

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER
ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE'DE İSLAMİ KADIN ALGISININ
DÖNÜŞÜMÜ: ÂLÂ DERGİSİ ÜZERİNDEN BİR
ANALİZ**

**HİLAL HACIBAYRAMOĞLU
11716013**

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ÖMER ÇAHA**

**İSTANBUL
2015**

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER
ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE'DE İSLAMİ KADIN ALGISININ
DÖNÜŞÜMÜ: ÂLÂ DERGİSİ ÜZERİNDEN BİR
ANALİZ**

**HİLAL HACIBAYRAMOĞLU
11716013**

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ÖMER ÇAHA**

**İSTANBUL
2015**

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANA BİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE İSLAMİ KADIN ALGISININ DÖNÜŞÜMÜ: ÂLÂ DERGİSİ
ÜZERİNDEN BİR ANALİZ

Hilal HACIBAYRAMOĞLU
11716013

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih:
Tezin Savunulduğu Tarih: 21.01.2016

Tez Oy Birliği İle Başarılı Bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

İmza

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ömer ÇAHA
Jüri Üyeleri: Doç. Dr. Evren BALTA
Doç. Dr. Michelangelo GUİDA



İSTANBUL
OCAK,2016

ÖZ

TÜRKİYE'DE İSLAMİ KADIN ALGISININ DÖNÜŞÜMÜ: ÂLÂ DERGİSİ ÜZERİNDEN BİR ANALİZ

Hilal Hacıbayramoğlu
Kasım, 2015

Kasım, 2015

Türkiye'de 1980 sonrasında İslamcılık bir siyasal hareket olarak yükselmeye başlamıştır. 1990 sonrasında İslami yönü ön planda olan Refah Partisi'nin siyasi başarı elde etmesi, o döneme kadar merkezden uzak konumda olan kesimlerin merkeze hareketinin başlangıcını oluşturmuştur. Merkeze yaklaşma ve 2002 sonrası Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarıyla merkeze yerleşme, İslami kesimler için ekonomik yükselişe ve modern yaşam biçimlerine entegrasyona neden olmuştur. İslami kesim için lüks, aşırı tüketim ve modern yaşam normalleşmiş, moda İslami kesimin kadınları için bir yaşam biçiminin göstergesi haline gelmiştir. Âlâ dergi, estetik kaygıların ön planda olduğu, lüks ve tüketime özendiren moda dergilerinin İslami versiyonunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de başörtülü kadınların "görünürlüğünün" normalleşmesi ve İslami kadın algısının dönüşümü Âlâ dergisi örneği üzerinden incelenmiştir. Temel olarak derginin moda, lüks yaşam biçimlerine, kadının aile ve iş yaşamındaki varlığına bakışı dergide yer alan yazılar, reklamlar ve moda çekimleri aracılığıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Geleneksel İslamcılığın kadına bakışı ile geleneksel İslam içerisinde kadının yeri ve 1980'lerden sonra başörtüsü mücadelesi ile öne çıkan siyasal bir hareket olan İslamcılığın kadına bakışı ve kadının buradaki konumu, Âlâ dergisinde çizilen kadın tipi ile zaman zaman karşılaştırılarak Türkiye'de İslami kadın algısının dönüşümü ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İslamcılık, lüks ve tüketim, Âlâ dergi, İslami kadın algısı, modern yaşam biçimleri

ABSTRACT

THE TRANSFORMATION OF THE ISLAMIC WOMEN’S DISCOURSES IN TURKEY: THE CASE OF ÂLÂ MAGAZINE

Hilal Hacibayramoğlu
November, 2015

After 1980s, Islam started to rise as a political movement in Turkey. In 1990s, Welfare Party which had an Islamic background came to power both in local and national level and gave way to the rise of an Islamic bourgeoisie. This has caused Islamic groups to have high standards of consumption and to integrate into the modern life. Thus a luxury way of consumption and a modern lifestyle were normalized for Islamic groups and fashion became an indication of the high-standard life for Islamic women. Âlâ magazine, published by the Islamic women groups, seems to be a fashion based magazine which has aesthetic concerns and encourages readers to have a luxury way of consumption. This study, analyzes the normalization of headscarf in the public life through fashion and consumption and the transformation of the Islamic women’s discourses in Turkey over Âlâ magazine. Such questions as “how Âlâ magazine perceives the luxury consumption” and “what role it gives to the Islamic women in the public and private domains” are analyzed through the review of articles, advertisements and fashion shoots published in the magazine. This study also compares the new Islamic women model proposed by the Âlâ magazine with the women type proposed by the traditional Islamic point of view which was politically active in Turkish public sphere during the 1980s.

Key Words: Islamism, luxury consumption, Âlâ magazine, Islamic women discourses, modern lifestyles

ÖN SÖZ

Bu çalışmada, Türkiye'de İslami kadın algısının dönüşümünü hedef kitlesi orta-üst gelire sahip, dış görünümüne özen gösteren, lüks ve modern yaşam biçimlerine entegre olmuş İslami kesimin kadınları olan Âlâ dergisi üzerinden analiz etmeye çalıştım. Günümüzde İslami kadının kamusal alandaki varlığının normalleşmesi, kadından beklenen görevler, başörtüsü ile modern yaşama entegre olma durumu geleneksel İslami bakış ve 1980 sonrası "siyasal İslam" olarak nitelendirilen İslamcılık hareketi içerisinde kadına bakış ile karşılaştırılarak sundum. İslami kadın öznenin baş örtüsü ile hem iş yaşamında hem de sosyal yaşamın her alanında varlığı normalleşirken, İslami kadın öznenin karşıtlığı üzerinden kendini ifade ettiği "modern/batılı kadın özneye" benzeyişini göstermeye çalıştım. Dergi, toplumsal alandan dışlanmış, eve ya da yetkinlik gerektirmeyen alt rütbeli işlere mahkum başörtülü kadın algısının ve diğer taraftan başörtüsü mücadelesi ile ön plana çıkmış, dışıl olarak değil fikirleriyle görünür olan İslami kadın algısının dönüşümünü göstermektedir. Dergi, başörtüsüyle eğitilmiş, başarılı ve estetik görünen, bunun için çabalayan "dışı" bir özne sunmaktadır ve bu özne alışılmış İslami kadından çok farklıdır.

Bu çalışmayı hazırlarken çoğu kez çalışmadan uzaklaştım, motivasyonumu geri kazarak tekrar konsantre olmak oldukça zor oldu. Bu süreçte bana karşı her zaman sabırlı olan, kıymetli fikirleriyle yardımını hiçbir zaman esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Ömer Çaha'ya en içten teşekkürlerimi iletmeyi bir borç bilirim. Çalışmamızı destekleyen Yıldız Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'ne sağladığı kaynak desteği için teşekkür ederim. Son olarak her zaman ve koşulda yanımda olan aileme minnettarım, bu çalışmayı bitirmem için de çok fazla teşvikte bulundular, teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ÖN SÖZ.....	VI
TABLolar LİSTESİ	IX
1. GİRİŞ.....	1
2. TÜRKİYE’DE İSLAMCILIĞA BAKIŞ	5
2.1. Bir Toplumsal/Siyasal Hareket Olarak Türkiye’de İslamcılığın Yükselişi.....	7
2.2. Türkiye İslamcılığında Kadın	13
2.2.1. Örtünme	15
2.2.2. Kadının Ev İçi Rollerı	19
2.2.3. Kamusal Görünürlük/ Eğitim ve Çalışma Hayatı	23
2.2.4. Değişen Yaşam Biçimleri: İslami Kesimin Moda ve Tüketim ile İlişkisi ...	27
3. ÂLÂ DERGİSİNİN ELE ALINAN KONULAR BAKIMINDAN ANALİZİ.....	33
3.1. Verilerin Analizi ve Yöntem	33
3.2. Derginin Ele Aldığı Konular	35
3.2.1. Âlâ Hukuk	39
3.2.2. Âlâ Ruhıyat.....	41
3.2.3. Âlâ Manevıyat.....	43
3.2.4. Âlâ Tarih ve Sanat.....	45
4. ÂLÂ DERGİSİNDE İSLAMİ KADIN ALGISI.....	50
4.1. Değişen Yaşam Biçimleri.....	50
4.1.1. Lüks Tüketim ve Moda	50
4.1.2. Güzellik, Bakım ve Estetik.....	55
4.1.3. Yeni Yaşam Biçimleri	58
4.2. Âlâ Dergide Kadının Kamusal ve Özel Alandaki Varlığına Bakış	63
4.2.1. Kendi Başarı Hikayesini Yaratmak Ya da Sermaye ile Girişimci Ruhı Buluştırmak	64
4.2.2. Sosyal Sorumluluk Faaliyetleriyle Cemiyet Hayatında Görünür Olmak...	67
4.2.3. Tesettürlü Kadının Modayla Bağını Sıkılaştıran Bir Etmen: İş Kadını Olmak.....	68
4.2.4. Dergide Başörtüsünün Siyasal Olarak Normalleşmesi	69
4.2.5. İş ve Özel Yaşam Dengesinin Sağlayıcısı Kadınlar	71
5. ÂLÂ DERGİSİ VE İSLAMİ KADIN ROLÜNÜN DÖNÜŞÜMÜ	74

5.1.	1980'lerden 2000'li Yıllara İslami Kadın Algısının Değişimi	74
5.2.	Âlâ Dergisi Ve İslami Kadın Bedenine İlişkin Değişen Algı	77
5.3.	İslami Kadın Dergilerinden Âlâ'ya Değişen Kadın Rollerini.....	79
5.4.	İslami Kadın, Moda ve Lüks: Yargılamadan Hayranlığa.....	81
6.	SONUÇ	84
	KAYNAKÇA.....	88
	ÖZ GEÇMİŞ.....	92

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: İncelen sayılarda yer alan yazıların konulara göre dağılımı 37

Tablo 2: Moda çekimlerinin ve reklamların dergideki oranı 38

1. GİRİŞ

Bir toplumsal ve siyasal hareket olarak İslamcılık 1980 sonrası dönemde hem Batı modernizmine hem de geleneksel İslam'a eleştiriler yöneltmek yoluyla büyük bir yükselişe geçmiştir. İslamcılık, Kemalizm'in dayattığı yaşam tarzına da karşı çıkarak İslami temellere dayalı bir yaşam tarzı önermiştir. Batı modernliğine boyun eğmeden İslami otantikliği yeniden tanımlamaya çalışan yazarlar ile düşünsel altyapı oluşturulmuştur, ancak Türkiye'de siyasal olarak İslami bir yönetime götürecek devrimci hareketler gerçekleşmemiştir. Bunun yerine İslami olanın normalleştiği bir süreç başlamıştır. Bu ilk başlarda, sınırları belirlenmiş olan laiklik ilkesinin çiğnenmesi olarak algılanmış, ancak daha sonra demokratik unsurlar çerçevesinde değerlendirilerek normalleşmesinin yolu açılmıştır.

Kemalizm'in sunduğu modernleşme projesinde olduğu gibi İslamcılığın sunduğu modelde de kadın merkezi öneme sahiptir. Laik-İslamcı tartışmaları büyük ölçüde kadının örtülü durumu üzerinden yapılmıştır. Bu tartışmalar uzun yıllar boyunca Türkiye gündeminin en önemli konusu halinde kalarak birçok olaya neden olmuş ve toplumsal hafıza da önemli izler bırakmıştır. İslami arka plana sahip Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidara gelmesi ve 13 yıldır Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ni yönetiyor olması toplumsal alanda da birçok dönüşüme yol açmıştır. Bu dönüşümü bir dönem büyük tartışmalara yol açan başörtüsü meselesinin normalleşerek başörtülü kadınların kamusal alanda örtülü olarak rahatça yer alabilmeleri üzerinden görebiliyoruz.

Beni bu çalışmayı yapmaya iten Âlâ derginin yayımlandığı ilk dönemde kamuoyunda yarattığı tartışmalardır. Dergi, medya ve sosyal medya üzerinden hem muhafazakâr hem de laik kesimler tarafından tartışma konusu olmuştur. İslam ile modanın bir arada anılamayacağı, tüketime özendirilmenin İslam ile uyumlu olamayacağı ve bu dergilerin İslam'ın içini boşaltarak kadını dışıl bir estetik obje ve

örtüyü de bir aksesuar konumuna getirdiği tartışmaların odak noktasıdır. Bu çalışmada, İslami olanın siyasal olarak merkezi konuma yerleşmesi ve ekonomik imkanlara sahip olmasıyla yaşam biçimlerinin de modernleştiği, lüksün İslami olanının üretildiği tezini “kadın” üzerinden Âlâ dergi örneği ile sunmaya çalıştım.

Âlâ dergisinin Temmuz 2015 itibariyle 47 sayısı yayımlanmıştır. Çalışmada yayımlanan 47 sayının 28 tanesi incelenmiştir. Dergilerden örneklem seçilirken her yılın her mevsiminden sayı olmasını sağlamaya çalıştım. Moda sezonluk olarak değiştiğinden her mevsimden örneğe yer vermenin derginin eğilimlerini göstermesi açısından önemli gördüm. Bu doğrultuda 2012, 2013 ve 2014 yıllarının Ocak, Şubat, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık sayılarını, 2011 yılının ise dergi 2011 Haziran ayında yayın hayatına başladığı için Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık sayılarını analiz ettim. Çalışma, İslami kadın algısının dönüşümünü ele aldığından çalışmamda izlediğim yöntem, 1980’lerde bir siyasal hareket olarak baş gösteren ve mücadelesine 1990’larda devam eden İslamcılığın ilgili dönemlerde kadına bakışı ile siyasal olarak merkeze oturduktan ve ekonomik olarak yükseldikten sonra bir nevi İslami olanın normalleşmesinden sonra, baş örtüsü ile var olabilmek için mücadele eden İslamcı kadınlar ile Âlâ dergide örneklerini gördüğümüz modern ve lüks yaşam ile İslami olanı sentezleyen başörtülü kadınları hem literatür taraması hem de dergilerin görsel ve yazınsal verileriyle karşılaştırmaya dayanmaktadır. Bunu yaparken izlenen yöntem literatür taraması ve dergilerin hem nicel hem de nitel analizidir.

Çalışmamın ilk bölümünde Türkiye’de İslamcılığın yükselmesinin ardında yatan etmenlere kısaca değindikten sonra Türkiye’de İslamcılığın “kadın” özelinde tarihsel seyrini literatür okumalarıyla sundum. Burada çalışmanın dergi analizi bölümüyle bütünlüğü sağlaması açısından İslamcı düşüncenin kadına bakışını örtünme, ev içi roller, kamusal görünürlük/egitim ve çalışma hayatı ve İslami kesimin moda ve tüketim ile ilişkisi üzerinden ele aldım.

İkinci bölümde verilerin analizine yoğunlaştım ve derginin ele aldığı konuları yazı sayısına göre sınıflandırdım. İkinci bölümde bunun dışında derginin odak noktaları olan örtünme/tesettür modası, ev ve çalışma yaşamı gibi konuların dışında kalan ancak bir dönüşüm içerisinde olan İslami kadın objeye sunulan hayata bakış

biçimlerini göstermesi açısından önemli bulduğum yeni başlıklara yer verdim. Âlâ Hukuk, Âlâ Ruhیات, Âlâ Maneviyat ve Âlâ Tarih&Sanat bölümleri çalışmaya başlarken hiç aklımda yoktu ancak dergide içerik olarak önemli yer kapladıklarını görünce İslami kadın okurlara bu bölümde verilen mesajların çalışma açısından önemli olduğu kanısına vararak bu bölümleri oluşturdum. Özellikle Âlâ Hukuk ve Âlâ Ruhیات bölümleri ortaya koymaya çalıştığım dönüşümü göstermeleri açısından oldukça faydalı oldu.

Âlâ Hukuk bölümünde yer alan ve kadına boşanma esnasındaki haklarını anlatan yazılar İslamcılık düşüncesinde olumsuz olarak görülen boşanmanın İslami kesim için normalleşmesini göstermesi açısından önemlidir. Yine Âlâ Hukuk bölümünde iş yaşamındaki haklar üzerine yer verilen yazılar, başörtülü kadınların beyaz yakalı çalışan olarak varlığının sualsiz göstergesini oluşturmaktadır. Âlâ Ruhیات bölümünde ise psikologların kadınların ruh halleri üzerine yazdığı yazılar kolektif bilinç içerisinde değerlendirilen İslami kadın öznenin bireyselleşmesinin bir göstereni olması açısından önemlidir. Bu bölümlerde ağırlıklı olarak kadının önce kendi mutluluğuna erişmesi öğütlenmektedir; tabi kadının mutluluğunun ailenin mutluluğuna yol açacağı notu unutulmadan. Kadın, ataerkil bakış açısının sonucu olarak elbette dergide de aile içindeki önemli rolü kapsamında ele alınmaktadır; ancak kendi başarı öyküsünü yazan kadınların hikayeleri, kadınlara kendi başlarına var olmalarını öğütleyen yazılar yine de İslami kadının bir birey olarak varlığının önemini göstermesi açısından kayda değerdir.

Üçüncü bölüm çalışmanın bel kemiğini oluşturdu. Burada İslami kadın algısının dönüşümünü Âlâ dergi üzerinden analiz ettim. Âlâ dergi, modanın ve tüketimin en ön sırada okuyucuya sunulduğu, her türlü gösteriş ve lüksün bir nevi “İslamca”sını hedef kitlesine sunan bir dergidir. Bu başlangıçtaki düşüncemdi ve çalışma boyunca hiç değişmedi. Ancak derginin birçok sayısını inceledikten sonra söylenebilecek bir şeyler daha var. Çalışmanın konusu İslamcı kadın algısının dönüşümü ve ben bu dönüşümü Âlâ dergi üzerinden okumaya çalıştım. Ancak şunu gözden kaçırmamak gerekmektedir: Âlâ dergisi toplumsal olarak orta-üst ekonomik gelir düzeyine sahip İslami yaşam tarzını benimsemiş insanlara hitap etmektedir. Buradaki analizleri toplumun tamamına yaymak mümkün değildir. Çalışma sonucunda söylenebilecek şeyler; Adalet ve Kalkınma Partisi döneminde, İslami

kesimlerin ekonomik yükselişı sonucunda bu kesimlerin yaşam biçimlerinin dönüşmüş, lüks ve zenginliğin göstergesi olabilecek forma girmiş olmasıdır. Bu yeni dönemde İslami olan ile batılı/modern olarak nitelendirilen yaşam biçimleri iç içe girmiş ve İslamcılar tarafından uzun yıllar boyunca olumsuz görülen unsurlar İslami kesimler tarafından İslami olana evrilerek benimsenmiştir. Merkezde yer almanın getirdiklerinin ve tüketimin İslamcası olmasının dışında dergi, görselleri ve reklamları ile diğer kadın moda dergileriyle aynı konumda ancak bu kez başörtülü kadını bir estetik obje haline getiren bir tüketim aracıdır. Çalışma ilerledikçe başlangıçtaki fikrimdeki tek değişim ise dergide yer alan bazı yazılar ile derginin İslami kadının toplumsal algıdaki normalleşmenin bir göstergesini oluşturmasıdır. Bu açıdan dergi kadınların örtüleriyle güzel, eğitilmiş ve başarılı olarak “görünür” olmalarının kanıtıdır.

Çalışmamı, dergi analizinden elde ettiğim verileri 1980’ler ve 1990’lardaki Türkiye’de İslami düşüncenin bir siyasal hareket olarak yükseldiği ve toplumsal alanda başörtüsü eylemleriyle yankı uyandırarak radikalleşme olarak değerlendirildiği dönemin kadın algısıyla, başörtüsünün kamusal yaşamdaki engellerinin kalktığı ve normalleştiği, aynı zamanda siyasal ve ekonomik imkanlarla sınıf atladığı günümüzde yayımlanmakta olan Âlâ dergisinde sunulan kadın modeli ile karşılaştırdığım dördüncü bölüm ile sonlandırdım. Bu bölüm, çalışma boyunca değindiğim konular ve elde edilen bulguları toplu halde sunması ve çalışmamın amacı olan Türkiye’de İslami kadın algısının dönüşümünü önceki dönemlerle yaptığım karşılaştırmalar ile bütün halde göstermesi açısından önemlidir. Bu anlamda dördüncü bölüm, çalışmamın toparlanmasını ve ulaşılan sonuçların bir bütünlük içerisinde gösterilmesini sağlamaktadır.

2. TÜRKİYE’DE İSLAMCILIĞA BAKIŞ

Türkiye’de İslamcı hareketler, Cumhuriyet’in modernleşme projesinin ardından farklı düşünce ve yaşam biçimlerinin toplumsal alana sirayet edebilme fırsatı bulabilmesi açısından çok önemli bir döneme işaret etmektedir. İslamcı hareket, Cumhuriyet ideolojisinin, toplumun her alanını dönüştürme projesi ile paralel bir şekilde toplumsal alana nüfuz etme ve toplumsal olanı dönüştürme ideali içerisinde olmuştur. Nasıl ki Cumhuriyet ile birlikte adım adım toplumsal alan dönüştürülmeye çalışılmışsa (Batı’nın sadece bilim ve tekniğini değil aynı zamanda yaşam tarzını da benimseyerek medenileşme amacına yönelik olarak), İslamcı hareket de “İslam” a uygun biçimde toplumsal olanı dönüştürmeyi amaçlamıştır. Bu açıdan 1980’ler Kemalist hegemonya için dönüm noktasına işaret etmektedir. 1980 askeri darbesi sonrası devlet kanadında benimsenen Türk-İslam Sentezi ideolojisi, Kemalizm tarafından dışlanan İslam’ın devlet ideolojisinin bileşenlerinden biri haline gelmesine neden olmuştur. Elbette ki 1980’lerde İslamcılığın yükselmesinin ardındaki tek etmen bu değildir ve Türkiye’de İslamcılık bir anda 1980 sonrasında ortaya çıkmamıştır.

Ancak Cumhuriyet ideolojisi ile daha çok özel alana hapsedilen ve politik alanda etkin bir varlık gösteremeyen İslamcılığın 1980’lerden itibaren politik sahnede varlık göstermeye başlamasının ve yükselen bir toplumsal hareket olarak taleplerini siyasal ve toplumsal arenada yüksek sesle dile getirmesinin Türk siyasal yaşamının son 35 yılına damgasını vurduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İslamcılığın 1980 sonrası yükselişinin ardında birçok etmen vardır; tüm dünyadaki dine dönüş dalgası (materyalist dünyaya manevi değerleri yükselterek verilen tepki), Türkiye’nin tarihiyle yüzleşerek Kemalizm’e eleştiriler getirebilecek toplumsal atmosfere sahip olması (hem Kemalizm’e tepkiler dile getirilmeye başlanmıştır hem de modernist paradigmanın sorgusuz sualsiz kabulüne karşı gelinerek alternatifler oluşturma yoluna gidilmiştir; bu düşünsel ortam Kemalizm ile görünmez kılınan farklı

kesimlerin gün yüzüne çıkmasına ortam sağlamıştır)¹, İslam ülkelerindeki İslami uyanış (sınır komşumuz İran'daki İslam Devrimi'nin Müslümanlar için çok önemli bir hareket olduğu yadsınamaz) İslamcılığın yükselmesinin arka planındaki etmenlerdir. Bunlara ek olarak, 1980 sonrası Turgut Özal dönemi ile birlikte yaşanan hem ekonomik hem de düşünsel liberalleşme ortamı Cumhuriyet tarihi boyunca toplumun bazı kesimlerine karşı kapalı olan elitist bürokratik yapının kapılarının halka açılmasına yardımcı olmuş ve İslami kesimler için bir fırsatlar alanı oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu serbestleşme ortamında İslami kesimler ekonomik olarak yükselme şansı bulmuştur.² Bu çalışmanın odak noktası da İslami kesimin ekonomik yükselişi ve çevreden merkeze hatta iktidara yerleşmesinin İslami kesimlerde, Müslüman kadın üzerinde yarattığı değişimlerdir. Kamusal alan ve imkanlarıyla buluşma, özellikle de ekonomik imkanlara kavuşma İslami kesim için çok önemli bir dünyevileşme trendinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.³ Bu trendin kökleri 1980'lerde İslami hareketin Türkiye'de politik alanda varlık bulmasıyla atılmıştır. 1980 ve 1990'larda yükselen İslamcılık 2000'lerde merkezi konuma yerleşmiştir ve bir önceki 20 yılda gösterdiği radikal tavırdan uzaklaşarak, kendisini karşıtlığı üzerinden tanımladığı modernizmin çoğu ritüelini bünyesine katarak büyük bir dönüşüm geçirmiştir.

Bu bölümde, Türkiye'de İslamcılığın yükseldiği 1980'ler ve 1990'ların siyasi atmosferine değineceğim. Bu bağlamda 1980'lerin ikinci yarısı ve 1990'larda İslamcılığın radikalleşmesine yol açan siyasi olaylar, İslami kesimin bu olaylar karşısındaki tavrı, 1980'lere kadar kamusal alanda varlık göstermeyen İslamcı kadınların bu mücadeleye dahil olması ve bu mücadeledeki rolleri üzerinde duracağım. 28 Şubat, İslamcılığa darbe vurmaya amaçlarken aslında günümüz Türkiye'sinin İslami kökenli iktidarının yolunu açtı. Ekonomik ve siyasal olarak güç kazanan İslami kesim, bu güç ile merkezileşerek ve merkezileştikçe de radikallikten

¹ Ömer Çaha, **Bitmeyen Beraberlik Modern Dünyada Din ve Devlet**, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2008), s.199-202.

² A.g.e., s. 194-200. Ayrıca yine Türkiye'de İslamcılığın yükselmesinin ardında yatan etmenler için bkz. Ömer Çaha, "Ana Temalarıyla 1980 Sonrası İslami Uyanış", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce**, 3. Baskı, Cilt 6, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2011), s. 475-502.

³ Çaha, **Bitmeyen Beraberlik**, a.g.e., s. 222.

uzaklaşarak modernleşme eğilimi gösterdi. Bu modernleşmeye giden yolda İslami kesimin yüzleştiği sorunlar ve geçirdiği aşamalar bu bölümde ele alınacaktır.

2.1. Bir Toplumsal/Siyasal Hareket Olarak Türkiye’de İslamcılığın Yükselişi

Kemalist devrimler ve tek parti yönetimi, Türkiye’de toplumsal ve siyasi alanın Osmanlı ve İslam ile tüm bağlarını koparma yoluna gitmiştir. Bu düzlemde, İslamiyet öncesinde var olduğu iddiasıyla bir takım Türklük özelliklerine gönderme yapılmış ve böylelikle (İslam’dan ayrı olan Türklük özelliklerinin ön plana çıkarılmasıyla) Batılılaşma ideali meşrulaştırılmıştır.⁴ Bu idealde kadına büyük bir görev düşmektedir; batılılaşmak ya da batılı gibi görünmek. Görünmenin anlamı büyüktür; hem Cumhuriyetin idealize ettiği kadın tipi, hem de kendini İslamcı olarak tanımlayan kadınlar görünüşleri üzerinden ayrışır. “Görüntü” üzerinden varlık kazanan bu ayrışma kutuplaşmaların söylemsel düzeyine tekabül etmektedir. Cumhuriyetin kadın projesine bakacak olursak, modernleşme Müslüman Osmanlı kadınının norm olarak konan Batılı kadına evrilerek sekülerleşmesine denk düşmektedir.⁵ Kadının değerli olması ve kabul görmesi Cumhuriyet kadınına örnek teşkil etmesi gerektiği düşünülen Batılı kadın profilini içselleştirmesi ile paralel görülmekteydi.⁶ Cumhuriyet rejimi modern görünümlü kadın imajı ile Batılı kadın profilini oluşturmuş ve bunun üzerinden geleneksel Osmanlı toplumundan ayrılışını göstermiştir. Cumhuriyet için kadın meselesi hem İslam geleneğinden kopuşu hem de batılılaşma idealinin gerçekleştirilmesinde önemli bir basamağı simgelediği için çok önemli görülmüştür.⁷ Batılı/modern görünümlü kadınların kamusal hayatla bütünleşerek sisteme dahil olması sağlanırken İslami olanı dışarıda bırakan bir rota izlenmiştir.

Türkiye’de Cumhuriyetin kuruluşunu izleyen dönemde din kurumlarının devlet kontrolüne alınmasına tekabül eden bir “laiklik” uygulanmıştır. Dini gruplar laiklik ve demokrasinin önünde engel olarak görülmüş ve hem kamu hayatında hem

⁴ Haldun Gülalp, **Kimlikler Siyaseti. Türkiye’de Siyasal İslamın Temelleri**, (İstanbul: Metis Yayınları, 2003), s. 34.

⁵ Yıldız Ramazanoğlu, “Cumhuriyet’in Dindar Kadınlar”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, s. 804.

⁶ Ramazanoğlu, a.g.m., s. 805.

⁷ Ömer Çaha, **Sivil Kadın**, (Ankara: Savaş Yayınevi), 2000, s. 137.

de özel hayatta İslam'ın etkinliği azaltılmaya çalışılmıştır.⁸ Devletin dinsel yaşam üzerindeki bu kontrolü, Türkiye'de daha uysal ve ılımlı bir dinsel anlayışın yaygınlaşmasına neden olmuştur.⁹ Bu uysal ve ılımlı olarak nitelendirilebilecek dinsel anlayış Cumhuriyet yönetiminin her zaman varlığını devam ettirebilmesi kapsamında bu şekilde değerlendirilebilir ancak aktif ya da pasif her zaman İslami öğeler varlık göstermiştir. Türkiye'de ulus-devlet inşa sürecinde ulusal bir kültürün oluşturulması sekülerizm ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır ancak siyasal İslam her zaman seküler milliyetçiliğin otoriter ve dışlayıcı siyasetine karşı direniş içerisinde olmuştur.¹⁰ Cumhuriyet'in ilanı İslamcılar açısından olumsuz uygulamalara, bir kabuğa çekilmeye yol açsa da esasında onu besleyen çok önemli bir olgudur. Yeni rejimin, Cumhuriyet'in benimsediği laiklik ilkesiyle İslam, siyasal ve toplumsal dayanaklarından yoksun bırakılarak kişisel bir vicdan meselesi olarak kabul edilmiş, kamusal ve siyasal alanın dışarısında bırakılmış ve uygulanan laiklik politikaları İslamcılığı mecburi bir geri çekilmeye yöneltmiştir. Medreselerin, tekke ve zaviyelerin yeni rejim tarafından kapatılması, Osmanlı dönemi modernleşme hareketlerinden beri gün be gün gücünü kaybeden ulemanın tamamıyla etkisiz hale gelmesine ve İslamcılığı besleyen tüm kanalların tıkanmasına yol açmıştır.¹¹ Ancak bu radikal uygulamalar karşısından İslamcılık ve İslamcı kesimler tamamen ortadan kaybolmamış, faaliyetlerini gizlice devam ettirmek durumunda kalmışlardır. İslamcılığın, elverişli siyasal ve toplumsal alanı bulur bulmaz yükselmesi ve uzun yıllardır Türkiye gündeminin en önemli tartışmalarından biri olarak yerini koruması Cumhuriyetten başlayarak hemen her dönemde devam eden İslam'a karşı baskıcı/kontrol altında tutmaya yönelik uygulamaların sonucudur demek kanımca hiç de yanlış olmayacaktır.

Cumhuriyet Türkiye'sinde İslam'ın yükselişi 1950'lerden itibaren görülmeye başlanmıştır. Çok partili sisteme geçiş ile gelen kısmi özgürlük ortamı sayesinde,

⁸ Yeşim Arat, "Feminizm ve İslam: *Kadın ve Aile* Dergisinin Düşündürdükleri", **1980ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Der: Şirin Tekeli, 4. Baskı, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2010), s. 92.

⁹ Çaha, **Bitmeyen Beraberlik**, a.g.e., s. 44.

¹⁰ Nilüfer Göle, **Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar**, (İstanbul: Metis Yayınları 2012), s. 16.

¹¹ Çağla Kubilay, **İslamcı Söylemde Kamusal Alan ve Türban Tartışmaları**, (İstanbul: Libra Yayıncılık ve Kitapçılık, 2010), s. 71.

Kemalist devrim ile yer altına inmek zorunda kalan İslami kesimler, kendilerini ifade etme ortamı bularak siyaset içerisinde etkinlik kazanmaya başlamışlardır. 1950’lerdeki İslami canlanış, daha çok kitlelerin bastırılmış ve yasaklanmış inançlarını özel alanda yaşama talebine yöneliktir. 1950’lerdeki en önemli talep, çocuklarına dinsel eğitim verme imkanına kavuşmak ve bir araya gelerek Kuran, hadis okumak gibi İslami değerleri paylaşmak şeklindeydi. Ancak zamanla İslami kesimin talepleri özel alanla sınırlı olmaktan çıkarak kamusal alana da taşındı. Kamusal alanda dinsel eğitime kavuşma talebi, Kuran kursları ve imam hatiplerin yaygınlaşması şeklinde kendini gösterdi.¹² 1950’lerden itibaren tarikatlar ile Demokrat Parti (DP) arasında kurulan ittifaklar, İslamcılığın siyasal alana girmesine olanak sağlamıştır. 1960 askeri darbesi siyasal alanda yeni yeni varlık gösteren bu oluşumun gücünün kırılmasına ve siyaset sahnesinde etkisiz hale gelmesine yol açmıştır. 1960’lar ve 1970’lerde İslamcı aktörler toplumsal nüfuza sahip olamamıştır. 1980’ler bu açıdan bir kırılma noktası olarak görülebilir. 1980’lerden sonra dünya çapında “çok sayıda doğrunun birbiriyle yarıştığı, çok farklı değer ve kültür sistemlerinin kendi üstünlüklerini ortaya attığı” bir dönemde Türkiye’de de İslamcılık siyasi sahnede kendini göstermeye başlamıştır.¹³ Dünya ölçeğinde düşünsel hareketlere ek olarak “1980 sonrasında devlet, din kurumlarının gelişmesine yardımcı olmuştur.”¹⁴ Esasında Türkiye’de tek parti döneminin sona ermesi¹⁵ ve Demokrat Parti’nin iktidara gelmesi, Kemalist modernleşmecî projenin toplumun her katmanınca içselleştirilmediğinin bir göstergesi olmuştur. Ancak bu içselleştirilmeyişin bir hareket halini alması için bazı koşulların olgunlaşması gerekmektedir. Modernitenin kutsallığının sorgulanır hale gelmesi ve dünya

¹² Çaha, **Bitmeyen Beraberlik**, a.g.e., s. 188-189.

