

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
UYGULAMALI SOSYOLOJİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

MUHAFAZAKÂR MODA DERGİLERİNDEKİ
TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISININ ÇOĞUL
MODERNLİKLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

HALİME GÜVEN ÖZ
100036483

İstanbul, 2018

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Uygulamalı Sosyoloji
Yüksek Lisans programı öğrencisi Halime GÜVEN ÖZ 'ın
Muhafazakar Mada Dergilerindeki Toplumsal Cinsiyet Algısının
Çoğul Modernlikler Bağlamında İncelenmesi başlıklı tez çalışması,
Enstitümüz Yönetim Kurulu 25.05.2018 tarih ve 2018/495/12 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından
oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

UNVANI, ADI SOYADI
TEZ DANIŞMANI : Prof. Dr. Necmettin Doğan
JÜRI ÜYESİ : Prof. Dr. Kerem TUNÇ
JÜRI ÜYESİ : Doc. Dr. Yunus Kaya

İMZA

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum dışından olmak üzere danışman dahil en az üç öğretim üyesinden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda eş danışman jüri üyesi olamaz. Eş tez danışmanının jüri üyesi olması durumunda asıl jüri beş üyeden oluşur.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TABLO LİSTESİ	v
GÖRSEL LİSTESİ	vi
GİRİŞ	1
AMAÇ	2
KAPSAM	3
YÖNTEM	4
1. MODERNLİK KURAMI	6
1.1. ÇOĞUL MODERNLİK	10
1.2. ALTERNATİF MODERNLİK	12
1.3. YEREL MODERNLİK	13
1.4. BATI-DIŞI MODERNLİK	14
2. TOPLUMSAL CİNSİYET KURAMI	18
2.1. TOPLUMSAL CİNSİYET NEDİR?	18
2.1.1. TÜRKİYE'DE TOPLUMSAL CİNSİYET	20
2.1.2. 19. YÜZYIL OSMANLI TOPLUMUNDA KADIN ALGISI.....	22
2.1.3. TÜRKİYE'DE KADIN, SOSYAL HAYAT VE MODERNLİK	24
3. İSLAMCILIK VE MUHAFAZAKÂRLIK	28
3.1. TÜRKİYE'DE İSLAMCILIK	30
3.2. TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂRLIK	31
3.3. ORTA SINIF MUHAFAZAKÂR KADIN KİMLİĞİ ALGISI	32
3.4. BİR İTİRAZ OLARAK İSLAMCI FEMİNİZM	35
3.5. MODERNLEŞME SÜRECİNDE MUHAFAZAKÂR ORTA SINIF ..	38
3.6. İSLAMCI-MUHAFAZAKÂR KADININ DEĞİŞİM - DÖNÜŞÜMÜ.	41

3.7. MODA, TESETTÜR MODA DERGİLERİ / DEFİLELERİ.....	45
4. MUHAFAZAKÂR MODA DERGİLERİ / BULGULAR.....	53
SONUÇ	118
KAYNAKÇA	122

ÖZET

Türkiye’de görece modernleşme sürecinden daha az etkilenmiş olan kesimler hem Türkiye’deki siyasal ve toplumsal değişimler hem de küresel etkileşimlerle hızlı, aynı zamanda karmaşık bir modernleşme süreci yaşadı son dönemlerde. Çeşitli yüzleri olan söz konusu sürecin en görünür olduğu alanlardan birisi giyim, tasarım ve moda sektörüdür. 2000’li yılların başına kadar görmeye alışık olmadığımız tesettür giyim modasını, 2000’li yıllarda sıkça görmeye başladık. Bu durum, “Müslümanların toplumsal ve iktisadi alanda yer alarak daha güçlü olmaları” gerektiği şeklindeki siyasal söylemlerin de etkisiyle iyice belirginleşmiştir.

Tesettürle ilgili her türlü kıyafet (başörtü, manto, pardösü vb.) mağazaların vitrinlerinde, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının reklamlarında boy göstermeye 90’lı yıllardan itibaren başlamıştı. Son dönemlerde ortaya çıkan tesettür moda dergilerindeyse artık sadece kıyafet değil, gelenekselin ve modernin iç içe geçtiği bir yaşam biçimi pazarlanmaktadır.

Bu çalışma muhafazakâr moda dergilerinde sunulan yaşam modellerini, tüketim alışkanlıklarını, giyim biçimlerini ve imajları analiz edip, bu süreçleri Türkiye’deki toplumsal ve ekonomik değişim ile ilişkilendirerek çoğul modernlikler bağlamında tartışmayı amaçlamaktadır.

ABSTRACT

Recently, some groups that were less affected from the relatively modernization process, lived a rapid and complicated modernization process, both with political and social changes in Turkey and with global interactions. This process, which has various aspects but some of the most important or visible fields, are clothing, design and fashion sector. A hijab fashion that was unusual until the beginning of 2000 years, has come into view in frequent intervals in the 2000 years. This situation come into focus with political discourse like "Muslims have to be powerful in social and economic life.

All kind of dresses (headscarves, surcoat etc.) connected with Hijab Fashion has begun to appear on store windows and mass media like TV and Radio advertisements since the 90's. In a recent period, not only clothing but also one of the life styles, which interlocked with traditional and modern, is marketed in generated hijab fashion magazines.

This study analyses life styles, consumption habits, forms and images of clothing appearing in the conservative fashion magazines and aims to discuss the processes in the context of plural modernity, associated with social and economic changes in Turkey.

TABLO LİSTESİ

- Tablo 1: Sunuş Yazıları Analizi
- Tablo 2: Bakım Yazıları Analizi
- Tablo 3: Hukuk Yazıları Analizi
- Tablo 4: Din Yazıları Analizi
- Tablo 5: Moda Yazıları Analizi
- Tablo 6: Sağlık Yazıları Analizi
- Tablo 7: Köşe Yazıları Analizi
- Tablo 8: Stil Günlüğü Yazıları Analizi
- Tablo 9: Röportaj Yazıları Analizi
- Tablo 10: Anne-Bebek Yazıları Analizi
- Tablo 11: Tarih-Kültür Yazıları Analizi
- Tablo 12: Eğlence Yazıları Analizi

ŞEKİL LİSTESİ

- Görsel 1: Otel Reklam Görseli (Eylül 2016- S.43)
- Görsel 2: Otel Reklam Görseli (Temmuz-Ağustos 2016-S.42)
- Görsel 3: Otel Reklam Görseli (Haziran 2016-S.41)
- Görsel 4: Otel Reklam Görseli (Haziran 2016-S.41)
- Görsel 5: Anne-Çocuk Görseli (Kasım 2016-S.45)
- Görsel 6: Kadın Görseli (Kasım 2016-S.45)
- Görsel 7: Eşarp Görseli (Ekim 2016-S.44)
- Görsel 8: Kadın Görseli (Eylül 2016-S.43)

GİRİŞ

1970'lerin sonlarına doğru, iki yüzyıldan beri süre gelen siyasal, ekonomik ve sosyal yaşam sistemlerinin, ideolojilerin, toplumsal hayatın temel çerçevesini oluşturan modernliğin sona erdiği ve post-modern adı verilen yeni bir evreye geçildiği tartışılmaya başlanmıştır. Tam anlamıyla olmasa da sanat, bilim ve felsefede karşılığını bulmaya başlayan post-modernite, söz konusu alanların özerk kuram içi gelişmelerin değil; temel olarak siyasi alanda gerçekleşen dönüşümlerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte modernitenin ideolojik temelini oluşturan “Aydınlanma”nın da ana ilkeleri olan, siyasal-toplumsal-ekonomik çerçeve sınırlı da olsa kırılanaştı.

Aydınlanma'nın kendi türevleri de bu süreçte Aydınlanma'yı eleştirmiş ve süreç içinde kendi modernitelerini ortaya koymuşlardır. Habermas'ın ifadesiyle, modernite söylemi, diyalektik gelişim içinde ilerlemiştir. Bu açıdan modernite savunusu; aydın despotizmini, pozitivizmi, toplum mühendisliğini, kapitalist modernleşmeyi, bürokrasiyi, sosyal evrimciliği vb. savunmak demek değildir. Doğallık ve evrensellik yerine tarihsellik ve mekansallık/zamansallık, nedensellik yerine rastlantısallığı da içeren belirleme, öznellik yerine öznelararasılık, özerk-rasyonel özne yerine tarihsel toplumsal özne anlayışı yine Aydınlanma düşüncesi içinde yer almaktadır. Modernite; liberal, sosyalist ve hatta bir dereceye kadar muhafazakâr biçimlerde yorumlanmış ve bu farklı yorumlar kendi “Aydınlanma”larını oluşturmuşlardır. Bu farklı yorumların ortak yönü, kuramsal bilgiye ve ilerlemeye inanmalarıdır.

Modernite savunusu denince akla ilk gelen, Alman düşünür/akademisyen Jürgen Habermas'tır. Burada Habermas'a yer vermemizin sebebi, onun modern toplum kuramına yaptığı katkidir. Zira modernite savunusu aslında bir savunudan çok kuramsal inşayı içermekte ve moderniteye ilişkin kendi söylemini oluşturmaktır. Habermas, Aydınlanma'nın radikal eleştirisi karşısında modernizmi savunurken, modern Batı felsefesinin eleştirisini de yaparak özne/bilinç felsefesinin yerine iletişimsel eylem kuramını koymaktadır. Zaten, özne felsefesinin sınırları içinde moderniteyi eleştirmek de savunmak da mümkün değildir. Habermas da modernitenin radikal karşı söyleminden beslendiklerini düşündüğü entelektüel öncüllerinden

(Frankfurt Okulu gibi) bir dereceye kadar kopmuş, modern aklın kapsamlı bir savunusuna girişmiştir. (Özdikmenli, 2006)

Modernleşme öncelikle Orta ve Doğu Avrupa'ya sonrasında Orta Doğu'ya nüfuz ettikçe, bu, çıkış noktası Batı Avrupa'ninkilerden farklı olan toplumlara yönelik bir yayılma oldu. Günümüzde gerçekleşen dinsel, etnik, bölgesel ve kadın hareketleriyle farklı modernlik merkezleri ortaya çıkmıştır. Bu hareketler, modernliği Batı'nın tekelinden kurtarmaktadır. Bu anlamda "Çoğul modernliklerin inşası, farklı grupların ve hareketlerin modernlik söylemlerini kendilerine ait kavramlarla yeniden içselleştirmeleri ve tanımlamaları girişimidir." (Yıldırım, 2012: 34) Bu çalışmada, son zamanlarda Türkiye'deki muhafazakâr kesimdeki değişim ve dönüşümü, modernliğin Batı dışındaki toplumların kültürünü ve toplumsal özelliklerini göz önüne alarak yapılan okumalarıyla değerlendirmektir. Değişim ve dönüşümle kastedilen 1980'li yıllardan sonra siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmelerle muhafazakarların kapitalizmle eklemlenmesi, ekonomik bir refaha ulaşması ve böylece seküler hayatın göstergelerinin yaşamlarında daha etkili olmasıdır. Araştırmamızda ele alınan diğer husus ise muhafazakarların yaşam pratiklerinde somut olarak ortaya çıkan bu değişimlerin toplumsal cinsiyet algılarını nasıl etkilediğidir.

Bu amaçla muhafazakâr kesime yönelik çıkarılan moda dergisi Aysha'nın kadını toplumsal hayatta nereye konumlandığı, kadınlara hangi ürünü nasıl sunduğu ele alınmıştır.

Toplumsal cinsiyetin ürettiği ve onlarca toplumsal cinsiyet uygulamasının türediği başlıca kaynak aile ve ataerkil geleneklerdir. Bu çalışmada toplumsal cinsiyete ataerkil aile, erkek egemen toplumsal düzen ve eşitsizlikler zemininden bakılmaktadır. Ayrıca Türkiye'de toplumsal cinsiyetin kurduğu hakimiyet, somut örneklerle ortaya konulmuştur.

AMAÇ

Postmodern veya geç modern olarak tanımlanan 21. yüzyılda küreselleşmenin de etkisiyle, İslami-muhafazakâr kadınların artık geleneksel kadın rollerini ve algısını kabul etmedikleri ve tüketim alışkanlıklarını da değiştirdikleri gözlemlenmektedir. İslami-muhafazakâr kadınların modern dünya anlayışını benimsedikleri ve yaşam tarzlarında bunu açıkça gösterdikleri ortadadır. Örneğin,

İslamcı-muhafazakâr kesim artık kendi giyim modasını yaratmakta ve bu alanda söz sahibi olmaktadır. Muhafazakâr-İslamcılar artık kapitalist kültürün argümanlarını rahatlıkla kullanmaktadırlar.

Araştırmamızda amacımız, İslami-muhafazakâr kesimde ortaya çıkan bu değişimleri tespit etmek, modernleşme ve çoğul modernlik tartışmaları bağlamında okumak, anlamlandırmak ve bu kuramlara yönelik eleştirel bir değerlendirme ortaya koymaktır.

Çalışmamızda ayrıca muhafazakâr moda dergilerindeki toplumsal cinsiyet algısı ve küreselleşme ile oluşan değişim ışığında çoğul modernlikler kuramı irdelenecek, değişen toplumsal yapı içerisinde muhafazakâr kesimin modernleşerek günlük yaşamlarında (giyim, yeme-içme alışkanlıkları, boş zaman kültürü, tatil mekânları vb.) ortaya çıkan değişimler ele alınacaktır. Ayrıca, özellikle son dönemlerde İslami-muhafazakâr kesimdeki ekonomik, kültürel ve sosyal değişim ile birlikte tesettür modasının ortaya çıkışı ve süreçleri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

KAPSAM

Muhafazakâr olarak tanımlanan moda ve defile dergileri irdelenmiştir. “Âla”, “Enda”, “Hesna” vb. gibi kendisini muhafazakâr moda dergisi olarak tanımlayan “Aysha” derginin toplumsal cinsiyet algısı, kültürel değişim göstergeleri, kapitalizm ve tüketim kültürüne yaklaşımı ve modernliğin farklı boyutları, çoğul modernlikler kuramı çerçevesinde incelenecektir. Özellikle tesettür modası, tesettür giyim defileleri, muhafazakâr kadının yaşamı, muhafazakâr kadının eğlence mekânları ile ilgilenen, bunları takip eden ve İslami burjuva olarak da ifade edilebilecek kadın tüketiciler, toplumsal alanda görünür olan İslamcı-muhafazakâr kadınlar çalışmamızın kapsamı içerisinde yer almaktadırlar. Dolayısıyla bu kesimin moda anlayışı ve moda kavramları üzerinden beden, sınıf, kimlik oluşumları çalışma alanımız içerisinde yer almaktadır.

YÖNTEM

Araştırmamızda nitel araştırma tekniklerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “İçerik analizi; dokümanların, mülakat dökümlerinin ya da kayıtlarının karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir.” (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007: 269) Bu araştırma yöntemi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesini, eldeki yazılı bilgilerin temel içeriklerinin ve içerdikleri mesajların özetlenmesi ve belirtilmesi işlemi olarak da tanımlanmaktadır. Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir tekniktir.

İçerik analizi, metin veya metinlerden oluşan bir kümenin içindeki belli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemeye, toplanan verilerin sonraki analizler için de kullanılmasına yönelik yapılır. İçerik analizinin temel amacını toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak olarak ifade eden Yıldırım ve Şimşek (2006)’e göre, toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması, daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir.

Ayrıca, içerik analizi yoluyla verileri tanımlama ve verilerin içindeki saklı gerçekleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. (Gülbahar ve Alper, 2009) İçerik analizinde, dokümanlardan elde edilen nitel araştırma verilerinin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşama bulunmaktadır. (Yıldırım ve Şimşek, 2006) Bu araştırmada da ilk aşamada belirlenen tarama ve seçim ölçütlerine göre kodlamalar yapılmış ve bu bağlamda çeşitli temalara ulaşılmıştır. Bu aşamadan sonra veriler düzenlenmiş, temalara göre gruplanmış ve uygun olduğu durumlarda veriler sunulmuştur.

İçerik analizi yönteminde; sıklık analizi, kategori analizi, değerlendirici analiz, ilişki analizi ve diğer analizler teknik olarak kullanılmaktadır. Araştırmamızda kategori analizi kullanılmış olup, “sıklık analizi” yöntemine, derginin dijital ortamda bulunmaması ve bu yöntemin çalışma amacına uygun olmaması sebebiyle başvurulmamıştır. İçerik analizi yönteminde esas amaç, büyük miktarda ham verinin,

anlamalı ve az sayıda kategoriler altında sınıflandırılarak analiz edilmesidir. Bu çalışmada da içerik analizi bu bağlamda kullanılmıştır. Ayrıca; Elif Balkanlıoğlu'nun, "Türkiye'de Muhafazakâr Kadın Modernleşmesi ve İslami Moda Dergilerindeki Yeni Muhafazakâr Kadın" başlıklı tezinde kullandığı tablo yönteminden yararlanılmıştır.

Toplamda, rastgele seçilen 15 dergi ve 119 yazı incelenmiş olup yazılar, "kavramlar" başlığı altında, içerik analizinde kullanılan en temel ünite olan "kelime kodlaması" şeklinde sınıflandırılmıştır. Araştırmamızda ayrıca görsel analiz kullanılmış olup, araştırmanın kavramsal kısmı, çalışma nesnesi olan Aysha dergiden görsellerle desteklenmiştir. Araştırmada, kelime kodlarından yola çıkarak veriler, 12 tema (Sunuş, Bakım, Hukuk, Moda, Din, Sağlık, Köşe Yazıları, Stil Günlüğü, Röportaj, Anne-Bebek, Tarih-Kültür, Eğlence) altında sınıflandırılmıştır. Son olarak, elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

1. MODERNLİK KURAMI

Modernitenin başlangıcı için hem modern felsefenin hem de sosyal bilimin aynı kökleri işaret ettiği gözlemlenebilir. Bu bağlamda modernliğin köklerinde Orta Çağ'ın sonlarından itibaren yaşanan Rönesans ve Reform hareketleriyle ortaya çıkan entelektüel, bilimsel ve toplumsal gelişim ve değişimler vardır. Burada, “insanın sahip olduğu değerin yüceltilmesi, insana ve bütün bir yaradılışa dair iyimser bir bakış açısı, insanın ebedi bir nitelik kazandığı bir yaşam sanatı yaratma çabası: İnsan iradesinin ve özgürlüğünün keşfine dayanan hümanizmin temel yapı taşlarını” (Russ, 2011: 116) görmekteyiz. Modernitenin başlangıcına dair kesin bir tarih vermek imkânsız olsa da farklı disiplinler-yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirildiğinde kavramın ya da durumun başlangıcına dair öne çıkarılan noktalarda değişimler olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Modernitenin düşünsel ve toplumsal bağlamını birlikte ele aldığımızda, bu kavramı tek yönlü açıklamak hatalı olacaktır. Bu sebeple modernlik kuramını bir yanıyla zihinsel/epistemolojik/entelektüel, diğer yanıyla ekonomik/sosyal/siyasal değişimi oluşturan etkenlerin toplamı olarak görmek daha doğru olacaktır. Berman (2014: 29)'ın modernlik tanımı dikkat çekicidir: “Modernliğin tarihi gibi muazzam bir şeyin bir ucundan yakalayabilme umuduyla onu üç evreye ayırdım: Kabaca 16. yüzyılın başlarından 18. yüzyılın başına dek uzanan ilk evrede insanlar, modern hayatı algılamaya yeni başlamışlardır; onlara neyin çarpmış olduğunu anlayamazlar henüz. Umutsuzca, el yordamıyla uygun sözcükleri bulmak için çırpınırlar; deneyim ve umutlarını paylaşabilecekleri modern bir kamu ya da camianın ne olabileceği konusunda pek fikirleri yoktur.”

“İkinci evremiz 1790'ların büyük devrimci dalgasıyla başlar. Fransız Devrimi ve onun etkileriyle büyük, modern bir kamu, bir anda ve dramatik bir biçimde doğuverir. Bu kamu, devrimci bir çağda; kişisel, toplumsal ve siyasal yaşamın her boyutunda altüst oluşlar ve patlamalar doğuran bir çağda yaşıyor olma duygusunu paylaşmaktadır. 20. yüzyılda, üçüncü ve son evremizde, modernleşme süreci neredeyse tüm dünyayı kaplayacak kadar yayılmış; gelişmekte olan modernist dünya kültürü sanatta ve düşünce alanında göz alıcı başarılar sağlamıştır.” (Berman, 2014: 29)

Modernlik, sosyal bilimlerde her zaman olumlanan bir olgu olmamıştır. Zaman içinde gerçekleşmeyen beklentiler ve ortaya çıkan olumsuz sonuçlar modernliğin eleştirilmesine yol açmıştır.

Geç modern ya da postmodern kuramcılar, yaşadığımız çağda ortaya çıkan birtakım kriz ve dönüşümleri anlamlandırmaya çalışmaktadırlar. Bu dönemde, tanık olduğumuz birtakım değişim ve dönüşümler göze çarpmaktadır: “Yirminci yüzyılda insanlığın yaşadığı ‘acı’ tecrübeler ve bu zaman diliminde ortaya çıkan değişimler ve dönüşümler, karşımıza oldukça ‘kötümser’ bir tablo çıkardı. Aydınlanma çağının aşırı iyimserliği, yirminci yüzyılın ikinci yarısında, yerini, vaatlerinin büyük bir kısmını gerçekleştirememiş bir kötümserliğe kattı.” (Evre, 2011: 56)

Geç modern kuramcılar, moderniteyi tekrar gözden geçirerek Batı dışındaki toplumlar için alternatif modernite kuramlarının ortaya çıkmasına imkân sağladılar. Giddens’in ifade ettiği gibi geç modernliğin belirgin özelliği, akla mutlak güven konusunda kuşkularının olduğu, bilim ve teknolojinin ikiyüzlülüğünün farkındalığı, yani insanlığın yaşamını kolaylaştırdığı kadar, risk ve tehlikelerle dolu bir hayat sunduğunun da kabulüdür. Postmodern düşünürlerin, modernitenin rasyonalitesini eleştirerek alternatif rasyonalitelerin varlığına dikkat çekmeleri, Avrupa merkezci bakışı sorunsallaştırmakta ve Batı dışı toplumlara meşru bir çerçeve sağlamaktadır.

Geç modern kuramcılar, yaşadığımız dönemi modernitenin radikalleşmesi olarak değerlendirirken, geç modernitenin önceki toplum modellerinden farkını ortaya koyabilmek için, “risk toplumu”, “post-geleneksel toplum”, “düşünümsel modernite”, “ikinci modernite” veya “üst modernite” gibi birbiriyle bağlantılı adlandırmalar yapmaktadırlar. Bu kavramlardan en önemlilerinden olan “risk toplumu” kavramı, geleneğin etkisinin azaldığını ve yaşamımıza bilimsel ilerlemelerin hâkim olduğu modern toplumu ifade etmek için kullanılmıştır. Geç modern kuramının kurucularından Ulrich Beck ile Anthony Giddens’in analizleri üzerinde durulmasında fayda vardır. Toplumsal yaşam biçimi olarak modernliği, önceki geleneksel toplumlardan ayıran özellikleri, modern çağın değişim hızı, değişim alanı ve modern kurumların yapısı şeklinde sıralanabilir. Değişim hızı, önceki dönemlerden çok daha hızlı bir biçimde kendini hissettirmektedir.

Beck moderniteyi basit ve düşünümsel olmak üzere ikiye ayırmaktadır: “Basit modernite sanayi toplumuna, düşünümsel modernite de risk toplumuna karşılık

gelmektedir. Klasik sanayi toplumu refah üretimine dayanırken, risk toplumunda risk üretimi ön plana geçmiştir.” (Beck, 2014: 21)

Beck sanayi toplumunu, “birinci modernite” olarak da adlandırmaktadır. Ona göre; “ikinci modernite”de birbiriyle bağlantılı beş süreç ön plana çıkmaktadır: Küreselleşme, bireyselleşme, toplumsal cinsiyet devrimi, işsizlik ve ekolojik kriz ve küresel finans krizi gibi küresel risklerdir. Beck (2014: 12)’e göre birinci modernitenin temel kavramları olan denetlenebilirlik, kesinlik veya güvenlik kavramları anlamını yitirirken, önceki dönemlerden farklı olarak yeni bir kapitalizm, ekonomi, toplum ve özel hayat türlerinin oluşmakta olduğunun altını çizmektedir. Dahası, ona göre ikinci modernitedeki yeni oluşumlar sadece Batılı toplumlarca değil, Batılı olmayan toplumlarca da paydaş olacaktır.

Diğer yandan, içinde yaşadığımız çağı, geç/üst modern çağ veya postmodern sonrası çağ olarak niteleyen kuramcılardan Giddens, önce gelişmiş ülkeleri ve giderek bütün dünyayı etkilediğini ileri sürdüğü üç tür gelişmeden söz etmektedir: Birincisi, küreselleşmenin artan etkisi; ikincisi, gelenek sonrası bir toplumsal düzene geçiş; üçüncüsü, düşünerek davranmanın (reflexivity) yaygınlaşmasıdır. Söz konusu gelişmeleri kısaca açıklamak gerekirse, küreselleşme, çok boyutlu ve karmaşık bir süreç olup küresel iletişim, toplu ulaşım ve iletişim araçlarının da gelişmesiyle, zaman ve mekânı dönüştürmekte, dolayısıyla günlük etkinliklerimizin dünyanın diğer ucundaki olaylardan giderek daha fazla etkilenmesine neden olmaktadır. İkinci gelişme, kısmen küreselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan gelenek sonrası bir toplumsal düzenin yaygınlaşmasıdır. Toplumda artık gelenekler eski etkisini yitirmiştir. Geleneklerin ortadan kaybolmadığı ama konumunun değiştiği bir durum ortaya çıkmıştır. Gelenek sonrası toplumda, gelenekler, ancak akli-mantıki olduğu ölçüde, haklılaştırılarak ve gerçekten bir değer ifade ettiği sürece varlığını sürdürebilecektir. Üçüncü dönüşüm ise düşünerek davranmanın, yani geleneklerin çözüldüğü bir ortamda her şeyin süzgeçten geçirilerek kabullenme eğiliminin yaygınlaşmasıdır. Öte yandan yaşadığımız geç modern çağ, önceki kuşakların karşılaşmadıkları risklerle yüklüdür.

Bu bağlamda Evre (2011: 89)’nin de dikkat çektiği gibi “Nükleer silahların ve bunları üretecek bilginin varlığını sürdürmesi, bilim ve teknolojinin silah yapımında kullanılması, kitlesel ölçekte savaş riski taşımaktadır. İnsanlığın doğada yarattığı tahribatlar nedeniyle ekolojik-felaket riski gündelik yaşamımızın bir parçası haline

gelmiştir. Küresel ekonomik yapıların çökmesi veya totaliter büyük devletlerin ortaya çıkması gibi yüksek riskler de bulunmaktadır.”

Sonuç olarak modernite, 17. yüzyıldan itibaren Avrupa’nın ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasal alanda yaşadığı büyük ve köklü değişiklikleri ifade eder. Modernitenin ortaya çıkışında; fikri olarak Aydınlanma Çağı, politik olarak Fransız Devrimi ve ekonomik olarak da Sanayi Devrimi belirleyici olmuştur. Moderniteyle ortaya çıkan değerler; akılcılık, bireyselleşme, sekülerizm, bilimsellik, pozitivizm, kentleşme, sanayileşme, laiklik, bürokrasi, demokrasi ve ulus devlettir. Modernitenin temel kavramları ise evrim, devrim, özgürlük, laiklik, demokrasi ve sekülerizmdir.

Bu sürecin devamı olarak “Avrupa’nın kendi tarihsel ve toplumsal dinamikleriyle yaşadığı modernite süreci, daha sonraları globalleşerek, dünyanın geri kalan kısmında ulaşılmak istenen bir amaç ve ideal halini almıştır.” (Göle, 1998: 65). Batı-dışı toplumlar açısından bu olgu, modernleşme kavramı ile ifade edilmektedir. Aydın (1993: 175)’a göre “Türkiye’nin 19. yüzyılda başlamış ve 1923’te kurumsal ve ideolojik kuruluşuyla son noktasına varmış olan modernleşme/çağdaşlaşma projesinin iki temel direği laiklik ve pozitivizm oluşturmıştır. Modern, modernlik, modernleşme gibi kavramların içerisinin doldurulmasında veya anlaşılmasında daha geç bir dönemde ortaya çıkan bir kavram-görüş olan modernizm, Türkiye’de Batı kaynaklı değişimleri ifade eden bir akımdır. Modernlik, yaşama deneyimi olarak değişimlerin meydana geldiğini ifade ederken; Türk ülkesinde modernizm, bu sürecin teorileştirilmesidir.”

Cumhuriyet’in ilk yıllarından itibaren Türkiye’de de modernleşme bir amaç olmuştur. Bu amaca ulaşma yolunda zaman zaman askeri müdahaleler ve üstten alta baskıcı yöntemler kullanılmıştır. “Türk elitleri, idealleştirilen bir modernlik uygulamasına yönelmişlerdir.” (Yıldırım, 2012: 9) Bu uygulamalar, sosyal ve kültürel zeminde kutuplaşma ve kamplaşmaya varan bölünmelere; bölünmüş ve çatallanmış Doğu ile Batı arasında bocalayan bir modernleşme sürecine sebep olmuştur. Ancak 1950 yılından itibaren gerçekleşen siyasi yönetim değişikliği, ekonomideki liberal politikalar, göç ile birlikte şehirleşme oranının artması, kırsal kesimde yaşayan insanların zenginleşmesi vb. hususlar özellikle muhafazakâr kesimin modernleşme ile ilişkisinde değişime neden olmuştur.

Göle’nin dikkat çektiği gibi, Türkiye’deki modernleşme sürecinde üzerinde durulması gereken en önemli nokta, zaman algısındaki değişimdir. 1980’lerdeki piyasa

ekonomisi, “şimdiki” zaman anlayışını ortaya çıkarmıştır. Zaman algısındaki bu değişimle “geleceğe” yönelik siyasi yaklaşımlar, yerini bugünün problemlerine bıraktı. Sivil toplumun gelişmesi ile devrim ya da sınıfa dayalı siyasi oluşum hayalleri önemini yitirerek girişimciliğin öne çıkmasını sağladı. “Zaman kavramı bugüne indikçe, değişim, ‘ilericilik’ bilincinden ‘modernist’ bilince doğru evrildi.” (Göle, 2011: 7). 1980’li yıllarda Türkiye ilerici从小 modern zamanlara geçiş yaptı.

Hungtinton, diğer toplumların da modernleştiğini ama Batılılaşmadıkları için modern sayılamayacaklarını ileri sürmektedir. Bu düşünce, modernliğin ilkelerinin evrensel kabul edilmesinden ileri gelmektedir. Ancak son zamanlarda modernlikle ilgili yapılan yeni tanımlamalar Batı-dışı toplumların da modernleşebileceğini ortaya koymaktadır. “Gönüllü modernizasyon hareketleri ve küreselleşmenin getirdiği mal, kültür ve insan dolaşımı modernliğin Batı toplumları dışında yeniden üretilmesine neden olmuştur.” (Göle, 2011: 167) Böylece modernlik artık Batı toplumlarının tekelinde olmaktan çıkmıştır. Batı-dışı toplumların modernleşme süreciyle ilgili literatürde en yaygın 4 kuramsal görüş vardır: çoğul modernlik, alternatif modernlik, yerel modernlik, Batı-dışı modernlik.

1.1. ÇOĞUL MODERNLİK

Yıldırım (2012: 12)’ a göre modernliğin yeni toplumsal koşullarımızda, yeni sorunlarımızla başa çıkabilecek biçimde yorumlanması kaçınılmazdır. Bunun için de tekil modernlik okumalarının terk edilmesi ve somut toplumsal koşullara dayanan bir perspektifle temellendirilebilmesi için Türk modernlik deneyiminin yeniden okunması gerekir.

18. yy. ın sonu 19. yy. ın başlarında Avrupa’da üst ve orta sınıflar, şehirleşme ve sanayileşmeyle birlikte zamanla geniş gruplara yayılmış ve modernleşme süreci içinde baskın çıkmıştır. Bu evrede bu gruplar siyasi taleplerle toplumun merkezi kurumlarında yer alarak dönüşüme uğramışlardır. Benzer süreç Türkiye’deki muhafazakâr kesimin modernleşme sürecinde de karşımıza çıkmaktadır. 1900’lü yılların ortalarından itibaren siyaset alanında var olan muhafazakârlar süreç içinde hem talep ettikleri hakları elde ettiler hem de kendileri modernleşme sürecine hızlıca entegre oldular. Eisenstadt’a göre (2014: 75) geniş grupların yönetime dahil olmalarıyla ortaya çıkan sonuçlar vardır. Bu sonuçlardan birisi de geleneksel bir

durumun daha seküler olana yönelmesi ve yeni sembolik merkeze farklı grupların değişik geleneklerinin dahil olmasıdır. Burada iki yönlü bir değişim söz konusudur. Bir yandan seküler olana bir yönelme söz konusu iken diğer yandan yeni gelenekler sürece dâhil olmaktadır. Türkiye’de de geniş muhafazakâr kesimin yönetim sürecine dâhil olmasıyla birlikte muhafazakârlar hem sekülerleşme sürecine girmiş hem de yönetim sürecine kendi geleneklerini dahil etmişlerdir. Bu süreç özellikle 2000’li yıllardan itibaren daha da göze çarpar duruma gelmiştir. Ortaya çıkan bu durum, sosyal bilimlerde tanımlanmaya, kavramsallaştırılmaya ihtiyaç hissettirmiştir. Bu aşamada karşımıza modernliğin kültür merkezli, yerel unsurları göz önünde bulunduran tanımlamaları çıkmaktadır. Bu tanımlamalar çoğul modernlik, alternatif modernlik, yerel modernlik ve Batı-dışı modernlik kavramlarıyla ortaya konmuştur.

“Batı dışı toplumlar, modernliği kimi zaman içselleştirmeye, kimi zaman onunla çatışmaya ve kimi zaman da ondan uzak durmaya yöneldiler. Bütün bunlardan sonra üç temel eğilim ağır bastı: Modernliğe bütünüyle teslim olmak, modernliği modernlikle aşmak ve modernlikle uzlaşmak.” (Yıldırım, 2012: 7) Çoğul modernlikler yaklaşımı, Batı dışı toplumların modernliği modernlikle aşma çabalarının sonucudur. Bununla birlikte farklı ulus devletlerin, etnik ve kültür gruplarının doğması çoğul modernlik yaklaşımının gelişmesinde etkili olmuştur.

Göle (2011: 162)’nin ifadesiyle çoğul modernlikler kavramı tek güzergâhlı, kültür dışı modernlik anlatımı yerine, modernliğin çok güzergâhlı ve kültür-bağımlı yeni bir okumasını getirmek istemektedir. Hatta Batı modernliğinin kendi içindeki farklılıklarını gün ışığına çıkararak, tekçi bir modernlik anlatımını, Batı’nın merkezinden eleştirmekte, Batı modernliği diye bütünsel bir kategorinin neredeyse olamayacağını düşündürmektedir.

“Çoğul modernliklerin inşası, küreselleşme süreciyle birlikte modernlik programlarının zayıflamaya başlamasıyla ortaya çıkmaktadır. Çünkü yeni toplumsal hareketler, çeşitli düşünceleri ve eylemleriyle klasik modernliğin ulus ve kültür programlarına meydan okumaktadır. Sovyetler Birliğinin çöküşüyle bölgesel, yerel ve ulus ötesi özelliklerle ortaya çıkan hareketler; Hristiyan, Yahudi ve Müslüman köktenci hareketler; yeni kadın hareketleri vs. buna örnektir. Bu toplumsal hareketlerin ürettiği kültürel arayışlar ve yeni toplumsal davranışlar, farklı modernlik merkezlerine dikkat çekiyorlar.” (Yıldırım, 2012: 10) Küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan

toplumsal koşullarda küresel modernlikler, alternatif modernlikler gibi yeni modernlik biçimleri söz konusu olmaktadır.

1.2. ALTERNATİF MODERNLİK

Yeni dönemde karşımıza çıkan politik, kültürel, ekonomik ve dinsel dönüşümler toplumların yeniden okunmasını zorunlu kılmaktadır. Günümüzde yeni çoğul toplum okumalarıyla birlikte modernlik olgusu da Batı'nın tekelinden çıkmış ve Batı dışı toplumlar tarafından yeniden üretilmiştir. "Her yaklaşım kendi tarihsel gerçekliklerine referanslarda bulunarak ve modern anlatıyı yeniden okumaya yönelerek bir bakıma modernliği yeniden tanımlama arayışına girmektedir. Bu bağlamda söz konusu toplumlar, çağdaş toplumsal özelliklerini modernlik üzerine inşa ederken Batı merkezli modernliğin yol açtığı kültürel yabancılaşma ve tek tip modernleşme arayışlarını aşmak istemektedir. Modernliğin bir iktidar formu olarak ürettiği Batılı egemenlik ilişkilerinden sıyrılmak amacıyla modernlik yerelleşerek, uluslaşarak ve ruhanileşerek farklılaşır." (Yıldırım, 2012: 35) Türk modernleşmesini de bu yaklaşımla değerlendirmek mümkündür. Türk modernleşmesi, Batı'nın egemenliği ile oluşacak bir tarih, kültür, inanç iktidarını reddetmiştir.

