar, 2017: 142).

Bu noktada popüler kültür ürünlerinin bir diğer özelliğini de hatırlamak gerekir. Toplumsal gerçekliğe duyulan kırgınlık, inançsızlık ve karşıtıklardan beslenen ve bunu “çok satabilmenin” bir yöntemi olarak kullanan popüler ürünler, bunu yaparken var olan gerçekliğin fark edemediğimiz olumlu yanlarını da unutmazlar. Bu iki boyutlu sunma biçimi, bir yandan realiteden sızlanan, şikâyet eden ama ona karşı bir muhalif tutum önermeyen, kabullenmemiz gerektiğini söyleyen ya da direnişçi bir tutumun olabileceğine zaten inanmayan bir özellik sergiler. (Oskay, 2016: 154-155). Böylece var olanı meşrulaştırma, toplumsal olanı kabullenme ve reel hayatı çoğunlukla olduğu gibi tekrarlama gibi konformist eğilimleri ile metinler, popüler kültüründeki hegemonik rıza üretiminin yerli spiritüel kaynaklarını oluştururlar. Elbette anlam metin ile okuyucu arasında dinamik bir süreçte inşa edilir ve anlamın tek belirleyicisi metin değildir. Fakat metinlerde Adorno’nun ifadesiyle (2016: 111) “genel eleştirisiz bir uzlaşım”ın yüceltiildiği ifadeler sıklıkla yer almaktadır:

- *Hocam geleceğe dair kaygılarım var, işlerim çok iyi ama bir gün batarsam çocuklarımın rızkını kim verecek, onlara ne olacak?*
- *Bu nasıl soru? Bu ne saçma bir soru? Ne sorduğunun bile farkında değilsin.*
- *Seni her yeni günün sabahına çıkarıyorsa Rabb’in rızkını hazırlamış demektir. (Koşar, 2017: 126).*

Mesele burada düğümlenmektedir, zira kişinin kendisine eğilmesi, benliğine yönelmesi, ontolojik sorularına cevaplar araması ya da kişisel yetersizliklerden arınmaya çalışması anormal değildir. Mesele kişisel gelişim kitaplarında ötekini, toplumsalı, dışarıyı önemsizleştiren bir öznellik kültürünün yaratılıyor olmasıdır. Çünkü

“sosyal ve politik dünyaya ilgisizlik içinde kendini merkeze koyan birey için kendini gerçekleştirme, bir paradokstur” (Paker, 2011: 93).

3.2.1.1.4. Neoliberal Bilgelik

İncelenen kitapların bazılarında, şirket değerlerini, başarmayı, bireysel farklılığı, esnekliği, verimliliği ve uyumlu olmayı telkin eden bir maneviyat dili de göze çarpar. Daha önce belirtildiği gibi sosyal adalet ve refah yerine kişisel anlam örüntülerini üreten kitaplar, maddi kültürü, neoliberal bir toplum ve birey anlayışını, piyasanın talep ettiği çalışma etiği ve çalışan özelliklerini tasavvuf öğretisiyle harmanlamaya çalışır. Başka bir ifade ile maneviyat hem iş verimliliğini, hem işe sadakati ve piyasa değerlerini yeniden üretmek üzere bir kaynak vazifesi görür. Bireysel gelişimin teşvik edildiği maneviyat öğretilerinin yanında kurumsal değişim ve ilerlemeler için de potansiyel bir kaynak olarak kullanılan tasavvuf öğretisi, kapitalist, neoliberal değerler içine boca edilmekte, paradoksal bir şekilde materyal değer ve amaçların hizmetine koyulmaktadır.

J. Carrette ve R. King ‘in “kapitalist ruhsallıklar” adını verdikleri bu faydacı ve araçsal maneviyat biçim ve içerikleri, şirket amaçlarını teşvik eden bir ruhsallık dilinin yanında, kendini gerçekleştirme amacı ve endişesini de ekonomik düzenin daha etkili ve verimli çalışabilmesi için bir yöntem olarak sahiplenir (2005: 20). Arzunun disipline edilmesi yerine, karlılığı, verimliliği artırmanın, kişisel gücü ve başarıyı tesis etmenin yolu olarak inşa edilen bu maneviyat içerikleri, dini alana yapılan kapitalist istilayı yansıtır, popüler kültürdeki nesneleşen, maddi kültürle harmanlanan, faydacı bir niyetin hizmetine sokulan dini sembol içeriklerin yaygın görünümüne de sergiler. Tasavvufa ait içerikler bir yandan yabancılaşmış bireylere hizmet eden formüllere diğer yandan neoliberal değerlerle bilgelik tekniklerinin iç içe geçirildiği çelişkili popüler içeriklere dönüştürülür. Maneviyat dili var olan ekonomik sistemi de besleyen bir kaynağa

dönüşür, Erich Fromm'un ifadesiyle "Tanrı iş ortağı olur" (Akt. Carrette ve King, 2005: 24).

Yaşadığımız neoliberal momentte, neoliberalizm sadece bir ekonomik sistem ve ideoloji olarak ele alınmamalı, Micheal Foucault'un "yönetimsellik" olarak tanımladığı, iktidar ilişkilerinin, bu ilişkileri doğrulayan akılsallık, belirli teknik ve usuller aracılığıyla teşvik edilen öznelliklerin birbirine dolaymlandığı bir düzlemde kavranmalıdır (Aksu, 2015: 72). Başka bir ifade ile yaşamı, her türlü eylemleri girişimci tercihlere çeviren ve bireyleri girişimci özneler olarak kuran neoliberalizm, yönetimsel bir rasyonalite olarak görülmelidir. Yani neoliberal düzen hem sistemsel bir yönetim hem de bireylerin kendi kendilerini sisteme göre yönettikleri "kendilik tekniklerinin" iç içe geçtiği bir iktidar ve düzen mekanizmasıdır. Dolayısıyla neoliberalizm, sadece piyasa ilişkileri bağlamında değerlendirmemeli, yaşamın tüm alanlarına sızan bir gerçeklik olarak kavranmalıdır. Buna göre neoliberal bir öznellikten ve toplumsal durumdan bahsederken; kendisinin girişimcisi olan bir birey tipinden ve eşitsizliğin, güvencesizliğin, esnekliğin, belirsizliğin bireyselliğin arttığı; modern siyasal kurumların çözüldüğü, birey ile siyasal kurumlar arasındaki bağın ve toplumsal ortaklıkların gevşemeye başladığı bir durumdan söz edilir (Özkazanç, 2009: 262- 263; Etlinger ve Hartman, 2015: 37-38; Aksu, 2015: 67; Dardot ve Laval, 2012: 158-160).⁶¹

Değerlendirilen metinlere sızan bu neoliberal görüş, yeni çalışma şartlarına uyumu, rekabet ilkelerini, bu koşullara uyum sağlayacak bir esneklik ve verimlilik (hem kişisel hem kurumsal) söylemini üreten satır aralarından, uzmanlaşmaya ya da var olan uzmanlıkları piyasa koşullarına göre değiştirebilecek bir değişim ve yenilikler repertuarı üzerinden açığa çıkar. Esnek üretim koşulları uzun vade yok sloganıyla istikrarsızlığı ve

⁶¹ Neoliberalizmin tarihsel ve ekonomik seyri hakkında kapsamlı bir çalışma için bkz. Dardot, P. and C. Laval (2012), *Dünyanın Yeni Akli: Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yay.

belirsizliği üretilip “karakter aşınmasına” (Sennet, 2002)⁶² sebep olurken, manevi anlatılar hem bu aşınmalara bir ilaç olarak sunulmakta, zaman zaman da bu sistemi yeniden üreten ruhsal kaynaklar olarak kullanılmaktadır.

Örneğin *Metropol Dervîşi* kitabında yazar, spiritüel farkındalık yöntemleriyle ruh ve madde arasında bağ kurmaya çalıştığını dile getirir (2017: 25), gerçek bilgeliğin hem içeride hem de dışarıda olan bitene karşı uyanık olmak anlamına geldiğini öne sürer: “*Ya seküler ya spiritüel olmak zorundaymışız gibi saçma ve görünmeyen bir kural koymuş sistem. Hâlbuki gerçek bilgelik hem içerin hem de dışarıda olan bitenin farkında olabilmektir*” (32). Dışarıya dönük bu bakış, iş hayatında başarılı olmanın, koşullara uyum sağlamanın, fark yaratmanın ve esnek olmanın yöntemleri olarak sunulur. Sevgi ve farkındalık başarının ruhsal kaynakları olarak işe koyulur: “*Bu aktiviteler kişiye farkındalık kazandırır. Farkındalık da olgunluk. Olgunluk beraberinde uyum getirir ve firmalar uyumlu çalışanları sever... Farkında olan kişi hem içeride hem dışarıda fark yaratır*” (2017: 43).

Evrende görünmeyen ipler vasıtasıyla her şeyin birbirine bağlı olduğunu söyleyen yazar, eğer aşkta, işte, para kazanmada başarılı olmak istiyorsak, evrendeki bu iplerin ahengine uyum sağlamamız gerektiğini dile getirir (109-111), ve “başarının kokusunu almadığımız ortamda fazla kalmamaya” da dikkat etmemizi öğütler (112). Burada piyasa değerleriyle uyumlu esnekliğe, sürekli değişime ve uyum kabiliyetine yapılan vurgu göze çarpar, başarı önemli bir kimlik kriteri olarak sunulur. Bunun yanında, kişinin sürekli kendisini farklılaştırarak, “sürüden ayrılarak”, manevi kişisel

⁶²R. Sennet *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerine Etkileri* (2002) adlı çalışmasında güncel üretim modelleri ve iş hayatındaki dönüşümleri baba oğul hikâyesi üzerinden çözümler. Ona göre Yeni kapitalizm kültüründe, esnek üretim modeli birey üzerinde yeni bir karakter aşınmasına, vasıfsızlaşmaya yol açar. Bu yeni çalışma düzeni ve etiğinde İş zamanının ve mekânının esnekleşmesi üretimde esnek yapılanmalar, aynı zamanda iktidarında esnekleşmesine merkezsizleşmesine de yol açar. “Uzun vade yok” sloganıyla işleyen yeni kapitalist düzen bir yandan yoğun bir belirsizlik, istikrarsızlık ve güvencesizlikler üretirken; geçici yüzeysel ilişkiler ve benlikler de yaratmaktadır (2002: 11). Zira esneklik koşulları bireyden her ortama uyum sağlamasını talep etmekte; akışkan, her zaman değiştirilebilir olma özelliği ile “insanın karakterini süregiden bir anlatıya dönüştürmesini” engellemektedir (2002: 30)

gelişim teknikleriyle “doğru ata oynayarak” çalışma koşullarını, iş tatmini ve ücretini önemli ölçüde belirleyebileceği öne sürülür (113, 120).

Çalıştığı koşullarda mecburiyetten çalışan, tazminat yükü altında olan okuyuculara, risk almaları gerektiği, sevmedikleri işlerde çalışmamaları, değişimden korkmamaları gerektiği söylenir. Zira yazara göre “firmaların içini mutsuz çalışanlar kirletir” (2017: 124, 128). Bu durumda birey tasavvuf öğretisi ve diğer bilgelik tekniklerini bir mutluluk kaynağı olarak benimsemeli, bu sayede kurumsal olarak zararlı, faydasız özelliklerinden sıyrılmalıdır. Günümüzde her şeyin büyük bir hızla değiştiğini ve geliştiğini dile getiren yazar, büyük firmaların da bireylerin de bu değişim sürecine ayak uyduramadıklarında yok olup gideceklerini ifade eder. Değişime ayak uydurmak ve dengeyi bulmak için önerdiği manevi yöntem ise mevcut koşullar için ısrar etmemektir. Yani belirsiz piyasa koşullarına karşı esnek olmaktır; sürekli değişime, girişimciliğe ve hıza açık olmaktır. Buna göre birey manevi olarak da akışkan olmayı öğrenecek, “olgunlaşacak” piyasanın talep ettiği nitelikleri de karşılamış olacaktır (132-133).

Evrendeki her şeyin değişim halinde olduğunu, bu değişimin iş hayatındaki tezahürlerini izlememiz gerektiğini söyleyen yazar, “bütün meselenin evrenin formüllerini anlayarak” kendimize uyarlamamız da bittiğini iddia eder. Evrenin işleyişini çözmek yönündeki mistik bir arayışı, piyasa mantığına uyarlar. Ayrıca yazara göre bereket, akışkan olmaktır: “*Müşteriyi mağazanın bir köşesinde ikna edemiyorsanız eğer başka bir köşeye götürün ve orada tekrar ikna etmeye çalışın. Bulunduğu yeri değişen müşterinin yeni yerinde ikna olma ihtimali daha yüksektir*” (129-130). Burada görüldüğü gibi yazarın bir değişim retoriği olarak öne sürdüğü değerler, piyasa yörüngesinde işleyen karlılık ve manipülasyon teknikleridir. İnsan ilişkilerine dair de araçsalcı bir tutum metinde şöyle karşımıza çıkar: Yazar, tasavvufi yöntemlerle algılamayı yönetmeyi, ikna mühendisliğini de başarabileceğimizi dil getirir, bir süfi

geleneği olan kendini tanıma sanatını, başkalarını da tanımayı sağlayan ve onları yönlendirmeyi kolaylaştıran bir metot şeklinde yeniden formüle eder. Yazarın kavramsallaştırmasında, insanın kendini tanınması, başka kişileri de tanımayı getirecek, böylece ikna ve yönlendirme mekanizması daha “sağlıklı” çalışacaktır (2017: 201-202).

Aynı araçsal tutum Oğuz Saygın’ın kitabında da düşünce yönetimi ile sağlanmaya çalışılır. Mevlana’nın hikâye ve eğretilmelerini verimli, esnek, büyük düşünebilen bireylerin başarıyı yakalama yöntemleri olarak sunar. Örneğin *Mevlana’nın “Elinde, zenginlik ve yetenek olarak ne varsa, isteyerek, düşünerek elde etmedin mi ?”* sözünden hareketle (2016: 21), büyük düşünmenin yetenekli, başarılı insanların işi olduğunu ifade eder:

Büyük düşünmek akıllı, bilgili ve yetenekli insanların işidir. Bu özelliklere sahip olmayan kişilere büyük düşünmeyi öğretmek çorak topraktan verim almaya çalışmak gibidir. Her şey düşüncede başlar, çünkü önce bir şey düşünürsünüz, ancak ondan sonra harekete geçersiniz. Mevlana Mesnevi’sinde; ‘Önce fikir, sonra iş gelir. Ezelden beri âlemde yaratılışın hükmü böyledir’ diyerek ne kadar büyük düşünebilerseniz, o kadar büyük işler başarabilirsiniz mesajını vermektedir (2016: 22).

Cesur olarak, risk alarak bütün zorlukların üstesinden gelinebileceği dair düşünceler çeşitli kıssalar (Fatih Sultan Mehmet’in fetih hikâyesi) ve tanık olunan kişisel başarı hikâyeleri eşliğinde yinelenir (22-25): Çünkü ona göre “*Hayat ya cesur bir tecrübedir, ya da bir hiç!*” tir (25). Doğu felsefesinin ana kaynağında olumlu düşünce sisteminin yattığını belirten yazar, iş dünyasında da bu yöntemin verimliliği artırıcı bir faktör olarak kullanılabileceğini tekrarlar (36). Neoliberal ideolojinin başarı, verimlilik, esneklik taleplerine, Mevlana’nın hikâyelerini uydurarak, bu maddi kültürü ruhsal kaynaklarla yumuşatmaya çalışır. Yazar’a göre sadece iş hayatında değil, yaşamın diğer alanlarında da başarılı ve farklı olabilmek için kişi kendi potansiyelinin ve yaratılıştan gelen özelliklerinin farkında olmalı ve Mevlana’nın “*Kişinin değeri nedir? Aradığı şeydir! Eğer sen, can konağını arıyorsan, bil ki sen cansın. Eğer bir lokma ekmek peşinde koşuyorsan, sen bir ekmeğsin. Neyi arıyorsan, sen onun*” (122)

sözlerine kulak vermelidir. Mevlana'nın aslan, kurt ve kurnaz tilki arasında geçen hikâyesinden⁶³ “esnek olmak bir olay veya bir durum karşısında mantık çerçevesinde alternatifler düşünüp içlerinden en uygun olanını seçmektir” (130) sonucunu çıkarıp hemen ardından “İş Dünyasında Mantıklı ve Esnek Olmak” diye bir başlık açar ve şunları dile getirir: “*Mantıklı ve esnek olmak özellikle iş dünyasında çok önemlidir. Çünkü iş dünyasında çözülmesi gereken problemler, çatışmalar ve rekabet vardır. Bu sorunlarla baş etmek ancak mantıklı ve esnek insanlarla mümkündür*” (2016: 133). Metinlerdeki buna benzer tavır ve ifadeler başarı ve performans, rekabet gibi kavramlarla yerleşik-egemen olanı meşrulaştırırken bunu tasavvufi düşüncelerle aklamaya çalışır.

Öte yandan yazar, şartlar ne olursa olsun kişinin istedikten sonra her şeyi değiştirebileceğini söyler. Amerikan işletmecilik kurallarını (belirgin, ölçülebilir, ulaşılabilir, gerçekçi, zamana bağlı olmak) düşünsel, manevi bir yöntem olarak da kullanılabileceğini, hedefe ulaşmak için hepsini eksiksiz yerine getirilebileceğini ifade eder. Bunun sonucunda uyumun, yeteneğin, başarının ve elbette başarısızlığında tek sorumlu bireydir. (212-216). Bu özne konumu neoliberal görüşte yaygın olan “her şeyden sorumlu bir birey” mitine de denk düşer: “*Birçok başarısızlığın sorumlusu tereddüt, inanmamak, bilinçaltının başarısız olma endişesidir. Kişi kendi düşüncelerinin ürünüdür. Mevlana; ‘ Sen düşünceden ibaretsin’ derken bize bunu hatırlatmıyor mu?’*” (111). Metinler, bu “her şeyi yapabilirsiniz” mitini dünyevi zevklerden el çekme gibi din motifli pratiklerden kurtararak “dünyevi arzular içinde geçerli kılan ve bunu yoğun tüketici etkinliğinin itici gücü olarak” (Bauman, 2013: 269) konumlandırarak da besler.