¹³ Gülalp, a.g.e., s. 9. Ayrıca İslamcılığın kavramsal olarak ele alınışı ve Türkiye coğrafyasındaki tarihsel seyri için bkz. Zerrin Kurtoglu, “Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Siyaset” **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, a.g.e., s. 201-216.

¹⁴ Arat, a.g.m., s. 92.

¹⁵ 1950-1970 arasında İslami kesimler taleplerini sağ partiler içerisinde dillendirme imkanı buldular. 1970lerde kendi partilerini kuracak deneyim ve cesarete kavuştular, 1980 sonrasında ise sosyal alandaki değişimden de etkilenmenin sonucunda İslami duyarlılık üzerine temellenen siyaset ortaya çıktı. Bkz. Etyen Mahçupyan, **Türkiye’yi Anlamak. Zihniyet, Değişim ve Kriz**, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2008), s. 268. Ayrıca İslamcılığın sosyolojik analizi için bkz. Nuh Yılmaz, “İslamcılık, AKP, Siyaset”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, a.g.e, s. 604-619. İlgili makalede Yılmaz, İslamcılığın Türkiye’de taşra kökenli, merkeze mesafeli, bulabildiği her türlü araçla merkeze ortak olmaya çalışan karakterine değinmiştir.

ölçeğinde farklı kimlik hareketlerinin yükselmesi, Türkiye İslamcılığının varlık göstermesi için paralel bir düzlem oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

1980'lerden itibaren Türkiye'de İslamcılık hiç görülmedik ölçüde güç kazanarak karşı hegemonik bir güç haline gelmeyi başarmıştır. 1980'ler Kemalist hegemonya açısından bir dönüm noktasına işaret etmektedir. 1980'lerde İran İslam Devrimi'nin dünyadaki ve Türkiye'deki Müslümanlar üzerindeki etkisi, Modernliğin krizinin Türkiye'de Kemalizm eleştirisine yol açması ve böylece bastırılan unsurların varlık alanı bulabilmesi İslamcılığın yükselişine zemin hazırlamıştır. Bu zeminde, yine 1980'lerde uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar, geleneksel olarak dindar olan Anadolu sermayesinin güçlenmesine katkıda bulunmuştur.¹⁶ Anadolu sermayesinin güçlenmesi özellikle 1990'larda, İslami yaşam biçimlerine ait unsurların, özellikle türbanın kamusal görünürlülüğü ile İslamcı programa sahip olan partilerin siyasal alanda etkinleşmesine ve Türkiye gündeminin "laik-dinsel" karşıtlığı eksenine taşınmasına neden olmuştur.¹⁷

İslam'ın görünürlüğü tartışmaları çerçevesinde Nilüfer Göle çağdaş İslamcılığın iki farklı aşaması olduğunu öne sürmektedir. Buna göre ilk aşama 1970'lerin sonunda başlayan ve 1979 İran İslam Devrimi ile doruğa ulaşan kitlesel seferberlikler, İslami militanlık, kolektif bir İslami kimlik arayışı ve bu doğrultuda dinsel bir siyasal yönetimin uygulamaya konulmasını amaçlayan süreçtir. Göle'ye göre ikinci aşamada devrimci coşku azalmıştır, "ideolojik koronun yerini çeşitli sesler almış, kolektif militanlığa mesafe koyma ve bireyselleşme süreci yaşanmış ve bu da İslamcılığı dinsel devrimden çıkışa götürmüştür." Bu aşamada İslami aktörler modern şehir mekanlarına karışır, küresel iletişim ağlarını kullanır, kamusal tartışmalara katılır, tüketim kalıplarını takip ederek piyasa kurallarını öğrenir, seküler zamana adım atarak profesyonellik, tüketicilik gibi değerlerle tanışırlar. Yani ikinci dalga, radikal tavırdan uzaklaşarak, "daha toplumsal ve kültürel bir yönelimi benimseyen, bununla birlikte kitlesel seferberlik yetisini de bir miktar kaybetmiş ve bundan ötürü bazı araştırmacıların İslamcılığın sonunu ve siyasal İslam'ın

¹⁶ Kubilay, a.g.e., s. 16-17.

¹⁷ A.g.e., s. 35.

başarısızlığını ilan etmesine yol açan” söylemlere sebep olmuştur.¹⁸ Türkiye’de bu sürecin tarihsel olarak daha ileri bir noktada gerçekleştiğini söyleyebiliriz. İlk aşama Türkiye’de 1980’lerin ortasından itibaren başlamış, doruk noktasını türban yasakları sürecindeki eylemler ile yaşamıştır. İkinci aşama ise Refah Partisi’nin 1994 yerel seçimlerindeki başarısı sonrası merkeze hareketlilik ile başlamıştır. 1998 darbesi bu süreci yavaşlatsa da günümüzde İslamcı kadroların merkezi konumunun alt yapısını sağlamıştır. Göle’nin işaret ettiği aşamalar üzerinden değerlendirecek olursak Türkiye’nin ikinci aşamayı AKP’nin iktidara geldiği günden bu yana yaşadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bugün kendini geçmişte İslami olarak tanımlayan kadrolar modern şehir mekanlarında küresel iletişim ağlarını kullanarak modern tüketim kalıplarını takip etmektedir. Bu iktidara sahip olmanın getirdiği ekonomik ve toplumsal olarak merkezileşmenin doğal bir sonucudur.

İslamcılık paradoksal bir biçimde hem moderniteye karşıdır hem de modernleşme sürecinin sonucu olarak varlık göstermiştir. Modernleşme süreçlerine bağlı olarak sosyal hareketliliği ifade ettikleri ölçüde İslamcılık da bir anlamda modernleşmenin ürünüdür.¹⁹ İslami düşüncenin siyasallaşması, Batı modernliğinin dayattığı yaşam tarzı ve insan anlayışı karşısında konum almasıyla gerçekleşmiştir.²⁰ Batı modernliğinin dayattığı yaşam tarzına karşıt bir hareket olarak İslamcılıktan söz ederken bir toplumsal hareket olarak İslamcılığın Müslümanlıktan farkına değinmekte fayda olduğunu düşünmekteyim. İslamcılık Batı’nın olduğu kadar Müslüman kimliğin de verili kategorilerine bir eleştiri getirmektedir. İslamcılık, “Müslüman kimliğini, onu geleneksel yorumlardan kurtararak ve modernleşmeye meydan okuyarak yeniden adlandırmaya ve yapılandırmaya yönelik çabadır.”²¹ Bu çabanın bir ürünü olarak İslam, gelenekten kurtarılmaya çalışılmış, yeniden yorumlanmış ve öze dönüş ile devlet ve topluma nüfuz edebilmeyi içeren bir hareket

¹⁸ Göle, **Seküler ve Dinsel**, s. 90. Ayrıca bkz. Mümtazer Türköne, **Doğum ile Ölüm Arasında İslamcılık**, (İstanbul: Kapı Yayınları, 2012), s. 151-157. Türköne’ye göre İslamcılık bir iktidar projesiydi ve gerçekleşerek ömrünü tamamladı.

¹⁹ Nilüfer Göle, **Melez Desenler. İslam ve Modernlik Üzerine**, 4. Baskı, (İstanbul: Metis Yayınları, 2011), s. 44.

²⁰ A.g.e., s. 12.

²¹ A.g.e., s. 107.

halini almıştır. Bu duruma yönelik “içeriden” bir eleştiriye değinmek yerinde olacaktır;

Çok basit olarak tasvir etmek gerekirse [çağdaş İslam mütefekkirleri] şöyle bir mantık yürütüyorlardı: İslam, tabiatı ve tebliği gereği gerilemenin, mağlubiyetin ve ahlaki çözülüşün sebebi olamazlar. İslam akıl, mantık ve ilim dinidir. Müslümanların ezilmesi, gerçek İslam’dan kaynaklanamaz. O halde kabahat İslam’da değil Müslümanlardadır. Ecdadımız İslam’ı yanlış anladı ve yanlış tanıdı, mağlubiyeti getiren yanlış anlaşılan/yaşanan İslam’dır, İslam’ın bizzat kendisi değildir.²²

Bu şekilde bir yorumlamaya gidilmesi, İslami devletin yüzyıllara yayılan tarihsel biçimlerinin göz ardı edilmesini beraberinde getirmektedir. Buna göre gerçek İslam’ın yaşandığı döneme, Asr-ı Saadete dönüş ütopya değildir. Belirli bir zamanda ve mekanda var olmuş bu gerçekliğe dönüş İslam’ı süreç içerisindeki yanlış yorumlardan kurtaracak ve gerçek İslam’ı yaşamaya olanak sağlayarak²³ Batı’nın dayattığı yaşam biçimine karşı olanlar için “ideal” özlemlerin yaşama geçirilmesini sağlayacaktır. Batı’nın, mutlak gerçeğin herkesi bağlayan değil, bireysel bir vicdan meselesi olduğuna ilişkin varsayımına karşılık, İslam bireye hayatı boyunca rehberlik etmek amacıyla cemaate öncelik tanır ve bu şekilde ortaya konulan İslami özne, Batı modernliği tarafından asimile edilmeyi reddeder.²⁴ Bu açıdan İslami özne, hem geleneksel Müslüman tanımlarından ve rollerinden kurtulma yoluyla hem de modernliğin sunduğu kültürel programa direnme yoluyla kendini göstermektedir. İslami özne Müslüman kimliğinin hem cemaat hem de modernlik tarafından boyunduruk altına alınmasına eleştirel yaklaşan kolektif bir eylem sonucunda doğmuştur ve farklılık, sahicilik, otantiklik arayışları ile modernliğin asimile edici stratejilerine eleştirel bir direnişi ifade etmektedir.²⁵

²² İsmail Kara, **Cumhuriyet Türkiye’sinde Bir Mesele Olarak İslam**, 4. Baskı, (İstanbul: Dergah Yayınları, 2010), s. 367-8.

²³ Göle, **Melez Desenler**, s. 23-4.

²⁴ Nilüfer Göle, **Modern Mahrem. Medeniyet ve Örtünme**, 11. Baskı, (İstanbul: Metis Yayınları, 2011), s. 38-9.

²⁵ Göle, **Seküler ve Dinsel**, s.105.

Özellikle 1980'lerin siyasal toplumsal ve ekonomik atmosferi; Türk-İslam Sentezi ideolojisinin söylemsel ve uygulama alanında varlık göstermesi, İslamcı kesimlerin kamusal talepleri ve bu kimlik göstergeleri ile özellikle üniversitelerde görünürlük kazanmaları, bu görünürlük ile bir nevi Cumhuriyetçiler ile girdikleri tartışmalar, ekonomik imkanlara ulaşma fırsatı, önceki on yıllarda biriken düşünsel alt yapının dünya ölçeğindeki özgürlük ortamı ile kendini ifade etme alanı bulabilmesi İslamcılığın bir harekete dönüşmesine neden olmuştur ve bu hareket siyasal yansımasını Refah Partisi döneminde bulmuştur. İslam'ın öngördüğü temellere dayalı bir kamusal alan yaratmaya yönelik olarak İslamcı politikalar kadın cinselliğinin kontrolü, cinsler arasındaki kamusal ilişkilerin sınırlandırılması, alkol tüketiminin yasaklanması ve erotik sanata sansür gibi uygulamalarla kamusal alanın ahlaki kontrolünü hedeflemiştir.²⁶ Bu şekilde, siyasallaşan İslamcı hareket, Kemalist politikaların toplumsalı Batı'ya uygun şekilde dönüştürme çabasına paralel olarak, toplumsalı İslam'a uygun hale getirerek dönüştürmeyi amaç edinmiştir.

Dünya ölçeğinde modernizme yöneltilen eleştiriler (modernizmin ulaşılmaması gereken tek doğru olduğunun sorgulanması), başta İran'da olmak üzere İslam'a dayalı devlet ve yaşam formlarının gündeme gelmesi ve Kemalist politikalara duyulan tepkinin kendini ifade alanı bulması, Türkiye'de İslamcı hareketin Türkiye'de geniş bir taban ile varlık göstermesine neden olmuştur. Asr-ı Saadet dönemine geri dönüş istemi, oryantalist bakışa tepki olarak geride kalmışlığın sebebinin İslam değil İslam'ın yanlış yorumlanması olduğu görüşü ve çağdaş İslamcı hareketin modern olanla iç içe geçmeye başlaması İslamcılığı yekpare bir olgu olarak ele almayı imkansız kılmaktadır. İslamcılığın yükselmesinin ardında yatan etmenleri ele aldığımız bu bölümün ardından, İslamcı hareketteki dönüşüm de göz önünde bulundurularak kadına atfedilen misyona ve kadının bu hareketteki yeri farklı var olma alanlarıyla ele alınacaktır.

2.2. Türkiye İslamcılığında Kadın

Kadın konusu, hemen hemen tüm Müslüman ülkelerde olduğu gibi Türkiye örneğinde de hem İslamcılığın hem de modernizmin kurgulanmasında merkezi

²⁶ Göle, **Melez Desenler**, s. 84.

öneme sahip olmuştur.²⁷ Türkiye’de laiklik, Cumhuriyet ile yönetilen devlette kamusal alandan dini dışlayan ve İslam’dan arındırılmış kamusal alanda kadınları görmek isteyen bir uygulamalar bütününe tekabül etmektedir. Cumhuriyet reformlarının temelinde kadın haklarında ve kadınların kamusal alanda görünür olmalarında cisimlenmiş “medeni” insan ile sekülerizm aynı kefeye konmaktadır.²⁸ Tanzimat ile Batılılaşmanın bir ideal haline gelmesi, Kemalist ideolojiler doğrultusunda uygulamaların hakim olduğu dönemde Batılılaşmanın/modernleşmenin kilit noktasının kadın olduğunun fark edilmesine ve “kadının” dönüştürülmesine doğru evrilmiştir.²⁹ Modernleşme projesi, kültürel kuralları, yaşam biçimlerini ve cinsel kimlikleri “Batılılaştırma” amacıyla olan bir siyasi arzuyu dayatmaktadır.³⁰ Ancak bu arzunun şekillendirdiği yaşam biçimini içselleştiremeyen kesimler için kendi yaşam biçimlerinin savunucusu haline gelmeleri 1980 sonrası döneme rastlamaktadır. Cumhuriyet’im idealleştirdiği Kemalist kadın tipinden ayrışmanın 1970’lerde başladığını ve bu ayrışmanın önemli bir bacağına İslami kesimde geliştiğini söylemek mümkündür. 1970’lerden itibaren kız çocuklarını okutmaya yönelik önemli bir eğilim oluşmaya başlamıştır. Bu eğilim Kuran kursları ve İmam Hatiplere öncelik vermek biçiminde olsa bile İslamcı kadınların ilerleyen yıllardaki talepleri için önemli bir altyapı oluşturacak ve 1980’lerde kadınların tesettürleriyle kamusal alanda var olma talepleri yüzünden sık sık devletle karşı karşıya kalmasıyla sonuçlanacaktır.³¹

1980’li yıllarda etkili olmaya başlayan İslamcı söylemlerin etkisiyle daha önceki dönemlerdeki sağcı ve muhafazakâr çizgiler taşıyan dindar profil hızla değişmeye başlamıştır, bu dönemde kendini öncesinde ev ve cemaat merkezli faaliyetleriyle tanımlayan Müslüman kadın söyleminin yerini dini konumunu kariyer, sosyal hayat ve kamusal alana yönelik talepleriyle bağdaştırmaya çalışan İslamcı

²⁷ Göle, **Modern Mahrem**, s. 26.

²⁸ Göle, **Seküler ve Dinsel**, s. 55.

²⁹ Ayrıca Tanzimat dönemi, kadınların eğitilmesi, açılması, dışarıya çıkması gibi kamusal alanda kadın görünürlüğünün artmasına neden olan uygulamaların başlangıç dönemi olması hasebiyle önceki mahrem/namahrem ayırımına dayalı uygulamaların sarsılmasına yol açan bir dönemin başlangıcına işaret etmektedir. Bkz. Göle, **Modern Mahrem**, s.56.

³⁰ A.g.e.

³¹ Çaha, *Sivil Kadın*, a.g.e., s. 173.

kadın söylemi almaya başlamıştır.³² Bu söylemin kendini konumlandığı sosyolojik zemin; 1980’lerin ikinci yarısından 1990’lara doğru taşan başörtüsü mücadelesidir. Bu mücadele kendini “mağdurluk”, “kamusal alandan dışlanma”, “kamusal hak talepleri” gibi unsurlar üzerine inşa etmiştir. Türk toplumu için başörtülü kadın olgusu elbette ki hiç yeni değildir. Ancak 1980’lerden itibaren önemli olan, değişen toplumsal ilişkiler içerisinde diğer kadınların yanında başörtülü kadınların da görünürlük kazanmaya başlamasıdır. Bu dönemde, üniversite gençliği, özellikle de türban mücadelesi veren kadınlar, yükselen İslami hareketin sembolü olmuştur, bu gençliğin toplumu İslamileştirmek gibi bir ideali vardır, 1980’lerde ve 1990’larda bu hareketi geleneksel İslam’dan ayıran itici güç budur.³³ Bu bölümde, Türkiye İslamcılığında kadının ne şekilde ele alındığı örtünme, aile yaşamındaki roller ve kamusal görünürlük yani eğitim/çalışma alanına dair söylem ve uygulamalar eşliğinde açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bölümde son olarak, dergi örneğine geçmeden önce İslami kesimlerin yeni entegre olduğu modern yaşam biçimlerine, moda ve tüketim kültürüne değineceğim.

2.2.1.Örtünme

Türkiye’de Batıcılığın önde gelenleri tarafından örtünme, kadınların ve toplumun uygar dünyadan koparılmasının ve geri kalmışlığın sebebi olarak görülmüştür.³⁴ Batılı yaşam tarzının tahakkümünün sorgulanmaya başlanması yeni bir “beden siyaseti”nin baş göstermesine yol açmıştır.³⁵ İslamcı kadınlar, modernleştirici söylemin aksine örtünmenin erkekler ya da başka türden bir insan gücüne boyun eğmek anlamına gelmediğini savunmaktadırlar ve örtünme yoluyla Allah’ın insanlar üzerindeki egemenliğini tanımayı ve bu egemenliğe teslim oluşu simgelediğini dile getirmektedirler.³⁶ İslamcı kesimler için “tesettür özgürleştirir” ifadesi mutlak bir gerçekliğe denk düşmektedir. Çünkü kadın ve erkek ilişkisinin (toplumsal temas anlamında) İslam’a uygun bir şekilde gerçekleşmesi kadınların

³² Cihan Aktaş, “Cemaatten Kamusal Alana İslamcı Kadınlar”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, s. 834.

³³ Metin Sever, **Türban ve Kariyer**, 2. Baskı, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2006), s. 9.

³⁴ Göle, **Modern Mahrem**, a.g.e., s. 29.

³⁵ Göle, **Melez Desenler**, s.122.

³⁶ A.g.e.

mesture durumu ile sağlanabilir. İslamcılar, örtünme ile özgürlük arasında kurulan karşıtlığa karşı çıkararak, örtünmenin kadınların “özgür” seçimi olduğunu ve onları Batılı kültürel kodların hegemonyasından kurtardığını öne sürmektedirler.³⁷ Örtünmenin “erkek baskısı” ile gerçekleştiğini öne süren söylemin aksine yapılan saha çalışmaları kadınların inançları ve “özgür” iradeleri doğrultusunda bu eylemi gerçekleştirdiğini göstermektedir.³⁸

İslamcı kadınların örtünmelerine yönelik olarak bu şekilde geliştirilen bir söylem, kadının erkek karşısındaki ikincil pozisyonunu bu sefer “İslamcı kadın” özelinde yeniden üretmenin bir biçimi halini almaktadır. Türkiye’de kadının örtünmesi en çok kendini laik olarak tanımlayan kesim için tartışma konusu olmuştur. Laik kadın kimliğini savunanlar, İslamcı kadınlar arasındaki farklı giyim tarzlarını eleştirmiş ve çeşitli baş örtme biçimlerinin varlığını sorgulayarak tek tip, formaya benzer bir kadın giyimi olmasını önermişlerdir, kendini liberal olarak tanımlayanlar ise saç göstermeden de şık olunabileceği üzerinden bir dil geliştirmişlerdir.³⁹ Ancak 1980 ve 1990’ların ortalarına kadar, kendini İslamcı davaya adanmış kadınlar için bunun görünen anlamlarının değil içsel manasının önemi üzerinde durulmamıştır, bu kesimler o dönemde İslamcı kadınları anlamaktan çok uzak olmuşlardır. Cihan Aktaş, 1980’lerde başını örten genç kızları; “kadın olarak kendini her türlü medyatik, sosyal, kültürel hatta dini iddialı geleneksel kabullerin ötesinde, dini kaynaklara inerek kavramak ve yeniden tanımlamak isteyen kişilerdi” şeklinde tanımlar.⁴⁰ Aktaş’a göre bu genç kızlar idealistler ve çekirdek bir kadroya has sadakatleri vardı, öğrendiklerini inançları bağlamında hayata geçirme kaygısı taşıyorlardı.⁴¹

³⁷ Nafize Şişman, **Sınırsız Dünyanın Yeni Sınırı Başörtüsü**, 2. Baskı, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2011), s. 21.

³⁸ Bkz. Cihan Aktaş, **Tesettür ve Toplum**, (İstanbul: Nehir Yayınları, 1991), s. 75. Göle, **Modern Mahrem**, s. 122-3. Yıldız Atasoy, “Headscarf Madness: Narratives of Religious Rights”, **Islam’s Marriage with Neoliberalism. State Transformation in Turkey** (Palgrave MacMillan, 2009), s. 227-231.

³⁹ Fatma Barbarosoğlu, **Şov ve Mahrem**, (2. Baskı, İstanbul: Profil Yayıncılık, 2013), s. 74.

⁴⁰ Cihan Aktaş, **Türbanın Yeniden İcadı**, (İstanbul: Kapı Yayınları, 2006), s. 353.

⁴¹ A.g.e.

Örtünmeye karşı olan bakış açıları, örtünün kadın “kişiliğini” öldürdüğünü, kadını toplum ve medeniyetten dışladığını öne sürmektedir.⁴² Ancak İslamcı kesim için ise, kadının kişiliğini ön plana çıkartması, “dişiliğini” örtmesi yoluyla gerçekleşebilecektir. Örtünme üzerinden İslam kişiye bir dayanak sağlar ve manevi bağlılıklar üzerinden bir yaşam tarzını simgeler. Müslüman toplumlarda örtünme, Batılı kadının kamusal alanda varoluş biçiminin öncelikle bedenleriyle oluşuna ve bu biçimiyle erotik ve estetik rekabet ortamına açık bir meta olarak görülmelerine de tepki vermektedir.⁴³ İslam’ın ve İslamcılığın özünde örtünme görmenin önemini ima eder.⁴⁴ Örtü sadece bedene değil hareketlere, bakışlara ve bir birey olarak duruşa da sirayet eder, bir bütünü ifade eder. Bu derin anlamın günümüzde bazı kesimler için değişime uğradığı gerçeğini dergi analizi bölümünde inceleyeceğiz.

Örtünmenin “siyasi” olarak nitelendirilmesi ve siyasi bir hareket içerisinde yer alması, 1980 sonrası üniversiteli “başörtülü” öğrencilerin hareketi ile gerçekleşmiştir. Bu harekette esas olan, örtünmenin geleneksel biçiminden hem “form” olarak hem de “düşünsel düzey” olarak ayrılmasıdır. 1980 sonrası başörtüsü takan üniversite öğrencileri üzerine yapılan saha çalışmaları⁴⁵ form olarak gelenekselden ayrılan başörtüsünün (türban biçimini alması)⁴⁶ ve geleneksel İslam’a eleştirileri içererek gelenekselden radikale geçişe işaret etmektedir. Kamuoyunda başörtüsü ile türban arasında keskin bir ayrım yapılmış, başörtüsü geleneksel olanı simgeleyen, inanç bazlı ve masum olarak nitelendirilirken, türban inançtan öte siyasi bir simge ve militan bir tanımın içerisine sokulmuştur.⁴⁷ Bu süreçte kendini laik olarak tanımlayan kesimler için başörtüsü tartışmalarında hakim yaklaşım geleneksel

⁴² Göle, **Modern Mahrem**, s. 60.

⁴³ Ramazanoğlu, a.g.m., **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, s. 808.

⁴⁴ Göle, **Seküler ve Dinsel Aşınan Sınırlar**, s. 106.

⁴⁵ Göle, a.g.e., s.123-6, Atasoy, “Politics Without Guarantees: The Headscarf Ban.

⁴⁶ 1980lerde batılı/laik kesimlerce geleneksel olandan koparak siyasi bir anlam taşıdığı gerekçesiyle, aşağılama vurgusu da içererek “türban” olarak nitelendirilen başörtüsü biçiminin daha önceki yıllardaki tezahürü için bkz. Çaha, **Sivil Kadın**, a.g.e., s. 309-310. İlgili sayfalarda Çaha konuyu şu şekilde anlatmaktadır; “ 1960’lı yılların ortalarından itibaren kentli ve modern bir kadın olan Şule Yüksel Şenler şık ve zarif bir giyim stili geliştirerek tesettüre girmiştir ve kendi tesettür stilini yayma mücadelesine girişmiştir. Yayıma çalıştığı baş örtüsü modern/seküler kesimlerde büyük bir tepkiye yol açmış, geleneksel başörtüsünden ayırttığı şık ve zarif başörtüsü “şulebaşı” olarak isimlendirilerek aşağılanmıştır. Bu isimlendirme 1980’lerde başörtüsüne dönüşecektir.”

⁴⁷ Atasoy, “Politics Without Guarantees: The Headscarf Ban” s. 173-4., Taha Akyol, **Modernleşme Sürecinde Türban**, (İstanbul: Nesil Yayınları, 2008), s. 67-8. Şişman, a.g.e., s.115.

örtüyü savunmak, politik hareket olarak gördükleri genç kızların örtülerini eleştirmek biçiminde olmuştur. Bu anlayışa göre; köylü bir kadının ya da annenin başını kapaması inancının ve geleneğin göstergesidir ve bu yüzden kabul edilebilirdir, bir bakıma da görünmezdir ancak genç bir kadının başörtüsü “sofu ile geleneksel, kamusal ile modern arasındaki seküler sınırları yıkarak göze çarpar hale gelir.”⁴⁸

Bu genç kızlar sayesinde İslamcı kadınlar kendilerine ayrılan iç mekanlardan çıkarak okul, üniversite, meclis gibi seküler seçkinlere ayrılmış mekanlara girerler ve dinsel ile sekülerin sınırlarını ihlal ederler.⁴⁹ Geleneksel olarak başını örten kadınlar ile 1980 sonrası İslamcı hareket içerisinde yer alan kadınlar kendini laik olarak tanımlayan kesimlerce birbirinden ayrılır ve İslamcı hareket içerisinde yer alanlar aynı oyunun tek oyuncusu gibi değerlendirilirler. Nafize Şişman, yasaklar süresince tüm başörtülülerin toplu bir fotoğrafın içerisine tıktırılarak kişiliğizliğe ve araçsallığa mahkum edildiğini dile getirmektedir.⁵⁰ Başörtüsü yasağı karşısında başörtülü öğrencilerin bunu inançları için taktıklarını ileri sürmek yerine (çünkü bu şekilde meşru bir zemin sağlanamıyordu başörtüsü için) kişi özgürlükleri ve azınlık hakları bağlamında bir söylem oluşturmaları, “içeriden” eleştirilmektedir. Bu görüşe göre; sekülerliğin üst dil olduğu bir ortamda kendi özel ahlakından ve dini görüşünden kaynaklanan bir hak talebinde bulunmak mümkün olmamaktadır.⁵¹

1970’ler ve 1980’lerde ayetler ve hadisler ile savunulmaya çalışılan tesettür, 1990’ları ortalarından itibaren kadın hakları, özgürlük ve ayrımcılık gibi söylemler üzerinden savunulmaya başlanmıştır. Bu da İslamcıların seküler bir üst dil altında Allah’ın emirlerinin savunulmasına eleştiriler getirmelerine yol açmıştır. Günümüze geldiğinde ise dergi analizi ile örneklem aldığımız kesim için 1980’lerde İslamcılık kapsamında savunulan çoğu değer özünden ayrılarak göstergeler dünyasının bir ürünü haline getirildiğini göreceğiz. Tüm bunlar göz önüne alındığında, Müslüman kadınlar başörtüleriyle sınırsız özgürlüğün vuku bulduğu bedene bir sınır çizirken

⁴⁸ Göle, **Seküler ve Dinsel Aşınan Sınırlar**, s. 57.

⁴⁹ A.g.e.

⁵⁰ Şişman, a.g.e., s.146.

⁵¹ Şişman, a.g.e., s. 166.

başka sınırları da ihlal etmektedirler. Laikliğin ve seküler kamusallığın sınırlarını zorlamaktadırlar.⁵²

Özetle, Türkiye’de İslamcı olmayan kesimlerde tesettür ve kadınların İslam’a yönelişine yönelik iki bakış açısı olduğunu söyleyebiliriz. Bu ayrım yukarıda değindiğimiz “başörtüsü” ya da “türban” olarak örtünmeyi farklı kavramlarla nitelendiren dilsel ayrımın düşünsel altyapısını oluşturur. İlki; kültürün geleneksel etkisi sonucunda ortaya çıkmıştır ve gelenekselliğin devamı olarak geri kalmışlığın bir tezahürüdür ve toplumsal gelişme ilerleme ile erimesi arzu edilen bir durumdur.⁵³ Bu yaklaşım yukarıda değindiğimiz “kamusal olarak görünür olmayan”, geleneksel başörtülü ve bu nedenle varlığı kabul edilebilir olan Müslüman kadın profiline denk düşer. İkinci yaklaşım ise tesettürü ideolojik bir tutum olarak ele alır ve irticanın sembolü türban anlayışıyla tesettürü İslami gericiliğin baş unsuru olarak nitelendirir. Tesettürü katıksız ideolojik bir eğilim olarak ele alan bu yaklaşım, İslami kadın öznenin kendi kararı veya inancı doğrultusunda bu forma tabi oluşunu kabul etmez ve İslamcı hareketin koca, ağabey veya bir başka erkek üye aracılığıyla Müslüman kadına dayatıldığı varsayımıyla kadını bir araç olarak görür.⁵⁴ Başörtüsü ve türban üzerinden tartışmalar, Türkiye gündeminde bir taraf olmanın dilsel yansıması şeklinde kendini göstermiştir. Kadının örtüsü türban olarak dile getirildiğinde Kemalist, başörtüsü olarak dile getirildiğinde ise gerici olarak değerlendirilmek olarak kendini göstermiştir.⁵⁵

2.2.2.Kadının Ev İçi Roller

Bu çalışma kapsamında, dini açıdan İslamiyet’in kadına biçtiği roller değil Türkiye’de İslamcılık çerçevesinde kadına ve kadının ev içi rollerine yönelik söyleme yer verilecektir. İslamiyet, cinsler arası ilişkiler ve aile kurumunun İslami bir toplumsal düzeni devam ettirebilmesi için kadına aile kurumunun korunması ile gençlerin İslamiyet’e uygun yetiştirilmeleri hususunda görevler yüklemektedir.⁵⁶

⁵² Şişman, a.g.e., s. 26.

⁵³ Aynur İlyasoğlu, **Örtülü Kimlik**, 4. Baskı,(İstanbul: Metis Yayınları, 2013), s. 50-51.

⁵⁴ A.g.e.

⁵⁵ Emrah Göker, “Örtünme Pratiği ve Kamusalılık”, [http:// istifhanem.com/ 2010/10/30/ ortunmevekamusallik/](http://istifhanem.com/2010/10/30/ortunmevekamusallik/) [05.05.2014].

⁵⁶ Feride Acar, “Türkiye’de İslamcı Hareket ve Kadın”, **1980ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, s. 74.

İslamcı söylem kadının en önemli görevini annelik olarak tanımlamaktadır. Gelenekselden ayrılan ve eğitim görmüş İslamcı kadınlar, (ki çalışma boyunca işaret edilenler geleneksel İslam'ı benimsemiş olanlar değil 1980 sonrasındaki İslamcılık akımı etkisiyle kendilerine bu çerçevede “bilinçli” bir yaşam çizen kadınlardır) kadının ev içi/aileye dair görevleri hususunda ikiye ayrılmaktadırlar. Bir kısmı için hala annelik kadının birincil görevidir ve eğitim de daha iyi anne olmaya faydalı olacaktır (meslek edinmekten ziyade iyi anne olmanın bir ön koşuludur).⁵⁷ İslamcılık içerisinde bir başka grup için ise aile kurumu önemini korumakla beraber kadının eğitimi onun bireyselleşmesine katkı sağlamakta, aileden görece serbestliğe sebep olmakta, evliliğin ertelenmesine yol açmaktadır ve tüm bunlar olumlu olanlardır. Bu şekilde bir ikilik İslamcı yazarlar arasında da görülmektedir. 17 Mart 1987 tarihinde Ali Bulaç'ın Zaman Gazetesi'ndeki köşesinde yazdığı “Feminist Hanımların Kısa Aklı” başlıklı yazı İslamcı kadınlar tarafından tepki görmüş ve kadının ev içi rollerini sorgulayan/tartışan bir dizi yazının gazete de yayınlanmasıyla olaya geniş bir bakış açısından bakma ortamı yaratılmıştır.

