

FROM HIJAB TO MODEST FASHION

DİDEM GAZNELİ
NİLGÜN SOFUOĞLU KILIÇ

Doktora Öğrencisi, İzmir Bakırçay Üniversitesi Sosyoloji Bölümü

Mail: didem_gazneli@outlook.com

 **ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-7541-5505>

Dr. Öğr. Üyesi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyoloji Bölümü

Mail: sofuoglunilgun@gmail.com

 **ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-8304-9883>

ABSTRACT

The recent increase in share of hijab clothing in the global market is an indicator of transforming of the traditional dress code of conservative women to the hijab fashion. However fashion, which develops with the modernization process, bears a deeper meaning, beyond being a style of clothing, that reveals the changes in the mentality of the individual. In this context, this study focuses on hijab becoming a matter of modernization through fashion, and the distance between conservative women and the religious. The aim was to determine the trend of secularization through fashion by examining the transformations in hijab clothing. A qualitative research method was preferred for this purpose through in-depth interviews with 20 people in Asmin Fest, Zeruj Fest, and Zeruj Shopping Center. The acquired data were subjected to descriptive analysis using MAXQDA analysis program. Findings of this study indicate that fashion is being perceived as a determining factor of the modern lifestyle among conservative women, and an increasingly distancing from the traditional religious ties of previous generations. Replacement of religious concerns by inquietude about appearance along with establishment of consumption culture in the center may cause the adoption of modern interpretations of hijab. This result supports that conservative women tend to become secular in terms of hijab.

Keywords: Secularization, conservative woman, fashion, hijab clothing.

Makaleye Ait Bilgiler

Makale Türü: Araştırma
Geliş Tarihi: 27.08.2020
Kabul Tarihi: 25.09.2020
Yayın Tarihi: 25.11.2020
Yayın Sezonu: 2020

Makaleye Atıf Bilgisi

GAZNELİ Didem- SOFUOĞLU KILIÇ Nilgün (2020). "Tesettürden Ölçülü Giyime". *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*. Yıl: 16. Özel Sayı 1. (44-70).

muhafazakârdüşünce • yıl:16 - özel sayı:1• 2020

TESETTÜRDEN ÖLÇÜLÜ GİYİME*

DİDEM GAZNELİ
NİLGÜN SOFUOĞLU KILIÇ

Öz

Son yıllarda, tesettür giyiminin modanın konusu olması ve küresel pazardaki payının artması gibi gelişmeler, muhafazakâr kadınların geleneksel giyim kodlarının dönüşüme uğradığının göstergesi kabul edilebilir. Ancak, modernleşme süreci ile gelişen moda, giyim tarzı olmanın ötesinde, bireyin düşünce yapısındaki değişimleri ortaya koyması ile daha derin bir anlam içermektedir. Bu çerçevede araştırma, tesettürün moda yoluyla modernleşme meselesi haline gelmesi ve muhafazakâr kadınların dinsel ile olan ilişkisindeki mesafeye odaklanmaktadır. Araştırmada, tesettür giyiminde yaşanan dönüşümler irdelenerek moda üzerinden sekülerleşme eğiliminin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, çalışmada nitel yöntem tercih edilmiş olup Asmin Fest, Zeruj Fest ve Zeruj AVM'de 20 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Veriler, MAXQDA analiz programından yararlanılarak betimsel analiz yöntemine tabi tutulmuştur. Araştırmanın bulgularına göre, muhafazakâr kadınlar arasında moda, modern yaşam tarzının belirleyici bir etkeni olarak algılanmakta ve daha önceki kuşakların sahip olduğu geleneksel dini bağlardan giderek uzaklaşmaktadır. Dini kaygının yerini görünüme yönelik kaygının alması ve tüketim kültürünün merkeze yerleşmesi, tesettürün modern yorumlarının benimsenmesine sebep olabilmektedir. Bu sonuç ise muhafazakâr kadınların tesettür açısından sekülerleşme eğilimi gösterdiklerini destekler niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Sekülerleşme, muhafazakâr kadın, giyim modası, tesettür.

* Bu çalışma Didem Gazneli'nin, Nilgün Sofuoğlu Kılıç danışmanlığında yürütülen "Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye'de Yeni Medyanın Muhafazakârlığın Dönüşümü ve Dini Değerlerin Metalaşması Üzerine Etkisi" (Adnan Menderes Üniversitesi, 2020) başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

GİRİŞ

Türkiye’de muhafazakâr kadının giyim tarzı, özellikle genç kuşağın giyimi, gerek seküler kesim gerekse muhafazakâr kesim tarafından dine yönelik kayıtsızlık ve dejenerasyon olarak algılanmakta; çoğu zaman, toplumsal bir çatışmanın zeminini oluşturması ile dikkat çekmektedir. Bunun, tesettürün moda eklemlenmesi ile geleneksel bağlardan giderek kopma ve muhafazakâr kadının benliğindeki dönüşüme dayandığı söylenebilir. Zira tesettür giyimine yönelik kodlarda ortaya çıkan değişimin bir problem oluşturmadaki ana faktör, dinin örtünmeye ilişkin değerlerini zorlamasıdır. Çünkü moda, yeniliğe ve değişime atıfta bulunurken, eskiyi de yeni bir şeyle değiştirir ya da tamamlar (Godart ve Aspers, 2013: 173). Böylece modanın yarattığı değişim her zaman yapıcı bir sonuç ortaya koymaz, dini kültür ve ahlak ile bağlantılı korunması gereken geleneksel değerleri parçalayarak yerine estetik olanı ikame eden akımları da destekler.

Bu anlamda, tesettürün moda eklemlenmesinin dindar bireyler tarafından kabulü, basit bir düzlemde değerlendirilemeyecek daha karmaşık bir meseleyi içermektedir. Kültür ve toplum arasındaki bağ dikkate alındığında, dindar bireyin giyimi mevcut etkileşimin içerisinde yer bularak, yaşanan dönüşüme dair önemli çıkarımlar sunmaktadır. Durkheim’in (2017) din yaklaşımında yer bulan ve toplumsal farklılıkların bir sonucu olarak ele alınabilecek bu çıkarımlar, din ve toplum arasındaki karşılıklı ilişkinin ortaya konmasında dikkate değerdir. Diğer bir deyişle, teolojik bağlamın toplum ve birey üzerinde yönlendirici etkisi olduğu kadar; ekonomik, politik ve kültürel faktörlerin de belli bir toplum içerisinde dinin somut görünümünün iç bükülmelere uğrayabilmesine sebep oluşturduğu söylenebilir (Şen, 2018: 215). Öte yandan her din, inanç ve ibadetin dışında aynı zamanda insana bir yaşam biçimi de sunar. Fakat zamanla bu dine katılan bireyler, içinde yetiştikleri kültürlere, edindikleri tecrübe ve bilgilere, siyasi, kültürel ilgilere ve dünya görüşlerine bağlı olarak mensubu oldukları dinin hükümlerini yorumlayıp yeni inşalarda bulunabilir ve o dini kültürü bir bakıma dönüştürebilirler (Sofuoğlu Kılıç, 2018: 164). Tam da bu sebeple kültürün konusu dahilinde olan moda ve din, toplumu etkileyen diğer dinamiklerden bağımsız olarak ele alınamayarak; sekülerleşme sürecine dair bir gösterge haline gelmektedir. Buradaki temel nokta, Weber’in din sosyolojisinde merkeze aldığı, din ve dünya arasındaki ilişkinin şartlara bağlı olarak değişebilir olması düşüncesinden kaynaklanmaktadır (Davie, 2014:93). Zira modern toplumda büyüünün bozulması, yani din bağlantısının aşınması, bizleri giyim konusunda da seküler deneyimlere yönlendirirken, daha önceki çağların

tecrübelerinden ayırmaktadır. Montaldi'nin (2016: 7) belirttiği üzere, daha önceki çağların din de dahil olmak üzere resmi kıyafetlere attığı saygı, bugünün dünyasında sembolik referanstan daha fazla bir anlam içermeyerek estetik seviyede kalmakta ve dinin sekülerleşme ile nasıl yüzleştiğine dair çerçeve oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda, tesettürün modern formlarının çoğu muhafazakâr kadın tarafından bir karşılık bulması 1980'lere kadar götürülebilir. Bucar'ın (2016: 77) ifade ettiği gibi örtünme, 1980'lerin sonu 1990'ların başından itibaren küresel İslami ideolojilere bağlılıktan daha çok, modernliğin sembolü haline gelmeye başlamıştır. Bu durumun itici gücü olarak 1980'lerden itibaren küreselleşme gibi dünyayı etkileyen gelişmeler gösterilebilir. Küreselleşme kültürel sonuçlarıyla ele alındığında, yerel aidiyetlere alan açması ile etkili olmasının yanında, farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşime geçmesi sonucu, senkretik formları da açığa çıkarmıştır. Nitekim kültürel hibritleşmenin en çok görüldüğü alanlardan biri dindir ve bu durum, bireyin kimlik oluşumuna yansımaktadır (Holton, 2013: 71). Bu noktada, kültürel eklemlemeler dini detayları da gizleyerek Müslüman kimliği belirsiz hale getirmektedir (Haenni, 2014: 63). Öte yandan, ekonomik mantığın yaşamın içerisinde merkezi konuma yerleşmesi, tüketim kültürünün özümsemesi ve kitle iletişim araçlarının etkisi gibi birçok faktör neticesinde, dini ve küresel değerlerin bir arada yer aldığı gelenekselin dışında konumlanan Müslüman kimliğin yaygınlaştığı şeklinde özetlenebilir.