"Göle'ye göre çoğul modernlikler, Batı modernliğinin tekil uygarlık anlatısına bir meydan okumadır ve üç temel özeliği vardır: a. Çoğul modernlikler projesi dinamik bir modernliği kapsar; medeniyetler arası çatışma, gelenek karşıtlığı gibi söylemleri aşar. b. Çoğul modernlikler modeli, farklı modernlik deneyimlerini öne sürerek göreceli bir modernlik konsepti getirir. c. Çoğul modernlikler perspektifi, sosyal bilimsel dilimiz tarafından görmemezlikten gelinen/boş bırakılan farklı yörüngeleri görme ve okuma kapasitemizi artırır." (akt. Yıldırım, 2012: 35)

Yeni toplum koşullarında birçok modernlikten söz etmek mümkündür. "Örneğin Gerart Delanty'in, Çin modernliği, İslami modernlik, Afrika modernliği, Türk modernliği gibi modernliklerden bahseder. Ayrıca küresel modernlik, alternatif modernlikler ve melez modernlikler gibi kavramlardan bahseder." (Yıldırım, 2012: 33)

Alternatif modernlik Batı modernliğini reddetmez. Aksine Batı modernliğini referans alır. Modernliğin evrensel tanımlarını değiştirebilecek yeni deneyimlerin var olabileceğini, var olan modernlik modelinin aşılabileceğini kabul eder. Göle (2011:

163)’ye göre, alternatif kavramı, bir yandan Batı modernliğinin eleştirisi, hatta reddi, öte yandan daha siyasal, istence bağlı, gönüllü bir değişim modelini akla getirmektedir. Halbuki modernlik olgusu siyasal aksiyona tabi olmayan daha karmaşık, çok aktörlü ve melezlenmeyle gelişen bir serüvendir. Göle, alternatif kavramının “otantik” bir farklılık arayışıyla zorlayıcı, dayatıcı fikir ve eylemleri beraberinde getirebileceği ihtimalinden bahseder.

1.3. YEREL MODERNLİK

Yerel modernlik, modernliğin daha içeriden, yerel pratikler bağlamında okunmasının ifade edilmesidir. Modernliğin inşasında “yerel dokular”ın vazgeçilmezliği üzerinde durmaktır. “Yerel modernlik kavramsallaştırması Batı merkezli modernlik okumalarından çıkıp çevreye, ötekine, tikel pratiklere yönelmekte, bizi yeni melezlenme şekillerini anlamaya yaklaştırmakta ve sosyal bilimsel lisan tarafından kavramsallaştırılmamış, dillendirilmemiş bir alana sokmaktır.” (Göle, 2011: 163) Yerel modernlikler, toplumların daha yerel, mikro özelliklerini ön plana çıkarırken, modernliğin yerel değerlerle örülmesine kaynaklık etmekte; modernitenin, toplumların tarihlerinden, toplumsal pratiklerinden, kültürel unsurlarından ayrı tutulan bir olgu olmadığını kabul etmektedir.

Klasik/Batı eksenli veya bugünkü anlamıyla Kuzey Amerika-Batı Avrupa odaklı modernleşme anlayışı, Batı dışı toplumları ve hatta kendisini bile tanımlamakta birtakım sorunlarla, uyumsuzluklarla karşılaşmaktadır. Tüketimden beslenmiş bir üretimin dönüşerek tüketimi beslemesi ve hatta popüler olandan uzaklaşarak kitleyle iç içe geçmesi sorunlu bir noktadır.

Modernitenin en temel sorunlarından birisi gelenekle yaşadığı çatışmadır. Bununla birlikte modern, geleneği yok saymaz ve geleneği belli bir biçimde aşmaya çalışır. Bu bağlamda modern, geleneksel olanla derin ve kapsamlı bir ilişkiye girmiştir. Oysa siyasal modernitenin geleneğe yaklaşımı çok daha katıdır.

Siyasal modernite, tahakkümcü ve homojenleştirici yapısından dolayı kendisini hem meşrulaştırmak hem de güçlendirmek için geleneksel olanı yok sayarak işe başlar. Bu amaçla yeni bir bellek oluşturma çabası, siyasal modernite için geleneksel olandan kurtulmanın, onu aşmanın en önemli yordamlarından birisidir. Batı’nın dışında kalan ülkeler için ‘ithal’ bir kavram olan modernite bu ülkelerde

sosyalist, faşist ve Kemalist siyasetlerin geleneksel olanı sürekli dışlamasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, Göle alışlagelmiş modernite-gelenek çatışmasını öne çıkaran teori yerine, özellikle Batı’da Türkiye ve benzeri ülkelerde olduğu gibi modernite- gelenek arasında bir kopuş görmemekte, bu iki kavramı (dönemi) birbirlerini besleyen ve sürdüren yapılar olarak görmektedir.

Göle (2006: 12) bunu şöyle ifade eder: “Bizim Cumhuriyet’le birlikte yaşadığımıza uzaktan da olsa benzeyen birkaç dönüşümü Batı da geçirmiştir. Rönesans onların ilki, Aydınlanma dönemi de ikincisidir. Fakat yine de, Batı’da düşünce oluşturma’nın temel izleklerinin belli bir bütünlük gösterdiğini, önemli bir kopmanın yaşanmadığını söylemek mümkündür. Batı düşüncesinin temelini Yahudi-Hristiyan sistematığının ana taşları oluşturur. Bu bir süreklilik ve eklemlenme demektir.”

1.4. BATI-DIŞI MODERNLİK

Göle’ye göre çoğul modernlik, alternatif modernlikler, yerel modernlik ya da Batı-dışı modernlik kavramı, değişen modernlik deneyimi ve tanımları üzerine, farklı coğrafya ve kültürlerin konumundan bakarak yeniden düşünme uğraşısının bir parçasıdır. Ancak bu kavramların tanımlamakta yetersiz kaldıkları ya da kendi içinde çelişkiye düştükleri noktalar da mevcuttur.

Göle, çoğul modernlikler kavramının, farklı deneyimler arasındaki göreceliği ön plana çıkardığını ve modernliğin ülkeler arasında yarattığı iktidar ve alt-üst ilişkilerini ikinci plana ittiğini ifade etmiştir. Alternatif modernlik kavramına yönelik eleştiri ise bir yandan yeniliğin taşıyıcılığını yaparken diğer yandan bu kavramın topyekûn sistemik bir değişim anlayışı getirme zafiyeti taşıması mümkün olmasıdır. Yerel modernlik kavramıyla ilgili görülen eksiklik ise ortaya çıkan olguların “yerel” etiketi ile takibe alınmasının aslında Batı merkezli bilgi modellerinin aşılması anlamını taşımasıdır. Göle (2011: 164), kendi kavramsallaştırmasının diğer kavramların dışlanması anlamına gelmeyeceğini, aksine Batı-dışı modernlik kavramını daha iyi anlamının yolunun diğer kavramlarla ilişkilendirmek ve birbirine eklemlenmek olduğunu da belirtmiştir.

Batı dışı modernleşme, Batılı olmayan toplumların “Batı eksenli” modernleşme deneyimi çabalarını eleştirerek, bunun yerine kendi yerel ve iç

dinamiklerine uygun bir biçimde diye tanımlanabilecek “alternatif, yerel ve batı dışı” bir değişim-dönüşüm ve gelişimi öneren bir kavramsallaşmadır. Batı-dışı modernlik kavramı, Batı’nın dışında kalmışlığı değil, modernliğin içinde ama Batı’dan farklı bir perspektifi içermektedir. Göle, Batı-dışı modernlik kavramsallaştırmasını oluştururken önceki modernlik kavramsallaştırmalarını tamamen reddetmemiştir. Var olan modernlik görüşlerinin yeni bir düzeyde okumasını yapmıştır. Bu okumayı hem kavramsal hem de teorik boyutlarıyla gerçekleştirmiştir.

Batı-dışı modernlik kavramının amacı, Batı-dışı toplumları ikinci el bir modernite anlatısıyla çözümlemek yerine, Batılı olmayan toplumları modernite sorunsalının merkezine taşımaktır.

Sosyal bilimlerin klasik Batı odaklı modernleşme teorilerine karşı duran Batı-dışı modernlik kavramı hem Batılı düşünürler hem de Batı dışı toplumlara mensup sosyal bilimciler tarafından tartışılmaya başlanmıştır. Batının ‘Modernleşme-Batılılaşma’ fikri üzerinde konsensüse varan Batı dışı toplumlar, tarihsel süreçte, “Batılılaşma” idealine kavuşma umuduyla, klasik devrimci, evrenselci ve ilerlemeci modernlik stratejisini benimsemiş ve bu yolda bazen şiddet de kullanarak kalkınma hamlelerine girişmişlerdir.

Göle’ye göre, batıyı odak merkezi yaparak ve ‘rol model’ diyebileceğimiz şekilde tanımlayarak, modernleşme ekseninde deneyimlerini kendi tarihi-siyasi-kültürel-toplumsal-ekonomik dokularına uyarlayarak modernize etmeye çalışan Batı-dışı toplumlar, Batının nazariyesinden ‘oryantalist’ bir bakış açısıyla küçümsenmekte, dahası, nafile bir uğraş olarak nitelenmektedir. Çünkü Batı tek ve biriciktir. Batı dışı toplumlar modernleşebilir, ancak Batılılaşamazlar. Doğu ile Batı ‘farklı’dır. (Göle, 2000: 60)

Batı dışı modernleşmeyi anlayabilmek için Batı medeniyetini bilmek gereklidir. Batı dışı modernliğin temel argümanlarını tanımlanmalıdır. Aydınlanma, Sanayi Devrimi, bireycilik, eşitlik ve laiklik gibi Batılı değerler, klasik modernleşmenin içini doldurmaktadır. Bu değerlerin Batı dışında kalan toplumlar için “iştah açıcı” olduğunu, bu eksenden hareketle de “kalkınma-modernleşme-ilerleme” sloganıyla Batı’yı rol model aldıklarını söylemek mümkündür.

Batı modernleşmesinin kilit noktasını oluşturan, daha sonra modernite eleştirilerinde en çok saldırılacak kavram olan ‘evrensellik’ ilkesi, Batı’da gerçekleşen gelişme aşamalarından Batı dışı toplumların da er ya da geç geçecekleri ön kabulüne

dayanmaktadır. Bu tez, Batı dışı toplumlara ‘aydınlık bir gelecek’ vaadi sunmaktadır. Aslında aydınlık gelecek vaadi de tamamen ütöpik olup, Batılı modernlik anlayışının karşısına Batı dışı modernlik anlayışını getirmek buna bir karşı çıkıştır. (Göle, 2011: 106) Bu bağlamda, Batı-dışı modernlik ile kavramsallaştırılmaya çalışılan Batılı olmayan toplumların modernliği aktarma, resmetme, hatta yeniden besteleme biçimleridir, yoksa modernliğin dışında kalmaları ya da karşıtı olmaları değil. Batı-dışı modernlik kavramı, Batılı olmayan toplumların da modernlikle etken bir ilişki kurabileceğini ve bu anlamda üretken olabileceğini varsaymaktadır.

Batılı olmayan modernliklerin daha iyi anlaşılması için Göle (2011: 164-165), kuramsal zemini dört madde üzerine oturtmaktadır: 1. Batı modelinin merkezden kaydırılması, 2. İlerlemeci zaman anlayışından eşzamanlı modernlik anlayışına geçilmesi, 3. Eksik yerine ekstra modern olanın gözlemlenmesi, 4. Geleneksel yerine geleneksizleşme tezleri üzerinde durulması.

Batı modelinin merkezden kaydırılması ile kastedilen, Batı-dışı toplumların modernlik kavramına göre değerlendirilmesindense, modernliğin Batı-dışı toplumlara göre yeniden okunmasını ifade etmektedir.

Modernlik, dünya toplumlarını zaman ve konum açısından bir hiyerarşiye tabi tutarak farklı toplumları aynı kıstaslarla değerlendirmeye almış ve onları kategorilere ayırmıştır. Batı-dışı toplumlar coğrafi konumuna göre yakın ya da uzak olarak ortaya konurken, ilerlemeci felsefe anlayışıyla gelişmiş ya da az gelişmiş olarak değerlendirilebilmektedir. Benzer şekilde modernliğin ideolojik bir zaman anlayışı da söz konusudur. İlerlemeci zaman, Batı ile benzer ilerlemeleri sağlayamayan toplumları kendisiyle “çağdaş olmayan” olarak tanımlamaktadır. İlerlemeci zaman anlayışı Batı’nın bilgi üzerindeki “üstünlüğünü” de ifade etmektedir. Batı-dışı toplumlar er ya da geç Batı’nın geçtiği yollardan geçecektir ve Batı bu yolları zaten bilmektedir.

İlerlemeci zaman anlayışına karşı Göle, “eş zamanlılık” kavramını önermektedir. Batı- dışı modernliklerin kavramsallaştırılabilmesi için bilgi üretiminde ilerici zaman anlayışı yerine eşzamanlılık anlayışı gözetilmelidir. Göle (2011:169)’ye göre eşzamanlılık, modernitenin paylaşılan bir olgu olduğuna, ancak farklı konumlarda ve farklı biçimlerde yansıma bulduğuna, çarpıtıldığına ya da yeniden şekil bulduğuna işaret eder.

Batı-dışı toplumların ortak özelliği, tarihlerinin Batı yörüngesinde yeniden yazılmasıdır. Göle bu durumu “zayıf tarihsellik” ifadesiyle kavramsallaştırmıştır.

“Zayıf tarihsellik, Batılı olmayan toplumların modernlikle aralarında kurdukları yaralı, ama bağımlı ilişkinin adıdır.” (2011: 167).

Batı-dışı toplumlar, Batı’ya yetişememiş, “eksik modernlik” çerçevesinde değerlendirilmektedir. Göle, “eksik modernlik” kavramını yeterli bulmayarak Batı-dışı toplumların modernleşme isteğini “ekstra modernlik” kavramıyla tanımlamaktadır. Batı-dışı modernliklerden bahsedebilmek için eksik modernlik yerine, ekstra modernlik yaklaşımı tercih edilmelidir.

Ekstra modernlik, Batılı olmayan toplumların modernlik istencini ifade etmektedir. “Batı-dışı modernliğe ‘ekstra’ kelimesini eklerken, aynı zamanda olağandışı, alışlagelmişin dışında, şaşırtıcı tarafları olabileceğini, ‘bilinmeye’ değer olduğunu, yani bilgi üretimine yönelik bir iddia taşıdığını söylemek istiyoruz.” (Göle, 2011: 170).

Ekstra modernlik, Batı-dışı toplumların herhangi bir konuda daha merkezi olabileceğini fikrini de savunmaktadır. Örneğin kadın hakları, kadının kamusal alanda görünürlüğü konuları Türk modernizminin temelini oluşturmuş, birçok Batılı ülkeye göre tarihsel seyrinde öncü olmuştur.

Batı dışı toplumlarda gelenekler modernliğe engel teşkil ettiği gerekçesiyle ya göz ardı edilmiş, kendiliğinden yok olmuş ya da yasaklanmıştır. Geleneksizleşme kavramıyla vurgulanmak istenen, Batı dışı toplumlarda modernliğin gelenek üzerinde dönüştürücü olamaması durumudur. Gelenek ve modernlik birbiriyle uyumsuz parçalar olarak kabul edilmiştir. Göle (2011: 173-174)’ ye göre Batı dışı toplumlarda gelenek ile modernlik arasındaki uyumsuzluk kentsel kullanımda (kahvehane-cafe örneği), iç mekanların kullanımında, İslamcı hareketlerde ve İslamcı kadınların örtünme biçiminde karşımıza çıkmaktadır.

“Hodgson, Batı toplumlarında modernliğin büyük ölçüde bir devamlılık içerdiğini, bu anlamda onların "geleneksel" sayılması gerektiğini, buna mukabil, Batı-dışı toplumların köklerinden koparak modernleşmeye koyuldukları için paradoksal bir anlamda ‘modern’ olduklarını belirtir.” (akt. Armağan, 2004: 85)

Türkiye’de Cumhuriyetle başlayan ve tek parti döneminden itibaren katı laik, ulusçu ve seküler, devlet merkezli modernleşme; 1950, 1980 sonrası ve 2000’li yıllarda gerçekleşen reform ve açılımlarla esneyerek çoğullaşmıştır. Bu bağlamda Şerif Mardin, Edward Shils’in ‘merkez-çevre’ kavramsallaştırmasını Türk modernleşmesine uyarlamıştır. Mardin’in modernlik okumasını, büyük gelenek-küçük

gelenek, saray/seçkinler kültürü-halk kültürü ve merkez-çevre kategorilerine dayandırarak açıklamaktadır. (Yıldırım, 2012: 95) Merkez-çevre teorisi, Türk modernliğini tepeden inme bir modernlik olarak yorumlar. Cumhuriyetin modernleşmeci elitlerine göre çevre geri kalmıştır ve çeşitli yasalarla/devrimlerle bundan kurtarılmalıdır. Taşra; köylülük, dinsel, etniklik ve yerellik olarak ‘karanlık çağlardan kalma kalıntılar’ dır. (Mardin, 2006: 35-79)

Bu bağlamda Türkiye’deki modernleşme, ilk dönemlerde “tepeden inme”, “tahakküm ve dayatmacı” modernleştirme özelliğine sahiptir. Ancak zaman içinde devlet merkezli modernleşme modellerinden görece doğal, çevrenin de dâhil olduğu “kendi kendini oluşturan toplumsal bir süreç halindeki” modernleşmeye doğru yol alınmıştır.

2. TOPLUMSAL CİNSİYET KURAMI

2.1. TOPLUMSAL CİNSİYET NEDİR?

İnsanlarda biyolojik cinsiyet doğal; toplumsal cinsiyet ise kadın ve erkek olarak insanlara biçilen roller, kalıplar şeklinde sosyo-kültürel. Kadın-erkek ile kadınlık-erkeklik aynı şeyler olmayıp ikinci kategori tümüyle toplumsal ve kültürel durumlardır. Toplumsal cinsiyet, insan icadıdır. Sonradan öğrenilir ve bu nedenle değişebilir. Hatta bu nedenle, toplumdan topluma, dönemden döneme farklılıklar gösterebilir. Toplumsal cinsiyet, eşitliği, kadın ve erkeğin hem kamusal alanda hem de özel alanda eşit haklara ve fırsatlara sahip olması ve her ikisinin de bu alanlara eşit olarak katılması demektir.

“Yapılan araştırmalar, dünyada hiçbir ülkede kadınların tam anlamıyla erkeklerin yararlandıkları hak ve fırsatlardan yararlanamadıklarını göstermektedir. Bugün dünyada hala okul çağında olan ve okula gidemeyen 77 milyon çocuğun yüzde 57’si kadındır.” (Berktaş, 2010: 13)

Toplumsal cinsiyetin en önemli taşıyıcı kavramlarından biri de “aile”dir. Bugüne kadar birbirinden farklı birçok aile türü ortaya çıkmıştır. Bunlar içerisinde en yaygın ataerkil aile yapısı olmuştur. Ataerkil aile, ataya yani erkeğe dayanmakta olup anaerkil aile düzenine göre toplumlarda daha fazla etkili olmuştur. Bu durum kadın ve erkeğin durumunda radikal değişikliklere sebep olmuştur.

Altındal’a göre ailenin daha önceki biçimlerinde erkekler asla kadın sıkıntısı çekmedikleri, tersine istediklerinden de çok kadına sahip oldukları halde ilk karı-koca evliliğinin kurulmasıyla kadın, az bulunan, aranan bir şey haline gelmiş ve bundan ötürü kadınların kaçırılması ve satın alınmaları başlamıştır. (akt. Bingöl, 2014: 110) Bu gelişmeyle kadın, aile ile birlikte bir anlam kazanmış olmaktadır. Kadın bundan böyle önce kocaya eş, çocuğa anne kabul edilmektedir.

Türk kadını, Cumhuriyet ile birlikte birçok yasal hak elde etmiş ancak bu haklar pratik hayatta karşılığını tam olarak bulamamıştır. “Dünyada, banka kredilerinin sadece yüzde 5’i kırsal kesimdeki kadına ulaşmaktadır. Kadınlar dünya üzerindeki toprakların sadece yüzde 5’ine sahiptir. 60 ülkede kadınların gelirleri erkeklerin gelirlerinin yüzde 50’sidir. Kadınların parlamentoda temsil oranının ortalaması yüzde 17’dir. Birleşmiş Milletlere üye 192 ülkenin devlet ve hükümet başkanlarından sadece 13’ü kadındır. Hal böyle olunca ‘kadın sorunlarının’ önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.” (Berktaş, 2004: 21) Bu noktada yapılması gereken en önemli şey hem yasalar önünde hem de yaşamın içinde kadın ve erkek arasında eşitliği sağlamaktır.

Kadın-erkek eşitliğini sağlamak amacıyla uluslararası alandaki en önemli çalışmalardan biri de kadın haklarının anayasası olarak kabul edilen CEDAW Sözleşmesidir. Açılımı ‘Kadına Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi’ dir. Türkiye bu sözleşmeyi 1984’te imzalamıştır. Sözleşmenin en önemli özelliği, yalnızca yasa önündeki eşitliği değil hem özel hem de kamusal alanda var olan ayrımcılıkları incelemesidir. CEDAW’a göre devlet, kadın-erkek eşitliği ilkesine kendi anayasasında yer vermeli ve kadınlara yönelik her türlü ayrımcılığı yasaklamalı ve cezalandırmalıdır.

Devlet, toplumsal cinsiyet açısından kadınları koruyan her türlü yasal düzenlemeyi yapmalı ve yasaların, kadınları, evli ya da bekâr olduğuna bakmadan eşit olarak korumasını sağlamalıdır. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet açısından kadına biçilen rollerin, kadınlara ilişkin birçok alanda gelişme sağlanmasına rağmen sözü edilen gelişmelerin kadınların günlük yaşamlarına yansımadağı söylenebilir. Ülkemizde özellikle 2000’li yıllarla birlikte, AB ilerleme süreci çerçevesinde eşitlikçi uygulamalar kapsamında, kadınlara, kanunlarda pozitif ayrımcılık olarak nitelenen, kadının lehine bazı değişiklikler yapılmıştır. Ancak bu durumun, AB ilerleme sürecinin bir gelişimi olduğu kadar 1980’li yılların sonundan itibaren sosyal hayata

aktif olarak katılan, kadınların haklarını savunan dernek, vakıf veya diğer sivil toplum kuruluşlarının katkılarının sonuçları olduğu da göz ardı edilemez.

“Aile içi şiddet günümüz toplumlarında devletin etkin kontrolü dışında kalan, kronik olarak şiddetin uygulandığı sorunlu alanlardan birisidir. Oysa modern devletin temel iddiası, merkezileşen devlet gücü ile toplumun edilgenleştiği ve şiddet tekeli kullanma hakkının tek kaynağının kendisi olduğudur.” (Pierson, 2011: 25)

Yasal düzenlemeler yapılırken ve sosyal politikalar oluşturulurken erkeklerin kadınlara ilişkin cevaplanmasını istediği tüm sorular; çoğu zaman kadınları denetim altına alma, sömürme, etkisizleştirme veya sindirme kaygılarından hareketle ortaya çıkmaktadır. Örnek vermek gerekirse; kürtağ yasağı getirilmeli midir, kadın örtünmeli midir, kaç çocuk doğurmalıdır, saat kaçta sokakta kalabilir, kaç yaşında evlenmelidir gibi sorularda genellikle ne soruyu soran ne sorunun öznesi ne de muhatabı kadındır. O halde kadın, ataerkil ideoloji tarafından nasıl bir figür olarak kurgulanmaktadır, sorusu akla gelmektedir.

2.1.1. TÜRKİYE’DE TOPLUMSAL CİNSİYET

Türk toplumunda var olan toplumsal cinsiyet ayrımını ve kadınlık olgusunu, toplumsal kültürel dokunun genel yapısıyla birlikte ele almak gerekir. Cumhuriyetle birlikte Türkiye’de köklü değişiklikler yaşanmıştır. 1926 yılında tek eşlilik kabul edilmiş, mülk edinmede kadınlar hak sahibi olmuştur.

Kandiyoti (1997: 175), kadının, Türkiye Cumhuriyeti’nde rejimin simgeleştirilmesinde ön planda olduğunu ve bu sebeple kadınların törenlerde şortla gösteri yaptığını, okul ya da asker üniformasıyla bayrak taşıdığını ya da balolarda Batı modasına uygun kıyafetlerle dans ettiğini vurgulamıştır. Atatürk’ün kız çocukları evlat edinmesi de yine bu bağlamda anlamlıdır.

Toplumsal cinsiyet olgusu, dereceleri farklı olmakla birlikte birçok ülkede yaşanan eşitsizlik sorunudur. Toplumsal cinsiyete dayanarak erkek ve kadına biçilen değerler, rol ve kalıplar hiyerarşik olarak erkeğin ‘üstte ve önde’ bulunması yönüyle ayrııştırıcıdır. Gündelik yaşamda yaptığımız şakalardan kullandığımız deyimlere (karı gibi ağlamak, elinin hamuru ile erkek işine karışmak vb.) diğer insanlarla ilişkilerimizden davranış kalıplarımıza kadar hemen hemen her alanda farkında olmadan cinsiyetçi tutumlar sergilediğimizi fark ederiz.

Kadınlar hakkında yapılan araştırmalarda, bazı değerler üzerinde durulması gerektiği kanaatinin olduğu, bu değerlerin ise; araştırmacının araştırmaya başlarken sahip olduğu kimliğe, dünya görüşüne ve zihniyetine göre şekillendiği anlaşılmıştır. Araştırmacı bir anlamda bir “değerler gözlüğü” takarak o araştırmayı yürütmeli, düşüncesi hâkim olmuştur. Sosyal bilimlerde de geleneksel eril bakışı görmek mümkündür. Ancak bunu tarafsızlık perdesi arkasına gizlemektedir. Toplumsal cinsiyet çalışmalarının amacı, geleneksel bakış açısını kırarak disiplinler arası çalışma yöntemi ile kendi yeni bilgisini oluşturmaktır. Feminist araştırmacılar bu anlamda kadın deneyiminden faydalanmaktadır. (Özbudun, 2010: 19)

Gündelik yaşamda küreselleşmenin getirdiği ve toplumlara dayattığı kapitalist sistem cinsiyetçi kalıpları yeniden üretmekte, medya aracılığıyla bu süreci beslemekte ve bundan ekonomik kazanç elde etmektedir. Bilinçaltımız kadın ve erkeklerin toplumsal rollerinin ne olduğuna ilişkin cinsiyetçi kalıplarla şekillenmiş durumdadır. Örneğin Aysha dergide verilen muhafazakâr otel reklamlarında genellikle kadına yönelik hizmetler belirtilmektedir.

Görsel 1. (Eylül 2016- S.43)



Reklam, kadınların rahatlığını ve kadınlara özel hizmet alanlarını vurgulamakta, mahremiyeti kadına ait bir kavram olarak yansıtmaktadır. Erkeklerle özel hiçbir hizmet alanından bahsetmeyerek hedefe kadınları almaktadır. Ayrıca

verilen hizmetler, diğer tatil otellerinden farklı değildir. Tek fark, kadınlara özel yüzme alanı tahsis etmiş olmasıdır.

2.1.2. 19. YÜZYIL OSMANLI TOPLUMUNDA KADIN ALGISI

Osmanlı'da yükselen burjuvazinin çıkarları, hükümetin kadınlardan beklentisi ve kadınların toplumsal yaşamda var olma çabaları belirli noktalarda kesişmektedir. Bu noktada hükümet kadın gücünden, burjuvazi kadın emeğinden yararlanmak istemiş ve çıkarları doğrultusundaki kadın hareketini genel olarak desteklemişlerdir. (Çaha, 2010: 130) Hükümet, savaşlarda azalan erkek nüfusu telafi etmek ve yeni işgücü oluşturmak için, yerli ve yabancı burjuvazi ise ucuz emek elde etmek ve kadınları tüketici haline getirerek pazar oluşturmak amacıyla kadın hareketini destekler görünmüşlerdir.

Kadın dergilerinin birçoğu moda, makyaj, kozmetik vb. alanlardaki ürünlerin tanıtımına yer vererek kadını tüketim kültürünün ve alışkanlıklarının hem nesnesi hem öznesi olarak bir parçası haline getirmektedir.

Tanzimat döneminde 1869 yılında çıkarılan Maarif-i Umumiye Nizamnamesinde 7-11 yaşları arasındaki kız çocuklarına sıbyan mekteplerine devam zorunluluğu getirildiği, 10 Kasım 1858 tarihli Maarif Nezareti'nden Sadarete yazılan tezkirelerde ulusların kalkınmasının eğitimle olacağı ve kız çocukları için rüştiyelerin açılması teklif edildiği ve 6 Ocak 1859'da ilk kız rüştiyesinin açıldığı, öğretmenlerin kadın olmasının öngörüldüğü, 1873 tarihine gelindiğinde artık nakış dersleri dışındaki derslere de kadın öğretmenlerin girmeye başladığı bilinmektedir.

II. Abdülhamit döneminde, 1859'dan itibaren otuz üç yıllık dönemde, yedisi İstanbul'da ve altmış dokuzu taşrada olmak üzere toplam yetmiş altı yeni kız rüştiyesi açılmış ve toplamda okul sayısı seksen beşe çıkmıştır. (Kurnaz, 2011: 25-35) 1843 yılında Tıbbiye Mekteplerinde ebelik eğitimine başlanmıştır. Dikimhane niteliğinde ve ordunun dikim gereksinimini karşılamak üzere İnas Sanayi Mektebi adı altında bir kız sanayi mektebi kurulmuş, ancak 1884'te kapatılmıştır. Ancak, 1887'de tekrar kız sanayi mektepleri kurulmaya başlanmıştır. (Kurnaz, 2011: 48-49)

Sanayi ve teknoloji alanında modernleşme girişimlerinin bir sonucu olarak kadınlara meslek edindirme ve işgücüne katma amacıyla meslek okullarının kurulduğu görülmektedir. Erkek aydınların, kadınların ailede ve toplumda yerini sorgulamaları

basında kadın sorunsalına ilişkin tartışmaları başlatmıştır. Kadın gazete ve dergilerinde de benzer konular tartışılmaktadır. Dönemin siyasal atmosferi de kadının hem kendisine hem toplumun kadına bakışını etkilemektedir. Örneklere bakılacak olursa; Tanzimat sonrasında kadın konusu, dönemin basınında hem kadınlar tarafından hem de erkek aydınlar tarafından irdelenmiş ve bu konuda kamuoyu oluşturulmaya çalışılmıştır. Modern kadın kimliği ile ilgili 1861’de çıkmaya başlayan Namık Kemal’in Tasvir-i Efkâr gazetesinde yayımlanan “Terbiye-i Nisvan Hakkında Bir Layiha” sı ve 1872’de İbret gazetesinde yayımlanan “Aile” ve yine aynı gazetede çıkan “Bizde Ahlakın Halleri” yazıları bu anlamda önemlidir.

Bir diğer dergi, 1914-1915 yıllarında İstanbul’da yayımlanan “Kadınlar Dünyası” dır. Derginin imtiyaz sahibi Naci, mesul müdürü M. Ekrem, başyazarı Feriha Kamuran’dır. Derginin ikinci sayısında “Türklük Cereyanı”, sekizinci sayısında “Meşrutiyet ve Kadınlar” başlıklı yazılarda, “Kadınsız medeniyet, kadınsız meşrutiyet bugün artık kabil değildir. Zira kadınların, her şeyden evvel valide olmak ve insanların ilk muallimleri bulunmaları itibarıyla körpe dimağlara karşı yapacakları telkinat cidden pek ehemmiyetlidir.” ifadeleri yer almaktadır. (Gürsoy, 1993: 27)

Kadınlar Dünyası, sadece kadınların yazması ve özgün bir kadın hakları savunusu yürütmesi sonucu feminist bir dergi olarak nitelendirilmiştir. 1908’de çıkmaya başlayan “Mehasin”de yer alan kadın tanımı şöyledir: “Kadın ne yıldız ne çiçek ne de yalnız edebiyata mevzu olan mahlûklar değildirler. Kadınlar vatan için yapacağınız mücadelenizde size yardım edecek tabii ve hukuki arkadaşlarınızdır. Onlar validelerimiz, kardeşlerimiz, zevcelerimiz, eşlerimiz, meslektaşlarımızdır.” (Gürsoy, 1993: 31) Yine aynı dergide toplumun kadına bakış açısı eleştirilmektedir: “Kadının saçı uzun aklı kısadır deriz. Bir kadın kendi haline bırakılırsa ya davulcuya varır ya zurnacıya gibi hükümler çıkarır, kadınların esaretini lüzumlu görürüz. Sonra da hayatta mesut olamadığımızdan, aile hayatımızın âdem-i intizanından bahsederek çapkınlık devirlerimizin hatıratını yad ederiz. Hiç düşünmeyiz ki aile hayatının kalbi, ruhu kadındır. O bedbaht olursa, zelil ve perişan olursa ne bizi memnun edebilir ne de ailemizin intizamını temin edebilir.” (Gürsoy, 1993: 31) Yine aynı derginin on ikinci sayısında kadınların kamusal alanda görünürlüğüne ilişkin bir eleştiriye yer verilmektedir: “Halkımızın taassubu biraz daha takviye edilirse kadınların sokakta gezmelerine bile mâni olacaklardır. Selanik gibi bir şehirde sokakta biraz daha müzeyyen kılıkta gezenler birtakım kişiler tarafından bıçakla tehdit ediliyor. Böyle bir

durumda kalanlar kimden yardım isteyecekler? Polis dahi onlardan yana.” (Gürsoy, 1993: 32)

1918-1919 yılları arasında İstanbul’da çıkarılan bir başka kadın dergisi “Genç Kadın”dır. Derginin sahibi Karahisarlı Muallim Fuat Şükrü, mesul müdürü Fatma Fuat’tır. Derginin birinci sayısında yayımlanan “Kadınlığın Yükselmesi” adlı makalede şöyle denmektedir: “Bir milletin terakki ve tealisi için en emin en kestirme yol kadınları yükseltmektir. Bir millette kadın ne kadar yüksek ne kadar muhterem ne kadar hür ve sahabe-i fikri selim olur ise o millet o kadar büyür. Mea’t teessüf bizde kadınlık bir süs, bir ziynet gibi telakki edilerek onun fikren, hissen yükselmesi lüzumsuz addedilmiş, bu suretle içtimai, ahlaki terakkimize bir sed çekilmiştir.” (Gürsoy, 1993: 43)

Sancar (2012: 102)’a göre Gazete ve dergiler, kadınların toplumsal yaşamda biz de varız diyebildikleri basın araçları haline gelmiştir. Ancak ele aldıkları konular itibariyle kadınların özgürleşmesi noktasındaki çelişkilerini de ortaya koymaktadırlar. Bir yandan moda, güzellik, aşk gibi konular işlenirken; bir yandan da tesettür konusu tartışılmakta ve Batılı görünmeye çalışan kadın eleştirilmektedir. Dolayısıyla feminizm ile feminenlik konularının birbirinden ayrıştırılmadığı dikkat çekmektedir. Bunun dışında, kadınların eğitim hakkı konusunda hemen hemen herkes hemfikirdir. Ama bu konu da kadınların anne olması ve çocuk yetiştirmesi temeline dayandırılarak meşru bir talep haline getirilmiştir.