Batılı yaşam tarzının eleştirilmesi gibi Batılı kadının konumu da İslamcılar tarafından eleştirilmektedir. İslamcı kadınlar arasında genel eğilim, (saha çalışmalarının sonuçları ve İslamcı kadın yazarların söylemleri neticesinde bu kanıya varıyorum) İslam'da zaten kadının konumunda bir ezilmişlik olmadığı, İslam'ın özüne dönüldüğünde kadın erkek eşitliğinin var olduğu, kadının ikincil statüsünün İslam'dan değil toplumun ataerkil geleneğinden kaynaklandığı şeklindedir.⁵⁸ “Radikal İslamcı” olarak nitelendirilen, yani 1980 sonrası yükselen İslamcılık akımıyla, Batı'ya ve geleneksel İslam'a eleştiriler getirerek “bilinçli” Müslüman oldukları iddiasında olan (Kur'an, hadisler ve sünneti bilerek kulaktan dolma değil okuyarak öğrenen ve bunu hayatına uygulayan) kadınlar için, oryantalist bakış açısında üzerinde çokça durulan ancak İslamcı yazarlar tarafından büyük eleştirilere sebep olan⁵⁹ haremlik/selamlık uygulaması ise kadınların mesture olması durumunda, gerekli olduğu ölçütü aşmaması koşuluyla kabul görmektedir.⁶⁰ Bahsi

⁵⁷ Göle, **Modern Mahrem**, s. 152-153.

⁵⁸ İslam'da kadının hakları üzerine söylemler için bkz. Göle, **Modern Mahrem**, s.138-139.

⁵⁹ Oryantalist bakış açısının Müslüman kadın algısı için bkz. Şişman, a.g.e., s. 121-123.

⁶⁰ Acar, a.g.m., s. 85-6.

edilen bu kesim için kadın-erkek meselesinde esas olan eşitlikten ziyade, kadın ile erkeğin birbirini tamamlayıcı rolleridir.

Ailenin uzun yıllar boyunca “İslam’ın kalesi”⁶¹ olarak görüldüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Geleneksel İslam’da “kadının namusu” kendini modern politikalar karşısında konumlandığı için kadına biçilen rol “eş” ve “anne” olmaktı. İslamcı olarak tanımlayabileceğimiz kesimlerin kadınlarından mümkün olduğu kadar sokağa çıkmamaları istendi. Dönem dönem kadının eğitimi önemsense de eğitimi tahsil eden kadının başörtüsüne riayet ederek Batılı kadına benzememesi beklenmiştir.⁶² Ancak aile ile kısıtlı olma durumu kadının bir hareket olarak İslamcılık içerisinde yer almaya başlamasıyla değişmeye başlamıştır. Geleneksel İslam’ın kadına biçtiği eş ve annelik rolüne karşın 1980 sonrası İslamcılık içerisinde yer alan, fikir üreten, davaya bağlılık sürdüren, başörtüsü mücadelesine aktif ya da pasif destek veren kadınlar evden çıkarak çalışma hayatında bulunmalarını normal ve doğru olarak görmektedirler.⁶³ Temel sorunun geleneksel anlayıştan kaynaklandığını ve geleneğin de erkek egemen sistem tarafından bozulmuş olduğunu İslam’ın özünde Asr-ı Saadette kadının çalışma hayatında yer aldığına gönderme yaparak İslam’ı geleneksel anlayıştan kurtararak özüne dönmeyi amaçlayan İslamcılık hareketinin kadına kamusal alanda da ihtiyaç duyduğuna inanmaktadırlar.

Kadının eve ait olduğu görüşü, sadece İslam toplumlarına has bir olgu değildir. Kadının evden çıkarak eğitim ve çalışma hayatında yer alması toplumların çoğunda modernleşme ile paralel olarak gelişen bir süreçtir. Kadının evi içi rollerinin

⁶¹ Sever, a.g.e. s. 270.

⁶² A.g.e.

⁶³ Sözü edilen kadınların ev hayatından çıkarak kamusal alanda varlık göstermeleri bazıları için çok kolay ve normal olabilirken bazıları içinse birçok zorluğu beraberinde getirmiştir. Bunda yaş, eşin destek olup olmaması, aile teşviki ya da kişisel kararlar gibi bir çok faktör etkili olmuştur. Başörtüsü mücadelesi içerisinde bile farklı davranış biçimleri görülmektedir. Kimileri yasaklar karşısında başörtüsünü çıkarmamak uğruna eğitiminden vazgeçerek evine dönerken kimileri de her ne olursa olsun davasını devam ettirmiş, başörtüsü ile direnmeyi seçmiştir, kimileri içinse tahsile devam etmek daha önemli olmuştur ve başını açarak ya da şapka, peruk gibi yöntemlere başvurarak davasına devam etmiştir. Davasından, eğitiminden vazgeçerek evlilik yolunu seçen kadınlar için bu bazen haklarından mahrum bırakılmanın verdiği mutsuzluk ile sonuçlanmıştır. Örtülü kadınlar için 1980 sonrasında konjonktürü bir çok hayata etki etmiş, bir çok farklı sonuç doğurmuş ve bir çok hikayeye neden olmuştur. Bkz. Sever, a.g.e., İlyasoğlu, a.g.e., Atasoy, a.g.e., Naizfe Şişman, **Başörtüsü Mağdurlarından Anlatılmamış Öyküler**, 4. Baskı, (İstanbul: İz Yayınları, 2004), Nazife Şişman, **Kamusal Alanda Başörtülüler**, 3. Baskı, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2003), Selin Ongun, **Türbanlı Erkekler**, (İstanbul: Destek Yayınları, 2010), Elisabeth Özdalga, **İslamcılığın Türkiye Seyri**, 2. Baskı, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2007).

birincil öneme sahip olması modernleştirici Kemalist politikalarda da görülmektedir ve çokça eleştirilmektedir. Kemalist politikalara getirilen eleştirilerde modernleştirici politikaların kadının kendisi özgürleşmesi için değil, iyi nesiller yetiştirebilmek için eğitilmiş, bilinçli kadınlar olmaları amacını taşıyor olmasına vurgu yapılmaktadır. Kadınların eğitilmiş olması kendi ayakları üzerinde durarak özgür bir yaşam sürmeleri için değil, “ulusun bilinçli anneleri” olabilmeleri içindir. İslamcılık içinde kadına biçilen rol de bu düşünsel düzlemle paralellik arz etmektedir. Cemaatin iç dengesinin bozulmaması için kadının yeri evidir anlayışı hakimdir.⁶⁴

1950’lerden itibaren kentleşme olgusu dindar kadını evden çıkmaya mecbur hale getiriyor ancak “sokağın” kadın için tehlikeli olabileceği ve toplumsal dengeyi bozabileceği söylemi devam ediyor.⁶⁵ 1960’lar ve 1970’lerde İslam’da kadının yeri tartışılmaya başlanmış ve belirlenmeye çalışılmıştır. Bu minvalde kadınların annelik ve eğiticilik rolüne, kadının anne olarak eğitilmiş olması gerektiğine vurgu yapılmıştır.⁶⁶ Bu dönemde kurulan çeşitli kadın dernekleri düzenledikleri konferanslar ve çıkardıkları yayınlar ile örtülü kadınların kamusal hayatının önünü açmış ve evlerinden çıkmalarına yardımcı olmuştur. Ancak daha çok tesettürü yaymak ve tesettürdeki yanlış eğilimlerin önüne geçmek, kadınların ev kadınlığı ve annelik konularında eğitilmesini sağlamayı amaçlamıştır.⁶⁷

Kısacası Türkiye’de kadına biçilen rolün ev hanımlığı ve annelik oluşu geleneksel toplumsal yapıdan kaynaklanmaktadır. Elbette ki bu toplumsal yapının oluşmasında geleneksel İslami anlayışın haremlik selamlık uygulamaları ve kadın için muhafazakâr yapısı etkili olmuştur ancak daha etkili olan unsur kanımca ataerkil yapıdır. Bu ataerkil yapı kadının eve kapatılması olgusunun İslami olmayan toplumlarda da varlık göstermesinin en önemli nedenidir.

1980 sonrası dönemde İslami hareketin Türkiye’de yükselmesi ve “bilinçli” bir tavırla İslam’ın özüne dönerek onu gelenekten kurtarmayı hedefleyen kesimler için kadın artık mücadele alanında da yer almalıdır. Başörtüsü mücadelesi ile İslamcı

⁶⁴ Aktaş, “Cemaatten Kamusal Alana İslamcı Kadınlar”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, s. 826.

⁶⁵ A.g.m., s. 829.

⁶⁶ Kubilay, a.g.e., s 73.

⁶⁷ A.g.e., s. 74.

kadın evinden dışarı çıkmıştır ancak bu onun birincil görevinin annelik ve ev içi rolleri olduğu anlayışını silip atmamıştır. İslamcı kadın “mücahide” rolü ile evden dışarı çıkmıştır ancak kendisinden ziyade davası içindir. Ayrıca bu dönemde yapılan araştırmalar⁶⁸, örtülü kadınların üniversite eğitimini çalışma hayatına katılmak için değil iyi eş ve iyi anne olabilmek, İslam’ı tebliğ edebilmek görevini daha iyi yerine getirebilmek için olduğunu göstermektedir.⁶⁹ Bu durum İslami kesimin modern yaşam pratiklerine entegre olması, merkeze yaklaşımları ile değişmeye başlamıştır, 2000lere gelindiğinde İslamcı kadınların daha ben merkezli hareket etme ve bireysel olanı toplumsal olana tercih etme eğilimin arttığını, artık kariyerlerini öncelendiklerini görmekteyiz.⁷⁰

2.2.3.Kamusal Görünürlük/ Eğitim ve Çalışma Hayatı

Türkiye’de İslamcı harekete dair tartışmaların önemli bir ayağını “başörtülü” üniversite öğrencilerine yönelik eleştiriler ya da bu öğrenciler yanında saf tutmalar, başörtüsü ile eğitimin ardından başörtüsünün çalışma alanında da varlık göstereceği düşüncesi ve bunun “laiklik”e vuracağı darbenin sorunsallaştırılması meselesi oluşturmaktadır.

İslam dininin kadın eğitime karşı olmadığı (zaten siyasal İslamcı öğrencilerin başörtüsü yasağı karşısında kendilerini üniversite kapısına zincirlemek ya da üniversitelerde ki eğitimlerine devam edebilmek için pek çok eylem düzenlemesi bunun kabul görmüşlüğüünün bir kanıtıdır) İslamcı çevrelerce üzerinde mutabakat sağlanmış bir husus teşkil etmektedir. Ancak İslamcı kesimin eğitime olumlu bakması kadının özgürleşerek çalışma hayatında yer almasının her zaman olumlu karşılandığı anlamına gelmemektedir. Kimi radikal İslamcı görüşler kadın eğitiminin “İslam’ı yayma, tebliğ etme” çerçevesinde gerçekleştirilmesi gereken bir olgu olduğunu öne sürmektedir.⁷¹ Eğitim, ister kadının bireyselleşmesine ve “ilime ulaşmasına” olanak sağladığı için, ister annelik vazifesini daha iyi yerine getirmesine

⁶⁸ Bkz. Aktaş, **Tesettür ve Toplum**, Şişman, **Başörtüsü Mağdurlarından Anlatılmamış Öyküler**, a.g.e., Göle, **Modern Mahrem**, a.g.e.

⁶⁹ Kubilay, a.g.e., s. 75.

⁷⁰ Sibel Erarslan, “İslamcı Kadının Siyasette Zaman Algısı Üzerine”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünceler**, s. 819.

⁷¹ Göle, **Modern Mahrem**, s. 149. Ayrıca bkz. Sevda Alakuş Kural, “Türkiye’de Alternatif Kamular/Cemaatler ve İslamcı Kadın Kimliği”, **Toplum ve Bilim**, S. 72, 1997, s. 5-42.

yardımcı olduğu için isterse de tebliği amacıyla olsun, İslamcı algıda olumlanan bir şeydir. Öyle ki yasaklar karşısında, başını açmamak pahasına üniversite yaşamını bırakan/başörtüsü tekrar serbest olana kadar eğitimine ara veren öğrenciler olmasına rağmen, başını açarak eğitime devam eden ya da yurtdışına çıkarak üniversiteyi orada tamamlayan örneklerin sayısı oldukça fazladır. Ancak konu kadınların çalışma hayatına geldiği zaman bir mutabakattan söz etmek mümkün olmamaktadır. Bu noktada çok farklı görüşler vardır. Radikal İslamcılar arasında kadınların erkeklerin bulunduğu ortamlarda çalışmasına tamamen karşı olan ve kadın eğitimini aile içi rollerini daha iyi yerine getirerek bilinçlenmesi için bir araç olarak tasnif eden bir grup bulunmaktadır. Ana eğilim ise 1980’lerde İslami yaşam biçimini benimsemiş kadınların artık evde oturmak istemediğini ve özel alanla tanımlanmaya tepki gösterdikleri şeklindedir.

Bu dönemde İslamcı kadınların yeni bir yaşam tarzı yaratamamanın sıkıntısını çektikleri yönünde tespitler mevcuttur.⁷² Buna göre çalışmayı, kamusal alanda yer almayı savundukları zaman feminist söyleme, çalışmadıkları zaman ise gördükleri eğitimi heba ederek “sıradan” kadınlara yaklaşmaktadırlar ve bu durum onlar için bir arada kalmışlık hissi yaratmaktadır. Duruma daha geniş pencereden, İslami kesim olarak nitelendirilerek genel bakışı sunacak olursak; İslamcı kesim kadını eğitim, siyaset ve meslek gibi araçlarla kamusal alana taşımaya çalışırken bir yandan da Çaha’nın deyiimiyle “onu örtüye büründürerek paketlemektedir.”⁷³

İslamcı kadınlar nezdinde kadının çalışmasına yönelik olarak Batılı kadının çalışarak özgürleşmediği, sömürüldüğü söylemi de yer almaktadır. Buna göre kadın çalışmanın yanında hala ev işlerinden mesul olduğu için evin yükümlülüklerini de yerine getirmekte bu da kadın erkek eşitliğini tekrardan kadın aleyhine bozan bir durumu doğurmaktadır. Ayrıca kadının çalışması iş piyasasında hem iş gücünün sömürülmesi (ucuz emek) olarak hem de kadın cinselliğinin ön plana çıkarılması olarak yankı bulmaktadır.⁷⁴ Türkiye’de toplumsal konjonktürün İslamcı kesimler lehine dönüşmeye başlamasından yani İslamcılarının iktidara sahip olmasından önce

⁷² Kenan Çayır, “İslamcı Bir Sivil Toplum Örgütü”, **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, Der: Nilüfer Göle, 3. Baskı, (İstanbul: Metis Yayınları, 2009), s. 52-53.

⁷³ Çaha, **Sivil Kadın**, a.g.e., s. 173.

⁷⁴ Göle, **Modern Mahrem**, s. 136.

başörtülü kadınların düşük statülü konumlar hariç çalışma hayatında yer almaları mümkün değildi. Başörtülü olarak kamusal alanda varlık göstermeleri hakim siyasal ve kültürel tercihleri tehdit eden bir unsur olarak görülmekteydi.⁷⁵

Başörtülü kadınların düşük statülü işlerde çalışabilmesi durumu Refah Partisi'nin belediye seçimlerinde gösterdiği başarının ardından İslamcı hareket içerisinde yer alan kadınlarca değişeceği umulan bir durum idi. Esasında başörtülü kadınların çalışma hayatında yoğun olarak yer almaya başlamaları 1994 seçimleri ve Refah Partisi'nin büyükşehir belediyelerini alması ile yakından ilintilidir. Seçimlerden sonra tabanı memnun etmek adına başörtülü çalışanlar istihdam edilmeye başlanmıştır, ancak önemli bir göreve getirilmeyen kadınlar için bu bir hayal kırıklığıdır. Bu durumu Fatma Barbarosoğlu; “en gözle görünür vitrinlik noktalara başörtülüler yerleştirildi. Belediyelerde “bile” kapalı elemanların istihdam edilmesi, gazetelerde ilan ile güzel giyinen, müteedeyin tezgahlar ve sekreter aranmaya başlanması gibi birtakım yozlaşmış değişimlerin ortaya çıkmasına sebep oldu” şeklinde değerlendirmektedir. Barbarosoğlu başörtülülere iş imkanı oluşturulurken üst seviyeden iş imkanı sağlanmamasını, İstanbul Belediyesi'nin kadın meclisi oluşturulurken bile Müslüman camiada entelektüel kadın arayışı içine girilmemesini laik kesim tarafından hor görüldüğünü düşündüğü İslamcı kadınların İslamcı kesim tarafından da hak ettikleri değere tabi tutulmadığını ileri sürerek eleştirmektedir.⁷⁶

Örtülü kadınların çalışma hayatlarına baktığımız zaman Metin Sever iki gruba ayırabilir diyor. İlk gruptakiler kamusal alana pek çıkmıyor, yatay ilişkilere girmeyerek daha çok evde üretim yapıyorlar ve Sever'e göre kaçınılmaz olarak bu kesimin ilgi alanını edebiyat ve yazarlık oluşturuyor. İkinci grup ise başörtülerini (Sever *türban* diyor, kentli/modern/bilinçli kadının örtüsünü türban olarak nitelendirerek siyasal İslam'ın simgesi olduğunu iddia ediyor, daha önce sözünü ettiğimiz masum ve kabul edilebilir olan örtünün “başörtüsü”, militan bir tavırla siyasi simge olarak kabul edilen örtünün ise “türban” olarak nitelendirildiği eğilimdeki gibi) çıkarmadan kamusal alana girenleri kapsıyor. Sever'e göre bu grup başarıyı istiyor ve geleneksel İslam'a ve egemen söyleme rağmen kendi başarı

⁷⁵ Ramazanoğlu, “Cumhuriyetin Dindar Kadınları”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, s. 807.

⁷⁶ Şişman, **Kamusal Alanda Başörtülüler**, s. 117.

öykülerini oluşturmaya başlayan kadınlardan oluşuyor.⁷⁷ Artık kendini değerli hissetmenin biçimi değişiyor, geleneksel yapıda eş ve anne olarak kendini değerli hisseden kadınlar, artık çalışarak, kamusal alanda örtüleri ile varlık göstererek kendilerini değerli hissediyorlar.⁷⁸

Tüm olumsuzlamalara rağmen İslamcı kadınlar kamusal alanda bir şekilde yer almaktadır. Bu çoğu zaman aile yaşamlarını ikinci plana atmayacak işlerde ya da İslam’a hizmet sunabilecekleri ortamlarda çalışmak şeklinde kendini göstermektedir. İslamcı kadınların mesture biçimde kamusal alanda varlık göstermeleri, geleneksel İslami kadından ayrılarak eğitimleriyle paralel olarak yaptıkları işlerle laik/modern kadına yaklaştıkları biçiminde yorumlara yer açmaktadır.⁷⁹ Bu tartışmaya içeriden bir okumayla, Nazife Şişman’ın yorumuyla son vermek, İslami kesim tarafından İslamcı kadınların kamusal alandaki varlığının laik kesimler tarafından nasıl görüldüğünün bir örneğini sunması açısından önemlidir.

Eğitim ve kentleşme tecrübeleri bu uygulamayı [kendisine geleneksellik atfedilen başörtüsü] sona erdirecektir. Türban ise modern kamusal alanda modern bir uygulama olarak kabul edilir.⁸⁰ Modern bir uygulamadır ama aynı zamanda da siyasal bir semboldür.....Her iki durumda da tesettür, “modern Müslüman”ın zamanla “aşması” umulan, istenmeyen bir sosyal gerçeklik olarak görülmektedir.⁸¹

Bu yorum İslamcı kadınların kendi durumlarının böyle yorumlandığını düşünmesinin bir örneğini teşkil etmesi açısından önem arz etmektedir.

⁷⁷ Sever, a.g.e., s. 13. Ayrıca başörtülü kadınların mağdurluk söyleminden kamusal alanda kurumsallaşmaya giden yolculuğu için bkz. Aynur İlyasoğlu, “İslamcı Kadın Hareketinin Bugünü Üzerine”, **Birikim Dergisi**, S. 91, Kasım 1996, s. 60-65. ve İslamcı kadının başörtüsüyle görünür olması üzerine bkz. Mualla Gülnaz, “Suyu Tersine Akıtanlar”, **Birikim Dergisi**, S. 91, Kasım 1996, s. 66-69.

⁷⁸ A.g.e., s. 275-6.

⁷⁹ Göle, **Melez Desenler**, s. 110.

⁸⁰ Türban, kadının modern topluma katılmasını kolaylaştıran bir tesettür biçimi olarak görülmektedir. Bkz. Akyol, a.g.e., s. 15.

⁸¹ Şişman, a.g.e., s. 116.

2.2.4.Değişen Yaşam Biçimleri: İslami Kesimin Moda ve Tüketim ile İlişkisi

İslamcı kesimler, İslam'ın buyrukları gereği gösteriş ve tüketim çılgınlığından uzak, daha mütevazı olarak değerlendirilebilecek yaşam biçimi sürdürmüşlerdir. Bunda hem İslam'ın gösterişi ve israfı olumsuzlayan anlayışı hem de bu kesimlerin uzun yıllar boyunca merkezden uzak daha kıyıda yaşam sürmeleri ve buna bağlı olarak ekonomik güçlerinin kısıtlı kalması etkilidir.

1980 sonrasında Müslümanlıktan İslamcı kimliğe geçişin yaşandığı dönemde İslamcılar “modern habitusa karşı kendi habituslarını” yaratmaya başladılar.⁸² Bu süreçte kendi okullarını, iş yerlerini, faizsiz bankacılık kurumlarını oluşturarak kendi kamusal alanlarını oluşturmaya başladılar.⁸³ Bu yeni oluşumlar İslamcı hareketin örgütlü hale gelmesi için yani “dava” için idi. Metin Sever, Cihan Aktaş'tan yaptığı alıntı ile o dönemde oluşan keskin çizgileri olan yaşam tarzını dile getiriyor:

İpek başörtüsü örtülmeyecek, devlet memurluğu yapılmayacak, piyango bileti satın alınmayacak, bankaya para yatırılmayacak, içki satan bakkallardan alışveriş yapılmayacak. Namazlar zamanında kılınacak, gece namazlarına kalkılacak, pazartesi ve Perşembe günleri oruç tutulacak Hac ziyareti gerçekleştirilmeden önce herhangi bir dış seyahate çıkılmayacak. Hiçbir faaliyet ün, para konum ve dünyevi bir amaç için gerçekleşmeyecek.⁸⁴

İslamcı hareketin “İslamcı” olduğu dönemde, yani karşısında durduğu modern pratiklerle entegre olmadan önce, henüz iktidar sahibi değilken alıntıdaki doktrine sadık kalmaya çalışan “radikal” bir hareket idi. Ancak iktidara gelerek neo-liberal sistem ve tüketim kalıplarına entegre olduktan sonra modern hayatın hemen hemen tüm pratiklerini içselleştirerek bunlara uyum sağladığını söyleyebiliriz. Dergi analizi kısmında da İslami olduğu iddiasını taşıyan kesimlerin modern yaşam ve tüketim kalıplarıyla ilişkisini yakından inceleyeceğiz.

⁸² Sever, a.g.e., s.9.

⁸³ A.g.e.

⁸⁴ Cihan Aktaş, **Bacıdan Bayana**, (İstanbul: Kapı Yayınları), s.9., Aktaran Sever, a.g.e., s. 9.

İslamcılığın Batılı yaşam tarzını bir dayatma olarak gördüğüne ve bu dayatmaya ve Batı'nın modernliğine karşı çıkarak İslam'ı temel alan bir yaşam tarzını benimsediğine değinmiştik.⁸⁵ Ancak günümüzde bu radikalliği savunan kesimlerin varlığı devam etmekle birlikte, 1980 ve 90'ların radikal İslamcılığında önemli dönüşümlerin olduğu da bir gerçektir. İslamcı hareketle siyasal sahneye çıkan Müslüman kimlik giderek toplumsal-kültürel alana nüfuz etmekte ve normalleşmektedir. Böylece kendini tanımlamak için kolektif bir İslamcılığa başvurmaya artık gerek duymamaktadır. Çünkü "İslami" vurgusu ile siyasaldan kültürele doğru bir yumuşama gerçekleşmektedir ve İslamcı ile Müslüman kavramları arasındaki keskinlik azalarak aralarındaki ortak paydalar artmaktadır.⁸⁶ İslamcılığın tüketim ve modaya bakışı "Batılı gibi/aşırı" tüketime karşıtlık şeklinde ifadesini bulmaktadır. Buna göre; "Müslüman kadın ukala olmaz, müsrif olmaz, modanın esiri de olmaz...kocasının sözünü yerine getirmekten utanmaz."⁸⁷ Olaya İslamcı entelektüellerin bakış açısından bakmak faydalı olacaktır. İslamcı entelektüeller, Müslümanların modernist ve tüketici arzularından rahatsızlık duymakta ve İslam'ın modernleşmesi ile tüketim kültürüne saplanmasına eleştiriler getirmektedirler. 1990'ların ilk yarısında meydana gelen tesettür defileleri ile Necmettin Erbakan'ın kızının lüks bir düğün yaparak evlenmesi, İslamcı entelektüeller arasında büyük eleştirilere neden olmuştur.⁸⁸ Bunun yanında İslamcı yazar Ali Bulaç'ın tüketim ve moda üzerine söyledikleri İslamcılığın meseleye bakışını yansıtmaları açısından faydalı olacaktır:

Gençliği tehdit eden en ciddi sorun bugün küreselleşme adı altında Amerikan tüketim kültürünün, magazin ve eğlence kültürünün gençleri bir kukla gibi kullanmasıdır. Buna karşı gençlerin bilinçlenmesi gerekir. Yani bu Amerikan kültürü bütün dünyayı istila etmektedir. Gez, eğlen, ye, iç, uyu çiftleş ve dışkı

⁸⁵ Bu noktada İslami modernizasyona İslami kesim içerisinde bir eleştiri için bkz. Ali Bulaç, **Din ve Modernizm**, 6. Baskı, (İstanbul: Çıra Yayınları, 2012), s. 237-240. İlgili bölümde Bulaç, "Profesyonel mankenlere uzun elbise giydirip "İslami defileler" düzenlenmek ne kadar İslami ve meşru ise...." ve "Bazen en "İslami" görünen taleplerin arka-plandaki yönlendirici gücü modernizmdir." ifadeleri ile günümüzde İslami olanın dönüşümünün, karşıtlığı üzerinden kendini kurguladığı modernizm ile sıkı ilişkisi paralelinde mümkün olabildiğine dikkat çekmektedir.

⁸⁶ Göle, **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, s. 11-12.

⁸⁷ Emine Şenlikoğlu, **İslam'da Erkek**, (İstanbul: Mektup Yayınları, 1988), s. 164. Aktaran: Göle, **Modern Mahrem**, s. 150.

⁸⁸ Göle, **Melez Desenler**, s. 71.

at felsefesine dayanır. Anlamdan ve amaçtan yoksun sadece tüketime, başarıya ve rekabete dayalı bir kültürdür.⁸⁹

Ali Bulaç, tüketim alışkanlıklarını İslami kesimin hiç sorgulamadan kabul etmesini eleştirmekte ve sözlerine şöyle devam etmektedir:

Asıl eleştirilecek olan İslami kesimin bu kadar çabuk ve istekli bir biçimde tüketim sürecine katılması. Mensup oldukları kimlik üzerinde düşünmüyor bile. Defile ise (tesettür defilelerini kast ediyor) 'bizim neden olmasın?' diyor. 'Modern dünyada ne varsa biz de olmalı, biz bunu İslamileştirebiliriz' deniliyor. Tesettür ve kadın defilelerde bir ticari meta olarak kullanılıyor. Oysa Müslümanlığın kadına yüklediği misyon kişiliktir, fakat moda uğruna kadına kişiliğini değil, dişiliği ön plana çıkarması öneriliyor. Müslümanlarda buna sorgulamadan katılıyor. O zaman senin diğerlerinden ne farkın kalıyor? İslami kesim kültürün en değersizine talip oluyor, içinde eriyor, bu bir şizofrenidir. Ayrıca israf günahtır. Bir eşarbı daha ucuza almak varken marka ve moda diye ona gerçek değerinin onlarca katı para ödenmek israftır. Şehir içinde moda diye arazi arabalarına binilmesi nasıl kültürdür? Estetik farklı ve önemli ancak her yıl gardrobu değiştirirseniz, 50 küsur tane başörtünüz olursa siz nasıl Müslüman kalırsınız?⁹⁰

Nilüfer Göle'ye göre İslamcı kesimin siyasal iktidara ulaşması ve sosyal-kültürel sermayenin bu kesimce kazanılması sayesinde örtünme bir damga ve aşağılık göstergesi olmaktan çıkarak moda üretimi ile saygınlık ve estetik göstergesine dönüşmektedir.⁹¹ Son dönemlerde örtüleriyle birlikte varlık gösterme durumu yeni kuşağın kadınlarının kendi içlerinde farklılaşmasına ve yaşam tarzı tercihlerine göre hareket etmesine neden olmuştur. Yaşam tarzı tercihlerinde bir gurubun örtülü olmayan modern kadınlardan neredeyse sadece başörtüsü ile farklılaşarak, kendi tarzlarındaki moda, lüks tüketim ve boş zamanın değerlendirilmesi pratikleri ile mevcut elit kesim ile aynı paralelde hareket ettiklerini

⁸⁹ <http://www.burhandergisi.com/roportaj/916-ali-bulac-bizim-geleneimizde-beikten-mezara-kadar-ilim-oerenme-vardr.html> [15.06.2012]

⁹⁰ <http://arsiv.sabah.com.tr/2003/05/29/g04.html> [15.06.2015].

⁹¹ Göle, **Seküler ve Dinsel Aşınan Sınırlar**, s. 58.

görmekteyiz.⁹² İlyasoğlu bu durumu; kamusal hak talebinden ziyade, örtüleriyle birlikte mevcut elitin içinde kabul gören eşit bir statüyü elde etmenin peşinde olmak olarak nitelendirmektedir.⁹³

Siyasal İslam'ın toplumsal tabanının modernlikle olan ilişkisinin değişmeye başlaması 1990'lardan itibaren olmuştur. Bunun nedeni ekonomi politikasındaki değişime İslamcılarının eklenmesidir, 1990'da MÜSİAD'ın kuruluşu Müslüman kapitalist sınıfın varlığının somutlaşması olarak karşımıza çıkmaktadır.⁹⁴ Merkeze yaklaşma ile modern yaşam biçimlerine ait pratikler ve modern değerler İslamcı kesimler tarafından benimsenmeye başlanmıştır. Merkezi konumdaki modern yaşam tarzlarıyla karşılaşmaları ile birlikte İslamcılarının da yaşam biçimlerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir.⁹⁵ Eskiden karışıklık ile kendilerini konumlandıkları değerleri İslami yaşam biçimine uyarlayarak içselleştirmeye başlamışlardır. Çağla Kubilay bu değişimi şu sözlerle ifade etmektedir:

1990'larla birlikte, neredeyse kamusal alanda var olan her şeyin İslami değişkesi üretilmiştir... İslami radyo ve televizyon kanalları, giyim firmaları moda defileleri, müzik grupları, oteller vb. hedef kitlesi toplumun İslami kesimleri olan, modern yaşam biçimine ait mal ve hizmetlerin ilk elde akla gelen örnekleridir. Bu durum esasen kültürü muhafaza etmek üzere modern pratikleri ve yaşam biçimlerini reddeden İslamcılık açısından yeni bir yönelimin başlangıcı olmuştur... İslamcılık, artık "ahlaki bakımdan çöküntü içinde olan Batı"nın kültürel dünyasına ait ürünleri de almaya başlamıştır.⁹⁶

İslamcı kesimler tarafından benimsenmeye başlanan modern alışkanlıklar, moda ve tüketim⁹⁷ İslamcı yazarlar tarafından da eleştirilmiştir. Entelektüel bakış

⁹² İlyasoğlu, **Örtülü Kimlik**, s. 12. (Kasım 2012'de yeni baskıya yazdığı önsözden)

⁹³ A.g.e.

⁹⁴ Kubilay, a.g.e., s. 135-136.

⁹⁵ A.g.e.

⁹⁶ A.g.e., s. 137.