⁶³ Kitaptaki Mevlana'dan aktarılan hikâyeye göre, aslan, kurt ve tilki birlikte avlanmaya çıkarlar ve bir süre sonra bir dağ öküzü, bir dağ keçisi ve bir tane de tavşan yakalarlar. Aslan kibir ve gururla kurda avları paylaşmasını emreder. Kurt da adil bir paylaşım yapmayı isteyerek en büyük avı yani öküzü aslana, keçiyi kendisine, tavşanı da kurda vermek ister. Ancak aslan kurdun bu paylaşımında rahatsız olur ve “ben varken kendine nasıl pay istersin” diyerek kurdu öldürür. Sonra paylaşım işi için tilkiyi çağırır. Kurdu başına gelenlerden hayli tedirgin olan tilki aslana “ey efendim, bu yaban öküzü sizin sabah yemeğinizdir. Keçi, siz kralımızın öğle yemeği için de çok güzel bir yahni olur. Tavşan ise size akşam yemeği olur” der. Aslan bu paylaşımından dolayı çok memnun olur ve tilkiye böyle “adaletli,” paylaşımı nereden öğrendin diye sorar. Tilki” kurdun başına gelenlerden öğrendim deyince” aslan “madem ders aldın” diyerek tüm avları tilkiye verir (2016: 130).

Müphemliğin her yana sızdığı bu neoliberal düzende, günden güne artan belirsizlik ve güvencesizlik koşulları bireyselliği de iyice arttır, geleceği belirsiz hale getirir. Böylece şimdiki zamanı yaşama dürtüsü iyice yerleşmekte bu da gelecek tahayyüllerin yokluğuna, siyasal iradelerin azalmasına, eylemlilik haline inançta zayıflamaya sebep olmaktadır. Kendini geliştirme, tasarlama ideali böyle bir düzende yerleşiklik kazanır (Bauman, 2011a: 70-71):

Hastalanmaları halinde bunun sebebi sağlık rejimine uymakta kararlı ve yeterince gayretli olmamalıdır. İşsiz kalmaları halinde bunun sebebi, bir iş görüşmesinden başarıyla çıkma becerilerini öğrenememeleri ya da bir iş bulmak için yeterince gayret göstermemeleri ya da tek kelimeyle işten kaçmalarıdır. Kariyer beklentilerinden emin olmamaları ve geleceklerini düşünerek acı çekmeleri halinde, bunun sebebi dost kazanma ve insanları etkileme konusunda yeterince iyi olmamaları ve kendilerini ifade etme başkalarını etkileme sanatlarını öğrenmeyi başaramamış olmalarıdır (2011a: 63).

Neoliberallerin radikal bireycilik ve girişimcilik anlayışı ile neo muhafazakârların aile, din, gelenek gibi kurumlara yaptığı vurgunun içe içe geçtiği yeni sağ düşüncede de aktif özne, girişimci, çalışkan, sorumlu olarak kurulurken hegemonik mücadeleden dışlanan kesimler devlete bağımlı, sorumsuz, tembel, asi olarak konumlandırılır. Bu düzende “asli” birey statüsüne yükselmenin yolu, bireyin sürekli kendi üzerinde çalışmasına, girişimcilik ve bireyselleşmeyi bir hayatta kalma stratejisi olarak kabullenmesine bağlıdır. Kendi kendini inşanın, kendine yeterli olmanın zorunlu bırakıldığı düzende vatandaşlığın siyasal ve iletişimsel ve sosyal anlamına da zedelenmektedir. Böylece yeni sağ, kamusal alanın depolitizasyonunu da derinleştirir. Burada vatandaşlığın aktif özelliğini belirleyen şey, bireysel başarı, girişim kültürüne adaptasyonu ve kişisel performansdır. Yani devlete yük olmayan “kendi başının çaresine bakan” girişimci bireylerdir. (Özkazanç, 2009: 262-265; Aksu, 2015: 82-84).

Bu neoliberal ve muhafazakâr birey özelliklerinin açık bir biçimde harmanlandığı diğer kitap *İşin Sırrı Mevlana'dan Öğütlerle İş Hayatı & Tasavvufur*. Tasavvuf öğretisinin iş hayatında verimlilik, karlılık, rekabet, esneklik, yönetici ve çalışan ilişkilerinde kalite ve saydamlık sağlayacak bir kaynak olarak kullanıldığı bu

kitabın incelenen diğer kitaplardan farkı, daha spesifik bir amaç için yazılmış olmasıdır. Kitap, genelde tasavvufun özelde ise Mevlana'nın fikirlerini örgütsel amaçlar ve kurumsal başarı amacıyla bir yönetsel "bilgelik" kaynağı olarak kullanır. Tasavvuf felsefesinin şirket amaçlarını yüceltme, zenginlik ve para kazanma yolunda nasıl sembolik ve araçsal bir kaynağa dönüştüğünü sergiler. İşletme amaçları için zengin bir tasavvufi geleneğe başvuran yazar, tamamıyla keyfi bir dil içerisinde konuşmakta, "hammaddesi" olan tasavvuf öğretisini istediği gibi eğip bükerek neoliberal formüller üretmektedir.

Örneğin Mevlana'nın Fihi Mafih adlı eserinde geçen, padişah ve havuz hikâyesini⁶⁴ patronu padişaha benzeterek, çalışanları da havuz kenarındaki çeşmeler olarak resmederek yeniden formüle eder. Buna göre patron için en önemli şey padişah gibi hâkimiyet kurmak, çalışanlarını "temiz ve berrak suyuyla besleyerek" marka ve kurum sadakati yaratmaktır (Sezer 2011: 69-70). Ya da *karanlığın arkasında kaldı diye güneşi yok saymamaya* ilişkin kıssayı piyasadaki "sisli" öngörülemez kriz durumlarına bağlayıp kriz yönetimine dair stratejiler sunar (2011: 105). Başka bir örnekte de Mesnevi'de anlatılan birlikte ava giden aslan, kurt ve tilki arasındaki iktidar, boğun eğme, kurnazlık gibi ilişkilere dair hikâyeyi⁶⁵ yazar şu şekilde yeniden formüle etmektedir:

Aslan değişimi, teknolojinin gücünü simgeliyor. Kurt ise bu gücü unutarak kendi doğrularıyla hareket edip, sonunda yok olmaya sürüklenen aymazı simgeliyor. Durumu görüp akıllı davranan tilki; etrafındaki koşulları dikkatle gözleyip, gereken davranışı sergileyen, gücü önemseyip ona teslim olmadan onu yöneten akıllı kişiyi simgeliyor (2011: 90).

Metinde, iş hayatı ve piyasadaki hâkimiyet ilişkilerini meşrulaştıran, patronluk otoritesini doğallaştıran buna benzer ifadeler çok sık rastlanır. Performans ve başarı gündelik hayattaki ilişkileri belirleyen, kurum içi veya dışı iletişime de ikna

⁶⁴ Yazar hikâyeyi şöyle aktarır: "Padişah havuza, havuzdaki suya benzer. Adamları da havuzun etrafındaki çeşmelere, lülelere benzer. Eğer havuzdaki su temizse çeşmelerden, lülelerden temiz su akar" (Sezer, 2011: 69).

⁶⁵ Aynı hikâyeyi Oğuz Saygın kitabında iş hayatında esnek, mantıklı ve uyanık olmak şeklinde yorumlamıştı. Hikâye için bkz. S. 131, dipnot: 63.

çerçevesinde sızan ilkeler haline bürünür. Yine Mevlana'nın yetenekli varlıkların kötü niyetli insanların arasında ve yerlerde değersiz kılınacağını anlattığı, *iyi uçan kuşun kanadını kesmemekle* ilgili hikâyesini yazar, “yetenekli insanları işe almak, yeteneksizlerden uzak durmak” şeklinde yorumlar (2011: 92). Bu tavır her şeyden sorumlusu birey anlayışını yeniden üretirken, yetenekli olabilmenin ardında yatan kimi yapısal faktörleri de görmezden gelmektedir. Bu üst perdeden konuşan tavrıyla yazar, “yeteneksiz” olmanın, dezavantajlı gruba dâhil olmanın, eşitsiz bir toplumsal durumda ne anlama geldiğini gizlemekte var olan iktidar ilişkilerini de doğallaştırmaktadır.

Mevlana'nın kişiyi nefsiyle mücadeleye davet ettiği hikâyeleri de kişinin başına ne gelirse gelsin kendi eksikliğinden kaynaklandığı yönündeki düşüncelerle tercüme eder: “*Başına her ne gelir ise durup dururken değil, senin bir sebebin yüzünden gelmiştir. Kimi zaman bu sebep çok açıktır, kimi zaman da gizlidir*” (2011: 110). Bu hikâyenin kurumsal açıdan anlamı ise şudur:

Yanımızdaki ya da karşımızdaki, rakip veya paydaş kim olursa olsun şirketimizin hal ve tavrından etkilenecektir. Eğer şirket strateji gereği rekabete yükleniyorsa, örneğin fiyat düşürüyorsa, rakip daha da etkili bir indirimle gidebilir. Veya rakip bir şirketin müşterisi alınıyorsa en kısa zamanda benzeri karşı bir atak beklenmelidir. Ya da ortada hiçbir sebep yokken pazarda zorluklar baş gösteriyorsa, örneğin nakit darlığı, vb, hemen geçmiş kararlarınızı inceleyin. Mutlaka bu sonucun bir sebebi vardır ve içinizdedir (2011: 110)

Mevlana'nın “her şey dünde kaldı ne varsa düne ait, şimdi yeni şeyler söylemek lazım” sözü ise yazara göre, çalışan ve kurumlar için daima yenilenmenin, yerinde saymamanın, her geçen gün karlılığı arttırmaya yönelik hedeflerin ve stratejilerin metaforudur. Başarı denilen şey de böylece sürekli yeniliğe doğru koşarak, her an girişimci halinde olarak, “yeni şeyler söyleyerek” zenginlikle eşitlenmiş olur (2011: 143-145). Burada bireyin her şeye her an hazır olmasının, piyasayla birlikte esneme kabiliyetine açık olmasının, belirsiz piyasa koşullarında akışkan ve uyumlu davranabilmesinin yüceltiildiği ya da bireyin kendi üzerinde çalışmasının teşvik edildiği neoliberal görüşe denk düşen bir tavır göze çarpar Rekabet olabildiğince öne çıkarılır,

doğallaştırılır, başarı kişiselleştirilir. (Sennet, 2002; Bauman, 2011a). Yine Mesnevi’de geçen *düşmanın sözlerine aldanma* öğüdünü yazar şöyle eğip bükmektedir:

Düşman, yani rakip! Dost, yani paydaş! (...) Rakip kavramını ister kişisel ister kurumsal temelde ele alalım fark etmez. Diğerini de hakeza öyle! Şimdi burada esas olarak dikkat edilmesi gereken nokta rakipten öğrenmek, ama rakibe kanmamak gerektiğidir. Çünkü iş dünyasında esas mesele rakibi alt etmektir (2011: 136).

Kitapta iş dünyasının, piyasanın talep ettiği verimli, uyanık, akıllı çalışanlar; güçlü, başarılı, lider yöneticiler yetiştirme hedefinde olan bir tutum benimsenir; iş yerinde uyumu, ekip çalışmasını arttıracak iknaya ve manipülasyona dayalı iletişim anlayışı üretilir, kurumsal kültürü ve imajı yüceltecek, rekabet koşullarında ayakta kalacak, piyasanın belirsiz ve esnek yapısına uyum sağlayacak örgütsel stratejiler için yukarıda olduğu gibi onlarca yeniden tasarlanmış bilgelik hikâyeleri işe koyulur. “Belirli bir karakter gücü, yani düzensizlik içerisinde yaşayabilecek cesarete sahip, kayboluşun ortasında gelişebilen insan gücü”ne (Sennet, 2002: 150) manevi ekler takılır. “Kaygan bir benlik ve sürekli oluş halindeki bir kolaj, tam da kısa süreli iş deneyimlerine, esnek kurumlara ve sürekli risk almaya uygun koşullar” (Sennet, 2002: 152) olarak yeniden üretilir.

Burada bu yeniden inşa edilen hikâyelerin hepsine teker teker yer vermektense ortak olarak söylenebilecek şey, dini bir geleneğe ait kavram ve içerikleri, materyalist değerleri yücelten, kurumsal amaçlar ve piyasa değerleri için bir anlatı evreni olarak talan eden, onun hammaddesinden cımbızlayarak neoliberal ideolojiye uygun öznellikler üretmek suretiyle yeniden inşa eden faydacı, araçsal ve çelişkili bir tutumun göze çarptığıdır. Eşitsizliğin, rekabetin doğal sonucu olarak görüldüğü, piyasa mantalitesinin doğallaştırıldığı bu metinler son kertede güvencesiz, dağılık, merkezless neoliberal düzene ruhsal kaynaklar sağlamak üzere işe koyulur. Sevgi, sadakat, hoşgörü gibi hem duygulara hem de tasavvuftaki benzer kavramlara sık sık gönderme yapan metinler, karlılık, satış, rekabet gibi piyasa dağarcıklarıyla iç içe geçmiş bir maneviyat

söylemi üretir; muhafazakâr, neoliberal anlayışa “duygusal kapitalizm” (Illouz, 2011) anlayışı ile destek sağlar.

Maneviyat iyi hissetme faktörüyle iş verimliliği ve sadakati arttırıcı bir formül olarak yeniden inşa edilirken, değişen iş gücü taleplerine esnek ve eklektik çözümler öneren neoliberal görüşlerle yeniden çerçeveslendirir. Sonuçta, tasavvuf felsefesi, Kuantum bilgeliği⁶⁶, çekim yasası, düşünce gücü, ruhsal enerji, evrenin birliği gibi kavramların iç içe geçmekte, bu eklektik anlatı zaman zaman piyasa konseptiyle yeni bileşimler oluşturmaktadır. Tasavvufun da geleneksel metafizik bir alan ve meşruiyet kaynağı olarak işe koyulduğu bu metinler, çoğulcu, zaman birbiriyle çatışan, çelişen fikir ve tekniklerle “her şey gider” yönünden postmodern bir retoriğe işaret etmektedir.

3.2.2 Bir Tüketim Alanı Olarak Tasavvuf Endüstrisi: Mevlana ve Mevlevilik Örneği

Çalışmanın bu bölümünde, tasavvufa ait sembol, pratik ve motiflerin tüketim kanallarındaki aldığı biçimler, eklemlenmeler, yeni formüller şeklindeki görünüşleri Mevlana ve Mevlevilik örneği üzerinden sergilenmeye çalışılacaktır. Bu bölümdeki sorunsallarımızı şöyle sıralayabiliriz: Bir önceki bölümde işlendiği gibi herhangi bir metne ve dünya görüşüne kolayca eklemlenebilen tasavvuf, görsel kültürde, tüketim pratiklerinde de her kalıba sokulabilen bir imgeye dönüşmüş müdür? Tasavvuf felsefesi ve imgeleri Mevlana ve Mevlevilik özelinde, popüler kültürün değişik alanlarında hangi düzenlemeler ve düzlemlerde karşımıza çıkar? Mevlevilik kültürü görselliğin her yanı kuşattığı bir kültürel yapıda payına düşeni nasıl alır? Mevlana ve Mevlevilik kendinden başka her şeye dönüşmüş bir ruhani kaynak olarak piyasada nasıl işlenir, nasıl klişe imgelere, sembollere dönüştürülür, stereotip kalıplara dökülür? Popüler kültürün

⁶⁶ Kuantum bilgeliği, Zen öğretisi ve tasavvufu harmanlayan çeşitli kitaplar da mevcuttur. Örneğin Yalkın Tuncay'ın *Kuantum Tasavvuf* (2015); Ahmet Gürbüz'ün *Zen ve Tasavvuf Işığında Kendini Bilmenin Yolu* (2008) gibi kitaplar da araştırma sürecinde taranmış fakat kişisel gelişim formatından çok genel bir inceleme formatında yazıldıkları için analize dâhil edilmemiştir.

Mevlana'ya düşkünlüğü, tüketim kültürünün, kapitalist mekanizmaların ve ruhsal eğilimlerin iç içe geçtiği bir düzlemde nasıl anlaşılır? Bu yaygınlığı, daha önce de tartışıldığı gibi dini kimlikler pazarı (Bkz. Narova-Yaşın, 2003) olarak mı yoksa dini kimliği aşan daha heterojen bir yansıma olarak mı kavramalıyız? Bu sorulara cevaplar ararken Frankfurt Okulunun, simgesel biçimlerin, kültürel ürünlerin pazara yönelik üretildiği, piyasa dinamiklerine göre düzenlendiği yönündeki görüşleri (Adorno, 2016; Adorno ve Horkheimer, 2016), Jameson'un postmodern kültüre yönelik tartışmaları (1994; 2005), Jean Baudrillard'ın "hipergerçeklik" yaklaşımları önemli bir düşünsel çerçeve sağlar.