2.1.3. TÜRKİYE’DE KADIN, SOSYAL HAYAT VE MODERNLİK

Ulus-devlet yapılanması ile birlikte kaçınılmaz olan modernleşme, Türkiye’de de kadınlık durumuyla ilgili dönüşümde etkili olmuştur. (Yaraman, 2001: 11) Tanzimat Dönemi’nde başlayıp İkinci Meşrutiyet ile devam eden süreçte, kadın hareketleri; İstanbul, İzmir, Selanik gibi büyük kentlerde eğitim görmüş kadınların, Osmanlı’da kadının geleneksel statüsünü sorgulamalarıyla önemli bir ivme kazanmıştır. Toplum içinde kadının da var olduğunu göstermek amacıyla dernekler kurulmuş, kadınlara hitaben paneller, konferanslar, seminerler gerçekleştirilmiştir. (Çaha, 2010: 121)

“Kadın hareketine ilişkin ilk kıpırtıların, dönemin büyük şehirlerinde görülmesinin nedeni, Osmanlı’da aristokrat odaklı, seçkin, üst sınıf ve bürokrat

ailelerden gelen kadınların çoğunluğunun kurduğu dernekler ve yayınladıkları dergiler ve bunlara üye olanların da benzer bir sosyal statüden gelen kadınlardan meydana gelmesidir.” (Sancar, 2012: 92) Sürecin devamında Geç Osmanlı-Türk modernleşmesi gerçekleşirken geleneksel ev içi rollerden sıyrılan kadınlar, art arda gelen savaşlarla birlikte ulusal çıkarların bilincinde olan birer yurttaşa dönüşmektedirler.

Türkiye’nin; Osmanlı’nın baskın kültürel unsurları ile kurulmuş olması ve yine imparatorluğun kültürel ve idari merkezine sahip olması hem Osmanlı’dan gelen reform çabalarının hem de geleneksel kültürün, yeni kurulan devlete intikali sonucunu doğurmuştur. Türkiye’deki modernleşme, Osmanlı’dan başlayan bir süreç olmakla birlikte zaman içinde toplumun geleneksel yapısının terk edilmesi için devrimler gerçekleştirilmiştir. Ancak bu devrimler tebaadan yurttaşa doğru evrilmede tarihsel bir kopukluğu da beraberinde getirmiştir. (Zürcher, 2010: 125) Cumhuriyetin kurulmasıyla kadınların yasal haklarına ilişkin radikal reformlar gerçekleştirilmiştir. Türkiye, İslam ülkeleri arasında Müslüman çoğunluğu ile şeriatı dayalı hukuki düzenlemelerini bırakmış tek ülkedir. (Kandiyoti, 1995: 48) Kandiyoti’nin bu analizi, ekstra modernlik kavramı bağlamında daha iyi anlaşılacaktır.

Mustafa Kemal önderliğindeki yeni devlette, modern Türk kadını ulusun sembolü olmuştur. Bunun için aile hukukunun çağdaştırılması, çok eşliliğin ve dini nikâhın kaldırılarak tek eşliliğin ve resmi nikâhın getirilmesi gibi pek çok adım atılmıştır. Kadın hareketleri, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren Osmanlı modernleşmesinden getirdikleri birikimi, yeni toplumsal yapıya aktarmış ve hak taleplerini sürdürmüşlerdir. Özellikle 1920’ler ve 1930’larda Türk Kadınlar Birliği’nin başta seçme seçilme hakkı olmak üzere kadınların toplumsal, siyasal ve sosyal haklarının savunuculuğunu yaptığı görülmektedir. Fakat İsmail Hakkı (Baltacıoğlu)’nın bir yazısında gündeme getirdiği gibi kadın örgütleri eleştirilmektedir. “İsmail Hakkı ‘Türk Kadın Birliği’ne Neden Karşıyım’ adlı yazısında karşı çıkmasının nedeni olarak bu gibi girişimlerin elit/burjuva/kentsoylu bir kadın organizasyonu olmaktan öteye geçememesi; büyük kısmı tarlalarda, evlerde ve fabrikalarda uzun saatler çalıştırılan ve savaş dulları olarak ailelerinin geçimini sağlama mücadelesi veren kesimden oluşan Türkiye’deki kadınların ana sorunlarından uzak olması şeklindeki açıklamasıdır.” (Ataman, 1999: 62)

O dönemdeki kadın hareketinin ve özellikle Türk Kadınlar Birliği’nin haklı görülebilir yanlarıyla birlikte, bu şekilde eleştirmek tek yönlü bir bakış açısını yansıtır.

Çünkü Uluslararası Kadınlar Birliği Kongresi'nin on ikincisinin İstanbul'da yapılması kararlaştırılmıştır ve bu organizasyona Nisan 1935'te Türk Kadınlar Birliği ev sahipliği yapmıştır. Bu noktada ulusal kadın hareketinin aslında uluslararası kadın hareketi ile paralel bir çizgide gittiği söylenebilir. Türk Kadınlar Birliği delegeleri, Uluslararası Kadınlar Birliği'nin 1926'da Paris'te düzenlenen toplantılarına katılmış ve bununla birlikte birliğe üye olmuşlardır. Kongre konuları, kadınlara ait kolektif bir bilincin oluşması bakımından önemlidir. Kadının medeni durumu, kadın ticareti, çalışma koşulları, yurttaşlık hakları, seçme hakkı ve barış; kongredeki çalışmalardan bazılarıdır.

Yeni kurulan Cumhuriyet'in kendi burjuvazisini yaratması gerekmektedir. Osmanlı'da girişimci ve tacir tabaka gayrimüslimlerden; bürokrasi, ordu ve kamu hizmeti Müslüman kesimden oluşmaktaydı. Fakat ulus devletin azınlıklara değil, ulusal burjuvaziye gereksinimi vardı. Savaş sonrasında, çalışma hayatına atılmış, toplum içinde kendi ayakları üstünde durabilen kadın imajı, yeni oluşacak kentsoylu sınıfa ideal bir örnekti. Buna karşılık kentli kadının görünürde temsil ettiği Batılı kadın tipi, ülkede azınlığı oluşturmaktaydı. Kadınların büyük çoğunluğu kırsal kesimde, köy ve kasabalarda yaşamaktaydı. Cumhuriyet ya da modernleşme ile haklarını elde eden kentli kadınların sorunları ile kırsaldaki kadınların sorunları farklıydı. Kırsalda yeni doğan ölümleri, resmi nikâh dışı evlilikler, ataerkil aile yapısı, erken yaşta evlendirilme gibi sorunların yanında yoksulluk ve sağlık sorunları da vardı. Kentli kadınlar bu sorunlara çözüm üretmeye çalışsalar da reformlar kırsala gidememiştir. Ancak Demokrat Parti döneminde ulaşım yollarının da etkisiyle kırsal kesim, kentlerle kurulan ulaşım ve iletişimle modern dünyadan haberdar olmaya başlamıştır. (İrem, 1997: 101)

Cumhuriyet'in inşa ettiği bir kadın tipinden söz etmek mümkündür. Kemalist devlet; kadın hareketine, siyasetini, kadınlar arasında yaygınlaştırma, yeni rejimin yerleşmesini sağlama görevlerini yüklemiştir.

Kadınların siyasal alanda mücadelesi, 1913'te kurulan Müdafaa-i Hukuku Nisvan Cemiyeti ile başlamış, 1923'te Halk Partisi Kadın Kollarının kurulması ve 1924'te Türk Kadınlar Birliği'nin kurulması ile devam etmiştir. Müdafaa-i Hukuk-u Nisvan Cemiyeti ve Kadınlar Dünyası Dergisi içinde oluşan kadın örgütlenmesi daha sonra Halk Partisi'nin kadın kollarına dönüşmüştür. (Sancar, 2012: 99)

7 Şubat 1924'te kurulan Türk Kadınlar Birliği aracılığıyla kadınların siyasal hak talepleri dile getirilmiştir. Mecliste ise az sayıda vekil, kadınların siyasal haklarını kazanmalarını desteklemiş; buna karşın pek çoğu bu düşünceye itiraz etmişlerdir. Terzioğlu (2010: 16)'nın aktardığına göre, "Tunalı Hilmi Bey'in mecliste konuşmasında 'Mübarek cihadımızın bu millete bıraktığı analar, bugün erkeklerden fazladır.', 'Analar cennetten bile yüksektir.' sözleri üzerine vekiller ayaklarını yere vurmuşlar. Bunun üzerine Hilmi Bey, 'kadınlara seçim hakkı verin demiyorum... Analara, bacılara, hakikate tahammül edemeyen kulaklar' ifadeleriyle tepki göstermiştir."

Seçme ve seçilme hakkının ilk aşaması olarak kadınların belediye seçimlerine katılabilmesi ancak 3 Nisan 1930 gün ve 1580 sayılı kanun ile mümkün olabilmiştir. Bundan sonra kadınların da erkeklerle eşit haklara sahip olduğu görüşü yaygınlaşmaya başlamıştır. Aynı tarihlerde "Cumhuriyet Halk Fırkasına parti tüzüğündeki 'Her Türk fırkaya üye olabilir.' hükmünden hareketle kadınların da üye olabileceği şeklinde yorumlanabilirse de 25 Mart 1930 tarihli Cumhuriyet Gazetesi bu durumu açıklığa kavuşturmak için kadınların örgüte üye olabileceklerinin genel merkez tarafından parti şubelerine duyurulacağına ilişkin bir haber yayımlanıyordu." (Terzioğlu, 2010: 31-32) Bu noktada zihinlerde çalışma yaşamında erkekle beraber onun yapabildiği işleri yapabilen ve mesleklerde çalışabilen kadının yaşadığı sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmada söz hakkı elde edebilmesi düşüncesi savunulmaya başlanmıştır.

"20.10.1924 tarih ve 491 sayılı Teşkilatı Esasiye Kanunu'nun ilk metninde 10. maddede seçme hakkına ilişkin 'On sekiz yaşını ikmal eden her erkek Türk Mebusan intihabını iştirak etme hakkına haizdir.' hükmü ve 11. maddede seçilme hakkına ilişkin 'Otuz yaşını ikmal eden her erkek Türk mebus intihap edilmek salahiyetini haizdir.' hükümleri yer almaktaydı." (Gemalmaz, 2010: 209) Dolayısıyla seçme hakkı için erkek ve on sekiz yaşını tamamlamış olmak, seçilme hakkı için erkek ve otuz yaşını tamamlamış olmak şartları aranmaktaydı. Teşkilatı Esasiye Kanunu'nda, 5. 12. 1934 tarihli yapılan değişiklik ile seçme hakkı için erkek ya da kadın yirmi iki yaşını bitirmiş olmak ve seçilme hakkı için erkek ve kadın otuz yaşını bitirmiş olmak koşulları getirilmiştir.

Kadınların ilk kez katıldığı 1935 yılı seçimleri iki dereceli seçim sistemi tek parti olarak Cumhuriyet Halk Fırkasının yer aldığı bir ortamda yapılmıştır. Bu seçimlerde partinin üst kademeleri tarafından belirlenen adaylar arasından meclise 17

tane kadın milletvekili girmiştir. Hepsi ileri bir eğitim ve kültür seviyesine sahip kadın vekillerin, meclis içindeki çalışmalarının ağırlıklı olarak eğitim ve sağlık konularına ilişkin olması dikkat çekmektedir. Çocukların sağlık, eğitim ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve kız çocuklarının eğitim hakkı konuları kadın vekiller tarafından gündeme getirilen “dişil” konulardır. (Kalender, 2006: 35; Sancar, 2012: 176)

1921 ve 1924 anayasalarında kadınlara seçme ve seçilme hakkının tanınmadığı bilinmektedir. Bu tarihlerden sonra, 1935 yılında ilk kez kadınların mecliste yer aldığını görüyoruz. Ancak kadınların haklarını kendi mücadelelerine değil de devlete borçlu olduklarına ilişkin yaygın bir anlayış günümüze kadar gelmiştir. O dönemde, siyasal yapılarda, erkeklerle birlikte siyaset yapan kadınların sessiz ve edepli kadın rolüyle sınırlandırılması söz konusu olmuştur. Bu durumun bugüne yansımaları, halen hane içi işler, aile, ev işleri ve çocuk bakımının dişil konular olarak algılanması; siyasal alanda ise bir Kadın Hakları Bakanlığı yerine 2011 yılında Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumunun kaldırılarak Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının kurulmuş olmasıdır. Bu bakanlığın başında bir kadın bakan olması da halen kadının siyasi iktidarın kullanılış biçiminde dahi aileden sorumlu kılındığına, aile merkezli modernleşme projesinin yürürlükte olduğuna, bakanlık bünyesinde yer alan Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ise kadının bugün dahi aileden bağımsız bir birey olarak algılanmadığına işaret etmektedir. (Şimşek, 2016: 8) Ancak buna karşılık Yılmaz (2015: 251)’in şu saptaması da çarpıcıdır: “Kadınlar bir yandan kamusal alanda hak taleplerini arttırırken diğer yandan ‘aile’yi sorgulamayarak bir anlamda geleneksel rollerini olumlamışlardır.”

1920-1935 arası erken modernleşme anlayışı, ortaya çıkan totaliter ve otoriter rejimler ve sonucunda yaşanan İkinci Dünya Savaşı sonrası, yerini, 1945-1965 yıllarına tekabül eden muhafazakâr modernleşme dönemine bırakmıştır. Bu dönemin sonuna doğru kadınlar, fedakâr hemşireler olmaktan çıkmış; kamusal alanda var olmaya başlamışlardır.

3. İSLAMCILIK VE MUHAFAZAKÂRLIK

“İslâmcılık, XIX-XX. yüzyılda İslâm’ı bir bütün olarak (inanç, ibadet, ahlâk, felsefe, siyaset, hukuk, eğitim...) ‘yeniden’ hayata hâkim kılmak ve akılcı bir metotla Müslümanları, İslâm dünyasını Batı sömürsünden, zalim ve müstebit yöneticilerden,

esaretten, taklitten, hurafelerden kurtarmak, medenileştirmek, birleştirmek ve kalkındırmak uğruna yapılan aktivist ve eklektik yönleri baskın siyasî, fikrî ve ilmî çalışmaların, arayışların bütününe ihtiva eden bir düşünce ve harekettir.” (Kara, 2013: 17)

Bulaç (2012)’ın tanımıyla İslamcılık, İslam’ın ana kaynaklarını referans alarak “yeni” bir insan, toplum, siyaset/devlet ve dünya tasavvurunu, buna bağlı yeni bir sosyal örgütlenme modelini ve İslam Birliği’ni hedefleyen entelektüel, ahlaki, toplumsal, ekonomik, politik ve devletlerarası harekettir. Başka bir deyişle İslam’ın hayat bulması, hükümlerinin uygulanması, dünyanın İslam’a göre yeniden kurulması ideali ve çabasıdır.

Muhafazakârlık (conservatism) ise, Çoşkun ve Genç (2015: 30)’e göre, “muhafaza” ve “kar” kelimelerinin bir birleşimidir ve sonuna da bir dünya görüşünü/ideolojiyi, bir duruşu, tarafsızlığı/taraftarlığı ifade etmesi anlamında “lık” (ist) ekini almıştır. Muhafaza; korumayı, saklamayı, hafıza ve hatırlamayı ifade eden bir kavramdır. Yine muhafaza kavramıyla ilişkilendirilebilecek “muhafız”ın da bir şeyin değişmemesi için onun bekçiliğini yapan, koruyan, koruyucu vb. anlamları mevcuttur.

Muhafazakârlık; var olanı koruma tavrı, değişime olan güvensizlik dışında, eldekini kaybetme kaygısı, yerine koymanın maliyetli ve riskli oluşu gibi faktörlerden de beslenmektedir. Ancak muhafazakârlığı asıl etkili kılan, onun güçlü bir iktidar aracı olmasıdır. Efehan (2011: 74)’ın ifadesiyle, “sisteme hâkim olduğunda, sistemin korunmasının ideolojik aygıtlarını da üretmek ve bu aygıtları etkili bir yöntem eşliğinde kullanmak” gerekmektedir. Muhafazakârlık da bir iktidar aracı olarak kullanılmıştır.

Tarihsel açıdan ele alındığında, her yenileşmeci ve yeniden inşacı olma iddiasındaki yapılaşma, bunu belirli bir ölçüde başardıktan sonra tutuculaşmakta ve muhafazakâr bir statükoculuğa dönüşmektedir. (Erdoğan, 2004: 9) Bu statükoculuğu Batı’da kapitalizmin ilerleyen süreçlerinde görmek mümkündür. Kapitalizmin ortaya çıkışı dönemlerinde burjuva ideolojisi devrimci bir yapıyla kendini ortaya koymuşken ilerleyen dönemlerde elde ettiklerini korumak adına muhafazakârlaşmıştır. Türkiye’de ise bunun örneğini Kemalist muhafazakârlıkta görmek mümkündür. Ortaya çıktığı dönem koşullarına göre ilerlilik, devrimcilik işlevi görmüş, toplumu görece olarak ileri yönde dönüşüme uğratabilmişken, sonrasında kendi statükosunu oluşturmuş ve tutuculaşmıştır.

3.1. TÜRKİYE’DE İSLAMCILIK

İslamcılık, fikirleriyle İslam dünyasında ortaya çıkan modernleşme hareketlerinin en önemlilerindendir. İslamcılık düşüncesi, bir modernleşme hareketi olarak ortaya çıkmıştır. İslamcılık fikrinin doğmasının arkasında bir yenilenme düşüncesinin olduğu açıktır. Tarih içerisinde İslamcılık düşüncesi, hem muhalif ve tenkitçi hem yeni yorumlara açık ve modernist hem de dindar-muhafazakâr söylemlerle karşımıza çıkmaktadır. İslamcılık yeni bir din ve İslam yorumudur.

Tarihsel olarak İslâmcılık, Osmanlı’nın son dönemlerinde ortaya çıkmış bir harekettir. Bu anlamda, İslâm’ı yeniden okumaya ve modern dünyada İslâm’ın nasıl inşa edileceği üzerine daha entelektüel düzeyde bir çabayı ifade etmektedir. (Tekin, 2013: 552)

Kara (2013: 22), İslamcılık düşüncesini 5 döneme ayırmaktadır: 1. İttihad-ı İslam Politikaları Dönemi (1870-1908), 2. İslamcılık Dönemi (1908-1918 veya 1924), 3. Muhafazakârlık-Milliyetçilik Dönemi (1924-1944 veya 1960), 4. Radikal ve Entelektüel İslamcılık Dönemi (1960-1980), 5. Uyum ve Entegrasyon Dönemi (1980 ve sonrası). Konuyla ilgisi sebebiyle Uyum ve Entegrasyon Dönemi İslamcılık üzerinde durulacaktır.

İslamcılık 12 Eylül darbesinin de etkisiyle 1980’li yıllardan itibaren bir uyum sürecine girmiş, muhalif yönü zayıflamaya başlamıştır. Süreç içerisinde “siyasal İslam” kavramının karşısına “kültürel/ılımlı İslam” kavramının çıktığı görülmektedir.

Son çeyrek yüzyıl içinde bir arada yaşama ve hoşgörü, çok hukukluluk, medeniyetler ittifakı, sivil toplumculuk vb. söylemler, İslâmcı gruplar ve cemaatler arasında kendisine yer bulmuştur. “Küreselleşme programlarına, liberal söylemlere, serbest piyasacılığa, çevreciliğe, Avrupa Birliği taraftarlığına, demokrasi havariliğine... kolaylıkla eklenilen bu süreç, az sayıdaki muhalif İslâmcı kişi, kurum ve çevreleri rahatlıkla marjinalleştirecek, gayrimeşru ve etkisiz hale getirecektir. Uyum ve entegrasyon hattını kuvvetlendiren en genel ve etkili fikrî temayül, bu seküler ve laik anlayışa doğru açılan çizgi üzerinde gerçekleşti denebilir.” (Kara, 2013: 36)

İslamcılık düşüncesinde tartışılan konulardan biri de zenginleşme, mal sahibi olma hususudur. Mal sahibi olma isteğinin arka planında İslam’a hizmet, düşmana galibiyet düşüncesi olagelmıştır. 12 Eylül’den sonra sınıf atlayan, zenginleşen,

holdingleşen gruplar arasında İslamcılar, cemaat ve tarikat mensupları da vardır. Bu değişim, İslamcılık düşüncesinin uyum sürecini daha da kolaylaştırmıştır.

3.2. TÜRKİYE’DE MUHAFAZAKÂRLIK

“Türkiye’de “muhafazakârlık”, yalnızca söylemlerine bakılarak değerlendirilecek olursa, muhafazakârlığın yeniye, modern olana karşı, geçmişin parlak günlerine, dinsel-tarihsel (dinsel ve Osmanlıcı muhafazakârlık) ya da milliyetçi tarihsel (milliyetçi muhafazakârlık) özelemlere yönelik yapılan bir vurguyla anlaşıldığı ve anlamlandırıldığı görülür.” (Efekan, 2011: 78)

Türkiye’de muhafazakârlık, Türk sağ ile temsil olunuyor bilinmektedir. Ancak gerçekte Türkiye’de muhafazakârlık, siyasal bir gruba indirgenemez. Ayrıca Türkiye’deki muhafazakârlıklar, değerler hesaba katılmadan, yalnızca siyasal söyleme dayanılarak da ele alınamaz.

Batı dünyasında muhafazakârlık, gelenek, düzen ve otorite değerlerine vurgu yapan ve iktisadi anlamda yeniliklere kapalı bir ideoloji iken; Türkiye’de, dinsel, iktisadi ve sosyal faaliyetleri göz önünde bulunduran bir ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Muhafazakâr siyasal ideoloji, yapısı ve toplumsal olaylara yaklaşımı açısından Batı’daki muhafazakârlarla birçok açıdan ayrılmakla birlikte, çoğu kez onların maruz kaldığı gerici, tutucu, irrasyonel, kötümser vb. olumsuz nitelermelere maruz kalmışlardır. (Sezik, 2003: 314)

Muhafazakârlık, modern bir kavramdır. Muhafazakârlık, Batı dışı toplumlarda da yaşanan modernleşme ve endüstriyelleşme sürecinin niteliğine bağlı olarak sürekli yenilenen, değişen bir duyuş ve düşünüşdür. Bora (1997: 6)’nın ifadesiyle, muhafazakârlık kapitalist modernleşme süreci karşısında, bu sürecin çözdüğü siyasal, toplumsal ve kültürel yapıların, belki daha doğrusu o yapılara yüklenen anlam ve değerlerin sürekliliği adına gösterilen tepkiye dayanmıştır. Muhafazakârlık, eski, kadim ve yerleşik olanın, geleneksel ve kutsalın sürekliliğini modern koşullarda sağlamaya çalışmaktadır. Ancak diğer taraftan muhafazakârlık, 20. yüzyılda Karl Mannheim tarafından “kendisi hakkında bilinçli hale gelmiş, rasyonelleşmiş gelenekçilik” olarak tanımlanmıştır. (akt. Bora, 1997: 7)

Türkiye’deki muhafazakârlar üzerinde duracak olursak, tarihsel süreçte onların, bir taraftan modernleşmeye öykünürken diğer taraftan modernleşmeyle

ilişkilerine bir mesafe koymaya çalıştıkları görülmektedir. Bu duruma örnek teşkil eden İslamcılık akımının, tarihsel gecikmişlik sancısından dolayı kendine özgü bir yenilikçilik peşinde olduğu; meşruiyetini, teorik özünden çok bu tavrından türettiği söylenebilir. Bu bağlamda İslamcılığın tarihsel gelişimi içerisinde belirleyici olan, Çiğdem (1997: 45)'in de belirttiği gibi, "korumak" değildir; aksine, kendini yeniden inşa etmek, yeniden üretmektir.

3.3. ORTA SINIF MUHAFAZAKÂR KADIN KİMLİĞİ ALGISI

Türkiye'deki orta sınıf muhafazakârlarını değerlendirirken bir kırılma olarak görülebilecek 1980'li yılların, sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alana yönelik köklü değişimlerini ve beraberinde getirdiği süreçleri göz önünde bulundurmak gereklidir. Küreselleşme, serbest piyasa ekonomisi ve Anavatan Partisi'nin dışa dönük politikalarıyla başlayan süreç, 2002 yılı Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarıyla birlikte hız kazanmış, bu gelişmelere paralel olarak Türkiye'nin son yirmi-otuz yıllık döneminde İslami-muhafazakâr kesim köklü ve çelişkili bir dönüşüm yaşamıştır. Bu dönemde, bir taraftan, İslami-muhafazakâr kesim, artan ekonomik gücüyle kamusal alanda görünür olmaya başlamış, diğer taraftan ekonomik alandaki bu değişimin sosyo-kültürel alana yansımaları gecikmemiştir.

Mardin (1992:44) de bu konudaki analizinde Türkiye'nin hem hızlı sosyo-ekonomik gelişimine hem de yeni siyasal ve kültürel alanlarında, dinin yeniden tahayyülü süreçlerinin iç içe yaşamasına bağlı olarak, muhafazakâr kesimdeki tüketim kültürü, dini hassasiyetler ve kapitalizmi karşı karşıya getirdiğini vurgulamakta, bunun yanında İslami olanla kapitalizm gerek ontolojik gerek epistemolojik gerekse etik öncelikleri açısından farklı toplumsal sistemler olduğundan iki farklı sistemin, Türkiye özelinde eklemlenmesinde, modernleşme süreciyle Türk deneyiminin özgüllüğüne İslam ve kapitalizm, dinsel ve sekülerizm (dünyevileşme) karşıtlığı ve birlikteliğini sürdürebilme, dikkatleri çekmektedir.

İslamcı-muhafazakâr kesimin kamusal alanda görünürlüğünün artması, ekonomik olarak önceki dönemlere göre güç elde etmeleri ile dindar Müslümanların modernleşme süreci hız kazanmıştır. İslâm ve kapitalizmin günümüzdeki ilişkisine bağlı olarak birçok yeni kavram (İslami ekonomi, İslami tüketim, İslami sermaye, İslami moda, İslami tatil) gündelik hayatta yer almaya başlamıştır. İslami-

muhafazakâr hayat tarzları modernleşmesiyle muhafazakâr aidiyetler ve kimlikler de dönüşmektedir. Muhafazakâr bireyler, modernliği söylem düzeyinde sürekli eleştirmekte, ama bireysel davranış ve toplumsal pratik düzeyinde ikisi arasındaki etkileşim her geçen gün daha da derinleşmektedir. Tüketim bağlamında dindarlığın dönüşümü, paradoksal süreçler içermektedir. Koşulların zorunlu bir karşılaşmayı doğurduğu bu süreçte, İslami kesim; İslam ve kapitalizm, geleneksel ve modern, din ve piyasa, dinsel ve sekülerin bir arada bulunup bulunamayacağı konusunda farklı tavır sergilemektedirler.

Tüketim konusunda muhafazakârların farklı tutumlarını ele almak gerekirse, İslamcılarının ciddi bir kısmı, İslâm ve kapitalizmin zıtlığını savunmaktadır. Kapitalizmin temeli olan tüketim kültürü ile din etkileşiminin farklı bağlamlarda yer aldığı vurgulanmaktadır. Kanaat ve paylaşmak gibi erdemleri telkin eden İslâm dini ile kapitalist tüketim mantığının bireyci anlayışından dolayı İslam ve kapitalizm arasında bir zıtlığın ve ikisi arasında çatışmanın olduğu değerlendirmelere yansımaktadır. Onlara göre, tüketim kültürü sürecinde birçok dini değer ve sembollerin içi boşaltılmış ve manası yitirilmiştir; bunun yanında zühdün, takvanın, diğerkâmlığın, paylaşmanın, samimiyyetin yerini gösteriş, marka yarışı, konfor, lüks aldığı için, bu durum İslami kesimin çelişkisini göstermektedir. Bu kötümser bakış açısından anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi tüketimin ortak tema olduğu günler, kapitalizmin gündelik hayata yerleşmesi olarak görülmektedir.

Konumuza ilgisi açısından Koçal (2013: 28)'ın çalışmasında gösterdiği gibi, dindar ve muhafazakâr orta sınıf bireyler, tüketim kültürü sürecinin imkânları ile dini hassasiyetler arasında kalmaktadır. Bu durum, dindar-muhafazakâr orta sınıfların ekonomik temelde gelişme göstermekle birlikte, süreçten tedirgin olduklarını da gösteriyor.

Çalışmamamızın odak noktası olan, modern dünyada muhafazakâr Müslüman bir kadının yine bu bağlamda ikircikli/paradoksal pozisyonu olarak ifade edilebilecek durumu, Batılı yaşam tarzı ve dindar-muhafazakârlık arasında gidip gelen bir görünüm ve tutarsız davranışlar sergilemektedir. Bir taraftan marka ve kaliteye teslim olmak, alışverişte kendini, zamanı unutmak, morali bozuk olduğu zamanlarda terapi olsun diye alışveriş yapmak, saç kestirmek, moda dergileri karıştırmak vb. örneklerin dini hassasiyetleri olan muhafazakâr bireylerde de yaşandığı ifade

edilirken, alışveriş sırasında, Hz. Peygamberi, sahabeyi düşünüp duraksandığı da ifade edilmektedir. (Yıldırım, 2012: 38)

Muhafazakâr orta sınıftaki kadınların tüketim anlayışı, kendine özgü nitelikler göstermekle birlikte paradoksal olarak modern yaşamda görünür olmanın, var olmanın ve modern yaşamla bütünleşmenin bir unsuru haline gelmektedir. Örtülü kadınlar, örtünerek “görünmeme” olgusuna karşılık, “görünürlüklerini” artırmış, sergilenen kamusal görünürlük, geleneksel örtünme biçimlerinden de farklılaştığı için, kamusal alana çıkışı kolaylaştırmıştır. Bu olgu, çalışmamızın teorik perspektifi olan çoğul modernlikler açısından önemli bir husustur. Göz önünde olma, dindarların sayısının artması da toplumun her alanında dindarların etkinliklerinin arttığı izlenimini vermektedir. Diğer taraftan, dindar kadınlar, ev dışına, kamusal alana çıkmalarından sonra tesettürün dikkat çektiğini, göz hapsinde tutuldukları için, ister istemez giyim kuşamlarına da daha çok dikkat ettiklerini belirtmektedirler. (Bora, 2003: 16) Bu durum tesettür modası sektörüne yansımakta ve sektörün alanının genişlemesini sağlamaktadır.

Moda doğası gereği statü ve sınıf hiyerarşilerini, statü farklılıklarını öne çıkarmaktadır, bu durum İslamcı-muhafazakâr kesim için de geçerlidir. İslamcı-muhafazakâr kadınlar arasında da modaya yaklaşım değişmemekte, tüketimin sınıfsal karakteri ortaya çıkmaktadır. Gemalmaz (2010: 56)’ın çalışmasında, ‘İnançlı çevrede de olsa oluşturduğunuz tarzınızın size özel olmasını istiyorsunuz. Ben çevremde taklit edildikçe, yeni bir tarz benimsiyorum.’ şeklinde muhafazakârlığın, tüketim ve sınıfsal habitusla birlikte yorumlandığını gözlemlemekteyiz. Muhafazakâr moda söylemiyle, değişen toplumsal yapıda karşılık bulan giyinmenin kültürel formları, İslami hayat tarzını, seçkin bir hayat tarzı haline getirme arzusunu yansıttığı gibi, alt ve üst orta sınıf kesimlerle de filtre işlevi görerek, araya mesafe koymaya yönelmektedir.

Modern Türkiye’de bireysel farklılıklar gösterse de genel olarak maddi durum iyileştikçe, lüks tüketimin de “ihtiyaç” çerçevesinde değerlendirildiği görülmektedir. Dolayısı ile İslami-Kapital ilişkisi, muhafazakâr kesimlerce her ne kadar kabul edilmediği söylene de en azından ikisi arasındaki geçişkenliğe şimdilerde itiraz edilmediği görülmektedir.

3.4. BİR İTİRAZ OLARAK İSLAMCI FEMİNİZM

Modern insan hakları literatüründe tüm insanların eşitliği temelinde geliştirilen söyleme rağmen, İslam dünyasının gündelik yaşam pratiğinde, geleneksel inanışlar ve dini inanca dayalı güncel konjonktürel ortamlarla uyuşmayan kadın – erkek ayrımı ve erkeklerin üstünlüğü söylemine karşı, İslamcı kadınların eşitliği ve/veya üstünlüğünü savunan bir bakış açısıyla İslam dininin imkânlarını harmanlamaya çalışan çabalarla İslami feminizm denen bir alan yaratıldı. (Thébaud, 2005: 31)

İslam ve feminizm arasındaki ilişki daima gerilimli olmuştur. Bu gerilim her iki tarafın savunucuları tarafından da beslenmektedir. Oryantalist yaklaşımlar, İslam'ın, temelde kadın erkek eşitsizliğine dayandığını, çok eşli evliliği ve örtünme gibi İslam pratiklerini, kadın karşıtı ve bu bağlamda feminist bir hareketin önündeki en temel engeller olarak görür. Feminizm ve İslam'ı yan yana gelmesi imkânsız iki farklı perspektif olarak değerlendirir. Bunun yanında, Harding (1996: 114)'in özgün yaklaşımına göre, İslamcılar, İslam'da kadın erkek eşitliği sorunu olmadığı savından yola çıkarak, feminizmin İslam'ın özüne zarar verdiğini savunur. Böylece 'feminizm ve İslam yan yana gelemez' argümanını başka bir boyutuyla İslamcılar da destekler.

Bu savı destekleyen, Ortadoğu'da Müslüman kadınlar üzerine birçok araştırması bulunan Badran, İslam ile feminizmin bir arada olamayacağı varsayımına karşı çıkmaktadır. 2009 yılında yayınladığı "Feminism in İslam" adlı kitabında Badran, feminizm ve İslam kavramlarının birbirine zıt olmadığını savunurken; İslam'ın diğer dinlerle karşılaştırıldığında kadın-erkek eşitliğine "Tanrının sözü" olarak değinen tek din olmasına rağmen bugün bunun tam tersi bir algılayışın egemen olmasını "ironik" (Badran, 2017: 121) olarak değerlendiriyor. Badran Müslüman ülkelerdeki kadınların olumsuz koşullarda yaşamasının nedeninin İslam'dan değil, bu ülkelerde egemen olan patriarkal yapılardan kaynaklandığını söylemektedir.

Badran kitabında, öncelikle Mısır üzerine yaptığı çalışmalara yer vermiştir. Mısır'dan başlayarak Türkiye, Malezya, Yemen gibi farklı örneklerle de Müslüman kadınların aktivistleşme sürecini ve feminizmle ilişkilerini açıklamaya çalışmaktadır. 14 makalenin bulunduğu kitap öncelikle Mısır'daki feminizm hareketi, ayrıca Müslüman kadınların feminizm ile ilişkisi üzerine detaylı bir profil sunmaktadır. Badran'ın kitabındaki argümanlar, İslamcı feminist tartışmalar açısından dikkat çekicidir. Badran İslamcı feminizmi, Müslüman ülkelerdeki kadınların başlattığını,

ama bugün dünyanın geri kalanını da etkileyen hatta belki de feminizmin yeniden tanımlanmasını sağlayabilecek güçte bir küresel söylem olarak değerlendirmektedir. (akt. Güç, 2009: 649)

Bu süreçte İslamcı feminist kadınlar tarafından ortaya atılan reformist talepler, feminist bir perspektiften ziyade İslamcı perspektiften önerilmekte ve bu çabalar İslam'ı dönüştürmek adına değil, tam tersi İslam'ın “özüne dönmek” olarak tanımlanmaktadır.

Yılmaz (2017: 5)'a göre, Ortadoğu'daki feminist hareket “seküler feminizm” ve “İslamcı feminizm” olmak üzere kendi içinde iki gruba ayrılmaktadır. Ancak sanıldığına aksine bu iki feminist hareketin birbirine zıt olmadığı, çoğu noktada birbiri ile kesiştikleri ve hatta birbirlerini besledikleri gözlemlenmektedir. Diğer taraftan etkisi ve argümanları bakımından İslamcı feminist hareket, seküler (dünyevi olan) hareketten daha radikal bir hareket tarzı olmakla birlikte, İslamcı kadın hareketinin kadın-erkek eşitliği bağlamında Ortadoğu'nun eril yapısının çözülmesine daha önemli katkılar sağlamaktadır.

Konuya çoğul modernlik perspektifinden bakılacak olursa, İslamcı feminizmin, Ortadoğu feminist hareketine en önemli katkısı, seküler feminizmin yapamadığı özel alan ve kamusal alan ayrımını ortadan kaldırmasıdır. Ayrıca, İslamcı feminizm, daha evrensel bir dil üretmesi bakımından, milliyetçilik ile bağlarını koparmakta güçlük çeken seküler feminizmden daha etkilidir.

İslamcı feminist kadınlar, talepleriyle ortaya çıkardıkları etkinin farkında olmalarına rağmen kendilerini “feminist” olarak tanımlamaktan çekinmektedirler. Badran, hiçbir hareketin önce tanımlanıp, sonra başlamadığına dikkat çekiyor. Bazı hareketler taraftarları tarafından, bazı hareketler de başkaları tarafından tanımlanır; İslamcı feminist hareket de başkaları tarafından tanımlanmış bir harekettir. (akt. Yılmaz, 2015: 108-109)

Badran, feminizmin Batılı bir hareket olarak görülmesi ve Müslüman toplumun geleneksel yapısında tahribat yaratacağını düşünmeleri nedeniyle Ortadoğu'daki İslamcı kadınların hareketlerini ya da kendilerini “feminist” olarak tanımlamaktan çekindiklerini tespit ediyor. (akt. Mies, 1996: 231) Fakat bu çekincenin hareketi dışarıdan takip edenler açısından onları “feminist” olarak tanımlamaya engel teşkil etmediğini de belirtmekte fayda vardır. Artık daha tekil bir feminizm değil; farklılıklara daha açık, hatta daha muhalif bir feminizm tanımı yapmak gerekmektedir.