⁹⁷ Nazife Şişman'ın Fatma Barbarosoğlu ile yaptığı söyleşiden oluşan **Kamusal Alanda Başörtülüler** adlı eserde Müslümanlar arasında tüketim kültürü ve tesettür modasının yaygınlık kazanmasının İslami televizyon kanalları ile oluştuğu vurgusu yer almaktadır. Çünkü İslami kanallar olmasaydı başörtüsü reklamları da olmayacaktı, Barbarosoğlu'na göre başörtüsü reklamları takva ve erdeme değil, gösteriş ve israfa vurgu yaptı. (s.80) Böylece gündelik hayatta vurgu tüketim ve gösteriş

açısından bu yeni yaşam pratiklerine nasıl bakıldığına değinmek yerinde olacaktır. Fatma Barbarosoğlu tesettür modasına ağır eleştiriler getirmektedir, tesettür örtmek demekken, moda dikkat çekmeyi gerektirir ve modanın tek ilkesi değişebilirliktir bu nedenle tesettür ile moda kelimelerinin yan yana gelmesi bile gariptir demektedir.⁹⁸ İslam'ın temel ilkesi her dönemde ve şartlarda buyrukların geçerliliğini korumasıdır ancak merkeze eklemleme ile her şeyin İslamcası üretilmeye başlanmıştır. Barbarosoğlu, modacıların din adamlarından kalan boşluğu doldurduğunu, moda ve tüketim ile yeni kutsallıklar yaratılarak insanların buna itaat ettiğini dile getirmektedir, artık dini, ahlaki kriterlerin yerini tüketim kriterleri almaktadır.⁹⁹ Tesettür modası yaratılması ile tesettürün dini bir yükümlülükten ziyade bir giyim tercihi haline geleceğini ve moda olan her şey gibi bir müddet sonra eskiyerek demode hale geleceğini dile getirmektedir.¹⁰⁰

Cihan Aktaş da benzer eleştiriler getirmektedir. 2000li yılların başörtülü kızlarının, uzun başörtüsü yasakları döneminin getirdiği yorgunlukla kaynaklara inerek özü yaşama, kendini adama konusunda daha mesafeliler, daha bireyselci, cemaate aidiyet konusunda da daha sorgulayıcılar.¹⁰¹ Aktaş burada örtünün yıllarca kabul görmeyişini ancak podyumda görünmenin ardından nispi bir kabul görmesini Türkiye'de modernleşmenin nasıl algılandığına bağlamaktadır ve “podyumun temsil ettiği bu dünyayla bir tür uzlaşmaya girmeleriyle birlikte Müslümanlar tüketim toplumuna dahil olurken, zamanında bir diriliş ve direniş simgesi sayılan başörtüsü de yeni açıklama biçimlerine açılmıştır.”¹⁰² Bu noktada, elbette merkeze yaklaşma ile toplumsal kabul görmesi yani bir nevi normalleşmesi önemlidir, normalleştikçe davaya ve öze sadakatten kopuş, hakim paradigmaya uyum sağlama eğilimleri ortaya çıkmaktadır ve 1980'lerde İslamcılığın Türkiye gündemini uzun yıllar meşgul eden tartışmalara konu olmasının sebebi de merkez tarafından yasaklanan İslami pratikler ve kamusal alanda örtüdür. Merkeze bu kesimlerin yaklaşmasıyla bu pratikler normalleşirken, merkezin yaşam biçimi yani ekonomik güçten kaynaklanan tüketim

haline geldi, bu da Müslümanların kardeş olduğu düşüncesini, dayanışmayı zayıflattı. Çünkü gösteriş yapan kendisini parasıyla ayırmakta, farklılaşmaktadır. (s.81)

⁹⁸ Barbarosoğlu, **Şov ve Mahrem**, s. 111.

⁹⁹ A.g.e., s.151.

¹⁰⁰ A.g.e., s. 112.

¹⁰¹ Aktaş, **Türbanın Yeniden İcadı**, s. 353-354.

¹⁰² A.g.e., s. 353.

ve lüks alışkanlıkların da İslami olanının üretildiği ve bu kesimlerce benimsenerek tüketildiği görülmektedir.

Bunlara ek olarak, yeni bir İslamcı orta sınıfın oluşması, bu kesime yönelik yeni tüketim biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Caprice Otel bunun en belirgin örneğidir. Namaz saatlerine dikkat ederek, barında sadece alkolsüz içecekler sunarak ve kadın/erkek ayrı plaj hizmetiyle İslamcı kesimler için yeni bir yaşam alanı sunmaktadır. Son yıllarda Caprice Otel benzeri hizmet sunan mekanların sayısı giderek artmaktadır. Bu şekilde bir yaşam tarzının varlık göstermesi yine İslamcılar arasında bir takım eleştirilere neden olmuştur ve İslamcı hareketin Batılı tüketim değerleri ve yaşam biçimleriyle kirletilmesi biçiminde yorumlanmıştır.¹⁰³ Fatma Barbarosoğlu iktidar sahibi olmak, şehirli görünmek ve böylece imajın önemli hale gelmesinin yarattığı ilişkiye bağlı olarak İslamcıların tüketim toplumunun bir parçası haline geldiğini dile getirmektedir. Şehirli olmak çok para harcamakla eş değer görülüyor, yapılan her faaliyet ne kadar para harcandığını ispat etmek üzere düzenlenerek muhtevası boşaltılıyor, dün camide yapılan düğünlerin yerini bugün beş yıldızlı otellerde yapılan düğünler alıyor, lüks iftar yemekleri düzenlenmesi de gösteriş kültürünün İslami kesimlere entegre olmasının bir örneğini oluşturuyor.¹⁰⁴ Bu yeni yaşam biçimleri “Batılı” görülen tüketim değerleri ya da yaşam biçimlerinin İslamca haram sayılan unsurlardan arındırılarak İslami kesim için cazip hale getirilmesi şeklinde ortaya çıkıyor.

¹⁰³ Göle, **Melez Desenler**, s. 154.

¹⁰⁴ Barbarosoğlu, **Şov ve Mahrem**, s. 110.

3. ÂLÂ DERGİSİNİN ELE ALINAN KONULAR BAKIMINDAN ANALİZİ

Dergide ele alınan konuların analizini “görünen” üzerinden yapmaya çalışacağım. Bu anlamda, derginin moda, güzellik ve estetik, modern yaşam alışkanlıkları üzerine verdiği tavsiyelere değineceğim. Bunları “görünen” olarak nitelememin sebebi, derginin ürünleri ya da yaşam biçimlerini sunuş şekliyle hep “bir şey gibi görünme, bir şey gibi hissetme ve bunu gösterme” vurgusu yapıyor oluşundan kaynaklanmaktadır. Çalışmamın odak noktası olan “İslamcı kadın algısının dönüşümünü” göstermesi açısından bu bölüm çok önemli bir yere sahiptir. Bu bölümde derginin ele aldığı konular başlığı altında dergide yoğunlaşılan konuları öne çıkarmaya çalışacağım. Bu noktada önemsedğim şey derginin hedef kitlesine ulaştırdığı mesajlardır. Bu bakımdan bu bölümde daha çok kadının moda, güzellik ve bir gösterge olan yaşam biçimleri ile “görünen” durumuna odaklanırken, bundan sonraki bölümde kadının iş ve aile hayatında yaşadıkları, derginin bu konudaki bakışı ve önerileri üzerine yoğunlaşacağım.

Dergi analizine geçmeden önce verileri ne şekilde elde ettiğime ve derginin neleri önemsedğini ve bunları ne şekilde sunduğunu göstermesi açısından önemli olan dergideki konuların özet bilgilerine değineceğim.

3.1. Verilerin Analizi ve Yöntem

Âlâ Dergisi Haziran 2011’den itibaren yayımlanmış, Temmuz 2015 itibariyle 47. Sayısı okuyucu ile buluşmuştur. Çalışmam için derginin 28 sayısını inceledim. 2011 yılında ilk sayı Haziran ayında çıktığı için 2011 yılına ait 4 sayı incelenirken diğer yıllara ait 8 sayı incelenmiştir. İncelenen sayılar yıllara göre şu şekildedir:

2011: Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık

2012: Ocak, Şubat, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık

2013: Ocak, Şubat, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık

2014: Ocak, Şubat, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Eylül, Aralık

Dergi, kadını yerleşik kadın dergilerinde sunulan kadın tipinden farklı bir yere koymamaktadır.¹⁰⁵ Âlâ'da, yerleşik kadın dergilerinde olduğu gibi kapitalizm kaynaklı güzellik anlayışı dayatması devam etmektedir. Bu bağlamda kadının sürekli tüketimi teşvik edilmekte, her fırsatta daha güzel olması gerektiği öğütlenmektedir. Dergi bu anlamda önceki dönemlerde yayınlanan İslami kadın dergilerinden farklılık göstermektedir. Bu farklılık dergide tüketimin olumlanması, lüks yaşamın sahip olunması gereken bir ideal olarak sunulması şeklinde kendini göstermektedir, Dergi, estetiğin ve güzelliğin dikte edildiği, her şeyin moda demek olduğu bir çizgidedir. Kapaklarda tesettürlü kadın motifi kullanarak, içerikte moda ve tüketim odaklı ilerleyen bir dergi profiliyle, İslam ve modayı bir arada sunmaktadır ve İslami Moda dergisi olarak adlandırılmaktadır.

Dergide moda, estetik, güzellik, tüketim çoğu kez iç içe girmiş durumda. Kadına biçilen roller, moda, estetik, güzellik ve tüketim bağlamında ele alınabilir; ancak başlıklara ayırırken rastgele seçilmiş, konu başlığına içerik olarak uyum gösteren örnekler ile başlıkların altını doldurmaya çalıştım. Bu bölümde derginin hemen her sayısında yer alan konuları, hedef kitlesi başörtülü kadınlar olan derginin hangi biçimde sunduğunu ve hangi olguları ön planda tuttuğunu göstermesi açısından kısaca ele alacağım.

Dergide içerik analizi yaparken, nelerin vurgulandığına odaklanmaya çalıştım ve bu vurguların geleneksel İslam anlayışı ve 1980 sonrası İslamcılık hareketinin dili ile nasıl farklılıklar gösterdiğini ortaya çıkarmaya özen gösterdim. Dergi, İslami bir dergi gibi gözükmekle birlikte İslamcılık düşüncesinden çok farklı unsurlara değer veriyor. Bu değeri, vurguladıkları kavramlar üzerinden analiz etmeye çalıştım ve bunları dergiden bire bir alıntılarla sundum. 3. Bölüm bu farklılaşmayı göstermesi açısından büyük öneme sahiptir. 4. Bölüm'de derginin odak noktası olan moda, bakım-güzellik-estetik ve yeni yaşam alışkanlıklarını İslamcı düşünceden ayrıldıkları noktalara ve derginin sürekli kullandığı kavramlarla yaratmaya çalıştığı algı bağlamında ele aldım. Daha sonra kadının ev ve iş yaşamına yönelik önerileri, olumlanan ve yaratılmaya çalışılan kadın algısı bağlamında analiz ettim. Moda,

¹⁰⁵ Yerleşik kadın dergilerinde sergilenen kadın temsili ve kadınlara sunulan ürünlerin alt metni için bkz: Nehir Hanay, "İslami Feminizm Örneği Olan Turuncu Dergisi'nde Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu", (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008), s. 67-72.

bakım-güzellik, estetik ve yeni yaşam alışkanlıkları bölümlerini analiz ederken ağırlıklı olarak reklam sayfalarından yararlanmak durumunda kaldım. Dergi bu anlamda reklamlar ile kadınlara bir “ideal” sunmaya çalıştığından analizde de ağırlıklı olarak bunları kullandım. Kadının rollerine ilişkin bölümde ise zaman zaman reklamlar konu anlamında bir içerik sundu ancak ağırlıklı olarak köşe yazıları ve röportajlar bu bölümün altını doldurmama yardımcı oldu. Dergi, İslami kesime hitap etme iddiasında olmasına rağmen İslami öğelerin moda, güzellik ve tüketimden çok daha geri sıralarda ele alındığını gördüm. Kimi köşe yazıları tüketimi, israfı kötülemesi anlamında dikkatimi çekti ve bunları derginin İslami olma iddiasını sürdürmek için meşruiyet arayışı olarak değerlendirdim.

3.2. Derginin Ele Aldığı Konular

Derginin ele aldığı konuların içeriğinden önce dergi kapaklarına kısaca değinmek yerinde olacaktır. Dergi Haziran 2011’de “Güzel Yaşam Dergisi” alt başlığı ile okuyucuyla buluştu. “Güzel Yaşam Dergisi” ibaresini Nisan 2012’e kadar tüm sayılarda görmekteyiz. Nisan 2012 sayısından itibaren bu ibarenin yerini “Hanımefendilerin Dergisi” ibaresi almaktadır. Nisan 2013 sayısından itibaren bu ibare dergide yer almamaya başlamaktadır. Dergiye şekil olarak baktığımızda ön kapaklarda başörtülü ve gösterişli kadın resimlerinin kullanıldığını görmekteyiz.¹⁰⁶ Derginin arka kapaklarında ise çoğunlukla giyim markalarının reklamına yer verilmektedir, ancak incelenen sayılarda Haziran 2012 sayısının arka kapağını Bank Asya reklamı, Nisan 2013 sayısının arka kapağını Kuveyt Türk reklamı, Aralık 2013 sayısının arka kapağını bir yatak firmasının reklamı ve Şubat 2014 sayısının arka kapağını bir mobilya firmasının reklamı oluşturmaktadır. İçerik olarak baktığımızda derginin 2011, 2012 ve 2013 sayıları 2014 sayılarına göre sayfa olarak daha fazladır. İçerik olarak da 2014 yılı sayıları moda çekimleri ağırlıklıdır. 2014’e kadar dini yazılar, aile, ev ve iş yaşamına yönelik yazılar daha yoğunken 2014 yılı sayılarında dergi tam anlamıyla bir moda dergisi halini almıştır, içerik zayıflamış, ürünler ve reklamlar dergiye hakim konuma gelmiştir.

Dergi, genel olarak moda ve lüks yaşam biçimlerini ön plana çıkaran ve reklamlarla bunu olumlayan bir yapı arz etmektedir. Dergide reklamların yeri çok

¹⁰⁶ Sadece Haziran 2012 sayısının ön kapağında derginin içerisinde röportajına yer verilen şarkıcı Maher Zain’in fotoğrafına yer verilmiştir.

büyüktür. Otel ve mekan önerileri hem belli bir yaşam tarzını ön plana çıkarırken hem de bu mekanların sahipleri için bir pazarlama aracı olmaktadır. Lüks tüketim ile moda ve güzellik dergide en çok yer alan konular ve bunların ele alınış biçimi modern kapitalist algının Müslüman kesimlerce benimsenmesinin bir örneğini oluşturmaktadır. 1980'ler ve kısmen 1990'larda kadın İslamcı harekette başörtüsü üzerinden bir varlık kazanırken, kadınlığı, güzelliği, modaya ayak uydurması konu edilmezken, Âlâ örneğiyle Müslüman kadının, İslami kesimce çokça eleştirilen modern Batılı kadın özne ile paralel bir konumda ele alındığını görmekteyiz.

Dergide çeşitli konularda, çeşitli isimlerle yapılan röportajlar önemli bir yere sahiptir ancak röportaj yapılan çoğu konu için ayrı bir başlık açtığımdan, konular incelenirken dağınıklığa yer vermemek adına Âlâ Röportaj şeklinde bir başlık açmayacağım ve röportajlara uygun başlıklar altında yer vereceğim.

Dergide konuların ağırlıklarını göstermesi açısından yazı sayısı üzerinden bir değerlendirme yapmak yerinde olacaktır. Derginin 2011, 2012 ve 2013 sayılarının içerik açısından daha zengin olduğunu, 2014 sayısına gelindiğinde derginin hem sayfa sayısının düştüğünü hem de mevcut sayfaların büyük oranda reklamlar ve moda çekimlerinden oluştuğunu belirtmiştim. Dergi moda dergisi olduğundan reklamlar ve moda çekimlerinin büyük yer kaplaması olağandır, ancak dergi İslami olma iddiası taşıdığından derginin de zamanla kendi içinde bir dönüşüm geçirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Belli bir yazar tarafından kaleme alınan bilgilendirici nitelikte ya da düşünce yazısı şeklindeki yazılar ile röportajları konu konu ayırdım ve böylece derginin hangi konulara hangi dönemde yoğunlaştığını sayılar üzerinden göstermeye çalıştım. Konuların büyük çoğunluğu kadın üzerine olduğundan keskin sınırlar çizmek oldukça güç oldu. Örneğin annelik üzerine yazıları kadın (ev ve iş yaşamı) başlığında değerlendirebilirdim, bu yazılar psikolog tarafından kaleme alınmış ise psikoloji, annelik ve ev yaşamından ağırlıklı olarak söz edilen bir röportaj ise kadın (ev ve iş yaşamı) başlığı altında değerlendirdim.

Dergi sayfalarının %50-90'ını moda çekimleri, lüks yaşam önerileri ve reklamlar oluşturmaktadır. Ancak moda üzerine röportaj ya da bir yazar tarafından moda üzerine kaleme alınmış yazıları moda kategorisinde değerlendirdim. Mekan tanıtımı başlığındaki sayılar otel ya da mekan reklamlarını kapsamaktadır. Bir otel ya da restoran üzerine röportaj yapılmış veya bir yazar tarafından yazı kaleme alınmış

ise bunları mekan tanıtımına dahil ettim. Gastronomi bölümünde yiyecek üzerine yazı kaleme alınmış ise diğer kısmında, mekan üzerinden tanıtım yapılmış ise mekan tanıtımı kısmında değerlendirdim. Ev dekorasyonu üzerine yazılar ev modası şeklinde kaleme alınmış ise moda, ürün tanıtım şeklinde kaleme alınmış ise diğer başlığı altında saydım. Ünlü isimlerle burada saydığım başlıklar kapsamında değerlendirilemeyecek konularda yapılan röportajları da diğer başlığında saydım.

Aşağıda görüleceği gibi dergide yer alan yazılar gitgide azalmaktadır. 2014 yılına geldiğimizde dergi sayfa sayısının oldukça düştüğünü ve konuların yüzeyselleştiğini görmekteyiz. Bir diğer dikkat çekici nokta da 2014 sayılarında dini yazılara hiç yer verilmemiş olmasıdır. Dergide yer verilen konuları toplu bir biçimde görebilmek adına aşağıdaki tablolar hazırlanmıştır.

Tablo 1: İncelen sayılarda yer alan yazıların konulara göre dağılımı

Konu	İncelenen Sayılardaki Yazı Sayısı	İlgili Konunun Dergide Yer Verilen Yazılara Oranı
Moda	56	% 15,3
Psikoloji	50	% 13,7
Sağlık	45	% 12,3
Kadın (Ev ve İş Yaşamı)	41	% 11,2
Kültür, Sanat ve Edebiyat	37	% 10,2
Güzellik,Estetik ve Bakım	33	% 9
Dini Yazılar	21	% 5,7
Tarih	18	% 5
Mekan Tanıtımı	16	% 4,4
Hukuk	13	% 3,6
Diğer	35	% 9,6
Toplam	365	100

Tabloda rakamlarla ifade edemediğim birkaç konuya burada kısaca değinmek istiyorum. Öncelikle dergide politik konularda yazılar çok nadiren karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun istisnasına Aralık 2012 sayısında yer verilen “Türkiye Muhafazakârlaşıyor mu?” ve “Dindar ve Kemalist Muhafazakârlığın Kesişim Kümesi Aile” başlıklarını taşıyan ik adet röportajda rastlamaktayız. Bunun dışında 2014 yılında derginin incelenen sayılarında dini bir yazıya yer verilmediğini söylemeliyim. 2014 yılı sayılarında sayfa sayısı ve makale/köşe yazısı oldukça düşmüştür. Bu yıla ait sayıların büyük çoğunluğunu moda çekimlerinin

oluşturduğunu söyleyebiliriz. 2014 yılında, incelenen sayılarda yer verilen konulardan ağırlık sahibi olanlar sağlık ve psikoloji konularıdır. 2014 yılına ait incelenen sayılarda kadının birey olarak var olması ve depresyonu üzerinden çokça yazıya yer verilmiştir. Son olarak İslami kesimin kadınlarının evden çıkarak örtüleriyle modern mekanlarda varlık göstermesinin bir göstergesi olarak mekan tanıtımlarının önemine dikkat çekmek istiyorum. Mekan tanıtımlarının diğer konulara göre oranı düşük gibi gözükmemektedir çünkü yukarıdaki tabloda yazılar üzerinden analiz yaptım. Aşağıdaki tabloda yer alan reklamların ve moda çekimlerinin dergideki ağırlığını ele aldığım tabloda mekan reklamları da yer almaktadır. Aşağıda yer alan tabloda, lüks otel ve restoranların reklamları önemli bir yere sahiptir ve tüm bunlar İslami kesim kadınları için artık “dışarıda”, modern, lüks mekanlarda örtüleriyle “görünmenin” önemini ortaya koymaktadır.

Dergide yer alan konuların ayrıntılı analizine geçmeden önce bir tablo ile dergilerin sayfa sayıları ve bu sayfalarda moda çekimleri ile giyim, dekorasyon, mücevher ve mekan reklamlarının kapladığı yeri sayılar ile göstermenin zihin açıcı olacağını düşünüyorum. Dergi moda çekimleri ve reklamların yoğunluğu ile İslami kadın özne için tüketimin ve daha fazlasına sahip olmanın olumlandığı bir ortam yaratmaktadır. Dergide reklamlar ve moda, içeriğin kat kat önüne geçmiş durumdadır. Bunu yukarıda yazıların konulara göre sayısal dağılımı ile göstermişim, şimdi de sayfa sayılarında reklamlar ve modanın ağırlığını göstermeye çalışacağım.

Tablo 2: Moda çekimlerinin ve reklamların dergideki oranı

Yıl	İncelenen Yıla Ait Sayıların Sayfa Sayısı Ortalaması	Moda Çekimleri ve Reklamların Toplam Sayfa Sayısı İçindeki Payı
2011	249	% 55,1
2012	237	% 59,4
2013	216	% 69, 9
2014	118	% 77,6

Yukarıdaki tablo, derginin moda ve reklamlara, dolayısıyla lüks ve tüketime verdiği önemi göstermesi açısından çok önemlidir. Yukarıda görüldüğü ve aşağıdaki bölümlerde detaylıca inceleyeceğim gibi, dergi yayımlandığı ilk günden itibaren

makyajlı, çoğu zaman dişiliği ön plana çıkaran pozlar veren başörtülü mankenleri ile hem İslami hem de laik iddiası taşıyan kesimlerce önemli eleştirilere neden olmuştur. Tablolardan da anlaşılacağı üzere derginin yayımlandığı ilk dönemlerinden İslami olana değinme gibi bir iddiası bulunmaktaydı. Yukarıdaki tabloda yayımlanan yazıların ağırlığının git gide düştüğünü ve yerini moda çekimleri ve reklamlara bıraktığını görmekteyiz. İlk dönemlerde dini yazılara, kadının sorumluluklarına görece daha fazla yer verilirken özellikle 2014 yılına gelindiğinde dergi tam anlamıyla bir moda dergisi durumuna gelmiştir. İçerik olarak onu en azından İslam ile ilintili gösteren birçok unsur 2014 yılında ortadan kalkmıştır. Ancak yine de yukarıdaki tablolarda yer alan rakamlar, bize derginin neyi önemseydiğini ve hedef kitlesine hangi mesajları vermeyi hedeflediğini önemli ölçüde göstermektedir.

3.2.1.Âlâ Hukuk

Derginin çoğu sayısında Âlâ Hukuk bölümünün yer aldığı görülmektedir. Âlâ Hukuk bölümünde değinilen konuların başlıkları, içerik açısından da net bir fikir verdiği için konu başlıklarını sıralamakla yetineceğim. Sağ (Dul) Kalan Eşin Miras Hakkı,¹⁰⁷ Hukukumuzda Evlat Edinme ve Sonuçları,¹⁰⁸ Boşanmada Velayet Sorunu,¹⁰⁹ Nişanın Bozulması Halinde Tazminat ve Hediyelerin İadesi,¹¹⁰ Boşanma Davasının Süreçleri,¹¹¹ Eşinizden Ayrılıyorsunuz Çocuğunuzdan Değil,¹¹² Delil Toplarken Suç İşlemeyin,¹¹³ Boşanma Süreci Danışmanlığı Hizmeti,¹¹⁴ Taşınmazın Mimari Projeye Aykırı Kullanımı,¹¹⁵ Kefalet Sözleşmesinde Eşin Rızası,¹¹⁶ İş Hukuku Kapsamında Kadının Korunması ve Eşitlik İlkesi.¹¹⁷

¹⁰⁷ Âlâ, Şubat 2012, s. 96.

¹⁰⁸ Âlâ, Ocak 2013, s. 119.

¹⁰⁹ Âlâ, Nisan 2013, s. 220.

¹¹⁰ Âlâ, Nisan 2013, s. 224.

¹¹¹ Âlâ, Haziran 2013, s. 158-159.

¹¹² Âlâ, Eylül 2013, s. 168-170.

¹¹³ Âlâ, Aralık 2013, s. 116.

¹¹⁴ Âlâ, Şubat 2014, s. 104-105.

¹¹⁵ Âlâ, Nisan 2014, s. 123.

¹¹⁶ Âlâ, Haziran 2014, s. 97.

¹¹⁷ Âlâ, Eylül 2014, s. 94.

Bu başlık altında ele alınan konularda çalışma kapsamında iki konu dikkat çekmektedir. İlki, geleneksel aile yapısında ve İslami anlayışta karşı olunan ve çoğu kez önlenmeye çalışılan boşanma durumunun, hedef kitlesi İslami kesim olan bu dergide normalleşmesidir. İslami kimliğiyle kadının bir toplumsal özne haline gelmesi ve iş yaşamında görünür olmasıyla birlikte kadın ekonomik özgürlüğünü ele almaya başlamıştır. Birey olarak ayakta durabilmek, kadına istemediği durumlara katlanmama gücünü vererek, kendi mutluluğunu toplumsal/cemaatsel önceliklerden üstün görme güdüsünü aşılamıştır. Önceleri İslami kesimde utanılacak, kötü bir durum olarak görülen boşanma normalleşmiş ve kadınlara bu durumla karşılaştıkları zaman sahip oldukları haklar ve yapması gerekenler dergi sayfalarında kendine yer bulmuştur. İkinci nokta ise kadının iş yaşamındaki etkin rolüne ilişkindir. Dergi kadının iş yaşamında aktif rol almasını desteklemektedir. Âlâ Hukuk sayfalarında, iş yaşamında kadın-erkek eşitliğinin sağlanması, kadının iş yaşamında yasal haklarını bilerek ona göre davranması konusunda bilgilendirici yazılara yer verilmektedir.

Bu hususlarda derginin okuyucuya ilettiği biçimde alıntılar ile sunarak bölümü sonlandırmak yerinde olacaktır. Boşanma üzerine yer verilen yazılarda karşımıza çıkan ifadeler şu şekildedir;

Türkiye’de evlilik olgusu değerini ve önemini halen korumakla birlikte evliliğin sürdürülebilmesine ilişkin değer yargıları, anlayış ve algılamalarda bir miktar farklılaşma olmuştur. Günümüzde evlilik sorunlarının çözümünde aile büyüklerinden yardım alma biçimindeki geleneksel mekanizmalar işlemekle beraber bu ilişkilerin çözülmeye başladığı, çiftlerin arabuluculardan, Sosyal Hizmet Merkezleri’nden ya da aile sorunlarıyla ilgilenen uzmanlardan destek alma konusundaki kişisel gayretlerin ya da çabaların yetersiz kaldığı görülmektedir.¹¹⁸

Eylül 2013 sayısında yer verilen “Eşinizden Ayrılıyorsunuz Çocuğunuzdan Değil” isimli yazıda ise şu ifadeler yer almaktadır; “*Evlilik boyunca çiftler çocuklara olan ilgi, eşlerin iş-meslek rolleri, geleceği yapılandırma gibi belirli amaçlar üzerine yoğunlaşırlar. Böylece ilişkinin yürümesini engelleyen “şeyleri” göremezler ya da görseler de fark etmemeye, fark etseler de bir süre sonra bunun değişeceğine*

¹¹⁸ Âlâ, Şubat 2014, s. 119.

inanmaya başlarlar.”¹¹⁹ Kadının iş hukuku kapsamındaki haklarına yönelik ise dergide şu ifadeler yer verilmektedir; “Türk İş Hukukunda kadınların fizyolojik ve anatomik özellikleri, kadının aile içindeki yükümlülükleri, analık ve çocukların bakım ve eğitime ilişkin yükümlülükleri gereği koruyucu bazı özel düzenlemeler getirilmiştir.”¹²⁰

3.2.2.Âlâ Ruhیات

Dergide psikologların yazıları çoğu kez Âlâ Ruhیات köşelerinde yer almaktadır. İnsan psikolojisi üzerine yazılara dergide oldukça sık rastlanmaktadır. Dergide psikologlar tarafından kaleme alınan yazılar, birçok farklı psikolojik duruma yönelik olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ancak ağırlıklı konular annelik ve depresyondur. Bu iki konuda dergide onlarca yazı yer almaktadır. Yazılardan seçilen rastgele örnekler şu şekildedir; Genç Anne Olmak,¹²¹ Bir Anahtar İki Dünya¹²² (anne-bebek ilişkisi üzerine bir yazı), Dikkat Viraj Var¹²³ (kadın ve anne olmak üzerine), Çocuğunuz Okulla Buluşmaya Hazır mı?,¹²⁴ Okula Başlangıçla İlgili Yetişkinlerin Kafasına Takılan 3 Soru 3 Cevap,¹²⁵ Çocuklarımızın Okul ve Ayrılık Kaygısını Aşmalarında Onlara Nasıl Yardımcı Olabiliriz?,¹²⁶ Annelik Güçtür,¹²⁷ Karakterli Çocuk Yetiştirmek,¹²⁸ Hamile Kalmaya Hazır mısınız?,¹²⁹ Doğum Sonrası Dönemde Anne ve Bebek Psikolojisi,¹³⁰ Çocuğunuza Mutlu Olmayı Öğretmek İçin Önce Siz Mutlu Olun,¹³¹ Sonbahar Depresyonu,¹³² Rengini Seç Psikolojine Yön

¹¹⁹ Âlâ, Eylül 2013, s. 168.

¹²⁰ Âlâ, Eylül 2013, s. 94.

¹²¹ Âlâ, Aralık 2013, s. 92.

¹²² Âlâ, Aralık 2013, s. 141.

¹²³ Âlâ, Ocak 2013, s. 51.

¹²⁴ Âlâ, Eylül 2013, s. 167.

¹²⁵ Âlâ, Eylül 2013, s. 174.

¹²⁶ Âlâ, Eylül 2013, s. 176.

¹²⁷ Âlâ, Mayıs 2013, s. 110.

¹²⁸ Âlâ, Mayıs 2012, s. 74.

¹²⁹ Âlâ, Şubat 2012, s. 80.

¹³⁰ Âlâ, Şubat 2012, s. 82.

¹³¹ Âlâ, Eylül 2014, s. 111.

¹³² Âlâ, Eylül 2014, s. 37.

Ver ¹³³ (renklerin insan psikolojisine etkileri üzerine), Baharda Ruhsal Dalgalanmalara Dikkat, ¹³⁴ Melankoli&Depresyon ¹³⁵ (özellikle kalabalık şehirlerde hayatın yoğunluğu ve karmaşasının insanı olumsuz etkilemesi üzerine), Günümüz İnsanın Temel Problemi Geçmişten Kurtulamamak, ¹³⁶ Sonbahar Depresyonuna Karşı Önlem Alabilirsiniz, ¹³⁷ Doğru Stres Yönetimiyle İş Stresinden En Az Düzeyde Etkilenmek Mümkün. ¹³⁸

Psikoloji bölümlerinde yer verilen yazıların bir kaçının içeriğini aktarmak, derginin okuyucuya mesajlarını göstermesi bakımından açıklayıcı olacaktır. Dergi mevsimsel geçişlerin neden olduğu depresyonlar üzerine çokça yazı yayımlamıştır. Ekim 2014 sayısında yer verilen bir yazı, dergide modern şehir yaşamının yarattığı bunalımlara karşı okuyucuyu bilgilendirici niteliktedir; *“Hikayesi yüzyıllar öncesine dayanan ve toplum arasında karasevda olarak bilinen melankoli, kişilerin kendilerini yoğun olarak hüzünlü, mutsuz, umutsuz, kederli hissetmeleridir...Özellikle kalabalık şehirlerde hayatın yoğunluğu, karmaşası ve bunlara eşlik eden zorluklar içerisinde yaşayan kişilerde görülmesi olasıdır.”*¹³⁹ Annelik üzerine yazılan yazılardan örnek verecek olursak, derginin çokça üzerinde durduğu “iş yaşamı ve aile yaşamının dengeleyicisi kadınlara” örnek teşkil eden bir yazıdan alıntı yapmak yerinde olacaktır;

...Kimileri tarafından “süper” kadınlar olarak ilan edilen bu kadınların iş hayatlarında yaşadıkları mücadelenin yanında hepimizin bildiği gibi aynı zamanda evlerini idare etme ve çocuklarının bakımını üstlenme gibi birden çok görevleri var. Hal böyle olunca da tüm bu sorumluluklar arasında dengeyi kurmak büyük bir maharet istiyor...Tüm bunlar bize hiçbir kadından 7/24 annelik yapmasının beklenemeyeceğini, bunun hem çocuk hem de anne açısından hiç sağlıklı olmadığını gösterir niteliktedir. Çocuklarla geçirilen

¹³³ Âlâ, Nisan 2014, s. 80-83.

¹³⁴ Âlâ, Nisan 2014, s. 125.

¹³⁵ Âlâ, Şubat 2014, s. 116.

¹³⁶ Âlâ, Aralık 2013, s. 94.

¹³⁷ Âlâ, Eylül 2013, s. 132-133.

¹³⁸ Âlâ, Temmuz 2013, s. 110.

¹³⁹ Âlâ, Şubat 2014, s. 116.

sürenin miktarı değil içeriği ve duygusal açıdan doyuruculuğu, annenin de bu ilişkide gönüllülük ve arzu ile kendini var etme esası önemlidir.¹⁴⁰

Bunlar dışında dergi evlilik, ilişki yönetimi ve kişisel korkulara Âlâ Ruhiyat bölümünde yer vermektedir. Kısaca değerlendirecek olursak; dergi kadının iş yaşamında ve toplumsal yaşamda yer almasına önem vermektedir ancak bunu yaparken çocuklarını ve eşini ihmal etmemesi için her türlü öneriyi de sunmaktadır. Kadınların değişen ruh hali ve depresyonlar konusunda da önerilere yer verilmektedir. Bu ruhsal durumların sebebi çoğu kez şehir hayatının sıkıntıları ve kendine yeteri kadar zaman ayıramama olarak görülmektedir. Dergi kadının önce kendisini mutlu etmesini öğütlemektedir çünkü kadının mutluluğu ailesinin de mutluluğu olacaktır.