Frankfurt Okulu düşünürleri sanat ve kültür ürünlerinin meta olmak dışında bir varoluş şansının kalmadığını, sanatın özgürlüğünün piyasa ekonomisi tarafından kuşatıldığını dile getirmekteydiler. Dine ait sembol ve pratikleri de bir kültürel yapı olarak kavradığımızda Mevlana ve Mevleviliğe ait sembol ve pratiklerin tüketim kanalları ve piyasa içerisindeki yerini bu düşünsel çerçeve ile daha net anlayabiliriz. Kültürel ve sanatsal motiflerin bir meta formu içerisine dâhil edilmesi Frankfurt Okulu düşünürlerine göre sanatın eleştirel, özgür ve özerk yanını buharlaştırmakta, modern toplumda gerçek ve kopya arasındaki ayrımı azaltmakta, sanat ve kültür ürünleri diğer ticari metalarla aynı varlık alanında yan yana gelip homojenleşmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2016: 59, 69, 94; Dellaloğlu, 2014: 111-114). Öte yandan kitle iletişim araçları, sadece sanatı değil, felsefe, din, siyaset gibi kültürel alanları da ticari anlayışla bağdaştırmakta, gerçeklik değerinden öte bir değişim değerine indirgemektedir (Marcuse, 1997: 51).

Sanatın ve kültürün bir meta formuna, piyasada pazarlanabilir bir tüketim nesnesine dönüşmesi kavramsallaştırmasından yola çıkarak; piyasanın, çeşitli tüketim kanallarının tasavvufa dair biçimlerle dolması, söz konusu dini kültürel biçimlerin, kendi içinde bir gerçeklik olmasından ziyade, başka bir gerçekliğe, kendi bağlamından

ve ait olduğu yerden, felsefesinden ve tarihinden kopmuş bir gerçekliğe dönüşmesini akıllara getirir.

Kutsalın meta olarak popüler kültürün çeşitli alanlarında yerini alması, piyasanın yeni kanallar arayarak varlığını sürdürmesi yönündeki eğilimiyle de anlaşılır gözükmemektedir. Zaten Mevleviliğe ait simge, ritüel ve pratiklerin diğer tasavvuf ekollerine göre daha zengin bir görünüm sergilemesi, daha zengin görsel, simgesel kaynaklarının olması piyasanın bu alana sızmasını kolaylaştırmakta, bu kültürel değerleri tüketim pratiklerinde daha rahat metalaşmış nesnelere çevirebilmektedir. Öte yandan genelde tasavvufun özelde Mevlana'nın birçok kesime hitap edebilecek söylemi ile piyasanın potansiyel bir kaynak olarak bu alana yönelmesi arasında böyle de araçsal bir ilişkinin olduğu düşünebilir. Dolayısıyla tüketim dallarında tasavvufi öğelerin en çok Mevlana ve Mevlevilik etrafında yoğunlaşması böyle rasyonel bir gerekçeye dayandırılabilir.

3.2.2.1 Popüler, Kültürel, Ekonomik Bir İmge - İkon Olarak Mevlana ve Mevlevilik

Grekçede “eikon” kökünden gelen “ikon” sözcüğü kendisine karşı yoğun bir bağlılık duyulan ve eleştirisiz saygı gösterilen nesne anlamına gelir (Oskay, 2000: 180). İkonların temelde benzer işlevleri vardır ancak günümüzdeki popüler ikonlar eski çağlardaki ikonlarla benzer yanlara sahip olsa da çoğu özellikleriyle onlardan ayrılırlar. Popüler ikonlar oldukça ucuz, fazlaca yaygın, özgün gibi görünmelerine rağmen her yerde aynı özü taşıyan özelliklerle biçimlenir. Ucuz olmalarını sağlayan şey ise bir seri imalat yöntemiyle üretiliyor olmalarıdır. Örneğin İsa heykelleri, ünlü pop sanatçılarının posterleri, ya da bireyin aidiyetlerine gönderme yapan rozetler birer kültürel ve popüler ikonlardır; bu ikonlar zaman zaman küçük biçim değişiklikleriyle daha özgün bir ikona da dönüştürülmeye çalışılır. Popüler ikonların bir diğer yeniliği de eski ikonolojilere göre

çok daha kısa ömürlü olmaları, kendilerine kalıcı bir saygı gösterilmeyişidir. Bu sebeple birer popüler ikon olan en ünlü yıldızlar, en çekici giyim tarzları, yeniliğine her an yitirebilir, yerlerini hemen başka ikonlara bırakabilir (2016: 266-267).

Popüler kültürün sıkça kullandığı bir ikonu olarak Mevlana ve ona dair biçim ve içerikleri düşündüğümüzde Oskay'ın popüler ikonlara yönelik bir diğer düşüncesini de hatırlamak gerekir. Her şeyin hızlıca ve fazlaca değiştiği bir toplumsal durumda ikonlar da kutsallıklarından sıyrılmış, kutsal yanından soyutlanmış, insan düzeyine indirgenmiş bir hale bürünürler. Günümüzün bu sekülerleşmiş popüler ikonları eskiyi ve yeniye bir arada barındırır. Bireylerin eski ve yeniye dair anlamlar arasında bağlar kurabilmesini sağlarlar. Öte yandan popüler ikonlar hem ölümlü hem ölümsüzdürler; can damarları arkalarındaki endüstri desteğidir, o destek kaybolduğunda ya yok olur ya da başka biçimlere dönüşürler. Popüler ikonlar hızlıca değişir, değişmeyen şey ikonun kendisi değil, ikona olan gereksinimdir (Oskay, 2000: 181-184; 2016: 267).

Mevlana'nın popüler kültürdeki, tüketim kanallarındaki ikonik dolaşımına bakıldığında popüler ikonların "laikleştirilmiş bir metafizik" (2016: 268) özelliği biteviye göze çarpar. Mevlana ve Mevlevilik kültürüne dair görüntüler bir yandan kutsallığa gönderme yapan ancak bir o kadar da kutsallığından, metafiziğinden, bağlamından ve felsefesinden koparılmış ikon ve imgeler⁶⁷ düzeyinde dolaşıma girer. Burada elbette modern ya da geç modern dünyanın her şeyi ikonlaştırmasının; dünyevi, kutsal ya da kültürel kaynaklardan ikonlar yaratmasının manipülatif yanını unutmamak gerekir. Tüketim kanallarında kullanılacak otantik, farklı ve geleneksel kültürel formlar şeklinde "potansiyel" kaynağa dönüşen Mevlana imgesi, bir "roman kahramanı", "kişisel gelişim piri" olduğu gibi; "aforizma ikonu", "felsefe ikonu", ya da bir turizm ve pazarlama metası olarak da popüler kültürün çeşitli kanallarında

⁶⁷ İmge, John Berger'in tabiriyle "yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan kopmuş ve saklanmış bir görünüm ve görünümler düzenidir" (1995: 9-10).

tüketilir. Oldukça yaygın, tanıdık fakat bir o kadar da yüzeysel bir temasla, klişelerle, stereotiplerle dolaymlanır, popüler, kültürel ve ekonomik bir imgeye dönüşür.⁶⁸

Mevlana'nın popüler bir imge ve ikon düzeyindeki dolaşımı, onun gündelik hayata temas eden, insanı merkeze alan, evrensel bir yaygınlığa ve üne erişen mesajlarıyla birlikte düşünüldüğünde söz konusu endüstriyel desteği aşan bir popülerliği de barındırmaktadır içinde. Her ne kadar yukarıda değinilen eskiye ve yeniye dair bileşimlerin, popüler bir ikon olarak Mevlana düzeyindeki yansımaları, modern bireyin manevi ihtiyaçlarının, fantazyalarının ve tasavvuf felsefesinin yan yana durması şeklinde gözlemlenirse de Mevlana'ya ve Mevleviliğe dair popüler ilginin dinamiklerini salt piyasa mekanizmalarıyla, onun tarafından üretilen pratiklerle açıklamak yetersiz kalabilir. Böyle bir konumlanış zaten popüler kültürün birtakım ihtiyaçlardan, özelemlerden ve fantazyalardan türeyen yapısıyla da uyumsuz. Mevlana'nın yurtiçinde ve yurtdışında, özellikle Batıda yükselen, merak uyandıran, sahiplenilen ve satan bir değer olarak görünürlüğünün dinamiklerini söz konusu ülkelerdeki maneviyata, spiritüalizme yönelik modaların, akımların, arayışların yaygınlaşmasında da aramak gerekir.⁶⁹ Ancak bugünün fantezilerini, ihtiyaçlarını ve eğilimlerini uyaran her imgenin tüketilebilir olduğu (Gürbilek, 2014: 23) düzen söz konusu olduğunda Mevlana ve

⁶⁸ Görsel kaynaklar için bkz. Ekler

⁶⁹ Mevlana'nın dünya çapında çok sayıda hayranı olmasıyla birlikte son yıllarda özellikle ABD'de Mevlana'nın şiirleri milyonlarca satmakta, ABD'nin en popüler "şairlerinden" biri haline gelmektedir. Mevlana'nın eserleriyle, hayatıyla ve fikirleriyle uğraşan birçok Amerikalı yazar, akademisyen ve düşünürün göre, Mevlana'ya ait eserlerin ABD'de bu derece yaygınlaşmasının benzer nedenleri var. Onlara göre Mevlana'nın aşka, ayrılığa, yaşama ve ölüme dair mesajları ve şiirlerinin gücü birçok kişiye hitap edebilecek, etkileyebilecek özelliğe sahiptir. Zamanı ve kültürleri aşan, gündelik hayatın sıradanlığına içinde yaşamı, aşkı ve heyecanı yücelten bir şair olarak görülmesi; okuyucuya doğrudan hitap eden tarzı, gündelik yaşama dokunan imgelemi, iyimser, hoşgörülü ve kapsayıcı üslubu bu popülerliğin sebepleri arasındadır. Amerika'da yaptığı çevirilerle adeta "Rumi Rönesansı"na başlatan Coleman Barks'a göre (çevirileri dünya çapında 2 milyon satan, 23 dile çevrilmiş yazar) Mevlana'nın günümüze kadar ulaşmasında mesajlarındaki tazelik, derin özlem ve bilgelikle yoğrulmuş şakacılık yatmaktadır. Öte yandan dinlerin yarattığı mezhep çatışmalarına ve sınırlara son vermek isteyen eğilime Mevlana güçlü bir karşılık vermektedir (Ciabattari, 2014:). Mahmut Erol Kılıç'a göre de genelde tasavvufun özünde Mevlana'nın ileri kapitalist toplumlarda ya da tüm dünyada karşılık bulmasının sebebi, İslam'ın en "evrensel" yanını yansıtıyor olması, insana yaklaşımının ve bakışının onu esas alan ve "özüne hitap" eden tarza sahip olmasıdır. Kılıç, tasavvuf ve Mevlana'nın evrenselliği yakalamasındaki nedenlerden birini de "birlik ve birleştirme üzerine" bir felsefe, anlam inşa etmesi olarak düşünür. Zira son 20 – 25 yılda Batıdaki maneviyatçılık akımlarına 1980'lerden sonra Kuzey Afrika'dan, Hindistan'dan ya da Anadolu'dan gelmiş sufiler aracılığıyla tasavvuf da dâhil olmuş, spiritüel pazarda yerini almıştır. Bir diğer boyut radikal ve siyasal İslam'a alternatif olarak, İslam'ın hoşgörülü ve mistik yanını yansıttığı düşünülen tasavvuf felsefesinin politik bir söylem olarak da kullanılmasıdır (Kılıç, 2014: 41-42 ve 53).

Mevleviliğe dair içerikler de piyasanın çeşitli yerlerinde tüketilebilir anlamlar, hazlar ve göstergeler silsilesi olarak yerini alır. Yani piyasa bu ilgiyi birebir yaratmayabilir ancak var olan ilgiyi sürekli, düzenli ve yaygın kılabilmeyen araçlarını sunar; onun farklı biçimler ve içeriklerle dolaşımında olmasını sağlar; kaynağını kaybetmemek için yeni formüller üretir.

Görüntünün, görselliğin ve imgelerin çağdaş bir tahakküm kazandığı, hayatın, kültürün ve toplumsalın her yanına akın ettiği bir kültürel ve toplumsal durumda; gerçekliğin ve imgenin arasına çizgi çekmek de zorlaşır, imge gerçek olanın, özgün olanın yerini almaya başlar (McRobbie, 2013: 33). Bu doğrultuda popüler Mevlana ve Mevlevilik imgelerini, görsellerini, sembol ve pratiklerini, imgenin her şey olduğu, her yere sızdığı böylece gerçeğe olan isteği de azalttığı bir kültürel yapıyla da birlikte düşünmek gerekir. Başka bir ifade ile bir imge bolluğu içerisinde bir şeyi sınırsız bir dolaşım zincirine dahil ederek “çoğaltmak” aynı zamanda onu çoğaltarak “azaltmak” anlamına da gelebilir.

Çünkü imgelerin ve görünüşlerin bolluk evreni olarak popüler kültür, imgeleri her an ulaşılabilir kılarak, cazibeyi, gerçekliğe özlemi yok eden bir özellik de barındırmaktadır içinde. Bu noktada yaygınlık ve çokluk gerçekliğe teması azaltabilir, yakın olduğumuzu düşündüğümüz şeyleri uzak kılabılır, imgelerin bu fazlalığı gerçekliğe teması engelleyen bir yanılsama da yaratabilir (Büker ve Özsoy, 2009: 59). Mevlana’yı ve Mevleviliği popüler kılmak, cazibeleştirme, imgelemsel ve görsel bir tüketimle dolaylılamak; görselliğin yüzeye ve görünüşe yoğunlaştırıcı yanıyla da uygun düşer.

Bu noktada popüler kültürdeki önemli bir öge olarak karşımıza çıkan “gelenek” unsuruna da değinmek gerekir. Hall’un belirttiği gibi gelenek kültür içerisinde sabit bir kategori olarak değerlendirilmemelidir. O değişik pratik, söylem ve konularla eklemlenip, yeni anlamlar ilişkiler ağı kazanır. Bu doğrultuda popüler kültürdeki

gelenek öğelerinin sürekli bir bağlanma, eklemleme ilişkisi içerisinde olduğu, böylece dinamik bir süreç ile değişerek, farklı anlamlar, bağlamlar kazanarak var olduğu görüşü, popüler kültür içerisinde aynı zamanda geleneğe ait bir kültürel biçim olarak tasavvufun ve özelde Mevlana'nın ve Mevleviliğin görünümüleriyle epeyce uyumludur (1981: 227). Öte yandan popüler kültürel biçimlerinin bu sabitsizlik hali, onun konumunun da değişken olabileceği gerçeğiyle örtüşür. Başka bir ifade ile şu an popüler olan içerik ve biçimler sonraki yıllarda derin bir nostaljik malzeme haline gelebilir, moda olma halini yitirebilir (1981: 235). Bu bağlamda tasavvufa ve özelde Mevlana'ya yönelik popüler ilginin değişebilir olduğunu, bu güçlü ivmelenme halinde bir azalış ve artış olabileceğini unutmamak gerekir. Şu an için güçlü bir ilgiye, akıma, moda dönüşmüş olan tasavvuf ve ona dair formların popüler kültürdeki yaygınlığı, söz konusu "gelenek" anlayışı, yankılandığı toplumsal alan tarafından ve piyasa mekanizmalarıyla etkileşim halinde popülerliğini epey koruyacak gibi gözükmektedir.

Mevlana ve Mevlevi kültürüne dair birçok popüler imge, yazılı ve görsel kültürdeki paketlenmiş şemalar, semboller ve içeriklerin 2007 yılının UNESCO tarafında Mevlana yılı olarak ilan edilmesinden sonra iyice popülerleştiği gözlemlenebilir. Mevlana'ya ve Mevleviliğe dair imgelerin, romanlardan, kişisel gelişim anlatılarına, medyadan internet sitelerine ve sosyal paylaşım ağlarına, çeşitli müzik ve video kliplerden, belgesel ve televizyon programlarına kadar dört bir yanda dolaşımda olması ve her geçen gün giderek çoğalması, piyasaya çekilmiş pop tasavvuf sektörüne dair genel bir tablo çizer.

Örneğin sosyal paylaşım sitelerinde Mevlana'ya ait sözler, Mevlevilik kültürüne ait semboller, içerikler bir furya halinde dolaşıma sokulup paylaşılır. Mevlana'nın yedi öğüdü, sevgiye, aşka, insana, dostluğa ve yaşama yönelik sözleri görselleştirilmiş metinlerle, semazen, ney, tefekkür halindeki derviş imgeleriyle birlikte bir aforizmalar yığınına dönüşür. Yapılan ufak bir taramada görülebileceği gibi yüzlerce

görselleştirilmiş Mevlana sözü paylaşılmaya hazır kalıplar halindedir. Mevlana ve Mevlevilikle ilgili, onlarca facebook ya da twitter sayfaları açılır, bloglar ve gruplar oluşturulur, sadece kutsal olana referansla değil, kişisel hırs, dostluk, aşk ya da kırgınlıklar gibi dünyevi ilişkilere de eklemenebilen sözler kültürel fragmanlar şeklinde yayılır. Son kertede kutsal ve profanın iç içe geçtiği içeriklerle spekülative kültürel biçimler şeklinde, popüler bir ilginin muhatabı olur. Öte yandan bu sözlerin çok büyük bir kısmında kaynak gösterilmediği gibi, kes yapıştır mantığı ile oluşturulmuş bağlamsız alıntılar, cımbızlama yöntemiyle bir araya getirilmiş şablon sözler, ya da Mevlana'ya ait olmayan sözlerin onunmuş gibi lanse edildiği içerikler,⁷⁰ genelde tasavvufun özelde Mevlana ve Mevleviliğe dair içeriklerin sosyal medyada aldığı genel biçimlerdir.