Bu anlamda Mies (1996: 231) de İslamcı feminist kadınların, feminizme katkısını çok önemli bulmakta, diğer taraftan, İslamcı feminist kadınların hem modernizmi tanımlamak hem de İslam'ı reforme etmek açısından dikkate değer bir hareket olduğunu da ifade etmektedir. Ayrıca, bu alanda daha farklı kavramsallaştırma teşebbüslerine de rastlanmaktadır. İslam düşüncesinde kadın konusu ile ilgili geleneksel yorumların dışına çıkan çalışmalarıyla gündeme gelen Amina Wadud, “İslam feministlerinin dışında Müslüman feministler adı altında başka bir tanımlama kategorisi geliştirmektedir. Bunlar, erkek ve kadın arasındaki eşitlik vurgusunu güçlendirip yüceltmek yerine, İslam'ın yeniden yorumlanması gerektiği fikrini savunmaktadır. (akt. İngün, 2005: 108) Bu anlayışa göre, Müslüman feministler, İslam dininin kadın sömürüsü ve ataerkil dizgenin güçlü olduğu bir toplumsal formasyonda doğduğunu, Kuran'ın bu toplumu tanımladığını ve bu yüzden de oluşan hiyerarşik sınıflamayı anlayıcı bir farkındalıkla toplumsal hayattaki pratiklere bakmamızı önerirler.

Yılmaz (2015: 13) ise, tüm bu boyutlarıyla İslamcı feminist hareketin, önümüzdeki yıllarda çok daha radikal bir etki yaratacağını öngörmektedir. Özellikle örtünme pratiği üzerinden kendisini kamusal alanda görünür kılmaya başlayan modern, eğitilmiş ve varlıklı genç Müslüman kadınların başlattığı tartışmalar yaygınlık kazanarak genişlemektedir. Bu tartışmalar, Türkiye’de özellikle 90’lı yıllardan sonra özel TV kanallarında artan Müslüman kadın kimliğine ilişkin hususlar ekseninde, İslamcı feminizm içerisinde değerlendirilebilecek konuların kamuoyuna getirildiğini görmekteyiz. Bu çerçevede başörtüsü, cuma namazı vb. konularda gündeme gelen tartışmalar, İslamcı feminist taleplerin, toplumda görünürlük kazandığını da göstermektedir.

İslamcı hareket, modern dönemin bireyde yarattığı toplumsal ve bireysel boşlukları tespit etmekte ‘post’ tartışmaları kullanırken, tespit ettiği boşlukları İslam'ın ahlak anlayışı üzerinden doldurmuştur. Bu süreç ‘hangi İslam?’, ‘nasıl bir ahlak?’ sorularını beraberinde getirmiştir. İslamcı kadın hareketi de 1990’ların yarattığı ‘fırsat alanları’ içinde daha güçlenmiş, sorulara kadın perspektifinden cevap vererek yeni dindarlığın inşasında belirleyici olmuştur. (Yılmaz, 2015: 96)

3.5. MODERNLEŞME SÜRECİNDE MUHAFAZAKÂR ORTA SINIF

1980’li yıllardan sonra Özal hükümetinin liberal ekonomi politikalarıyla zenginleşen bir muhafazakâr kesim karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 90’lı yıllar, iş piyasalarında etkin olduğu, görünürlüğün arttığı ve tüm bunların zirvesi olarak İslamcıların iktidar olduğu yıllardır. Dünün püriten cemaatleri bu yıllarda ya bir medya holdingi ya da bir nakliyat şirketi veya bir eğitim sektörü haline gelerek, artık ideallerin değil; kurumsal başarıların, profesyonel yönetici ve uzmanların bir boy gösterme alanına dönüştüler. (Aktaş, 2016: 32) Ekonomik alandaki yenilikler, hem muhafazakâr kadının kendine dönük algısında hem de muhafazakâr erkeklerin muhafazakâr kadına bakışında değişimlere sebep oldu.

Yılmaz (2015: 70), (serbest piyasa ekonomisine, görünürlüğe ve siyasete) teşvik ve katılımın, Müslümanların hayat tarzlarını hızla değiştirdiğini ancak piyasa koşullarının dindarlıklarıyla çeliştiği noktada ise Müslümanlar, çoğu zaman piyasa koşullarından yana takındığı tutum ile hem piyasa karşıtı İslamcılar hem de diğer muhalif gruplarca sıkça eleştirildiklerini ifade etmektedir. Bu analizleri destekleyen Aktaş (2016: 33), “Seksenli yıllarda Müslüman birey, radikal İslamcı aydınlar tarafından, inandığını yaşaması zorunlu biri olarak tanımlanıyordu. İnandığını yaşamakta kusurları olan eziklik duyardı. Doksanlı yıllarda bu söylem esneyerek yerini kişisel okumaların ve bireysel pratiklerin öznelliğinin karışılmazlığına bıraktı.” şeklinde ifade etmiştir.

Tüm bu sosyal, siyasal ve ekonomik değişim içinde Müslümanlar, özgün gelişme yollarını aramaktadır. Bu yol arayışı, bir taraftan sivil toplum örgütleri aracılığıyla modern ile geleneksel ağırları birleştirmeye çabalarırken, diğer taraftan İslam’ın esasında bulunan ilkelerle dini metinlerin her bağlam içinde yeniden şekillenebileceği iddiasını birleştirip, İslam’ı geleneksel yükünden arındırarak, tarihsel bir okuma yöntemiyle küreselleşme içine yerleştirmeyi önermektedir. (Vergin, 1998: 61) Zira Kara (2010: 383)’nın değindiği gibi bugün kaynaklara dönüş hareketinin esasında, daha sahih bir İslam idrakine ve tatbikatına ulaşmaktan ziyade modernleşme temayüllerine ve dönemin icaplarına daha uygun bir İslam yorumuna kapı aralamak bulunmaktadır. Bu nedenle de kaynaklara dönüş bir araç kavramdır ve esas itibarıyla ulemanın ve metinlerin otoritesini ve sosyal değer haline de dönüşen tarihsel tecrübenin, geleneğin bağlayıcılığını ortadan kaldırmaya yönelmiştir.

Konuya sol/sosyalist perspektiften yaklaşan, Hanenni (2014: 17), dinsel/İslam'ın yeni okumalarının "İslamlaşma" süreçlerinin burjuvalaşmasıyla yakından ilişkili olduğunu savunmakta, İslami hareketin ideolojik-kavramsal-anlamsal çekirdeğinin bu dönüşümünü, İslami bir burjuvazinin sosyal ve ekonomik yükselişiyle eş zamanlı olduğunu ifade etmektedir. Ona göre, aslında söz konusu olan "dindar" bir ticari-ihracatçı burjuvazinin, toplumsal yükselişinin gereği olarak "cemiyyet hayatıyla" veya genel olarak moderniteyle daha uyumlu bir İslami yaşayışlar/pratikler bütünü uyarlamasıdır.

Göle (2013: 217)' ye göre, İslami/İslamcı kesimlerin tüketim kalıplarında yaşanan değişim, söz konusu kesimlerin kendi dışlarındaki yaşam biçimleriyle kurdukları bir iletişim biçimi olarak tüketim, kamusal alana katılım kanalı olarak çalışmakta ve kamusal alandaki meşruluk arayışları ve kimlik siyasetleri açısından gerekli katılım araçlarını edinme sürecini ifade etmektedir. Kamusal alana katılım ve eklemlenme, İslami kimliği hem dönüştürmekte hem de söz konusu kimliğe süreklilik imkanları yaratmaktadır.

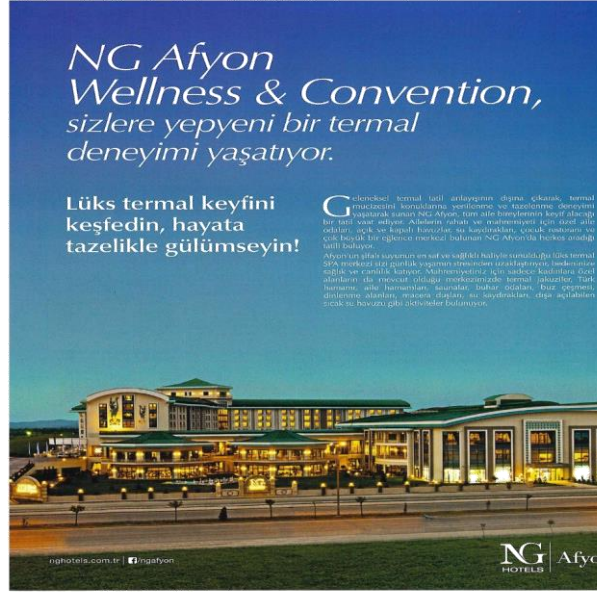
İslamcı- muhafazakâr kesimin kamusal alana katılımıla birlikte yaşadığı dönüşümün tatil anlayışlarına nasıl yansıdığını Aysha dergide verilen muhafazakâr otel reklamlarında görmek mümkündür. Dergide verilen reklamlardan iki tanesi aşağıda örnek olarak sunulmuştur:

Görsel 2. (Temmuz-Ağustos 2016-S.42)



Aysha dergide reklamı verilen oteldeki hizmetlerin kendini muhafazakâr olarak tanımlamayan tatil merkezlerinden farkı yoktur. 5 yıldızlı lüks otelde sinema, disko vb. hizmetler sunulmaktadır.

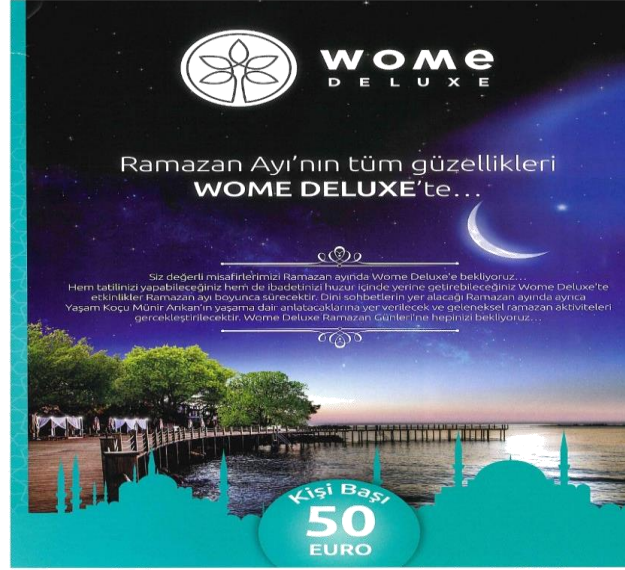
Görsel 3. (Haziran 2016-S.41)



Termal otel, geleneksel şifa anlayışından farklı olarak daha lüks imkânlar sunmaktadır. SPA, jakuzi, sauna, buhar odaları, buz çeşmesi, macera duşları verilen hizmetlerdendir.

“İslami kimliğin özellikle 1980 sonrası dönemde artan kamusalılığı ve her şeyin bir de “İslami” sini üretme arayışları pek çok kavramı da tartışma konusu etmiştir. İslam’ın, modernliğin dışında ve üzerinde duran bir kimlik olarak kodlanması ve modern yaşama ve onun sahip olduğu kurumlara alternatif özgün kurumlar sunabileceği yolundaki yaklaşımın önce İslamcı entelektüellerce üretilmesi ve daha sonra seslendikleri kitlelerce de içselleştirilmesi dolayısıyla pek çok kurum ve eşyanın İslami’sinin üretildiğine tanık olunmaktadır: İslami radyo, İslami televizyon, İslami demokrasi, Tekbir Giyim ya da Vahdet Kundura gibi İslami kesimce de eleştiriye maruz kalan yaklaşımın bir ürünü olarak ‘İslami tatil’ kavramı da yenilikler listesindeki yerini almaktadır.” (Göle, 2013: 218). Aşağıda görseli sunulan otel reklamında muhafazakâr kesimin tatili nasıl “İslamileştirdi”ği görülmektedir.

Görsel 4. (Haziran 2016-S.41)



Reklam görselinde Ramazan ayına uygun camii figürlü bir görsel kullanılmış, tatil ve ibadet imkânı bir arada sunulmuştur. Otelin etkinlikleri de bu doğrultuda diğer aylara göre farklıdır. Otel fiyatlandırmayı Euro ile yapmıştır.

3.6. İSLAMCI-MUHAFAZAKÂR KADININ DEĞİŞİM - DÖNÜŞÜMÜ

İslam toplumlarında değişen durumlar karşısında erkeklerle ilgili meseleler açıkça konuşulup sorunlara kısmen çözümler üretilirken, kadınlarla ilgili hususlar gerek mahrem kabul edilmesi gerekse dillendirilmeye lüzum görülmemesi sebebiyle yeterince konuşulmadığından Müslüman kadının, değişen durumlara karşı nasıl bir tavır içinde olması gerektiği hep tartışılmalıdır.

İslamcı bir siyasi partinin –MSP- iktidarı ile birlikte 1970’lerde İslamcı-muhafazakârlar çevreden merkeze taşınmış ve daha görünür hale gelmişlerdir. Kadınlar başörtüleriyle üniversitelerde, siyasi çalışmalarda, çeşitli mesleki alanlarda var olmaya başlamışlardır. Böylece sadece evde, ev işleri ve çocuklarla ilgilenen muhafazakâr kadın artık kamusal alanda yerini almıştır.

Aktaş, İslamcı kadının dönüşümünü ‘bacıdan bayana’ ifadesiyle kavramsallaştırmaktadır. Aktaş’a göre İslamcı kadın, görünürlüğünü ‘bacı’ olarak başlatmışken süreç içinde artık o ‘bayan’ olmuştur. Yetmişli yıllarda Akıncı ve Ülkücü

camia da veya MTTB etrafında Anadolu kökenli, muhafazakâr ailelerin kızları, bu hareketlerin içinde özneleşmeye başlarken etkinliklerinin meşruiyetini kendilerini Bacı olarak adlandıran bir söylemde buldular. Bu söylem, erkeklerle ortaklaşa yürüttükleri faaliyetlerini bir bakıma kendilerini aile ortamından da güvenli hissettiren derinleştirilmiş bir akrabalık inancıyla sürdürmelerini sağlıyordu. (Aktaş, 2016: 15) Bacı yerli, Türk, İslam özellikli geleneklere saygılı duruşuyla bu ülkenin öz kimliğinin en somut belgesiydi. Bacı söylemi muhafazakâr-dindar kadının kamusal alanda ne şekilde var olacağının da göstergesiydi aynı zamanda. Bacı, kamusal alanda cinsel kimliğiyle değil Müslüman kimliğiyle var olacaktı.

Buna bağlı olarak, bugüne kadar erkek egemen bir bakışla erkeğe cazip görünmemek üzerinden tanımlanan başörtüsü, görüştüğüm birçok kadının ifade ettiği gibi, “erkeğe değil Allah’a itaat”ın bir sembolü olarak tanımlanır. (Yılmaz, 2015: 102) Bu süreç çoğul modernlikler çerçevesinde okunduğunda, kadınların onları kısıtlayan toplumsal cinsiyet kalıplarının sınırlarını zorlayarak artık kendi söylemlerini ürettikleri gözlemlenmektedir. Zira bu yorum farklılığının temelinde, elbette Kur’an metinlerinin artık sadece erkekler tarafından değil, kadınlar tarafından da yorumlanmasının etkisi vardır. Nitekim 1990’lardan sonra güçlenmeye başlayan İslamcı kadınların, başörtüsüyle ilgili kullandığı ‘tercih’ vurgusu, başörtüsünü takmaya ilişkin değil, bu yeni yorumlara dayanarak İslami hayat tarzını yaşamaya ilişkindir. Yılmaz (2015: 192)’a göre ise, İslamcı kadınlar için tesettürün yeni biçimi çağdaş bir kıyafet olarak tanımlanmış, modernizmin ‘dönüştürme’ idealine de bir direniş olarak konumlanmıştır. Böylece tesettür; kentleşme, eğitim ve bireyselleşmeyle birlikte orta sınıf kadınların dini rasyonel yorumlaması neticesinde ‘tercih ettiği/seçtiği’ bir simge haline gelmiştir.

Başörtüsü yasağıyla birlikte muhafazakâr kadının medyada görünürlüğü arttı. Bu görünürlükle birlikte muhafazakâr kadının “olması gereken yer” ile ilgili tartışmalar yoğunluk kazandı. Ağırlıklı olarak savunulan görüş, kadının iş hayatında olmaması gerektiği yönündeydi. Çünkü kadın gerekmedikçe dışarıda olmamalı, evde çocukların bakımlarıyla ilgilenmeliydi.

Ancak incelemiş olduğumuz Aysha derginin sunmuş olduğu kadın profili, sadece evde çocuk bakımıyla ilgilenmek yerine kamusal hayatta çocuğuyla birlikte var olabilmektedir. Dergide, kadının bu yeni durumunu “plaza anneleri” şeklinde

kavramsallaştırılmıştır. Aşağıda verilen görsel, kadının çocuğuyla kamusal alanda nasıl görüldüğünü göstermek amacı taşımaktadır.

Görsel 5. (Kasım 2016-S.45)



Kadınlara, anne olmanız sizin eve kapanmanızı gerektirmiyor, mesajı verilmiştir. Kadın hem başarılı bir iş kadını hem iyi bir eş ve hem de çocuğuyla yeterince ilgilenebilen bir anne olarak sunulmaktadır.

Görsel 6. (Kasım 2016-S.45)



“Kadınlar sadece evlerinde anne değil. Annelik kendini ev yaşamıyla sınırlayan bir olgu da değil. Anneler de çalışıyor, arkadaşlarıyla buluşuyor, alışverişe çıkıyor, toplantılara gidiyor. Üstelik yanında çocuklarıyla.” (S.45) Bu ifadeler görsel üzerinde kullanılmıştır. Özgüvenli, bakımlı, şık bir anne rol model olarak sunulmuştur.

Kadınlar, bugüne kadar Tanrıya itaati cinsiyetçi bir biçimde tanımlayan ve uygulayan erkeklere karşı toplumsal konumunu yeniden tanımlayarak dindarlığa yeni bir anlam katar. Üstelik bu dil kurulurken eklektik bir biçimde modernist tartışmalardan, özellikle de feminizmden faydalanılır. (Yılmaz, 2015: 102)

Yılmaz (2015: 250)’a göre, özellikle 1990’lar sonrasında, kadınların kamusal alandaki görünürlüklerinin artması, kadınlar arası dayanışmayı gösteren derneklerin, internet ağlarının, sanal blokların oluşturulması ve ulusal/uluslararası konferansların düzenlenmesi bu görünürlüğün somutlaştığı alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Modernizmden, feminizmden, oryantalizm eleştirilerinden ve tabii ki en temelde dinden beslenen kadınlar eklektik bir dil üzerinden, ‘İslam ve kadın’ ilişkisini sorgulamış, kadın ve erkek arasındaki eşitsiz, İslamcı kadınların ifadesiyle adaletsiz ilişkileri yeniden çözümlemiştir.

3.7. MODA, TESETTÜR MODA DERGİLERİ / DEFİLELERİ

Dünya ve Türkiye’deki modernlik algısının, küreselleşmenin ve modanın etkisiyle örf, anane, gelenek ve görenekleri bir bir devirerek tek tip özellik gösterdiği görülmektedir. 20. yy. dan itibaren her geçen gün toplumsal hayata nüfuz eden Batı etkisi, insanların gündelik hayatlarını da derinden etkilemiş; sosyal hayatlarını özellikle giyim-kuşamlarını birbirinin benzeri haline getirmiştir. Toplumlara, modern ve geçerli olanın bu olduğu adeta dayatılmıştır. Bununla birlikte Batı kültüründe meydana gelen yeni değişim modası, moderniteden postmoderniteye evrilirken, yine bir değişim ve dönüşümü de başlatmış oldu. Bu değişim ve dönüşüme diğer ülkeler de ilgisiz kalamadılar. Hâkim ideoloji olan kapitalizme karşı çıkanlar ise; bu kapitalist dayatmaya karşı, onunla anlaşma, kendi iç dinamiklerine eklemleyerek, küreselleşmenin getirdiği postmodernite ile bir anlamda harmanlanma yoluna gittiler.

Postmodern dönemin en önemli özelliklerinden biri olan ve birbirine uzak kavramların bir aradalığını mümkün kılan eğilimin en çarpıcı biçimde görüldüğü veya görülebileceği alanlardan birisi de tesettür modasıdır. “Tesettür modası” ifadesi, tesettür ve moda kelimelerinin bir arada bulunamayacağının düşünüldüğü dönemden kopuşa bir örnektir. Tesettür ve moda kavramlarının bir arada olmaması gerektiğini savunanlar için, tesettür, bedensel olarak algılanmaya karşı koymayı ifade eder. Hâlbuki moda bunun tam tersi bir okumayla doğrudan dikkat çekmeye, görünmeye, gösterilmeye yönelik bir olgudur. Örneğin, Şişman’a göre (2009:106), moda, görünen her şeyin daha fazla görünür ve fark edilir olması üzerine kuruludur ve bu şekilde gücü elinde tutmayı amaçlar. Yani, yeni bir moda akımı, oluşumunu ve yayılmasını, kıyafetiyle dikkat çekmeyi ve çektiği dikkat oranında da bedensel hazza kavuşmayı hedefleyen insanlara borçludur.

Görsel 7. (Ekim 2016-S.44)



Aysha dergide eşarplar, “trend rotası” başlığıyla sunulmuştur. Eşarp önceden sadece tesettür amaçlı kullanılan bir örtü iken moda başlığı altında artık onun da şıklığı, kalitesi, modası göz önünde bulundurulmaktadır. Yine Aktaş (1991: 44) da tesettür-moda ilişkisine eleştirel yaklaşarak modanın sınır tanımazlığına ve toplumsal rüzgâra göre sürekli değişebilir yapısına, özellikle de modanın tanımı ve iktidarı meşrulaştırıcı bir aracı olarak kullanımına vurgu yapmakta ve tesettür modası gibi bir kavramın sorunlu yapısına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda son dönemde İslamcılık-kapitalizm konusunda çalışmaları ile öne çıkan Haenni (2014: 37) de geleneksel olarak Siyasal İslam’la çok sıkı bağları olan türbanın, kitlesel tüketimin değer ve normları altında yeniden yorumlandığını, bu tür bir yeniden yorumlamanın modayı kültürel yabancılaşma, gereksiz harcama ve sapkınlıkla bir tutan geleneksel İslami paradigmayla çatışmasının kaçınılmaz olacağını belirtmektedir.

Tesettür modası ifadesi, tesettürün, moda ve demode kelimeleri ile birlikte düşünülmesi gibi bir sonucu ortaya çıkarır. Tesettür modası, bir pantolon veya bir mini etek modası gibi algılandığında, tesettürün bizim anladığımız haliyle dini yükümlülükten ziyade bir giyim tercihi olarak kabul edilmesinin yolu açılmış olur. Bu durumda bir zamanların maxi eteği nasıl moda olup, sonradan zaman içinde demode

olduysa, özellikle laik söylem tarafından büyükşehirlerde “endişe verici” boyutlarda tasvir edilen “tesettür modası” da bir müddet sonra demode olacaktır. Bu bağlamda tesettür kavramının dinsel içeriğinden sıyrılarak, bir emtiaya, piyasa malına dönüşmesini çoğul modernlik bağlamında analize tabii tutabiliriz. Şöyle ki, dinsel içeriğinden sıyrılan tesettür/tesettür modası, tesettürlü kadınların sosyal hayatta da daha farklı bir söylem kurmalarına imkân sağlayan bir unsur haline gelmiştir. Bunun yansımalarını tesettür-moda ilişkisini onaylamayan İslamcı-muhafazakâr kadın yazarların söyleminde gözlemlemek mümkündür. Örneğin, Sezen (2013: 16)’ e göre tesettürün bu(modanın) sınır tanımazlık içinde kendisini muhafaza edebilmesi ise tesettür ilkelerinin altının yeniden ve yeniden çizilmesi ile belki mümkün olabilir.”

Modern hayat, toplumsal hayatın özel hayatı daraltmak pahasına genişlediği bir dönemdir. Diğer taraftan bakıldığında ise özel hayatın sınırları, kamusal alanı da içine alacak şekilde genişlemiştir. İnsanlar evlerinden daha çok dışarıda, aile fertlerinden daha çok öteki insanlarla bir arada yaşamakta ve fazla vakit geçirmektedirler. Bu değişiklik, tesettürlü kadın için de yeni ve farklı bir durumdur.

Bu bağlamda modern hayatta, kamusal alana tesettürleri ile katılan kadınların adaptasyon sorunları yaşadıkları gözlemlenmektedir. Barbarosoğlu (2013: 115) da bu noktaya dikkat çekmekte, kamusal alana çıkmış, geçmişin yasaklarından etkilenmiş tesettürlü kadınların kamusal alanda çekingen davranışlarını ve kimileri tarafından da kıyafeti taşıyamamak gibi algılandıklarını belirtmektedir. Bunun yanında medya ortamında tesettürlü kadınların, “şık”, “rüküş”, “tarz sahibi veya şık” gibi yaygın moda söylemi içerisinde değerlendirildiği gözlemlenmektedir. Bunun yanında, Barbarosoğlu (2012: 117) tesettürlü kadınların kamusal alandaki kıyafet-rol ilişkisine dikkat çekmektedir.” Esasında bu bakan ve eşlerinin rüküş görünmelerinin sebebi, kıyafetlerinin estetik açıdan zafiyetinden kaynaklanmıyordu. Daha ziyade bu, tesettürlü kadınların kamusal alan olarak tarif edilen “normlara” uygun hale getirilme çabası ile ilgiliydi.”

Son yıllarda Türkiye’de, tesettürlü kadınların kamusal alandaki ‘çekingenliğinden’ değil; İslamcı-muhafazakâr kesimde, tüketim kültürü bağlamında hem geleneksel ve İslami hem de Batılı kalıpları ve referansları olan, modern çizgiler taşıyan bir kimliğin ortaya çıktığından söz edilebilmektedir.

Bu yeni İslamcı-muhafazakâr kimlik, öznel-sübjektif bir muhafazakârlık anlayışına karşılık gelmektedir. Göle, (2004: 106) de bu olguyu dikkat çekmektedir:

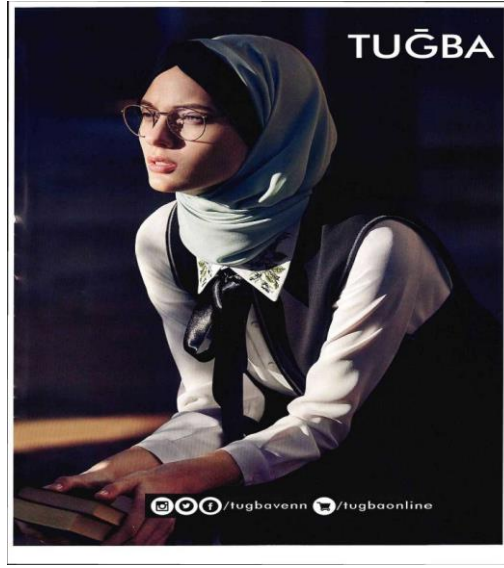
“İslâm’a göre, dünyevi zevklerden faydalanınca, daha az dindar mı oldum’ yaklaşımı, İslami kimliğe ve muhafazakârlığa yüklenen geleneksel referansların dönüşümüne ışık tutmaktadır. Bu kimlik, gelenekselliğin dışına taşan farklılığı ve kimliğe dayanakları İslâm’ın içinden bulmakta, bunu yaparken öznelliği, bireyselliği ve özerk tavrı birlikte yansıtmakta, tüketim kültürü bağlamında kullanılan dil ve söylem, objektif gerçekliği yeniden inşa etmektedir.”

1980’lerde Türkiye’de siyasal ve ekonomik olarak önem değişiklikler yaşandı. 12 Eylül darbesiyle solun önemli ölçüde tasfiyesi ve 24 Ocak kararlarıyla ekonomik alanda yürürlüğe konulan neo-liberal politikalarla beraber ülkenin çehresi büyük bir değişime uğradı. Türkiye artık birçok yabancı markanın, özellikle de Amerikan markalarının pazarıydı. Döviz transferlerinde denetimin kalkması, kredi kartlarının gündelik yaşama girmesi, ülkenin daha fazla marka için pazar haline gelmesi toplumda yeni bir yaşam tarzının benimsenmesini sağladı.

Göle (2013: 130)’ye göre, 80’li yıllar Türkiye’de, tüketim kültürünün yaygınlaştığı, zengin olma/köşeyi dönme özlemlerinin her yanı sardığı bir dönem oldu. Artık basında “Türkiye’nin en zenginleri” türünden haberlerle karşılaşılıyordu. Örneğin Nokta Dergisi ilk kez 1985 yılında “Türkiye’nin en zengin yüz ailesi” araştırmasını yayınlamaya başladı. Bu dönüşüm diğer kesimlerle beraber (iş adamları, gençlik vb.), önemli bir “pazar” olarak kadınlara da yeni bir dünya çizilmesini gerektiriyordu.

Yeni bir kadın tanımı yapılması gerekiyordu ve bu konuda başrolü kadın dergileri aldı. 1980-1990 yılları arasında Kadınca, Marie Claire, Elele gibi kadın dergileri yayın hayatına başladı. Dergilerin içeriği güzellik, kişisel bakım, cinsellik, çalışma hayatı gibi konulardan oluşuyordu. Bu dergilerde kadınlara buyurgan ifadelerle daha güzel ve çekici görünmeleri empoze ediliyordu. Örneğin Cosmopolitan dergisi, yazı işleri müdürü tarafından “değişen dünyaya ayak uyduran kadını yansıtacağız” sözleriyle tanıtılıyordu. Derginin kadın tanımı ise şöyle: “Feminist değil, feminen yani kadınsı. Para kazanan, hiç kimseye bağımlı olmayan, bakımlı, dış görünümüne önem veren ama kafasına da önem verilmesini isteyen kadın bu.” Ülkemizde tüketicinin ve köşe dönmeçiliğin yüceltildiği ve yerleştirilmeye çalışıldığı bir dönem olarak 80’li ve 90’lı yılların popüler kadın dergileri örneklenen çizgideydi.

Görsel 8. (Eylül 2016-S.43)



Aysha dergide sunulan bu görselde Göle (2013)'nin bahsettiği yeni kadın tipini görmek mümkündür.

Yeni İslamcı-muhafazakâr kadınlara hitap eden muhafazakâr moda dergilerinin piyasada görülmesi fazla sürmedi. İlk örneği olan Ala ve çalışma odağımız olan Aysha dergisi bunun en iyi örneklerini oluşturmaktadır. Muhafazakâr moda dergileri hitap ettikleri kitle itibarıyla benzerlik göstermektedirler. Aysha dergi de Ala dergi gibi orta ve orta üst kesime hitap etmektedir. Moda sayfalarında sunulan kıyafetler, seyahat için önerilen ülkeler, tatil ve eğlence mekânları bu durumu açıkça göstermektedir. 90'lı yıllardan bu yana kadın ve aile konularında İslamcı-muhafazakâr kesime hitap eden dergiler çıkarılmaktadır. Demirezen (2016: 547) de bu konuya dikkat çekmiştir: “Türkiye’de yayınlanmış ve hala da yayınlanmaya devam eden birçok İslami kadın dergisi bulunuyor. Kadın ve Aile, Bizim Aile (1987-...), Şebnem Dergisi (2002-...), Turuncu Dergisi (2003-...) bunlardan bazıları. Söz konusu dergiler kadına biçtikleri roller ve çizdikleri kadın dünyası ile Âlâ dergisinden direkt ayrışıyorlar. Bu dergilerde kadınların ev içi rolleri, eşlerine karşı sorumlulukları, çocuk bakımı-eğitimi ve elbette dinsel kimlikleri ön plana çıkarılıyor. Kadın ağırlıklı olarak anne ve eş rolünde.”

Görüldüğü gibi bu dergilerde, geleneksel yaklaşımla dinsel hassasiyetlerin yüksek olduğu, toplumsal cinsiyet kalıplarını derinleştiren konular işlenmekte olup, İslamcı-muhafazakâr ideoloji hakimdir. Ancak, yukarıda sözü edilen (Ala, Aysha) dergiler, daha modern ve var olan piyasa koşullarına uygun, tüketim kültürünü

meşrulaştıran söylemlerle ortaya çıkmışlardır. Bu bağlamda değişime bir başka açıdan baktığımızda ezberleri bozan bir İslamcı-muhafazakâr kesimden söz edebiliriz. Örneğin; Âlâ dergisi, geçmişten günümüze Türkiye’de yayınlanan muhafazakâr kanatta yer alan kadın, aile vs. dergileri içinde kendisini alanında bir ilk olarak nitelendiriyor. Dergi, kadınların vazgeçilmez bir tutkusu olan modayı beklenen bakış açısıyla, ikinci Cumhuriyetçilerin İslamcı üst-orta sınıflarına sunmayı yeğliyor. (Demirezen, 2016: 4)

Dergi, İslamcı ve muhafazakâr olarak kendini tanımlayan kesimin “lüks”e bakış açısındaki değişimi açıkça ortaya koyuyor. Derginin tanıtım bültenindeki ifadelerde “Âlâ Dergi, muhafazakâr giyiminin incelikleri başta olmak üzere âlâ olan her şeyi okuyucuları ile paylaşıyor. ‘*Konusunda dünyada bir ilk olan Âlâ Dergi, kadınların vazgeçilmez tutkusu olan modayı, beklenen bakış açısıyla hedef kitesine sunuyor. Kişisel bakımdan sağlığa, çocuk gelişiminden dekorasyona uzanan dolu dolu bir içerik ile okurlarıyla buluşuyor. Kıymetli köşe yazarları, özel röportajlar, özel mekân önerileri, kültür sanat ajandası, gezi rotaları ve daha birçok konu Âlâ’da hayat buluyor.*’ Derginin Editörü Esra Seziş, derginin ikinci sayısında, okurlara seslendiği yazısında, facebook sayfasında 50 bini aşan takipçiye ulaştıklarını ve D&R’larda satış yüzdesi olarak birinci olduklarını belirtiyor. Derginin bir de “yeşil topuklar” isimli blog sitesi bulunuyor.” (akt. Demirezen, 2016: 4)

Âlâ derginin sayfalarıyla ilgili Altun (2005: 35) şu ifadeleri kullanıyor: “Pierre Cardin, İpek Evi, Nihan, Tuğba dergide yer alan markalardan birkaçı. Söz konusu markaların fiyat skalasını incelediğinizde 300 TL’lik türbanlarla karşılaşırız. Röportajlar genellikle İslami-dindar-muhafazakâr çizgi ve yaşam tarzını benimsemiş, bununla beraber “iş yaşamına atılmış”, bakımlı, kıyafet ve aksesuarlarını pahalı ve “şık” markalardan seçen, dergi sayfalarını süsleyen 300 TL’lik türbanları takan kadınlarla yapılmıştır. İslamcı-liberal-muhafazakâr ve de dini hassasiyetleri olan burjuva ve üst orta sınıf kadınlara hitap ediyor.”

Yeni İslamcı-muhafazakâr kesimin sosyal hayat alanı içerisinde en öne çıkan olgulardan biri de tatil anlayışıdır. Bu tatil anlayışı lükse varan yüksek fiyat ve içeriği ile farklılaşmaktadır. Bu tatil anlayışını Ala dergideki reklamlar yansıtmaktadır “Derginin hangi kesimlere hitap ettiğini belki daha iyi anlatan sayfalardan birisi de ‘Âlâ İstirahat’. İkinci sayısında, bu sayfada ‘*bütün mürettebatı kadınlardan oluşan tatil*’ sözleriyle Quattro Marine firmasının ‘*yat devre mülk sistemi*’ övülüyor.

İşletmenin özelliği, lüks yatları 5 yıllığına kiraya vermek sistemiyle çalışması. 5 yıllığına yat kiralayanlar, her yıl 1 haftalığına kiraladıkları yatı kullanabiliyorlar. Kaptan ve personeli firma sağlıyor. ‘Bütün mürettebatın kadınlardan oluşması’ meselesi ile birlikte, elbette yatların kira bedelleri derginin hedef kitlesini açığa çıkarıyor. Toplamda 5 haftalık bu tatilin bedeli, 75 bin euro ile 150 bin euro arasında değişiyor.” (akt. Arman, 2012: 37)

Ala dergisinin bu yeni söylemlerine eleştirel yaklaşan Barbarosoğlu, (2015: 78) “Âlâ derginin, yeni elitlere yeni bir kadın dünyası sunduğunu, “gençliğin özgürlükçü ve isyancı damarlarını, aykırı olma isteklerini” gibi söylemi kullanarak aslında tesettürü hep ‘gericilik’ ekseninde değerlendiren kesimlerin söylemini sürdürdüğünü belirtmektedir.