Günümüz genç kuşağı ise kendisinden önceki neslin yaşadığı dünyadan farklı bir dünyada yaşamakta ve ebeveynlerinin sahip olduğundan farklı değer ve tutumlar geliştirmektedir. Inglehart, *Değerler Modeli* (1997) yaklaşımında, endüstri sonrası topluma geçiş ile yaşanan değerler değişimine vurgu yapmış ve seküler değerlerin giderek benimsenmesinin modernleşmenin sonuçlarıyla bağlantılı olduğunu dile getirmiştir. Ekonomik ve güvenlik ölçekleri ışığında Inglehart'ın (2000: 221) sunmuş olduğu model, genç kuşakların sahip olduğu değerlerin mevcut dönemlere özgü farklı deneyimler tarafından şekillendiğini ifade eder. 2000'li yıllardan itibaren sayıları giderek artış gösteren sosyal medya platformlarının ise gençler tarafından yaygın kullanımı göze çarpmakta olup; onların tutum ve davranışları üzerinde yarattığı etkiler ile değerleri belirlediği görülmektedir (Turner, 2015). Global Web Index (2019) tarafından hazırlanan, nesillere göre sosyal medya kullanımı raporunda ise Z kuşağının teknoloji ile şekillendiği ve teknolojinin, onların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olduğu belirtilmiştir. Son tahlilde,

“dinin modernlik bağlamındaki görüntüleri toplumsal düzeyde dinselliği, bireysel düzeyde de dindarlığı yeni değişken ve bileşenlerle karşı karşıya getirmiştir” (Subaşı, 2017:187). Bu minvalde, muhafazakâr genç kuşağın da değişen sosyokültürel koşullar içerisinde geleneksel değerlerden uzaklaşarak; seküler alana kayan bir kültür ortaya koyduğu söylenebilir. Postmodern toplumda dinin bireyselleşmesi bağlamında, “önceki nesillerden çok daha fazla özgürlüğe sahip olan modern kişilik, yaşlı nesillerde görülenden çok daha fazla bir değer olarak bireysel tercihi önemsemektedir” ve ayrıca, dışarıdan hüküm veren dini otoritelerden ziyade bireyin kendi duyguları daha etkindir (Furseth ve Repstad, 2013: 221). Janmohamed’e (2018:178) göre, yeni nesil genç Müslüman kadınlar kendilerini tanımlamanın yolunu güzellik ve modada bulmakta, böylece tesettürü markalaştırmaktadırlar. Tesettürün geleneksel anlamından uzaklaşarak modern ve bireysel yönelimlere dayanması, bir yandan tesettürden ölçülü giyime doğru bir dönüşümü işaret eder iken; diğer taraftan, dinin giyim üzerinden gündelik yaşamdaki etkisinin giderek azaldığına vurgu yapar.

Türkiye özelinde ise tesettür modasını ve muhafazakâr kadınların seküler çizgiye yönelimini, dönemsel etkileri dikkate alarak değerlendirmek gerekli hale gelmektedir. Çünkü, “1970’li yıllarda tek tip ve birkaç renkle sınırlı Müslüman kadın kıyafeti; özellikle 1980’li yılların ilk yarısından itibaren başlayan bir hareketlenmeyle, tesettür defileleriyle modalaşma sürecine girdi” (Barbarosoğlu, 2018:119). Türkiye’de 1980’ler, ekonomi politikalarındaki dönüşümlerle beraber kentleşmenin yoğunlaştığı, tüketim toplumuna geçiş ile yabancı mal tüketiminin, markalaşmanın arttığı ve popüler kültürün desteklendiği bir dönemi ifade eder. Bu anlamda muhafazakâr kesimin de piyasa mantığını içselleştirmesi ve tüketim kültürüyle adaptasyonu, gündelik yaşam pratikleri içine yüksek kültür öğelerini alarak yeni görünümleri ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla, imajın ön planda tutulduğu bu yaklaşım içerisinde tesettürün moda aracılığıyla estetize edilmesi sonucu, “kadınların kendi anlayışlarında ve hayat pratiklerinde önemli dönüşümler yaşandı. Tesettürlü dindar kadınlarla diğer kadın grupları arasındaki duvarlar büyük ölçüde yıkıldı” (Göle, 2014: 222).

Bu bilgiler doğrultusunda çalışmada, kültürel-geleneksel olarak Türkiye’de kadınların kullandıkları, renkli ve desenli eşarp, tülbent, yazma gibi başörtüleri ile şalvar vb. kıyafetlerle sağlanan örtünme dışında, daha çok kentsel yaşamın içinde, moda ve tüketim ilişkisi üzerinden muhafazakâr kadınların tesettür kavramına yüklediği anlamlar dikkate alınarak sekülerleşme

eğilimine odaklanılmaktadır. Zira pek çok muhafazakâr kadın, giyim tercihlerini artık bir “öteki” olarak değil; “herkes gibi” olma yönünde belirleyerek kabul görmeyi istemekte ve bu yönde, dinle arasındaki mesafeyi giderek açmaktadır (Gazneli, 2020). Bu amaç doğrultusunda makalede, muhafazakâr kadının tesettürün modern kalıpları ile kendisini nasıl ilişkilendirdiği ortaya konularak sekülerleşme konusu tartışılacaktır. Bir önceki kuşak ile aradaki fark göz önüne alındığında giyim kodlarındaki dönüşüm, sekülerleşme tartışmalarındaki önemini muhafaza etmektedir. Gelenen süreçte ise tesettürün modalaştırılması, sekülerleşme meselesine açıklık getirebilmesi açısından dikkate değer bir alan olarak görülmektedir.

Moda ve Din İlişkisi

Latince *modus* kelimesinden türeyen moda, belirli bir zaman dilimi içerisinde kabul bulmuş olan geçici fenomenler anlamına gelmektedir (Sproles, 1981). Kavramın ortaya çıkışına dair yöneltilen tartışmalar (tarihin eski dönemlerinden itibaren farklı medeniyetlerde altın gibi değerli zinetlerin kullanımında gözlemlenen değişimler sebebiyle) devam etse de düşünürler tarafından çoğunlukla 14. Yüzyıl ve Rönesans ile ilişkilendirilir (Braduel, 1992: 316). Ancak, bu süreçte modanın daha çok üst sınıfa özgü davranış biçimi olarak varlık bulduğunu belirtmek gerekir. Geniş kitlelere yayılımı ise 19. Yüzyıl’da Batı’nın modernleşme süreciyle başlayıp üretim biçimlerindeki değişim, kentleşme, tüketim ve sosyal hareketliliğin artmasıyla doğru orantılı olarak sosyolojik boyutuyla da önemli bir olgu haline gelmesine sebep olmuştur (Slater, 1997).

Bu doğrultuda, modanın toplumsal yapıya bağlandığı ilk çalışmalar Herbert Spencer (1897) tarafından gerçekleştirilmiş olup saygısal ve rekabetçi olmak üzere taklitçilik çerçevesinde ele alınmıştır. Söz konusu yaklaşımdan yola çıkarak, Veblen ve Simmel gibi düşünürler, modanın kapsayıcı ve dışlayıcı pratikler geliştirmede ve böylece sınıf yapısının inşa edilmesinde etkin bir rol oynadığına dair fikirler öne sürmüşlerdir. Simmel’e (1957: 543) göre moda, verilen bir örneğin taklididir ve bireyin davranışını tek bir örneğe dönüştüren sosyal uyumu sağlar. Veblen (2017: 163) ise giyim, kişinin sınıfsal konumuna vurgu yaparak modanın üst sınıfın saygınlığını korumada nasıl araçsallaştırıldığına değinir. Diğer taraftan, Bourdieu sosyolojisi içerisinde de moda alanı sınıfsal farklılaşma ve ayırım stratejilerinin bir ifadesi olarak yer almaktadır. Bourdieu, *Le Couturier et sa Griffe* (1995: 73) adlı çalışmasında, Fransa’daki moda evleri üzerinden sermayenin alan ile olan bağlantısından bahseder. Bu anlamda Bourdieu’ya (1975: 18) göre, ürün değeri

ile sınıf arasında ilişki vardır ve moda ürünlerin fiyatlarının düşürülmesi, ayırımın devam ettirilmesinin yolu olmaktadır. Böylece moda, toplumsal bir olguya işaret eder. Blumer (1969), estetik boyutu olan her şeyin moda-nın konusu içerisinde yer alabileceğini belirtir. Diğer bir deyişle, resimden, müziğe, mimariden, hatta bilimsel ve politik doktrinlere kadar her şey, bir anlamda moda ile bağlantılı olacak şekilde değerlendirilebilir. Bu sebeple moda fenomeninin, bir topluma özgü fikirleri, tutumları, olayları yansıtan iz olduğu söylenebilir. Öyle ki Barthes, *le Systeme de la Mode* (1967) adlı kitabında modanın gösterge işlevine değinerek çözümlemelerde bulunur. Her giysi, bir anlam dizgesi içerisinde ele alınarak değerlendirilir ve alt bileşenleri neticesinde farklı çağrışımlara konu olur. Yani Barthes'in yaklaşımında giysi, düz anlamla beraber metaforik bir anlama da sahip olabilmektedir. Tam da bu sebeple, “giyim, toplumu düzenleme, denetleme, toplumsal yapıların devamlılığını sağlama işlevi görüp, bu yapıların göstergeleriyle bir dizge meydana getirmektedir” (Ruşan, 2019: 86).

Din ve giyim arasındaki ilişki de benzer bir kontrol işlevi üzerinden değerlendirilebilir. Dinler, yaşamın içine dahil olurken; bireye birtakım sınırlar koyarak, kültürel kodlar sunar (Keskin, 2004: 16). Böylece giyim, hem bireyin dindarlığına ilişkin çıkarımlarda bulunabilmesini sağlayan bir gösterge hem de kişiye belirli giyim kalıplarını verili sunması ile beden üzerinden sosyal kontrolü sağlayan araç işlevi görür. Bu anlamda giyimin, dini kimliğin önemli bir sembolü olduğu söylenebilir. Zira giyim, bireysel ve grup kimliğinin tanımlanmasında rol oynayarak; belirli bir dine ilişkin aidiyeti ifade etmesi ile kilit anlamlar içermektedir. Genel olarak dinler içerisinde cinsiyete yönelik izleri nötrleştiren giyim kalıplarının varlığından bahsedilebilir. Örneğin, din adamlarının pantolon yerine kutsal tek parça elbiseler giymesi, saçın tıraş edilmesi ya da kapatılması gibi tutumların altında dünyevi zevklerden uzaklaşma yatmaktadır (Arthur, 2020). Diğer taraftan, her dinin kutsal giysisi diğerlerinden kendini ayırmanın yolu ya da bağlılığın ifadesi olabilmektedir. Bu yönde, Hasidik Yahudiler, Mennonitler ve Mormonların kıyafet ve aksesuarları örnek gösterilebilir. Özellikle, Hasidik Yahudilerde kadınlar saçlarını örtmek için peruk kullanırken, erkekler ise *yarmulke* adı verilen kumaştan yapılmış takke ile şapka kullanır ki bu durum, temsilin ötesinde ibadete konsantre olma amacı da taşır (Silverman, 2013). Mormonlar ise kıyafetlerinin içerisine kutsal iç çamaşırları giyerler ve bu yolla Tanrı'ya olan saygılarını sunarlar. Giyimin statü göstergesi olması, din ile kurulacak bağlantıda bir diğer önemli noktayı oluşturmaktadır. Çünkü, “kimi giysiler,

kişinin hareketlerini ve davranışlarını kısıtlarken, üniforma gibi kimi giysiler de toplumsal statüleri belirleyici özelliğindedir” (Göksel, 2007: 49).