Bu noktada Mevlana'nın popüler bir imge olarak dolaşımında olması aslında “yananlamsal olarak Mevlana'nın gerçek anlamda var olmadığına ya da yokluğuna ilişkin bir tahayyüldür”. Bu “tahayyül” klişe imgelerle, kalıplarla, içerikleri boşaltılmış şemalarla dolaşıma sokularak gerçekleştirilir (Büker ve Özsoy, 2011: 52).

Mevlana ve Mevlevilik etrafında örgütlenen bir başka alan, onun ekonomik ve kültürel bir imge olarak üretildiği turizm sektörüdür. Kültürün ve ekonominin iç içe geçtiği, kültürün bağlam ve çıktıklarıyla ekonomik bir nitelik taşıdığı öte yandan özgünlük, otantik ve farklılıkların önemli birer ekonomik öğeye dönüştüğü günümüzde, kültürel ve toplumsal belleğe ait önemli şahsiyetler önemli birer metasal kaynak konumundadır. Nasreddin Hoca, Mevlana gibi toplumsal belleğe ait önemli figürler, kültür piyasasında ve turizmde imgesel düzeyde kullanılan, kente ya da ülkeye anlam katan, kimlik veren, onun markalaşmasını sağlayan birçok kültürel ve ekonomik üretim faaliyetlerine kaynaklık sağlayan bu bağlamda ekonomik bir “rasyonaliteye” sahip olan kültürel figürlerdir (Özdemir, 2008: 11-20). Burada Mevlana'nın kültürel belleğin önemli imgelerinden biri olarak kültür ekonomisi temelinde kullanılmasına dair ayrıntılı

⁷⁰ Sosyal medyada Mevlana'ya ait olmayan sözlerin kullanımı hakkında bir röportaj için bkz. <http://www.haber7.com/roportaj/haber/968412-o-sozler-mevlanaya-ait-degil> Erişim: 25.05.2017

bir tartışma bu çalışmanın sınırlarını aşacağından, onun nasıl turistik, folklorik bir metaya ya da kaynağa dönüştüğüne dair genel bir fotoğraf ile yetinmek yerinde olacaktır.

Mevlana ve Mevleviliğe dair söz konusu ekonomik rasyonalitenin işlediği, faydacı tutumların göze çarptığı alanlardan biri olarak Konya'daki ya da diğer yerlerdeki Mevlana pazarına, turizmine bakılabilir. Mevlana'nın bir markalaşma faktörü olarak kullanıldığı, fırından berbere, pastaneden, restoran ve mangal evine, kasaplardan otellere, hediyelik eşyalardan şekerine kadar her yerde karşılaşılabilecek bir ticari işletme adı, ürün ismi ve anı nesnesi olarak yer aldığı bu görünüm, onun kültürel bir miras olarak sahiplenilmesinin ve korunmasının ötesinde bir endüstri kolu değerlendirildiğine de işaret eder. Mevlana ve Mevlevilik sadece isminden dolayı bile potansiyel pazar alanı konumundadır. Sembolleri, ritüelleri, musikisi bu pazarı besleyen, canlı tutan kaynaklardır.

Öte yandan Mevlana ve Mevlevi kültürü, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan tanıtım filmlerinde yurt içi ve yurt dışına yönelik bir tanıtım ve uluslararası halkla ilişkiler kaynağı, kentsel ve ülkesel bir markalaşma aracı olarak da kullanılmaktadır. Hazırlanan tanıtım filmlerinde birçoğunda Mevlevi ritüelleri, semazen, ney, sema törenleri gibi semboller, folklorik unsurlar olarak, gelenekseli daha cazip ve çekici hale getirmenin turistik kaynakları konumundadır.⁷¹

Bu noktada Önay Sözer'in teknik çoğaltımın geleneksel sanatlara (Karagöz ve Hacivat) yıkıcı darbeler vurduğuna dair görüşlerine değinmek gerekir. Sözer, Walter Benjamin'den hareketle tekniğin olanaklarının geleneği yeniden canlandırdığını dile getirir, ancak turistik metaya ya da ideolojiye dönüşmek şartıyla. Örneğin turistik bir metaya dönüşmeyen Karagöz sanatı yavaş yavaş yok olmaya terk edilmiştir. Öte yandan dini objelerin teknik çoğaltımları, estetik bir isteğin ötesinde, ideolojik anlam katmanının

⁷¹ Mevlana ve Mevleviliğin görsel olarak temsil edildiği T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan tanıtım filmleri için bkz. <http://www.tanitma.gov.tr/TR,132462/turkiye-tanitim-videolari.html>
Erişim: 25.05.2017

da ifadesidir. Fakat burada asıl önemli olan şey, -ahşap, cam, porselenler üzerine tasvir edilmiş Mevlana, ney, semazen figürlerinden oluşan hediyelik eşyalar; biblolar, resimler ve tablolar, tahta kaşıklar, mumlar, anahtarlar, çantalar, küpe, kolye, yüzük gibi süs eşyaları vb. ürünlerle- turistik metaya dönüşenlerin de “ideoloji ve turizm maskesi altında yaşayan din objelerinin kazandıkları mal değerine” işaret etmesi ve var oluş amaçlarından sapan, taklit ya da kopya olan, kaynağından esintiler taşıyan ama onun kötü kopyalarından öteye geçemeyen bir metalaşma sürecine dahil olmalarıdır (Sözer, 1977: 12-13'den akt. Büker ve Özsoy, 2009: 53-54).

Mevlana'nın her yorumu kucaklayan yaklaşımını, her metne kolaylıkla eklemenebilen bir sevgi ve hoşgörü ikonu haline getirmek geç kapitalizmin kültürü olan postmodernizmin (Jameson, 1994; 2005) bulanıklığına, muğlâklığına da uygun düşen bir eğilimdir. Ya da onu turistik, folklorik bir ikon haline getirmek, pazarlama ürünlerinde, reklamlarda, moda defilelerinde, semazen gösterilerinde kendi gerçekliğine ve felsefesine uygun düşmeyen bir kaynak olarak kullanmak, kültürün ekonomileştiği, metasal bir karakter sergilediği ve piyasa denklemine göre şekillendiği küresel bağlamla da epeyce uyumludur. Sürecin yerel siyasi ve ekonomik sacayağını ise Türkiye'deki “muhafazakâr demokrat” politika ile neoliberal süreçlerin iç içe geçişi, melezlenişi üzerinden okuyabiliriz. Mevcut siyasal iktidarın dini konum olarak durduğu nokta, tasavvuf felsefesine pek yakın bir özellik sergilemese de tasavvufun piyasalaşması, pazar payı içerisinde yerini alması, söz konusu politik ve ekonomik süreçlerin etkileşimi, akışkanlığı üzerinden de değerlendirilmelidir. Tasavvufun yeni bir pazar, alternatif bir İslami-dini pazar olarak yatırım yapılan bir alana, endüstriye dönüşmesi, söz konusu politik söylemlerin ve piyasa anlayışının yaygınlaştığı konjonktürel zeminle de açıklık kazanır. Pazarın ihtiyaçlarına yönelik üretilen bu pop tasavvuf biçimlerinin en manipülatif yanı Mevlana ve Mevlevi kültürü üzerinden sergilenir.

3.2.2.1.1. Mistik Pazarlama ve Reklam Kaynağı Olarak Mevlana ve Mevlevilik

Mevlana ve Mevleviliğe ait sembol, imge ve içeriklerin (ney, semâzen, derviş, semâ, şiir, söz vb.) çeşitli ürünlerin pazarlanmasıyla ve reklamlarda kültürel, otantik ve mistik kaynak olarak kullanılmasıyla oluşmuş bir Mevlana ve Mevlevilik pazarı (marketing) söz konusudur. Kutsalın pazarlama ve reklam alanındaki metalaşmasına dair örnekler Mevlana ve Mevlevilik üzerinden bakıldığında, irili ufaklı pazarlama ürünlerinden, Mevlana ve Mevlevilik eksininde tasarlanmış çeşitli ürünlere, reklamlarda mistik, kültürel ve yerel bir kaynak olarak kullanılan Mevlana ve Mevlevilik imgelerine rastlanır. Söz konusu pazarlama alanına ve tüketim nesnelere dair somut örnekler geçmeden önce, reklam, pazarlama ve mistik ya da kültürel öğeler arasındaki ilişkiye kısaca değinmek yerinde olacaktır.

Dini simgelerin reklamlarda ve pazarlama alanlarında kullanılmasında, bu simgelerin satın alma davranış üzerindeki etkilerine dair çalışmalar, mistik öğeler içeren ürün ve reklamlar ile tüketici arasında oluşabilecek aidiyet duygusuna dikkat çekmekte bu bağın da tüketim edimine neden olabileceğini göstermektedir. Ayrıca mistik öğelerle süslenmiş ürünlerin bir merak ve cazibe duygusu yaratabileceği, markaların çeşitli dini ritüel ile bir araya getirilmesinde hem aidiyet duygusunu ve markaya bağlılığı pekiştiren bir yanının olduğu iddia edilmektedir (Akova, 2011: 120 ve 138-140). Mevlana ve Mevlevilik özelinden sunulan mistisizm ürünlerinin de pazarlama anlayışı içerisinde böyle bir anlamı olabileceği gibi, sembolik, simgesel ve içerik olarak zengin bir kaynak repertuarına da sahip olması pazarlama ve reklam sektörünün bu alanı potansiyel bir dini-mistik kaynak alanı olarak yönelmesini kolaylaştırdığı söylenebilir. Genelde tasavvuf özelde Mevlana üzerine yoğunlaşan popüler bir trend ile popüler kültürün bu eğilimden beslenerek çeşitli formlar, içerikler meydana getirişi arasındaki ilişki, pazarlama ve reklam alanının da bu eğilimle aynı ilişkisellik içerisinde devam

etmektedir. Başka bir ifade ile tasavvufa ve Mevlana'ya yönelik popüler bir ilgi, pazarlama ve reklam alanı tarafından araçsal olarak değerlendirilmekte, bu ilgiden beslenmektedir.

Zaten reklamı da “kültürel bir metin” olarak kavradığımızda, iletilerinin kültürel sembolleri, fikirleri içermesi ve toplumsal etkileşimlerle atıfta bulunması kaçınılmazdır. Reklam sadece materyalist ve maddi motivasyonlar üzerinden değil, maddi dünyanın eksik kaldığı alanlar üzerinden, kültürel değer, imaj, dil üzerinden de oluşan metinler inşa eder (Dyer, 1982; Pollay, 1986 ve Hay, 1989'dan Akt. Dağtaş, 2003: 86-87). Öte yandan reklamın kültürel bir olgu olarak kültürel değerlere yönelmesi, geleneksel değerleri “idealize” etmesi son yıllardaki yaygın eğilimlerden biridir (Dağtaş, 2003: 88). Mevlana ve Mevleviliğin de bir kültürel, geleneksel ve dini değer olarak reklam ve pazarlama alanı tarafından kullanılmasında böyle bir reklam ve kültür etkileşimi olabileceği olabilir fakat dini değer ve simgelerin oldukça profan bir zeminde yeniden tasarlanmasına olanak tanıyan kapitalist reklamcılık mantığını da gözden kaçırmamak gerekir. Bir karlılık potansiyeli olarak dini anlamlar ve inançlar gibi dini sembol ve imajlarda piyasada vitrine çıkmakta, alınır satılır bir meta olarak nesneleşmektedir.

Mevlana ve Mevlevilik ekseninde tasarlanan ve pazarlanan ürünlere göz atıldığında çok çeşitli bir ürün yelpazesi karşımıza çıkar. Çeşitli alışveriş sitelerinde (www.gittigidiyor.com.tr; www.hepsiburada.com.tr; www.amazon.com.tr; www.osmanlidüyasi.com, 23.05.2017) onlarca irili ufaklı firma tarafından satılan Mevlana ve Mevlevilik temalı ürünler şunlardır: Mevlana figürleriyle süslenmiş demir ve eski kâğıt paralar, pullar, Mevlana ve semâzen figürlü anahtarlıklar (gümüş, metal, pirinç kaplamalı), çantalar, teneke kutular, buzdolabı süsleri ve magnetleri, ahşap, gümüş, pirinç kaşık ve çatalar, bardak, kahve ve fincan takımları, tabak ve kibrit kapları, kül tabakları, rozetler, saat çeşitleri, yatak odası ve salonları süsleyecek Mevlana tabloları (yedi öğütten oluşan, çeşitli sözlerden oluşan tablolar ya da Mevlana

ve semâzen figürlü tablolar), duvar süsleri, biblolar, Mevlana ve semâzen “kokulu” biblolar, şekerler (nikâh, düğün, mevlit şekerleri), altın ve gümüş kolyeler, yüzükler, bilezikler, bileklikler, küpeler, takı setleri, sabunlar, halı, perde, vazo ve lambalar, telefon kılıfları, tesettürlü kadınlar için tasarlanmış Mevlana etek ve gömlekleri, diğer kesimler için tasarlanmış Mevlana'nın sözlerini ve imgelerini içeren T-Shirtler, gömlekler ya da tespihler, kalemler, mumluklar vd.

Evleri süsleyen dekorlar, bedenleri süsleyen aksesuarlar, gündelik hayatı kolaylaştıran çeşitli ürünler ve hatıra nesnelerinde somutlaşan imgelerle oldukça geniş bir ürün skalasına sahip Mevlana ve Mevlevilik pazarı, her geçen gün eklenecek yeni ürün ve tasarımlar ile canlılığını devam ettirecek gibi gözükmektedir. Pazarlama ürünlerinde somutlaşmış dini semboller, seküler bir market tarafından dağıtılan bu mistik-dini temalı ürünler, meta olarak kutsalın Mevlana ve Mevlevilik özelindeki yansımalarından biridir. Üstelik ürünler, belirli bir dini kimlik bileşenin uzantısı olmaktan çok, muhafazakâr, dindar ya da seküler kesimlerin de tüketebileceği çeşitlilikte ve genişlikte ürün yelpazesi ile vitrine çıkmakta, dini pazarın en kitlesel alanlarından biri gibi durmaktadır.

Mevlana ve Mevlevilik ekseninde çeşitli alanlarda özel ürünler, seriler ve koleksiyonlar tasarlayan firmalar da vardır. Örneğin Favori Kuyumculuk, *Mevlana Yedi Öğüt Koleksiyonu*, *Mevlana Hoşgörü Koleksiyonu*, *Şems Hoşgörü Koleksiyonu* gibi koleksiyonlarıyla kendi tasarım ve ürünleri ile (kolye, yüzük, bileklik, küpe) Mevlana ve Mevleviliğin felsefesine ait anlamlar arasında bağlantılar kurmuş, koleksiyonların tanıtım bölümünde bu felsefeden yapılan alıntılarla ürünlerin sembolik anlamlarına dair eşleştirmeler yapılmıştır (www.favori.com.tr, 24.05.2017). Benzer şekilde mutfak ürünleri firması olan Korkmaz da 40. yılına özel bir *Mevlevi Serisi* piyasaya sürmüş, “kültürel değerler ait formlardan ilham alarak” semazen formunda çaydanlık takımı ve bardak seti tasarlamıştır (www.retailturkiye.com.tr, 24.05.2017).

Mevlana ve Mevleviliğe ait değerleri ticari bir girdi olarak kullanan reklam kuşağına da bakıldığında onun sözlerini, sembollerini ve ritüellerini çeşitli reklam dili ve metni içerisinde dönüştüren, yeniden inşa eden, alakasız ürün ve hizmetlerle bağlantılar kuran manipülatif bir tutum göze çarpar. Örneğin Sinan Çetin Doğuş Çay firmasının reklam yüzü olarak 2010 yılında çekilen Anadolu insanı temalı reklam filminde, reklam boyunca Mevlana'nın yedi öğüdünü seslendirmiş buna semazenler sema gösterisi de eşlik etmiştir. Aynı şekilde Vakıf Bank'ın *Ben Anadoluyum* (2017) isimli reklam filminde, Anadolu kültürü ve haklarına dair manzaralar arasında tek dini kaynak olarak sema yapan semazenler yer almış ve çeşitli semazen figürlerine yer verilmiştir.

Yerel ve milliyetçi motifleri ön plana çıkaran, geleneksel değerleri yücelten böylece marka ile tüketici arasında duygusal bir bağ oluşturmaya çalışan reklamcılık sektörü açısından olarak herkes tarafından bilinen, kabullenilen kişileri ve değerleri kullanmanın oldukça “rasyonel” bir yanı olabilir. Fakat Mevlevi kültürü ile uzaktan yakından alakası olmayan, onun felsefi içeriğiyle de çelişen kar, kazanç, markalaşma gibi amaçlarla üretilen reklamlar, tasavvufi-dini bir felsefeyi arza dönüştürmenin, yeni tüketim nesnelere yaratabilmenin faydacı örneklerini sunar. Böylece reklamcılık dili “sözü görüntünün, imgenin hizmetine” sunarken, “bütün kültürü de bir malın pazarlanmasında kullanılacak bir hammaddeye” (Gürbilek, 2014: 24) dönüştürür.