Aktaş, (2016: 81) da konuya aynı perspektiften yaklaşmaktadır: “Modern kadın, ‘bedenim benimdir’ sloganından yola çıkmaktadır. Ancak bedeninin moda, pazarlama; tanıtım, reklamı pornografi sektörlerinin bir aracı olmasına da engel olmadığı gibi, karşı çıkmanın gerekçelerinden de yoksunlaşmaktadır.”

Yılmaz (2015: 103) ise konuya daha farklı, çoğul modernlikler açısına daha yakın bir noktadan yaklaşmaktadır. Ona göre, kadınların tüketim kültürünün parçası olarak tesettürü moda ekseninde yeniden tanımlamaları ‘bireyselleşme’, ‘kişisel tercih’ çerçevesinde açıklamaları, kadınların aileden uzaklaşarak bireyselleşmeleri İslamcılığa yönelik bir tehdit olarak algılanmaktadır. Dergilerde göze çarpan bir husus da zengin muhafazakâr-İslamcı çizgideki kadın en lüks tatile çıkmalı, fakir muhafazakâr kadın eve kapanmalı gibi bir algı sunulmaktadır.

Tesettür defileleri, kimliğin ötekilik üzerinden ve şov içinde dönüştürülmesinin bir örneği olarak görülebilir. Nitekim tesettür defilesine karşı çıkan seküler zihniyet, iç çamaşır giyimini sunan bedenlerin başlarının kapatılmasına karşı çıkarken, esasında ötekinin kendine yaklaşma biçiminden endişe duyduğunu ifade etmek istemektedir. “Tesettür defilelerini hazırlayanlar “ben de buradayım” mesajı verirken, şov mekânlarının kadim sahipleri de “buradayım” mesajını, bir işgal arzusu olarak okumaktadırlar. Diğer yandan, bedeni göstermeye sınırlar getiren bir dinin temsilcisi olduğunu iddia etmekten vazgeçmeksizin beden üzerinden sunum yapılması, tesettür giyimindeki kararsızlıkları artıran ironik bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır.” (Barbarosoğlu, 2013: 118)

Tesettür defileleri, şov ve tasarım yoluyla “öteki”nin mekânlarına dâhil olmakla kendi konumunu meşrulaştırma olarak görmektedir. Tesettür defileleri diğer bir serbest piyasa aracı olan reklamın kullanımını gündeme getirmektedir. İslamcı-muhafazakâr kesim reklam söz konusu olunca diğer alanlarda (moda, tatil, defile) oraya çıkmış çelişkilerle bir daha karşı karşıya gelmektedir. İslamî medya kanallarında reklam bulabilmek için, reklamın helal kazanç için gerekli olduğu vurgusu yaptıktan sonra, kendi kanallarının reklam için en uygun olduğunu önermekteydiler. Hem tesettür defilesi hem de reklam konusunda meşrulaştırıcı araç olarak hatta fetva kurumuna müracaat edildiği görülmektedir. İlk tesettür defilelerinde sergilenen “takvalı tutumlar” söylemi de bu açıdan bakarak değerlendirilebilir. Tesettürü defile eylemine kadar indirgeyen zihni altyapı, eyleminin sahih ya da gerçekliğini vurgulamak için din büyükleri veya ileri gelenlerinden fetva aldığını özellikle vurgulamak ihtiyacını hissetmekteydi. (Barbarosoğlu, 2013: 119)

4. MUHAFAZAKÂR MODA DERGİLERİ / BULGULAR

Toplamda 119’u incelenen Aysha dergi yazılarında sunuş (14), bakım (24), moda (18), din (9), sağlık (14), stil (6), anne-bebek (6) konuları ön plana çıkmaktadır. Bu yazıların 60’ı kadın, 13’ü erkek yazarlarca yazılmış olup, 46 yazının yazarı belli değildir. Erkek yazarların 3’ü bakım, 3’ü hukuk, 4’ü din, 3’ü sağlık alanında yazmıştır.

Araştırmamızda Göle'nin "Batı-dışı modernlik" kavramsallaştırması çerçevesinde, kendisini muhafazakâr olarak tanımlayan Aysha derginin 15 sayısı içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Çözümleme ve bulgulara ulaşmada “toplumsal cinsiyet” kavramı çerçeve olarak belirlenmiştir.

TABLO 1: SUNUŞ YAZILARI

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METNİN TÜRÜ/ KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	EDİTÖR DEN	36	SUNUŞ	EMİNE MERVE ŞERBE TÇİ	KADIN	Taptaze bir nefes, Kendinden emin, değerlerine sahip çıkan, güzelliğinden, tarzından, ödün vermeyen kadın, renkli ve ışıltılı, moda çekimi, kırmızı, mor, parlak gümüş, en hit renkler, ayakkabı, çanta, eşarp, cildimizi	Editör, derginin yeni sayısında nelere yer verdiklerini açıklamıştır. Dergiyi, kendinden emin, güzelliğinden ve tarzından ödün vermeyen

						yeniliyoruz, ışıltılı bir cilt, taze anneler, anne bebek sayfalarımız.	kadının dergisi olarak tanıtmıştır.
3	YENİ OLMANI N VAKTİ	41	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Enerji, tatil psikolojisi, cildimiz, bedenimiz, ruhumuz, yepyeni bir yol, eski, renksiz, değiştirme, rengarenk kıyafetler, yaza ayak uydurma, incecik, tiril tiril, doğal görünüm, kendimiz, yazlık kıyafetler, bohem takılar, gözlükler, yeni bir dolap, modern çizgiler, şıklığın yarışı, Modest Fashion Week, bayram tatili, tatil planlarınıza, alışveriş, anne bebek sayfası, obezite, Babalar Günü, hediye, mübarek Ramazan ayı, yeni olmak, ruhen, benliğimiz, detoks, Ramazan ve Oruç, iftar mekanları, insani ruhumuz.	Derginin bu sayısında hangi konulara değinildiği açıklanmıştır. Yaz mevsimi ile birlikte yeni bir dolaba ve yeni kıyafetlere ihtiyaç olduğu ifade edilmiştir. Dergide tatil merkezlerine ve iftar mekanlarına yer verildiği; Ramazan ayında ruhen yenilenebileceği vurgulanmıştır.
4	KARANL IĞIN ARDIND AN DOĞAN GÜNEŞ	43	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Enkazından, vatan uğruna, bayrak aşkına, milli iradeye, Türk milleti, eli silahlı, oyun tutmadı, sokağa dökülen, cumhurbaşkanına, polisine, askerine, demokrasi nöbeti, vatanın kutsallığını, bayrağımızın yüceliğini, çok güçlüyüz, omuz omuza, milli mücadele, demokrasi dosyası, kahraman kadınlarımıza, kırmızı beyaz, biz birlikte Türkiye'yiz.	Derginin bu sayısına 15 Temmuz darbesi ile ilgili bir sunuş yazısı yazılmıştır. Derginin bu sayısı, “demokrasi dosyası” olarak tanımlanmıştır.

5	STİL SAHİBİ OLMAK	44	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Trendy, bizden, basın, sosyal medya, ekonomik durumu, alım gücü, şık görünmek, kendini kabullendirme, ünlü markaların, ünlü koleksiyonlarından, parçalar, kendine yakışanı, kendini gösterme, kendi olduğu, moda rüzgârı, moda haftaları, Muharrem ayı, aşure, güzellik, sonbahar sezonunun.	Editör, iyi ve şık görünmenin sebebinin stil sahibi olmak mı yoksa kendini kabullendirme, kendini gösterme çabası mı olduğu sorusunu sormuştur. Bu sayıda, moda haftalarının konu edildiğine değinilmiştir. Ayrıca Muharrem ayı dolayısıyla aşure üzerine yazılara da yer verildiği belirtilmiştir.
6	YİNE AYLARD AN KASIM	45	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES	KAD IN	En romantik, aşk şarkıları, aşk filmleri, yeni bir enerji, vitrinler, kadifeler, gold, military ceketler, hakiler, bordolar, örgüler, festivale, modanın merkezi, ünlü modacılar, İstanbul Moda Haftası, moda severlerin, Paris Moda Haftaları, stil sayfaları, kış şıklığı, günümüzün anneleri, “Plaza Anneleri”, gündemi takip eden, şık, başarılı, kariyer sahibi, çocuğu, şık, keyifli fotoğraflar, +beden şıklığına, gelin adayının, masallardaki, rüya gibi, mekan, gelinlik, ev, aksesuar, kış düğünü, Coco Chanel, moda sokakta, yaşamın, sokağın, mevsimin, gündemin içinden.	Derginin bu sayısında hangi konulara değinildiği editör tarafından açıklanmıştır. Kasım ayı ile ilgili düşünceler belirtilmiştir. Plaza anneleri olarak isimlendirilen günümüz çalışan kadınları ve çocukları konulu fotoğraf çekimine yer verilmiştir. Plaza anneleri, gündemi takip eden, şık, başarılı, kariyer sahibi olarak tanımlanmıştır. Gelin adayları için düğün, gelinlik, bakım vb.

							konularda yardımcı olacak yazılara yer verilmiştir.
7	GEÇEN YILIN ARDINDAN...	46	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDITÖR	KADIN	Tecrübe, gümbür gümbür, evlilikten, oyunculuğa, Müslüman dünyanın, yeni bir ben, sağlıklı, güzel uykuları, güzel gülüşler, diş sağlığı, stil sayfalarınızı, moda çekimi, şık, Bosphorus Hotel.	Editör, derginin bu sayısındaki yazılara değinmiştir. Yeni yılın yeni bir ben demek olduğunu ifade etmiştir. Yeni bir ben'i sağlıklı olmak olarak açıklamıştır. Diş sağlığından, stil sayfalarından, moda çekiminden bahsedilmiştir.
8	2017 GÜZELLİKLERİN YILI OLSUN ...	47	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDITÖR	KADIN	Zor dönemler, hayatın akışı, yeni bir yıl, yeni umutlar, başlangıçlar, hayaller, Aysha ailesi, 5. yaş, fazla kilolar, sağlıklı beslenmek, bağışıklık sistemi, iyi uyumak, yeni bir ben, yaşam kilidi, sağlıklı yaşam koçu, bitkiler, tatil, deniz, kum, güneş, sömestr tatili, kış tatili, kayak yapabileceğiniz, cilt, vücut, saçlar, bakım, stil sayfaları, şıklık yarışı, parlak renkler, kombin önerileri, trend parçalar, renkli detaylar, alışverişte.	2017'nin ilk sayısı olarak dergide yer alan yazı başlıkları anlatılmıştır. Yeni yıldan beklentinin sağlık olduğu ifade edilmiştir. Sağlıklı olmak, fazla kilolardan kurtulmak, sağlıklı beslenmek ve iyi uyumak olarak tanımlanmıştır. Yine bu sayıda, kış tatili için gidilebilecek, kayak yapılabilecek mekanlara yer verilmiştir.

9	YAŞAM AKARKE N	48	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Zor günler, hayata, karamsarlıklar, hayat var, nefes, akan zamanı, zamanın sundukları, “Aşık” filmi, kahvaltı mekanları, şık kahvaltı sofraları, tarifler, tatil kaçamağı, Termal Oteller, huzur dolu, çocuk sahibi, kısırlığa, tüp bebek, aksesuar, saçlar, bakım önerileri, kapalı saçların bakımı, dekorasyon, country, stil sayfaları.	Editör, derginin bu sayısında hangi konulara değinildiğinden kısaca bahsetmiştir. Bu sayıda depresyon, kahvaltı mekanları, Termal Oteller, kısırlık ve tedavi yöntemleri, saç bakımı, dekorasyon ve stil üzerine yazılar yer almıştır.
10	DÜNYA BİZLERL E GÜZEL	49	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Kadın, yapıcı, anaç, şık, renklendiren, güçlü, toparlayıcı, güzel, zor, Mart ayı, başarılı, güçlü, Doğu coğrafyası, kadın olmayı, bahar stilleri, moda çekimi, canlılığı, romantikliği, doğayla, düğün dosyası, düğün öncesi, trendler, gelinlik önerileri, balayı rotaları, zayıflama önerileri, bakım, ayakların bakımı, üç aylar, Regaip Kandili, mutluluk, huzur, kadınlar günümüz.	Kadın, yapıcı, anaç, güçlü, şık ve güzel olarak tanımlanmıştır. Editör, kadın demek şıklık demek ifadesini kullanmıştır. Düğün öncesi gelinlere tavsiye niteliğinde yazılar hazırlanmıştır bu sayıda. Editör hem Kadınlar Gününü hem de Regaip Kandilini kutlamıştır.
11	HOŞ GELDİN MAYIS	51	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Mis havasıyla, kıyafetler hafifliyor, renkleniyor, tazeleniyoruz, enerji, moda dünyası, stil sayfalarında, çiçek desenleri, nakışlı denimler, gold takılar, moda çekimi, Ramazan ayı, Anneler Günü, annelik, kadınlık, Anne-bebek, güzellik, sağlık.	Editör derginin bu sayısında yer alan yazıları açıklamıştır. Bu ay moda olan stillere değinilmiştir. Ramazan ayı ile Anneler Günü kutlanmıştır.

12	HUZUR AYI HAZİRAN	52	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Paylaşmanın, sabrın, hoşgörünün, Ramazan Ayı, huzurlu, bereketli, moda rehberi, en şık, renkli, en tarz, kombinlerini, elbiseden eşarba, ayakkabıdan aksesuara, stil sayfalarımızda, bayrama özel, tatil rotaları, yaz, muhafazakâr oteller, çocuklarla, alışveriş, iftar sofraları, tatlı tarifleri, özel menileri, iftar mekanları.	Editör okuyucuların Ramazan Ayı'nı ve Ramazan Bayramı'nı kutlayarak bu ay dergide hangi konulara değinildiğini aktarmıştır. Bu sayıda bayramda giyilebilecek kombinlere, çocuklarla gidilebilecek muhafazakâr otellere, iftar mekanlarına, yemek tariflerine yer verilmiştir.
13	RENKLİ SONBAH AR	55	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Hüzünlü sonbahar, sanatın, modanın, etkinliğin, dopdolu, renkli bir Eylül, gerilerini, kahvelerini, stil sayfaları, Crowne Plaza Florya, moda çekimi, yazın enerjisi, moda haftalarının, Newyork, Londra, meme kanseri, helal kozmetik, çok gezen, fit, eğitilmiş, kariyerli, süper anne, mükemmel kadın, mutlu kadın, düğün eki, düğün hazırlıkları, evliliğe, vitrinler.	Sonbahar mevsiminde de yaz gibi renkli kıyafetlerin moda olduğu ifade edilmiştir. Bu sayıda meme kanserine dikkat çekildiği belirtilmiştir. Helal kozmetik ürünlerinin kullanımına dair bir yazıya da yer verilmiştir. Mükemmel kadın mı mutlu kadın mı başlıklı bir yazıyla kadınlar ele alınmıştır.

14	KIŞIN SAMİMİ HALİ	56	SUNUŞ	İREM ULUER CİYES / EDİTÖ R	KAD IN	Kasım, soğuk, yağmur, samimi, sıcak, iş kadınlarından, sosyal sorumluluk, Demet Sabancı, tesettür modacısı, kış sezonu, kabanlar, kürkler, deriler, aksesuarlar, alışveriş, güzellik, sağlık, beslenme önerileri, fermente gıdalar, glütensiz tatlılar, bakım uygulamaları, detoks.	Bu ay dergide yer verilen yazılara değinilmiştir. Kabani kürk ve derilerin insanları alışverişe sürükleyeceği ifade edilmiştir. Editör derginin mottosunun “Sağlıklı beslen, arın, yenilen.” olarak belirtmiştir. Kışa özel beslenme önerilerine değinilmiştir.
----	-------------------------	----	-------	--	-----------	---	---

TABLO 2: BAKIM

N O	METNİN ADI	DER Gİ NO	METNİ N TÜRÜ/ KATE GORİS İ	YAZA R	YAZ ARI N CİN SİY ETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	MAKYAJ DA METALİ K	3	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Sezon, parlak renkler, makyaj dünyası, gümüş ve altın simler, ıslak hissi veren, metal tonlar, tavsiye, mat renkler, mat rujlar, parlament mavisi.	Makyajda moda renkler konu edilmiştir. Parlak renklerin nasıl kullanılacağı, ruj kullanırken nelere dikkat

	PATLAM A						edileceği üzerinde durulmuştur.
2	LADONN A KURUCU SU HATİCE YILMAZ	41	RÖPOR TAJ / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Sağlıklı güzellik, güzel, sağlıklı yaşam, spor, SPA, hobi, mutlu, pozitif bakma, ruh sağlığı, sauna, hamam, makyaj, cilt bakımı, terapi, sağlıklı beslenme, cilt ve beden bakımı, sarkma, solma, lekelenme, medikal uygulama, plastik cerrah, dermatolog, botox, Vitamin Enjeksiyon, Somon DNA, Lazer Sistemler, Radyo Frekanslar, Kök Hücre, doktorlarımız, göz kapağı torbalanması, şakak germe, cerrahi işlemler, operasyon sonrası, bakımlı, genç ve güzel, medikal ve estetik, yaşlanma süreci, bayanlar, çiçek gibi, tazelenme, kaşlarındaki düşüklük, kas kaldırma, doku fazlalığı, kaz ayakları, yağ dokuları, saç derisi, endoskopik, ameliyat.	Güzel, sağlıklı, bakımlı vb. görünmenin medikal ve cerrahi işlemleri birlikte uygulayarak sağlanabileceği ifade edilmiştir. Güzellik merkezi sahibi Hatice Hanım'ın geçirdiği cerrahi operasyonun süreci anlatılmıştır. Hatice Hanım bakımlı, genç ve güzel görünmek istediği için bu estetik operasyonu tercih ettiğini vurgulamıştır.
3	SELÜLİT KâBUS OLMASI N	41	KÖŞE YAZISI / BAKIM	DR. BURCU YAMA NGÖKT ÜRK SOLAK	KAD IN	Kadınların korkulu rüyası, selülit, portakal kabuğu, tedavi, Akustik Dalga Tedavisi, östrojen, çökme, genetik yapı, kalça, bacaklar, alt karın, dar kıyafetler, hekim, tedavi protokolü, selülit ile mücadele, egzersiz, doku aktivasyonu, bölgesel inceltme, fibröz bantlar, elastin, sıkılaşma, güvenli, ödem, görünüm.	Kadınlara selülitin oluşma sebepleri ve çeşitli tıbbi çözüm yolları anlatılmıştır. Akustik Dalga Tedavisinin tanıtımı yapılmıştır. Kadınlara daha güzel nasıl olunabileceğinin yolları anlatılmıştır.

4	YAĞ BİRİKİN TİLERİN DEN KURTUL MAK ARTIK DAHA KOLAY	42	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Forma girme, yağ birikintileri, Zeltiq Coolmini, gıdı, diz kapağı, sütyen katlantı izleri, spor, diyet, cerrahi operasyon, liposuction, fit görünüm, yüksek konfor, sosyal hayat, küçük bölgeler, iz, cinsiyet, kilo.	Vücuttaki yağ birikintilerinden kurtulmak isteyip cerrahi operasyonlardan çekinenlere alternatif, tamamlayıcı yöntemlerin tanıtımı yapılmıştır.
5	YAZ BAKIMI NI İHMAL ETMEYİ N	42	KÖŞE YAZISI / BAKIM	NUR BİLEN YAVUZ ER	KAD IN	Kendimize bakmanın, cildimiz, ışıldasın, gözenekler, ölü hücreler, peeling, hassa ciltler, Hydrafacial, ölü tabaka, siyah noktalar, saçlar, mesoterapi, üç seans, güneş korucuyu, sivilce, cilt tipi, dudak üzeri, pigment, hindistancevizi yağı, güzellik dünyası, radyo frekans dalgaları, üst bacak, popo bölgesi, portakal kabuğu görünümü, sarkmalar.	Güzel ve bakımlı olmanın yöntemleri anlatılmıştır. Cilt bakımı için deri altına yapılan vitamin enjeksiyon uygulamaları tanıtılmıştır.
6	CİLDİNİZ YER ÇEKİMİN E KARŞI KOYACA K!	43	KÖŞE YAZISI / BAKIM	DR. BURCU YAMA NTÜRK SOLAK	KAD IN	Anti-aging, yaşlanmaya karşı, teknolojik, sağlıklı, saten yüz germe, radyofrekans, yüz gençleştirme, ısı, kolajen rezervi, kendisini yenileme, yer çekimine karşı, fokuslanması, efekti, göz çevresi, kırışıklıkları, Hollywood yıldızlarının, cilt elastikiyet, yaşlanmaya karşı, göz kapakları, kaz ayakları, elmacık kemikleri, alt	“Saten Yüz Germe” tekniği tanıtılmıştır. Ameliyatsız, iğnesiz, sadece bölgeye ısı vererek cildin yenilediği, cildi gençleştirdiği ifade edilmiştir. Yazı “sağlıkla, kendiniz gibi

						yüze, boyuna, dekolteye, sadece ısı, masaj hissi, lifting, canlılığı, tonu, sıkılığı artmış.	yenilenin” sloganıyla bitirilmiştir.
7	HER BEDEND E ŞIKLIK MÜMKÜ N	45	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Modayı seviyor, giyemiyorsunuz, zayıf değilsiniz, güzellik algısının, standartlar, zayıf olmak, dayatmaya, toplumun itirazı, moda endüstrisine, doğal güzelliğin, sağlığın, yeni dönemde, güzelliği belirlemede, özgüveninin, büyük beden mankenler, kilolu kadın, kime göre, ışıltısı, bedenini tanınması, stil sahibi, yeni bir dolap, giyim tarzı, kıvrımlı Türk kadını.	Şık olmak için zayıf olmak gerektiği algısının tarih olduğundan bahsedilmiştir. Yeni dönemde doğal güzelliğin ve sağlığın ön plana çıktığı, güzelliği belirlemede standartların değil; kişinin özgüveninin önemli olduğu vurgulanmıştır.
8	GAİA CADDE GELİNLE RİN YANIND A	45	RÖPOR TAJ / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Kadınlar, güzelleşmek, son teknoloji, cilt dostu, sağlıklı güzelliğin, özel gününde, hazır olmaları, fiziksel, psikolojik, analizler, cilt bakımları, mezoterapiler, somon DNA, havyar bakımı, oksijen bakımı, kür, vitamin, mineral, elastikiyet, altın ütü, sıkılaştırarak, kırışıklık, ameliyatsız, kimyasal solüsyon, mekanik vakumlama, peeling, parlak, özel beslenme evlilik, şok diyetler, kuğu gibi, zarif, hayalinizdeki, aromaterapi, refleksoloji, inci tozlarından, masaj, inci terapi, makyaj stili, düğün konsepti, prenses gibi, kilolar, selülit, fit, mutlu,	Güzellik merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Bu merkez, düğünden önce gelin adaylarının fiziksel ve ruhsal ihtiyaçlarını karşılamakta, gelinlik, saç ve bakım hizmeti sunmaktadır. Gelin adaylarına, daha fit, daha mutlu, daha özgüvenli bir yaşam vadedilmektedir. Gerçek inci tozlarından oluşan inci terapi

						özgüvenli, sihirli dokunuş, incelme, mezoterapi, yaşlanma, akne, gözenek, ruh ve beden.	adı verilen masaj uygulamaları bulunmaktadır.
9	KİLO VERMEK İÇİN YAŞAM STİLİNİZ İ KÜÇÜK ADIMLA RLA YAVAŞ YAVAŞ DEĞİŞTİ RİN	45	RÖPOR TAJ / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Misyon, sağlıklı yaşam, sağlıklı kilo verme, beslenme, spor, organik, natürel, enerji, liderlik, life coaching, weight management, pilates instructor, profesyonel, değer, bilinç, başarı, disiplin, mönü, taze, motivasyon.	Yaşam Koçu Sibel Büyükuğur ile Brosslife isimli kilo verme merkezi hakkında röportaj yapılmıştır. Sibel Hanım bir ifadesinde en büyük eğitimin diplomalar değil, iki çocuğunu büyütmek ve onların tüm ihtiyaçlarıyla ilgilenmek olduğunu ifade etmiştir. Kendisi de iş hayatına çocuklarını büyüttükten sonra atılmıştır. Danışanların ihtiyacı olan yiyecekleri, kurum, diyetisyen eşliğinde hazırlayarak evlerine göndermektedir.
10	ÇATLAK LARI YOK ETMEK	46	KÖŞE YAZISI / BAKIM	UZM. DR. MAKB ULE	KAD IN	Cilt çatlakları, hormonlar, kilo aldıklarında, hamile, cilt yapısını, elastin, esnekliği, düzensiz çizgiler, kozmetik, esnek lifler, yağ lazer, tedavi, düz görüntülü, 3 seans, cilt	Vücutta oluşan çatlakların sebepleri ve tedavi yöntemleri üzerinde durulmuştur. Çatlakların hızlı kilo alıp

	MÜMKÜN			DÜNDAR		yenileyici, ciltteki gevşeklik, kök hücre deri, doku yenilenmesi, mezoterapi, gençleştirici, güneş görmemesi.	vermekle oluştuğu ve çeşitli yöntemlerle yok edilebileceği ifade edilmiştir.
11	CİLT BAKIMI İÇİN CİLDİ TANIMAK ŞART!	47	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Güneşin etkisi, bronzlaşmış, kurumuş, nem, sağlıklı, deniz, havuz, dermatolog, bakım planı, cilt tipi, kozmetik, sivilce, siyah nokta, temizleyiciler, tonikler, ışık dolguları, mezoterapi, cilt lekeleri, sarkma, serumlar, komedojen, maskeler, sıkılaştırıcı, gözenek çapı.	Cilt bakımı için neler yapılması gerektiği anlatılmıştır. Dermatoloğa gidilerek cilt tipinin belirlenmesinin önemine değinilmiştir. Maske kullanımı tavsiye edilmiştir. Düzenli bakım gerektiği vurgulanmıştır.
12	KADININ EN GÜZEL MAKYAJI SAÇLARI DIR	48	RÖPORTAJ / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Saç bakımı, saç uzmanlıkları, butik hizmetler, saç yapısı, makyaj, kuru ve hassas, saç boyu, uçları, saçları kapalı bayanlarda, saç kaybı, minerallere, sebumun, biotin, kalsiyum, bakım ritüeli, doğru beslenme, saç derisi masajı, sık taramak, 30 yaş sonrası, doğum, diyet, menopoz, biyolojik saat, yenilenmede, markaların, maskelerinden, buhar, thai baş masajı, çakra masajı.	333 Hair Art saç bakım merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Kapalı kadınların saç bakımında nelere dikkat etmesi gerektiği vurgulanmıştır. Saçın güneş görmesi gerektiği, gerekli vitaminlerin en iyi güneşle alınabileceği ifade edilmiştir. Doğru beslenme, saç derisi masajı ve saça nefes aldırarak tavsiye edilmiştir.

13	SAÇIN İHTİYACINA GÖRE BAKIM REÇETESİ ŞART	48	RÖPORTAJ / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Kendini yenileyen, popüler saç uygulamaları, saç bakım tüyoları, bakımlı saçların, renklendirme, fön, kesim, organik sertifikalı, bakım reçetesi, kalıcı bir hasar, kapalı kalan saçlar, az oksijen, sağlığın azalması, aşırı yağlanma, nefes almasını, egzama, kepeklenme, ısı bazlı, serum, teni trend, saç balımları, Hindistan cevizi yağı, argan, avokado, tiare bitkisi, toplu, boneli, örtülü, dökülme, kaşıntı, bakım kremleri, kumaş.	Saç bakım merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Saçlar, kadının en özel aksesuarı olarak ifade edilmiştir. Kapalı saçların daha fazla bakıma ihtiyaç duyduğu vurgulanmıştır. Kapalı kadınlara, saçlarını kimse görmüyor diye onları ihmal etmemeleri, eşarp ve bonelerini organik kumaşlardan seçmeleri tavsiye edilmiştir.
14	2017'YE DOĞAL ESTETİK HÂKİM	48	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Estetik ameliyatlar, iyileşme süreci, pratik, ameliyatsız estetik, iz bırakmayan, favori, minimal invaziv ameliyatlar, lazer lipoliz, ultrasonik yüz germe, lazer destekli, yüz ameliyatları, botoks lifting, yüzü donduran, uzun ömürlü, popüler işlemler, kepçe kulak, altın iğne, yüksek frekanslı, fraksiyonel radyofrekans, kanama, kırışıklıklar, form kaybı, sarkmalar, cilt gençleştirme, sivilce, yara izi, çatlaklar, boyun, dekolte, operasyon tipi, yaş sınırı, cilt altı yağ, soğuk lipoliz, cilt sıkılaştırma, kas bantları, bölgesel, mini karın germe, yeni göbek deliği.	Estetik operasyonlarda daha hızlı iyileşme süreci olan ameliyatsız yeni yöntemler anlatılmıştır. Estetik operasyonların hem kadın hem erkekler tarafından çok fazla tercih edildiği ifade edilmiştir. Botoks, meme büyütme, karın germe, liposuction 2017'de öncelik gören işlemlerdir. Ameliyatsız estetik

							uygulamaların favori olduğu vurgulanmıştır.
15	ÖNEMLİ OLAN KİŞİYE YAKIŞA N MAKYAJ UYGULA MASI	48	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Makyaj trendleri, sosyal medya, kişiye özel makyaj, farklı yüz hatları, uzun yüzler, üçgen yüzler, kare yüzler, doğru gölgelendirme, ideal yüz hattı, çene bölgesi, spa manikür, spa el bakımı, medikal ayak bakımı, protez kirpik/tırnak, kalıcı makyaj, kalıcı oje, bakımlı, kendine bakan, özen gösteren, sizi şımartacak, özel kılacak, kişisel bakım.	Güzellik ve bakım merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Her kadının değerli, özel ve güzel olduğu vurgulanarak, önemli olanın bu güzelliği ortaya çıkarmak olduğu ifade edilmiştir. Makyaj uygulamalarında, makyajın, kişinin yüzüne uygunluğuna değinilmiştir. Yazara göre kendine özen gösteren insan, sevdiklerine ve hayata da özen göstermiş olacaktır.
16	DÜĞÜN ÖNCESİ BEDENİ NİZE YATIRIM YAPIN!	49	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Özel günü, gelinin güzelliği, bedeninize, sağlığınıza, bedensel, ruhsal iyilik, gelinlik provaları, beslenme uzmanı, sağlıklı, ince kalmak, lenf drenaj, su içimi, ara öğün, yüksek protein, bol sebze.	Kadına düğün önce bedeniyle yapabilecekleri anlatılmıştır. Daha çok zayıflama üzerinde durulmuştur. 3 günlük özel kür tarifleri verilmiştir.

17	KENDİ MASALI NIZI GÜZELL EŞTİRİN ...	49	KÖŞE YAZISI / BAKIM	GÜZEL LİK UZM. YASEM İN HAYD AROĞL U	KAD IN	Estetik sıkıntılar, tüy problemi, fazla kilolar, cilt lekeleri, teknoloji, prensesler gibi, kendi masalının, 3 ay, kalıcı olarak, sağlığınıza, diyetisyen, psikolojik, beslenme, iğneli lipoliz, soğuk lipoliz, micro plus, radyofrekans, lenf drenaj, kozmetik, doğal, siyah nokta, sivilce, leke, cilt bakımı, dermapen, kimyasal peeling.	Düğün öncesi yapılabilecek bakımlardan bahsedilmiştir. Zayıflama yöntemleri sıralanmıştır. Cilt bakımı için tavsiyeler verilmiştir.
18	SAÇ VE MAKYAJ İÇİN EN AZ BİR AY ÖNCEDE N PLANLA MALAR BAŞLAM ALI	49	KÖŞE YAZISI / BAKIM	AHME T ÇOBAN	ERK EK	Düğünün konsepti, bakım kürleri, makyaj sanatçısı, doğallık, sağlıklı, natürel, bohem örgü, doğal dalga, volümlü saçlar, kaş şekli, microblading, kaş bakım kürü, helenistik taç, romantik pastel, pembe allık, dış mekan, keskin kontur, otel, ağır salon düğünü, ihtişam, minimalist, ortak prova, smokey uygulama, kişisel stil.	Kadınlara düğün öncesi saç ve makyajla ilgili bilgiler verilmiştir. Saç ve makyajın düğünün konseptiyle uyumlu olması, öncesinde provalarının yapılmış olması gerektiği vurgulanmıştır. Kişisel stillerin dışına çıkılmaması gerektiği tavsiye edilmiştir.
19	BU GECE BAŞROL DE	49	KÖŞE YAZISI / BAKIM	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Sizin gününüz, Oscar töreni, harika, güzel bir görünüm, kraliçe, sakın, kahvaltı, papatya çayı, prova, düğün mekânı, organizasyon, saç tasarımcıları, saç provası, saç	Kadınlara düğün öncesi ve düğün günü yapmaları gerekenlerle ilgili bilgiler verilmiştir. Düğün mekanını

	“SEN” VARSIN!					stili, sesinizin tonu, rahat, güvenli, kırmızı halı, sıcak, güler yüzlü, kameralar, poz, pozitif, yeni bir hayat.	önceden görmek, saç provası yapmak, dik yürümek ve güler yüzlü olmak gibi tavsiyelerde bulunulmuştur. Düğün Oscar törenine benzetilmiştir. Kadının o gece bir kraliçe gibi olması vurgulanmıştır.
20	MEZUNİ YET GECESİN İN YILDIZI SEN OL!	51	KÖŞE YAZISI / BAKIM	AHME T ÇOBAN	ERK EK	Mezuniyet, özel günlerden, en güzel, erken planlama, talep, danışma randevusu, hayalindeki, saç modeline, makyaj, trendlerini, saç renginde, ışık, efekt, ten rengi, göz, topuz, bakımlı, kimyasallardan uzak, ıslak, moda haftalarında, minimalist.	Mezuniyet gecesi için kadınlara saç ve makyaj tüyoları verilmiştir. Makyajın ten ve göz rengine göre doğal duracak şekilde yapılması gerektiği, minimalist saç uygulamaları tavsiye edilmiştir.
21	KAŞ TASARI MI KİŞİYE ÖZEL OLMALI	52	KÖŞE YAZISI / BAKIM	ESMER AY YILDIR IM	KAD IN	Kaş şekillendirmeyi, trendleri, yay gibi, gür kaşlar, inceltilmiş kaşlarda, kadınsı kavisler, vizyon, mimarlık, kemik yapısına, göz biçimine, kişisel stiline, kariyerindeki, gözlerin teması, vitamin kürlerine, microblading, kalıcı makyaj, farklı yöntem, kaş formunu, kaş tellerinin kalınlığı, kişiye özel, güzellik anlayışı, iyi bir bakım, masaj, kalem, far, kaş kökleri, marka.	Kaş yapısının yıllar içindeki değişimine vurgu yapılmıştır. Kaş tasarımının kişiye özel, yüze uygun olması gerektiği ifade edilmiştir. Kaş kalemi ve farlarla yapılan günlük makyajın sağlıklı olduğu,

							kalıcı uygulamaların yapılması gerektiği belirtilmiştir.
22	GELİN VE DAMAT ADAYLA RININ TERCİHİ; DOĞAL VE GÜZEL GÖRÜNÜ M	52	KÖŞE YAZISI / BAKIM	OP. DR. MESUT KAYA	ERK EK	Düğün öncesi, gelinlikten, damatlığa, saçından, makyajına, burun ameliyatı, kusursuz, fotoğraflarda, doğal bir burun, kadınların, deniz suyu, yeni teknikler, morluklar, sprej, nefes alamayan, trend, güzel, restore, burun konseptleri, cilt, gözler, güzellik algısı.	Gelin ve damat adaylarının düğün öncesi burun ameliyatlarına başvurusu ifade edilmiştir. Kadınların daha küçük ve kalkık bir burun isterken erkeklerin daha doğal görünümlü bir burun istedikleri belirtilmiştir. Burun şekli belirlenirken yüzün tümünün göz önünde bulundurulduğu vurgulanmıştır.
23	MAKYAJ DA KALICI TREND: HELAL KOZMET İK ÜRÜNLE Rİ	55	KÖŞE YAZISI / BAKIM	EMİNE MERVE ŞERBE TÇİ	KAD IN	Organik, vegan, helal sertifikası, heves, güzellik sektörü, Müslümanlar, tüketim, hammaddenin, İslami kurallara, doğal güzelliği, ana akım, Malezya, trend, insan parçaları, hayvanlar, alkol, silikon, bulanık terimler, genç jenerasyon, sağlıklı, pişirme yöntemi, etik bir marka, paraben, Asya Pasifik, e-ticaret.	Müslümanların, yiyeceklerinin helal olmasına dikkat ettikleri kadar kullanılan kozmetik ürünlerinin de helal olmasına dikkat etmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Helal ürünlerin diğer ürünlere göre daha sağlıklı oldukları da vurgulanmıştır. Helal ürünleri

							gençlerin daha çok talep ettiğine değinilmiştir.
24	CİLDİNİZ İ KIŞA HAZIRL AYIN	56	KÖŞE YAZISI / BAKIM	GÜZEL LİK UZM. SUNA DUMA NKAY A	KAD IN	Sıcak, soğuk, hava, ekstra bakım, evde, şifalı tarif, bitkisel ürünlerle, yorgun ayaklara, pürüzsüzlük hissi, vücuduna saygı duyan, pamuk gibi, ölü deriden, ısıltılı cilde, parıl parıl cilt, yıpranmış saçlara, deniz tuzunda, cildinizi şımartmak.	Mevsim geçişlerinde kuruyan saç ve ciltler için evde uygulanabilecek bakım tüyoları verilmiştir.