3.2.3.Âlâ Maneviyat

Derginin incelenen 2011, 2012, 2013 ve 2014 yıllarına ait sayılarında, dini yazılara 2011, 2012 ve 2013 yıllarında yer verildiğini, 2014 sayılarına gelindiğinde derginin içerik olarak zayıflayarak, tam anlamıyla bir moda dergisine dönüştüğünü ve 2014 sayılarında moda çekimleri ile reklamların dergiyi domine ettiğini daha önce söylemiştik. 2012 ve 2013 sayılarında İslami yazılar bazen Âlâ Maneviyat, Âlâ Nasihat, Âlâ Alim olarak isimlendirilen sayfalarda köşe yazısı olarak, bazen de din bilginleriyle röportajlar şeklinde yer almaktadır. Bu bölümlerde yer alan yazılar İslam'ın tebliğlerine yer vermekte ve günümüzdeki tüketime yönelik yaşam alışkanlıklarını eleştirmektedir. Bu anlamda derginin genel görünümüyle tezat bir tablo olarak karşımıza çıkmaktadır. Derginin Mayıs sayıları, evlilik sezonunun açılması sebebiyle düğün alışverişleri ve evlilik tavsiyelerine çokça yer verilen sayılar olmaktadır. Mayıs 2012 sayısının Âlâ Nasihat köşesinde yer alan "Efendimiz'den Müslümanca Bir Düğün ve Mutlu Bir Evlilik İçin Tavsiyeler" isimli yazıda yer alan ifadeler dergideki önerilerin İslami bakışla çelişkisini göstermesi açısından önemlidir ve iki farklı bakışın dergide önerilmesi açısından ilginçtir. *"...Günümüzde yapılan düğün merasimlerine baktığımızda en çok dikkat etmemiz gereken hususun israftan, şatafattan kaçınma olduğunu görüyoruz."*¹⁴¹ Yine aynı

¹⁴⁰ Âlâ, Nisan 2014, s. 116-117.

¹⁴¹ Âlâ, Aralık 2012, s. 46.

sayıda Hz. Muhammed ile Hz. Hatice'nin evliliklerinin örnek gösterildiği Ah'lı Evlilik mi Mıh'lı Evlilik mi başlıklı yazı yer alıyor.¹⁴² Dergide yer alan diğer İslami yazılar şu şekildedir: Âlâ Alim bölümünde Albülkadir Geylani Hazretleri Dinin İhya Edicisi,¹⁴³ Türk-İslam Edebiyatçısından Cennet Kadınlarının Seyyidesi, Rasulullah'ın Parçası, Eşsiz Güzellik ve Nur Sahibi Fatimatü'z-Zehra (R.A.),¹⁴⁴ İlahiyatçı Nihat Hatipoğlu'ndan Manevi İklimimizin Baharındayız¹⁴⁵ başlıklı Üç aylar ile ilgili yazı, Kutsal Topraklarda Ramazan Bayramı,¹⁴⁶ Hoş geldin Ey Şehri Ramazan-ı Şerif,¹⁴⁷ Hz. Hatice üzerine Türk-İslam Edebiyatçısı tarafından yazılmış Hane-i Saadetin İlk Gelini Zevce-i Fahr-i Alem ve Ümmü'l Mü'min Hz. Hatice (R.A.)¹⁴⁸ başlıklı yazı, yine ilahiyatçı Nihat Hatipoğlu'nun Hz. Muhammed üzerine kaleme aldığı Gönümüzdesin Ey Sevgili¹⁴⁹ yazısı, ilahiyatçı köşe yazarından Hangi Ayda Hangi İbadetlere Yoğunlaşmalıyız?¹⁵⁰ ve Türk-İslam edebiyatçısının kaleminden Sevgililer Sevgilisi Peygamber Efendimiz¹⁵¹ başlıklı yazılar.

Dergide yer alan birkaç İslami yazıya da detaylandırarak yer vereceğim. Şubat 2013 sayısında yer verilen Aşk-ı İlâhi Aşk-ı Mecazi¹⁵² başlıklı yazıda değinilen hususlar lüks yaşam ve tüketim alışkanlıkları başlığı altında ele aldığım örneklerle anlamsal bir karşı duruş sergilemesi açısından önemlidir. *“...Gardroplarımızda sıra sıra duran son moda kıyafetler, daha da çok alma, tüketme sevgisi insanın ilâhi aleme açılan bütün pencerelerini perdeleyebiliyor.”* Oysa sonraki bölümlerde dergi daha fazla tüketmeyi, son moda olana sahip olmayı, lüksün güzelliğini tüm sayılar boyunca olumlamaktadır. Bu yazının devamında Fetullah Gülen'e övgülerin yer aldığını görüyoruz ancak 17 Aralık'ı takip eden

¹⁴² Âlâ, Mayıs 2012, s. 62-64.

¹⁴³ Âlâ, Şubat 2012, s. 62-65.

¹⁴⁴ Âlâ, Mayıs 2013, s. 127-129.

¹⁴⁵ Âlâ, Mayıs 2013, s. 180.

¹⁴⁶ Âlâ, Eylül 2013, s. 205.

¹⁴⁷ Âlâ, Temmuz 2013, s. 98-99.

¹⁴⁸ Âlâ, Temmuz 2013, s. 108-109.

¹⁴⁹ Âlâ, Nisan 2013, s. 66.

¹⁵⁰ Âlâ, Aralık 2012, s. 119-120.

¹⁵¹ Âlâ, Nisan 2013, s. 217.

¹⁵² Âlâ, Şubat 2013, s. 38-40.

sayılarda, Fetullah Gülen ve Cemaati'ne sevgi ya da yergi içeren ifadelerle rastlanmamıştır. İslam'ın tüketime bakışını gösteren ancak derginin sunduklarıyla çelişen bir başka yazıya Ocak 2013 sayısında rastlıyoruz. İç Dünyamızı Huzurlu Kılmak¹⁵³ başlıklı yazıda şu ifadelerle yer verilmektedir:

...Maalesef değerlerin değiştiği, insanların tüketime yönlendirildiği, çıkarıcı ve faydacı “ne kadar çok tüketir ve sahip olursan o kadar mutlu olursun” anlayışının dayatıldığı bir dünyada yaşıyoruz. Tek gayenin hayattan zevk almak olduğu, tam anlamıyla bir tatminin sağlanamadığı, din ve maneviyat adına her türlü hissiyatın küçümsendiği bu yeni kurulan dünyada mutsuz, umutsuz, huzursuz bireyler türedi dört bir yanda.

Bunlar dışında Âlâ Röportaj köşesinde Senai Demirci ile cemaat, tasavvuf ve ilahi aşk üzerine yapılan “Senai Demirci ile Aşk Üzerine” başlıklı röportaj¹⁵⁴ derginin yer verdiği İslami yazılara örnek gösterilebilir. Senai Demirci bu röportajda “cemaatli” olmanın değil “cemaatçi” olmanın sorun olabileceğine ve tasavvuf konusunda üstadım olarak bahsettiği Said Nursi'den etkilenişinden söz etmektedir.

Bu bölümde dergide yer alan İslami yazılara rastgele seçerek yer vermeye çalıştım. Bazı yazıların içeriğinden alıntılar yaptım çünkü bu ifadelerin derginin genel eğilimleriyle farklılık göstermesi ve İslam'ın sunduğu manevi değerleri bu değerlerden farklılaşan bir derginin sayfalarında dile getirmesi açısından önemli buldum.

3.2.4.Âlâ Tarih ve Sanat

Dergide tarih ve sanat köşelerine de her sayıda yer verilmektedir. Tarih üzerine yazılan yazılar ağırlıklı olarak Osmanlı tarihinden oluşmaktadır. Zaman zaman İslam tarihi yazılarına da yerilmektedir. Sanat alanında ise Osmanlı sanatları Sanat tarihçileri tarafından okuyucuya dergi aracılığıyla sunulmaktadır. Mekanların tarihi üzerine de çokça yazı bulunmaktadır ve bunların büyük çoğunluğunu İstanbul'daki geçmişten günümüze ayakta kalmış tarihi yapılar oluşturmaktadır.

¹⁵³ Âlâ, Ocak 2013, s. 77-79.

¹⁵⁴ Âlâ, Şubat 2013, s. 63-65.

Sanat üzerine yazılanlar ile başlayacak olursak Nisan 2013 sayısında Tezhip Sanatının Usta isimlerinden biriyle yapılan röportaja yer verildiğini görmekteyiz.¹⁵⁵ Haziran 2013 sayısında, dergi açılışını dönemin Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın yaptığı Mührü Şerif sergisini okuyucuya duyurmaktadır.¹⁵⁶ Derginin sanat sayfalarında ebru sanatı çokça karşımıza çıkmaktadır. Şubat 2012 sayısında Âlâ mevzu bölümünde Ebru Sanatı üzerine bir yazı yer almaktadır.¹⁵⁷ Şubat 2012 sayısında ebru sanatçısı Taha Eser ile yapılan röportaj Sanatla İç içe Bir Hayat Hikayesi¹⁵⁸ başlığıyla verilmektedir. Aynı sayıda yine ebru sanatı üzerine bir başka ebru sanatçısıyla yapılan röportaj yer almaktadır.¹⁵⁹ Mayıs 2013 sayısında ise Sanat Koordinatörünün Ferman Sanatçısı Mustafa Er ile yaptığı röportaja yer verilmektedir.¹⁶⁰ Eylül 2013 sayısında yine Osmanlı mirası hat sanatı ile ilgili bir yazı yayımlanmaktadır.¹⁶¹ Osmanlı dönemine ait el emeği işlemlerin sunulduğu Sadberk Hanım Müzesi de¹⁶² Ocak 2013 sayısında okuyuculara sunulmaktadır. Şubat 2014 sayısında Osmanlı'dan ilham aldığı eserleriyle Amerikalı koleksiyonerlerin büyük ilgisini gören” minyatür sanatının ustalarından Haydar Hatemi ile yapılan röportaja yer verilmiştir.¹⁶³ Derginin sanat sayfalarında kendine yer bulan bir diğer sanat dalı da resimdir. Haziran 2012 sayısında Sanat Yazarının kaleminden Van Gogh¹⁶⁴ başlıklı sanat üzerine teknik bir yazı yer almaktadır. Ocak 2013 sayısında Âlâ Muhabbet köşesinde yer verilen Sanatla İç İçe Bir Yaşam¹⁶⁵ başlıklı röportaj başörtülü bir kadının Türkiye'deki başörtüsü sorunu nedeniyle tahsil hayatını yarım bırakmak zorunda oluşuna değinmektedir ve günümüzde ressam-iç dekoratör olan şahıs ile resim-dekorasyon üzerine bir röportaj şeklindedir. Derginin

¹⁵⁵ Âlâ, Nisan 2013, s. 104-105.

¹⁵⁶ Âlâ, Haziran 2013, s. 162-163.

¹⁵⁷ Âlâ, Şubat 2012, s. 68-70.

¹⁵⁸ Âlâ, Şubat 2012, s. 71.

¹⁵⁹ Âlâ, Şubat 2014, s. 72-74.

¹⁶⁰ Âlâ, Mayıs 2013, s. 258-259.

¹⁶¹ Âlâ, Eylül 2013, s. 146.

¹⁶² Âlâ, Ocak 2013, s. 138.

¹⁶³ Âlâ, Şubat 2014, s. 121-125.

¹⁶⁴ Âlâ, Haziran 2012, s. 98-99.

¹⁶⁵ Âlâ, Ocak 2013, s. 63-70.

Haziran 2013 sayısında da Doğayı Resimle Buluşturan Ressam Nimet Kuru¹⁶⁶ ile sanat üzerine yapılmış bir röportaja yer verilmektedir. Dergide modern sanat etkinliklerinin duyurularına da yer verilmektedir. Bunlara örnek olarak Türkiye'nin En Yeni Uluslar arası Çağdaş Sanat Fuarı¹⁶⁷ başlığıyla duyurulan ArtInternational İstanbul etkinliğini ve Ocak 2013 sayısında Sanat Koordinatörü'nün kaleme aldığı 2012 TÜYAP Sanat Fuarı¹⁶⁸ başlıklı yazıyı verebiliriz.

Tarihsel olaylara ve tarihi mekanlara değinilen yazılara baktığımızda mekansal olarak İstanbul'un tarihi mekanlarında yoğunlaşma ve tarihi olaylarda Osmanlı ile İslam devletleri üzerine yazılara yer verildiğini görmekteyiz. Tarihi mekanların anlatıldığı yazılar; Tarihten Bize Kalanlar: Dolmabahçe Saat Kulesi,¹⁶⁹ Âlâ Dosya bölümünde yer verilen Sultanahmet Hipodrom,¹⁷⁰ yine Âlâ Dosya bölümünde Sanat Tarihçisi'nin kaleme aldığı Ayasofya¹⁷¹ isimli yazı, Sanat Tarihçisi'nin İstanbul'daki Zeyrek Kilise Camii'nin tarihini anlattığı Yüzyıl'lara Meydan Okuyan Yapılar¹⁷² yazısı, yine Sanat Tarihçisi'nden İstanbul'un Fethi¹⁷³ şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu yazıların içeriği Osmanlı'nın gücünü ve büyüklüğünü öne çıkaran Osmanlı övgüsü şeklindedir. Sanat Tarihçisi Bizans ve Osmanlı dönemi ticaretindeki öneminden başlayarak Kapalı Çarşı'nın günümüzdeki durumuna uzanan bir yazı yazmıştır.¹⁷⁴ Dergi, boğazdaki yalıların tarihi hikayesini de zaman zaman konu edinmektedir. Sanat Tarihçisi'nin kaleme aldığı Amcazade Hüseyin Paşa Yalısı¹⁷⁵ ve Boğaz Yalılarını konu alan Saffet Emre Tonguç ile Boğaz Hakkında Herşey¹⁷⁶ isimli söyleşi örnek gösterilebilir.

¹⁶⁶ Âlâ, Haziran 2013, s. 94.

¹⁶⁷ Âlâ, Eylül 2013, s. 192-195.

¹⁶⁸ Âlâ, Ocak 2013, s. 80-81.

¹⁶⁹ Âlâ, Nisan 2013, s. 192.

¹⁷⁰ Âlâ, Şubat 2013, s. 95-98.

¹⁷¹ Âlâ, Ocak 2013, s. 91-98. Âlâ Dosya bölümünde Ayasofya Aralık 2012 sayısında da ele alınmıştır. 7 sayfalık bir Âlâ Dosya oluşturulmuş ve Ayasofya Mimarisine ayrılmıştır. S. 104-111.

¹⁷² Âlâ, Temmuz 2013, s. 65.

¹⁷³ Âlâ, Temmuz 2013, s. 200-201.

¹⁷⁴ Âlâ, Haziran 2013, s. 114-115.

¹⁷⁵ Âlâ, Eylül 2013, s. 147.

¹⁷⁶ Âlâ, Mayıs 2013, s. 226-233.

Dergide, konusunu tarihten alan yazılara baktığımızı karşıma İslam ve Osmanlı vurgulu örnekler çıkmaktadır. Haziran 2012 sayısında Edebiyat editörünün kaleminden Piri Reis Kalemile Kürek Çeken Bir Kaptanı-ı Derya¹⁷⁷ isimli yazı yer almaktadır. Dergi Tarihimizdeki Muhteşem Mektuplardan Bir Mektup başlığıyla bazı mektuplara yer vermektedir, bunlar; Alaeddin Keykubat'ın Hz. Mevlana'ya Yazdığı Mektup¹⁷⁸ ve Yavuz Sultan Selim'in ve Hz. Peygamberimizin Mısır Hükümdarlarına Mektupları¹⁷⁹ gibi örneklerle karşıma çıkmaktadır. Dergi Aralık 2013 sayısında Âlâ Güncel diye bir dosya yayımlamıştır ve bu dosya Mevlana hakkındadır. Bu dosyada; yine Tarihimizdeki Muhteşem Mektuplar'dan Bir Mektup'a Selçuklu Sultanı II. İzzeddin Keykavus'a Mevlana Hazretlerinin Mektubu¹⁸⁰ başlığıyla yer verilmektedir. Yine bu dosyada Mevlana üzerine bir yazı¹⁸¹ ve Mevlana üzerine Gel ne olursan ol Gel!¹⁸² isimli yazı yer almaktadır.

Derginin Mayıs 2013 sayısında “Osmanlı Tarihinin Göbeğinde Doğan Araştırmacı Talha Uğurluel”¹⁸³ başlığıyla duyurulan Osmanlı üzerine yapılan bir röportaja yer verilmektedir. Dergide tarih konulu yazılardan dikkat çekici bir örnekle bölümü kapatmak yerinde olacaktır. İlahiyatçı yazar tarafından kaleme alınan Osmanlı Medeniyetinde Aile Hayatı ve Lisan-ı Hal ile Anlatım¹⁸⁴ başlıklı yazıda tarihi doğru okumak gerektiğine değinen yazar cümlelerini şu şekilde devam ettirmektedir; “...dersler çıkararak, muhasebe yapılarak okunmalı tarih. Hele de Osmanlı gibi tarihimizin övünç kaynağı... Gerek aile yapısı, yaşayışı gerekse toplumun temel dinamikleri... Bu sırları keşfetmek gerekir. İnsana saygı medeniyeti de diyebileceğimiz Osmanlının aile, toplum ve mahalle hayatındaki güzelliklerden bir demet sunarak...” Yazar kadının Osmanlı dönemindeki ev içinde geçen/geçmek zorunda kalan hayatını da güzelleyerek okuyucuya sunmaktadır. “...Evlerin avluları bayanın tüm ihtiyaçlarını karşılayacak kapasitedeydi. O dönemde bayan için

¹⁷⁷ Âlâ, Haziran 2012, s. 84-85.

¹⁷⁸ Âlâ, Haziran 2013, s. 172-173.

¹⁷⁹ Âlâ, Eylül 2013, s. 196-197.

¹⁸⁰ Âlâ, Aralık 2013, s. 143-144.

¹⁸¹ Âlâ, Aralık 2013, s. 145-146.

¹⁸² Âlâ, Aralık 2013, s. 147.

¹⁸³ Âlâ, Mayıs 2013, s.132-136.

¹⁸⁴ Âlâ, Eylül 2013, s. 190-191.

dışarıda cezp edici alışveriş merkezleri, kurslar, çalışabilecekleri alanlar, gezecekleri yerler olmadığı için bayanlar evde ve komşularıyla vakit geçirmeyi tercih ederlerdi. Bu bir hapis hayatı değil, bayanın severek kabul ettiği bir durumdu.”

Bunlar ve benzer konular dışında dergide, sanat kategorisinde değerlendirilebilecek tiyatro ve sinema gibi konulara yer verilmiştir ancak bunlar kadının kamusal hayattaki varlığı açısından daha anlamlı değerlendirilebileceği için gerekli bölümlerde incelenecektir. Tarih hakkında ise moda tarihi üzerine yazılara zaman zaman yer verilmektedir ve bunlar da gerekliliğine göre ilgili başlıklar altında yeralacaktır.

4. ÂLÂ DERGİSİNDE İSLAMİ KADIN ALGISI

Bu bölümde İslami kadın algısının dönüşümünü Âlâ Dergisi üzerinden analiz edeceğim. Bölümü kendi içinde ikiye ayırarak öncelikle değişen yaşam biçimleri başlığı altında, dergide sunulan İslami kadın öznenin, batılı/modern kadın ile benzerliği yaşam ve tüketim alışkanlıklarında meydana gelen dönüşüm, bedene bakışın değişimi ve güzellik ile estetiğin önemini dergiden alıntılar ile sunacağım. İkinci kısımda ise derginin kadının eğitim/iş ve aile yaşamındaki konumuna bakışının geleneksel ve radikal İslami bakış açılarından farklılaştığı noktalara değineceğim. Bu bölümde, Âlâ dergide kadının hem dış görünüş hem de yaşam biçimi olarak okuyucuya sunulmuş biçimini ayrıntılı biçimde ele alarak İslami kadın algısının dönüşümünü göstermeye çalışacağım.

4.1. Değişen Yaşam Biçimleri

Dergide sunulan örtülü kadın objenin dış görünüş ve yaşam biçimleri açısından geleneksel ve İslami kadın öznenin farklılıklarını burada ele alacağım. Lüks tüketim ve moda bölümü dergi örneğinde İslami kadın için tüketimin ve lüksün önemini göstermektedir. Güzellik bakım estetik bölümü bedene yönelik algıların değişimini ortaya koymaktadır. Yeni yaşam biçimleri bölümü ise İslami kesimin modern olarak nitelendirilen yaşam biçimlerine entegre oluşunu ele almaktadır.

4.1.1. Lüks Tüketim ve Moda

Dergi kendisini “Stil Sahibi Kadının Moda Dergisi” olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle de derginin büyük bölümü moda üzerine kuruludur. Özellikle 2014 sayılarının büyük bölümü moda çekimlerinden ve trendlere yönelik önerilerden oluşmaktadır. Derginin 2011 ve 2012 sayılarında “Âlâ Cadde” bölümü, kadının tesettürüyle görünür olması bakımından önemlidir. Bugün tesettür modası üzerine Âlâ gibi yayın yapan birçok dergi mevcuttur. Ancak derginin ilk çıktığı dönemin şartlarında “Âlâ Cadde” köşesi tesettürlü kadın için tesettürle görünür olmak açısından farklı anlamlara sahip idi. 2012 sayılarında yer alan bir okur mektubu, tesettürlü kadını “görünür” kılan bu derginin hedef kitlede yarattığı algıyı göstermesi açısından önemlidir:

Âlâ Okuyorum! Çünkü Âlâ iştir kadının tesettürle varlığına mana katması!
Günümüzde yaptığımız bu tercihi yadırgayanların, küçümseyenlerin,

anlamayanların aksine gayet olağan bir tercih olduğunun kanıtıydı adeta, orada rafta duruyordu ve aynadaki yüzüme ne de çok benziyordu... Ve onun sayfalarında yalnızlık bitmiş, kendim olabildiğim bir dünyanın satır aralarında zevk inşası yapar bulmuştum kendimi! Âlâ Muhabbetlerde hor görülüp, karanlığa itilmeye çalışılan yanım konuşur olmuştu. Hal böylesine Âlâ olunca, okumak için başka çözümlere ihtiyaç bile duymaz oluyor insan!¹⁸⁵

Âlâ Cadde köşesinde, derginin marka reklamlarını yaptığı moda çekimleri sayfalarından farklı olarak profesyonel mankenler değil, okuyucular arasından seçilen tesettürlü kadınlar yer almaktadır. Bu “fırsat”, okuyucular için tesettürlü kadının, tesettürünü ön plana çıkartarak var olması fırsattır ve kelime anlamı “gizlemek” olan “tesettür” kelimesi ile bir çelişki içerisindedir. Okuyucu kitlesine bu “fırsat” dergide “Âlâ Cadde çekimlerine katılmak istiyorsanız cadde@aladergi.com” adresine fotoğrafınızla birlikte iletişim bilgilerinizi” gönderebilirsiniz notuyla iletilmektedir. Bu durum “Müslüman kadının yerinin ev olması, tesettür ile gizlenerek görünmez olması” algısını tamamen tersine çevirmesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Tesettürlü okuyucuları görünür kılan Âlâ Cadde çekimlerinin İstanbul’da Ortaköy, Bebek, Emirgan gibi semtlerde ve İzmir’de yapıldığını görmekteyiz.

Dergi moda haftalarına da büyük önem vermektedir ve okuyucuya bu etkinlikler duyurulmaktadır. Dergi moda dergisidir ancak hedef kitlesi tesettürlü kadınlardır. İslami kurallara ve İslam’la gelen geleneklere uygun yaşadığı düşünülen hedef kitlenin nasıl bir dönüşüm içerisinde olduğunu göstermek açısından derginin moda üzerine söylediklerine değinmekte fayda vardır. Moda editörünün notundan; “*Moda, çılgınlıklarla dolu bir derya ve bu deryada rafting yapmak tamamen sizin hayal dünyanıza kalıyor.*”¹⁸⁶ Bir başka sayıda da benzer ifadelere yer verilir: “*Moda daima geçmişle tekerrür halinde yenilenen bir serüven. Modanın ifade ettiği şey aslında etek boyundan, silüetlerden ve renklerden çok daha derindir. Tüm ruhsal değişiklikler ve toplumsal alışkanlıklarla yarışır.*”¹⁸⁷ Derginin büyük bölümü moda çekimlerinden oluşuyor ve bu moda çekimlerinde yer verilen notlar, derginin İslami

¹⁸⁵ Âlâ, Şubat 2012, s. 155.

¹⁸⁶ Âlâ, Nisan 2014, s. 14.

¹⁸⁷ Âlâ, Şubat 2012, s. 104.

olanı modern olan ile değiştirmeye ve kapitalist sistemin ihtiyaç duyduğu tüketim çılgınlığını İslami olan üzerinden yeniden üretmeye yardımcı oluyor.

Moda çekimlerinde sezonun trendlerine yer veriliyor ve bu ürünler reklamların dili ile okuyucuya sunuluyor. Bu dil, çoğu zaman kadının nasıl görünmesi gerektiğine de yer veriyor ve bu “görünüş”, asalete, zarafete, özgürlüğe ve çoğu zaman da “fark edilmeye” odaklanıyor. Kadının göz alıcılığı üzerinden geliştirilen bu dil, kadın için tüketim toplumunda yaratılan dili bu kez İslami kadın özelinde yeniden üretiyor. Şubat 2013 sayısındaki moda çekimlerinin teması “Işıltılı Renklerin Etkisi” ve bu çekimlerde mankeni önce tesettürlü olarak görüyoruz, ilerleyen sayfalarda ise mankenin başörtüsü çıkartılıyor ve başı açık olarak kıyafetleri taşıyor. *“Detaylardaki şıklığı sevenlerdenseniz kombinlerimizdeki ışıltılı kemerler, takılar, yakalar, işlemeler en gösterişli halleri ile karşınızda.. Göz alıcı taş, pul ve payetler tam anlamıyla bir mücevher kutusu ışıltısını hayata geçiriyor.”*¹⁸⁸ Eylül 2014 sayısından yapacağımız alıntı da vurguları açısından önemli: *“Metalik parçalar, gümüş renk tonları ve naif soft geçişlerle parlayan tasarımlar, gece davetlerinin olmazsa olmaz parçalarını oluşturuyor. Gösteriş içinde naif duruşlar, asil ve şehirli kadının yeni profilini oluşturuyor.”*¹⁸⁹

Dergide daha birçok yerde şehirli ve modern kadın vurgusu karşımıza çıkıyor. Aynı sayının Âlâ Stil İpuçları bölümünde sunulan markalar ile okuyucu kitlesine öneriler şu şekilde yer alıyor: *“Koleksiyon modern kadının özgürlükçü ruhu, abartısız ve korkusuzca giydiği zırhından ve kendine güveninden ilham alıyor.”*¹⁹⁰ Moda çekimleri sayfalarındaki vurgular ile devam edecek olursak şu ifadelerle karşılaşıyoruz: *“Şehir kadınının asi duruşunun vazgeçilmez renkleri siyah ve beyaz. Asil görüntüsünün altında oluşturduğu kararlı imaj, güçlü kadını temsil ediyor.”*¹⁹¹ *“Feminenliğin simgesi leopar, kadın yönümüzü ortaya çıkarttığı kadar, gücü, asaleti, hırsı ve dengeyi çağrıştırıyor bize.”*¹⁹² Aralık 2013 sayısında “Modern Zamanların

¹⁸⁸ Âlâ, Şubat 2013, s. 122.

¹⁸⁹ Âlâ, Eylül 2014, s. 60.

¹⁹⁰ Âlâ, Eylül 2014, s. 56.

¹⁹¹ Âlâ, Aralık 2013, s. 84.

¹⁹² Âlâ, Aralık 2013, s. 107.

Zarif Kadınları” başlığı altında ürün önerilerine yer verilerek modern ve kendinden emin gözükme için hangi ürünlerin tercih edilmesi gerektiği mesajı iletiliyor.¹⁹³

Derginin her sayısında haftanın her gününe özel kombin önerileri okuyuculara sunuluyor. Derginin Temmuz 2013 sayısında haftalık kombinler şu not ile başlıyor: “*Hayat bir defile ve dünya senin podyumun. Her hafta show yeniden başlıyor. Pazartesi pazara kadar senin kurguladığın bir koreografiyle sahneye taşıdığın sana ait bir defile...*”¹⁹⁴ Ayrıca sezona ve derginin yayımlandığı aya göre özel temalara yer verilebiliyor. Örneğin, incelenen 3 yıllık süreçte her sene mayıs ayında gelin ve gelinlik temalı özel sayılar çıkartılıyor. Mayıs ayında anneler günü için, haziran ayında babalar günü için son moda hediye önerilerine yer veriliyor.¹⁹⁵ Aralık 2013 sayısında da Âlâ Yeni Sürpriz köşesinde “sevdiklerinizi ve kendinizi özel hissettirecek hediyeler” başlığıyla yeni yıl hediyeleri önerilerine yer verildiğini görüyoruz.¹⁹⁶

Derginin başörtüsü kullanan kadınlar için yaptığı moda önerilerine gelecek olursak Nisan 2013 sayısında “Vücut tipinize göre stilinizi oluşturun” başlıklı köşe yazısında okurlardan gelen mektuplara cevaplar veriliyor ve kendi fiziksel özelliklerini anlattıktan sonra “bana hangi tarz türban şeklini ve hangi renkleri önerirsiniz? Kendimi başörtümle güzel hissetmek istiyorum çünkü etrafımdakiler çok fazla negatif tepki gösterdiler.” şeklindeki soruya “her zaman tesettür kurallarına uygun ama insanları şaşırtacak kadar şık ve en önemlisi bakımlı olun” şeklinde cevap verildiğini görüyoruz. Bu nokta, dönüşümü göstermesi bakımından önemlidir çünkü artık güzellik, estetik ve hoş görünmek başörtülü kadınlar için de bir sorun haline gelmiştir. Elbette ki güzellik tüm kadınların önemseydiği bir olgudur ancak 1980’lerde yayımlanan, yine başörtülü kadınları hedef kitlesi olarak gören bir derginin okuyucularına, “evde cici, dışarıda öcü olmalarını” öğütlediği hususu dikkat çekmektedir.¹⁹⁷ Dergi aracılığıyla ortaya koymaya çalıştığımız dönüşüm bu algının

¹⁹³ Âlâ, Aralık 2013, s. 96.

¹⁹⁴ Âlâ, Temmuz 2013, s. 73.

¹⁹⁵ Stil Danışmanından Babalar Gününe Özel Erkek Giyim ve Trend Analizleri, Âlâ, Haziran 2013, s. 34.

¹⁹⁶ Âlâ, Aralık 2013, s. 126.

¹⁹⁷ Feride Acar, “Türkiye’de İslamcı Hareket ve Kadın”, **1980ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Yayına Hazırlayan Şirin Tekeli, 4. Baskı, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2010),

fazlasıyla kırıldığını, başörtülü kadınlar için örtüleriyle güzel ve görünür olmanın önem kazandığını göstermektedir.

Üçüncü bölümde ifade ettiğimiz gibi derginin her sayısında Âlâ Röportaj adı verilen bölümler yer almaktadır. Bu bölümlerdeki röportajlardan moda ile ilgili olanlarda sunulan fikirlere ve öne çıkan eğilimlere burada değinmek yerinde olacaktır. Osmanlı vurgusu dergide birçok konuda öne çıkmaktadır. Moda tasarımcılarının sık sık tanıtıldığı derginin, Şubat 2012 sayısında bir modacının “Osmanlı’dan Günümüze Namaz Elbiseleri ve Abayalar” koleksiyonu tanıtılarak Osmanlı’da kadın defilesinin nasıl olduğuna yer verilmektedir.¹⁹⁸ Haziran 2013 sayısında yer verilen bir moda röportajının başlığı ise “Osmanlı’nın Gölgesi ve Prenseler Kıyafetleri”dir.¹⁹⁹ Aralık 2013 sayısında editörün notu da derginin öne çıkardığı algılar açısından önemlidir:

Bir şehrin ruhunu yaşamak için, geçmişin izlerinde kaybolmak yetiyor. Sultanlar gibi bir Osmanlı sefası çok da uzaklarda değil. Osmanlı kadınının zarafetini modern tasarımlarla tema çekimlerimize taşıdık. Geçmişin stilize edilmiş modern kombinleri şehirli kadının dünyasında yer alıyor. Aralık sayımızda geçmiş mirasımızın güzelliklerinin yanı sıra modern ve yeni olan her şeyi sizlerle paylaşmaya çalıştık.”²⁰⁰

Dergide modern ve şehirli olmak en çok vurgulanan temaları oluşturuyor. Dergi bunu yaparken sık sık Osmanlı övgüsüne, Osmanlı motifleri ile modern olanı harmanlamaya önem veriyor; “*Muhteşem bir akşam için hazırsın şimdi. Uçuşan eteklerin abartıdan uzak görkemli takıların İstanbulla özdeşleşmiş mavi renkli elbisenle bu gecenin sultanı sensin. Dik, gururlu ve bir o kadar da mağrursun. Osmanlı sultanısın, yüzyıllarca kıskanılan, zarafetiyle dudak uçuklatan asil Osmanlı kadını.*”²⁰¹

s.89. Acar makalesinde, mülakat yaptığı İslamcı kadınlar arasında da “ev içinde çekici, ev dışında itici olmak” söyleminin yaygınlığına işaret etmektedir.

¹⁹⁸ Âlâ, Şubat 2012, s. 50-53.

¹⁹⁹ Âlâ, Haziran 2013, s. 107.

²⁰⁰ Âlâ, Aralık 2013, s. 6.

²⁰¹ Âlâ, Aralık 2013, s. 57.