Kutsalın tüketim kanallarında, çeşitli hizmetler ve ürünler ile aynı anlayış içerisinde yerini almasına, paketlenmesine, kişiye özel bir pazarlama ve reklam enstrümanı haline getirilmesine, tüketim toplumunda ve kapitalist piyasa ekonomisindeki aldığı görünümlere, ticari döngülere (Einstein, 2008; Carrette ve King, 2005) kültürel, popüler, folklorik ve “cazip” bir “meta” olarak Mevlana ve Mevleviliğe dair semboller de dahil olmuştur. Tüketim toplumunda özgün, otantik ve mistik tüketim nesnelere yaratabilmenin kaynağına dönüşmüştür. Birçok kesime hitap edebilecek

kapsayıcı bir felsefi, dini dil içerisinde konuşan, bu haliyle pazarlama sektöründeki hedef kitle anlayışı açısından oldukça “potansiyel” bir kaynak olabilen Mevlana ve Mevlevilik, markaların “güvenilir”, “otantik” ve “cazibeli” bir kaynak olarak sahiplendiği “ruhani” bir sermayeye, “sattıran” bir ticari değere dönüşmüştür.

3.2.2.1.2. Seyirlik Bir Nesne Olarak Semazen Gösterileri

Popüler kültürde Mevlana ve Mevlevilik üzerinden dönen bir başka metalaşma, semazen gösterileri etrafında döner. Dini ritüellerin popüler kültür kanallarında bir eğlence, seyirlik bir gösteri, bedene, hazza ve göze hitap edecek bir tüketim aracı haline gelişini, sema gösterileri üzerinden okuduğumuzda karşımıza çıkan en belirgin görüntü, kutsal ve dünyevi arasındaki sınırların giderek grileşmesi, “kutsal” pratiklerin popüler kültürün hazza, görsele ve bedene (Rowe, 1996) dayanan yanına adaptasyonudur. Kutsal olanın kapitalist süreçler tarafından dönüştürülmesi, yaşamın çeşitli kanallarından koparılan imgelerin seyrin bir nesnesi olarak ve parçalı öğeler halindeki sunumu, var olmanın görünür olmaya indirildiği, imajların, sembollerin ve metaların akın ettiği ve çoğu şeyin bir temsile dönüştüğü “Gösteri Toplumu”nda (Debord, 2006) genel bir eğilim olarak karşımıza çıkar.⁷²

Modern tüketim toplumu, sınırsız bir göstergeler yığınıyla kurulduğu için (Gürbilek, 2014: 37) ya da “bakılanla kurulan ilişki aslen bir seyir ilişkisine, sözün kendisi de bir vitrine” (2014: 29) dönüştüğü için, söz konusu dinsel ritüellerin seyirlik bir gösteriye dönüş-türül-mesi bu sürecin olağan bir parçası olarak görülebilir. Kendi

⁷² Mevlevilik deyince ilk akla gelen ritüellerden bir olan sema, işitmek anlamına gelir. Terim olarak, musiki dinlerken, vecde gelerek dans etmek, kendinden geçerek coşkunluk halini ifade eden sema, tasavvuf geleneği içinde başlangıçtan beri olmasına rağmen Mevlana ile yaygınlık kazanmış, onun döneminden sonra da büyük bir ilgiye mazhar olmuştur. Mevlana zamanında belli bir nizama bağlı kalmaksızın daha çok tasavvufi bir coşkunluk ile icra yapılan sema, daha sonraları üzerine bir tören, musiki ve ritüel inşa edilerek, disiplin ve nizam altına alınıp öğretilir ve öğrenilir bir ibadet halini almıştır. Sembolik olarak sema, evrendeki dönüş ve hareket halini, insanın “acizliğini” (başın öne eğik olması haliyle bağlantılı olarak) fark ederek insanın Tanrıya doğru yönelişini ifade eder (www.semazen.net, 05.04.2017). Çeşitli kaynaklara göre Mevlana hayatında bir iki kere sema yapmış, düzenli bir şekilde icra etmemiştir. İlk zamanlarda sema, loş bir ışıktaki izleyici kabul edilmeden tamamıyla gözlerin kapalı olduğu spontan bir hal ile yapılırken, 17. yüzyıldan sonra ülkeye gelen seyyahların talepleri sonucunda semahanelerde yapılmaya başlamıştır (Kılıç, 2014: 124).

ritüellerinden, bağlamından koparılmış sema gösterilerinin, içeriğine uygun olmayan mekânlarda ve zamanlarda karşımıza çıkması, seyirlik bir katılım ve sunum etrafında izler kitleye yönelik örgütlenmesi, onun “bedene ve beden hazlarına” (Rowe, 1996: 23) seslenen seyirlik bir popüler kültür ürünü olduğuna ispatlar halledir. Zaten “birçok şeyin gösterildiği için ve görüldüğü kadarıyla varolduğu, sergilendiği için ve seyredildiği kadarıyla değer kazandığı” (Gürbilek, 2014: 29) toplumlarda dini pratik ve öğeler de bu sürecin muhatabı olur, zaman zaman kendi anlamlarını ve gerçekliğini yitirir, gösterisel bir müdahalenin yörüngesinde dolanır.

Sunum şekli, sunulduğu mekân bağlamında sema gösterilerine yönelik yerinden edici müdahalenin en çarpıcı örneklerinden biri, onun bir şarap firmasının lansmanında kullanılmasıdır. Dünyanın meşhur şampanya firmalarından biri olan Dom Pérignon Fransız şirketinin, piyasaya yeni çıkaracağı bir şarap için İstanbul’da düzenlendiği tanıtım gecesinde, semazenler dönmüş, müşteriler şaraplarını yudumlarken ortada dönen semazenler onlara eşlik etmiştir. Üstelik müşterilerin şarap renklerine uyumlu olması için semazenlerin tennurelerinin de pembe olarak seçilmesi unutulmamıştır (Bardakçı, 28.01.2013, Habertürk). Tanıtım, reklam, eğlence, gösteri, şarap ve semanın aynı anda bir araya gelmesi, üstelik dinen “yasak” olan bir içecek ile dini bir ritüelin aynı düzlemde yer alabilmesi, günümüz kültüründe meta, eğlence ve haz aracı olarak kutsalın aldığı biçimlerin en radikal örneklerinden biridir.⁷³

Semanın seyirlik bir gösteri olarak tüketim kanallarındaki yerine dair birçok örnek daha sıralanabilir. Sema, açılış törenlerinde, AVM etkinliklerinde, restoran, bar (www.semazen.net, 18.02.2006) ve otel lobilerinde, turistlere yönelik mekânlarda, şehir festivallerinde, muhafazakâr kesimlerin sünnet, nişan ve evlilik düğünlerinde⁷⁴, özel

⁷³ Benzer şekilde çok sayıda turizm şirketi sema gösterisi, eğlence ve alkolü bir araya getirmektedir. Bunun bir örneği, Nevşehir Kapadokya’da bir turizm şirketinin yerli ve yabancı turistlere yönelik düzenlediği gezinin gece eğlencesinde, yerli ve yabancı turistler alkol alırken, mekânda semazen gösterisi düzenlemesidir (www.medyaspot.com, 24.09.2009)

⁷⁴ Kına gecesi, sünnet düğünü, düğün çeşitli kutlama gecelerine vb. semazen kiralama işiyle uğraşan onlarca organizasyon şirketi bulunmaktadır. Arama motoruyla yapılan taramada (www.google.com), bu şirketlerin semazenlerin sayısı, kıyafetlerinin rengi (pembe, beyaz, kırmızı, mavi gibi), semazenlerin

gün ve haftaların herhangi birinde, her an her yerde, her biçim ve içerikte karşımıza çıkabilecek hazır bir pazar durumundadır. Dindar, muhafazakâr ya da İslami kesimin talep ettiği bir alan olarak sema gösterileri, yüksek sosyete bir giyim- moda markalarının defilelerini⁷⁵ ve düğünlerini⁷⁶ “süsleyen” ruhani ve kültürel bir kaynak olduğu gibi; televizyondaki ses yarışmalarında⁷⁷ performans dayalı gösterilerin nesnesi haline de gelebilir, eğlencelik bir malzemeye dönüşebilir. Sema, Flamenko (Milliyet, 19.06.2011) yapan dansçılarla aynı sahnede sergilenebilir, turistlere yönelik tasarlanan “ilhamlı bir dans yolculuğunun”⁷⁸ cazibeli, turistik ve deneyimlerine yönelik maneviyatçı tüketim kaynağına dönüşebilir. Ya da çeşitli şarkıcıların (Gülben Ergen)⁷⁹

çocuk ya da yetişkin olması, kadın ya da erkek olması, ilahi grubuyla birlikte kiralanıp kiralanmamasına göre değişen bir fiyat aralığı saptanmıştır. Semazen başı 150 tl’den başlayan fiyatlar, söz konusu gösterinin yapılacağı şehre göre artmakta veya azalmakta ilahi grubu da eklenince 1000 tl gibi fiyatlara kadar yükselmektedir. Muhafazakâr kesimlerin yeniçeri, mehter takımı, hoca, ilahi gibi dini içeriklerle “süsledikleri “düğünlerine sema gösterileri de daha mistik, belki daha “estetik” bir trend olarak dahil olmuştur.

⁷⁵ Türk giyim markası Les Benjamins’in Milano’da düzenlenen Erkek Moda haftasındaki “Ottoman Punk” adlı defilesinde semazenlerin boy göstermesi, defile sırasında sema töreni düzenlenmesi, bu gösterileri sadece muhafazakâr dindar kesimlerin değil, seküler kesiminde çeşitli organizasyonlarda talep ettiği, tükettiğini gösteren örneklerden biridir. (Kimsesizcan, 18 Ocak 2016)

⁷⁶ Akbank’ın üst yurtdışı temsilcilerinden ve üst düzey yöneticilerinden biri olan Tarhan Danışman’ın kızı ve Amerikalı damadının Sabancı Holdingin sahibi olduğu Gülör Şarap Fabrikasındaki düğününde de semâzen gösterisi düzenlenmiştir (Takvim, 02.07.2007). Çırağan Sarayında düzenlenen başka bir düğünde de önce dualar okunmuş semazenler dönmüş, sonra Ebru Gündeş ve Alişan’ın konseri eşliğinde alkol ikramı yapılmıştır (Munyar, 10.10.2012, Hürriyet).

⁷⁷ Acun Ilıcalı’nın programı olan *O Ses Türkiye* (2016) yarışmasında bir yarışmacının seslendirdiği ilahiye semazen eşlik etmiş, yaklaşık beş dakika sonra ise başka bir yarışmacının şarkısına dansöz oryantal dans gösterisi ile eşlik etmiştir (Birgün, 21.05.2016). Yani semazen ve dansöz aynı gösterinin parçaları olmuş, aynı eğlence ve show formatında arka arkaya “performans” sergilemiştir. Bu örnek, medyanın kutsalı kendi varoluşundan oldukça uzak bir format ile iletilebileceğini, üstelik kendi içeriğini de tersine çeviren, onu kendi dini ritüelinden koparıp oldukça profan bir zeminde bir eğlence ve gösteri aracı olarak kullanabileceği gösterir. Semanın performans dayalı bir “dans” olarak eğlence endüstrisindeki yerine dair de fikir verir. Neil Postman’ın *Televizyon Öldüren Eğlence* adlı kitabında belirttiği gibi televizyonda her şey bir gibi din de herhangi bir utanma, sıkılma emaresi göstermeden eğlence aracı olarak sunulabilir, dini pratikler derinlikli, tarihsel, kutsal özelliklerin arındırılır, “ne bir ritüel, ne bir dogma, ne bir gelenek, ne de bir ruhsal aşkınlık” söz konusudur (2010: 132). Postman’a göre, televizyon ortamı sahici dinsel deneyimi de mümkün kılamayacak bir özelliğe sahiptir. Mekânın kutsallaştırılması tek başına bu deneyim için yeterli değildir, eğlence kutsallıktan uzaklaştırır, “kültürün sahici bir yanını” buharlaştırabilir (2010: 134-139).

⁷⁸ Özellikle yurtdışındaki kadın turistlere yönelik beş yıldızlı otellerde sufi “egzotik” dans, sema gösterileri gibi etkinlikler düzenleyen bir site için bkz. https://global.eventhint.com/events/18810934/holistic-dance-language-with-zola-dubnikova-in-turkey?force_subdomain=true Erişim: 20.05.2017

⁷⁹ Gülben Ergen bir ilahi klbinin çekimlerinde semazen olmuş, çekimlerin fotoğraflarını Instagram hesabından Nietzsche’nin “ Tanrı öldü. Tanrıdan geriye bir ölü kaldı” sözüyle birlikte paylaşmıştır. (t24, 27.06.2016). Burada bizi ilgilendiren şey, söz konusu şahsın semazen olma niyetinden öte daha büyük bir gerçekliğe gönderme yapmasıdır. Paylaşımındaki ironik ve eklektik içeriğin yanı sıra, gevşeltilmiş, her metne ve içeriğine eklemenebilen her şeye dönüşebilen bir Mevlana ve Mevlevilik imajı göze çarpar. Bu magazinsel ve gösterisel paylaşım postmodern kültürde dinin oldukça eklektik, oldukça bireysel ve seçim meselesi olduğu yönündeki görüşlerle örtüştüğü gibi ve imajlar etrafında kurulan, oynak, bir kimlikten

semazen kılığına girip sosyal medya paylaşımlarına meze yaptığı dini bir ritüel olarak, dindışı ve çelişkili biçimlere, içeriklere dönüşebilir.

Yeni tüketim nesnelere yaratmak, bunları arzulanır kılmak, sanattan olduğu gibi kültürel pratiklerden de damıtılmış piyasa kanalları açmak çağımız kültürünün yaygın eğilimlerinden biridir. Bu noktada Jameson'un geç kapitalizmin kültürü olarak bahsettiği postmodern kültürel özelliklerin, söz konusu "tasavvuf endüstrisi" ile oldukça uygun düşen yanları vardır. Postmodern kültürün ayırt edici biçimsel özellikleri geç tüketici ya da ulusötesi kapitalizm gibi momentlerin derin mantığını dışı vuran, onunla bağlantılı bir durumun ya da dönemin kültürel yansımaları oluşturur. Bu momentte, gerçek ve gerçek olmayan arasındaki ayrımlar belirsizleşir, gerçekliğin yerini imajlar örüntüsü alırken gerçek ve temsil ilişkisi grileşir. Tüketim kültürünü temel kaynağı olarak imajlar, metalara sembolik anlamlar katar, imgeler bugünün metaları haline gelir. Enformasyon bolluğunun arttığı bu dönemde gerçekliğin belirsizleşmesi gibi, anlamların arasına bir sınır çekmek de zorlaşır öte yandan kültürel alanda bir dizi değişiklik meydana gelir (1994; 2005).

Ana akım popüler kültürün postmodern karakteri bağlamında değerlendirebilecek değişiklikler, "yüksek" kültür ile "ticari" kültür birleşmeye, birbirine karışmaya başlaması üzerinden; akla karşı, duygu, arzu ve içgüdüsel olan öne çıkarılışı üzerinden sürülebilir (Bell'den Akt. Stauth ve Turner, 2000: 418; Jameson, 2005: 14-15). "Postmodernizmin en çarpıcı yanı bir zamanlar içrek (esoterik: belli bir gruba hitap eden -çn.) olanın şimdi ideoloji olarak ilan edilmesi, bir zamanlar tinsel bir aristokrasinin mülkiyetinde olanın şimdi kültürel kitlenin demokratikleştirilmesine dönüşmesidir" (Bell'den Akt. Stauth ve Turner, 2000: 418). Postmoderniteyi kültürel alanda temsil eden diğer özellikler, ticari kültürün her yana sızması, farklı biçimleri bir araya getirme yöntemi olarak pastij, özgün olanı gülünç kılma durumu olarak parodi,

diğerine geçişin oldukça kolay olduğu, özgürce seçilen, istenildiği zamanda kullanılıp atılan postmodern bir kimlik (Kellner, 2004) durumuyla uyumlu bir tablo olarak gözükmektedir.

biçimsel yeniliğin zor olduğu bir kültürde geçmişe öykünme, taklit ve aşırma ve ticari tutum bu kültürün belirgin özelliklerindedir (Jameson, 2005: 15-18 ve 30-31). Jean Baudrillard'ın ifadesiyle postmodern kültür, geçmiş ait kültürlerin, geri getirilmeye çalışıldığı, “geçmiş bir kültürün restorasyonuna” yönelik eğilimlerin yaygınlaştığı bir duruma gönderme yapar (Akt. Kellner, 2000: 377) ⁸⁰. Dolayısıyla popüler kültürün postmodern karakteri ile yine bu alandaki tasavvufi biçim ve içeriklerin etkileşimi, benzerlik, parodi, pastij, içi boşaltılmış taklitler ve öykünme, akla karşı, duygu, arzu ve irrasyonel olanın öne çıkarılışı ya da geçmişin birçok biçimlerine yönelik yerinden edici müdahale tavrının yaygınlaşması üzerinden de açıklık kazanır.

Öte yandan “her şeyin pazarlık edilebilir, parası ödenebilir bir değişim değerine” indirgendiği bir evrede, özgün ve tekil olanın parasal bir değere, maddi bir kaynağa dönüştürülmeye çalışılması da tesadüf değildir. Kopyanın gerçek olanın yerini aldığı ve hiçbir şeyi (din, siyaset vb.) dışarıda bırakmamacasına gösteriye dönüştürdüğü bir tüketim ortamında (Baudrillard'dan Akt. Türkoğlu, 2010: 169-170) tasavvufa yönelik kimi popüler kültürel biçimleri bu bağlamda düşünmek gerekir. Gösteri, seyir ve seyredilme kültüründe gerçeklik gibi anlamlar da öğretiler de silikleşmektedir (Baudrillard, 1991: 12): “Görkemli gösteri, izleme hazzının abartılmasını gerektirir. Gösteri görünür olanı abartır, yüzeydeki görünüşü büyütüp ön plana çıkarır, anlamı ya da derinliği reddeder. Amaç salt gösteri haline geldiğinde, yalnızca fiziksel duygular üzerinde, izleyicinin bedeni üzerinde işler” (Fiske, 1999: 106).