Bakım yazılarında, saç ve cilt bakımı, makyaj tüyoları, kilo problemleri konu edilmiştir. Kadınların daha genç ve güzel görünmelerinin yöntemlerine değinilmiştir. Bu yöntemlerden en çok vurgulananı ise estetik operasyonlardır. Akustik dalga (S.41), vitamin enjeksiyon (S.42), saten yüz germe (S.43), botoks (S.48), meme büyütme (S.48), karın germe (S.48), liposuction (S.48), kaş tasarımı (S.52) dergide öne çıkan bakım önerileridir.

TABLO 3: HUKUK

NO	METNİN ADI	DER Gİ NO	METNİ N TÜRÜ/ KATE	YAZA R	YAZ ARI N CİN	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
----	---------------	-----------------	-----------------------------	-----------	------------------------	-----------	-----------------------------------

			GORİS İ		SİY ETİ		
1	8 MART'I N ARAFTA Kİ KADINL ARI	3	KÖŞE YAZISI / HUKU K	ŞULE DAĞLI GÖKKİ LIÇ	KAD IN	Mücadele süreci, hemcinsleri, savaşmak, zayıftı, korunmaya ve kollanmaya muhtaç, hırslı, yarışmaya başladı, eşit doğmayan, hayat koşulları, sıkışan bir nesil, modern yaşam, İslami inanç, evinin dışı, seküler toplum, muhafazakâr erkekler, kadının okuması, başörtülü kadınlar, kamusal alan, ikinci sınıf insan, başımı açmak, statükocu kamu düzeni, kültürel değerler, rol model, namaz kılmadığında.	Kadın, yaratılış itibariyle zayıf ve korunmaya muhtaç olarak ifade edilmiştir. Başörtülülerin, 28 Şubat sürecinde “ikinci sınıf insan” muamelesi gördükleri vurgulanmıştır.
2	ANAYAS A'DA ŞİDDET	36	HUKU K	AV. LEVEN T PENCE RECİ	ERK EK	Önleyici tedbir kararları, şiddet mağduru, şiddet tehdidi, hakaret, müşterek konut, çocuklar, refakatçi, şahsi eşyalar, iletişim araçları, silah, alkol, uyuşturucu, muayene, tedavi, kolluk amiri, velayet, nafaka, ailenin geçimi, yaşam düzeyi.	Şiddet mağduru insanlara hukuksal hakları anlatılmıştır.
3	GİRİŞİM Cİ HANIML AR	43	KÖŞE YAZISI / HUKU K	AV. ÖZLEM ÖZGÜR ARSLA N	KAD IN	Kendi işini, işletme sahibi, kadın girişimci, kadın patronların, beyler duymasın, çapraz satış, Pazar araştırması, avukat, mali müşavir, unvan kontrolü, anonim, limited, şahıs şirketi, sermaye, web sitesi, marka tescili, tasarım tescili.	Kendi işini, şirketini kurmak isteyen kadınlara hukuki olarak neler yapmaları gerektiği anlatılmıştır. Kadınların yönettiği işletmelerin %30'lara varan oranlarda daha karlı olduğu ve bunu beylerin duymaması

							gerektiği ifade edilmiştir. Yazı sonunda “Haydi hanımlar iş dünyasında rüzgâr gibi eselim!” şeklinde kadınlara seslenilmiştir.
4	ŞİDDETİN HER TÜRLÜSÜNE HAYIR!	47	KÖŞE YAZISI / HUKUK	AVUKAT PINAR AKSAKAL AYDIN	KADIN	Kanuni İstanbul Sözleşmesi, itme, kakma, yumruklama, ısırma, tokat atma, silah ile yaralama, işkence, isim takma, iletişim kurmama, sevgiliniz, eşiniz, akrabanız, şiddete uğruyorsanız, resmi makamlar, tedbir, barınma, maddi yardım, geçici koruma, yerleşim, uzaklaştırma.	Kadınlara, gördükleri şiddet karşısında başvuracakları hukuki yollar ve devletin kadına verdiği haklar anlatılmıştır. Şiddetin sadece eşten gelmesi gerektiği de ifade edilmiştir.
5	TÜRK HUKUK SİSTEMİNDE “ANNENİN YERİ”	51	KÖŞE YAZISI / HUKUK	AV. BAŞAR GÜNDÜZ	ERKEK	Kadının, haklarından, annelik, erkeği, ayıran, insandan üstün, nesillerin devamı, risk, zorluk, sağlıklı, anneliğin korunması, çalışma hayatından, gebeliği, Analık Sigortası, sağlık yardımları, emzirme yardım parası, ilaçların, sağlık malzemesinin, iş göremezlik ödeneği, İş Kanunu, doktor raporu, emzirme izni, Emzirme Odaları, Büyükanne Projesi, ayrımcılık, kadının sağlığı, cennetin, çocuğundan ayrı.	Annelerin hukuki hakları, hayatlarını kolaylaştıran uygulamalar, maddi manevi desteklerden bahsedilmiştir. Kadının iş hayatından kopmadan anne olabilmesi için yapılan düzenlemeler vurgulanmıştır.
6	KEFALET SÖZLEŞİ	52	KÖŞE YAZISI /	AV. BAŞAR	ERKEK	Aile yapısı, korunması, düzenlemeler, evlilik birliği, ortaklık, ticaret, borç, kefil, ev sahibi, yazılı, müteselsil,	Kefalet Sözleşmesi’nin kadına verdiği haklar anlatılmıştır. Bu sözleşmesinin amacı, aile

	MESİND E “EŞİN RIZASI”		HUKU K	GÜND ÜZ		özel, ticari işletme, ortak, yönetici, mesleki faaliyet, esnaf, siciline, tarım kredi, tarım satış.	yapısının korunması olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda evlilik, bir çeşit ortaklık olarak tanımlanmıştır.
7	EVLİLİK BİRLİĞİ NDE EŞLERİN HAK VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ	55	KÖŞE YAZISI / HUKUK	AV. ŞULE ÖZDİN ÜNAL	KAD IN	Eşler, karşılıklı, talep, hak, kanunla, vicdani, Hammurabi, Roma Hukuku, hukuken, toplumsal, Türk, eşitliğe, huzur, ananın, çocukların korunması, aile planlaması, ortak konut, evin satışı, birlikte yaşama hakkı, evlilik birliğini yönetme, kadına karşı, ayrımcılığın, eşit karar, mutluluğun, huzurlu aile, özveri, fedakârlık, sadık, dayanışma, çocukların bakımı, toplum, meslek, iş seçimi.	Eşlerin birbirine karşı sorumluluklarından, hukuki yükümlülüklerinden bahsedilmiştir. Eşlerin aslında vicdani telkinlerle birbirlerinin haklarına riayet etmeleri gerektiği ancak yine de hakların hukuk yoluyla güvence altına alındığı belirtilmiştir. Aile Türk toplumunun temelini eşler arasındaki eşitliğe dayandığı, devletin annenin ve çocuğun korunması, aile planlamasının öğretimi ile ilgili tedbirleri aldığı ifade edilmiştir. Kanunen, eşlerden birinin iş seçerken diğer eşin rızasına

							ihtiyaç duymayacağı da dile getirilmiştir.
--	--	--	--	--	--	--	--

TABLO 4: DİN

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METNİN TÜRÜ/ KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	AİLE OLMAK	3	KÖŞE YAZISI / DİN	CEMAL NUR SARGUT	KADIN	Allah, kul, sevgi, eşit, hürriyet, mabed, emanet, Ailede kadın, fedakâr, verici, affedici kadın, gerçek kadın, pozitif enerji, çocuk ve anne, aile binası, adalet, iş bölümü, sabır, peygamber ahlakı, terbiye, kaza ve kader, edep, aile binası, anne memesi, helal-haram, anne-çocuk, helal süt, insan evladı, analık hakkı, kötü yol, sütü bozuk, terbiye.	Ailede kadının/annenin sorumlulukları vurgulanmıştır. Çocuk ve anne ailenin temeli kabul edilerek çocuk eğitiminde annenin önemine değinilmiştir. Çocuğun terbiyesi, anne sütü ile özdeşleştirilmiştir. Fedakâr, affedici kadın, “gerçek kadın” olarak tanımlanmıştır.

2	TESETT ÜR ALLAH'I N EMRİDİ R / PROF. DR. NİHAT HATİPO ĞLU	3	RÖPOR TAJ / DİN	AYŞEG ÜL ERBİL	KAD IN	Dini program, üstünlük cinsiyette değil, erkek ve kadın eşittir, kadını koruyucu, Hazreti Musa'nın annesi, İslam'da kadın, istismar edilen, örselenen, hakkı yenilen, gasp edilen, büyük çilesinin, takva, rahmet kanatları, dine köprü, eşimle istişare, başarılı erkek, yardımcı ve destek, ailem, hanım, aile içi huzur, aileye değer, evdeki yük, hanımlarıyla paylaşırdı, değer verir, itibar ederdi, kıyafete özenilmeli, dini standartlar, Azam ve Nur Suresi, dış ve iç kıyafet, başı-boynu örtmek, şeffaf ve dar, dikkat çekmemesi, erkekler, erkeğin kıyafeti, geleneklerimiz, inancımız, İslam'ın özü.	İslam dinine göre kadının haklarının neler olduğu konu edilmiştir. Kadınların günümüzde yaşadıkları problemlere ve kadın-erkek eşitliğine değinilmiştir. İslam dininde rol model olan sahabe kadınlar zikredilmiştir. Kadının İslam'a göre nasıl giyinmesi gerektiği üzerinde durulmuştur.
3	SAYILI GÜNLER	42	KÖŞE YAZISI / DİN	AYŞEN UR ÖZKAN / KADIK ÖY VAİZE Sİ	KAD IN	Manevi hayatımız, imsak, iftar, sadaka, infak, doğru yeme, uyuma, Ramazan'dan sonra, İslam tarihi, küçük cihad, büyük cihad, nefisle cihad, İmam Rabbani, namaz kılmak, 6 gün oruçları, sahabenin, takvaya.	Ramazan ayında yapılan ibadetlerin Ramazan ayından sonra da devam ettirmek gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu Ramazan'ın hayatımızda yeni bir başlangıç olması istenmiştir.
4	HZ. MEVLÂN A VE ORUÇ	44	KÖŞE YAZISI / DİN	MİM KEMA L ÖKE	ERK EK	Tasavvufa, Mevleviliği, sema gösterileri, diyet bir İslam, Mir'aç, anlam yüklü, ruhi yükseliş, insan-ı kâmil, estetik, nefsin ıslahı, ruhun ilerleyişi, ilahi aşk, şariat, namaz, hac, oruç.	Mevleviliğin, sema gösterilerine bakarak "Light İslam" olarak tanımlanmasına tepki gösterilmiştir. Hz.

							Mevlana'nın ilahi aşkının öne çıkarılmasının onun ibadetlere önem vermediği anlamına gelmeyeceği ifade edilmiştir. Divan-ı Kebir'den oruç ile ilgili bahisler ele alınmıştır.
5	RAHME T YAĞMU RLARI	46	KÖŞE YAZISI / DİN	MİM KEMA L ÖKE	ERK EK	Sonbaharı, yemyeşil elbisesinin, toprağı öpmesi, hazan mevsimi, Allah karşısında, teslimiyet, bencil insanoğlunun.	Sonbahar mevsiminin kendine has güzelliklerine değinilmiştir. Yağmur yağmadığında isyan etmenin doğru olmadığı ifade edilmiştir. Yağmur duası yerine her yağmur yağışında şükür duası edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.
6	CEMAL YÖNLER 'İN UYANIŞI : KADINI N ASLİ TABİATI	51	KÖŞE YAZISI / DİN	CEMAL YÖNLE R	ERK EK	Dünyevi, aşkımız, anne, Allah, tecelli, sözde din, şiddet, istismar, ruh sağlığı, nefis, maneviyat, Esma-ül hüsna, celal, cemal, hem anne hem baba, sınırsız güç, iktidar arayışı, erkek kopyası, kadınlık arayışı, erkeğe üstündür.	Yazar, ilk dünyevi aşkın anne olduğunu ifade etmiştir. Anneliğin sadece bir cinsiyet aidiyeti ve bebek taşıma olmadığı, en yüce varoluş makamı olduğu vurgulanmıştır. Kadınların fitri yapıları itibariyle Allah'ın

	NA DÖNME Sİ						cemal isimlerine erkeklerden daha fazla mazhar olduğu dile getirilmiştir. Ayrıca kadının anneliği tattığında sanki cemal isimleri devrimi yaşadığı, kâinata bakışının değiştiği, özünü bulduğu ifade edilmiştir.
7	DERT VARSA DERMA N İÇİNDE SAKLI / AFET KASARC I	51	RÖPOR TAJ / DİN	MERVE A. TOKYA Y	KAD IN	Rüya, muhabbet, sanat terapisi, şifa, sancılı, sorgulamalar, Mustafa Merter Hoca, huzur, bağ, içinizdeki değişim, hal ehli insanlar, felsefesi, dış alem, resim diliyle, nefsi, Rabbini, zuhur, mürşid-i kâmil, latif bir resim, Türk sanatlarına, nefsi emmare, heykel, müzik, terapi tekniği, terapi seansı, bireysel terapiler, sözsüz çalışmalar, derman, bakım, içe doğru yolculuk, barışma hali, kendi yolunu, acziyetimi, tevazu.	Sanat Terapisti Afet Kasarcı'nın içsel dönüşümü ve yaptığı sanat terapisiyle ilgili röportaj yapılmıştır. Kasarcı, hal ehli insanlarla tanıştıktan sonra huzura kavuştuğunu ifade etmiştir. Dert varsa dermanın kişinin içinde olduğu ve kişinin kendisine bakım yapması, içine yönelmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sanatçının tevazu sahibi olması gerektiği belirtilmiştir.
8	CANIM DURMU YOR	52	KÖŞE YAZISI / DİN	UZM. PSİKOL OG R.	KAD IN	Ev işleri, mevsim, ömür, nefes, temizlik hastalığı, kadın temizliyor, saatler, günler, yıllar, içi rahat etmiyor, ilahi	Kadının temiz olduğunu bildiği bir yeri neden tekrar temizlemek istediği; evi, iç

				BERİN TUNCE L		nefes, cenneti, sonsuzluğu, arınmak, iç aleminde, kirli çamaşırları, dert yanıyor, neden gelmişim, içine.	aleminde silmek istediği, tahammül edemediği şeye mi tekabül ettiği soruları sorulmuştur. Kadının geçmiş ve gelecekle yüzleştiğinde evini aynı gayretle temizlemeyeceği ifade edilmiştir. Ramazan ayı vesilesiyle kadını kendinden alıkoyan her şeye veda etme zamanıydı.
9	GÖNÜLLERİN SULTANI	55	KÖŞE YAZISI / DİN	PROF. DR. NİHAT HATİP OĞLU	ERKEK	Güleç yüzlü, mahcup, selam, problemi dinler, sabretmiş, tevazuda, fitreleri, Veysel Karani.	Peygamber Efendimiz ile ilgili bilgiler verilmiştir. Fiziki özellikleriyle birlikte güzel ahlakına da vurgu yapılmıştır. Güler yüzlü, kimsenin yüzüne yanlışını vurmayan, herkesin problemini dinleyen, zorluklara sabreden yönleri anlatılmıştır.

Din yazılarında kadın konusuna ağırlık verildiği görülmektedir. Kadının ailedeki sorumlulukları (S.3), İslam dinine göre kadının hakları (S.3), anneliğin önemi (S.51), kadının iç huzuru (S.52) konularına değinilmiştir.

TABLO 5: MODA

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METNİN TÜRÜ/ KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	HOLLYWOOD'UN UNUTULMAZ STİLLERİ	3	KÖŞE YAZISI / MODA	SANEM ODABAŞI / HÜLYA ASLAN	KADIN	Stilinizde Audrey Hepburn zarafeti, Amerikalı yazar, Tiffany'de Kahvaltı, özgür ruh, tatlı kaçık, genç kadın, zengin erkekler, aşık, parti, hüznü, sinema filmi, moda dünyası, küçük siyah elbise, siyah şapkalar. Köklü ve zengin bir aile, Oliver Barrett, aile geleneği, hukuk, işçi sınıfı, Love Story, aşk filmi, temiz bir aşk hikayesi, dik yaka kazaklar, balık sırtı ceketler, deve tüyü rengi. Avusturya arşidüşesi, Fransa kraliçesi, Fransız modası, moda kraliçesi, ünlü modacı, rokoko stili, Marie Antoinette, kostüm, tarih filmleri. Olivia Newton, giyim tarzı, iyi kız artık o kadar da iyi değil, başrol oyuncusu, enerji, volanlı etekler, omuz dekoltesi, deri taytlar.	Moda bölümünde özgür ruhlu, Amerikalı bir kadın tipi ve onun kıyafetleri okuyucuya sunulmuştur. Muhafazakâr kadınlara hitap etmeyen, açık-dekolteli kıyafetler görselleri ile sunulmuştur. Şık, göz alıcı, dikkat çekici olmanın önemi vurgulanmıştır. “Aşk” kavramı vurgulanmıştır. Ünlü markaların ürünlerine yer verilmiştir.

						Parıltının zirvesi, 80'lerin ruhu, Madonna'nın stil kodları, uyumsuzluk, cool ve kadınsı tavır, etkili, styling, eldivenler, saç bantları.	
2	İĞNE, İPLİKLE GEÇEN 45 YIL / YILDIRI M MAYRU K	3	RÖPOR TAJ / MODA	KÜBR A TEKİN	KAD IN	En ünlü mankenler, defileler, saygı ve iltifat, şık davetler, zarif hanımlar, gelinlik, modacı, titrler, Türkiye'deki mankenler, kreasyon, drapeli elbise, sanat, müthiş bir defile, moda anlayışı, iyi ve güzel, sezon, dikiş, hazır giyim, dantel, bol işleme, couture koleksiyonları, Ungara, Yves Saint Laurent, Jaen Paul Gaultier, keten tayyörler, döpyesler, yardımsever kişilik, iyi bir Müslüman, para, terzi, iyi müşteri, dua okuyarak, rast getir.	Muhafazakâr camianın dışında bir isim ile röportaj yapılmıştır. Türkiye'deki moda, mankenler ve defileler üzerine Mayruk'a sorular sorulmuştur.
3	STİL İN	3	KÖŞE YAZISI / MODA	HÜLY A ASLAN	KAD IN	Kıyafetlerle anlatma, detaylara aşık, bana ne yakışır, kombin, nerede giymeliyim, eğlenceli renk, uçuş uçuş elbiseler, iddialı pabuç, fresh bir görüntü, soft renkler, şeker kutusundan fırlamış bir kombin, çılgınlık, ahenk, kırmızı ile patlatın, daha ağır bir görünüm, çocuksu bir his, pazar kahvaltısı, mutlu hissedeceğiniz, şirin bir kombin, çok şık bir görünüm, davetin gözdesi, sahip olduğunuz güç, renk uyumları, kontrast renkler, göz yormayacak kombinler, eşarp, en güzel parça, zarif ve şık.	Kadınlara, dikkat çekici ve şık olmalarının tüyoları verilmiştir. Kıyafetlerde kullanılan renklerin uyumları üzerinde durulmuştur. Güçlü, zarif, şık bir kadın imajı çizilmiştir.

4	TOPUKLU AYAKKABI	3	KÖŞE YAZISI / MODA	ASPAY SENER	KADIN	Ruh hali, bizzat yaşayayım, değişik tarzlar, estetik, tuhaf, modern ve kapitalist hayat, boy kompleksi, etrafında kısalan hemcinsleri, özgüvenli, onların tıktırması, harcadıkları çaba, tak tuk sesinin ritmi, uygun adım marş, yüksek topuklu bir ayakkabı, hissiyatım, utandım, manifesto, vitrin, kendine güvenen, mutlu, huzurlu yüz ifadesi, kahkahalarla, marifet, takdire şayan.	Kadının topuklu ayakkabı ile kendisini daha özgüvenli hissettiği, ancak topuklu ayakkabı ile yürümenin zorluğu vurgulanmıştır. Kadının adımlarını, topuklu ayakkabının çıkardığı sesin ahengi ile attığı ifade edilmiştir.
5	KLASİĞİN DIŞINDA	3	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Türban modası, bağlama şekilleri, stiline, cıvıllı, moda renkleri, sarı, turuncu, mavi, parlak ve canlı renkler.	Türbanın moda göre farklı bağlama şekillerinin olduğu ve bu bağlama şekilleri ile kadınların kendi stillerini ve farklılıklarını ortaya koyabileceği ifade edilmiştir.
6	BUTİK AÇMAK EN BÜYÜK HAYALİMDİ / ŞAHNUR HANIM	3	RÖPORTAJ / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Tesettür giyim, kombinler, şık aksesuarlar, erken evlilik, tesettürlü şık bayanlar, doğru giyinme, konseptler, çağdaş ve modern bir tesettür, modadaki misyon, şık giydirmeye, yakıştırmak, doğru kombinler, renk uyumu, dikiş kalitesi, müşterilerin talebi, kumaş kalitesi, canlı renkler, rengin patlatılması.	Butik açma isteğinin sebebi olarak tesettürlülerin de şık olabileceği inancı gösterilmiştir. Hedeflenen kitlenin, çağdaş ve modern tesettürlü kadınlar olduğu üzerinde durulmuştur. Mevsime göre kıyafetlerde

							renk seçiminin nasıl olması gerektiği ifade edilmiştir.
7	RENK VE STİL CÜMBÜ ŞÜ MALEZY A	36	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Moda incisi, stil ve tasarımlar, tesettür modası, Arap renkleri, Malezya giyimi, rengarenk şallar, şal bağlama modelleri, örtülerde şapka, omza atılmış şallar, sokak modası, canlı ve parlak renkte, farklı desenler, zıt renkler, kültürel tonlar, geleneksel kıyafetler, rahatlık, şıklık, renk cümbüşü, ihtişam, sandalet.	Malezyalı kadınların giyim tarzı, modası, kültürü ele alınmıştır. Malezyalı kadınların kıyafetlerde daha canlı renkler kullandığı, farklı şal bağlama teknikleri olduğu üzerinde durulmuştur.
8	AVUSTR ALYA'D AN ABD'YE MODANI N ÖNEMLİ İSİMLER İ İSTANB UL MODEST FASHIO	41	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Defileler, atölye çalışmaları, özel etkinlikler, renkli görüntüler, ortak değer, markalar, dünya modası, muhafazakar giyim sitesi, moda fenomenleri, moda severler, uluslararası muhafazakar moda etkinliği, Türk muhafazakar modası, İtalya, Fransız basını, The Associated Press, İngiltere, Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Endonezya, Malezya, yeni sezon tasarımlar, podyum, kreasyon, muhafazakar koleksiyon, marka direktörleri, pazarlara erişim, 300 marka, İslam ekonomisi, Müslüman hedef kitleleri, İslami moda sektörü, 230 milyar dolar, ölçülü giyinme, yaşam stilleri, global trendler.	İstanbul'da yapılan moda defilesinden bilgiler verilmiştir. Dünyanın birçok ülkesinden etkinliğe katılım olmuştur. Türk muhafazakâr modasını dünyaya tanıtmak amaçlanmıştır. Hazır giyim markalarının Müslüman hedef kitleyi yeni bir pazar olarak gördükleri vurgulanmıştır. Modanisa.com un yönetim kurulu başkanı ile görüşülmüştür. İslami moda

	N WEEK'TE BULUŞTU						sektör harcamalarının 2020'de 327 milyar dolar olacağı ifade edilmiştir.
9	MODANİ SA.COM' DAN ÇOCUKL ARA ÖZEL: REFKA PRINCES S	42	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	8-12 yaş, küçük prensesler, moda sever minikler, şıklığından, anneler, küçük kızlarına, kendi dünyalarına ait, davet, düğünler, masal prensesleri, modeller, renkli tasarımlar, modernize kalıplar, spor ve şık, hareket özgürlüğü, canlı renkler, marin detaylar, konforlu, eğlenceli.	Yeni kurulan çocuk giyim markasının tanıtımı yapılmıştır. Kız çocukları küçük prensesler olarak tanımlanmıştır. Davetlerde giyecekleri kıyafetlerle masal prenseslerini andıracakları ifade edilmiştir.
10	MANKE NLER DARBESİ KARŞI YÜRÜDÜ	43	HABER / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Global, moda markası, Miss Ayshe, özel koleksiyonlar, defile, marka, stil danışmanı, 15 Temmuz, ihanetle, darbe girişimi, siper etti, 246 şehidimiz, şehitlerimizi anmamamız, başsağlığı, acil şifalar, koleksiyonumuz konuşacak, moda severlerin, Sonbahar-Kış kreasyonu.	Miss Ayshe markası darbeye karşı defile gerçekleştirmiştir. Markanın stil danışmanı, “şehitlerimizi anmamak olmazdı, bu sebeple ‘konseptimizi mankenler darbeye karşı yürüdü’ olarak belirledik” şeklinde ifade etmiştir.

11	STİL BİR TERCİH TİR	44	KÖŞE YAZISI / MODA	YELDA İPEKLİ	KAD IN	Yaşam tarzının, giyim, dekor, görgü, tavır, araçlar, seyahatler, giydikleriniz, kişisel markanızı, moda, vazgeçilmez, güzel olmak, güzel görünmek, stilimizi, yeni akımlardan, fark yaratmak, vizyon sahibi, hayat tercihlerinizi, duruşunuz, moda dünyasında, trendler, çizimler, gardırobunuzda, baş döndürücü, karışık renkler, modaya uymak, rüküş, saray ihtişamını, jakarlı, kadifeler, taşlar, parıltı, iç giyimde, hacimli modeller, emojiler, kürk detaylar, ışıltı, gündüz giyiminde, simli kumaşlar, modanın kanatları, feminen, iddialı bir tarz, hanımlar kanatlanıyor, karnaval havası.	Dönemde moda olan renkler, kumaşlar, stiller anlatılmıştır. Simli, taşlı, iddialı kıyafetlerin trend olduğu ifade edilmiştir. Modanın bir yorum işi olduğu, ne kadar bilinirse o kadar fark yaratılacağı, vizyon sahibi olunacağı ifade edilmiştir. Sadece güzel olmak, güzel görünmek için değil; kendi stilini yaratmak için de moda ile iç içe olduğu belirtilmiştir.
12	NEW YORK'T A BİR İLK	44	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Endonezya, moda kariyeri, eşiyle, umre seyahatleri, hobisi, tasarım, modacı, düzgün giyinmek, intiba, kendi kıyafetlerini, tesettürlü kadınlara, giysi tasarımına, Birleşik Krallık Fashion Show, kraliçe gibi, güzel, çekici elbiseler, muhafazakâr moda, zarafet, iş kadınları, şık, elegan tasarımlar, özel bir koleksiyon, defilesi, Endonezya güzellik kraliçesi, manken, inciler, pullar, nakışlar.	Endonezyalı Anniesa Hasibuan'ın New York'ta tamamı tesettür tasarımlardan oluşan ilk defilesi konu edilmiştir. Tesettürlü modeller ilk kez bu defilede yer almıştır. Defilenin, iş kadınları için tasarlanmış şık kıyafetlerden oluştuğu belirtilmiştir. Yazar, bu defilenin, “Muhafazakâr

							moda için bir devrimin başlangıcı olabilir mi?" sorusunu sormuştur.
13	KENDİNİ VE BEDENİ Nİ SEV	45	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Cesur, kendine güvenen, kadınların markası, 36-50 beden, her bedende şıklık, yeni sezonda, stili, her ortama, fark yaratan, güçlü, etkileyici tasarımlarıyla, moda severlerin, mottosuyla, sezon trendleri, şık alternatifler, çarpıcı detaylar.	"Love my body" kadın giyim markası tanıtılmıştır. Markanın en önemli özelliği, modanın yaş ve beden aralığına sığdıramayacağını düşünerek büyük bedenlere de şık kıyafetler tasarlamalarıdır. "Her bedende şıklık" mottosuyla yola çıktıklarını ifade etmişlerdir.
14	KIRMIZI HALI ŞIKLIĞI / RED CARPET	46	RÖPOR TAJ / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Özel günlerde, kadın, şık, tarzınıza, bedeninize, bütçenize, kıyafeti, ünlü markaların, gece elbiselerini, hayalinizdeki, bayanlara, stres yaşatan, davetlerde, güzel ve şık, pahalı, saklamak, kiralana bileceği, showroom, koleksiyonumuz, sosyal medya, yabancı markalar, büyük beden, tesettürlü, özel dikim, 48 beden, kolsuz, ürün kiralama, talebine.	Red Carpet markası tanıtılmıştır. Marka, elbise kiralamaktadır. Özellikle akşam davetlerinde giyilecek gece elbiseleri üzerinde durmaktadırlar. Ünlü markaların kıyafetleri, tesettürlü ya da tesettüre uygun olmayan şekilde, müşterinin talebine göre hazırlanmaktadır.

							Büyük beden tesettür kıyafet konusunda kadınların sıkıntı yaşadıklarına ve bu konuya da çözüm bulduklarına değinmişlerdir.
15	GÜÇLÜ VE KİMLİK Lİ KADINI N ADRESİ; BERR-IN	46	RÖPOR TAJ / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Koleksiyon yönetmeni, giyim sektörü, Berr-In kadını, güçlü, kimlikli, yaşanmışlık, yeteneğim, eğitim, baş tasarımcı, ilkelerimden, kilit parçalar, payetli, ışıltılı, gece elbiseleri, yaş sınırı, günden geceye, mutlu ve güçlü, kendini bulabileceği.	Berr-In markası sahibi Berin Eser ile röportaj yapılmıştır. Eser, Berr-In kadını tanımlaması yapmıştır. Bu tanımlamaya göre güçlü, kimlikli, ayakları yere basan, belli bir yaşam tarzı olan, ne istediğini bilen, sade ama etkileyici, rahat ama şık, sadece ekonomik gücü olan değil, aynı zamanda eğitim seviyesi yüksek, hayat duruşu olan bir kadındır Berr-In kadını.
16	SANATI N MODA İLE BİRLEŞİ	47	RÖPOR TAJ / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Türk kültürü, Anadolu medeniyeti, London Fashion Week, modaevleri, koleksiyonlar, ebru sanatı, desenleri, sanat eseri, resim, heykel, sokaklar, insan yüzleri, antik	Barrus markasının hem tasarımcı hem de sahipleri Neslişah ve Nur ile röportaj yapılmıştır. Bu marka

	Mİ; BARRUS					şehrin, imge, dokunuş, çağdaş moda, özel gecelerde, kırmışı halı, dünya basınıni, ipeklerde.	tasarımlarında ebru sanatının desenlerinden ilham almıştır. Türk kültürünü ve Anadolu medeniyetinin izlerini kıyafetlerinde ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Londra Moda Haftasında defile gerçekleştirmiş, yerli ve yabancı pek çok kişiyi giydirmişlerdir.
17	LONDRA MODA HAFTAS I'NDAKİ TEK TÜRK MARKA: BARRUS	48	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Moda haftaları, prestijli, Londra, moda dergilerinin, editörler, tasarımcılar, vizyonerler, bloggerlar, Türkiye'den, Tülin Şahin, Babil'in Asma Bahçeleri, ilham, Babil elbisesi, sadeliğin.	Londra Moda Haftası'na Türkiye'den katılacak marka ve moda haftası ile ilgili bilgiler verilmiştir. Barrus'un defilede baş mankeni Tülin Şahin olmuştur. Barrus'un koleksiyonunu hazırlarken Babil'in Asma Bahçeleri'nden ilham aldığı vurgulanmıştır.
18	MUHAF AZAKÂR GENÇ GİYİME	48	KÖŞE YAZISI / MODA	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Modanın trendleri, koleksiyonuyla, sektördeki deneyimleri, yenilikçi, çalışan, genç, dinamik, yenilikçi bir anlayış, seçkin mağaza, kalite, müşteri portföyü, uluslararası ticaret, lansman.	Muhafazakâr gençlere yönelik yeni bir giyim markasının tanıtımı yapılmıştır. Markanın, modanın trendlerine uygun

	YENİ SOLUK MİHAND						koleksiyonu ile beğeni topladığı ifade edilmiştir. Marka, İstanbul Mercure Otel’de bir lansman düzenleyerek tanıtımını yapmıştır.
--	-------------------------	--	--	--	--	--	---

Moda yazılarında şıklık, renk uyumları, eşarp trendleri, türban bağlama şekilleri, moda defileleri öne çıkmaktadır. Ayrıca “türban modası” (S.3) na değinilerek kadınların moda renklerde eşarplarla kendi stillerini nasıl oluşturabilecekleri ifade edilmiştir.

TABLO 6: SAĞLIK

NO	METNİN ADI	DERG İ NO	MET NİN TÜRÜ / KATE GORİ Sİ	YAZA R	YAZ ARI N CİN SİY ETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	DOĞUM DAN SONRA DA	36	KÖŞE YAZI SI /	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Doğum deneyimi, pek çok değişim, kadın ve erkek, bebek, bedeninde, cinsel bir çekim, cinsel hazzın, cinsel organ, erkek, yeni bir canlı, duygusal, değişim, babalık rolü, eşi ile beraber, kadim kültür, modern tıp, cinsel	Doğum sonrasında çiftler arasındaki ilişkilerde ortaya çıkan değişimler ele alınmıştır. Çiftler arasında cinsel

	CİNSELLİK MÜMKÜ N		SAĞLIK			yaşam, bebek bakımı, eşine karşı, erkeğin duyguları, anne.	beraberliğin doğum sonrasında da olağan şekilde devam edebileceği açıklanmıştır.
2	SAĞLIKLI YAŞAM TRENDLERİ İSTANBULLULARLA BULUŞTU	41	KÖŞE YAZISI / SAĞLIK	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Diyet şenliği, City's Nişantaşı AVM, sağlıklı yaşam, beslenme trendleri, diyetisyen, egzersiz uzmanı, lezzet yazarı, fotoblogger, sağlıklı beslenme, Algida, Becel, Lipton, Nescafe, Nesquik.	Diyetisyendunyasi.com tarafından düzenlenen “Diyet Şenliği” ile ilgili bilgiler verilmiştir. Şenlikte çeşitli yiyecek markalarının yeni ürünleriyle ilgili tanıtım yaptıkları ifade edilmiştir.
3	SİZİN İDEAL GÜLÜŞÜ NÜZ HANGİSİ ?	43	KÖŞE YAZISI / SAĞLIK	DR. ÇAĞDAŞ KİŞİLER LİSTESİ	ERKEK	Gençlik görünümü, kendine güven, kariyerinizi, özel hayatınızı, diş hekimine, gülüş, diş estetiği, gülüş tasarımı, sanatı, yüze özel, diş şekilleri, yüz hatlarının, cinsiyet, yaş, gülüş simetrisi, dişlerin sıralanışı, dudaklar, dişlerin formu, genç görünmek, sağlıklı, pırıl pırıl, estetik diş hekimliğinde, doğal, yüzüne yakışan, dinamik, başarılı, doğayı taklit, ten rengi, dudak şekli, göz rengi, çekici gülüş, entelektüel gülüş, sportif gülüş, porselen lamina, laboratuvar, hastanın, prova, çene	Diş hekimine başvurarak yüze özel ideal gülüşün sağlanabileceği ifade edilmiştir. Bu süreçte yüz hatlarının, ten renginin, dudak şeklinin, cinsiyetin, yaşın önemli olduğuna değinilmiştir. Gülüş çeşitliliğinden bahsedilmiştir.

						bozuklukları, tırnak yeme, kalem ısırma, klinik, dudak egzersizleri, ağız bakımı, bilgisayar destekli, restorasyonlar, torna cihazı, cila, özgü,	
4	DOĞUM KORKUSU	44	KÖŞE YAZISI / SAĞLIK	BEBEK HEMŞİRESİ AYŞE ÖNER	KADIN	Kadınlar, normal doğum, korkuyor, doğal, sağlıklı, sevgiyi, doğurmak, bakmak, güç, genetik, otorite, doğumun ihtişamı, zafer, hamile, bulantılar, alacakaranlık, anne adayları, hamileliğinizin kraliçeliğini, kadınlık gücünüzün, şık bebek giysilerine, baby shower, ayaklar şişer, sırtınız, mideniz, kâbus, doğum hikayeleri, endişe, korkularınız, tıbbi deyimler, sezaryen.	Normal doğumdan korkarak sezaryenin tercih edilmesi eleştirilmiştir. Normal doğumun sağlıklı olduğu belirtilmiştir. Hamilelikte, aylara göre kadınların yaşadıkları sıkıntılardan bahsedilmiştir.
5	TÜP BEBEK SİSTEMİNDE EN YENİ YÖNTEMLER	48	KÖŞE YAZISI / SAĞLIK	OP. DR. NESRİN BAŞTUĞ	KADIN	Tüp bebekteki, yöntemler, infertilitenin, gelişen teknoloji, üreme tıbbı, ilaç dozları, sperm seçiminde, mikroçip yöntemi, yeni mediumlar, embriyolar, dondurma tekniği, kromozom, gen, obezite, stres, sigara, vitamin, mineral, protein, hormon seviyeleri, spazmlar, gebelik, kronik, psikologdan.	Tüp bebek sisteminde yeni yöntemler anlatılmıştır. Sperm seçilirken mikriçip yöntemi ile sağlıklı spermelerin seçildiği ifade edilmiştir. Embriyo üzerinde çeşitli testler yapılarak transfer öncesinde hastalık tespit edilebilmektedir. İnfertilin sebepleri ve çözüm yolları üzerinde durulmuştur. Tüp bebek yönteminin çiftler için

							umut ışığı olduğuna değinilmiştir.
6	NEDİR BU SPA?	48	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Günlük yaşamın stresinden, sağlığı, zindeliği, estetik, güzelliği, iyileşmeyi, bedensel, ruhsal, terapi, Roma, Avrupa, mineral suları, deniz suyu, hidroterapi, güzellik merkezlerine, sağlık merkezi, sağlık kulübü, dinlence, terapi merkezi, ıslak terapiler, kuru terapiler, zindelik terapileri, sauna, buhar odası, SPA havuzu, kulüp SPA, fitness, günlük SPA, tatil destinasyon SPA, tıbbi SPA, modern tedavi, kaplıca SPA, resort SPA, SPA mutfağı.	SPA'nın tanımı yapılmıştır. SPA'nın çeşitleri açıklanmıştır. SPA'nın sağlık, estetik ve güzellik kazandırdığı ifade edilmiştir. SPA'nın faydaları anlatılarak stresten uzaklaşmak ve rahatlamak amaçlı SPA tavsiye edilmiştir.
7	DOĞUM SONRAS I EGZERSİ ZE BAŞLAM AK	48	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	BEBEK HEMŞİ RESİ AYŞE ÖNER	KAD IN	Doğum sonrası, zor dönem, uykusuz geceler, zamansızlık, kilolardan kurtulmak, özgüveninizi, bedeninizi forma sokmak, egzersiz programına, doktor kontrolüne, bebeğinizin bakımı, bunaldığınızda, serotonin hormonu, incelmış, mutlu, neşeli, relaxin hormonu, emzirirken, sütyen, bedeninizi dinleyin, yeni yaşam tarzınız, formda, dinlenmek, bulaşıkları yıkamak, ev işleri, bir akraba, ücretli bir yardımcı, özel bir çalıştırıcı, kendinizi yeniden keşfederek, keyifli zamanlar.	Doğum sonrasında, kadınlara, egzersiz ile kilo verebilecekleri anlatılmıştır. Egzersiz yaparak zayıflayacakları, özgüvenlerinin yenileneceği, mutlu olacakları vurgulanmıştır. İmkân varsa bebeği bir akrabaya ya da bir bakıcıya bırakarak annenin kendine zaman ayırabileceği ifade edilmiştir.

8	İĞNESİ İLACI YOK AMA HİPNOZ U VE EFT'Sİ VAR!	49	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	OP. DR. AYŞE DUMA N	KAD IN	Boşanma sebebi, vajinismus, hipnoz, cinsel yaşamı, zihinsel kurgular, genç kız, ilk gece, acılı, ağrılı, cinsel kimliği, kız için yasak, ayıp, günah, kocasına eş, çocuklarına anne, mutluluk, eşim, cinsel doyum, sağlıklı, tüp bebek, cinselliği paylaşamayan, karı-koca, imajinasyon, dua, evcilik, temel ihtiyaç, cinsel kimlik, negatif yük.	Vajinismusun kadınların bilinçaltından kaynaklandığı, küçüklükten itibaren cinsellikle ilgili duyulan kötü hikayelerin bu bilinçaltı oluşumuna etki ettiği ifade edilmiştir. Kadınların cinselliği eşlerini mutlu etmek için istediği belirtilmiştir. Kadınlar cinsellikle mutlu olabileceklerini düşünmemektedirler. Öyle ki Vajinismus olmasına rağmen tüp bebekle çocuk sahibi olmak isteyen kadınlar olduğu ifade edilmiştir. Evliliğin bir evcilik ve kardeşçe yaşama alanı olmadığına değinilmiştir. Vajinismusun tedavi yöntemleri anlatılmıştır.
9	TERLEM EYE BİR SAATTE	51	KÖŞE YAZI SI /	DR. ENDER SARAÇ	ERK EK	Aşırı terleyen, günlük hayatlarında, rahatsız, kıyafet değiştirmek, Miradry, elektrolitli tedavi, botoks, 6 ayda, kalıcı çözüm, Japon, el ve ayak, mikrodalga, ter bezlerini,	Koltuk altı terlemesine bulunan kalıcı çözüm yöntemi anlatılmıştır. Miradry cihazı ile

	KESİN VE KÖKTEN ÇÖZÜM		SAĞL IK			ömür boyu, toksinleri, giyimini, yaşam kalitesi, koltuk altı stickleri, roll-on, alüminyum, meme kanseri, alzheimer, kekemeliğe, kimyasal risk, cerrahi, ameliyat, antikolinerjik.	koltuk altı ter bezleri tamamen yok edilmektedir. Bu yöntem ile yaşam kalitesinin arttığı ifade edilmiştir.
10	İŞİLTİLİ BİR GÜLÜŞE SAHİP OLABİLİ RSİNİZ	51	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	DİŞ HEKİM İ ARZU YALNI Z ZOGUN	KAD IN	Düğün sezonu, hatıra, mükemmel görünmek, dişlerin, dudakların, hacimli, diş yapısı, çene yapısı, bilgisayar teknolojileri, porselen, laminalar, lekelenme, aşınma, dişin rengini, kaviteleri, mikrofil ajanlar, bonding, düğün öncesi, lazerli, öz güven, doğallığınız.	Diş hekimi, ısıltılı bir gülüş vadetmektedir. Diş ve çene yapısına göre bir diş yapısı belirlenmektedir. Gülüşün güzel olmasıyla öz güvenin de yerinde olacağı, tüm gözlerin üzerine çevrileceği vurgulanmıştır.
11	HİPNOZ İLE KORKUL ARI YENİN!	51	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Genç kızlık, menopoza, hamilelik, psikolojik, hipnoz telkinleri, gerginlik, bulantı, baş dönmesi, doğum korkusu, düşük yapma, kaygılar, sakatlık, ağrısız, rahimde, lohusalık, anne olmak, motivasyonsuzluk, uykusuzluk.	Kadınların yaşadıkları doğum, menopoza, anne olamama, düşük yapma vb. korkuların hipnoz terapi yöntemi ile aşılabileceği ifade edilmiştir.
12	ŞEHİR YAŞAMI ANNE SÜTÜ PROBLE	55	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	DR. ENDER SARAÇ	ERK EK	Gıda, mucize, meme bezleri, besleyici, tadı, kokusu, antikorları, besin değerini, ilk 6 ay, ruhsal, bedensel, telefonla, bilgisayar, spor, beslenmek, sıvı, boza, maya, hoşaf, susam yağı, masaj, uyku, şefkat, misafirler,	Anne sütünü olumlu ve olumsuz yönlerine, anne sütünün faydalarına değinilmiştir. Hazır mamaya ve ek gıdaya geçmekte acele

	MİNİ TETİKLİ YOR					babaya, sarılması, çiçek, hediyelerle, hazır mama, firma, ölçüler, ek gıda, obezite, gelişim.	edilmemesi gerektiği tavsiye edilmiştir. Lohusalık döneminde kadının desteğe ihtiyacı olduğu vurgulanarak bu süreçte kocanın eşine destek olması, kadına güzel sözler söyleyerek onun moralini iyi tutması gerektiği belirtilmiştir.
13	DOĞUM HAYATT IR. YAŞAM DIR DOĞUM, YAŞAMI N TA KENDİSİ	56	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	OP. DR. AYŞE DUMA N	KAD IN	Meyvesi, mucizelerin, yeni tohumlara, Esmâ'ların cisimlendiği, mutlak ilim, Ayet-i Kerime, anne olur.	Doğumun hem dinen hem de kadın hayatındaki önemine vurgu yapılmıştır. Her annenin şefkat, koruma ve kollama güdüsüyle yavrusunun üzerine titreyeceği ifade edilmiştir.
14	MUTLUL UĞUN SIRRI FERMEN TE	56	KÖŞE YAZI SI / SAĞL IK	ŞENNU R ÖZTEK İN	KAD IN	Hastalıkların, enzimler, tepkimeler, çiğ sütü, kefir, sirke, tarhana, turşu, boza, geleneksel, köylerde, otları, ev yapımı yoğurdu, tüketen bir toplum, şaşalı metropol, popüler kültürün, sağlıklı beslenme akımı, bağırsaklarımız, probiyotikler, bağırsak mikroflorası, serotonin.	Fermente gıdaların vücuda faydaları anlatılmıştır. Fermente gıdaların geleneksel olarak yıllardır tüketilen gıdalar olduğu ancak metropol hayatında bu yiyeceklerin

	GIDALAR						unutulduğu, sağlıklı beslenme akımı ile birlikte tekrar hatırlandığı belirtilmiştir.
--	---------	--	--	--	--	--	--

Sağlık yazılarında doğum (S.36,44,48,56), diş sağlığı (S.43,51), kilo (S.41,48), beden sağlığı (S.51), anne sütü (S.55), beslenme (S.56), cinsellik (S.36,49,51) konularına değinilmiştir. Normal doğumun tercih edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Doğum sonrası cinselliğin devamı, cinsel ilişki korkusu ve hipnoz yöntemi ile tedavisi üzerinde durulmuştur. Cinsel ilişki korkusunun sebeplerinden biri, kadının küçük yaştan itibaren bu konuda ayıp ve günah diye telkin edilerek bilinçaltına işlenmesi olarak ifade edilmiştir.

Sağlık yazılarında dikkati çeken diğer husus, bakım, güzellik, estetik alanı ile sağlık alanının bir arada ele alınmasıdır. Örneğin zayıf olma, SPA, helal kozmetik konuları sağlıklıla vurgulanmıştır. Diş tedavileri anlatılırken ise güzel görünme, dikkat çekme, öz güvenli olma ön plana çıkarılmıştır. Her durumda kadına verilen mesaj, güzel ve bakımlı olmaya yöneliktir. Bu, bazen açıkça bakım ve moda başlıkları ile sunulurken bazen de sağlık başlığı altında sunulmuştur.

TABLO 7: KÖŞE YAZISI

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METİNİN TÜRÜ / KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
----	------------	----------	---------------------------	-------	-------------------	-----------	--------------------------------

1	ADI KADIN	3	KÖŞE YAZI SI	NİHAL SUBAŞ	KADIN	Ulvi duygular, sevgili, eş, kardeş, ana, şefkat kahramanı, kul, kadının adı yok, aldatılmışlıklar, boynu prangalı, meta, şehvet aracı, töre kurbanı, şiddet mağduru, çaresiz dağ yolcusu, adı sevgili, kadın sevilendir, gidişi şiir olan, her şarkıda izi olan, savaşa sebep, Allah'ın cemali, sevgili olarak kadın, çileye ortak kadın, umut, sükûnet, istikamet, aklın ışığı, güç, müşfik bir el, çıkar gözetmeksizin, imtihan, hoyratlık, acizlik, sabır, dua kesilen yüce ruh, ebedi saadet, şefkat kahramanı anne, yaratıcılık, beklentisizdir anne, karşılıksız sever, duygu seli, affedici, hoş görür, liman, verici, ilk öğretmen, aile ocağı, çocuğun terbiyesi, annenin rolü, iffetli ve edepli anneler, manevi değerler, hayırlı bir evlat, adı kul, elmas değerinde, yaratılıştaki zayıflığı, cennet köşelerinden, dalından kopmuş yaprak, oyuncak, depresif davranışlar, feryat, şehvet aracı, kimlik.	Kadın aciz, güçsüz, hep zorluklar yaşayan ancak buna rağmen affedici, verici, beklentisiz ve karşısındakini hoş görmesi gereken olarak tanımlanmıştır. Kadının annelik rolleri üzerinde durularak çocuğun terbiyesinden anne sorumlu tutulmuştur.
2	KADIN	3	KÖŞE YAZI SI	DR. FİGEN ES	KADIN	Dölyatağı, kucağı, kundağı, anası, ilk kadın, sabır ve istikamet, ilim, ibadet, imtihan, tevekkül, fedakarlık, sevmeyi, ilim ehli, neslin devamı, şefkatli kucak, hassas, dirayetli, sabırlı, fedakar, üretken, yapıcı, sinsi, öldürücü, hırs, şehvet, rekabet, dış söylenenler, beden kalıbı, seyreden, tüketen, kadınlık alemi, oyunları, nefsinin istekleri, yaradılış sırrı, model kadınlar, vasıflı, özel	Kadın, anneliği, fedakarlığı ile ön plana çıkarılmıştır. Hz. Hatice, Hz. Aişe gibi İslam dininin önemli kadınları rol model olarak sunulmuştur. Kadınların günümüzde kendilerine erkek bakış açısı

						kadın, Hz. Meryem, ilim, erkek, Hz. Aişe, erkeklerin bakış açısı, yaradılış amacı, kulluk sultanlığı, rıza makamı.	ile bakarak kendilerini yıprattıkları ve asli yaratılış amacının dışına çıktığı üzerinde durulmuştur.
3	MÜSLÜ MANLA R VE MÜSLÜ MANLIK TAN KAÇAM AYANL AR	36	KÖŞE YAZI SI	MERVE A. TOKYA Y	KAD IN	Besmele, pasaport, Ortadoğu, sorgu, küstahlık, terörist, İslamofobi, Amerika, aktivist, Linda Sarsour, barışık, Müslüman bir ülke, özürsüzlük, tespih, duaları, Suriye, savaş, mülteci, sistem krizi, Avrupa değerleri, trajedi, Aylan Kürdi.	Avrupa ve Amerika'da Müslümanlara bakışa kısaca değinilmiştir. Müslümanların Türkiye'de özgüvenli olmadıkları, dinini yaşamaya çalışırken çekingen davrandıkları ifade edilmiştir.
4	İYİ Kİ VARSIN BABA	41	KÖŞE YAZI SI	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Annelik duygusu, ana rahmi, babalık, sahiplenme, gövde olma, güven, anne hayat, baba nefes, Babalar Günü, hediye seçenekleri, annelik, özel bir gün, kutlanacağı, bildiri.	Babalar Günü'nün nasıl ortaya çıktığı ile ilgili bilgiler verilmiştir. Annelik duygusunun hamilelik dönemi ile babalık duygusunun ise bebek doğduktan sonra ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Babalar için hediye

							seçenekleri görselleri ile sunulmuştur.
5	BİZ APTAL MIYIZ?	41	KÖŞE YAZI SI	MERVE A. TOKYA Y	KAD IN	İstanbul Modest Fashion Week, dindar çevreler, diğerk mahalleler, cömert eleştiriler, moda, tesettürlü kadın, kapitalist, post-liberal, gösteri düzeni, değerk, görünür olan, tasarım, Fatih, biçimsiz pardösüler, ipek eşarp, tunik, şal, üretim, kadın, reklamın alıcısı, medya, bedel, nefis, kariyer planlamaları, manken pozu, bayrak, simge, ihanet, erkeksi.	Derginin kültür editörü, İstanbul Modest Fashion Week’e yapılan eleştirilere cevap vermiştir. Ayrıca kadınların aptal olmadığını, başörtü bağlama şekillerini bir mankene bakarak belirlemediğini ifade etmiştir. Ayrıca başörtü takma kararını verebilen bir kadının yönlendirmeye zannedildiğı kadar açık olmadığını vurgulamıştır. Başörtnn sanıldığı gibi bir simge, bayrak, kimlik ya da duruş olmadığını belirtmiştir.
6	HANGİSİ SEN	42	KÖŞE YAZI SI	MERVE A. TOKYA Y	KAD IN	Takip edilmek, tabu, infial, Olmpia, cüretkâr, sanal gerçeklik, gölgelenmiş yüzler, beyaz yalan, selfie’ler, kırışık ten, sarkmış deri, intihar, ölüm, algı karışıklıkları, yeni trendler, Alicia Keys, makyajsız, hr, nomakeup,	Sanal dünyanın gerçek dünyaya etkisinden bahsedilmiştir. Keys’in başlattığı makyajsız özgürlük

						hashtag, Nil Karaibrahimgil, gösterge biçimi, güzel, çirkin, bilinçaltı, yalnızlık, anneler.	akımının Türkiye’de de karşılık bulduğu ancak bunun gerçek bir özgürlük olup olmadığının tartışılabilceği ifade edilmiştir. Günümüzde çirkin olanın hor görüldüğüne, güzel olanın sevildiğine değinilmiştir.
7	ANNEYS EN ANNESİ N	45	KÖŞE YAZI SI	MERVE A. TOKYA Y	KAD IN	Çalışan kadın, anne rolündeki, model, resmi giysileri, kucağındaki bebeğini, oyun oynuyor, çocuğunun çantası, kollarında çocuğu, süper women, mesai, evden çalışmak, vicdan azabı, biriken işler, kadın, yetiyor, feminist, evde bırakıp, özgürlük, bensiz, çocuğunu ıskalama, başörtülü yazarların, ya anne ol, evinin hanım sultanı, kariyerinin, çalışan, annelik, evini, eşini yöneten, ev hanımı, doğurmasa, çalışsa, emzirirken.	Yazar, kadından beklenen rollere değinmiştir. Kadının ya anne ol ya da kariyerinin peşinden git gibi bir ikileme sokulmasını eleştirmiş, kadının hem çalışan hem annelik yapan hem de eşini yöneten yüce varlık noktasına çıkarmanın sebebinin de kadınlar olmadığını dile getirmiştir. Ancak kadının ne yaparsa yapsın yine de ev hanımı olmaktan başka çaresi olmadığını belirtmiştir.

							Kadını, doğurmasa da anne, çalışsa da ev hanımı, çalışmasa da iş sahibidir şeklinde ifade etmiştir.
--	--	--	--	--	--	--	---

TABLO 8: STİL GÜNLÜĞÜ

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METİNİN TÜRÜ / KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	MELEZ TARZ	42	KÖŞE YAZISI / STİL GÜNLÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Estetik anlayışımız, moda, stil, blogger, instagram ünlüleri, Kuveyt, yarı Amerikalı, internet alemleri, The Hybrids, yeni bir tarz, melez, spor tarz, marka, Orta Doğu, Avrupa, Amerika, Uzak Doğu, 1,7 milyon takipçi, yaşam tarzı, moda haftaları, tasarımcılar, türban modeli, botox yaptırmak, dudaklarını şişirmek, burun ameliyatı, mükemmel kadın, Snapchat, başarılı.	Ascia Al Faraj isimli instagram fenomeni, blogger bir kadının hayatı ve stili ile ilgili bilgiler verilmiştir. Yayınladığı videolar samimi olarak değerlendirilmiştir. Al Faraj'ın çeşitli estetik operasyonlar yaptırmak istediğinden ve mükemmel

							kadın algısının suçlularından birinin de kendisi olduğunu ifade ettiği bir paylaşımından söz edilmiştir.
2	ÖZGÜN VE KİŞİLİK SAHİBİ DINA TOKIO	43	KÖŞE YAZI SI / STİL GÜNL ÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Sokak modasının, sıradan insanların, stil kaynağı, blogger, tasarımcı, Mısırlı, İngiliz, türban bağlama, özgür bir kız, başörtüsüyle sınırlamıyor, hapsetmiyor, Channel 4, fenomen, o bir türbanlı, takipçisi, izlenme oranı, çocuğunu, 7 kardeşini, kocasını, annesini, kedilerini, kıyafet, çanta markası, girişimci, yeniliklere açık, New Mom's Blog, yeni açılımlar, Miss Muslimah, makyajsız, en mahrem anlarını, post, kendine güvenen, Müslüman kadın kimliği, Cosmopolitan, özgün duruşunu, etnik desenler, modern çizgiler.	1 milyon takipçisi olan instagram fenomeni Dina Tokio ile ilgili bir yazı kaleme alınmıştır. Tokio özgür, özgün, stil sahibi, yeniliklere açık biri olarak tanıtılmıştır. Tokio Müslüman genç kadının ihtiyaç duyduğu özgün rol modellerden biri olarak ifade edilmiştir. Kendisi türban bağlama videolarıyla tanınmıştır. Kendisini başörtüyle sınırlamadığı ya da içine hapsetmediği vurgulanmıştır. Tokio mini etek giymek gibi tesettürün de normal bir tercih olduğunu söylemiştir. Tokio'nun,

							türban ve aksesuarları kendi stiliyle yorumladığı, etnik desenleri modern çizgilerle birleştirerek sokak modasına uyarladığı, köklerini ve dallarını ahenk içinde taşıdığı ifade edilmiştir.
3	MAKYAJ VE STİL BİR ARADA DALALI D	44	KÖŞE YAZI SI / STİL GÜNL ÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	Blogger, dünyaca ünlü, iyi giyinen, makyaj yapan, Instagram, güzellik, makyaj önerileriyle, tavsiyesi, makyaj uygulamaları, tutkusunun, makyaj eğitimi, blog, deneyimlerini, uluslararası, cesaretlendirmesi, kıyafetleriyle, renkleri, alışveriş, özel parçalar.	Instagram’da 1 milyondan fazla takipçisi olan Kuveytli bir kadın ile ilgili bilgiler verilmiştir. Kendisi ilk olarak makyaj videolarıyla dikkat çekmiştir. Dalalid, en önemli amacının kadınların gücünü göstermek ve onlara güven aşılacak olduğunu ifade etmiştir. Yazar, “Dünyaca ünlü blogger olmak için ne yapmak gerekiyor?” sorusuna şöyle cevap vermiştir: Şans, çalışmak ve işin sonuna bir hedef koymak.

4	DOĞU'N UN İÇTENLİ ĞİNİN BATI'YA UZANA N İSMİ YUNA	47	KÖŞE YAZI SI / STİL GÜNL ÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİ NMI YOR	Sesi, yorumu, yaptığı müzik, moda ilgisine, tarzı, özgün stili, şarkıcı, söz yazarı, ülke çapında, uluslararası, New York, özgürlük sanatçılarından, müzik ödülüne, hukuk öğrenimi, kadife sesi, akustik gitarı, kültürüne, inancına, Batı müziğine, Doğu'nun içtenliği, mistisizm, popüler kültürün, başörtüsünden, farklı giyim, geleneksel duruş, kadın şarkıcı, cinsellikle, taviz vermeden, başarılı, turizm elçisi, blogger, kendi kültüründen, Güneydoğu Asyalı.	Malezyalı, başörtülü şarkıcı Yuna'nın hayatından bahsedilmiştir. Yuna, popüler kültürün gerekliliklerini tamamen reddedemese de başörtüsünden, farklı giyiminden ve geleneksel duruşundan taviz vermeyen olarak tanıtılmıştır. Yuna instagram sayfasından kendisini modern kadının farklı bir türü olarak tanımlamıştır. Yazar tarafından Yuna, ilgi çekici bir stile sahip, giyimini Batı ile muhafazakarlık arasında harmanlayan, moda da düşkün olarak ifade edilmiştir. Yuna, kadın sanatçıların cinsellikle özdeşleştirilmemesi gerektiğini dile getirmiştir.
---	--	----	---	----------------	--------------------	---	--

5	MODER N VE ŞIK STİLİ İLE MEHRİB AN ALİYE V A	48	KÖŞE YAZI SI / STİL GÜNL ÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	First lady, zarif tarzı, yerinde stili, güzelliğiyle, çok konuşulan, 52 yaşında, gözler önünde, yüksek öğrenim, iyi niyet elçiliği, modern, şık, Balmain, Alexander McQueen, Herve Leger, Dolce&Gabbana, Los Angeles Times, güçlü bir kadın, maddi gücü, tarzı, duruşu, ayaklarının üstüne basabilen, güçlü ailelerinden, kombinleri, giydikleri, hit.	Mehriban Aliyeva hakkında kısaca bilgi verilerek kendisinin Bakü'deki kadınlara nasıl rol model olduğu ifade edilmiştir. Aliyeva'nın eğitimiyle, giyimiyle, giyimde seçtiği markalarla, güçlü duruşuyla dikkat çektiği vurgulanmıştır.
6	ŞIK VE ASİL DURUŞ; SHEİKH A MOZAH	52	KÖŞE YAZI SI / STİL GÜNL ÜĞÜ	BİLİN MİYOR	BİLİ NMİ YOR	57 yaşında, Katar Prensesi, kraliyet ailesi, Arap dünyası, kadın portresi, aktif, sosyal hayatta, asil stili, davette, ne giydiği, ikon, bütünleşiyor, abartısız, uzun boyu, ceket, aksesuar, çanta, yaka detayı, bonesi, küpeleri, broşları, kültür, renkli, gösteriş, ihtişam, resmi ziyaretler, mükemmel denge.	Katar Prensesi Sheikha Mozah tanıtılmıştır. Eğitime, bilime, toplumsal hayata yaptığı katkılardan bahsedilmiştir. Ayrıca kendisinin şık stiliyle de dikkat çektiği vurgulanmıştır. Yazar, Sheikha Mozah'ı, stiline tamamen hâkim, neyi giyip giymeyeceğini çok iyi bilen; bedenini tanıyan biri olarak ifade etmiştir.

Stil yazılarında öne çıkan gerek siyasi alanda gerek sosyal medya yoluyla ön plana çıkan kadınların hayatı ve giyimidir. Bu kadınlar hem kariyerleriyle hem de giyim stilleriyle örnek gösterilmiş, övülmüştür. Bahsedilen isimler muhafazakârlar için marjinal sayılabilecek özelliklere sahiptir. Örneğin Malezyalı Yuna (S.47), başörtülü bir şarkıcı ve şarkı sözü yazarıdır.

TABLO 9: RÖPORTAJ

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METİNİN TÜRÜ / KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	HAT MEŞAK KATLİ BİR SANATTIR / HİLAL KAZAN	3	RÖPORTAJ	MERVE A. TOKYAY	KADIN	Kadın hattat, icazet, azim ve istek, merak, araştırma, soru sormak, hanım müntensih, talebelik, sabır ve sebat, el emeği, enstrüman, hanım hattat, Allah kelamı, etik dışı, yaşam tarzı, kadının toplumdaki pozisyonu, mahremiyet, modern bir din, gündelik yaşam, mum, tatlı dil, İslam sanatları, kalite ve tarz, ifrat ve tefrit, Beytullah'ın yukarıdan görüntüsü.	Zorlukları başarıyla atlatmış güçlü bir kadın profili çizilmiştir. “Hanım hattatlar” üzerinde durularak kadın sanatçılar vurgulanmıştır.

2	İÇİMİZD EN BİR TOPMO DEL TÜLİN ŞAHİN	42	RÖPO RTAJ / TÜLİ N ŞAHİ N	İREM ULUER CİYES	KADI N	Süper model görünümü, dolgun dudaklar, ok gibi kirpikler, mükemmel kaşlar, elmacık kemikleri, ıslıl ıslıl saçlar, parıldayan bir ten, yumuşacık eller, güzellik sırları, kilo, spor, beyaz ekmek, peeling tarifi.	Tülin Şahin ile iş hayatı, projeleri, güzellik sırları vb üzerine röportaj yapılmıştır. Şahin, modellik yapmak isteyen gençlere, modellik mesleğinin sadece podyumda yürümek olmadığını göstermek için çabaladığını ifade etmiştir.
3	ZERAFE Tİ İLMEK İLMEK İŞLİYOR UZ	46	RÖPO RTAJ	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYO R	Özgün, kaliteli, mücevher tutkunlarına, güvenle, butik, değerli taşların, hayalimizle, tasarım, duygusal bir değer, göz alıcı, ihtişam, nesilden nesle, manevi bir kıymet, geçmiş, anılar, evlilik teklifi, doğum gününüz, hikayesi, Osmanlı Padişahları, pırlanta, hatıra kutusu, günlük kullanım, geleneksel motifler, erkek, hayal atölyesi, el işçiliği, elmaslı tasarım, saatler, erkeklerin aksesuarı, pırlantalı kol saati, kravat iğnesi, bileklik, pırlantalı tespihler.	Laffan mücevher markasının tanıtımı yapılmıştır. Mücevherin duygusal bir değerinin olduğu, nesilden nesle aktarıldığı, anıları canlandırdığı ifade edilmiştir. Mücevher tasarımlarında Osmanlı Padişahlarından ilham aldıklarına değinmişlerdir. Erkeklerle yönelik tasarımların da bulunduğu ancak bunları genelde hanımların erkeklere

							hediye olarak satın aldıkları açıklanmıştır.
4	KENDİM İ GÜÇLÜ HİSSEDİ YORUM	49	RÖPO RTAJ / DİLE K HANİ F	MERVE A. TOKYA Y	KADI N	Güçlü tasarım, kültürel kökler, modernize edilmiş, romantik detaylar, zarafet, koleksiyonlar, seyahat, okuyorum, sanat, Paris Couture Week, Online Shop, Ortadoğu, beden, mum koleksiyonu, hazır giyim, dünya çapında, Anadolu kültürü, Osmanlı, stil sahibi, trendler, akışkan hatlar, dantel detaylar, fütüristik, güçlü, ayakları yere basan.	Dilek Hanif ile röportaj yapılmıştır. Hanif, geçmişten aldığı ilhamı modern bir dille yorumladığını ifade etmiştir. Ayrıca güçlü kadın tanımı yapmıştır. Ona göre güçlü kadın, detayları önemseyen, belirgin ve özgün bir duruşu olan, modern ve yalın bir görüntünün altında görkemli bir silüete sahip, gücünü zarafetiyle bütünleştiren, üreten, fark edilen kadındır.
5	MÜKEM MEL KADIN MI MUTLU KADIN MI?	55	RÖPO RTAJ / NEVZ AT TARH AN	İREM ULUER CİYES	KADI N	Her anne, mükemmelini, sosyal medya, hem çocuk hem kariyer çok fit, güzel, mükemmellik takıntısı, proje çocukları, gerçekçi olmayan, imkanları, annelik tasarımı, idealize, ruhsal gelişim, hayat tecrübesi, kriz yönetimi, düşünce katılığı, olgunluk, sevgi, öfke, çelişkili, annelik rolü, eş rolü, ilgi zayıflaması, sevgi yatırımı, narsisizm.	Tarhan, kadınların mükemmel annelik vurgusuna değinmiştir. Mükemmeliyetçi yaklaşımın çocuğa zararı olacağını, çocuğun anneye öfke duyacağını ifade etmiştir.

							Mükemmel eş, mükemmel anne, mükemmel iş kadını olmanın mümkün olabileceği ancak rol dağılımını yerinde yapmanın önemli olduğu vurgulanmıştır. İyi bir anne olmak da kariyer olarak kabul edilmiştir.
6	BÜTÜN DÜNYA MÜSLÜMAN KADINI N GÜCÜN Ü GÖRSÜN İSTİYOR UM	56	RÖPORTAJ / IMAN ALDEBE	EMİNE MERVE ŞERBE TÇİ	KADIN	Tarihçilerin, sosyologların, global, İslamafobi, tesettürlü, özne, üreten, sorumluluk alan, Müslüman, türban tasarımcısı, sosyal medya, fenomenlere, üniforma tasarlama, pozitif algı, güçlü, yetebilen, özgür, popüler, dış görünüşle, gülücük, sade kıyafet, güçlü aksesuar, özgüveni, pozitif Müslüman kadın imajı, güvende, İslam'ı sevdirmeyi, muhafazakâr moda, moda ve sanat.	Aldebe İsveçli ünlü bir türban tasarımcısıdır. Bloğuyla amaçladığı şeyin Batı dünyasında Müslüman kadın hakkında pozitif bir algı oluşturmak olduğunu dile getirmiştir. Müslüman kadınlara yüzlerinde daima gülücük olması gerektiğini tavsiye etmiş, kendilerinin İslam'ın görünen yüzü olduğunu belirtmiştir. Aldebe, kadınların türbanı birçok şekilde örtebileceğini, kimsenin nefretini

							kazanmadan kendilerini pozitif ve artistik ifade edebileceklerini vurgulamıştır. Başörtüsünün ruhunu sarmaladığını, kendisini güvende tuttuğunu ifade etmiştir.
--	--	--	--	--	--	--	---

TABLO 10: ANNE-BEBEK

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METİNİN TÜRÜ / KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	LİV HOSPİTAL EBEVEYN OKULU'	45	KÖŞE YAZISI / ANNE BEBEK	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Daha bilinçli, yetiştirmek, ailelere rehber, eğitimler, online, interaktif, emzirebilecek, büyüyecek, uzman doktorlar, çocuk bakımına, psikolojik, fiziksel, büyütmenin yolları.	Çocuklarına daha iyi nasıl bakılacağı ile ilgili anne ve babalara özel bir eğitim hizmeti tanıtılmıştır. Bebeği psikolojik ve fiziksel olarak

	YLA DAHA BİLİNÇLİ İ ANNE BABALAR YETİŞİY OR						en doğru şekilde büyütmenin yollarını sunmaktadır eğitim.
2	DOĞUM A HAZIRLI K DEĞİŞİM İÇİN FIRSAT TIR	46	KÖŞE YAZI SI / ANNE BEBE K	OP. DR. AYŞE DUMAN	KADIN	Korkular, endişeler, çaresizlik, yetersizlik, özgürleşmek, ruhsal, düşünsel, duygusal değişim, kadınlığın yüklerine, annelik, doğum yolculuğu, özgürleşme çalışmaları, beden, doğum korkusu, iyi bir anne, sütüm, doğumu bilmek, bedenine güven, bebeğine güven, suçluluk hisleri, arınma.	Kadınların doğum korkusuna değinilmiştir. Annede oluşan çocuğuma bakamazsam korkusu, emzirememe korkusuna değinilerek neler yapılabileceği ile ilgili fikirler verilmiştir. Kadının etraftan gelen seslerden ziyade kendi iç sesine odaklanması, bedenine ve bebeğine güvenmesi önerilmiştir.
3	EMZİRM ENİN BÜYÜSÜ	46	KÖŞE YAZI SI /	AYŞE ÖNER / BEBEK	KADIN	Emzirmek, doğum sonrası, yaşam tarzınız, hamile, göğüs dokusu, emme arzusu, ten tene temas, hormonlar, bebek ve anne, anne sütü, ilk kucaklaşma, sabırla,	Emzirmek, annenin çocuğuna verebileceği en değerli armağan olarak

			ANNE BEBE K	HEMŞİ RESİ		emzirme sanatı, saçını okşama, süt hormonu, ilk süt, masaj, olgun süt, beslenme, eski formunuza.	tanımlanmıştır. Doğum sonrası emzirmek, yeni yaşam tarzı olarak ifade edilmiştir. Annelere emzirme konusunda tavsiyeler verilmiştir.
4	TÜP BEBEK SÜRECİ NDE ÇİFTLER İN PSİKOL OJİLERİ ÇOK ÖNEMLİ	48	KÖŞE YAZI SI / ANNE BEBE K	OP. DR. AYŞE DUMA N	KADI N	Koşullanmalar, kadını, bebeği, çevre baskısı, hamile kalma, evliliğin başında, torun, baskı altına, tahliller, çocuklu, gebelik programı, stres virüsünü, hırsla, telaşla, gerginlikler, infertil çiftler, tedavi planları, ruhi bunalımlar, zihinsel boyutu, fiziki şartlar, aile içi iletişim, anılarının, değersizlik inancıyla, kendisini cezalandırma, tüp bebek, hipnoterapi, kalıcı çözümlere.	Çiftlerin bebek sahibi olmak ile ilgili gördükleri baskıya, bu baskının yarattığı strese ve bu stresin bebek sahibi olmayı engelleyebileceğine değinilmiştir. Tüp bebek tedavisi gören çiftlerin bu süreci psikolojik olarak da sağlıklı geçirmeleri gerektiği vurgulanmıştır. Gerekirse stresin kaynaklarının çeşitli yöntemlerle ortaya çıkarılması ve tedaviye başlanması gerektiği ifade edilmiştir.