Türkiye’de İslamcı Kadın Algısının Dönüşümünü üzerinden analiz etmeye çalıştığımız dergi, örtülü kadınları hedef kitle olarak seçmiştir ve onların yaşamlarına, tercihlerine yönelik yayın yapmaktadır. Ancak geçmişin algılarıyla günümüzün algıları arasında büyük farklar bulunmaktadır. Dergi, her zaman moda olanı olumlayan ve ön plana çıkaran yaklaşımdır. Buna göre etek boyları uzayabilir, kısalabilir, pantolonlar daralabilir, eğer moda olan o ise kadınlar maskülen bir görüntüye sahip olabilir. Bu bölümü Feride Acar’ın Kadın ve Aile isimli dergi üzerine yaptığı çalışmada yer verilen, İslamcı düşüncenin benimsediği moda algısıyla bitirmek yerinde olacaktır: “*Moda Türk kadınıni kendi geleneksel giyiminden vazgeçirerek, geçmişini inkar ettirir. Üniseks giyim, kadını erkekten ayıran özel giyimini yadsır. Modayı takip etmek Batı’nın kültürel emperyalizmine boyun eğdirir. Belki en önemlisi Peygamber, kafirlerin giydiklerini inananların giymemelerini buyurduğu için, moda dine karşıdır.*”²⁰²

4.1.2. Güzellik, Bakım ve Estetik

Güzellik, bakım ve estetik başlığı altında ele almaya çalıştığım durum tüm bunların ticarileşmesi, satılan ve satın alınan öğeler olarak İslami kesimin kadınlarının fark edirliliklerini arttırmasına hizmet eden bir araca dönüşmesidir. Reklamların hakimiyetinde yaşadığımız günümüz dünyasında her şey metalaşmış durumdadır. İslamcılık düşüncesinde kadın, güzelliği ile görünür hale gelmemeli, nesne konumuna düşmemelidir. Âlâ Dergisinin hitap ettiği kitlede bunun bir dönüşüm geçirdiğini görmekteyiz. Nilüfer Göle, Modern Mahrem isimli kitabında dönemin İslamcı kadınlarının örtünerek Batı modernizmi karşısında tebliğ yaptıklarını dile getirmektedir. Buna göre; “*dişiliğini bedenine ve giyimine özenerek sergileyen modern kadın silueti karşısında, Müslüman kadın örtünerek dişiliğini gizlemekte ve estetik gövdenin karşısına kutsal gövdeyi çıkartarak bir kez daha Batı modernizmi karşısında farklılığını pekiştirmektedir.*”²⁰³ Ancak hedef kitlesi örtülü Müslüman kadınlar olan dergimizde görünür olmanın, fark edilmeyi dişil güzellik üzerinden gerçekleştirmenin olumlandığını, yani İslamcı kadın algısının moda ve giyimin ardından beden üzerinden de dönüşüme uğradığını görmekteyiz.

²⁰² Kadın ve Aile, Şubat 1986, Aktaran: Acar, a.g.m., s. 79-80.

²⁰³ Göle, **Modern Mahrem**, a.g.e., s.169.

Derginin her sayısında Âlâ Bakım bölümü yer alıyor. Bakım önerilerinin yer aldığı bu bölümde kozmetik markalarının ürünlerinin tanıtımlarına ve evde hazırlanabilecek ürünlerle güzelliği korumanın yollarına yer veriliyor. Âlâ Bakımın dışında Âlâ Sağlık köşesi de dergide yer alıyor. Burada çocuk sağlığı, mevsimsel hastalıklardan korunmanın yolları, diş sağlığı, formda kalmak için diyet önerileri gibi konulara değiniliyor. Bunların dışında, her sayıda Estetik köşesinin yer aldığını görüyoruz. Bu köşede estetik cerrahi uzmanı, estetik operasyonların nasıl yapılacağı, ne gibi sonuçlar doğuracağı hakkında okuyucuları bilgilendiriyor. Sayfaların çoğu kozmetik markalarının tanıtımına ayrıldığı için burada da reklamların dilinin hakimiyetini görüyoruz.²⁰⁴

Derginin estetik, bakım ve güzellik temalı sayfalarında gençleşmek ve genç kalmak oldukça önemli bir yere sahiptir. Dergi okuyucularına, bedenlerini nasıl genç tutacakları ve güzelliklerini nasıl koruyacakları konusunda her sayıda tavsiyelerde bulunmaktadır. *Modern Mahrem* isimli kitabında Nilüfer Göle İslamcı kadının bu tutumunu modernlik karşısındaki bir tür vaziyet alış olarak ortaya koymaktadır:

Batı modernizminin eşitlik ilkesi ve görünürlük ilkesi gövdenin alanına da nüfuz etmiştir ve zamana karşı, yaşlanmaya karşı işleyerek, yaş hiyerarşilerini kırmaktadır. Yaşlar üstü “genç” estetik giyimde olsun, yaşam biçiminde olsun kendini hissettirmektedir...Sekülerizasyon helezonuna girmekte direnen İslami gövde ise Batı modernizmi karşısına farklı bir semantik ile çıkmaktadır... Yaş hiyerarşileri titizlikle korunmakta...”²⁰⁵

Âlâ dergisi örneğinde bu durumun kırıldığını, derginin hedef kitlesine vermek istediği mesajlarda İslami beden de Batı modernizminin öngördüğü ideal anlayışla

²⁰⁴ Marcuse, modern toplumda (ileri sanayi toplumu olarak ta nitelendirmektedir) kitle iletişim araçlarının konut, besin, giysi ve eğlence gibi meta haline gelen ürünler ile (ideal olarak sunulan yaşam tarzı şeklinde değerlendirmek doğru olacaktır) tüketicilerin bir biçimde üreticilere ve böylelikle “bütüne” bağlandığını dile getirir. Marcuse’a göre; ürünler doktrin aşılarda ve artık daha çok sınıf ve daha çok birey için ulaşılabilir hale gelirler. Böylece tek boyutlu düşünce ve davranış kalıbı doğar. Burada toplumun üyelerinin boyun eğdikleri belirli denetim mevcuttur. Televizyon izler, radyo dinler, gazete ve dergiler okurlar. Kendi dillerini konuşurken insanlar bir o kadar da reklamcılar dillerini konuşurlar. Kitle iletişim araçları tarafından onlara söylenenler haline gelirler. Bkz. Herbert Marcuse, **Tek Boyutlu İnsan**, Çev: Aziz Yardımlı, 4. Baskı, (İstanbul: İdea Yayınları, 2010). İslamcılığın karşıtlığı üzerinden kendini konumlandığı modern tüketim toplumunun yeniden üretim biçimlerinin dergi aracılığıyla İslami kesime sunulması ve bunun hedef kitlede karşılığının bulunması çalışmamın odak noktası açısından önem taşımaktadır.

²⁰⁵ Göle, **Modern Mahrem**, a.g.e., s. 176.

benzeştiğini görmekteyiz. Mayıs 2013 sayısında; Anneler gününde annenize gençliğini hediye edin²⁰⁶ başlıklı cilt gençleştirme önerileri dikkat çekicidir. Daha ilginç bir örnek ise Hoş Geldin 11 Ayın Sultanı Ya Şehri Ramazan²⁰⁷ başlığı altında cilt bakım önerilerinin yer almasıdır. Dergiden seçtiğim genç kalmak temalı diğer örnekler şu şekildedir; Cilt ve Yüz Gençleştirmede Yenilikler başlıklı yazı, derginin bir çok sayısında estetik cerrahi uzmanının sayfasında karşımıza çıkıyor. Aralık 2013 sayısında “Etkileyici ve Sağlıklı Bakışlar İçin” önerilere yer veriliyor: “Göz çevresinde oluşan kırışıklıklar, morluklar ve gözaltı torbaları. Etkileyici ve sağlıklı bakışlara sahip olmak için geliştirilen yeni ürünler, gözlerinizin güzelliğini ve ihtiyacı olan bakımı sunuyor.”²⁰⁸ Bu örnekte dikkat çeken iki nokta var. ilki İslamcılık düşüncesinde kadını dişilik üzerinden ortaya çıkarmamaya çalışan algının tam aksine “etkileyici bakışlara sahip olma” önerileri, ikincisi ise reklamların dili ile konuşmak yani bu ürünleri “ihtiyaçmış gibi” okuyucuya yansıtmak. Tüm bu kozmetik ürünlerin bir ihtiyaçmış gibi sunulmasına birkaç örnek daha verecek olursak; “Saçlar güzelliğin simgesidir. Mükemmel saçlara sahip olmak içinse etkili ve kaliteli ürünler kullanmak ve saç bakımını ihmal etmemek gerekir.”²⁰⁹Yine başka bir yerde, “Kendimizi iyi hissetmenin ilk altın kuralı doğal ve canlı bir cilde sahip olmak. Elbette bu her zaman mümkün olmuyor... Minik dokunuşlarla cildinizdeki kusurları yok etmeniz mümkün.”²¹⁰ Bu örnekler, kendini iyi hissetmenin fiziksel güzelliğe bağlı olduğuna yönelik yarattığı algıyla da dikkat çekmektedir. Bu algı İslamcılık düşüncesindeki bedensel ve dünyevi olanı aşarak manevi olanda güzelliği ve mutluluğu arama idealine de ters düşmektedir.

Dergide son yıllarda hayatımızdaki önemi son derece artan ve “görünür olma, beğenilme” güdümüze yönelik hareket etmemize neden olan sosyal medya alışkanlıkları üzerine de bir yazıya yer veriliyor. “İdeal Güzellik Sırları ve Sosyal Medyada Güzellik Anlayışı” başlıklı yazının içeriğinde şu ifadeler yer veriliyor:²¹¹

²⁰⁶ Âlâ, Mayıs 2013, s. 146.

²⁰⁷ Âlâ, Temmuz 2013, s. 145.

²⁰⁸ Âlâ, Aralık 2013, s. 34.

²⁰⁹ Âlâ, Şubat 2014, s. 32.

²¹⁰ Âlâ Eylül 2014, s. 81.

²¹¹ Âlâ, Şubat 2014, s. 84.

Hayatımızın her alanına giren sosyal medya, estetiğe olan talebi arttırdı. Facebook, twitter gibi sosyal medya ağlarında daha güzel ve çekici görünme isteği kullanıcıların yönünü plastik cerrahlara çevirdi... Sosyal medyada yer alan profil fotoğrafında güzel ve çekici görünmenin yüzdeki ideal güzelliğe ulaşmakla mümkün olacaktır. Kemerli ve uzun burun, küçük ve geride bulunan çene ile çöken elmacık kemiklerinin düzeltilmesi için plastik cerraha başvurmanın ideal güzelliğe ulaşmak için ilk adımıdır.

İslamcı düşüncenin estetik ameliyatlara tavrı mesafelidir. Vücuttaki her hangi bir kusurun insan psikolojisine ciddi anlamda zarar vermesi ve sağlıksal zorunluluklar dışında estetik operasyonlara sıcak bakılmaz, bu Allah'ın yarattığını beğenmemek olarak algılanır. Ancak bu algının, dergi ve çevresi tarafından tersine çevrildiğini ve “ideal kusursuz güzelliğe” ulaşmak için bu yollara başvurmanın tavsiye edildiğini görmekteyiz. Elbette ki bu dergi üzerinden genellemeler yapmak doğru olmayacaktır. Bizim yaptığımız analizler toplumun Müslümanca yaşayan kesimleri içerisinde, İslami olanı algılama ve yaşama anlamında, İslami olanın merkeze yerleşmesi ile birlikte -ki bu İslami olanın sınıf atlaması ve o yaşamın göz önünde yer alması demektir- birçok algının dönüşüme uğradığını göstermeye çalışmaktır.

4.1.3.Yeni Yaşam Biçimleri

Türkiye’de Müslüman kimliğiyle var olan ve İslami kurallara göre yaşayan kesimlerin, “modern/batılı” olarak nitelenen yaşam biçimlerine eklemelenmesi esasında 1980’lerde gelen ekonomik liberalleşme ve 1990’larda Refah Partisi’nin yükselişi ile başlamıştır. Ancak Müslüman kimliği ile önce iktidara gelen sonra da tüm kurumlara yerleşerek iktidarını pekiştiren Adalet ve Kalkınma Partisi döneminde 1990’larda hem İslamcı hem de laik kesimler tarafından büyük tartışmalara neden olan “her şeyin İslami’sinin üretilerek İslami kesimce tüketilmesi” durumu normalleşmektedir. 1980’ler mağduriyet, mazlumiyet ve hem sınıfsal hem de ideolojik dışlanmışlık üzerinden kendini tanımlayan İslami kimlik 1990’ların

sonlarına gelindiğinde tüketim sürecine daha fazla katılan, tüketimle barışmış İslami kimliğe dönüşmektedir.²¹²

Günümüzde ise geçmiş dönemlerde İslamcılar tarafından eleştirilen birçok yaşam pratiği değişen sosyo-ekonomik sınıfların da etkisiyle normalleşmiş ve İslamcı kesimlerin hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Yaşam biçimlerini bu denli etkileyen sadece ekonomik güce sahip oluş değildir. Yaşadığımız dünyada sahip olduklarımız bir simgeler dünyası yaratmaktadır. Sadece ekonomik güce sahip olmak yeterli değildir, bu ekonomik gücü zenginler gibi yaşayarak kullanmak ve sahip olduklarımızla bu simgeler dünyasına dahil olmak gerekmektedir. İslami kesimin sermayeyle ilişkisi arttıkça, İslam'ın öğütlediği ve İslamcılarının savunduğu bazı değerler sadece sözcüklerde kalmaya başlamıştır. İsraftan kaçınma, biriktirmeme, gösteriş yapmama, mütevazî yaşama ve temel ihtiyaçları karşıladıktan sonra arta kalanı paylaşma gibi değerlerin çoğu yerini her şeyin en lüksüne sahip olma ve bu simgeler üzerinden varlık kazanma gibi olgulara bıraktığını dergi üzerinden okuyabiliyoruz. Dergi üzerinden örneklerle geçmeden önce bu dönüşümün ilk dönemlerinde İslamcı yazar Ali Bulaç'ın konuyla ilgili düşüncelerine yer vermek yerinde olacaktır:

*Çalışan insan dinlenmek ister; bazen bu gerçekten insani bir ihtiyaç. Ama unutmamak lazım, tatil yapmak ve iş düzeninden farklı bir kategori olarak dinlenmek modern zamanlara mahsus bir fenomen... son yıllarda hepimizin gözlediği ve hatta içine dahil olduğu gibi modern tatil kültürünün bir parçası olduk... Buna dayalı bir İslami endüstri de gelişti.*²¹³

Bulaç, duruma daha ılımlı bir eleştiri getiriyor ancak İslamcılık içerisinde bu durum daha sert dille de eleştirilmiştir.

Dergide değişen yaşam alışkanlıklarını lüks söyleminin hakimiyet kurduğu tatil alışkanlıkları, yeni yaşam alanları, mücevher ve giyim önerileri, gece davetleri ve düğün organizasyonları üzerinden görebiliyoruz. Batılı/Modern olarak nitelendirilen yaşam alışkanlıklarının, belli bir sınıfa ait olmanın göstergesi olarak

²¹² Mücahit Bilici, “İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı”, Nilüfer Göle, **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, 4. Baskı, (İstanbul: Metis Yayınları, 2013), s. 225.

²¹³ Bilici, a.g.m., s. 219-220.

İslami kesim tarafından benimsenmesini dergi üzerinden örneklerle inceleyecek olursak öncelikle tatil alışkanlıklarının dönüşerek modern olarak nitelendirilen yaşam biçimleriyle paralellik gösterdiğini görmekteyiz. Derginin tatil önerileri şehirli, orta-üst segmente hitap ediyor. *“Hangi otel, hangi şehir ve alışveriş derken yolculuk günü gelir ve sanki siz daha yola çıkmak için hazır bile hissetmezken, bir otel odasında buluverirsiniz kendinizi.”*²¹⁴ Aynı sayıda yer alan tatil mekanı önerileri şu şekilde; *“Butik Tatilin Adresi”*,²¹⁵ *“Lüksün Simgesi”*²¹⁶, *“Çiftlik Tatili-Metropol şehirlerin yoğun temposundan kaçarak...”*²¹⁷ Son örnek sınıfsal değişimi göstermesi açısından çok önemlidir, uzun yıllar boyunca köylülük, geri kalmışlık, ekonomik olarak alt sınıfı oluşturmak gibi özelliklerle nitelendirilen İslamcı kesim artık şehirlilik üzerinden kendini tanımlamaktadır ve modern bir olgu olan önceleri köy olarak nitelendirilen mekanların şimdilerde *“şehrin kalabalığından doğaya sığınarak kafa dinleme”* olarak görülmesine örnek teşkil etmektedir.

*“Tatilde Nasıl Keyif Yaparım”*²¹⁸ başlıklı yazı lüks yaşam alışkanlıklarına başka bir örnek olarak karşımıza çıkıyor. Yazının içeriğinde *“Tropikal bir atmosferde kendinizi şehirden ve gürültüden çok uzakta hissederek tatilin keyfini ikiye katlayın”* ifadeleri yer alıyor. Mayıs 2013 sayısında Arabistan’da lüks otel reklamına yer veriliyor.²¹⁹ Eylül 2013 sayısında ise; *“Mercan kayalıklarıyla çevrili Bali’nin beyaz kumlarla kaplı sahillerinde denizin ve güneşin keyfini çıkarabilirsiniz”*²²⁰ açıklamasının yer aldığı Tropikal Tatil önerisi bulunuyor. Hedef kitlesi üst sınıfa mensup Müslüman kimliği ile yaşamayı tercih eden kadınlar olan dergi *“Hanımefendilere özel mekanlar”* başlığıyla lüks otel reklamlarına devam ediyor. Söz konusu otelde spalardan bir tanesi sadece bayanların kullanımına açık ve reklam metni şu şekilde; *“Günlük olarak kiralayabileceğiniz bu kral dairesinde;*

²¹⁴ Âlâ, Haziran 2014, s. 4.

²¹⁵ Âlâ, Haziran 2014, s. 58.

²¹⁶ Âlâ, Haziran 2014, s. 59.

²¹⁷ Âlâ, Haziran 2014, s. 60.

²¹⁸ Âlâ, Temmuz 2013, s. 60-62.

²¹⁹ Âlâ, Mayıs 2013, İç Kapak.

²²⁰ Âlâ, Eylül 2013, s. 206.

sauna, hamam, dinlenme dairesi bulunuyor. Tüm masaj ve bakım hizmetlerini de odanızda alabiliyorsunuz.”²²¹

Yaşam için seçilen özel alanlar yani evler de ait olunan ekonomik sınıfı gösterecek şekilde düşünülüyor. Dergi okuyucusuna her şeyin lüksüne, ihtişamına sahip olmaları gerekiyormuş gibi bir algı aşıyor. Yaşadıkları, yemek yedikleri, tatil yaptıkları yerler, giydikleri giysiler ve sahip oldukları mücevherler ile ayrıcalıklı hissetmeleri gerektiğini söylüyor. Bu durum reklamların dilinin hakim olduğu, tüketime yönelik yaşadığımız günümüz dünyasında olağan gibi gözüküyor ancak buna “İslami” olanın bu denli açıkça dahil olması çok da alışılmış bir durum değil. Dergi ev reklamı yaparken şu dili kullanıyor; *“Eviniz, adresiniz, markanız; Florya. İstanbul’un seçkin semtlerinden Florya’da her şeyin “bir ağaç boyu” kadar olduğu bir yaşam başlıyor... Burası İstanbul’un en lüks yaşam merkezi KoruFlorya; dokunduğunuz, baktığınız her yerde ihtişam var.*”²²² İhtişam ve göz alıcılık vurgusu mücevher reklamlarında en üst seviyeye ulaşıyor. Bir meta olan takılara manevi değerler yüklenerek, ona sahip olmanın insanlara değer katacağı duygusu veriliyor. Sevgililer Günü’nün yer aldığı Şubat 2014 sayısında mücevher reklamları “Sevgiyi Anlatmanın En Şık Hali” başlığıyla yapılıyor. *“Kuğu zarafetini üzerinize taşıyacak pırlanta, ihtişamını esirgemeyen altın ve kraliçenin zarafetini andıran elmas işlemeli tasarımlarla 2014 kış sezonu mücevherler sevgiyi anlatmanın en şık hali.*”²²³ Kendimizi iyi hissettirecek tüm güzel sıfatlar, bu ürünlere sahiplikle özdeşleştiriliyor. *“Kendine güvenen ve tarzı olanların vazgeçilmez parçası kalın altın bilezikler.*”²²⁴ *“Asalet geçmişten gelir, zarafet kendiliğinden. Etkili ve güçlü işlemeleriyle altın, zamana değer size asalet katar.*”²²⁵ Hiç biri zorunlu ihtiyaç olmayan bu ürünler kadınlar için vazgeçilmez öğelermiş gibi sunuluyor: *“Pırlantanın beyaz altınla buluştuğu nokta kadınların vazgeçilmezi. Pırlantanın bize verdiği güç, kendiniz sultan gibi hissettirecek. Göz kamaştıran parıltılar, beyaz altının sadeliğiyle*

²²¹ Âlâ, Eylül 2013, s. 207.

²²² Âlâ, Eylül 2013, İç Kapak.

²²³ Âlâ, Şubat 2014, s. 19.

²²⁴ Âlâ, Şubat 2014, s. 19.

²²⁵ Âlâ, Temmuz 2013, s. 131.

birleştğinde zarif ve güçlü kadının profilini çiziyor.”²²⁶ Anneler gününün yer aldığı Mayıs ayı sayılarından birinde mücevher tüketimi anneleri mutlu etmek için araştırlıyor: *“Güzel annenizin gönlünü taçlandırarak pembe safirler, pırlantalar ve turmalinlerle bezenmiş bu koleksiyon, annenize zarafet, huzur ve olumlu enerji ile güç, güven sağlıyor.*”²²⁷

Modern yaşam ve tüketim biçimlerinin “İslamcasının” üretildiğinden bahsetmiştik. Bu durumu dergideki *“Türkiye Bera Alanya’nın denize sıfır kurduğu mükellef sofralarında eski ramazanları yaşıyor*”²²⁸ şeklindeki reklamında görüyoruz. Aynı şekilde ramazan ayı tüketim için bir fırsat olarak görülüyor ve ramazan temalı marka reklamlarına yer veriliyor: *“Bu Ramazanda sahur sofraları Profilo’nun yeni kahvaltı serisi ile hazırlanacak.*”²²⁹ Başka bir yerde de; *“Ramazana yakışır padişah sofraları Porland Ottoman serisi ile hazırlanacak,*”²³⁰ denmektedir.

Mekan önerileri İstanbul’un lüks semtlerinden seçiliyor. Nisan 2014 sayısında yer alan Nişantaşı’nda Yeni Bir Konsept²³¹ başlıklı yazıda mekan sahibinin İmam Hatip mezunu olduğuna değinildikten sonra mekan önemli görülen özellikleri ile tasvir ediliyor; *“...konuklarına Osmanlı mutfağından küçük lezzetler sunarken, günümüz modern dünyasına ait tasarım ürünlerini satın alma fırsatı sunuyor. Yemek yediğiniz masadan, oturduğunuz koltuğa kadar içinde gördüğünüz tüm tasarımlar sizin olabilir.”* Mekan önerilerinde en sık rastlanan tema seçkinlik. “Akdeniz Lezzetleri” başlıklı yazıda mekan şu şekilde tanımlanıyor; *“Yeni kış sezonunda İbiza esintisi taşıyarak oluşturduğu yeni konsepti ile aydınlık, sıcak, romantik ve seçkin bir atmosfer sunuyor.*”²³²

Lüks yaşam önerilerini düğün davetlerinde de görmekteyiz. *“Wyndham Kalamış Hayallerinizin Ötesinde Bir Düğün-evlenecek çiftlere düşlerini gerçeğe*

²²⁶ Âlâ, Aralık 2013, s. 50.

²²⁷ Âlâ, Mayıs 2012, s. 38.

²²⁸ Âlâ, Haziran 2013, İç Kapak.

²²⁹ Âlâ, Temmuz 2013, s. 100.

²³⁰ Âlâ, Temmuz 2013, s. 101.

²³¹ Âlâ, Nisan 2014, s. 50-51.

²³² Âlâ, Şubat 2014, s. 12.

*dönüştürebilecekleri bir düğün için çok özel fırsatlar sunuyor.*²³³ Düğün mekanı böyle olunca balayı önerileri de ona yakışır biçimde sunuluyor; “*Düğün gecenizin büyüğü More Travel ile Balayında da devam ediyor.*”²³⁴ Balayı için Zanzibar, Hawaii ve Tayland adres gösteriliyor.

Değinilen alıntılarla tüketimin ve lükse düşkünlüğün İslami kesimde de yer yer karşılık bulduğunu görmekteyiz. Elbette bu karşılık bu kesimlerin dahil olduğu ekonomik sınıfa göre değişmektedir. Ancak esas olan İslamcılığın dava olarak benimsendiği dönemdeki haklar mücadelesinin çok geride kalması ve mevcut iktidar ile sahip olunan olanakların değişmesiyle yaşam biçimlerinin de modern/batılı olarak nitelendirilen ve çoğu zaman eleştirilen yaşam biçimleriyle aynılaşmasıdır.

4.2. Âlâ Dergide Kadının Kamusal ve Özel Alandaki Varlığına Bakış

Derginin hedef kitlesinin ekonomik olarak orta-üst gelire sahip şehirli kadınlar olduğunu belirtmiştik. Dergide, İslamcı söylemdeki kadının birincil görevinin annelik olması durumunun değiştiğini görmekteyiz. Birinci bölümde sıkça üzerinde durduğum gibi, 1980 sonrası siyasal bir hareket olarak varlık gösteren İslamcılık kadına dava çerçevesinde ihtiyaç duymaktaydı. İslamcı kadınlar arasında da bir ikilik söz konusuydu. Bir kısım, kadının anne ve eş olma görevinin hala en önemli görev olduğuna inanıyordu ve eğitim bu görevleri daha bilinçli olarak yerine getirmenin bir aracıydı. Diğer düşünme biçimi ise İslamcı kadının özgürleşmesi, bireyselleşmesi ve kendi ayakları üzerinde durması gerektiğine olan inançtan kaynaklanıyordu. Ancak bu durumda da kadınlar seçimleri ya da seçmek zorunda oldukları ile toplumsal olana hizmet ediyorlardı. Bu dönemin eğitilmiş kadınların en çok doktorluk, avukatlık ve yazarlık gibi toplumsal faydaya hizmet edebilecek meslekleri seçmişlerdir.

Bunda şüphesiz ki siyasal konjonktürün etkisi büyüktür. Ancak siyasal konjonktüre ek olarak bu jenerasyonun İslamcılık davası içerisinde yetiştiğini, başörtüsü hakları için büyük mücadeleler verdiğini göz önünde bulundurursak neden bu meslekleri seçtiklerini daha iyi anlayabileceğimizi düşünmekteyim. Başörtülü kadınların “zaten okuyacak olsalar başörtüsü takmazlardı” gibi bir algıyla

²³³ Âlâ, Mayıs 2013, s. 22.

²³⁴ Âlâ, Temmuz 2013, s. 202-203.

karşılandığı, İmam Hatip mezunlarının katsayı problemi nedeniyle sadece ilahiyat bölümünü seçebildiği bir siyasal/toplumsal ortamda, doktorluk avukatlık gibi akademik başarı gerektiren mesleklere sahip olmak kendi başarılarını kanıtlamak açısından tercih edilir gözükmektedir. Hukuk eğitimi görmek özellikle o dönem için hakim ve savcı olmayı mümkün kılmıyordu ancak sürdürdükleri davada bilinçli bir avukat olarak varlık göstermelerine engel değildi.

Günümüze geldiğimizde ise başörtüsüyle varlık gösteren kadınların değişen toplumsal ve siyasal konjonktürle çok daha farklı meslek tercihleri yaptıklarını görmekteyiz. Toplumsal anlamda artık başörtüsü normallik kazanmış durumda, birçok iş yeri başörtülü kadınları yüksek pozisyonlarda değerlendirebiliyor. Başörtüsünün Cumhurbaşkanlığı Köşkü'ne ve meclise girmiş olması başörtüsünün normalleşmesinde en önemli etmenlerden biridir. Başörtüsü için mücadele gerekliliği ortadan kalktığından başörtülü kadınlar için bireyselleşmenin daha mümkün olabildiği bir dönemde olduğumuzu söylemek yanlış olmayacaktır. Elbette bunu belli ekonomik ve sosyal imkanlara sahip olan kadınlar başarabilmektedir.

4.2.1.KendiBaşarı Hikayesini Yaratmak Ya da Sermaye ile Girişimci Ruhu Buluşturmak

Dergi kapsamında kadınlara biçilen rolün annelik ve iyi bir eş olmanın yanında iş hayatında da var olmak şeklinde genişlediğini görmekteyiz. Yukarıda kadınların bireyselliklerini daha ön plana çıkarabilecekleri işler yapabildikleri bir ortamın mümkün olduğundan bahsetmiştim. Bu durum derginin ele aldığı ve hitap ettiği orta-üst ekonomik sınıfa mensup kadınlarda çoğu kez moda evi açma, butik cafe/restoran işletme şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Alev Erkilet, Âlâ ve benzeri İslami moda dergilerini ele aldığı çalışmasında, bu dergilerin oluşturmaya çalıştığı kadın imajının aktif bir siyasal/toplumsal özne ya da kendi yapıp ettikleriyle sosyal alanda var olan ve onu dönüştüren etken bir varlık değil, kocasının statüsünün göstereni olan, edilgen ve özgürlükten yoksun bir varlığa gönderme olduğunu dile getirmektedir.²³⁵

²³⁵ Alev Erkilet, “Mahremiyetin Dönüşümü: Değer, Taklit ve Gösteriş Tüketimi Bağlamında “İslami” Moda Dergileri, **Birey ve Toplum**, Güz 2012, Cilt 2, Sayı 4, s. 38

Dergi, sunduğu yaşam alanları, giyim kuşam önerileri ve tüketim alışkanlıkları ile kadınları zenginliği gösteren/taşıyan bir obje haline getirmektedir. Lüks giyim ve yaşam tarzı, katılınan davetler, iş hayatında yer almayan kadınların mutlaka yardımlaşma ve dayanışma organizasyonlarında en şık kıyafetleriyle boy gösteriyor olması, bir toplumsal sınıfa ait olmanın göstereni olması anlamında gereklilik olarak sunulmaktadır. Dergi, kadınların iş yaşamındaki başarısını önemsiyor; bunu hemen her sayısında görmek mümkün ancak burada derginin örnek gösterdiği kadınların mesleklerine baktığımız zaman, çoğunun zaten çalışmak zorunda olmadığını görmekteyiz. İslami kesimde ekonomik olarak üst sınıfa hareketliliğin yoğunlaştığı ve buna bağlı olarak yaşam biçimlerinin dönüştüğü günümüzde, derginin örnek gösterdiği kadınların çoğu kendi işlerinin sahibi ve başörtülü kadınlara moda ve estetik alanında hizmet veriyorlar.

Başörtülü kadınların iş yaşamında yer aldığı diğer bir iş kolu da cafe/pastane/restoran sektörü. Yani bir şekilde sermayeye sahip olan (aileden ya da eşten) kadınların, kendileri gibi üst düzey yaşam sürenlere hitap eden, hem kültürel hem de sınıfsal benzerlik algısını ekonomik kazanca çeviren girişimleri olarak gözüküyor. Dergi, kendi başarı öyküsünü yazan başörtülü kadınların hikayelerine de yer veriyor ancak bu diğerlerinin yanında çok küçük bir parçayı oluşturuyor. Kendi başarı hikayesini yazan kadınlar ile ilgili dergide çıkan birkaç yazı bu konuya ışık tutacak niteliktedir. Başörtülü yüksek kimya mühendisinin zararlı kimyasalları kullanmadan kozmetik ürünler ve günlük hayatta kullandığımız temizlik maddelerinin üretimini nasıl gerçekleştirdiğini gösteren röportaj bu bağlamda son derece önemlidir.²³⁶ Yine başörtüsüyle uzman olarak bir katılım bankasında çalışma hayatına başlayan bir kadının müdürlüğe uzanan kariyer yolunun “Başarılı, Özgüveni Yüksek Bir Hanımefendi”²³⁷ başlığıyla anlatıldığı yazı kendi hayat hikayesini yazan kadınlara örnek olarak sunulmaktadır. Önceleri başı açık olan, daha sonra tesettürü benimseyen haber spikerinin mesleki yolculuğu ve başını örtmeye karar veriş süreci “Kendi Başarı Öyküsünü Yazdı” başlığı verilen röportaj ile okuyucuyla buluşturuluyor.²³⁸ Başörtüsüyle tiyatro oyunculuğu yapan Özlem Sarıçamlık’ın

²³⁶ Âlâ, Haziran 2012, s. 46-48.

²³⁷ Âlâ, Nisan 2013, s. 124-126.

²³⁸ Âlâ, Şubat 2013, s. 104-109.

hikayesi de başörtüsü ile kendi kendine var olma mücadelesini gösteren bir örnek olması açısından önem arz ediyor. Röportaj “Türkiye’nin Tesettürlü Tiyatro Oyuncusu Özlem Sarıçamlık”²³⁹ başlığı ile yer alıyor.