⁸⁰ Baudrillard'ın postmodern toplum betimlemesi yaparken iddia ettiğine göre kültürü toplumu ve öznel biçimlerini kuşatan, bir taklitler (simulations) ve suretler (simularca) evreni etrafında örgütlenen göstergeler (ve enformasyon) çağına yönelik görüşlerini de çalışmanın odağı bağlamında tartışılabilir. Onun taklit ve gerçek arasındaki sınırın belirsizleştiğini, gerçek ve gerçek olmayan arasındaki ayrımların bulanıklaştığı bir “hipergerçeklik” durumuna yönelik görüşleri, popüler kültürdeki bir gösteri ve imge-imaj evreni olarak tasavvufi içerik ve pratiklere uyguladığında taklidin gerçekten daha gerçek hale geldiği; imaj, simülasyon ve gerçek arasındaki ayrımların çöktüğü durumların söz konusu alana da yansıdığı görülebilir. Tasavvufi pratik ve öğretiler bir imajlar ve göstergeler sisi içerisinde kendi gerçekliğinden oldukça uzak bir taklide, “hipergerçekliğe” dönüşebilir. (Baudrillard, 1991; 13-14; Kellner, 2000: 370-378; Best ve Kellner, 2016: 171-176).

SONUÇ

Popüler kültüre anlamlar, tüketim pratikleri, görüntüler şeklinde yansıyan tasavvufi içerikler, pek çok popüler kültür alanı gibi yekpare bir bütünlük sergilememekte, parçalı, çoğul ve çelişkili bir tablo çizmektedir. Bu tabloda popüler kültürün eğlenceye, görselliğe, hazza hitap eder yanı, ticari motivasyonları, çeşitli içerikleri yeni bağlamlarda tanımlama, biçim ve içeriğini değiştirme gücü ve gündelik hayata temas eden dinamiği iç içe geçen bir görünüm sergilemektedir. Böylece son yıllarda popüler kültür tarafından keşfedilmiş tasavvufi motifler, sadece kendisi olarak değil zamanın ruhuna uygun içeriklerle ve eğilimlerle dolaşıma girmekte, güncel bir bakışın, anlayışın yarattığı yeni bir fenomen olarak durmaktadır. Bu anlamda yeniden keşfedilmiş, yaygın bir zihniyet etrafında yorumlanmış, popüler kültürün kendi zemininde şekillenmiş, dönüştürülmüş bir pop tasavvuftur söz konusu olan.

Karşılaşılan bu tabloda yekpare bir toplumsal yönelişten söz etmek mümkün değilse de güçlü bir ilgiye, akıma, moda dönüşmüş olan tasavvuf felsefesinin popüler kültürdeki yansımaları ve yaygınlık nedenleri şu sacayaklar üzerine oturmaktadır. Maneviyat arayışları içerisinde olan birey, bunun modernite-postmodernite dinamikleriyle ilişkisi, bireysellik, narsisizm kültürü gibi süreçlerle etkileşimi; küresel ve yerel dinamiklerin iç içe geçişi; dini kurumlar ve seküler alanlar arasındaki ayrımların bulanıklaşması öte yandan dini pratiklerden ve eğilimlerden beslenen ve onları sermayeye, işine geldiği şekillere dönüştüren hâkim yerel ve küresel ekonomik düzen.

Tasavvufun popüler kültürdeki yansımalarından biri geleneksel bir bilgelik tekniğinin, bireyin hoşnutsuzluklarından, modern-postmodern huzursuzluğundan beslenen bir arza dönüşmüş olmasıdır. Bunun izleri popüler edebiyatta günden güne artan, güçlü bir moda dönüşmüş tasavvuf üzerine yazma trendi üzerinden sürülebilir.

Bu trend, bireyin taleplerine, benlik tasarımına uygun bir dille oluşturulup yaygınlığını arttırırken çağın özgün karakterine uygun içeriklerle dolaşıma girmektedir. Ancak bireyin hoşnutsuzlukları ve manevi arayışları üzerinden kendisine bir meşruiyet alanı açan, bu anlamda gündelik hayatın ihtiyaçlarından, fantezilerinden ve tepkilerinden beslenen popüler kitaplar, reel yaşamı tekrarlamaktan öteye geçememekte, hegemonik rıza üretiminin popüler mistik kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu popüler anlatılar, bir yandan popülist ve faydacı bir tavrıyla tasavvufu “servis” ederken, hâkimiyet ilişkilerini haklılaştırıcı, doğallaştırıcı ve meşrulaştırıcı bir söylem de üretmektedir. Bunun yanında muhafazakâr bir tavırla da olsa dozunda bir memnuniyetsizliğe, realiteden duyulan hoşnutsuzluğa dair ifadeler yer vermeyi de unutmamaktadır.

Apolitikliğin, toplumsal değişime dair bir istekten çok bireysel kurtuluşu yücelten tutumların yaygınlaştığı ve dinseliliğin dışlanmadığı konjonktürel zeminde, popüler tasavvufi kişisel gelişim kitapları bu tutumların yansıdığı ve harmanlandığı bir alan olarak toplumsal ve kültürel izdüşümleri görebilmenin araçlarını sunmaktadır. Bu anlatılar yüceltilmiş bir benlik ve kişisel kurtuluş miti yaratmanın popüler biçimlerini tasavvuf felsefesi ile harmanlamakta, liberal-neoliberal bir bireycilik ideolojisini ile muhafazakâr değerleri birleştiren yeni sağ görüşlerin popüler yansımalarını oluşturmaktadır. İncelenen anlatılar, bir yandan narsisizmin politik ve kültürel içeriğine uygun bir maneviyatçılık söylemi üretirken, tarz yaratmanın, farklılığı yüceltmenin bir yöntemi olarak da tasavvufa dair içerikleri ödünç almaktadır.

Öte yandan her bağlam ve kişiye uygulanabilecek “bilgelik paketleri” sunan anlatılar, söz konusu narsistik maneviyatçılık anlayışını tamamlayacak, ona denk düşen muhafazakâr, konformist ve apolitik bir evren tasarımı da inşa etmektedir. Dışsal olanın olabildiğince ötelendiği, tamamıyla kendiyle ilgilenmenin, kendini onarmanın ve değiştirmenin yüceltiildiği ifadeler, politik duyarsızlığı yücelten görüşler, toplumsal gerçeklerden uzaklaşmayı, ona dair ilgisizliği besleyen, onu değiştirmenin zaten

mümkün olmadığını söyleyen ifadeler de eşlik etmektedir. Sadece kendini değiştirebilmenin mümkün olduğu bu evren tasarımı, bir yandan insan potansiyelinin sonsuzluğuna ve aşkın bir benlik tasarımına mistik ifadelerle destek olurken toplumsal olana ve ötekiye dair kayıtsız bir öznellik kültürünü de beslemektedir. Öte yandan benliğe böylesine gömülmeye yönelik bir davet, toplumsal olanı değersizleştirmesinin yanında, yaşama dair tüm sorunların bireysel bir mesele, içsel bir çatışma olduğu yönünde bir yanılgıyı da beslemektedir.

Böylece kamusal alanın siyasal ve iletişimsel anlamının zedelendiği; kolektif ve toplumsal olana karşı özneliliğin yüceltildiği, daha iyi bir toplum imgelemine duyulan ilginin azaldığı kendini mahrem alanda var etmenin en yüce değer olarak sunulduğu böylece depolitizasyonun da pekiştirildiği hâkim düzenle bireysel kurtuluşun, kendini gerçekleştirmenin, narsistik bir kendine yönelme halinin ruhsal atıflarla donatıldığı eğilimler arasında içerik olarak oldukça denk düşen ve birbirini besleyen bir etkileşim ağı vardır.

Tasavvufun popüler kültürde aldığı bir diğer biçimleniş ve yeniden inşa edilme tarzı, yine kişisel gelişim anlatılarında karşımıza çıkmaktadır. Neoliberal çalışma etiği ve birey anlayışını yansıtan ifadelerle tasavvuf felsefesinin harmanlandığı çeşitli anlatılar, bireysel farklılık, girişimcilik, esneklik, başarı ve verimlilik gibi öğeleri bir normlar çerçevesi olarak sunarken piyasa değerlerine olan sadakati de yüceltmektedir. Diğer yandan tasavvuf felsefesi ile verimliliği arttırmanın, zenginleşmenin yolları arandığı gibi, dingin ve uyumlu olmanın yolları da aranmakta böylece “huzurlu” hissetme faktörü sistemin verimliliği ve doğallığı açısından da bir “rasyonalite” taşımaktadır.

Tasavvufun incelenen popüler romanlardaki görünümü ise kişisel gelişim anlatılarına göre daha tutarlı bir görünüm sergilese de romanlar da yoğun bir bireysellik teması içermekte, kendi içine dönmüş bir özne konumları inşa etmektedir. Öte yandan

maneviyatı yaşamın yüce bir amacı olarak konumlandıran romanlar, dindar-laik, doğu-batı, biz-öteki karşıtlığı yerine bunların mistik bir varoluş çemberi içerisinde bir araya getiren, postmodern bir maneviyat söylemi üretmektedir. Bu söylem, edebiyatı pazarlamak için “motive edici” ve “cazibeli” bir faktör olarak düşünülebilir.

Tasavvufun popüler görünüşleri, popüler edebiyattaki ve medyadaki anlamsal ve imgesel dolaşımının yanında, özellikle Mevlana'nın tüketim kanallarında bir sermaye olarak dolaşımını, sosyal paylaşım ağlarında ikonik dolaşımını, turizm sektöründe turistik meta olarak dolaşımını da kapsamaktadır. Bu dolaşımdaki en belirgin tablo, her kalıba sokulabilen, stereotip imgelere dökülebilen, seyrin bir nesnesi haline getirilebilen, kendi gerçekliğinden öte bir değişim değerine, bir tüketim nesnesine ve pazar kaynağına dönüştürülebilen bir Mevlana ve Mevlevilik kültürüdür. Mevlana'nın tüketim kanallarındaki dolaşımı, kutsallıkla ve çeşitli kültürel biçimlerle ilgili unsurların nasıl kutsallıklarından, bağlamından, içeriğinden, felsefesinden koparıldığına dair çarpıcı bir görünüm sunar, manipülatif bir tavrı açığa çıkarır.

İngelerin bolluk evreni olan popüler kültürde özgün ile kopya arasındaki ayrımın silikleşmesi, Mevlana'nın imgelemsel ve ikonik dolaşımıyla da gözlemlenir. Dini unsurların kazandığı piyasa değeri, içerikleri, sembolleri ve ritüellerine yönelik “alternatif” ve dinamik bir pazar yaratılmış Mevlana ve Mevlevilik kültürü üzerinden de sürülür. Kar, kazanç, markalaşma gibi amaçlarla arza dönüştürülen, görselliğe ve hazza yönelik biçimlerle dolaymlanan, seyirlik bir nesne olarak paketlenen Mevlana ve Mevleviliğe ait kültürel pratikler, kutsalın endüstriyellesmesinin çarpıcı örneklerini sunmakta, meta olarak kutsalın yaygın popüler görünüşlerinden birini sergilemektedir.

Bu tablo aslında paradoksal da bir durum da yaratmaktadır. Söz konusu kültürel ve ekonomik düzende, maddi olana mesafelenme üzerine kurulu felsefeler, geçmişe ait bilgelik öğretileri, bireysel zenginleşmenin bir yöntemi olarak ya da dinsel olanı paraya çevirmenin piyasa aracı olarak kullanılmaktadır. Ya da arzunun disipline edilmesi

üzerine kurulu mistik öğretiler (Bkz. Schimmel, 2001; Sayar, 2015) , “nefsi okşama sanatına” (Bauman, 2013: 268) dönüşmektedir. Bu anlamda popüler kültüre mistik bir dokunuş yapan tasavvuf, onu kutsal içeriklerle doldurmakta fakat kendisi de onun yeniden formüle edici zemininde başka bir şeye, kendi bağlamından oldukça uzak bir içeriğe dönüşebilmektedir.

Üstelik piyasada ya da popüler kültürün değişik alalarında dini bir kimliğin uzantısı olarak görülebilecek tüketim nesnelere ve içerikler, tasavvuf söz konusu olduğunda bu dini kimlikleri aşan bir yan da barındırmaktadır içinde. Muhafazakâr kesimin eğlence aracına dönüşebilen tasavvufi pratikler, seküler kesimin de talep ettiği, sahiplendiği bir eğlence, pazarlama ve tüketim kanalı olarak kullanılabilir. Nasıl tasavvufun yazılı kültürdeki yeniden inşa edilme biçimleri, muhafazakâr dini dünya görüşünden, daha seküler, bireysel ve eklektik dini söylemlere ya da neoliberal ideolojiyle eklenmeler şeklinde gerçekleşiyorsa, tüketim kanallarındaki kurgulanma biçimleri için de aynı heterojen görünüme sahip olduğu söylenebilir. Kurumsal, otoriter ya da geleneksel dini söyleme mesafeli bir dil, nasıl yazılı kültürdeki tasavvufi metinler tarafından benimseniyorsa ve bu tavır daha “kapsayıcı” ve daha “kitlesele” yaniyla piyasa için de bir rasyonalite taşıyorsa, aynı tavır reklam, pazarlama sektörü ve gösteri dünyası tarafından da benimsenmektedir.

Sonuçta tarihselliğin ve orijinalliğin kaybolması, var olmayan bir gerçekliğin üretilmesi, geçmiş ve şimdiki zamana ait formların eklektik bir tarzla karışması, kültürel biçimlerin bir gösteri değeri olarak, bir eğlence malzemesi olarak vitrine çıkması gibi yaygın kültürel özellikler, popüler kültürün muhtelif alanlarındaki tasavvufi form ve içeriklerle iç içe geçer. Böylece pop tasavvuf evreninde her şey her şeye dönüşür, gerçek ve özgün arasındaki ayrımlar silikleşir, farklı söylemler eklektik bir karışımla yan yana durur, geçmişe ait bir kültürle mevcut kültürel biçimler iç içe geçer. Tasavvuf

felsefesi, “her şeyin uyduğu” (*anything goes*) bir momentte, popöler kÖltÖrÖn postmodern kÖltÖrel eğilimlerinin mevcut yansımalarından ve nesnelereinden biridir.



KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (2016), *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, 10. baskı, Der. Artun, Çev. N. Ülner, İstanbul: İletişim.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2014), **Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar**, Çev. N. Ülner & E. Ö. Karadoğan, İstanbul: Kabalıcı.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2016), “Kitlelerin Aldatılışı Olarak Aydınlanma”, **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, s. 47-108, 10. baskı, Der. A. Artun, Çev. N. Ülner, İstanbul: İletişim.
- Akova, S. (2011), “Batıl İnançlar ve Metaforların Reklam Disipliniyle İlişkisi”, **Mistik Pazarlama**, Der. F. O. Demir, s. 119-151 İstanbul: MediaCat.
- Aksu, C. (2015), “Neoliberal Toplumda Öznellik”, **Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 1, s. 66-89.
- Alşan, H. M. (2015), **Sufi Terapi İle İyileşmek**, İstanbul: Tutku.
- Althusser, L. (1989), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev. M. Özışık & Y. Alp, İstanbul: İletişim.
- Apaydın, G. E. (2011), “Popüler Kültür ve İktidar Sorunu”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi**, 1(4).
- Arslan, M. (2006), “Değişim Sürecinde Yeni Dindarlık Formları: Yeni Çağ İnanışları Örneği”, **Değerler Eğitimi Dergisi**, 4(11), s. 9-25.
- Arslan, M. (2010), “Seküler Toplumlarda Kutsal Arayışları: Geç Modern Dönemde Büyü-Din İlişkisinin Sosyolojik Analizi”, **İÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 1 1(1), s. 195-210.
- Arslan, M. (2015), “Postmodern Yeni Dinsel Kimlik ve Paranormal İnançlar”, **Milel ve Nihal**, 12(2), s. 55-72.
- Atay, T. (2004a), **Yaşasın Meşhuriyet Çağı: Popüler Kültürden Kitle Kültürüne Türkiye İzlenimleri**, İstanbul: Epsilon.
- Atay, T. (2004b), **Din Hayattan Çıkar: Antropolojik Denemeler**, İstanbul: İletişim.
- Baudrillard, J. (1991), **Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu**, Çev. O. Adanır, İstanbul: Ayrıntı.
- Baudrillard, J. (2016), **Tüketim Toplumu**, 8. baskı, Çev. H. Deliceçaylı & F. Keskin, İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2011a), **Bireyselleşmiş Toplum**, 2. baskı, Çev. Y. Alogan, İstanbul: Ayrıntı.