5	DOĞUM SONRASI EGZERSİZİ BAŞLAMAK	48	KÖŞE YAZISI / ANNE BEBEK	BEBEK HEMŞİRESİ AYŞE ÖNER	KADIN	Doğum sonrası, zor dönem, uykusuz geceler, zamansızlık, kilolardan kurtulmak, özgüveninizi, bedeninizi forma sokmak, egzersiz programına, doktor kontrolüne, bebeğinizin bakımı, bunaldığınızda, serotonin hormonu, incelmış, mutlu, neşeli, relaxin hormonu, emzirirken, sütyen, bedeninizi dinleyin, yeni yaşam tarzınız, formda, dinlenmek, bulaşıkları yıkamak, ev işleri, bir akraba, ücretli bir yardımcı, özel bir çalıştırıcı, kendinizi yeniden keşfederek, keyifli zamanlar.	Doğum sonrasında, kadınlara, egzersiz ile kilo verebilecekleri anlatılmıştır. Egzersiz yaparak zayıflayacakları, özgüvenlerinin yenileneceği, mutlu olacakları vurgulanmıştır. İmkân varsa bebeği bir akrabaya ya da bir bakıcıya bırakarak annenin kendine zaman ayırabileceği ifade edilmiştir.
6	ORGANİK HAKİKİ ANNELİK	48	KÖŞE YAZISI / ANNE BEBEK	MERVE A. TOKYAY	KADIN	Son kullanma tarihi, hesap günü anne çocuk ilişkisinin doğallığı, evlenirdin, çocuk doğururdun, kemik gelişimi, kundaklardın, modern tıp, kadını zora sokan, anne olmanın, mükemmel tercih, doğallığından koptu, kıyametimizin, kimlik, kriz anlarında, şefkat, sevgi, kaybetme korkusu, bencillik, bireyselleşme, post-modern medeniyet, en iyi, mükemmel, fedakâr, para kazanabilen, pranga, yüce varlık, nasıl doğacak, ne yiyecek.	Kadınların, günümüzde, çocukları ile ilişkisi sorgulanmıştır. Kadınlardan beklenen mükemmellik eleştirilmiştir. Kadından hem anne hem mükemmel, güzel ve para kazanabilen biri olmasının beklenmesinin kadına pranga vurduğu vurgulanmıştır. Kadının mükemmel anne olmaya

							çalışmasının çocukla anne arasındaki organik bağı yok ettiği ifade edilmiştir. Ayrıca bu mükemmel anne olmaya çalışmanın kadını ne kadar yıpratmışa da değinilmiştir.
--	--	--	--	--	--	--	---

Anne-bebek yazılarında bilinçli ebeveyn (S.45), doğum (S.46,48), tüp bebek (S.48), emzirme (S.46) konularına değinilmiştir. Kadınlara, normal doğum yapmaları, çocuğu 2 yaşına kadar emzirmeleri tavsiye edilmiştir. Dergi, bir yandan birçok yazısında kadına bakımlı, güzel, eğitilmiş, öz güvenli olması gerektiği mesajını vererek bu özellikte kadınları rol-model olarak sunmakta ve kadınları bu anlamda yönlendirmekteyken diğer yandan bebek bakımı ya da annelik konusunda kadından en iyisini yapmasını bekleyen yazılara yer vermektedir. Derginin kültür editörü Merve Tokyay bu hususta “Organik Hakiki Annelik” başlıklı bir yazı (S.48) kaleme almıştır. Tokyay yazısında, kadından hem mükemmel anne hem güzel ve bakımlı bir kadın hem de para kazanabilen ayakları üstünde durabilen biri olmasının beklenmesinin kadına pranga vurduğunu ifade etmiştir.

TABLO 11: TARİH-KÜLTÜR

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METİNİN TÜRÜ / KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
----	------------	----------	---------------------------	-------	-------------------	-----------	--------------------------------

1	ANADOLU'NUN ERMİŞ KADINLARI / GÜLENA Y PINARBAŞI	3	RÖPORTAJ / TARİH	BİLİN MİYOR	BİLİN MIYOR	Eşinden büyük destek, ermiş kadın, akademik, iman kuvveti, kadına daha az değer verilmesi, şöhretleri, kerametleri, kadın tipi, acı, dertli, ermişlik makamı, konumları, çocukları olmamış, kayınvalideleri, güçlü kadınlar, göçebe toplum, Yunus Emre, Taptuk Emre'nin kızı, sabır ve itidal, Tekke ve Türbe, ümit kapısı, tedavi merkezi, delilik seviyesinde kadınlar, derviş kadınlar, şifa turizmi, kültür aktarımı, halk inançları, ninni, mitoloji, Meryem Ana, inanç, sorumluluk, mümine, Kabe, seccade, hayırseverlik, iyilik, Kırk Kızlar, önyargı, ortak bir kare, Haydi Gezelim, gezmek, görmek, düşünmek, hissetmek, eve kapalı bir hayat, inşaat ustalığı, avcılık, ordu komutası, marjinal, tevekkül, şifacılık.	Ermiş insanların sadece erkeklerden oluşmadığı, Anadolu'da birçok ermiş kadın bulunduğu vurgulanmıştır. Bu kadınlar dertli, acılı insanlar ve bu acılara sabrederek ermişlik makamına ulaşmışlardır. Ermiş kadınların isimlerinin pek bilinmiyor olmasının bir sebebi olarak kadına daha az değer verilmesi gösterilmiştir. Anadolu'daki ermiş kadınların eve kapalı bir hayat yaşamadıklarına, çeşitli mesleklere (avcılık, ordu komutanlığı...) sahip olduklarına değinilmiştir.
2	ALLAH'IN KADINLARA BİR	3	KÖŞE YAZISI / TARİH	AYŞEGÜL TUNCE R TOPAL	KADIN	Rüyalarını süsleyen, ışıltı, mücevher, hayranlık, başka diyarlar, nesilden nesle, yadigâr, asorti, expertiz, pırlanta, Gabi Tolowsky, Tayland Kralı, Cushion Cut, Kaşıkçı Elması, Pigot, Napolyon'un annesi, Tepedelenli Ali Paşa.	Elmasın hayranlık bırakan yönü vurgulanmıştır. Elmasın ışıltısının erkekleri değil, daha çok kadınları hayran bıraktığı ifade

	LÜTFU: ELMAS						edilmiştir. Pırlanta ile elmasın benzerliğinden söz edilmiştir. Kaşıkçı Elması'nın hikayesi anlatılmıştır.
3	GEÇMİŞİ N BUGÜNL E DANS ETTİĞİ ŞEHİR; PARİS	3	KÖŞE YAZI SI / KÜLT ÜR	FEVZİ YE HAZAL YAZAN	KADI N	Modanın ve estetiğin başkenti, hayallerimiz, sıcaklık, romantiklik, Fransızca, Rönesans tablomuz, misafir etme, köşe kafeleri, Parisienne, Louvre, Saint Germain, sanat galerileri, Avrupa, megakent, Pariscopie, Pere la Chaise, kasvet, Versailles sarayı, Jazz Mağazaları, renkli şehir, C'est moi.	Paris, modanın ve estetiğin başkenti olarak tanıtılmıştır. Misafirlerin köşe kafelerde ağırlandığı ifade edilmiştir. Paris'e gidildiğinde neler yapılabileceği anlatılmıştır. Operaya, baleye gidilmesi tavsiye edilmiştir. Paris'te yaşayan kadınlar, giyinmekten korkmayan kadınlar olarak tanımlanmıştır. Alışveriş yapılabilecek ünlü mağazaların tanıtımları yapılmıştır.

TABLO 12: EĞLENCE

NO	METNİN ADI	DERGİ NO	METNİN TÜRÜ/ KATEGORİSİ	YAZAR	YAZARIN CİNSİYETİ	KAVRAMLAR	METİNDE VERİLMEK İSTENEN MESAJ
1	DOĞA İLE İÇ İÇE; KAYRA AT ÇİFTLİĞİ	42	TANITIM / EĞLENCE	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Orman, meyve ağaçları, çiftlik ziyareti, çocuklar, pony, binicilik dersleri, organizasyon, doğum günü, kütük ev, at binişleri.	Kayra At Çiftliği'nin tanıtımı yapılmıştır. Binicilik derslerinin verildiği, organizasyonların yapıldığı orman içinde bir mekân olduğu ifade edilmiştir.
2	WOMEN DELUXE 'TEN KADINLARA EŞSİZ TATİL	43	TANITIM / EĞLENCE	BİLİN MİYOR	BİLİN MİYOR	Denize sıfır, 120 bin metrekare, 5 yıldızlı, hanımların, tatil yapabilmesi, denize girebilmesi, alkolsüz, rahat, hanımlara özel, plaj, iskele, havuz, güneşlenme terasları, aquapark, spa, güzellik merkezimiz, ayrı ayrı, karma, fitness center, Türk hamamı, sauna, buhar odası, tuz odası, kuaför, masaj odaları, VIP aile hamamları, çocuk havuzu, mini futbol, masa tenisi, tavla, masa oyunları, amfi tiyatro, mini club, sinema ve disko.	Kadınlara özel tatil imkânı sunan bir tatil merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Erkekler, kadınlar ve çocuklar için yüzme, spor, eğlence alanları ayrı ayrı planlanmıştır. Otel alkolsüz hizmet vermekte, ancak içerisinde club ve disko bulunmaktadır.

3	SENİN TATİLİN SENİN HİKAYE N	52	TANITI M / EĞLEN CE	BİLİN MİYOR	BİLİN MIYOR	Masmavi denizin, sımsıcak güneşin, dünya mutfaklarını, SPA terapileri, kendinizi şımartın, mutlu bir hikâye, deniz deneyimi, Ege manzarası, gurme, eğlencenin adresi, usta sanatçılar, genç yıldızlar, müzik grupları, renkli partiler, Uzak Doğu, Osmanlı motifleri, ruhunuza dokunan terapiler, çocuklar için, çocuk kulübü, Tini Kids Club, çocuk havuzları, oyun salonları, şovlar.	Titanic Hotels'in müşterilere sunduğu imkanlar anlatılmıştır. Çocuklara sağlanan imkanlar vurgulanmıştır.
---	--	----	------------------------------	----------------	----------------	---	---

Dergide sunulan muhafazakâr otel reklamlarını değerlendirecek olursak reklamlarda öne çıkan husus, kadınların rahatlığı, onlara ayrıca sunulan hizmet (ayrı plaj ve havuz) olanaklarıdır. Mahremiyet kadına ait bir kavram olarak yansıtılmıştır. Erkeklere özel hiçbir hizmetten bahsetmeyerek hedefe kadınlar alınmıştır. Ayrıca muhafazakâr otellerin verdiği hizmetler (SPA, jakuzi, sauna, buhar odaları, buz çeşmesi, macera duşları, disko), diğer tatil otellerinden sadece alkol hizmeti vermeyerek ve kadınlara özel yüzme alanları tahsis ederek ayrılmaktadır.

SONUÇ

70'li yıllarda aktif siyasi hüviyet kazanan İslamcı hareket, 80'li yıllardan itibaren Özal dönemindeki ekonomik ve siyasi liberalleşme ile zenginleşmiş, bu ekonomik zenginleşme ve kırsaldan kente göçle birlikte hayat tarzında modernleşmenin imkânlarına kavuşmuştur.

MSP'nin ekonomik kalkınma yaklaşımı partinin Batı kapitalizmi karşısındaki konumunu yansıtıyordu. 1970'lerde böyle bir konumu haklı çıkarmak için İslami referanslara gerek yoktu, çünkü milliyetçilik ve sosyalizm duyarlılığı olan tüm siyasi partiler ve hareketler benzer düşünceleri paylaşıyordu. MSP'nin eşitlikçilik anlayışı, Türkiye'deki değerler sistemindeki eşitlik ile uyum içindeydi ve İkinci Dünya Savaşı sonrası uluslararası ekonomi düzeninin ruhuyla çelişmiyordu. Refah Partisi'nin kurulduğu 1980 sonrası dönemin atmosferi ise farklıydı. Küresel siyaset ortamında solun geri çekilmesi söz konusuydu. Buna ek olarak Türkiye'de 1980 askeri müdahalesi sosyalist hareketlerin etkisini azaltmıştır. Bu ortamda artık piyasa odaklı strateji ve dışa dönük kapitalist kalkınma kaçınılmaz olmuş, egemen ideoloji haline gelmiştir.

MSP, 1970'lerdeki korumacı ve müdahaleci politikalar yerine küresel ekonomi ile uyumlu, piyasa yanlısı yaklaşımları savunmaya başlamıştır. Ancak devam eden süreçte Refah Partisi kendisini diğer söylemlerden farklılaştırmak zorundaydı. Bu aşamada Refah Partisi, kapitalist kültürün çokkültürcü akımlarından faydalanmıştır.

MSP'de din ile ekonomik kalkınma ilişkisi tam olarak ortaya konulamamıştır. Ancak Refah Partisi'nin geliştirdiği İslami siyaset, yeni bir İslam anlayışı oluşturuyordu. Bu anlayış, Will Kymlicka'nın tanımladığı "toplum tarzında kültür" fikriyle izah edilebilir. Kymlicka'ya göre toplum tarzında kültür, "bütün insan faaliyetlerine yayılan anlamlı yaşam tarzları temin eder hem kamusal hem özel alanları kapsayarak hayatın toplumsallıkla, eğitimle, dinle, boş zamanla ve ekonomiyle ilgili yönlerini çerçevesine alır." (Kymlicka'dan aktaran; Buğra, Savaşkan, 2015: 94)

Çokkültürcü akımların da etkisiyle zaman içinde din, sosyoekonomik kurumlarda ittifakları ve çatışmaları belirleyen bir unsur haline geldi. Refah Partisi, ekonomik kurumları dini ilkelere göre şekillendirmek için yollar aradı. Bu anlamda var olan ekonomik sistem içinde İslami alternatifler geliştirilmeye çalışıldı. 1990'larda

Refah Partisi, ülkenin küresel ekonomiyle bütünleşmesini sağlamak istiyor ve bunun için de İslam'ı birleştirici bir güç olarak görüyordu. (Buğra, Savaşkan, 2015: 100)

Ak Parti iktidarının ekonomi politikası ise, ekonomik istikrarın devamı ve yatırımcıların güvenini sağlama üzerine olmuştur. Bu sebeple piyasa ekonomisi kurallarına uygun hareket etmekte, İslami ekonomi üzerine tartışmalı hususlara değinmemektedir. Ak Parti hükümeti temsilciler, Millî Görüş hareketi içinde bulundukları yıllardan farklı olarak sosyal yaşamdaki radikal söylemlerini devam ettirmemiş, kültürel muhafazakarlığa vurguda bulunmuşlardır. Kültürel muhafazakarlık ile, modernleşme sürecinde toplumda yaşanan “olumsuz” gelişmelere karşılık kadim kültüre dayanma ve o kültürü referans alma kastedilmektedir. Bu anlamda geleneksel aile yapısına ve hayırseverliğe vurgu yapılmaktadır.

Modernleşme süreci ile birlikte muhafazakârlar her alanda (siyasi, ekonomi ve kültürel) geleneksel hayat tarzından kopmaya başlamış, kamusal alanda görünür olmuşlardır. Bu anlamda özellikle muhafazakâr kadının görünürlüğü öne çıkmıştır. Devam eden resmî ideoloji baskısına rağmen muhafazakâr kadınlar kamusal alana çıkışı "başörtüsü" aracılığıyla yapmışlardır. İslamcı kadının söylemi, başörtüsünü özgürlük/özgürleşme aracına dönüştürmüştür. Ancak Meşe (2015: 146-158)'ye göre piyasaya entegre olmak, tesettürü metalaştırdığı gibi hem tesettürün ilkelerine hem de modanın arzularına uygun yeni bir seçkin tesettür kadın giyimi ortaya çıkarmıştır. Muhafazakâr moda dergileri, bu anlamıyla İslami sektör ile müşteriler arasında köprü işlevi kurmakta ve hatta bunun da ötesine geçip şık ve pahalı kıyafet tasarımları ile orta ve üst sınıf kadınlara hitap ederek seçkin bir Müslüman kadın kimliğini şekillendirmektedir. Araştırma sonucuna göre, 1990'lı yılların başlarından itibaren toplumsal cinsiyet algısında değişiklikler olmuştur. Kadının iş hayatına girmesi, kamusal alanda daha görünür olması, sosyal hayatta ise daha aktif rol alması, toplumsal cinsiyet algısını olumlu etkilemiş ve toplumsal alanda geleneksel kodlardan uzaklaşarak, kadının kamusal alanda daha aktif eylemlik içinde olması normal karşılanmaya başlamıştır.

Araştırmamızda bahsedilen kadınlar, Şerif Mardin (2006)'ın merkez-çevre teorisindeki “çevre”de kalıp, özellikle Refah Partisi ile sosyal ve siyasal alanda kitlesel olarak aktifleşen İslamcı-muhafazakâr kadınlardır. Kadınların, Refah Partisi ile yaşam tarzlarında başlayan değişim, özellikle Ak Parti iktidarı ile gelişerek devam etmiştir.

Refah Partisi ile sosyal ve siyasal yaşamda görünür olup Ak Parti iktidarı ile de kamusal alanda aktif olan başörtülü kadınlar, bu süreçte, hem toplumdaki cinsiyet algısında değişim sağlamış hem de bu süreçte giyimleri ve yaşam tarzlarıyla kendileri de modernleşmişlerdir. Araştırmamızda, Aysha dergisi örneğinde de muhafazakâr kadınların modernleşme sürecinin, çoğul modernlikler bağlamında analizinin bizi daha tutarlı tespitlere götürdüğü görülmektedir.

Modernleşme süreci ile birlikte her alanda (siyasi, ekonomi ve kültürel) muhafazakâr kadın; geleneksel hayat tarzından koparak, özellikle kamusal alanda görünür olmaya başlamıştır. Batı merkezli tekçi modernite/modernleşme kuramına zıt bir duruma araştırma sürecinde tanıklık etmekteyiz. Modernitenin egemen söylemi ve hayat tarzına rağmen, muhafazakâr kadınlar, geleneksel hayat tarzının kodlarını da taşıyarak (başörtüsü, aile kurumunun korunması vd.) modernitenin nimetlerinden yararlanmakta ve geleneksel ile modern olanı dönüştürerek, hibrid bir kimlik ve yaşam biçimi geliştirmektedirler. Bu anlamda muhafazakâr moda dergilerinden Aysha dergisinin bakım, moda, din, sağlık, stil, anne-bebek vb. başlıklarda ulaşılan sonuçları şu şekildedir:

Aysha, orta ve üst sınıfa hitap eden, ağırlıklı olarak kamusal alanda yer alan eğitilmiş ve çalışan kadınlara yönelik içerikler sunan muhafazakâr moda dergisidir.

Güzel, sağlıklı, bakımlı vb. görünmek için medikal ve cerrahi işlemlerin birlikte uygulanabileceği savunulmuştur.

Toplumsal cinsiyet rolleri pekiştirilmiştir. Kadın, yaratılış itibarıyla zayıf ve korunmaya muhtaç olarak ifade edilmiş, iyi bir anne ve eş olabilmesi için neler yapması gerektiği vurgulanmıştır.

Dergi, kendinden emin, güzelliğinden ve tarzından ödün vermeyen kadınlara hitap etmektedir.

Aile ile ilgili yazılarda sıklıkla kadının/annenin sorumlulukları vurgulanmıştır. Çocuk ve anne ailenin temeli kabul edilerek çocuk eğitiminde annenin önemine değinilmiştir. Çocuğun terbiyesi, anne sütü ile özdeşleştirilmiştir. Fedakâr, affedici kadın, “gerçek kadın” olarak tanımlanmıştır. Çocuğun terbiyesinden de ağırlıklı olarak anne sorumlu tutulmuştur.

Derginin stil sayfalarında kadınlara, dikkat çekici ve şık olmalarının tüyoları verilmiştir. Kıyafetlerde kullanılan renklerin uyumları üzerinde durulmuştur. Güçlü, zarif, şık bir kadın imajı çizilmiştir. Bu anlamda dergi yazılarında kadının konumu ile

ilgili çelişkili bir duruş söz konusudur. Bir yandan başarılı, eğitilmiş, şık bir kadın olmak tavsiye edilirken, diğer yandan anne ve eş olarak kadın ele alındığında geleneksel kodlara başvurulmuştur.

Türbanın modaya göre farklı bağlanma şekillerinin olduğu ve bu bağlama şekilleri ile kadınların kendi stillerini ve farklılıklarını ortaya koyabilecekleri ifade edilmiştir. Bu anlamda türbanın, bir tesettür aracı olarak mahremiyeti korumak işlevinin ve geleneksel olarak omuzlara sarkıtılarak bağlanma şeklinin kaybolmaya başladığı görülmektedir. Dergide “eşarp modası”, “trend eşarplar” gibi ifadelerle rastlanmaktadır. Dergide yer alan bir yazıda ise başörtünün sanıldığı gibi bir simge, bayrak, kimlik ya da duruş olmadığını belirtilmiştir. (Tokyay, 2016)

Sağlık yazılarında kadınların normal doğumdan korkarak sezaryeni tercih etmeleri eleştirilmiştir. Normal doğumun daha sağlıklı oluşuna dikkat çekilmiştir. Bununla birlikte yazılarda doğumun hem dinen hem de kadın hayatındaki önemine vurgu yapılmıştır. Her annenin şefkat, koruma ve kollama güdüsüyle yavrusunun üzerine titreyeceği ifade edilerek toplumsal cinsiyet rolleri pekiştirilmiştir.

Ünlü mankenler ile iş hayatı, projeleri, güzellik sırları üzerine röportajlar yapılmıştır. Modellik yapmak isteyen gençlere tavsiyeler verilmiştir. Bu anlamda mankenlik gibi seküler bir mesleğin muhafazakâr bir dergide önerilmesi muhafazakârların mesleklere bakışında da bir değişiklik olduğunu göstermektedir.

Modernleşme sürecinde karşılaşılan olgulardan biri İslami feminizmdir. 90'lı yıllardan itibaren kendi söylemini oluşturan İslami feminizm, zamanla kamusal etkileyecek gündemleri oluşturmuştur. İncelediğimiz dergide hem modernitenin kadınlara sağladığı "gelişme/ilerlemeyi" hem de İslami feminist söylemleri görmekteyiz. Lakin tüm bunlarla birlikte bazı toplumsal cinsiyet kalıpları korunmakta ve hatta yeniden üretilmektedir. Modernleşmeyle birlikte kadının toplumsal hayattaki konumuna ilişkin bakış açılarında değişimler olsa da mahremiyet, aile, annelik, iş hayatı vb. konularda toplumsal cinsiyet kodları devam etmektedir.

Aysha dergide kadının iş hayatına atılması, vaktini ev dışında geçirmesi, modayı takip ederek giyim ve bakımına özen göstermesi gibi konularda kadınlara bir onaylama söz konusu iken; konu eş olma ve çocuk bakımına geldiğinde geleneksel kodlar öne çıkmaktadır. Söz gelimi, kadın iyi bir iş kadını olmalıdır ancak iş hayatı çocuk bakımını olumsuz etkilememelidir. Aysha dergide, muhafazakarların, geleneksel ile modern olanı birleştirme çabasında oldukları gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak, İslamcı-muhafazakâr kadınların, çoğul modernlikler bağlamında kamusal ve sosyal alanda, siyaset ve iş hayatında aktif yer alması, kadın hakları ve kadına duyulan saygı açısından toplumsal cinsiyet rollerinde olumlu yönde değişim sağlarken, diğer yandan kadınlara sunulan rollerle (annelik - eş olma - bebek bakımı – güzellik - estetik - bakım vb.), toplumsal cinsiyet kalıpları olumsuz yönde pekiştirilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Altunışık Remzi, Coşkun Recai, Bayraktaroğlu Serkan, Yıldırım Engin, (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya yayıncılık, İstanbul.
2. Armağan Mustafa, (2004). “Alternatif Modernliğe ve Modernliğimize Dair”, Doğu Batı dergisi, S.8, s.83-95, Ankara.
3. Ataman Narinç, (1999). Erken Cumhuriyet Döneminde Kadın Kimliğinin Oluşumu. YYLT, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Ankara.
4. Altun Fahrettin, (2005). “Modernleşme Kuramı”, Eleştirel Bir Giriş, Küre yayınları, İstanbul.
5. Arman Ayşe, (2012). Aktüel dergisi, 2012, S.37, s.12, İstanbul.
6. Aktaş Cihan, (1991). “Kadın Toplumsallaşması ve Fitne”, İslami Araştırmalar dergisi, C.5, S.4, s.44-51, İstanbul.
7. Aktaş Cihan, (2016). Bacıdan Bayana, İz yayınları, İstanbul.
8. Aydın Suavi, (1993). Modernleşme ve Milliyetçilik, Gündoğan yayınları, Ankara.
9. Badran Margot, (2017). Feminism in Islam, “İslami Feminizmler”, (çev. Zahra Ali, Öykü Elitez).
10. Barbarosoğlu Fatma, (2013). Şov ve Mahrem, Profil yayınları, İstanbul.
11. Barbarosoğlu Fatma, (2012). İmaj ve Takva, Timaş yayınları, İstanbul.
12. Barbarosoğlu Fatma, (2015). Kamusal Alanda Başörtülüler, Profil yayınları, İstanbul.
13. Beck Ulrich, (2014). Risk Toplumu, (Çev. Bülent Doğan), İthaki yayınları, İstanbul.
14. Bertay Fatmagül, (2010). Tarihin Cinsiyeti, Metis yayınları, İstanbul.
15. Bertay Fatmagül, (2004). “Kadınların İnsan Haklarının Gelişimi ve Türkiye”, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi. Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları, no 7, s. 21
16. Berman Marshall, (2014). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, (çev. Ümit Altuğ ve Bülent Peker), İletişim yayınları, İstanbul.
17. Bingöl Orhan, (2014). “Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye’de Kadınlık”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar dergisi, S.16, Özel Sayı 1, s.108-114.

18. Bora Tanıl, (1997). “Muhafazakârlığın Değişimi ve Türk Muhafazakârlığında Bazı Yol İzleri”, Toplum ve Bilim dergisi, S.74, s.7-31, Güz- İstanbul.
19. Bora Tanıl, (2003). “Türk Sağının Üç Hali - Milliyetçilik, Muhafazakârlık, İslamcılık-”, İstanbul.
20. Buğra Ayşe, Savaşkan Osman, (2015). Türkiye’de Yeni Kapitalizm, İletişim yayınları, İstanbul.
21. Bulaç Ali, (2012). “İslamcılık nedir?”, Zaman gazetesi, 21.07.2012.
22. Çaha Ömer, (2010). Sivil Kadın: Türkiye’de Kadın ve Sivil Toplum, Savaş yayınları, Ankara.
23. Çiğdem Ahmet, (1997). “Muhafazakârlık Üzerine”, Toplum ve Bilim dergisi, S.74, s.32- 51, Güz-Ankara.
24. Çoşkun Tuba, Genç Ernur, (2015). “Muhafazakârlık ve Türkiye Muhafazakârlıklarının Bazı Halleri”, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi, S. 8, s. 27-40, Niğde.
25. Demirezen İsmail, (2016). “Türkiye’de Muhafazakâr Kesimin Değişen Hayat Tarzı”, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Arşiv Cilt 9, Sayı 2 İstanbul.
26. Efekan Haluk, (2011). “Muhafazakârlığın Hermenötiği”, Doğu-Batı dergisi, S.58, Ekim-Ankara.
27. Eisenstadt S. Noah, (2014). Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim, Doğubatı yayınları, Ankara.
28. Erdoğan Mustafa, (2004). “Muhafazakârlık: Ana Temalar”, Liberal Düşünce dergisi, s.5-9, Bahar- Ankara.
29. Evre Bülent, (2011). “EUL Journal of Social Sciences”, LAÜ Sosyal Bilimler dergisi, İstanbul.
30. Gemalmaz M. Semih, (2010). Devlet, Birey ve Özgürlük, Legal yayınları, İstanbul.
31. Göle Nilüfer, (1998). “Batı-Dışı Modernlik Üzerine Bir İlk Ders,” Doğu Batı dergisi, Yıl 1, S. 2 (Şubat, Mart, Nisan), s. 65-75.
32. Göle Nilüfer, (2000). Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme, Metis yayınları, İstanbul.
33. Göle Nilüfer, (2004). Mühendisler ve İdeoloji: Öncü Devrimcilerden Yenilikçi Seçkinlere, Metis yayınları, İstanbul.

34. Göle Nilüfer, (2004). “Batı Dışı Modernlik: Kavram Üzerine”, Modern Türkiye’de Siyasî Düşünce, C. 3 Modernleşme ve Batıcılık (iç.), Editör: Uygur Kocabaşoğlu, İletişim yayınları, İstanbul.
35. Göle Nilüfer, (2006). “Batı-Dışı Modernlik Üzerine Bir İlk Desen”, Doğu Batı dergisi, S. 2, s. 55-62, Ankara.
36. Göle Nilüfer, (2011). Melez Desenler: İslam ve Modernlik Üzerine, Metis yayınları, İstanbul.
37. Göle Nilüfer, (2013). İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri: İslam ve Kamusal Alan Üzerine Bir Atölye Çalışması, Metis yayınları, İstanbul.
38. Güç Ayşe, (2009). “Müslüman Kadınların Birey Olma Çabaları”, U.Ü. İlahiyat Fakültesi dergisi, C.17, S.2, s.649-673, Bursa.
39. Gülbahar Y., Alper A., (2009). Öğretim Teknolojileri Alanında Yapılan Araştırmalar, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi 42-2, 93-111.
40. Gürsoy H., (1993). “Meşrutiyet Dönemi Kadın Dergileri”, Yayımlanmamış Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Ankara.
41. Haenni Patrick, (2014). Piyasa İslamı: İslam Suretinde Neoliberalizm, (çev. Levent Ünsaldı), Heretik yayınları, Ankara.
42. Harding Sandra, (1996). “Feminist Yöntem Diye Bir Şey Var mı?”, Farklı Feminizmler Açısından Kadın Araştırmalarında Yöntem, (yay. haz. Serpil Çakır – Necle Akgökçe), (çev. Zelal Ayman), İstanbul.
43. İngün Özlem, (2005). Feminizm ve İslam İlişkisi; ‘İslami Feminizm’, Uludağ Üniversitesi, YYLT, Bursa.
44. İrem C. Nazım, (1997). “Kemalist Modernizm ve Türk Gelenekçi-Muhafazakârlığın Kökenleri”, Toplum ve Bilim dergisi, S. 74, s. 52-101, Güz-İstanbul.
45. Kalender Nesrin Damla, (2006). Kadınlara Seçme ve Seçilme Hakkının Verildiği 1935 Seçimleri ve İzmir Basını. YYLT, DEÜ, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, İzmir.
46. Kandiyoti Deniz, (2011). Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler, Metis yayınları, İstanbul.

47. Kandiyoti Deniz, (2006). “Çağdaş Feminist Çalışmalar ve Ortadoğu Araştırmaları”, Farklı Feminizmler Açısından Kadın Araştırmalarında Yöntem, (yay. haz. Serpil Çakır – Necla Akgökçe), (çev. Neslihan Cangöz), İstanbul.
48. Kara İsmail, (2010). Cumhuriyet Türkiye'sinde Bir Mesele Olarak İslam, Dergâh yayınları, İstanbul.
49. Kara İsmail, (2013). “Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Hareketi Üzerine Birkaç Not”, Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Hareketi Sempozyum Tebliğleri, C. 31, Zeytinburnu Belediyesi Kültür yayınları, İstanbul.
50. Koçal Ahmet Vedat, (2013). “Türkiye’de Siyasal Değişme Bağlamında Küreselleşme Sürecinde Muhafazakârlığın Dönüşümü”, II. TLÇK Bildiriler Kitabı – II, (6-8 Mayıs 2013), TÜBİTAK, Bursa.
51. Kurnaz, Şefika. 2011. Yenileşme Sürecinde Türk Kadını (1839-1923). Ötüken Yayınları, Ankara.
52. Mardin Şerif, (1992). “Türkiye’de Din ve Siyaset”, ayrıca bkz. “Din ve İdeoloji”, İletişim yayınları, İstanbul.
53. Mardin Şerif, (2006). “Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkileri”, Türkiye’de Toplum ve Siyaset, İletişim yayınları, İstanbul.
54. Meşe İlknur, (2015) “İslami bir moda dergisi örneğinde moda ve tesettür: Ne türden bir birliktelik?” Fe Dergi 7, no. 1, 146-158.
55. Mies Marie, (1996). “Feminist Araştırmalar İçin Bir Metodolojiye Doğru”, Farklı Feminizmler Açısından Kadın Araştırmalarında Yöntem, (yay. haz. Serpil Çakır – Necla Akgökçe), (çev. Ayşe Durakbaşı – Aynur İlyasoğlu), İstanbul.
56. Özbudun Ergun, (2010). Türk Anayasa Hukuku, Yetkin yayınları, Ankara.
57. Özdikmenli İlkin, (2006). Jürgen Habermas’ın Modernite Savunusu Üzerine Bir Değerlendirme, YYLT, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
58. Pierson Christopher, (2011). Modern Devlet, (çev. Neşet Kutluğ - Burcu Erdoğan), Chiviyazıları yayınları, İstanbul.
59. Russ Jacqueline, (2011). Avrupa Düşüncesinin Serüveni-Antik Çağlardan Günümüze Batı Düşüncesi, (Çev. Özcan Doğan), Doğu Batı yayınları dergisi, s.116, Ankara.
60. Sancar Serpil. (2012). Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti – Erkekler Devlet, Kadınlar Aile Kurar, İletişim yayınları, İstanbul.
61. Sezen Gülsüm, (2013). Tesettür Özgürlüktür, Aktif Hayat yayınları, Ankara.

62. Sezik Murat, (2003). Muhafazakâr Siyaset İdeolojisi ve Türkiye'de Muhafazakârlık, TLÇK.
63. Şimşek Aslı, (2016). “Geleneklerden Modern Hayata Türkiye’de Toplumsal Cinsiyetin ve Kadın Haklarının İzini Sürmek”, Mimoza dergi, S.5, İstanbul.
64. Şişman Nazife, (2009). Başörtüsü Meselesi, Timaş yayınları, İstanbul.
65. Tekin Mustafa, (2013). “İslamcılığın Cinsiyeti”, Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Hareketi Sempozyum Tebliğleri, C. 31, Zeytinburnu Belediyesi Kültür yayınları, İstanbul.
66. Terzioğlu Zübeyde, (2010). Türk Kadını Siyaset Sahnesinde (1930-1935). Giza yayınları, İstanbul.
67. Thébaud Francoise, (2005). Büyük Savaş ve Cinsel Bölünmenin Zaferi. Kadınların Tarihi: Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru, (çev. Ahmet Fethi), Türkiye İş Bankası Kültür yayınları, İstanbul.
68. Vergin Nur, (1998). Din, Toplum ve Siyasal Sistem, Bağlam yayınları, İstanbul.
69. Yaraman Ayşegül, (2001). Resmi Tarihten Kadın Tarihine, Bağlam yayınları İstanbul.
70. Yıldırım A., Şimşek H., (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin yayıncılık, Ankara.
71. Yıldırım Ergün, (2012). Hayali Modernlik: Türk Modernliğinin İcadı, Doğu kitabevi, İstanbul.
72. Yılmaz Zehra, “Badran ve İslamda Feminizm,” Fe Dergi 3, sayı 1 (2011), 108-109.
73. Yılmaz Zehra, (2015). Dişil Dindarlık, İletişim yayınları, İstanbul.
74. Yılmaz Zehra, (2017). Neoliberal Küreselleşmenin Melez İzdüşümleri: İslamcı Feminizm, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Van.
75. Zürcher Erik Jan, (2010). “Kemalist Cumhuriyette Osmanlı Mirası Devlet ve Maduniyet”, Türkiye’de ve İran’da Modernleşme, Toplum ve Devlet, (der. Touraj Atabali), Bilgi Üniversitesi yayınları, İstanbul.