Kendi işini kuran başörtülü kadınların dergide yer alış biçimlerine örnekler verecek olursak sermaye sahibi kadınların girişimlerini görüyoruz. Nisan 2013 sayısında “Hem Modacı Hem İş Kadını”²⁴⁰ başlığıyla Haley tekstil yönetim kurulu başkanı ve MÜSİAD kadın komisyonu yönetim kurulu üyesi Nur Yamankaradeniz ile yapılan röportaj yer alıyor. Röportajda “tasarımlarında özel ve değerli kumaşlar kullanarak, özellikle Osmanlı ve geleneksel Türk motiflerini sıklıkla kullanan Nur Yamankaradeniz’in Nişantaşı’ndaki butiğine konuk” olunuyor. Markanın sadece Nişantaşı’nda değil Florya, Erenköy ve Tarabya’da yer alan seçkin üç mağazanın VIP kısmında ürünlerinin yer aldığı belirtiliyor. “Beyaz Düş Gelinlikten Bembeyaz Düşler”²⁴¹ başlığını taşıyan yazıda Beyaz Düş Modaevi’nin başörtülü sahibesiyle röportaj yapılıyor. Bu röportajda, “örtülü modelleri tercih eden kadar açık modelleri tercih eden gelinlerimiz de var. Örtülü örtüsüz hepsi bizim baş tacımız” diyerek örtüsüyle ticaret hayatında yer aldığını belirtiyor modaevi sahibesi. Şubat 2012 sayısında bir grup başörtülü kadının, kadınların internette vakit geçirirken istenmeyen görüntülere maruz kalmalarından duydukları rahatsızlık ile bir kadının aradığı her konuda düzeyli bilgi bulabileceği günlük bir e-gazete kurma girişimlerine yer veriliyor. E-gazete, okuyuculara “Bu Gazeteyi Yalnızca Kadınlar Okusun”²⁴² başlığı ile duyuruluyor. Kadına, çocuğa, evliliğe, güzelliğe, moda ve gündemdeki diğer olaylara yer verilen gazete kadınların günlük olarak takip ettiği bir site olmayı hedefliyor. Başörtülü kadınların iş hayatındaki girişimciliklerine bir diğer örneği ise “İki Kardeşin Şöleni”²⁴³ başlığıyla Şölen Butik’i kuran iki kız kardeş ile yapılan röportaj oluşturuyor.

²³⁹ Âlâ, Ocak 2013, s. 125-128.

²⁴⁰ Âlâ, Nisan 2013, s. 221-223.

²⁴¹ Âlâ, Haziran 2013, s. 70-71.

²⁴² Âlâ, Şubat 2012, s. 26-27.

²⁴³ Âlâ, Şubat 2012, s. 28-29.

4.2.2.Sosyal Sorumluluk Faaliyetleriyle Cemiyet Hayatında Görünür Olmak

Başörtülü kadınların kariyer yolunda kendi başarı hikayelerinden ve girişimlerinden başka, sosyal sorumluluk faaliyetleriyle kimi zaman eve hapsolan kadınların sosyalleşmeye teşvik edildiğini, kimi zaman da ücret karşılığı çalışmayan kadınların yardımlaşma ve dayanışma faaliyetleri aracılığıyla toplumsal hayata karıştığını görmekteyiz. Kendi meslekleri ya da faaliyetleri sebebiyle ya da ilgili kişilerin eşleri olmaları sebebiyle başörtüsü ile görünür olmanın yeni bir alanını ifade ettiği için böyle bir başlık açmak ve dergiden örnekleri buraya taşımak ihtiyacı duydum. Bakanların başörtülü eşlerinin, medyanın kamuoyuna sunduğu etkinliklerde görünür olmaları Türkiye için AKP sonrası dönemde açılan bir alandır. Bu yeni kamusal görünürlük alanı, başörtülü kadınların da moda yarışına katıldığı, hatta kendi stillerini oluşturduğu yeni yaşam biçimlerinin kapısını açmıştır. Bunun dergide sunuluş biçimine birkaç örnekle değineceğim.

Ücret karşılığı çalışmaksızın cemiyet hayatının bir parçası olmaya dergide yer verilen MÜSİAD Kadın Çalışma Grubu'nun kahvaltı etkinliğini örnek gösterebiliriz.²⁴⁴ Bu toplantının dergide sunulmasını çalışmamız açısından önemli kılan sadece MÜSİAD kadın üyelerinin değil, erkek üyelerin iş yaşamında aktif olarak varlık göstermeyen eşlerinin bu ve bunun gibi etkinliklerde yer alarak cemiyet hayatından kopmayışdır. Bir başka sayıda; Elinizdeki Süpürgeyi Bırakın, Sahne Sizi Bekliyor başlığıyla Üsküdar Belediyesi'nin kadınlara yönelik sosyal sorumluluk projeleri kapsamındaki "Sahne Kadınların" projesine yer veriliyor. Bu proje ile Üsküdar Belediyesi sadece kadınlardan oluşan bir tiyatro kursu açıyor. Bu durum dergide şu ifadelerle yer buluyor: "*Projeyle bugüne kadar örgüsüyle, yemek pişirmeyle, çocuk bakımıyla uğraşan, evini süpüren amatör kadın oyuncular artık sahnelerin tozunu yutmaya başladı.*"²⁴⁵ Haziran 2013 sayısında ise dönemin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Şahin öncülüğünde diğer bakanların ve sanatçıların katıldığı "Önce Kadın El Emeği" sergisine yer veriliyor, bu toplantıda daha çok Türkiye'de Anne Olmak üzerine konuşmalar yapılıyor.²⁴⁶ Vodafone sponsorluğunda

²⁴⁴ Âlâ, Temmuz 2013, s. 111-113.

²⁴⁵ Âlâ, Şubat 2013, s. 56-57.

²⁴⁶ Âlâ, Haziran 2013, s. 56-58.

gerçekleştirilen etkinlik, teknoloji ile kadınların gücüne güç katmayı, kadınların sosyal ve ekonomik alandaki varlıklarını arttırmayı amaçlamaktadır. Serginin açılışı öncesinde ünlü tasarımcılar, iş kadınları ve editörler sergide emeği bulunan kadınlarla bir araya gelmiştir ve törene tüm illerin valileri ile eşleri de katılmıştır.

4.2.3.Tesettürlü Kadının Modayla Bağını Sıkılaştıran Bir Etmen: İş Kadını Olmak

Kadınların iş hayatında varlık göstermesi dergi açısından modanın yer alması gereken bir alan daha oluşturmuş oluyor. Daha önceki bölümlerde de bahsettiğim gibi, başörtüsünün Türkiye’de normalleşme süreci yaşamasından evvel başörtülü kadınların yüksek eğitim gerektiren pozisyonlarda istihdamı neredeyse imkansızdı. Hem kamu sektöründe hem de özel sektörde başörtülü bir kadına uygun görülen iş alanları çaycılık, temizlikçilik gibi alt pozisyonlardı. Ancak başörtüsünün normalleşmesiyle birlikte başörtülü kadınların eğitimlerini kullanabilecekleri mesleklere yönelmeleri sağlanmış; bu da güzel görünmenin bir gereklilik haline geldiği bir durum ortaya çıkardığı için tesettürlü kadınların moda ile bağlarının daha da sıkılaşmasını gerektiren bir ortam doğurmuştur. Başörtülü kadınların gelir seviyesinin yüksek olduğu iş alanlarında eğitimlerini kullanarak yer alıyor oluşu, derginin ofis ortamında çalışan okuyucular için düzenli olarak önerilerde bulunmasına ortam hazırlamıştır.

Dergi her sayısında haftanın yedi gününe giyim önerilerinde bulunmaktadır ve hafta içi için yapılan öneriler çoğu kez “ofis şıklığı” olarak sunulmaktadır. Her sayıda yer alan haftalık kombinler Şubat 2014 sayısında “İş Hayatına Stilinle İmza At”²⁴⁷ başlığıyla yer bulmaktadır ve haftanın her günü için baştan aşağı giyim önerilerine yer verilmektedir. Âlâ Stil Ofis bölümünde, “*İş kadını profiliyle mükemmel uyumu yakalayan pinstripes desenler, klasik bir görünüm oluşturuyor*”²⁴⁸ ifadeleri yer almaktadır. Âlâ Stil Ofis bölümüne birçok sayıda yer verilmiştir. Buna bir örnek, “*Ofiste Bahar Havası: Kış biterken baharın müjdesi keyifli tasarımlar ofislerimize misafir oluyor.*”²⁴⁹ ifadeleri ile Nisan 2014 sayısında bulunmaktadır. İş

²⁴⁷ Âlâ, Şubat 2014, s. 30-32.

²⁴⁸ Âlâ, Şubat 2014, s. 53-55.

²⁴⁹ Âlâ, Nisan 2014, s. 30.

yaşamında yer alan kadınlara dış görünüşün önemi ile ilgili önerilerde de bulunmaktadır dergi. Haziran 2014 sayısının Âlâ Stil Ofis bölümünde İş Yaşamında Öncelik Dış Güzelliği²⁵⁰ başlıklı bir yazı yer almaktadır ve bu yazıda modern yaşamın kadınlara güzel görünmeyi gereklilik şeklinde dayatmasının bir örneğine yer verilmektedir; “Kadınlar kurum içi özgüven ve itibarları için şık giyime büyük önem veriyor. Secreter.com iş yaşamında giyimin önemine yönelik bir anket düzenledi ve 16 bin beyaz yakalı kadın malumu ilan etti.” Derginin en çok üzerinde durduğu konulardan biri olan stil sahibi olmanın iş yaşamındaki önemine Kişisel İmajın İş Yaşamına Yansıması²⁵¹ isimli yazı ile yer verilmektedir. Dergide iş yaşamına yönelik dış görünüm dışında az sayıda da olsa profesyonel önerilere yer veriliyor. Eylül 2013 sayısında İnsan Kaynakları Uzmanı’nın Teorinin Pratiğe Dönüştüğü Yerde Küçük Bir Prova²⁵² isimli yazısı iş hayatında stajın önemine dair bilgiler sunuyor. Ocak 2013 sayısında da iş yaşamında motivasyon ve verimliliği sağlamak için neler yapmak gerektiğine değinilen Performans, Verimlilik, Etkinlik²⁵³ ismini taşıyan yazı yayımlanıyor.

4.2.4. Dergide Başörtüsünün Siyasal Olarak Normalleşmesi

Derginin genel görüntüsüne baktığımız zaman, başörtüsü İslamcılığın bir siyasal hareket olarak yükseldiği 1990’lı yıllardaki gibi “dava”nın simgesi olarak ele alınmamaktadır. Derginin kendisini başörtüsü üzerinden oluşturulan bir mağdur söylemiyle öne çıkarmadığını açıkça görmekteyiz. Dergi başörtüsünün konumunu merkezi kabul etmekte ve tesettürlü şıklığı, tüketimi, lüksü ve gösterişi olumlayan yaşam biçimlerinin İslami olanını okuyucu ile buluşturmayı oldukça doğal kabul etmektedir. İslami olanın Türkiye’de küçük görülmesine yönelik söylem derginin ilk çıktığı dönemlerde birkaç yerde dikkat çekmektedir, ancak derginin yansıttığı genel izlenim, merkezi konumda oldukları ve sundukları yaşam biçiminin oldukça normal olduğu şeklindedir. Elbette bu 2002 yılından itibaren iktidarda olan AKP hükümetinin medyada ve kamusal alanda kadının başörtüsü ile görünür olmasını normalleştiren hamlelerinin doğal bir sonucudur.

²⁵⁰ Âlâ, Haziran 2014, s. 111.

²⁵¹ Âlâ, Mayıs 2013, s. 94.

²⁵² Âlâ, Eylül 2013, s. 85.

²⁵³ Âlâ, Ocak 2013, s. 73.

Daha önceki bölümlerde derginin ilk sayılarında yer alan bir okuyucu mektubundan örnek vermiştim. İslami olanın küçümsendiğini ve Âlâ'nın örtülü kadınların kendini bulması için bir fırsat olduğunu dile getiren bir yazıydı bu. Bunun dışında derginin yayımlanmaya başlandığı ilk dönemlerde dergide yer alan ve kadının örtülü olarak kamusal yaşamda duruşuna yer veren, yazıda kullanılan cümleler ile siyasal İslamcı hareketin ön gördüğü kadın profili çizerek derginin genel profiliyle örtüşmeyen ifadeleri ile dikkatimi çeken bir yazıya değinmek yerinde olacaktır. Biokinesis uzmanı Mine Şule Horal yazının sahibi. Yazıda isminin hikayesine de yer veriyor ve Türkiye'de İslami kesim açısından önemli bir eser olan Huzur Sokağı'nın yazarından ismini alışını şu cümleler ile anlatıyor: *Annem ben doğduğum zaman, tüm ülke kadınlarına örtünmeyi sevdiren Şule Yüksel Şenler'in hayranı olduğu için ismimi Şule koymuş. Bundan olsa gerek, benim de davamdır örtünmek.*" ²⁵⁴ Yazı, 1980'lerden itibaren yükselen siyasal İslam'ın söylemini taşıması açısından dikkat çekiciydi, çünkü dergide bu söylemler çok az yer buluyor.

Tesettür modası, tatil ve gündelik mekan önerilerinin neredeyse tüm sayılara hakim olduğu dergide, 2012 yılının bazı sayılarında bu tarz yazılara yer veriliyor, 2014 sayılarında dergi tamamen moda dergisi görünümüne bürünüyor. Yazar başörtüsü ile kamusal alanda kadının var oluşu ile ilgili şu cümleleri kuruyor: *"Okul birincisi olduğum halde malum meseleden üniversite eğitimi alamadım. Kadın olmak zor bu ülkede, örtülü olmak daha da zor. Yıllarca kendi ülkemizde ikinci sınıf muamelesi gördük; çok gözyaşı döktük. Ama Allah'a şükür, bu gözyaşlarında boğulmadım ben; yüzmeyi öğrendim."* Başörtüsü ile kadınların mağduriyet yaşamaları durumuna, incelenen sayılarda birkaç cümleyi geçmeyecek şekilde yer veriliyor, derginin başörtüsüne yaklaşımı her zaman merkezi konumdaymış gibi ve daha çok bunun tüketimini teşvik edecek şekildedir. Söz konusu yazıda, kadının iş yaşamındaki varlığına yönelik söylemler ise şu şekilde:

Kadın paraya ihtiyacı olduğu için değil; üretmeye ihtiyacı olduğu için çalışır. Rahim sahibi, doğal üretici olan kadın bir şeyler üretilip insanlığa, halka hizmet ettiğinde kendini daha özel ve önemli hisseder, mutlu olur. Ve ancak mutlu bir kadın kocasına ve çocuklarına mutluluk verebilir. Mutsuz

²⁵⁴ Âlâ, Şubat 2012, s. 44.

çaresiz üretimden uzak, ışığını kaybetmiş tüketici kadın; bütün gün evde otursa da eşine ve çocuklarına ışık saçamaz.

Burada kadının nihai amacının eşi ve çocuklarına faydalı olmak şeklinde düşünülmesi ve toplumsal yararın gözetilerek “dava” kapsamında ele alınması 1980’lerde hakim olan görüşün devamı niteliğinde. Derginin genel olarak çizdiği profilde ise kadının ev ve özel yaşam arasında denge kurması gerekliliği üzerine yoğunlaşıyor ve başörtülü kadının iş yaşamında yer alması hemen hemen hiçbir yerde başörtüsü davasının kazanılması şeklinde nitelendirilmiyor. Daha çok, kadının davetlerde, gündelik mekanlarda ve ofiste “güzel” görünümü üzerinden baş örtülü kadının iş yaşamına yer veriliyor.

4.2.5. İş ve Özel Yaşam Dengesinin Sağlayıcısı Kadınlar

Dergide, karşılaştırma yaptığımız geleneksel İslamcı bakış açısının ve radikal İslamcı bakış açısının kadının yaşamında öncelediği olgulardan farklılaşma olduğunu görmekteyiz. Geleneksel İslami bakış açısı kadının en önemli görevini evinde eşi ve çocuklarına karşı sorumlulukları olarak görürken, radikal İslamcı bakış açısı kadının İslami dava için eğitilmiş olmasını ve kadının kamusal görünürlüğüne İslami dava bağlamında olumlu görmekteydi. Âlâ dergi ise kadının hem anne hem de iş kadını olarak rollerini önemsemektedir. Kadının iş yaşamı ve ev yaşamı arasındaki ilişkisine birçok sayıda değinilmektedir. Bu ilişki çoğu kez iş ve ev yaşamının dengede tutulması şeklinde işlenmektedir. Şöyle ki, kadınlardan iş yaşamlarında başarılı olurken, evlerinde de çocuklarını ve eşlerini ihmal etmemeleri, dengeyi sağlamaları gerektiği üzerinde durulmaktadır. Dergide kadın ile iş yaşamı arasında kurulan ilişkiye birçok bölümde bölüm ile ilgisi anlamında yer verdim. Burada dergide kadının iş yaşamı ve ev yaşamı arasındaki dengeyi kurarken derginin kullandığı dili öne çıkarması için birkaç örnek üzerinde duracağım.

Şubat 2014 sayısında aile şirketi olan bir ayakkabı markasında görev alarak iş yaşamında yer alan başörtülü bir kadınla yapılan röportaj derginin bu konuya bakışını açık bir şekilde göstermektedir; *“İş yaşamının hızlı temposunda ve kariyerinde başarılı bir anne olmak görüldüğü kadar kolay değil. Ancak bunu başaran iş kadınlarımız var. Tüm zorlukların üstesinden gelip, sıcak bir aile, harika bir anne ve başarılı bir iş kadını olmak için atılan doğru adımlar ve planlı bir*

çalışma şart.”²⁵⁵ Derginin aynı sayısında yapılan bir röportajda, röportaj yapılan kişiye yöneltilen soru da kadının sadece annelik ile yetinmesinin yeterli olmadığını, iş yaşamında varlık göstermenin derginin bakışında önemli bir yere sahip olduğunu tekrar göstermektedir: *“Hayatını sadece çocuklarına adanmış, yaşamın hiçbir sosyal aktivitesinde olmayan anne profilleri mevcut. Siz bu durumu nasıl karşılıyorsunuz? Anne olmak iş ve kariyer için engel mi sizce?”*²⁵⁶

Dergi kadınların iş yaşamında başarıyı arzulamalarını normal görürken hem anne hem de başarılı bir iş kadını olarak yaşadıkları sorunları okuyucuları ile paylaşmakta ve bu sorunlara çözüm önerileri sunmaktadır. Eylül 2013 sayısında yer alan Âlâ Çözümler bölümünde şu ifadeler yer verilmektedir:

Süper anneler iş kadını ve annelik rolleri arasında bir hayat yaşıyor... Günümüzde kadınlar iş hayatında erkekler kadar aktif rol alıyor. Aile bütçesine katkıda bulunmak isterken aile içerisindeki annelik ve eşlik görevini de en doğru şekilde yerine getirmek isteyen kadınlar, psikolojik açıdan yorgun düşebiliyor.”²⁵⁷

Kadının iş ve ev yaşamında başarılı olmaya çalışırken yaşadıklarını dergi yukarıdaki örnekte de gördüğümüz gibi “süper anne”lik durumu olarak nitelendiriyor. Dergi ne iş yaşamı ve kariyerden, ne de annelikten ödün verilmesi gerektiğini söylüyor. Âlâ, kadına, iş ve ev yaşamı arasında kişiden kişiye değişebilecek bir denge kurulmasını öneriyor. Nisan 2014 sayısının Âlâ Çocuk Sağlık köşesinde yer alan “Her Çocuğun Mutlu Hayatından Memnun Bir Anneye İhtiyacı Var” başlıklı yazı durumu özetlemesi açısından kayda değerdir:

Günümüzde çalışan kadınların en önemli sorunlarının başında iş ve aile hayatı arasında denge kurmak geliyor. Kariyer mi? Aile mi? Terfi etmek mi? Çocuk yetiştirmek mi? Bunlar kadınların hem akıllarını kurcalayan hem de bir kısır döngüye girmelerine neden olan sorular... Özellikle toplumsal normlar gereği kadınların işlerine daha az, ev ve çocuklarının bakımlarına ise daha fazla zaman ayırmaları gerektiği yönünde sosyal bir baskının

²⁵⁵ Âlâ, Şubat 2014, s. 54-59.

²⁵⁶ Âlâ, Şubat 2014, s. 90-93.

²⁵⁷ Âlâ, Eylül 2013, s. 171.

varlığından bahsedilebilir... Ne aklı evinde ve çocuğunda kalan bir anne iş dünyasında istediği kadar verimli ve başarılı olabilir ne de aklı işinde kalan ve içten içe bir kariyer özlemi olan bir annenin çocuğu ile kurduğu ilişki sağlıklı olabilir.²⁵⁸

Dergi yukarıdaki örneklerde görülebileceği gibi kadının hem bireyselliğini hem de toplumsal görevleri anlamında annelik ve eşlik görevlerini önemsemektedir. Âlâ Ruhیات bölümünde psikoloji sayfalarında yer alan yazı başlıklarına değinmiştim. Bu bölümlerde de çokça kadının bir birey olarak mutluluğunun çocuğu ve ailesi için mutluluk kaynağı olacağına bu nedenle kadının zaman zaman kendisini dinlemesi ve farklı uğraşlarda bulunmasının faydalı olacağına değinilmiştir. Salt evde çocuklarıyla ilgilenen bir kadının bir müddet sonra mutsuz olabileceği ve bunun aile yaşamını etkileyebileceği sıkça dile getirilmiştir. Kadına hem ev görevlerini hem de kariyerini bir arada başarıyla yürüteceği zorlu bir yol önerilmektedir ve bu artık İslami ya da modern, ayırım olmaksızın tüm kadınlar için aynı yol olarak düşünülmektedir.

²⁵⁸ Âlâ, Nisan 2014, s. 116-117.

5. ÂLÂ DERGİSİ VE İSLAMİ KADIN ROLÜNÜN DÖNÜŞÜMÜ

Önceki iki bölümde Âlâ dergisinde nasıl bir kadın profilinin ortaya konduğunu analiz etmeye çalıştım. Bu bölümde ise çalışma boyunca ulaştığım veriler üzerinden İslami kadın algısının dönüşümüyle ilgili bir değerlendirme yapmaya çalışacağım. Âlâ dergisi incelemesinden elde ettiğim bulgular üzerinden hareket ederek İslami kadın rolünün ve algısının 1980'lerden bu yana nasıl bir değişim ve dönüşüm geçirdiğini tartışacağım.

5.1. 1980'lerden 2000'li Yıllara İslami Kadın Algısının Değişimi

1980'lerin ikinci yarısından 1990'lara taşan ve kendisini “mağdurluk”, “kamusal alandan dışlanma”, “kamusal hak talepleri” gibi unsurlar üzerinden tanımlama durumunun artık İslami kesimde geride kalan bir olgu olduğunu görmekteyiz. Başörtüsü mağduriyeti vurgusu dergide çok az yerde yer alıyor. Bunların detayına önceki bölümlerde değinmiştim. Dergi örneğinde bu hususta ortaya çıkan sonuç başörtüsü ile varlık göstermenin normalleşmesi, başörtüsünü meşrulaştırma çabalarının geride kalması ve artık bir davanın sembolü olmaktan çok uzak durumda olmasıdır. 2008 yılında yazılan bir yazıda dikkatimi çeken şu cümlelere değinmek yerinde olacaktır: *“Türban, kendini taşra olarak konumlandırıran ve bir yandan İstanbul merkezli büyük sermaye, bir yandan da Kemalist vesayet rejimi tarafından “ötelenmiş” hisseden, yeni palazlanmakta olan Anadolu burjuvazisinin, iktidara ortak olma, belki de yerleşme özleminin bir simgesi”*.²⁵⁹ Dergi örneğinden bu konuda çıkan sonuç, başörtüsünün artık bir eşit haklara sahip olma davasının sembolü olmak değil, ait olunan ekonomik çevrede yaşam biçiminin göstergesi olmasıdır.

²⁵⁹ Sibel Özbudun, “Eylem’ler, Zozan’lar, Sümeyye’ler... Ya da Tartışılan Gerçekte Ne?” **Liberalizm/Muhafazakarlık Kışkacında Kadın**, 2. Baskı, (İstanbul: Kaldıraç Yayınevi, 2011), s. 125-129.

1980’lerde siyasal bir hareket olarak yükselen İslamcılık düşüncesindeki tesettürün özgürleştirici niteliğinin, dergi örneğinde değiştiğini görmekteyiz. İslami kesimler tesettürün özgürleştirdiği savını, kadın ile erkek ilişkisinin İslam’a uygun bir biçimde gerçekleşebilmesinin kadının tesettürlü durumu ile mümkün oluşuna dayandırmaktaydı. Dergi örneğinde, artık böyle bir kaygı kalmadığını, İslam’ın öngördüğü tesettür biçiminin aşıldığını görmekteyiz. Dergi kapaklarında ve moda çekimlerinde mankenlerin dişiliğini ön plana çıkaran giyim ve duruşları İslam’a uygunluk konusunda tartışmalı gözükmektedir. Ancak dergi bu dişil tesettürü normalleştirerek İslami açıdan meşru bir durummuş gibi sunmaktadır.

1980’ler ve 1990’larda İslamcılık içerisinde kadının kişiliğini ön plana çıkartabilmesinin ancak dişiliğini örtmesi yoluyla gerçekleşebileceğine yönelik bir algının varlığından söz etmiştik. Yıldız Ramazanoğlu’nun makalesinden yaptığım alıntıya geri dönerek şu ifadeleri hatırlamak ve dergi örneğiyle kıyaslamak yerinde olacaktır. Ramazanoğlu’na göre; Müslüman toplumlarda örtünme, Batılı kadının kamusal alanda var oluş biçiminin öncelikle bedenleriyle oluşuna ve bu biçimiyle erotik ve estetik rekabet ortamına açık bir meta olarak görülmelerine de tepki vermektedir. Dergi örneğindeki kadınlar ise, örtüleriyle estetik görünmek yönünde büyük bir çaba içerisinde görünmektedir.

Tesettürün yeni dergi örneğinde sunuluşu yani makyajlı, modaya uygun, çoğu zaman dişiliği ön plana çıkaran ve güzel görünme kaygısı taşıyan biçimi dergi örneğinde normalleşmiş ve meşru kılınmıştır. Burada biraz eskiye gitmek ve daha önceki dönemlerde yayımlanan İslami dergilerin tesettüre bakışını göstermek, Âlâ dergideki dönüşümü ortaya koymak açısından önemli olacaktır. 1980’ler ve 1990’larda yayım hayatına başlayan *Kadın ve Aile*, *Mektup* ve *Bizim Aile* gibi İslami kesime hitap eden dergilerde ideal Müslüman kadın Batılılaşmış modern kadın ile karşıtlığı üzerinden tanımlanmaktadır.²⁶⁰ Bu dergilerde dış görünüşte batılılara benzemenin zararları anlatılmakta ve kadınlara Batılı kadına benzemenin ölçütü olarak görülen modayı izleme, makyaj yapma, TV seyretme, denize giderek tatil yapma gibi davranışlardan uzak durması öğütlenmektedir.²⁶¹ 1990’ların ortalarından başlayarak 2010’lu yıllara kadar devam eden süreçte İslamcılık düşüncesindeki kadın

²⁶⁰ Feride Acar, “Türkiye’de İslamcı Hareket ve Kadın”, a.g.m., s.79.

²⁶¹ A.g.m., s. 80.

algısının oldukça değiştiği görülmektedir. İslamcılıkta tesettüre bakışı daha da geriye giderek 1978 yılında yayımlanmaya başlayan *Şura* dergisi üzerinden aktaran Cihan Aktaş'tan alıntılanak yerinde olacaktır:

...Söz gelimi pardösünün altına pantolon giyinmiş genç kızlar yadırganıyor, pantolon giymek “erkeğe özenmek” olarak eleştirisi konusu oluyordu. Etek-cekete tarzında giyimler ise genel kabul görmüş tesettür anlayışına göre yeteri kadar uygun görülmebiliyordu. Örtülü giyimlerde kişisel zevk arayışları kadar pahalı ve marka giyinme eğilimleri de eleştiri söz konusuydu.”²⁶²

Önceki dönemlerde yaygın olmayan ve eleştirilere neden olan pahalı tesettür giyimi günümüzde normalleşmiş durumdadır. Dergide yer alan lükse ve moda yönlendirici yazılar, İslami anlayışın israf konusundaki kaygılarını oldukça geride bırakmış görülmektedir. İslam, israfa ve gösterişe yönelik her türlü tüketime uzak duran, aşırılıklardan uzak bir yaşam tavsiyesinde bulunmaktadır.²⁶³ Dergi ise, verilerin analizi bölümünde yer verdiğim israf ve gösterişten uzak durulmasını öğütleyen birkaç dini yazı dışında sürekli modayı takibi öğütleyen, lükse ve tüketime yönlendiren bir çizgide ilerlemektedir.

Dergi görsellerinde kadının tesettür ile sunuluş biçimi 1980’lerin sonu ve 1990’lara göre büyük bir dönüşüm geçirmiştir. 1990’lardaki tesettür reklamlarında kadın fotoğrafı kullanılmamakta, Müslüman kadın sadece çok sade bir biçimde resmedilen çizimler şeklinde gösterilmektedir.²⁶⁴ 1994’ten itibaren ise reklamların görüntüsünde değişiklikler meydana gelmekte mütevazı da olsa kadın resimleri boy göstermeye başlamaktadır.²⁶⁵ 1990’larda, örtülü kadını reklam objesi yapmama yönünde gösterilen eğilim, Âlâ örneğinde tamamen değişmiş, örtülü mankenler çoğu kez örtülerinin altındaki cezp edici bakışlarıyla bir estetik objesi olarak okuyucuya sunulmaktadır. Dördüncü bölümde moda başlığı altında detaylıca değindiğim gibi, derginin Âlâ Cadde çekimleri, örtülü kadın bedeninin görülme ve gösterilme

²⁶² Cihan Aktaş, *Türbanın Yeniden İcadı*, a.g.e., s. 52-53.

²⁶³ İslam ve tüketim üzerine kavramsal bir çalışma için bkz. Cemile Zehra Köroğlu, “Tüketim Kültürü ve Çevre: İslam Perspektifinden Bir Değerlendirme” *Toplum Bilimleri Dergisi*, Temmuz 2013, s. 217-232.

²⁶⁴ Edip Asaf Bekaroğlu, “Başörtüsü Reklamları: Muhafazakar Bir Dönüşümün Hikayesi”, *Birikim*, S. 227, 2008, s. 73-82.

²⁶⁵ A.g.m.

arzusunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bölümün özelliği, profesyonel mankenler değil derginin okuyucu kitlesi arasından seçilen başörtülü kadınların tesettür giyim kombinelerini cadde çekimlerine katılarak okuyucuya ulaştırıyor olmasıdır. Geleneksel İslamcılık ve İslami düşünce içerisinde kadının “görölmekten” kaçışı anlayışının son bulduğunu dergi örneğinde görüyoruz. Gizlemek anlamındaki “tesettür”ün anlamı, dergide “göstermek” manasına ulaşmaktadır.

5.2. Âlâ Dergisi Ve İslami Kadın Bedenine İlişkin Değişen Algı

Âlâ Dergisinde “vücut tipine göre stil oluşturma” önerilerine sık sık yer veriliyor. Tesettüre uygun giyimde kadının vücut hatlarını belli etmeyen giysiler giymesi gerekirken dergi bunun biraz dışına çıkmış gözükmektedir, estetik görünmek, diğer unsurların önüne geçmiştir. Sadece giysilerle değil, cildin güzelliği de dergide önemli ölçüde dile getirilmektedir. Estetik-bakım-güzellik temalı yazılara her sayıda yer verilmekte, bunu sağlamak için gerekli ürünlerin reklamları her sayıda bolca yapılmaktadır. Dergi okuyucularına bedenlerini nasıl daha genç ve daha güzel tutacaklarına dair tavsiyelerde bulunmaktadır. Bu İslamcılık düşüncesinin beden algısına oldukça karşıt bir durumdur ancak Âlâ’da bedene bu şekilde bir yaklaşım normalleşmiş durumdadır.

1980’lerde siyasal bir hareket olarak yükselen İslamcılık içerisinde, önceleri başı açık olduğu halde bu davaya inandığı için örtünen kadınlardan birinci bölümde Türkiye İslamcılığında Kadın/ Örtünme bölümünde değinmişim. Cihan Aktaş *Tesettür ve Toplum* kitabında onları, “kadın olarak kendini her türlü medyatik, sosyal kültürel hatta dini iddialı geleneksel kabullerin ötesinde, dini kaynaklara inerek kavramak ve yeniden tanımlamak isteyen kişilerdi”²⁶⁶ şeklinde tanımlamaktaydı. Dergi örneğinde 1980’lerde varlığından söz edilen bu itici güce rastlanmamaktadır. Dergide daha çok başörtüsüyle sosyal yaşamda ve iş yaşamında görünür ve başarılı olan kadınların hikayelerine yer verilmektedir. Bu durum çoğu kez modern dünyanın gereklilikleri, mevcut ekonomik düzenin devamı için yapılması gerekenleri “başörtülü” olarak yerine getirebilen kadınların yaşam tecrübelerini “başarı hikayesi” şeklinde sunmak biçiminde olmaktadır. Dergi örneğinde iş yaşamında “başörtülü”

²⁶⁶ Aktaş, *Tesettür ve Toplum*, s. 78.

olarak var olabilmenin önemine zaman zaman değinilmekle birlikte çoğu kez başörtülü-örtüsüz ayrımı kalkmakta, kadın iş yaşamındaki varlığı ve başarılı örnekler ile okuyucuya sunulmaktadır.