- Bauman, Z. (2011b), “Modernite, Postmodernite ve Etik: Cantell & Pedersen ile Söyleşi”, Çev. A. Yıldız, **Doğu Batı**, 19, s. 53-63.
- Bauman, Z. (2011c), **Yaşama Sanatı**, Çev. A. Sarı, İstanbul: Versus Kitap.
- Bauman, Z. (2013), **Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları**, 2. baskı, Çev. İ. Türkmen, İstanbul: Ayrıntı.
- Baydar, G. (2016), “Manevi Kişisel Gelişimde Öznellikler ve Duygulanımsal Bilgelik: Allah De Ötesini Bırak”, **Moment Dergi**, 3(1), s. 134-149.
- Berger, J. (1995), **Görme Biçimleri**, 6. baskı, Çev. Y. Salman, İstanbul: Metis.
- Berman, M. (2006), **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, Çev. Ü. Altuğ & B. Peker, İstanbul: İletişim.
- Best, S. & Kellner, D. (2016), **Postmodern Teori: Eleştirel Soruşturmalara**, 3. baskı, Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı.
- Bilici, M. (2000), “İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı”, **İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri**, s. 216-236, Der. N. Göle, İstanbul: Metis.
- Bilgin, V. (2003), “Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü”, **Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 12(1), s. 193-214.
- Bora, T. & Onaran, B. (2003), “Nostalji ve Muhafazakârlık: Mazi Cenneti”, **Modern Türkiye’de Siyasî Düşünce: Muhafazakârlık**, s. 234-260, İstanbul: İletişim.
- Bottomore, T. B. (2013), **Frankfurt Okulu ve Eleştirisi**, Çev. Ü. H. Yolsal, İstanbul: Say.
- Bölükbaşı, A. (2011), “Türkiye’de Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlana ve Mevlevilik Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı,
- Bölükbaşı, A. (2012), “Yeni Çağın Yeni Dinî Formları Karşısında İslâmcılık”, **Bilgi**, 24(1), s. 35-55.
- Büker, S. & Özsoy, A. (2009), **Gönülden Gönüle Mevlana İmgesi: Mevlana Üzerine Bir Alımlama Çalışması**, Ankara: Ütopya.
- Carrette, J. & King, R. (2005), **Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion**, New York & Londra: Routledge.
- Cevizci, A. (1993), **Felsefe Sözlüğü**, 3. baskı, İstanbul: Paradigma.
- Cevizci, A. (2015), **Felsefe Sözlüğü**, 5. baskı, İstanbul: Say.
- Cox, H. (2006), “Piyasa Tanrısı”, **Laik ama Kutsal**, s. 21-34, Der. A. Köse, İstanbul: Etkileşim.

- Cushman, P. (1995), **Constructing the Self, Constructing America: A Cultural History of Psychotherapy**, New York: Addison-Wesley.
- Çağan, K. (2003), **Popüler Kültür ve Sanat**, Ankara: Altinküre.
- Çam, Ş. (2008), **Medya Çalışmalarında İdeoloji: Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar**, Ankara: De Ki.
- Çayır, K. (2008). **Türkiye'de İslâmcılık ve İslâmî Edebiyat: Toplu Hidayet Söyleminden Yeni Bireysel Müslümanlıklara**, 2. baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çiğdem, A. (2013), **Aydınlanma Düşüncesi**, İstanbul: İletişim.
- Çiğdem, A. (1997), "Muhafazakârlık Üzerine", **Toplum ve Bilim**, 74, s. 32-51.
- Dağtaş, B. (1999), "İngiliz Kültürel Çalışmaları'nda İdeoloji", **Kurgu**, 16, s. 335-357.
- Dağtaş, B. (2003), **Reklamı Okumak**, Ankara: Ütopya.
- Dardot, P. & Laval, C. (2012), **Dünyanın Yeni Aklı: Neoliberal Toplum Üzerine Deneme**, Çev. I. Ergüden, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Debord, G. (2006), **Gösteri Toplumu**, 2. baskı, Çev. A. Ekmekçi & O. Taşkent, İstanbul: Ayrıntı.
- Dellaloğlu, B. F. (2000), "Aydınlanma, Modernite, Post-Modernite ve Sonrası", **Toplum ve Bilim**, 11, s. 85-90.
- Dellaloğlu, B. F. (2012), **Benjaminia: Dil, Tarih ve Coğrafya**, 1. baskı, İstanbul: Ayrıntı.
- Dellaloğlu, B. F. (2014), **Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum**, 5. baskı, İstanbul: Say.
- Demirezen, İ. (2015), **Tüketim Toplumu ve Din**, İstanbul: Dem.
- Demirli, E. (2007), "Zâhirî İlimlerin Otoritesi Karşısında Tasavvufun Meşruiyet Arayışı", **İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 15, s. 219-244.
- Demirli, E. (2009), "Sufilerin Tanrı Anlayışı Hakkında Bir Değerlendirme", **Doğu Batı**, 48, s. 143-161.
- Dobbelaere, K. (2006), "Sekülerleşmenin Üç Yüzü: Toplumsal, Kurumsal ve Bireysel Sekülerleşme", **Laik ama Kutsal**, s. 109-128, Der. A. Köse, İstanbul: Etkileşim.
- Doğanay, Ü. (2000), "Türkiye'de Popüler Kültüre Bir Bakış: Pehlivan Tefrikaları", **İletişim**, 5, s. 9-35.
- Doğanay, Ü. (2007), "AKP'nin Demokrasi Söylemi ve Muhafazakârlık: Muhafazakâr Demokrasiye Eleştirel Bir Bakış", **SBF Dergisi**, 62(1), s. 65-88.

- Dolby, S. K. (2005), **Self-help Books: Why Americans Keep Reading Them**, Champaign: University of Illinois Press.
- Eagleton, T. (1999), **Postmodernizmin Yanılsamaları**, Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı.
- Ecevit, Y. (2001), **Türk Romanında Postmodernist Açılımlar**, İstanbul: İletişim.
- Einstein, M. (2008), **Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age**, London & New York: Routledge.
- Ettlinger, N. & Hartmann, C. (2015), "Post/Neo/Liberalism in Relational Perspective", **Political Geography**, 48, s. 37-48.
- Featherstone, M. (1996), **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı.
- Fiske, J. (1999), **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. S. İrvan, Ankara: Bilim Sanat.
- Fromm, E. (1995), **Çağımızın Özgürlük Sorunu**, 3. baskı, Çev. B. Güvenç, Ankara: Gündoğan.
- Funk, R. (2013), **Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi**, 2. baskı, Çev. Ç. Tanyeli, İstanbul: Yapı Kredi.
- Gans, H. J. (2005), **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Çev. E. O. İncirlioğlu, İstanbul: Yapı Kredi.
- Garnham, N. (2008), "Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma mı Boşanma mı?", **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, s. 115-129, Der. S. Çelenk, Ankara: De Ki.
- Giddens, A. (2010), **Modernite ve Bireysel-kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum**, Çev. Ü. Taltıcan, İstanbul: Say.
- Giddens, A. (2012), **Modernliğin Sonuçları**, Çev. E. Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı.
- Göle, N. (2011), **Melez Desenler: İslam ve Modernlik Üzerine**, İstanbul: Metis.
- Göle, N. (2012), **Seküler ve Dinsel: Aşman Sınırlar**, Çev. E. Ünal, İstanbul: Metis.
- Grossberg, L. (2008), "Kültürel Çalışmalar Ekonomi Politığı Karşı: Bu Tartışmadan Başka Sıkılan Var mı?", **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, s. 131-145, Der. S. Çelenk, Ankara: De Ki.
- Güngör, N. (1999), **Popüler Kültür ve İktidar: Popüler Kültür Üzerine Kuramsal İncelemeler**, Der. N. Güngör, İstanbul: Vadi.
- Güngör, N. (2011), **İletişim: Kuram ve Yaklaşımlar**, Ankara: Siyasal.
- Gürbilek, N. (2014), **Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi**, 7. baskı, İstanbul: Metis.

- Habermas, J. (1994), "Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje", **Postmodernizm: Jameson-Lyotard-Habermas**, s. 31-44, Der. N. Zeka, Çev. G. Naliş, D. Sabuncuoğlu & D. Erksan, İstanbul: Kıyı.
- Haenni, P. (2014), **Piyasa İslamı: İslam Suretinde Neoliberalizm**, Çev. L. Ünsaldı, Ankara: Heretik.
- Hall, S. (1981), "Notes on Deconstructing the Popular", **People's History and Socialist Theory**, s. 227-239, Der. R. Samuel, Londra: Routledge.
- Hall, S. (1994a), "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü", **Medya, İktidar, İdeoloji**, s. 57-103, Der. & Çev. M. Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hall, S. (1994b), "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki", **Medya, İktidar, İdeoloji**, s. 169- 209, Der. & Çev. M. Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Harvey, D. (1997), **Postmodernliğin Durumu**, Çev. S. Savran, İstanbul: Metis.
- Ihap, H. (2008), "Bir Postmodernizm Kavramına Doğru", Çev. İ. Yetiş, **Hece**, 138-140, s. 267-277.
- Illouz, E. (2011), **Soğuk Yakınlıklar: Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi**, Çev. Ö. Ç. Aksoy, İstanbul: İletişim.
- Işık, C. (2009), "Anadolu Erenlerinde Gerçek Olmak İçin Gerçeklik", **Doğu Batı**, 48, s. 125-143.
- Jameson, F. (1994), "Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı", **Postmodernizm: Jameson-Lyotard-Habermas**, s. 59-116, Der. N. Zeka, Çev. G. Naliş, D. Sabuncuoğlu & D. Erksan, İstanbul: Kıyı.
- Jameson, F. (2005), **Kültürel Dönemeç**, Çev. K. İnal, Ankara: Dost.
- Kellner, D. (1984), "Critical Theory and the Culture Industries: a Reassessment", **Telos**, 62, s. 196-206.
- Kellner, D. (2000), "Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar", **Modernite Versus Postmodernite**, s. 367-404, 3.baskı, Der. M. Küçük, Ankara: Vadi.
- Kellner, D. (2004), "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası", Çev. G. Seçkin, **Doğu Batı**, 4(15), s. 187-219.
- Kellner, D. (2008), "Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi-Politik", **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, s. 147-172, Der. S. Çelenk, Ankara: De Ki.
- Kılıç, M. E. (2014), **Mevlana Üzerine Konuşmalar**, İstanbul: Sufi.
- Kılıçbay, B. & Binark, M. (2002), "Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion for Veiling in Contemporary Turkey", **European Journal of Communication**, 7(4), s. 495-511.

- Koşar, U. (2017), **Allah De Ötesini Bırak**, 651. baskı, İstanbul: Destek.
- Kozanoğlu, C. (1995), **Pop Çağı Ateşi**, İstanbul: İletişim.
- Kozanoğlu, C. (1997). **İnternet, Dolunay, Cemaat**, 3. baskı, İstanbul: İletişim.
- Köse, A. (2011), **Milenyum Tarikatları: Batı'da Yeni Dini Akımlar**, İstanbul: Timaş.
- Köse, A. (2015), “XXI. Yüzyıl Türkiye’sinde Gelenekle Modernite Arasında Din Algıları ve Dindarlık Formları: Sosyolojik Bir Bakış”, **Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 49, s. 5-27.
- Kumar, K. (2004), **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**, Çev. M. Küçük, Ankara: Dost.
- Küçükalp, K. (2003), **Nietzsche ve Postmodernizm**, İstanbul: Paradigma.
- Larrain, J. (1996), “Stuart Hall and the Marxist Concept of Ideology”, **Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies**, s. 47-71, Der. M. Chen, Londra: Routledge.
- Lasch, C. (2006), **Narsisizm Kültürü**, Çev. S. Öztürk & Ü. H. Yolsal, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Maktav, H. (2010), “Sinema ya da İlahi Aşk: İslami Sinemada Tasavvufi Yolculuklar”, **Sinecine**, 1(2), s. 31-55.
- Marcuse, H. (1990), **Tek Boyutlu İnsan**, Çev. A. Yardımlı, İstanbul: İdea.
- Marshall, G. (1999), **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev. O. Akınhay & D. Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat.
- McRobbie, A. (2013), **Postmodernizm ve Popüler Kültür**, Çev. A. Özbek, İstanbul: Parşömen.
- Mirza, G. (2014), **Yeni Dinselleşme Eğilimleri ve Maneviyat Arayışları**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Mutlu, E. (1995), **İletişim Sözlüğü**, 2. baskı, Ankara: Ark.
- Mutlu, E. (2005), **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara: Ütopya.
- Narli, M. (2009), “Postmodern Roman ve Modern Gerçekliğin Yitimi”, **Türkbilig**, 10(18), s. 122-132.
- Navaro-Yaşın, Y. (2003), “Kimlik Piyasası-Metalar, İslamcılık, Laiklik”, **Kültür Fragmanları: Türkiye’de Gündelik Hayat**, s. 229-258, Der. D. Kandiyoti & A. Saktanber, İstanbul: Metis.
- Ocak, A. Y. (2016), **Türk Sufiliğine Bakışlar**, 16. baskı, İstanbul: İletişim.

- Okday, A. (2002), **Türkiye’de Popüler Kültür**, 5. baskı, İstanbul: Everest.
- Okutan, B. B. (2012), **Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Din Sosyolojisi Anabilim Dalı
- Okutan, B. B. (2015), “Postmodern Toplumsal Metin ve Din: Gölgesizler Örneği”, **Milel ve Nihal**, 12(2), s. 125-148.
- Oskay, Ü. (2000), **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım**, 4. baskı, İstanbul: Der.
- Oskay, Ü. (2016), **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, 2. baskı, İstanbul: İnkılap.
- Ostwalt, C. (2006), “Seküler Çan Kuleleri”, **Laik ama Kutsal**, s. 35-55, Der. A. Köse, İstanbul: Etkileşim.
- Öğün, S. S. (2003), “Türk Muhafazakârlığının Kültürel Politik Kökleri”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık**, s. 539-582, Der. A. Çiğdem, İstanbul: İletişim.
- Özbek, M. (1994), **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, 2. baskı, İstanbul: İletişim.
- Özbudun, E. & Keyman, F. (2002), “Cultural Globalization in Turkey: Actors, Discourses, Startegies”, **Many Globalizations: Cultural Diversity in the Contemporary World**, s. 296-319, Der. P. L. Berger & S. P. Huntington, Oxford: Oxford University Press.
- Özçetin, B. (2010), “İdeoloji, İletişim, Kültür: Bir Stuart Hall Değerlendirmesi”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 13, s. 139-159.
- Özdemir, İ. (2007), **İletişimin Stratejikleşmesi: Kılavuz Kitaplar, Kişisel Gelişim Kursları ve İletişim Eğitimi Seminerlerinin Eleştirel bir Değerlendirilmesi**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı
- Özdemir, İ. (2010), “Ünsal Oskay’ın Popüler Kültür Üzerine Düşünceleri”, **Toplum ve Bilim**, 117, s. 177-186.
- Özdemir, N. (2008), “Kültürel Ekonomik İmge Olarak Nasreddin Hoca”, **Milli Folklor**, 77(10), s. 11-20.
- Özdemir, Ö. (2017), “Rapin Krallarından Geçtim, Gönül Sultanlarına Bağlandım: Türkiye’de İslami ve Tasavvufi Rap Müzik”, **Kültür ve İletişim**, 39, s. 229-247.
- Özkazanç, A. (2009), “Toplumsal Vatandaşlık ve Neo-Liberalizm Sorunu”, **SBF Dergisi**, 64(1) s. 247-274.

- Özmen, İ. (2008), **Tasavvufa Giriş: Tasavvufun Çeşitli Yönlerden Bilimsel Açıklaması**, İstanbul: Parşömen.
- Özüak, C. (2017), **Metropol Dervishi**, 3. baskı, İstanbul: Destek.
- Paker, K. O. (2011), "Postmodern Bilgelik: Yeni Çağ Söyleminde Kişisel Gelişim ve Ruhsal Alıştırmalar", **Psikoloji Çalışmaları**, 31, s. 61-98.
- Peck, J. (2008), "Ekonomi Politik Kültürel Çalışmalar Tartışmasından Niçin Sıkılmamalıyız?", **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, s. 173-204, Der. S. Çelenk, Ankara: De Ki.
- Postman, N. (2010), **Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, 3. baskı, Çev. O. Akınay, İstanbul: Ayrıntı.
- Rimke, H. M. (2000), "Governing Citizens Through Self-help Literature", **Cultural Studies**, 14(1), s. 61-78.
- Rowe, D. (1996), **Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası**, Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı.
- Saktanber, A. (2003), "Siz Nasıl Eğleniyorsanız Biz de Öyle İbadet Ediyoruz: Entelektüellik ve Popüler Kültür Arasında Türkiye'nin Yeni İslamcı Gençliği", **Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat**, s. 259-277, Der. D. Kandiyoti & A. Saktanber, İstanbul: Metis.
- Sarıbay, A. Y. (2014), **Postmodernite, Sivil Toplum ve İslâm**, İstanbul: Sentez.
- Sarup, M. (2004), **Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm**, Çev. A. Güçlü, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Sayar, K. (2011), **Terapi: Kültürel Bir Eleştiri**, İstanbul: Timaş.
- Sayar, K. (2015), **Sufi Psikolojisi**, 10. baskı, İstanbul: Timaş.
- Saygın, O. (2016), **Sen Düşünceden İbaretsin: Mevlana Işığında Düşünce Yönetimi**, İstanbul: Karma.
- Schimmel, A. (2001), **İslamın Mistik Boyutları**, Çev. E. Kocabıyık, İstanbul: Kabalıcı.
- Schudson, M. (1999), "Popüler Kültürün Yeni Gerçekliği, Akademik Bilinç ve Duyarlılık", **Popüler Kültür ve İktidar**, s. 168-200, Der. N. Güngör, Ankara: Vadi.
- Sennett, R. (1996), **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Çev. S. Durak & A. Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı.
- Sennett, R. (2002), **Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Karakter Üzerine Etkileri**, Çev. B. Yıldırım, İstanbul: Ayrıntı.
- Sezer, K. (2011), **İş'in Sırrı: Mevlana'dan Öğütlerle İş Hayatı & Tasavvuf**, İstanbul: Nokta.