Bu çerçevede, moda içerisinde değerlendirilebilecek renklerin de din sosyolojisi açısından değeri bulunmaktadır. Akçakaya'nın (2017: 83) belirttiği üzere, dinler açısından renkler sembolik birer anlama sahip olmakla birlikte, aynı zamanda tebliğ görevi de üstlenmektedirler. Kısacası dinler, sözlü olmayan mesaj ve kaidelerini renkler üzerinden iletebilmektedir. Bu doğrultuda, Kardinallerin kırmızı giymesi, Papa'nın beyaz giymesi gibi örnekler, kumaşın ötesinde hiyerarşi ve güç yapısını temsil etmektedir (Wyne ve Janssens, 2018). İslam dininde ise cübbe ve sarık, genellikle din adamlarına özgüdür ve bu semboller diğerlerinden ayrılmanın göstergesidir. Öte yandan, yeşil ve beyaz renkler olumlu anlamdaki çağrışımları ile kıyafetlerde tercih edilirken; kırmızı ve sarı renklerin ise özellikle bazı mezheplerde tercih edilmediği ve hatta mekruh sayıldığı görülmektedir (Akyüz, 2014). İslam dininde giyim, cinsiyetler üzerinden ele alınarak düzenlemeye tabi tutulmaktadır. Yani, erkek ve kadın kıyafetlerinde ayrı ayrı dikkate alınması gereken hususlar vardır ve abartıdan kaçarak, itidal esasının göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Böke, 2017: 30). Özellikle İslam'da giyim konusunun kadına yoğunlaşarak problematikleşmesi, kamusal alandaki görünürlüğün ve toplumsal statüde artışın bir sonucu olarak geleneksel muhafazakâr kadın kimliğinde yaşanan parçalanmalar ile doğrudan ilişkilidir. Bu bakış açısından yola çıkarak Müslüman kadın, geleneksel anlayışın ona dayattığı ataerkil söylem ile modern toplumun dayattıkları arasında kalarak gelgitler yaşamakta ve kamusal alanda var olma çabasını sürdürmektedir. Böylece, “ikisi arasındaki yeni bileşimler, gerilimler, iç içe girişler, benliğin ve gündelik hayat pratiklerinin yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır” (Göle, 2017: 19). Tesettüre, moda, imaj, marka gibi unsurların eklenmesiyle ortaya çıkan bu yeni tanımlama ise muhafazakâr kadını giderek özgürleştirmekte ve sekülerleşme sürecine ivme kazandırmaktadır.

Modanın Gelişimi ve Sekülerleşme Serüveni

Avrupa'da Rönesans, Reform, Aydınlanma ve Fransız İhtilali ile yaşanan süreç, geçmişte üstün olduğuna inanılan düşünce tarzını yerinden ederek; seküler fikir ve yaşam tarzlarının yaygınlaştığı kültürel ve sosyal değişimlere sebebiyet vermiştir (Şallı, 2017: 59). Wilson (2017: 41), modernleşmenin ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel olduğu kadar, bireyin karar verme mefhumu üzerinde de etkisi olduğunu ve onu, doğaüstünden daha az referans aldığı yönelimlere ittiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla, modernleşmenin

etkileri ile gerçekleşen epistemolojik dönüşüm, dogmatik olanın karşısına akli koyarak dini olanın sorgulanmasına yol açmıştır. Bu anlamda sekülerleşme paradigması, sosyal yapı ve kültürdeki en büyük değişikliklerden birini, yani, dinin insan yaşamındaki merkezi konumunun yerinden edilmesi durumunu açıklamayı amaçlamaktadır (Bruce, 2011). Sekülerleşme meselesini altı madde içerisinde ele alan Bruce'a (2011) göre, davranış konularında dini kural ve ilkelerin, teknik kriterlere uyan taleplerle yer değiştirmesi, paradigmanın önemli göstergelerinden biridir. Dolayısıyla, modernleşmenin boyutları içerisinde yer alan, kentleşme, endüstri ve tekstil sektörünün teknikleri ile gelişen moda da insanların yaşamına gelenekselden moderne kayan yorumlarıyla dahil olmasıyla sekülerleşme tartışmalarında yer edinmektedir.

Simmel (2013), modernleşme ve kentleşme arasında kurduğu bağlantıda, moda üzerinden toplumsal bir olguya işaret etmektedir. Metropolün kültürel zemini bireye, gündelik hayatını stilize ettiği yeni modern deneyimler ve anlamlar sunmaktadır. Ancak giyimde modern yorumların gelişimi, dış görünüşe yapılacak vurgunun ötesinde, giyime atfedilen anlamdan kaynaklandığını belirtmek gerekir. Sekülerleşme bağlamında moda, modernizmin değer kavramına işaret eder ve yaşam tarzını oluşturmada bir araçtır. Modernlik ile değer, Frisby'nin (2012: 45) belirttiği üzere görünüşten ibaret hale gelmiştir. Bu yönde moda, kendini ifade etmenin yolu olarak hayat tarzının geliştirilmesi ile beraber düşünülmelidir. Çünkü, "yaşam biçimleri, varoluşların kuralsız dünyalarında bütünleşme sağlayabilecek yeni olanaklar ve günlük yaşamın sekülerleşmesi ile bunun sonucu yaşanan anlam kaybına karşı geliştirilen tepkilerdir" (Chaney, 1999: 22). Tam da bu sebeple, "hayat tarzı, geleneksel kültürde fazla uygulanabilirliğe sahip bir kavram değildir, zira muhtemel seçimler çokluğunu ima eder ve kuşaktan kuşağa geçmekten ziyade benimsenir" (Giddens, 2014: 110). Öte yandan, sekülerleşme teorisinin belli bir zemine oturduğu dinamikler, her ne kadar Batı kaynaklı olsa da "bilimsel gelişmeler, endüstriyel kapitalizm ve kentleşme" nin, belirli bir coğrafyaya özgü olmadığı ve böylece, modernleşmenin de farklı yollarla deneyimlendiği toplumlarda sekülerleşmenin görülebileceği söylenebilir (Ertit, 2019: 121). Özetle sekülerleşme, İslam toplumlarından da bağımsız ele alınamayacak bir deneyimdir. Ancak, sekülerleşmenin linear bir çizgide ilerlemediği gerçeğinden yola çıkarak, örtünmenin de içerisinde bulunan zamana, sosyokültürel koşullara göre şekillenebileceği ve yüklenen anlamlara göre de biçimsel olarak dönüşüme uğrayabileceği dikkate alınmalıdır. Zira, kültürel farklılıklar neticesinde, İran'da ya da Afganistan'daki yaygın örtünme şekli ile Türkiye'deki örtünme pratikleri benzer olmadığı gibi, aynı

toplum içerisinde dahi dönemin koşullarına göre biçim ve yorum farkları dikkati çekmektedir. Böylece örtünme üzerinden yapılacak sekülerleşme ya da desekülerleşmeye ilişkin çıkarımlar genele değil; o toplum özeline ve döneme özgü olacaktır.

Örtünme konusunda inançla bağlantılı ilk düzenlemelerin Osmanlı döneminde getirildiği, Tanzimat Döneminde ise kadının sosyal hayata katılımıyla ve batılı giyim tarzlarının benimsenmesiyle dönüşüme uğradığı görülmektedir (Aksoy, 2005). Batılılaşma hareketi ile kadının kıyafet kodlarında görülen değişim, geleneksel üslubun bir şekilde zayıflamasına ve sorgulanmasına neden olmuştur. Bu yönde modernleşme, dönemin moda dergilerinde karşılık bulmuş; İngiliz ve Paris modasının üstünlüğü zikredilerek geleneksel giyim tarzının kadını geri planda bıraktığı vurgulanmıştır. II. Meşrutiyet sonrası ise örtünme konusunun giderek daha tartışmalı bir hal aldığı söylenebilir. Fatma Aliye Hanım gibi dönemin kadın hakları savunucuları, bir yandan İslami değerlerin korunması gerektiğini ifade etmişler, bir yandan da hanımlara daha modern giyimi tavsiye etmişlerdir (Karaca, 2011: 108). Cumhuriyet döneminde ise Atatürk tarafından kadınlara sağlanan haklar, kadının sosyal hayatta varlık bulmasını sağlamış; dolayısıyla, kadın giyimindeki modernleşme de ivme kazanmıştır. Bu süreçte kadına, giyiminde abartısız ama modern ve bakımlı olması tavsiye edilirken, çarşaf ile peçenin ise kadını erkeğin arkasında bıraktığı belirtilmiştir (Acun, 2007: 101). Bu yönde, “çağdaş giyim için kız teknik okulları açılmış, güzellik yarışmaları ve defileler düzenlenmiştir” (Arıç, 2007: 158). Dönemin yaygın kadın modası, saçları örtmesi sebebi ve şıklığı ile şapka, midi boy elbiseler ve mantolar olmuş; 1940’lardan itibaren naylon çoraplar rağbet görmeye başlamıştır (Batur, 2020). Türkiye’de 1980’lere kadar Batı taklidine yönelik moda, 1980 sonrası dünyadaki gelişmelere kayıtsız kalmayarak tüketimin konusuna girmiştir. Crane (2003: 177) bu dönemde gelişen modayı, *tüketici modası* olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre moda, sadece üst sınıfın değil; toplumun alt katmanlarının da beğenilerinin dikkate alınmasıyla *lüks, endüstriyel ve sokak modası* biçimlerinde yayılma göstermiştir. Özellikle küreselleşme ile dünyanın farklı yerlerinde benzer giyim tarzlarının gelişmesi, modayı; marka, gösteriş, prestij ve statü kavramlarıyla ön plana çıkarmıştır.

Diğer taraftan, Türkiye’de serbest piyasa ekonomisine geçiş ile ekonomik ve sosyal sermayesini güçlendiren muhafazakâr kesim, hem tüketerek modern yaşam tarzı ile barışmaya hem de giyim gibi kültürel kodlarını da dönüştürmeye başlamıştır. Kısacası, refah seviyesinin artması ile tüketim

kültürünü benimseme, muhafazakâr kesimi de etkilemiştir. Bu doğrultuda, muhafazakâr kadının dinden imaja doğru yöneliminin ilk olarak tesettür defileleri ve kadın dergileriyle belirginleştiği görülmektedir. 1994'te *Tekbir* giyim markasının düzenlediği defile, kadına bir imaj ve kimlik verme arzusuyla yola çıkmış ve daha sonraki süreçte piyasaya giren diğer kadın dergileri de benzer amacı gütmüşlerdir. Navaro-Yashin'in belirttiği gibi, tesettürün bir gösteren haline gelmesiyle, kutsal değerlerin dondurulduğu kimlik dönüşümü yaşanmıştır (2017: 254). Bu süreçte kamusal alanda var olma çabası gösteren muhafazakâr kadın, giyim tercihlerini, pantolon, ceket, gömlek şeklinde modern kalıplara göre düzenleyerek seküler alana yönelmiştir. Albayrak'a (2014) göre, özellikle 1990'lı yıllarda tesettür giyimdeki modern eğilimin önemli faktörlerinden biri de, çalışma yaşamında işverenlerin muhafazakâr kesimden beklediği uzlaşmacı tavırdan kaynaklanmaktaydı. Dolayısıyla, giyim üzerinden yaşanan sekülerleşme, ekonomik ilerleme ve zihniyette yaşanan dönüşümler kadar; toplumsal beklentinin de bir ürünü olarak yorumlanabilir.

Gelinen noktada ise yaşam tarzının giderek daha çok önemsenen bir hal almasında Müslüman genç nesil arasında gelişen, ebeveynlerinden farklı bağlama oturttukları din anlayışının etkisi olduğu söylenebilir. Genç nesiller, yeni şeyler deneyimleyerek kişisel bir özerklik yaşamaktadırlar. Bu anlamda, özgürlüklerin kümülatif etkisi, dinin incelikli ve pasif bir şekilde dışarıda bırakıldığı ve bireyin öncelik listesinde düşük olduğu bir yönelim geliştirmesidir (Bertrand, 2015: 15). Giyim konusunda ise gençler, "kimliğini kendisini en iyi yansıttığını düşündüğü markalar yoluyla ortaya koymaya heveslidirler. Batılı markaların temsil ettiği değerler, Müslüman yaşam tarzıyla örtüşmediği sürece onlarla bir problemleri yok" (Janmohamed, 2018: 30). Ancak, tesettür giyimde markalaşmanın giderek daha fazla ön plana çıkması, hem önceliğin sembolik değere verilerek statü göstergesi olmasıyla hem de muhafazakâr kadın kimliğinin dönüşümü nedeniyle dikkate değerdir. Sekülerleşme eğilimi içerisinde değerlendirilecek bu dönüşüm, ekonomik faktörlerle beraber ele alınınca, tesettür firmaları dahil birçok dünya markasının da dikkatini çeken boyutlara ulaşmaktadır. Piyasa mantığına göre işleyen firmalar, sadece dindar kesime değil; geniş tüketici kitlesine hitap etmeyi ve böylece kârlarını arttırmayı amaçlamaktadırlar (Haenni, 2014: 66). Üretici nezdinde de ekonomik kaygının ön plana çıkması, tesettürde dinsel vurgunun geri planda bırakılmasına yol açmaktadır. Böylece üretici ve tüketici arasındaki karşılıklı ilişkide, "tüketim mantığı ve giyinme biçimleri, muhafazakâr moda uygun

olarak yeniden inşa edilmekte ve muhafazakârlık kendi modasını yaratarak modern dünyanın bir parçası olmaktadır” (Güz ve Hülür, 2016: 91).

Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren, *hijab style*, *tesettür modası*, *sokak modası* gibi isimlerle anılan, daha dar, renkli ve feminitesi yoğun yeni moda akımlarının muhafazakâr genç nesiller arasında daha çok yaygınlaştığı görülmektedir. Bunun sebeplerinden biri de kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmelerdir. Dünyadaki trend tesettür modellerini genç kuşaklara aktaran yeni medya, küresel değerlere entegre olan modern Müslüman kadın kimliğinin üretilmesi sürecine katkıda bulunmaktadır. Online satış siteleri, moda ve dergi sayfaları ile sosyal medya fenomenleri, eşarabın nasıl bağlanması gerektiği, hangi renklerin bir arada kullanılmasının doğru olduğu, hangi pantolon ile hangi kazağın kombin edilmesi gerektiğine ilişkin önerilerde bulunarak, bir nevi kültür aracısı görevi üstlenmektedirler. Bu doğrultuda, Saydan ve Nart’ın (2019: 91) çalışmasında ifade ettiği üzere, bireylerin internetin önerdiği yeni yaşam kalıplarını kabulü ve tüketimi, ancak kendi yaşam tarzlarına uygun oldukça mümkün görünmektedir. Dolayısıyla, sekülerleşmenin bir sonucu olarak tüketim tercihleri de yeniden düzenlenir ve giyimi konusunda birey, imaj ile gösterişin merkezde yer aldığı hedonistik değerlere yönelir.

Bu doğrultuda bu araştırma da, muhafazakâr kadınların sekülerleşme eğilimlerini tesettür kavramı üzerinden sorgulamaktadır. Kuşaklararası fark dikkate alınarak ortaya konulan giyimdeki dönüşümler, teoriye dair çıkarımlar sunması açısından önemlidir. Zira sekülerleşmenin genel bir süreci olması gerekiyorsa, salt ekonomik ve teknolojik gelişmeden daha fazlası olması gereklidir. Diğer bir deyişle, sekülerleşmenin ifade edilebilmesi için geleneksel kültür tarafından yürütülen ve gündelik yaşamı şekillendiren pratiklerin de bilinçli değişimine ihtiyaç vardır. Sonuç olarak, modanın muhafazakâr kadının yaşamına bilinçli bir tercih olarak girmesi ve onu özgürleştirilmesi, modern kimlik inşasında araçsallaştırılması sebebiyle sekülerleşme tartışmalarında dikkate alınması gereken bir alandır. Bu yönde, çalışma içerisinde “muhafazakârlık” kavramı ideolojik anlamının ötesinde, Türkiye’de yaygın kullanılan biçimiyle, yani yaşam tarzı ifadesiyle yer almaktadır ve bu anlamda kadının gündelik yaşam pratiklerindeki modern dönüşümlere odaklanılmaktadır. Çalışmada söz konusu süreç, moda ve tüketim ilişkisi dikkate alınarak, zihniyetin dönüşümü, benliğin dönüşümü ve yeni medya bağlamında teknolojik gelişmelerin etkisi boyutlarıyla değerlendirilmektedir.

Araştırmanın Amacı

Türkiye’de Müslüman kadının giyim tarzında yaşanan dönüşümler her zaman dikkati çekmektedir. Özellikle, geleneksel değerlerden uzaklaşıldığına yönelik düşünceler sık sık vurgulanmakta olup ekseriyetle kadına ilişkin durumlar sorunsallaştırılarak tartışmaya açılmaktadır. Aslında bu durum, kıyafet kaidelerinin sadece kadın üzerinden ele alındığı eksik bir bakış açısının ürünü olması kadar, erkeğe nazaran muhafazakâr kadın için örtünmenin anlam ve işlevi olmasından da kaynaklandığı söylenebilir. Süreç içerisinde farklı anlamlar ve değer yargıları üzerinden dönüşüme uğrayan tesettürün, şu anki noktada tüketim nesnesi ve moda meselesi haline gelmesinin; siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda değerlendirilmesi gerektiği ve gelenekselden kopuş ile zihniyetteki bir farklılaşmanın ürünü olduğu gayet açıktır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, tesettür modası üzerinden muhafazakâr kadının sekülerleşme eğilimini ortaya koymaktır.

Çalışmada modanın, tüketim ve zihniyetin bir yansıması olduğuna odaklanılarak, bu bağlam üzerinden muhafazakâr kadının giyim tercihlerinde geleneksel değerlerden nasıl uzaklaştığı ve bu durumun sekülerleşme sürecinde nasıl bir karşılığı olduğu sorgulanmaya çalışılmaktadır. Çalışma, şu sorulara cevap bulmayı hedeflemektedir: (i) Muhafazakâr kadının geçmiş ile kıyaslandığında tesettürü algılayış biçimi ne yönde değişim göstermiştir? (ii) Kadınların tesettür modasına yaklaşımları ne yöndedir? (iii) Tesettür modasının benimsenmesinde hangi dinamikler rol oynamaktadır? (iv) Tesettür modası, dini olanı ne yönde etkilemektedir? (v) Kuşaklararası fark dikkate alındığında, genç kuşağın dinle arasına mesafe koyduğu söylenebilir mi?

Araştırmanın Kapsam ve Yöntemi

Sekülerleşmeyi tesettür modasına yönelerek ortaya koymaya çalışan araştırmada, nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma, “olguları kendi bağlamı içerisinde açıklar, süreçleri ya da anlamları yorumlar, teori temelli kavramları kullanır ve anlamaya çalışır” (Silverman, 2018: 7). Bu doğrultuda, nitel araştırma türleri içerisinde fenomenolojik yöntem tercih edilerek, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile derinlemesine görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşmeler, İzmir’de gerçekleştirilen Asmin Fest, Ankara’da gerçekleştirilen Zeruj Fest ve İstanbul’da ilk muhafazakâr alışveriş merkezi olarak tanımlanan Zeruj AVM’de bulunan 19-46 yaş arasındaki kadınlar ile gerçekleştirilmiştir. Sekülerleşmenin kuşaklararası farkı anlamaya dayanması sebebiyle, evren içerisinde maximum çeşitlilik tekniğinden yararlanılarak farklı yaş, meslek ve sosyokültürel çevrelerden oluşan 20 kişilik örnekleme

ulaşmıştır. Çalışma, moda üzerinden süreci kavramaya çalışırken, sadece tüketici konumunda bulunan kadınlara değil; aynı zamanda moda sektöründe üretici konumunda bulunan kadınlara da yönelerek dönüşümü daha derinlemesine gözler önüne sermeyi hedeflemiştir. Eylül ve Ekim 2019 yılında toplanan ve MAXQDA adlı programa aktarılarak kodlanan veriler ise betimleyici ve yorumlayıcı yaklaşım doğrultusunda analiz edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma Bulguları

Zihniyetteki Dönüşüm ve Dini Anımlardan Uzaklaşma

Maddi olanın yaşamın merkezine konulduğu tüketim toplumunda, farklı anlam dünyasına sahip olan din de kutsal bağlamından koparak birer tüketim nesnesine indirgenmektedir. Bu durum, kapitalizmle eklemlenmiş ve böylece tüketim kültürünü içselleştirmiş dindar birey açısından kutsaldan daha az referans aldığı yeni tüketim alışkanlıklarının deneyimlenmesi anlamına gelmektedir. Dini değerlerin paranteze alınarak lüks tüketimde bulunma isteğinin yerleşmesi, materyalist değerlerin insanın yaşamında kapladığı alanın genişlemesi ile dini alanın daralmasının sonucudur. Mutluluğu maddede bulan tüketim toplumu bireyi için alım gücünün artmasına bağlı olarak yaşamdaki tatmin seviyesi de yükselmektedir. Weber'in (1963) sosyolojisi içerisinde de önemli bir yer tutan ekonomik bağlam neticesinde, çalışarak kurtuluşa erme arzusunun azalmasıyla dindarlığın da azaldığı sonucuna varılmaktadır. Tam da bu sebeple, bireyin "yaşam standardının yükselmesi ile sekülerleşme arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır" (Ertit, 2019: 179). Katılımcıların ifadelerinde de ekonominin yaşamın merkezine oturduğu ve dini anlamların göz ardı edilerek araya mesafe konulduğu desteklenir niteliktedir:

Benim tüketim tercihlerimi, İslami değerlerden ziyade ekonomik durumum belirliyor. Gelirime göre tüketmek zorunda kalıyorum. Mesela, o yüzden lüks ürünler alamıyorum. Eğer imkânım olsa alır mıydım? Evet. (G-32)

Tesettürün moda olmasına değil; ama, kızdığım bazı şeyler var. Tesettür mağazalarındaki ürünler çok pahalı. Başlı açık arkadaşlarım ucuza ürünler bulabiliyorken, bizler en az 100-150 lirayı gözden çıkartmalıyız. (G-34)

Görüşülen kişilerin yaşamında tüketimin öncelikli bir hal alması sonucunda, dini hassasiyetler de devre dışı bırakılmaktadır. Bireyi sınırlayan ya da gündelik yaşamını düzenleyen unsurların dinden ziyade ekonomik koşullara dayandırılması ise kutsal anlamların kaybettiği güce ve seküler eğilime işaret etmektedir. Diğer taraftan, moda üzerinden din ile modern toplum koşulları

arasında kurulan bağlantıda, geleneksel değerlerden giderek uzaklaştıklarını ifade eden söylemler bulunmaktadır:

Modern döneme ayak uydurmak gerekiyor. Bu, artık bir zorunluluk. Gerçek İslami günümüzde yaşamak da zaten imkânsız. Öyle olsa, birçok şeyden uzak durup insanın kendini evine kapaması gerek (G-20).

Bugün değişen şey sadece Müslümanlık değil. Yaşadığımız, temas ettiğimiz hayatın bütün alanları değişti. Bundan 20 sene öncesine baktığımız zaman, şehirler, sokaklar, evler, arabalar, yiyecekler kısacası her şeyin değiştiğini görürsünüz aslında. Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir sözü çok doğru. Olumsuz mu? Bence hayır. Sabit kalmak radikallerin işidir (G-42).

Geçmiş ile kıyaslandığında, bugün modern topluma uyum sağlamanın bir gereklilik olduğu düşüncesi katılımcılar tarafından dile getirilmektedir. Bu durum, din ile ters düşebilecek her türlü tutum ve davranışın bir şekilde hayatın içerisine dahil edilmesine ve böylece normalleştirilmesine yol açmaktadır. Onlar için İslam dini, modern toplumun getirdiklerinden izole bir yaşam anlamına gelmekte olup mevcut koşullarda böyle bir yaşamı sürdürmenin imkansızlığı, adaptasyonu zorunlu kılmaktadır. İslam dini ve dünyevi hayata yaklaşım, sekülerleşme tartışmalarında üzerinde durulan önemli bir konudur. İslam’da sekülerleşmenin yeri olmadığını savunan düşünürler, İslam dininin dünyevi hayatı da gözettiği ve ahiret ile yaşanan dünyanın birbirinden ayrı ele alınamayacağı düşüncesi üzerinden karşı argüman üretmektedirler. Diğer bir deyişle, “ahiret düşüncesi veya din düşüncesinin insanı bu dünyadan koparması, dünyaya ilgisiz kılması ne kadar beklenebilir?” (Aktay, 2017: 24) sorusu öne çıkartılmaktadır. Ancak sekülerleşme konusunu bu bağlamda değerlendirmek, bireyin ahiret düşüncesini nasıl algıladığı ve yorumladığı kısmını göz ardı etmeye yol açar. Dolayısıyla, “dindarlıktan ne anlıyorsanız ya da onu nasıl tanımlıyorsanız dünyevileşme algınız da buna göre şekillenecektir” (Aydınalp, 2019: 156). Böylece sekülerleşme konusunda esas mesele, dindar bireyin bu dünyadan kopup kopmaması değil; onun gündelik yaşam pratiklerinde dini ne kadar öncelediği ya da ötelediği meselesidir.

Bu doğrultuda, tesettür üzerinden sekülerleşme, muhafazakâr kadınlar içerisinde tesettür modasının benimsenmesi yoluyla dine yönelik yorum ve anlayışın ne yönde değiştiğinin ve dini anlamların kadının giyimine ne şekilde etki ettiği üzerinden açığa çıkmaktadır. Nitekim katılımcıların geçmiş ile bugün arasında yapmış oldukları kıyaslamalarda, değişenin sadece giyim kalıpları olmadığı, zihniyetin de değişime uğradığı gerçeği ortaya çıkmaktadır:

Zamanında başörtülü bir kadın olarak büyük zorluklar çektim. Üniversite zamanında, sadece okumak için beş kere saçımı ustura ile kazıdım mesela. Bugün, muhafazakâr kadınların zaten olması gereken haklarını elde ettiğini düşünüyorum. Günümüzde tesettür giyimi ise artık moda sektörünün önemli bir parçası haline geldi. Tesettür kurallarına uymak ile modaya uymak arasında bir tercih yapılması gerekiyor. (G-33)

İmam Hatip mezunuyum. Başörtülü olduğum için öğrencilik yıllarımda kötü bakışlara maruz kaldım. İnsanların bize söylediği kötü sözleri işittim. Zor zamanlar atlattık ama bugün bu durum değişti. Bizler de değiştik haliyle. Giydiklerimiz olsun, düşüncelerimiz olsun, eskisi gibi değil. (G-42)

Yirmi yıl önceki bakış açısı ve şimdiki bakış açısı çok farklı. Ben, 97 yılında imam hatipten mezun olduğumda aşırı kapalıyım. İşte pardösülü, başörtüye dikkat eden. Fakat toplumda gerçekten yer bulamadım. Yer bulabilmek için uğraştım, didindim. Okullara alınmadım ve bu yüzden iş hayatına giremedim. Yıllar sonra kendi tarzımı oluşturmak zorunda kaldım. Böylece bir yerlere geldim. (G-39)

Katılımcılar için yirmi yıl önceki Türkiye, başörtüsü yasakları ile muhafazakâr kadının kamusal alanda geri planda tutulduğu bir dönemi ifade etmektedir. Bu dönemde, dini kimliği ile eğitim hayatını devam ettirme isteği, başörtüsü özelinde giyim daha ideolojik bir zemin üzerine oturtulmasına sebebiyet vermiştir. Diğer bir deyişle, yasaklar karşısında tesettür, uğruna mücadele verilen hak ve özgürlüklerin sembolü haline gelmiştir. Ancak 2000’li yıllardan sonra edilen haklar, bir anlamda mücadelenin alanını değiştirerek, moda, güç, başarı ve imaj gibi modern yorumların içine dahil edildiği kültürel alanın yeniden düzenlenmesi ile stratejik bir boyut kazanmıştır. Sonuç olarak, geçmiş deneyimlerin etkisi ile orta yaşta katılımcıların sekülerleşme sürecinin “zorunluluk” üzerinden gerçekleştiği söylenebilir. Bu yönde, “kamksayarak özerk dünyevileşme, bilinçli ve rasyonel bir tercih olmaksızın; ya fazla yerleştiği için ya da zararsız görüldüğü için sorgulanmadan ve önemsenmeden spontan hale gelen dünyevileşmelerdir” (Aydınalp, 2019: 181). Gelinen noktada ise modern yaşamın çalışma hayatı gibi her türlü itici gücü karşısında, yaşanan dönüşümün içselleştirildiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan, 19-25 yaş arası genç katılımcıların giyim tercihlerinde belirleyici faktörlerin imaj olması, gösterilen reaksiyonların dini değil ekonomik boyutta olması, ebeveynlerinden farklı düşünceleri, özgürlük ve sosyal medya kavramlarına vurgu yapmaları ile dini anlam ve değerlere yönelik önceliğin giderek etkisini kaybettiği göze çarpmaktadır. Böylece genç katılımcılar için tesettür modasının anlamı, orta yaşta kişilerden farklılaşmakta ve söylemlerinde, modern yaklaşımların gönüllü olarak benimsendiği ortaya çıkmaktadır:

Benim giyim tarzım annemden oldukça farklı. Mesela, O daha klasik giyidir. Alıştığı bir tarz var, ondan vazgeçemiyor. Ben, daha renkli bir kişiliğim.

Kıyafetlerim için de geçerli bu. Şöyle anlatayım, mesela, zemin rengi baz alıp; şal, eşarp vs. içindeki en güzel ton ile de ayakkabı çanta uyduruyorum. Öyle görmüş aslında, yadırgamıyorum annemi ama dünya değişti. Tesettürün bir modası var. (G-20)

...çünkü artık başörtülü ve özgür birer birey olabileceğimizi gösterebiliyoruz rahatça. Tabii ki hala başörtüsünü kullanarak bu algıyı manipüle etmeye çalışanlar var. Ama onların da yavaş yavaş da olsa azalacağına inanıyorum. (G-24)

Mesela, sosyal medyada takip ettiğin fenomenin giydiği bir kıyafetini sırf o giyiyor diye almaya bile yöneliyorsun. Ben de giyersem beni havalı yapar düşüncesine kapılıp, maddi durumumu gözetmeksizin kendimi sosyal medyada alışveriş yaparken buluyorum. (G-19)

Diğer taraftan, moda sektöründe üretici konumunda bulunan kişilerin sözlerine bakıldığında, muhafazakâr kadının tercihlerinin ne yönde dönüşüme uğradığı daha net anlaşılmaktadır. Bu anlamda, geleneksel ölçülerin varlığını sürdürse de bir şekilde etkisini kaybettiği ve yerine, stillerin vurgulandığı modern çizgilerin ön plana çıktığı görülmektedir:

Mesela bundan 10-15 yıl önce, nişan kıyafetleri, gelinlikler daha sadeydi. Diktiğimiz modellerde açık bir yer asla olmazdı. Bu kadar süsleme de olmazdı üzerlerinde. Şimdi hem abartı var hem de tam tesettür ölçüsü değil. (G-46)

Şunu söyleyebilirim ki, bir yandan geleneksel tarz bir şekilde varlığını sürdürmeye çalışırken; diğer yandan, ona daha ağır basan yenilikçi bir tarz oluştu. İnsanlar geleneksel tarzdan ayrılan farklı bone, tesettür şekillerini talep ediyorlar. Kıyafetler daha ara yani açık-kapalı arası bir biçime dönüştü. (G-30)

Netice itibariyle isteklerinin çeşitlenmesi, tesettürde geleneksel kalıpların ve bu bağlamda da tesettür kavramını dayandırdıkları değerlerin dönüşüme uğramasına sebebiyet vermektedir. Görünüme yönelik kaygının artması, eşarp yerine bonenin tercih edilmesi ya da sade renklerin yerini, oluşturulan imaja göre farklı renk ve desenlere bırakması gibi sonuçları doğurmaktadır. Sekülerleşme eğilimi ise muhafazakâr kadının giyim yoluyla diğerlerinden ve kendisinden önceki kuşaktan farklılaşarak “hayat tarzı” oluşturmaya çalıştığı davranış ve tutumlarla açığa çıkmaktadır. Böylece, “yeni bir gündelik yaşam inşası söz konusu iken, alt metinde geçmiş deneyimlerin, geleneklerin ve dini değerlerin tüketim davranışları ile farklılaştığı bir yaşam alanı kurgusu da söz konusudur” (Baltacı, 2019: 123). Bu doğrultuda zihniyetin göstergesi olan moda, muhafazakâr kadın için “Müslüman ama modern” kadının profilini idealize ederek; benliğin dönüşümünün de aracısı olmaktadır.

Benliğin Dönüşümü ile Özgürleşme Meselesi

Müslüman kadının özgürleşme meselesi ve bu yönde geliştirilen feminist söylemler, tesettür giyimindeki dönüşümde etkili olmuş; seküler değerlerin moda üzerinden benimsendiği yaklaşımların yaygınlaşmasına yol açmıştır. Bu yönüyle giyim, Davis'in (1997: 127) belirtmiş olduğu gibi kişinin yapmış olduğu iş, cinsiyet, yaş, ideolojik eğilimler, etnik ve dinsel kimlikler dahil birçok özelliğin yansıtılmasında önemli rol oynamaktadır. En nihayetinde bugün, örtünmenin giderek estetik bir hal alması, dini kimliğe yönelik sınırları da belirsizleştirmektedir. Özellikle 19-35 yaş arası katılımcılar arasında bireysel tercihlerin ön plana çıkartılarak tesettür modasına yönelik algının gelişmesi; tesettür modasının kimlik kazandırma kavramları ile birlikte anılmasına yol açmaktadır. Bu noktada görüşülen kişilerin ifadeleri, önceki kuşakların değerler ve tutumlarından nasıl uzaklaştıklarını işaret etmektedir:

Tesettür modasının geldiği nokta bana kapalı kadının güçlü olduğunu gösteriyor. Daha önce, bir baskı vardı üzerimizde. Sanki her şey, başı açık kadınlara haktı. Ama bu değişti. Kendimizi ifade edebiliyoruz. Farklı kombinler yapabiliyoruz. Bir standart yok açıkçası. Ben, dini açıdan çok da olumsuz bakmıyorum. Her kadın güzel görünmek ister. Bunun kapalı, açığı yok. (G-34)

Daha önce, giyim olsun, yaşam olsun, çok fazla kural vardı. Annemden biliyorum, başını belli bir tarzda bağlamalısın, feracen olmadan çıkmaman gerek gibi. Baskı yaratıyor bu insanda. Bence insanlar bu kadar katı kurallar olmadan, zorlama olmadan da dinini yaşayabilmeli. (G-32)

Aslında, moda ile bireye diğerlerinden farklı olmak kadar; kusursuz olma mesajı da aktarılmaktadır. Modern toplum bireyi, kendisine sunulan ideal ölçütleri kıyafetler ve markalar aracılığıyla yaşamına dahil eder, böylece en iyisine ulaşacağını düşünerek modaya yönelir. Dolayısıyla, geleneksel ve kalıplaşmış her türlü değerlerin parçalanışını ifade eden moda, nasıl olunması gerektiğine ilişkin evrensel değerleri bireye aktarma görevi ile güzellik algısını yeniden inşa eder. Bireye bu uğurda kendisini yeniden tasarlaması gerektiğini dayatırken; dahilinde olan dini sembollerini de tüketim nesnesi haline getirir ve sekülerleşme sürecine ivme kazandırır. Bu bağlamda, giyim tercihlerinde bir önceki nesilden farklılaşma isteğinin altında, geleneksel dini kaidelerin bireyi sınırlayan ve onları bağlayan etkisinden kurtulma isteği yatmakta gibi görülmektedir. Öte yandan, muhafazakâr kimliğin moda ve tüketim ekseninde yaşadığı seküler dönüşümün, gençlerin aksine orta yaş ve üzeri katılımcılar için kolay olmadığı; yani sekülerleşme sürecinin birtakım gerilimleri beraberinde getirdiği görülmektedir:

20 yıl öncesine baktığımda her şey değişti. Tesettürün bir kuralı, bir adabı vardı. Bu kadar alışveriş olmazdı. İsraf gözüyle bakılırdı. İnsanlar yetinirdi

ellerindekiyle yani. Bizler böyle dini kuralla yetiştirildik. Şimdi öyle mi? Ben kendimde de hata görüyorum. Mesela bu şalvar, kafamdaki bone, dinen uygun değil ama takıyorum. (G-44)

Bizden önceki neslin, tutunduğu gelenekleri vardı. Artık bunlar ortadan kalktı. Doğru buluyor muyum bu değişimi? Hayır. Ama mecbursun bir şekilde. Örneğin, benim kıyafetlerim tesettür ölçülerinde değil. Modern dünyanın içinde biz de ayak uydurduk sonuçta. (G-46)

Katılımcıların sözlerine bakıldığında, Haenni'nin (2014: 29) *rahatsız İslamcı* tanımlaması akıllara gelmektedir. Rahatsız İslamcılar, modernleşmeye zihniyet olarak karşıdırlar, ancak onun unsurlarını da yaşamlarına dahil ederler. Bu durum, kişinin ideolojik bağlamdan kopmasına ve modern kültürel kodlar ile bütünleşerek sekülerleşmesine yol açmaktadır. Modernleşmeden ne kadar rahatsızlık duyulsa da, geleneksel söylemin ve dini değerlerin tüketim kültürü karşısında silikleşerek; tesettür modasının gündelik yaşama yerleştiği görülmektedir. Gençler için modern toplumla entegre olmak, hayatın akışı içerisinde olağan bir durum olarak nitelendirilmekte ve böylece seküler kültür gönüllü bir tercih olarak benimsenmektedir. Ancak, orta yaş ve üzerindeki kişilerde sekülerleşme sürecinin sancuları hissedilmektedir. Bu yönde, katılımcılarda geleneksel tesettür kalıplarının dışındaki ürünlere yönelimle açığa çıkan gerilim ise yüzeysel boyutta kalan dini söylemlere başvurularak giderilmektedir. Son tahlilde sekülerleşme, görüşülen kişilerin tümünde süreç ve etkiler farklı olsa da modern bağlamda kimliğin yeniden inşa edilmesiyle açığa çıkmaktadır.

Sosyal Medyanın Sekülerleşme Sürecini Hızlandıran Etkisi

Günümüzde tesettür modasının yaygınlık kazanmasındaki önemli faktörlerden biri de yeni medya teknolojilerinin gelişimidir. Zaman ve mekânın bağlayıcı unsurunu ortadan kaldıran dijital ortamlar, farklı tesettür akımlarının kısa sürede Müslüman coğrafyalardaki kadınlar tarafından fark edilmesine ve benimsenmesine yol açmaktadır. Bunun sebebi, sosyal medya platformları başta olmak üzere dijital ortamlardaki kullanıcı sayısının ve geçirilen sürenin her yıl giderek artışıdır (DataReportal, 2019). Bu yönüyle dijital ortamlar, sosyalleşmenin önemli bir aracı oldukları gibi üretici ve tüketiciyi bir araya getirme işleviyle de ekonomik alan tanımlaması içinde yer alır. Kitle iletişim araçlarındaki gelişim, evrensel tüketim alışkanlıklarının benimsenmesine ve yerel değerler ile küresel değerlerin iç içe geçtiği global yaklaşımların açığa çıkmasında önemli bir rol oynamaktadır (Ritzer, 2011). Bu doğrultuda, dini sembollerin pazar mantığı içerisinde yeni medyada yer alması, hem kutsal vurgunun azalması ve anlam kaybına sebebiyet vermesi

ile hem de bunun, dindar bireyin gündelik yaşam pratiklerine yansımalarıyla sekülerleşme sürecini hızlandırıcı bir etkiye sebep olmaktadır. Bu sonuç, sosyal medyayı sık kullanan ve dijital ortamlarda tüketimde bulunan katılımcıların ifadelerine bakıldığında da görülmektedir:

Sosyal medyada özenme iç güdüsü, seni inandığın şeylerin dışına çıkartıyor. Ben dikkat çekici kıyafetler satın almanın ve giymenin günah olduğunu biliyorum ama güzel görünme isteğimin önüne geçemediğim için dini kurallara uyamıyorum. (G-19)

Beğendiğim 3-5 tane fenomen var. Onları her gün takip ederim. Benim için onların paylaşımları önemli. Çünkü bir fikir edinmemi sağlıyorlar. Mesela, farklı şal bağlama teknikleri öneriyorlar, güzellik tavsiyesinde bulunuyorlar, yemek tarifleri veriyorlar. Bence faydalı bunlar. (G-33)

Sosyal medyanın, tesettür ve daha genel anlamda yaşama yönelik algıyı etkileyerek bir dizi farklı görünüm ve seküler deneyimlere yol açtığı görülmektedir. Bu noktada sosyal medyanın, kadının sekülerleşme sürecinde itici bir güç olmasındaki sebeplerden biri olarak dijital ortamlara karşı geliştirilen tutum gösterilebilir. Sosyal medyada beğenilme, onaylanma, takdir görme ve imaj kaygısının ön plana çıkması, moda ve tüketime olan yönelimi arttırarak, kültürel dönüşümü hızlandırmaktadır. Sosyal medyanın sınırsızlığı, tüketim dahil her türlü kural ve geleneğin parçalanmasına neden olurken; bu durum sadece tüketim bağlamında kalmamakta, dini bağlamda da açığa çıkmaktadır. Böylece sekülerleşme lehine geleneksel kalıpların dışında, açıklık faktörünün olmaması ile dini olarak kabul edilebilecek bol tişört, uzun kollu gömlek veya uzun elbise gibi ara form tercihler tesettür modası adıyla geliştirilmektedir. Katılımcıların ifadelerinden çıkarılacak diğer önemli nokta ise sosyo-ekonomik statü ile seküler eğilimler arasında kurulan bağlantıdır:

Sosyal medya her eve girdi ve herkes her şeyden haberdar durumda. Mesela müşterilerim, sosyal medyada fenomenlerin giydikleri ürünleri ya da dünya çapındaki markaların parçalarını benden tasarlamamı istiyorlar. (G-30)

Sosyal medyadan alışveriş yapıyorum ama ne yalan söyleyeyim, israfı artırıyor sosyal medya. Tabii ki bu kişinin yaşam şekli, maddi durumu, konumu, işi giriyor işin içine. Hele ki kariyer sahibi, işi gücü olan bireysel, ister istemez tesiri oluyor. Sürekli yeni bir şeyler almak ihtiyaç haline geliyor. (G-30)

Sosyal medyadaki tutum ve davranışlara yansıyan maddi başarı, tüketim kültürünün gösterişi, hazcı ve materyalist değerlerini meşrulaştırmaktadır. Öte yandan, Douglas Kellner'in (2003: 240) belirtmiş olduğu gibi medya kültürü, imaj ve semboller yoluyla bireylere rol model sağlar ve onların davranışlarının şekillenmesine yol açar. Kısacası, hayranlık duyulan kişilere benzeme çabası ve onlar gibi olma isteği üzerinden kullanıcılar, ünlülerin

tükettiği ürünlerin benzerlerini satın almaya yönelirler. Goffman'ın (2018: 44) dramaturjik yaklaşımından yola çıkarak, sosyal medyanın kişilerin idealize edilmiş performanslarını sergilediği bir *vitrin* olduğu söylenebilir. Öyle ki, sosyal medyanın kullanıcılarından beklentisi, mükemmel bir görünüm, mutlu bir hayat ve sürekli tüketmek üzerine kuruludur. Bu bağlamda, muhafazakâr kesime yönelen fenomenlerin, makbul bireye ulaşma yolunda her türlü müphemliği ortadan kaldıran bir aracı ve seküler kültürün önemli bir taşıyıcısı oldukları görülmektedir (Gazneli, 2020).

Daha ötesinde, kişinin neyi tüketmesi, neyi tüketmemesi gerektiği yönünde ona bir yaşam tarzı sunduğu anlaşılmaktadır. Bu yönüyle sosyal medyanın, tüketim kültürünün genişlemesinde ve “muhafaza” edilmesi gereken dini değerlerin tüketim toplumunun değerleri karşısında mevzi kaybetmesinde etkili olduğu söylenebilir. Böylece sosyal medya, moda ve tüketim ekleninde dini sembol ve anlamların ticari bir nesneye dönmesine ve bunun birey üzerinde yarattığı etkiyle sekülerleşme sürecini hızlandırmaktadır.

Sonuç

Türkiye’de muhafazakâr kavramıyla nitelendirilebilecek kadının giyim tarzı, hem muhafazakâr kesimin kendi içerisinde hem de dışarıdan tartışma ve değerlendirmelere konu olarak eleştirilere uğramakta ve devamlı surette mevzu bahis olmaktadır. Geleneksel ile modern arasındaki çizgiyi belirleyen göstergelerin kadının görüntüsü ve toplumsal konumu üzerinden okunması, bu dikkatin niçin buraya odaklandığına işaret eder. Elbette burada tartışılan göstergeler, geleneksel-kültürel olarak giyimini zaten adı *tesettür* olmadan kültür-din ilişkisinde inşa edilmiş, çoğunlukla renkli, desenli, tülbent, yazma, örtü, şalvar vb. giyim unsurlarını kullanan kadınlar değil; tüketim kültürüne eklenen, genelde kentli muhafazakâr-dindar, giyim kodlarını tesettür kavramı üzerine kuran kadınlara aittir. Bu bağlamda, tesettürün modern formlarının muhafazakâr kadınlar arasında kabul görmeye başlaması, 1980’lerde küçük işaretlerle başlayan, zaman içerisinde artan bir dozla devam eden bir süreç olarak görünmektedir. Bu süreçte moda adaptasyon artarak günümüzde tam anlamıyla mentalitesini de kurmuş olarak kendini farklı platformlarda göstermektedir.

Bu araştırmada, muhafazakâr kadının giyiminde, dinselikle makasın zaman içerisinde daha fazla açılmasının dayandığı gerekçeler ve yukarıda bahsi geçen mentalite anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Zira bazı tartışmalarda bu göstergeler, dini bir dejenerasyon işareti olarak okunmuş ve bu yeni giyim

tarzı İslami olmamakla eleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ve gözlemler, bu eleştirilerin, söz konusu kadınlardan kültürel, ekonomik, siyasal ve teknolojik koşullardan bağımsız birer ideal tip olarak kalmalarını bekleyerek yanıldıklarını düşündürmektedir. Toplumun genelinde ve spesifik olarak muhafazakâr erkeklerin uğradığı dönüşüm göz önüne alındığında, aynı dönüşümü kadın cephesinde de görmek garip olmasa gerektir. Nitekim bir katılımcının “sabit kalmak radikallerin işidir” şeklindeki ifadesi aslında, dini sabit kalan bir olgu, akıp gitmekte olan yaşam koşullarını ise akışkan ve değişken olarak nitelerken oldukça çarpıcıdır. Dolayısıyla değiş(tiril)meyen kodlar işlerliğini kaybederek kenara konulmaktadır. Neticede dinsel olandan uzaklaşarak sekülerleşen ve bunu giyim biçiminden eğlence tarzlarına kadar hayatına yansıtarak farklı görünüm sunan profiller karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan görüşmeler ile alandaki teorik tartışma ve tespitler bir araya getirildiğinde, amaçlı örneklem olarak seçilen daha ziyade genç ve orta yaş katılımcıların ifadelerinden, mensup oldukları zihniyet zemininde bir dönüşüm meydana geldiği ve dini sembol ve anlamlardan kurulu bu alanda bir değişim yaşandığı açıktır. Zira günümüze hâkim olan ve sosyal medya gibi araçları oldukça etkin kullanarak domine edilen kültür, tüketimi ve nesneyi baz almakta, aynı zamanda görsel kültürün egemenliğinden ötürü, tüketim nesnelere görselliği önceler bir sıra izlemektedir. Çünkü tüketerek kimliklenmek ve bu kimlikle toplumsal bir konumlanma talebinde bulunmak, tam da bu kültürün öne çıkardığı bir stratejidir. Bu noktada kılık-kıyafet başta olmak üzere görünüm tarzlarına ilişkin moda olan her şey devreye girmektedir. Yine katılımcıların ifadelerinden; toplumsal konumlanma, saygınlık, iş bulma gibi hususlarda görünümün nasıl işlev gördüğü, modaya uyulanmayan tesettür giyim tarzıyla bu sorunların üstesinden gelinemediği ve sosyal olarak varlıklarını sürdürebilmek için bu değişimin zorunlu olduğu fikri çıkmaktadır. Burada dikkat çekici nokta, yukarı da belirttiğimiz üzere, dini değerlere uymama pahasına bu tercihin yapılıyor olmasıdır. Zira yine belirttikleri gibi, dışarıda akıp gitmekte olan hayat ile din arasında uyumsuzluk yaşanmaktadır. Bir üst kuşak ise, bu konuda daha eleştirel bir tutum sergileyebilmektedir. Bu dönüşüm, anlaşıldığı kadarıyla, muhafazakâr kadınlarda aynı zamanda bir benlik krizine neden olmaktadır. Yani dini değerler ile tüketim kültürü arasında kalan ve bir tercih yapmak zorunda olduğunu hissederek dönüşen muhafazakâr kadın, geleneksel olandan kopmanın huzursuzluğunu da aynı anda tecrübe etmektedir.

Araştırmada ulaşılan bir diğer önemli tespit ise, daha çok da yeni neslin, kendilerini sınırlayan/bağlayan bazı geleneksel dini kodlardan uzaklaşma ve özgürleşme isteğidir. Yani aslında salt görsel gibi görünen ve özenti olarak yorumlanan bu değişimin altında çok daha derin anlam katmanları açığa çıkmaktadır. Modern kültüre entegre olmak, geleneksel olandan uzaklaşmayı gerekli kılmaktadır. Son on yıllarda kadın hareketlerinin de yarattığı akımdan, bütün kesimler gibi dindar ya da muhafazakâr kadınlar da etkilenmiş ve hak arayışına girmişlerdir. Sosyal hayata daha fazla dahil olmaları, meslek edinerek çalışmaları, ekonomik özgürlüklerini elde etmiş olmalarının karşısında, geleneksel olanın sabit kalarak beklentiler sunması, özgürlük amacıyla da oradan uzaklaşma ile sonuçlanmıştır. Zira bazı katılımcılar, daha önce başörtüsü yasakları nedeniyle yaşadıkları zorlukları anlatarak, sosyal hayattan kopmak zorunda kaldıklarını, bu uğurda çok fedakarlıkta bulduklarını, geçmişte farklı kesimlerden görünüşleri nedeniyle eleştiriye maruz kaldıklarını; ama artık muhafazakâr kadınların bu sorunları aşarak özgürleştiklerini belirtmektedirler. Bir anlamda giyim tarzlarının değişmesi ve genele hakim moda uyum sağlamaları, özgür hissetmelerini sağlamaktadır. Çünkü söz konusu kadınlar, bir bakıma *diğerleri* gibi olarak kendilerini ayırtmaktan kurtarmaktadırlar.

Bir diğer nokta ise, sosyal medyanın bu yeni modanın yaygınlaşmasında gösterdiği etkidir. Giyim üreticilerinin, şirketlerin, markaların reklam aracı olarak bu mecraları kullanması, ürün tanıtımında çarpan etkisi yapmasından dolayıdır. Çünkü bu mecralar karşılıklı etkileşimin olduğu, katılımın sağlanabildiği ve aidiyet duygusunun da yaşanabildiği alanlardır. Kutsal sembollerin piyasa mantığı içerisinde pazarda yerini alması ve hemen her şeyin tüketim nesnesine dönüştürülmesi, dini olanın da sosyal medya hesaplarında daha kolay pazarlanmasına neden olmuştur. Son yıllarda ortaya çıkan sosyal medya fenomenleri, giyim kuşam ve hayat tarzlarıyla takipçilerinin ilgisini çekmekte ve bir cazibe merkezi haline gelerek örneklik teşkil etmektedir. Sahip olunan imaj ile beğenilme, onaylanma ve takdir görme, sosyal medyanın etkileşim özelliğinin sonucu olarak önemli hale gelmektedir. Tüketim kültürünün hazcı, gösterişçi karakteri, içseli değil görseli değerli kılan sosyal medya ile birleşince materyalist değerlerin meşruiyet kazanması hızlanmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, yalnızca paylaşım yapılan ya da paylaşım yapanların takip edildiği edilgen kalınan bir platform olmaktan çıkarak, yaşam tarzı önererek dinsel olanın zayıflamasına yol açmakta ve sekülerleşme sürecine güçlü bir etkide bulunmaktadır. Bu bağlamda sekülerleşmenin, çok katmanlı anlamlarla birlikte ilerlediğini söylemek yanlış olmasa gerekir.

Kaynakça

- Acun, F. (2007). "Görsel Verilerde Kadın İmajı (1923-1960)". *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 16. 91-112.
- Akçakaya, N. (2017). *Renklerin Sosyolojisi: Renklerin Toplumsal Mahiyeti Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Aksoy, M. (2005). *Başörtüsü-Türban: Batılılaşma-Modernleşme, Laiklik ve Örtünme*. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Aktay, Y. (2017). *İslam ve Sekülerleşmenin Kaynakları*. İstanbul: Tezkire Yayıncılık.
- Akyüz, H. (2014). "Hz. Peygamber'in Hadislerinde Renklerin Dili". *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. (41). 373-397.
- Albayrak, H. Ş. (2014). "Yükselen Dindar Sınıfların Modayla İmtihanı". *Lacivert Dergi*. <http://www.lacivertdergi.com/dosya/2014/08/05/yukselen-dindar-siniflarin-modayla-imtihanı> adresinden 8 Ağustos 2020 tarihinde alındı.
- Anğ, A. (2007). "Türklerde Kıyafetin Kısa Tarihi". *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*. 22(64-65-66). 141-161.
- Arthur, L. B. (2020). "Religion and Dress". *Lovetoknow*. <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/religion-dress> adresinden 3 Temmuz 2020 tarihinde alındı.
- Aydınalp, H. (2019). "Yerel Bir Dünyevileşme Kavramı: Özerk Dünyevileşmeler". (Ed. M. A. Kıрман ve V. Ertit) *Sekülerleşme Tartışmaları* içinde (153-197). Ankara: Kadim Yayınları.
- Baltacı, A. (2019). "Muhafazakâr Tüketim: Türkiye'de Muhafazakârlığın Tüketim Eksenli Dönüşüm Pratikleri". *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 42: 111-135.
- Barbarosoğlu, F. (2018). *İmaj ve Takva*. (14. Baskı). İstanbul: Profil Kitap.
- Barthes, R. (1967). *Le Systeme de la Mode*. Paris: Seuil.
- Batur, B. (2020). "Atatürk'ün Işığında Cumhuriyet Kadını ve Moda". *KadınCom*. <https://kadın.com/ataturk-un-ışığında-moda> adresinden 5 Temmuz 2020 tarihinde alındı.
- Bertrand, R. L. (2015). "The Limits of Secularization through Education". *Journal of Religion&Society*. 17: 1-43.
- Blumer, H. (1969). "Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection". *Sociological Quarterly*. 10 (3), 275-291.
- Bourdieu, P. (1975). "Le Couturier et sa Griffe: Contribution a une Theorie de la Magie". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1(1). 7-36.
- Böke, E. G. (2017). "İslam Hukuku'nda Kıyafet-Örtünme ve Kıyafetleri Üzerindeki Resim ve Yazıların Durumu". *Kırkkale İslami İlimler Fakültesi Dergisi*. 2(3). 19-44.
- Braudel, F. (1992). *Civilization and Capitalism, 15th-18th Century, Vol 1: The structure of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Bruce, S. (2011). *Secularization: In Defence of an Unfashionable Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Bucar, E. (2016). "Secular Fashion, Religious Dress and Modest Ambiguity: The Visual Ethics of Indonesian Fashion-Veiling". *Journal of Religious Ethics*. 44(1). 68-91.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. Türkçe Çev. İ. Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi.

- Crane, D. (2003). *Moda Gündemleri: Giyimde Sınır, Cinsiyet ve Kimlik*. Türkçe Çev. Ö. Çelik. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çevik, N. (2017). *Türkiye ve Ötesinde Müslümanlık: Modern Dünyada Din*. Türkçe Çev. E. Genç. Ankara: Hece Yayınları.
- DataReportal, (2019). *Digital 2019: Global Digital Overview*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview> adresinden 5 Temmuz 2020 tarihinde alındı.
- Davie, G. (2014). "Din Sosyolojisinin Evrimi: Tema ve Varyasyonlar". (ed. M. Dillon). *Din Sosyolojisi El Kitabı* içinde (89-110). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. Türkçe Çev. Ö. Arkan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Demirdağ, M. F. (2015). *İslam Öncesi Toplumlarında Örtünme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hitit üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Çorum.
- Durkheim, E. (2017). "İnsan Doğasının İkiliği ve Toplumsal Koşullar". (Çev. Ü. Tatlıcan). (ed. B. Balkız ve Ü. Tatlıcan) *Emile Durkheim'in Sosyolojisi ve Felsefi Düşüncesi* içinde). İstanbul: İslık Yayınları.
- Ertit, V. (2019). *Sekülerleşme Teorisi*. Ankara: Liberte Yayınları.
- Frisby, D. (2012). *Modernlik Fragmanları: Simmel, Kracauer ve Benjamin'in Eserlerinde Modernlik Teorileri*. (Çev. A. Terzi). İstanbul: Metis Yayınları.
- Furseth, I. ve Repstad P. (2013). *Din Sosyolojisine Giriş: Klasik ve Çağdaş Kuramlar*. (Çev. İ. Çapanoğlu, H. Aydınalp) (2. baskı). Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Gazneli, D. (2020). *Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye'de Yeni Medyanın Muhafazakârlığın Dönüşümü ve Dini Değerlerin Metalaşması Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aydın.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. (Çev. Ü. Tatlıcan). (2. baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- GlobalWebIndex (2019). *2019 Social Media User Trends Report*. www.globalwebindex.com adresinden 10 Temmuz 2020 tarihinde alındı.
- Godart, F. ve Aspers, P. (2013). "Sociology of Fashion: Order and Change". *Annual Review of Sociology*. 39: 171-192.
- Goffman, E. (2018). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev. B. Cezar). (2. baskı) İstanbul: Metis Yayınları.
- Göksel, N. (2007). "Gençlerde Giyim Modası ve Kimlik İlişkisi". *Yedi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*. 1: 48-53.
- Göle, N. (2014). *Mahrem'in Göçü*. (2. baskı). İstanbul: Hayy Kitap.
- Göle, N. (2017). *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*. (3. baskı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Güz, H. ve Hülür, A. (2016). "Muhafazakâr E- Dergilerde Tüketim İdeolojisi ve Moda". (Ed. Ç. Deniz ve A. Hülür). *Yeni Medya ve Toplum* içinde (79-111). İstanbul: Literatürk Academia.
- Haenni, P. (2014). *Piyasa İslamı: İslam Suretinde Neoliberalizm*. (Çev. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Holton, R. (2013). "Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları". (Çev. K. Karaman). *Sosyoloji Konferansları*. 47: 59-75.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. New Jersey: Princeton University Press.

- Inglehart, R. (2000). "Globalization and Postmodern Values". *The Washington Quarterly*. 23(1): 215-228.
- Janmohamed, S. (2018). *M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik*. İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Karaca, Ş. (2011). "Fatma Aliye Hanım'ın Türk Kadın Haklarının Düşünsel Temellerine Katkıları". *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*. Güz 2011. 31: 93-110.
- Kellner, D. (2003). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. New York: Routledge.
- Keskin, Y. M. (2004). "Din ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*. 4(2): 7-20.
- Montaldi, G. (2017). "Religion and its Clothes: A Perspective from Christian Theology". *Annuario CIRMİB*. 1-21.
- Navaro-Yashin, Y. (2017). "Kimlik Piyasası: Metalar, İslamcılık, Laiklik". (Ed. D. Kandiyoti ve A. Saktanber). *Kültür Fragmanları: Türkiyede Gündelik Hayat içinde* (4. Baskı). (201-227). İstanbul: Metis Yayınları.
- Pekdemir, K. (2018). "Zihniyet-Din ve Toplumsal Değişimin İlişkisi: Ülgener Örneği". *Tasavvur. Tekirdağ İlahiyat Dergisi*. 4(1): 13-32.
- Ritzer, G. (2011). *Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. (Çev. Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ruşan, T. C. (2019). "Bir İletişim Dizgesi Olarak Giyim ve Giyime Yönelik Göstergebilimsel Çözömlerlerdeki Değişkenler". *Erciyes İletişim Dergisi*. 6(1): 81-96.
- Saydan, R., & Nart, S. (2009). "Online Tüketimi Teşvik: Sanal Ortamda Tüketici İkna Süreci ve Belirleyicileri". *Öneri Dergisi*. 8(32): 85-94.
- Silverman, D. (2018). *Nitel Verileri Yorumlama*. (Çev. E. Dinç). Ankara: Pegem Akademi .
- Silverman, E. (2013). *A Cultural History of Jewish Dress*. UK: Bloomsbury Academic.
- Simmel, G. (1957). "Fashion". *American Journal of Sociology*. 62 (6): 541-558.
- Simmel, G. (2013). *Moda Felsefesi: Modern Kültürde Çatışma*. (Ed. A. Artun). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: UK: Polity.
- Sofuoğlu Kılıç, N. (2018). "Dini Yorumların Çeşitliliğini Gündelik Hayat Sosyolojisiyle Düşünmek". *Uluslararası İslam ve Yorum Sempozyum Kitabı 3*. 159-174.
- Spencer, H. (1897). *The Principles of Sociology, Vol. II*. New York : D. Appleton.
- Sproles, G. B. (1981). "Analizing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives". *Journal of Marketing*. 45 (Fall): 116-124.
- Subaşı, N. (2017). *Din Sosyolojisi*. (2.baskı). İstanbul: Dem Yayınları.
- Şallı, A. (2017). "Modernlik, Gelenek ve Din İlişkisi: Bir Modernleşme Kuramı Eleştirisi". *Kırkkale İslami İlimler Fakültesi Dergisi*. 2(4): 55-82.
- Şen, H. (2018). "Emile Durkheim'in Dine ve Din Sosyolojisine Bakışı: Karşılıklı Bir Hayranlık Hikayesi". (ed. Ü. Tatlıcan ve V. S. Öğütle), *Emile Durkheim'ı Yeniden Okumak içinde* (189-222). Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Turner, A. (2015). "Generation Z: Technology and Social Interest". *The Journal of Individual Psychology*. 71(2): 103-113.

- Veblen, T. B. (2017). *Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumlann İktisadi İncelenmesi*. (Çev. E. Kırmızıaltın, H. Bilir). (3.baskı). Ankara: Heretik Yayın.
- Weber, M. (1963). *The Sociology of Religion*. Boston: Beacon Press.
- Wilson, B. R. (2017). *Seküler Topumlarda Din*. (Çev. Ö. F. Darende). Ankara: Pegem Akademi.
- Wilson, E. (2003). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Wynne, K., & Janssens, A. (2018). "Fashion as Religion, and a Higher Moral Fabric". *The Globe and Mail*. <https://www.theglobeandmail.com/opinion/article-fashion-as-religion-and-a-higher-moral-fabric/> adresinden 12 Temmuz 2020 tarihinde alındı.