Kadının ev içi rollerine yönelik, İslamcı bakış açısında genel olarak iki yaklaşım söz konusudur. Bunlardan ilkinde annelik kadının birincil görevidir ve eğitim de daha iyi bir anne olmaya yardımcı olması anlamında önemlidir. Diğer bakış açısında ise aile kurumu önemini korumakla birlikte kadının eğitimi onun bireyselleşmesine katkı sağlamakta, aileden görece serbestliğe sebep olmakta, evliliğin ertelenmesine yol açmakta ve bu özellikleriyle olumlu görülmektedir. Âlâ dergisi örneğinde genel eğilimin “denge” olduğunu görmekteyiz. Kadının hem iyi bir anne, hem iyi bir eş hem de başarılı bir iş kadını olabileceğini gösteren birçok yazı bulunmaktadır. Kadının tüm bunları yaparken dengeyi sağlayabilmesi öğütlenmektedir; ne tamamen iş yaşamına odaklanarak ailesini ihmal etmeli ne de iş yaşamını bırakmalıdır. Kendini sadece eve adanmanın bir süre sonra kadında depresyona yol açabileceğine değinilmektedir ve aile ile iş yaşamı arasında sıkışıp kalan kadının depresyona yakalanmaması için kendine zaman ayırması, kendini mutlu edecek şeylere yönelmesi tavsiye edilmektedir. Buradan hareketle, dönüşen algılara yönelik önemli bir konu daha karşımıza çıkmaktadır. İslamcılığın bireyselliği değil cemaati ön plana çıkaran yaklaşımın değiştiğini ve modernitenin olumladığı bir olgu olan bireysellik ve bireyselleşmenin İslami kesimde de oldukça önemli bir duruma geldiği görülmektedir. Dergi örneğinde cemaat yerini olsa olsa cemiyet hayatına bırakmaktadır. Moda sayfalarında sosyetenin değişen yüzünü trend ve lüks giyimleriyle İslami kesimin kadınları temsil etmektedir.

Kadını aile içersindeki rolleriyle tanımlayan geleneksel İslam ve kadını “dava” içerisindeki rolleriyle tanımlayan siyasal İslam’ın aksine dergide kadının cemaatsel rolleri aşarak bireysel mutluluğunun ön plana çıkarılışına boşanma üzerine olan yazılarda da rastlanmaktadır. Geleneksel İslami toplumsal düzende kadının eşinden ayrılmasına olumsuz yaklaşıırken dergi örneğinde kadına istemediği durumlara katlanmaması, kendi mutluluğunu önemsemesi önerilmekte ve boşanma durumundaki hukuki hakları konusunda bilgilendirme yapılmaktadır.

5.3. İslami Kadın Dergilerinden Âlâ'ya Değişen Kadın Roller

1980'li yılların ortalarından itibaren ve 1990'lu yıllarda yayımlanan İslami kadın dergilerinin kadına genel bakışını sunmak, Âlâ derginin kadına aile ve iş yaşamı kapsamında önerdiği yaşam formları ile karşılaştırma ve dönüşümü göstermek adına yararlı olacaktır. Burada söz konusu yıllarda yayımlanan kadın dergilerinin genel bakışına kısaca yer vereceğim. 1985 yılında yayımlanmaya başlayan *Mektup* dergisi, İslami değerlerin nasıl tahrip edildiği, gençlerin nasıl yoldan çıkartıldığı, ailenin ve dini değerlerin nasıl bozulduğu gibi konulara sık sık yönelirken çizdiği kadın tipi de geleneksel aile rollerine hapsolmuş kadını aşmış durumdadır. Bu dergide kadın; sürekli olarak okuyan ve kendisini geliştiren, gereksiz ev işleriyle vakit kaybetmeyerek kamusal hayatta boy gösteren ve hayatını Allah yoluna adanarak sürekli bu yolda çalışan Allah rızası için kadınları aydınlatmaya çalışan cesur bir karakterdir.²⁶⁷ Yine 1985 yılında yayımlanmaya başlayan *Kadın ve Aile* dergisinde ise kadının ana görevinin ev hanımlığı olduğu kabul edilmiştir ve genel olarak ev işleri, dikiş, nakış, çocuk bakımı, İslam'ı yaşamanın önemi ve ibadet gibi konulara odaklanılmıştır.²⁶⁸ 1988 yılında yayın hayatına başlayan *Bizim Aile* dergisinde ise dünyadan haberler, kültür ve sanat gibi konular İslami perspektifle ele alınır ve dergi, çocuğundan dolayı işini terk eden kadınları yücelterek çalışan kadınlara üstü kapalı olarak eve dönme çağrısı yapmaktadır. Dergide kadının ana görevinin annelik ve ev hanımlığı olduğu ve bu çerçevede okuyarak kendisini geliştirmesinin önemi anlatılmaktadır.²⁶⁹

Âlâ dergisinin ele aldığı konular, derginin neyi öncelediğini, hedef kitlesine hangi mesajları vermeyi amaçladığını göstermesi açısından çok değerlidir. İkinci bölümde sayısal veriler ile sunduğum tablolar, derginin neyi öncelediğini ve ekonomik olarak orta-üst gelir düzeyinde örtülü kadınlara hangi mesajları vermek istediğini göstermektedir. Derginin ele aldığı konulardan önce, moda çekimlerinin ve reklamların sayfa sayısı olarak dergide kapladığı yer, derginin asıl olarak neyi hedeflediğini açıkça göstermektedir. 2012 yılına ait incelenen sayıların sayfa sayısının yaklaşık %60'ını moda çekimleri ve reklamlar oluşturmaktadır, bu oran

²⁶⁷ Çaha, *Sivil Kadın*, a.g.e., s. 333-334.

²⁶⁸ A.g.e., s. 336.

²⁶⁹ A.g.e., s. 339.

2013 yılında yaklaşık %70'e ve 2014 yılında yaklaşık %78'e ulaşmaktadır. Bu da derginin içerikten çok ürünler ile okuyucularına ulaşmaya çalıştığını göstermektedir. Bu sayfalarda yer alan tesettür giyim markalarının katalog çekimleri, otellerin, mekanların, inşaatların, lüks mobilya ve mücevherlerin, ayakkabıların, parfümlerin ve kadının güzelliğine güzellik katacak iddiası taşıyan bakım ürünlerinin reklamları İslami kesim kadınlarının, dişiliği ile ön planda olan ve tüketim alışkanlıkları ile israfa kaçmakla suçlanan “batılı” kadına benzemesinin tüm alt yapısını sağlamaktadır. Moda çekimleri ve reklamlardan geriye kalan sayfalarda yer verilen konularda en üst sırada moda yer almaktadır. Modanın sürekli değişim gerektirdiği ve sırf bu anlamıyla bile kuralları net olan İslam ile uyuşamayacağı üzerine İslami kesim içerisinde çokça tartışma yapılmıştır ancak Âlâ dergi bu tartışmaları aşarak tesettür modasını cesurca okuyucuya sunmaktadır.

Modanın ardından en çok yazı psikoloji üzerinedir ve onu sağlık konusu izlemektedir. Psikoloji ve sağlık köşelerinde çocuk psikolojisi ve sağlığına yönelik yazılar da yer almaktadır. Burada kadının hem kendisini önemsemesi hem de iyi bir anne bir olması yönünde algı oluşturulmaktadır. Bunları, kadının ev ve iş yaşamına yönelik yazılar izlemektedir. Ev yaşamına yönelik yazılar, ağırlıklı olarak iyi bir anne ve eş olmak için nelere dikkat edilmesi gerektiği üzerinedir. İş yaşamına yönelik yazılarda ise profesyonel iş yaşamında yapılması ya da yapılmaması gerekenler, nelerin başarı getireceği üzerine yazılar yer almaktadır. Bu yazıların önemli bölümü iş hayatında bir yer edinmiş olan kadınların yaşam hikayeleridir. Derginin ele aldığı konuların ağırlığında, kadının ev-iş yaşamına yönelik yazıları kültür, sanat, edebiyat alanındaki yazılar ve bunu da güzellik, bakım ve estetik üzerine yazılar izlemektedir. Dini yazılar ise bunlardan sonra gelmektedir. Dini yazılar kimi zaman Müslüman kadına tavsiyeler şeklinde kimi zaman da İslam'da önemli yeri olan kişilerin hayatlarından kesitler şeklinde olmaktadır; ancak dini yazıların ağırlığı, diğer konulardan çok sonra gelmektedir. Bu da 1980'ler ve 1990'larda yayımlanan İslami kadın dergileri ile Âlâ arasındaki önemli farklardan birini oluşturmaktadır.

Âlâ'nın Müslüman kadını İslam yönünde eğitime, onu İslami bilgiler sunma ve bu yönde yaşamaya yönlendirme gibi bir kaygısı yoktur. İslam'ın güzelliklerine yer veren yazılar ya da Müslüman'ın yapması gerekenler üzerine yazılara 2012 ve

2013 sayılarında rastlanmıştır ancak dediğim gibi bu konuların ağırlığı diğer konuların yanında önemsiz kalmaktadır. Âlâ, Müslüman kadına örtüsü ile nasıl güzel görüneceği ve hayatını nasıl güzelleştirebileceği üzerine tavsiyeler sunmaktadır.

5.4. İslami Kadın, Moda ve Lüks: Yargılamadan Hayranlığa

Âlâ örneğinde İslamcı düşünceden ve İslami yaşam pratiklerinden en büyük kopuşu moda ve lüks yaşam biçimlerini kutsayan anlayışta görmekteyiz. İslami kesim, İslami olanın modern ve seküler ile kapitalist sistem içerisinde bir arada bulunup bulunamayacağı konusunda kafası karışık bir duruş sergilemektedir. Abdullah Özbolat bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: “*Dindar bireyler modernliği söylem düzeyinde sürekli olarak eleştirmekte ama bireysel davranış ve toplumsal pratik düzeyinde ikisi arasındaki etkileşim her geçen gün daha da derinleşmekte ve karmaşıkleşen bir görüntü ortaya çıkmaktadır.*”²⁷⁰ Dergi örneğinde israfı ve tüketimi olumsuzlayan yazılara karşı reklamlar ve öneriler düşünsel düzeyde bunun yanlış olduğunun kabulünü sunmaktadır. Ekonomik imkanlara ulaşma ile yaşam pratiklerindeki değişim ise modern yaşam biçimlerinin İslami olana entegresinin örneklerini ortaya koymaktadır.

Dergide lüks yaşamın göstergesi olan yeni yapılan pahalı sitelerin reklamlarına yer verilmektedir ve bu evlerde yaşamının bir ayrıcalık sunduğu, bir gösterge olduğu dile getirilmektedir. Evleri dolduran mobilya reklamları ve önerileri de şaşaanın, zenginliğin göstergesi olacak biçimde pahalı ve gösterişli ürünlerdir. Bu ürünler çoğu kez bir sınıfsal aidiyet, bir güç göstergesi olarak sunulmakta; zarafet, asalet gibi kavramlarla süslenerek ulaşılması gereken bir ideal olarak gösterilmektedir. Astronomik fiyatlardaki mücevher önerileri kadınlar için vazgeçilmezmiş gibi sunulmakta, yine asaletin, zarafetin ve birine hediye edilecekse sevginin göstergesiymiş gibi anlatılmaktadır. İslami düşüncenin eşyaya bakışının dönüşümünü göstermesi açısından üçüncü bölümde detaylıca incelediğim bu sayfalar bize çok şey göstermektedir. İhtiyaçtan fazlasını paylaşmayı ve gösterişe düşmemeyi öğütleyen İslami düşüncenin tam tersi olarak dergide örneklenen İslami kesim için lüks, bir gereklilik görünümündedir. Reklamları yapılan eşarpların, pardösülerin fiyatları asgari ücretin birkaç misline kadar çıkabilmektedir. Ancak dergi İslam’a

²⁷⁰ Abdullah Özbolat, “Tüketim Bağlamında Dindarlığın Dönüşümü”, <http://www.birikimdergisi.com/guncel/tuketim-baglaminda-dindarligin-donusumu> [01.09.2015].

göre israf olarak değerlendirilebilecek ürünleri, güzelliğin, stil sahibi olmanın, şık görünmenin ve özenilmenin öğeleri olarak sunmaktadır.

Modern yaşam ve tüketim biçimlerinin İslamicesinin üretildiğine çalışma boyunca örneklerle değinmiştim. Bunun en bariz örnekleri, beş yıldızlı otellerde kadın erkek ayrı plajlarda, alkolsüz restoranlarda tatil yapmak, lüks semtlerdeki gösterişli evlerde oturmak ve tesettür giyimde modaya uymak ve stil sahibi görünmek adına pahalı olanı özendirmek biçimindeydi. Ancak daha da ilginç olanı dergide İslam'ın farzları olan ve Müslümanların her yıl yerine getirmeye çalıştıkları vazifelerin de en gösterişlisinin okuyucuya sunuluyor olmasıdır. Hac ve umre ziyaretlerinde kalınabilecek beş yıldızlı otel reklamları ve yine lüks vaat eden iftar sofraları reklamları tüketimde aşırılığın İslami olarak sunulması meşrulaştırılmasının örnekleridir.

Dergi analizi bölümünde İslami anlayışın hoş görmediği, batılı/kapitalist sistemin simgesi olarak görülen özel günlerin, Âlâ içinde kendine yer bulduğuna değinmiştim. Bu durum derginin sevgililer gününe, anneler gününe, babalar gününe ve yılbaşına denk gelen sayılarında o güne özel ürünlerin reklamları ve “sevdiğinizize sevginizi bu hediyelerle gösterin” konseptiyle yer bulmaktadır. Bu, İslamcılık için yeni bir durumdur. Geleneksel İslami anlayış içerisinde reddedilen bu “batı ürünü” özel günler Âlâ’da normalleşerek İslami kesimin bunlara entegresini gözler önüne sermektedir. Özbolat, makalesinde İslami kesimin batılı değerlerle yeni ilişkisini aşağıdaki ifadelerle ortaya koyarken tam da bu değişime işaret etmektedir:

Takvanın, paylaşmanın, samimiyetin yerini gösteriş, marka yarışı, konfor, lüks aldığı için bu durum İslami kesimin dünyayla imtihanını büyük ölçüde kaybettiğini göstermektedir. Bu kötümser bakış, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi moda günleri, tüketimin ortak tema olduğu günler ve kapitalizmin hayatımıza yerleşmesi olarak görülmektedir.”²⁷¹

²⁷¹ Özbolat, a.g.m.

Bugün gelineen noktada, siyasal ve ekonomik konjonktürün bir sonucu olarak İslamcılık bir dava olmaktan çıkmıştır. Siyasal iktidarın desteklediği başörtülü vekiller ya da her gün medya aracılığıyla görünür olan başörtülü vekil eşleri, yine medya aracılığıyla her gün görünür olan başörtülü gazeteciler, spikerler, akademisyenler başörtüsünün kamusal görünürlüğünün ve her meslek dalında kabulünün normalleşmesine neden olmuştur. Ayrıca günümüzde, çalışmam boyunca da zaman zaman değindiğim, başörtülü kadınların düşük statülü işlerde çalıştırılması (kimi zaman eğitim eksikliği nedeniyle ancak çoğu kez de modern algıları yıkmamak adına başörtülü kadınların tercih edilmemesi) durumunun büyük ölçüde aşılmış olduğunu görmekteyiz. Bunda elbette az önce saydığım sebepler ana etmenlerdir.

Türkiye artık başörtüsünü bir tercih ve hak olarak görebilmekte ve bu açıdan demokratik bir duruş sergileyebilmektedir. Dergi örneğinden yola çıkarak üçüncü bölümde başörtülü kadınların varlık gösterdiği iş alanlarına detaylıca değinmiştik. Derginin bir moda dergisi olması hasebiyle daha çok butik, moda evi ya da cafe/restoran işletmecisi olarak karşımıza çıkan başörtülü kadınlar bu işleri yapabilirken, belli bir ekonomik güce sahip olan, genellikle orta/üst gelir seviyesine sahip ailelere mensupturlar. Bunun 2000’li yıllardaki sermaye dağılımıyla bağlantılı olduğunu ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Yine başörtüsü ile akademik ya da sanatsal başarı gösteren kadınların hikayeleri de önceki bölümlerde ifade ettiğimiz gibi Türkiye’deki ekonomik ve siyasal değişimin bir sonucu olarak okunabilir. Türkiye’deki değişimin bir yandan değişik kesimlerin tabularını kırarak onların anormallerini normalleştirmekte, bir yandan da İslami kesimin kamusal alanda eşit şartlarda değişik imkan ve fırsatlara erişebilmesini sağlamaktadır.

6. SONUÇ

Bir hareket olarak İslamcılık, 1980 sonrasında Türkiye siyasetine damgasını vurmuştur. Önerdiği yeni yaşam biçimiyle laiklik ve kadın konularında, kamusal alan hususunda büyük tartışmalara yol açmıştır. Başörtüsü ile kamusal alanda var oluş meselesi Türkiye siyasal yaşamında uzun bir süre büyük tartışmaların odak noktasını oluşturmuştur. Başörtülü kadınların üniversite ve iş yaşamında başörtüleri ile var oluş mücadelesi son yıllarda yerini bir normalleşmeye bırakmıştır.

Çalışma kapsamında Türkiye’de İslamcılık düşüncesinin tarihsel gelişimini “kadın” özelinde incelemeye çalıştım. Özellikle 1980’ler ve 1990’larda başörtüsü meselesi kadın bedeni ve giyimi üzerinden bir bölünmenin merkezini oluşturuyordu. İslamcı kesimler açısından başörtüsü, kendi varoluşlarının ve toplumsal kabul görmelerinin simgesini oluşturmaktaydı. İslami kesimler başörtüsü ile üniversite eğitimi alabilmek istiyorlardı. Bu istek toplumsal olarak kenarda kalmışlıktan kurtuluşu ifade ediyordu.

Çalışmamın odak noktasını 2011 yılından beri yayımlanan Âlâ dergisi oluşturmaktadır. Bu dergi başörtülü kadınların kenarda kalmışlıktan kurtulmanın çok daha ötesine geçiş hikayesini göstermesi açısından önemlidir. Uzun yıllar boyunca Türkiye’de tek başına iktidar sahibi olan, neredeyse tüm kadroları başörtülü eşlere sahip olan Adalet ve Kalkınma Partisi, laik kesimler açısından köylülüğü ve geri kalmışlığı simgeleyen başörtüsünün merkeze yolculuğunda lokomotif görev üstlenmiştir. AKP döneminde İslami sermayenin merkeze yolculuğu, 1980’lerin, 1990’ların hatta 2000’lerin İslami entelektüelleri tarafından çokça eleştirilen batılı/modern yaşam biçimlerinin İslami kesimlerce de benimsenmesi sonucunu doğurmuştur. Başörtülü eşler önemli davetlerde boy göstermek durumunda kalınca tepeden tabana doğru bir tesettür modasının yayılmasına, İslami olanı gösterişli olanla sentezleyen yeni bir durumun ortaya çıkmasına yol açmıştır. Sadece giyim kuşamda değil, tatil alışkanlıklarında, günlük mekanlarda ve çalışılan iş kollarında

bir dönüşüm başlamıştır. Sermaye ile merkeze yaklaşmanın sonucu gösteriş kültürünün bir parçası olmayı zorunlu kılmıştır. Yeni yaşam alışkanlıklarında İslami kesim için eğlence ve giyim konularında sınır noktaları belirlemiştir ancak bunlar tatil mekanlarında bayanlara özel plajlar ya da kadın erkek ayrı havuzları bulunan beş yıldızlı oteller ile çözülmüştür. Menülere alkolsüz ibaresi eklenerek modern yaşam biçimleri İslami olanla bütünleştirilebilir hale getirilmiştir.

Çalışmada, Türkiye’de İslamcılık düşüncesinin gelişimi, 1980’lerde siyasal İslam’ın yükselme imkanı bulmasının ardında yatan etmenler, Türkiye İslamcılığı’nın kadına bakışı konuları için literatür taraması yapılmıştır. Zaman zaman 1980’ler ve 1990’larda yayımlanan İslami kadın dergileri ile Âlâ’yı kıyaslama yoluna gittim ancak bunu yaparken doğrudan dergilerden değil, dergiler üzerine yazılmış kitap ve makalelerden yararlandım. Âlâ dergisi analizi bölümünde iki adet tabloya yer verdim. Bunlardan ilki, incelenen sayılarda yer verilen konuların yüzdesel ağırlığını, diğeri ise moda çekimleri ve reklamların, dergi sayfa sayısına oranını göstermektedir. Bu kısımlarda nicel analiz yönetimini kullandım. Diğer bölümlerde ise içerik analizi yaptım. Dergide yer verilen konularda kullanılan dil üzerinden analiz yapmaya çalıştım. Burada ulaştığım sonuçlar, derginin verdiği mesajları ortaya koymaktadır. Dergi lüks tüketimi, olumlu sıfatlar ile birlikte kullanmakta ve bunu hedef kitlesi için bir gereklilik, ulaşılması gereken bir ideal olarak sunmaktadır.

Âlâ dergisi, hem örtülü kadına bakışın dönüşümünü hem de örtülü kadının değişen konumunu göstermesi açısından önemli bir yayındır. Âlâ dergisine kadar Türkiye’de yayımlanan İslami dergiler, kadını dışı yönüyle ön plana çıkarmamaktadır. Daha çok İslam’ı yaşamak, ibadet etmek, iyi bir anne ve eş olmak, İslam’ı yayarak etrafını aydınlatmak, İslam’ı tebliği vazife edinmek ekseninde yayın yapan dergilerin aksine Âlâ, modern/batılı kadının başörtüsü takmış versiyonudur. Âlâ’da İslami kaygılara neredeyse rastlanmamaktadır. Dergi ilk yayımlandığı yıllarda İslami yazılara yer vermiştir, ancak bunun ağırlığının önemli ölçüde olduğunu söylemek mümkün değildir. 2014 yılının incelenen sayılarında İslami yazılara rastlanmamıştır. Dergi tümüyle bir moda dergisine evrilmiştir. Diğer taraftan, dergi başörtülü kadınların kamusal alandan dışlanmışlığının dönüşümünü ve başörtülü kadının “görünür”lüğünü göstermek açısından önemli veriler sunmaktadır.

Dergiden ulaşılan sonuç, başörtölü kadınların, ekonomik ve sosyal imkanlara ulaşmakla birlikte artık bir çok iş alanında varlık gösterebildiği, modern yaşam alanlarının İslami türevlerinin ortaya çıkışıyla modern yaşam biçimlerine entegre olduğudur.

Türkiye siyasi yaşamında bir haklar mücadelesinin temel ögesi olan başörtüsü, toplumsal ve siyasi arenada normalleşmenin ardından dergi örneğinde bir estetik kaygının ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Âlâ, başörtüsünün “anlamsal” öneminin de büyük bir dönüşüme uğradığını göstermektedir. Elbette dergi tesettürü inançsal gereklilikler kapsamında sunmaktadır ancak estetik gözükmek için derginin yer verdiği sayısız öneri ve görselliğin bu denli önemsenmesi, İslamcılık hareketinde başörtüsünün bir “bayrak” gibi sembol hale gelmesinin artık geride kaldığını göstermektedir. Artık başörtüsü için mücadele etmeyi gerektiren bir konjonktürün bulunmaması, başörtüsü ile her alanda varlık göstermenin normalleşmesine olanak sağlamıştır. Bu normalleşme örtülü kadına yönelik algıları ve onun yaşama dair beklentilerinin dönüşümüne yol açmıştır.

Çalışmamın ana ekseni olan İslami kadın algısının dönüşümünü dergide hem “görünüş” olarak hem de yaşam biçimi olarak açıkça görmekteyiz. Dergi rneği, örtülü kadının, güzelliğini ön plana çıkaran görseller ile İslamcılar tarafından “dişiliği” ile ön planda olmakla suçlanan batılı kadına benzediğini göstermektedir. Kadının rts ile güzel bir kadın olarak görünmesi derginin temel kaygılarından biridir. Bunun yanında ev içi ve iş yaşamına dair algılar da önemli ölçüde değişmiştir. İslam’da kadının yeri evidir, ana görevi iyi bir eş ve anne olmaktır algısının yerini iş yaşamında ve aile yaşamında dengeyi sağlayan hem iyi bir anne/iyi bir eş hem de başarılı bir iş kadını modeli almıştır. Siyasi bir hareket olarak yükselen İslamcılık düşüncesindeki kendini “dava”ya adanış, İslam’ı tebliği kendine vazife edinmiş kadın rolü de dergi örneğinde çok geride kalmış durumdadır. Dergi rneğinde sunulan kadın tipi; giyimi ile özenilen, iş yaşamında başarılı olan ve bireysel mutluluğa ulaşmanın yollarını arayan bir karakterdir ve batılı/modern kadına çok benzemektedir.

Dergi, değişen iktidar ilişkilerinin İslami olanı çevreden merkeze yerleştirmesinin önemli bir göstergesidir. Ekonomik imkanlara ulaşma ile İslami düşüncenin reddettiği gösteriş, israf, aşırı tüketim gibi kavramlar ekonomik olarak

orta-üst sınıfa mensup Müslümanlar için sadece sözcüklerde kalmıştır. Zengin sofralarda yeme içme önerileri, yurtdışında egzotik tatil reklamları, giyimde kuşamda trendlere uyma tavsiyeleri, yaşam alanını seçerken seçkin semt ve sitelerde lüks mobilyalarla yaşamının bir gereklilik ve gösterge olarak sunulduğu, ekonomik olarak sınıf atlamanın, önceki dönemlerde “batılı” olarak görülen ve bu yönüyle İslam karşıtı olarak değerlendirilen pratiklerin, İslami kesimin yaşamına da yerleşmiş olduğunu göstermektedir. Batılı/modern olanla İslami olan iç içe geçmiş, batılı/modern olan İslam’a uygun hale getirilerek, İslami kesimin yaşamındaki yerini almıştır. Modern/batılı görülen yaşam pratiklerine entegrasyon, yükselen Müslüman kesimin taleplerini karşılamaya yönelik hizmet veren İstanbul’un en lüks semtlerinde açılan alkolsüz ve gece geç saatlere kadar açık olan cafe/restoranların ürettiği alternatif gece yaşamı, yine alkolsüz cafe/restoran ve kadın erkek ayrı plaj barındıran beş yıldızlı oteller ve tatil köyleri ile mümkün hale gelmiştir.

Âlâ dergisinin analizinden hareketle tüm İslami kesimler için bir genelleme yapmak mümkün ve doğru olmasa da Âlâ, uzun yıllar kenarda kalmış kesimlerin merkezi konuma geçişiyle birlikte, kendisini karşıtlığı üzerinden kurduğu değerler ve yaşam pratikleri ile iç içe geçişleri açık bir biçimde göstermektedir. Bu nokta sosyolojik açıdan önemli bulgulara işaret etmektedir. Bir takım değerlerin karşıtlığı üzerinden kendini kuran İslamcılık düşüncesi, 1980’li yıllardan itibaren Türkiye’de yükselme imkanına ulaşmış ancak Türkiye hiçbir zaman bir İslam devleti olmamıştır. Aksine, İslami tandanslı hükümet döneminde, İslami kesim ekonomik anlamda güçlenmiş ve merkeze doğru hareket etmiştir. Bu ekonomik ve sosyal hareketliliğin sonucunda, devleti İslamileştirme gibi bir ideal üzerinden gidilmemiş, kendini karşıtlığı üzerinden kurguladığı modern yaşam biçimleri görünüşte İslam ile uyumlu hale getirilerek benimsenmiştir.

KAYNAKÇA

Acar, Feride, “Türkiye’de İslamcı Hareket ve Kadın”, **1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Der: Şirin Tekeli, 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2010.

Aktaş, Cihan, **Tesettür ve Toplum**, İstanbul: Nehir Yayınları, 1991.

Aktaş, Cihan, **Türbanın Yeniden İcadı**, İstanbul: Kapı Yayınları, 2006.

Aktaş, Cihan, “Cemaatten Kamusal Alana İslamcı Kadınlar”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 3.Baskı, 2011.

Akyol, Taha, **Modernleşme Sürecinde Türban**, İstanbul: Nesil Yayınları, 2008.

Alakuş Kural, Sevda, “Türkiye’de Alternatif Kamular/Cemaatler ve İslamcı Kadın Kimliği”, **Toplum ve Bilim**, 1997.

Arat, Yeşim, “Feminizm ve İslam: *Kadın ve Aile* Dergisinin Düşündürdükleri”, **1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Der: Şirin Tekeli, 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2010.

Atasoy, Yıldız, “Headscarf Madness: Narratives of Religious Rights”, **Islam’s Marriage with Neoliberalism. State Transformation in Turkey**, Palgrave MacMillan, 2009.

Barbarosoğlu, Fatma, **Şov ve Mahrem**, 2. Baskı, İstanbul: Profil Yayıncılık, 2013.

Bekaroğlu, Edip Asaf, “Başörtüsü Reklamları: Muhafazakâr Bir Dönüşümün Hikayesi”, **Birikim**, 2008.

Bilici, Mücahit, “İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı”, Nilüfer Göle, **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, 4. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2013.

Bulaç, Ali, **Din ve Modernizm**, 6. Baskı, İstanbul: Çıra Yayınları, 2012.

Çaha, Ömer, “Ana Temalarıyla 1980 Sonrası İslami Uyanış”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, 3. Baskı, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

Çaha, Ömer, **Bitmeyen Beraberlik Modern Dünyada Din ve Devlet**, İstanbul: Timaş Yayınları, 2008.

Çaha, Ömer, **Sivil Kadın**, Ankara: Savaş Yayınevi, 2010.

Çayır, Kenan, “İslamcı Bir Sivil Toplum Örgütü”, **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, Der: Nilüfer Göle, 3. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2009.

Erarslan, Sibel, “İslamcı Kadının Siyasette Zaman Algısı Üzerine”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 3.Baskı, 2011.

Erkilet, Alev, “Mahremiyetin Dönüşümü: Değer, Taklit ve Gösteriş Tüketimi Bağlamında “İslami” Moda Dergileri, **Birey ve Toplum**, Güz 2012, Cilt 2, Sayı 4, [http:// bireyvetoplumdergisi.com/ article/view/1036000066](http://bireyvetoplumdergisi.com/article/view/1036000066) [15.05.2015]

Göker, Emrah, “Örtünme Pratiği ve Kamusalılık”, [http:// istifhanem.com/ 2010/10/30/ ortunmevekamusallik/](http://istifhanem.com/2010/10/30/ortunmevekamusallik/) [05.05.2014].

Göle, Nilüfer, **Melez Desenler. İslam ve Modernlik Üzerine**, 4. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2011.

Göle, Nilüfer, **Modern Mahrem. Medeniyet ve Örtünme**, 11. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2011.

Göle, Nilüfer, **Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar**, İstanbul: Metis Yayınları, 2012.

Gülalp, Haldun, **Kimlikler Siyaseti. Türkiye’de Siyasal İslamın Temelleri**, İstanbul: Metis Yayınları, 2003.

Gülnaz, Mualla, “Suyu Tersine Akıtanlar”, **Birikim Dergisi**, S. 91, Kasım 1996.

Hanay, Nehir, “İslami Feminizm Örneği Olan Turuncu Dergisi’nde Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu”, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008.

İlyasoğlu, Aynur, “İslamcı Kadın Hareketinin Bugünü Üzerine”, **Birikim Dergisi**, Kasım 1996.

İlyasoğlu, Aynur, **Örtülü Kimlik**, 4. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2013.

Kara, İsmail, **Cumhuriyet Türkiye'sinde Bir Mesele Olarak İslam**, 4. Baskı, İstanbul: Dergah Yayınları, 2010.

Köroğlu, Cemile Zehra, “Tüketim Kültürü ve Çevre: İslam Perspektifinden Bir Değerlendirme” **Toplum Bilimleri Dergisi**, Temmuz 2013.

Kubilay, Çağla, **İslamcı Söylemde Kamusal Alan ve Türban Tartışmaları**, İstanbul: Libra Yayıncılık ve Kitapçılık, 2010.

Kurtoğlu, Zerrin, “Türkiye’de İslamcılık Düşüncesi ve Siyaset” **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 3.Baskı, 2011.

Mahçupyan, Etyen, **Türkiye’yi Anlamak. Zihniyet, Değişim ve Kriz**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2008.

Marcuse, Herbert, **Tek Boyutlu İnsan**, Çev: Aziz Yardımlı, 4. Baskı, İstanbul: İdea Yayınları, 2010.

Ongun, Selin, **Türbanlı Erkekler**, İstanbul: Destek Yayınları, 2010.

Özbolat, Abdullah, “Tüketim Bağlamında Dindarlığın Dönüşümü”, [http:// www.birikimdergisi.com/ guncel/tuketim-baglaminda-dindarligin-donusumu](http://www.birikimdergisi.com/guncel/tuketim-baglaminda-dindarligin-donusumu) [01.09.2015].

Özbudun, Sibel, “Eylem’ler, Zozan’lar, Sümeyye’ler... Ya da Tartışılan Gerçekte Ne?” **Liberalizm/Muhafazakârlık Kışkacında Kadın**, 2. Baskı, İstanbul: Kaldıraç Yayınevi, 2011.

Özdalga, Elisabeth, **İslamcılığın Türkiye Seyri**, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Ramazanoğlu, Yıldız, “Cumhuriyet’in Dindar Kadınlar”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 3.Baskı, 2011.

Sever, Metin, **Türban ve Kariyer**, 2. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları, 2006.

Şişman, Nazife, **Başörtüsü Mağdurlarından Anlatılmamış Öyküler**, 4. Baskı, İstanbul: İz Yayınları, 2004.

Şişman, Nazife, **Kamusal Alanda Başörtülüler**, 3. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları, 2003.

Şişman, Nazife, **Sınırsız Dünyanın Yeni Sınırı Başörtüsü**, 2. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları, 2011.

Türköne, Mümtazer, **Doğum ile Ölüm Arasında İslamcılık**, İstanbul: Kapı Yayınları, 2012.

Yılmaz, Nuh, “İslamcılık, AKP, Siyaset”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 3.Baskı, 2011.

ÖZ GEÇMİŞ

Hilal Hacıbayramoğlu 1989 İstanbul doğumludur. Lisans eğitimini 2011 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümünde tamamladıktan sonra Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Yüksek Lisans eğitime başlamıştır. İş yaşamına bankacı olarak devam etmektedir.