- Silier, Y. (2014), **Oburluk Çağı**, 3. baskı, İstanbul: Yordam.
- Sözen, E. (2004), “Popüler Kültür Retoriği”, **Doğu Batı**, 4(15), s. 55-66.
- Stauth, G. & Turner, B. (2000), “Nostalji, Postmodernizm ve Kitle Kültürü Eleştirisi”, **Modernite Versus Postmodernite**, s. 405- 425, 3. baskı, Der. M. Küçük, Ankara: Vadi.
- Storey, J. (1993), **Cultural Theory And Popular Culture**, New York: Harvester Wheatsheaf.
- Storey, J. (2000), **Popüler Kültür Çalışmaları**, Çev. K. Karşahin, İstanbul: Babil.
- Şafak, E. (2009), **Aşk**, İstanbul: Doğan.
- Şahin, A. M. (2011), “Edebiyat Sanatının Pazarlanmasında Mistisizmin Etkisi”, **Mistik Pazarlama**, Der. F. O. Demir, s. 97-118 İstanbul: MediaCat.
- Şaylan, G. (2002), **Postmodernizm**, 2. baskı, Ankara: İmge.
- Taburoğlu, Ö. (2008), **Dünyevi ve Kutsal: Modernlerin Maneviyat Arayışları**, İstanbul: Metis.
- Taburoğlu, Ö. (2011), **Kent Efsaneleri: Zamanımızın Batıl İnançları ve Takıntıları**, Ankara: Doğu Batı.
- Taylor, C. (2011), **Modernliğin Sıkıntıları**, 2. baskı, Çev. U. Canbilen, İstanbul: Ayrıntı.
- Tekeli, İ. (2004), “Türkiye’de Siyasal Düşüncenin Gelişimi Konusunda Bir Üst Anlatı”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık**, s. 19-42, İstanbul: İletişim.
- Touraine, A. (2002), **Modernliğin Eleştirisi**, 4. baskı, Çev. H. Tufan, İstanbul: Yapı Kredi.
- Tuğrul, S. (2010), **Ebedi Kutsal Ezeli Kurban: Çok Tanrılıktan Tek Tanrılığa Kutsal ve Kurbanlık Mekanizmaları**, İstanbul: İletişim.
- Türkoğlu, N. (2010), **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim: Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**, İstanbul: Urban.
- Twenge, J. M. & Campbell, W. K. (2010), **Asrın Vebası Narsisizm İleti**, Çev. Ö. Korkmaz, İstanbul: Kaknüs.
- Ümit, A. (2008), **Bab-ı Esrar**, İstanbul: Doğan.
- Williams, R. (2006), “The Analysis of Culture”, **Cultural Theory and Popular Culture**, s. 32-41, Der. J. Storey, London: Prentice Hall.
- Yaylagül, L. (2016), **Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, 7. baskı, Ankara: Dipnot.

Yazıcı, Y. A. & Balamir, B. R. (2009), “Liberalizmle Muhafazâkarlık Arasında Hipnoz: Kişisel Gelişim Fantezisi”, **Doğu Batı**, 48, s. 11-38.

Zeka, N. (1994), **Postmodernizm: Jameson-Lyotard-Habermas**, 2. baskı, İstanbul: Kıyı.

İnternet Kaynakları

“Acun’a 373 bin lira ‘Semazen üstü dansöz’ cezası”, (21 Mayıs 2016), **Birgün**. <http://www.birgun.net/haber-detay/acun-a-373-bin-lira-semazen-ustu-dansoz-cezasi-113046.html> 21.05.2016 Erişim: 16.05.2017

“Allah De Ötesini Bırak Kitabının Yazarı Uğur Koşar 1.7 Milyon Lira Telif Ücreti Kazandı”, (6 Mayıs 2015), **Hürriyet**. <http://www.hurriyet.com.tr/allah-de-otesini-birak-kitabinin-yazari-ugur-kosar-1-7-milyon-lira-telif-ucreti-kazandi-28930816> Erişim 27.05.2017

Bardakçı M. (28 Ocak 2013), “Şampanya, Sema ve Çöküş!”, **Habertürk**. <http://cdn-us1.haberturk.com/yazarlar/murat-bardakci/815081-sampanya-sema-ve-cokus> Erişim: 16.05.2017

Bir Semazenin Feryadı, (18 Şubat 2006). http://www.semazen.net/yazar_yazi.php?id=56 Erişim: 04.04.2017

Ciabattari, J. (21 Ocak 2014). **Why is Rumi the best selling poet in the US?** <http://www.bbc.com/culture/story/20140414-americas-best-selling-poet> Erişim: 09.05.2017

“Flamenko ile Sufi Birarada”, (19 Haziran 2016), **Milliyet**. <http://www.milliyet.com.tr/flamenko-ile-sufibirarada/eg/haberdetay/19.06.2011/1404163/default.htm> 19.06.2011 Erişim: 15.05.2017

“Forbes’a Göre Türkiye’de En Çok Kazanan Yazarlar” (4 Mayıs 2014), **T24**. <http://t24.com.tr/haber/forbesa-gore-turkiyede-en-cok-kazanan-yazarlar,257539> Erişim: 27.05.2017

<http://www.favori.com.tr/urunler.php?grup=2> Erişim: 24.05.2017

https://global.eventhint.com/events/18810934/holistic-dance-language-with-zola-dubnikova-in-turkey?force_subdomain=true Erişim: 20.05.2017

Gülben Ergen’in Nietzsche Notuyla Paylaştığı Semazen Pozu Sosyal Medyada Tiye Alındı, (27 Haziran 2016), **T24**. <http://t24.com.tr/haber/semazen-pozunu-nietzschenin-sozuyle-paylasan-gulben-ergen-sosyal-medyada-elistirildi,347287>

Kimseizcan, G. (18 Ocak 2016), “Milano’da Osmanlı rüzgârları”, **Hürriyet**. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/gokhan-kimseizcan/milanoda-osmanli-ruzgarlari-40042034> Erişim: 15.05.2017

Korkmaz, 40. Yılını Özel Ürünlerle Kutluyor, (8 Ağustos 2012).
<http://www.retailturkiye.com/yenilikler/korkmaz-40-yilini-ozel-urunlerle-kutluyor> Erişim: 24.05.2017

Munyar, V. (10 Ekim 2012), “Nikâhı semazen ve duayla kıydı, düğünü Ebru Gündeş ve Alişan konseriyle yaptı”, *Hürriyet*.
<http://www.hurriyet.com.tr/nik-hi-semazen-ve-duayla-kiydi-dugunu-ebru-gundes-ve-alisan-konseriyle-yapti-21661620> Erişim: 17.05.2017

Örer, A. (23 Aralık 2012), “O Sözler Mevlana’ya Ait Değil”, **Haber7**.
<http://www.haber7.com/roportaj/haber/968412-o-sozler-mevlanaya-ait-degil>
Erişim: 25. 05 2017

Rakı-Şarap Eşliğinde Semazen Gösterisi, (24 Eylül 2009).
<http://www.medyaspot.com/haber/RAKI-SARAP-ESLIGINDE-SEMAZEN-GOSTERISI/112406> Erişim: 15.05.2017

“Semazenli Kına Gecesi”, (2 Temmuz 2007), **Takvim**.
<http://arsiv.takvim.com.tr/2007/07/02/yas103.html> Erişim: 16.05.2017

Soru ve Cevaplar, <http://semazen.net/sss.php>. Erişim: 05.04.2017

ÖZET

Bu çalışma, özellikle 2000'li yıllardan sonra popüler kültürde giderek görünür hale gelen tasavvufi anlatı, sembol ve pratiklerin ideolojik, kültürel ve iktisadi görünümüne odaklanmayı hedefler. Popüler kültürün dinsel pratik ve söylemlerle melezlenişini, dini pratik ve anlamların ise popüler kültür kanallarında girdiği türlü eklemlenme, dönüştürülme ve kullanılma biçimlerini tasavvuf üzerinden okumayı hedefleyen çalışma, söz konusu yaygınlığı şekillendiren kültürel, toplumsal, ekonomik süreçlerin sınırlarını açığa çıkarmayı ve bu süreçler arasında bağlantılar kurabilmeyi amaçlar.

Çalışma için önemli olan şey, bu popülerliği şekillendiren ve meydana getiren sosyo-kültürel süreçleri irdelemek; popüler biçimler üzerinden toplumsalın geçirdiği değişimlerin izlerini sürebilmek ve gündelik hayata temas eden, bu anlamda bireysel ihtiyaçların da bir izdüşümü olarak görülebilecek yaygın anlamların ve tüketim pratiklerinin görünümünü açığa çıkarmaktır. Bu çerçevede çalışma, popüler kültürün çeşitli kanalları içerisinde tasavvufi görünlere dair genel bir tablo çizmekte ancak asıl odağını söz konusu görünümlerin en çok yoğunlaştığı iki alana yönelmektedir. Bu alanlardan ilki, son yıllarda gittikçe popülerleşen, tasavvufi kişisel gelişim kitaplarındaki ideolojik biçimlenişler ve öznellik kurgularıdır. Çalışmanın odaklandığı bir diğer alan ikonik, imgesel, kültürel ve metasal bir dolaşımın popüler kültürün tüketim kanallarını besleyen ve o kanallarda türlü biçimlere dönüşen Mevlana ve Mevlevilik kültürüdür.

Tasavvuf felsefesinin popüler kültürdeki yaygın biçim ve içerikleri, liberal-neoliberal, muhafazakâr-dini ve postmodern-eklektik New age görüşlerin uzlaşma alanı

gibidir. Ancak popöler tasavvufi içerikler sadece yeni sağ ideolojilerin eklektik ve akışkan yapısını yansıtmakla kalmamakta, ticari kültürün her yana sızdığı, farklı biçimlerin eklektik bir tarzla karıştığı, özgün olanın parodileştiği, geçmiş kültürlere yönelik yerinden edici müdahale gibi tavırların yaygınlaştığı geç kapitalizmin postmodern kültürel eğilimlerinin yerel nesneleşmiş görünümlerini de oluşturmaktadır.



ABSTRACT

This study aims to focus on the ideological, cultural and economic aspects of sufi narratives, symbols and practices that have become increasingly visible in popular culture, especially since 2000. The current study aims to read the hybridisation of popular culture with religious practices and discourses and also to read the forms of articulation, transformation and usage of religious practices and meanings in popular culture channels through Sufism. It intends to uncover the boundaries of cultural, social and economic processes that shape the relation of popular culture and Sufism and to establish connections between these processes .

The main aspects of the work are to examine the socio-cultural processes that created and shaped this popularity, to trace the changes that society has undergone through popular forms, and to expose the appearances of common meanings and consumption practices that can be seen as a projection of individual needs which are also related to the daily life. In this context the work draws a general picture of sufi images in various popular culture channels but constitutively fronts for two main fields. First main subject is ideological formations and fictions of subjectivity in Sufi personal development books that have become increasingly popular in recent years. The later one is Mevlana and Mevlevi culture that nourishes and transforms consumption channels of popular culture with iconic, imaginative, cultural and metamorphic tools.

The forms and contents of Sufi philosophy in popular culture are like a compromise area of liberal-neoliberal, conservative-religious, and postmodern-eclectic New Age views. But popular Sufi contents do not only reflect the eclectic and fluid nature of the new right ideologies, they also also form the local objectified

aspects of the postmodern cultural tendencies of late capitalism in which the commercial culture has been permeated everywhere, different forms have mixed with an eclectic style, parodization of the original has become widespread and displacing attitudes towards the past cultures have been common.



EKLER



Görsel 1: Şarap Lansmanında Semazen Gösterisi



Görsel 2: Gece Klubünde Semazen Gösterisi



Görsel 3: AVM de Semazen Gösterisi



Görsel 4: Okulda Şişme Semazen Gösterisi



Görsel 5: Moda Defilesinde Semazen Gösterisi

*Holistic dance language
with Zola Dubnikova.*

*A Journey of
Rememberance*

*"Walk without feet
and fly without wings"
~ Hafiz*

**5 day Sufi - inspired dance journey
for women in TURKEY**
27 - 31 of July ediburunlar Lighthouse

*Secret Ceremony, Sufi Ritual
Breath, Meditation
Spiritual Ecstasy, Sisterhood
Heart opening
Love*

Contact Tugba: tughabasaran3@gmail.com

www.zoladubnikova.com
fb: holistic dance training

Görsel 6: Beş Yıldızlı Otellerde Sufi Dans Etkinliği Reklamı



Görsel 7: Flamenko ve Semazen Gösterisi



Görsel 8: Eğlence Programında Semazen Gösterisi



Görsel 9: Düğünde Semazen Gösterisi



Görsel 10: Düğünde Renkli Semazen Gösterisi



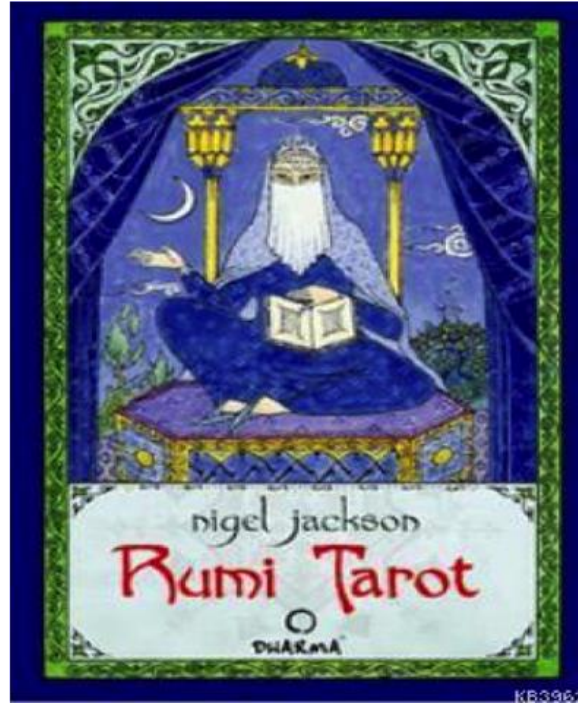
Görsel 11: Sosyal Medyada Semazen Paylaşımları



Görsel 12: Şehir Festivallerinde Semazen Figürleri



Görsel 13: Restoranda Semazen Gösterisi



Görsel 14: Rumi Tarot Kartları



Görsel 15: Semazen Temalı aydanlık Seti



Semazenlerden İlham Alan dll Tasarım...

Altın ne oluyor,
can ne oluyor,
inci, mercan da nedir?
Bir sevgiye harcanmadıktan,
bir sevgiye feda
edilmedikten sonra...

Mevlânâ Celâleddin-i Rmî

Kültürel değerlerimize ait formlar



- 1,1 lt - 3,0 lt
- İnce delikli filtre.
- Denge sağlayan demlik yapısı.
- Akıtmayan emzik.
- Ergonomik ve softouch (ipeksi dokunuş) saplar.
- Geniş alt taban ile enerji tasarrufu ve hızlı kaynama.
- Demlik ve ana gövdeye uygun tek kapak.

www.markalardan.com
Her lk, her değer...

Görsel 16:



Görsel 17: Mevlana T-shirtleri



Görsel 18: Tesettürlü Kadınlara Özel Mevlana Etek



Görsel 19:



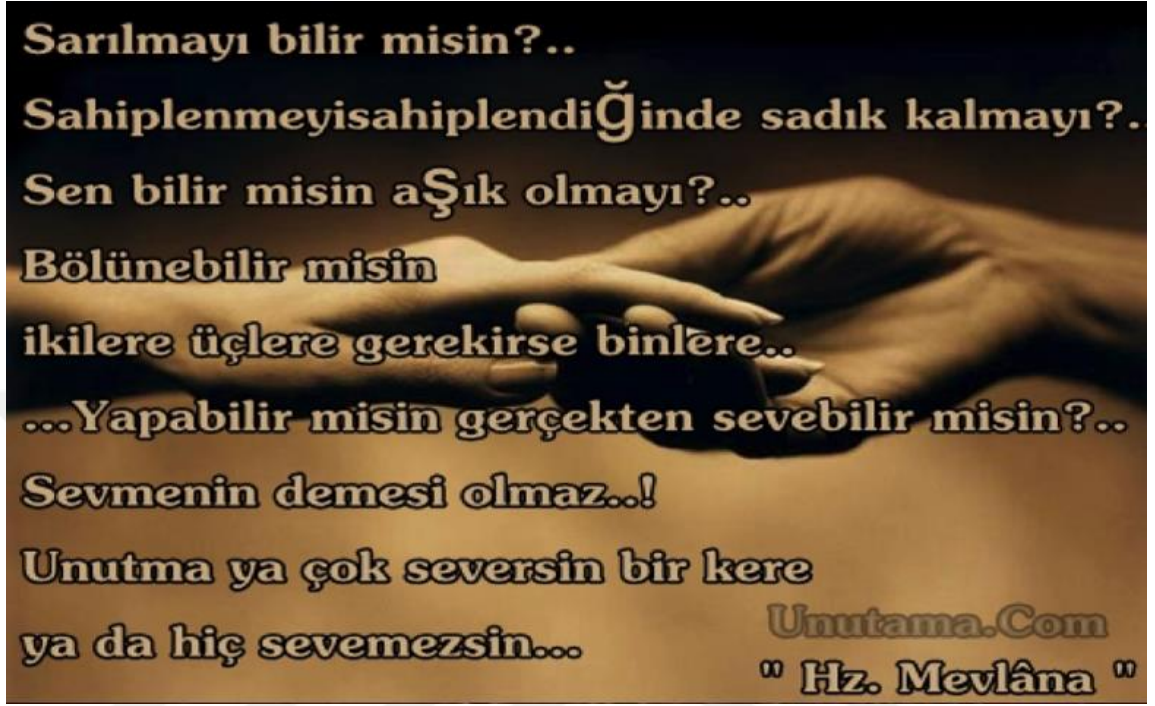
Görsel 20:



Görsel 21: Semazen Temalı Duvar Süsü



Görsel 22: Sosyal Medyada Mevlana Paylaşımları



Görsel 23:



Görsel 24: