

Kadın, Moda ve Mahremiyet

Women, Fashion and Privacy

Halil ÇİFTÇİ

Özet

Bu çalışmada modernitenin parametresi olan Rönesans, Aydınlanma, Fransız Devrimi ve sonunda gelişen Kapitalizmin ürünü moda ve medyanın kadınlar üzerinden kurguladığı kültür emperyalizmi ve metalaştırma fikri irdelenecek, mahiyeti, sorunu, sonucu ve çözümü üzerinde durulacaktır. Gelineen süreçte medyanın ve modernitenin kumpasları işlenecek, tesettürün ve (tesettürlü) kadının bu hengâmede geldiği noktaya fihki izahlarla birlikte Kur'an, sünnet ve Bediüzzaman'ın perspektifinden ışık tutulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Moda, Medya, Mahremiyet, Modernite.

Abstract

This study examines the cultural imperialism and the idea of commodification designed by fashion and media which are the products of parameters of modernity, Renaissance, Enlightenment, French Revolution and finally Capitalism. It will also discuss the problem, its consequences and how it can be solved. In the current process, the conspiracies of the media and modernity will be studied, and the point of the veiling and (veiling) woman in this turmoil will be investigated in the light of the Qur'an, the Sunnah and Be-diuzzaman, together with the fiqh explanations.

Key Words: women, fashion, media, privacy, modernity

Giriş

Kapalı bir hanım, yolda giden diğer bir kapalı hanımı durdurmuş ve şöyle demiş: “O kadar güzel kapanmışsın ki, çok cazip görünüyorsun! “Bütün meseleyi özetleyen bu manidar ironik anekdot (fitri olarak tesettürlü olması gereken) kadının nasıl olduğunu vurgularken bir başka açıdan ise burada ironili bir şekilde nasıl olmaması gerektiğini gösterir. Müslüman kadına ilahi kanunlar (el-Ahzâb:33/59) ile cazibeli olmaması, namahrem tarafından dikkat çekmeyecek surette olması emredilmiştir. Mamafih sosyolojik normlar, ilahi kanunların önüne geçmiş ve geçeli çok olmamıştır. Batıda gelişen aydınlanma felsefesiyle Tanrı fikri yerine insan fikirlerinin öne sürüldüğü sıralarda İslâm âleminde bir inkıraz mevzu bahisti. Bu hal beraberinde eziklik ve aşağılık kompleksini de getirdi. Bütün ruhıyla Batıya müteveccih olan o günün sözde aydınları kurtuluş reçetesi olarak sundukları alternatifler arasında Batı’yı da gösteriyorlardı. Netice olarak bu fikir nasıl olduysa, galip geldi. Batı Sanayi Devrimi’yle eş zamanda Kapitalizm sistemini kurmuştu. Şuan yeryüzündeki üç sistemden (İslâm, Kapitalizm ve Komünizm) biri olan ve birinci sırada yer alan bu sistem “tüketim” esasına dayalı bir çark ile dönüyor. İnsanları esaret altına alan bu çark (genelde tüm insanları, özelde) Müslüman kadını kendine esir ederek (diğerlerinde olduğu gibi) onun sırf “eşya” ile haşır neşir olan “tüketici” kadın statüsüne düşürmüştür.

Kapitalizm aynı zamanda kadını özne olmaktan çok nesne durumuna getirmiştir. Ama bütün bunlara rağmen tıpkı tilkinin “tavuklar için özgürlük” diye haykırması, “kahrolsun kümes” demesi gibi bu sektör ve sistemler kadını özgürleştirme adıyla kadına kumpas kurmaktadır. Biçare kadın fitratındaki meybinden ötürü bu kumpasa dahil olmaktadır.⁽¹⁾ Genetiği bozulmuş, fitrattan kopmuş kimseler bahsimizin dışındadır. Onları fitrat üzere değerlendiremeyiz. Nitekim bu mesele daha aklını kaybetmemiş biçare kadınların meselesi olarak görülebilir.

“Kadınlar yuvalarına dönmeli” hakikatini kadının sosyal hayattan soyutlanması olarak anlamamak gerektiği, bunun günümüzde mümkün de olmadığı, kadının toplum hayatında varlığı kabul edilerek ne şekilde bulunması gerektiğinin üzerinde durulmalıdır. Ayrıca yuvaya dönmekteki bir maksadın fitrata dönmek olduğunu da ifade edelim.

Kadının kamusal alana itilmesi kıyafeti kadar tartışılmıştır. Bunların ikisi aynı göle giden iki dere gibidir. Nihayetinde aynı göle döküleceklerdir. Burada modernizm eğiliminin günümüzde geldiği nokta ve bunda medyanın etkisinden söz edilebilir.

Kapitalizmi tek günah keçisi olarak ele almak doğru bir tutum olmakla birlikte bütün kötülüklerin anası gibi de görülebilir. Kadının toplumun her alanında daha çok bulunması ve çalışması, kapitalizm çarkını döndüren en önemli unsurdur.

Kapitalizm aynı zamanda kadını özne olmaktan çok nesne durumuna getirmiştir.

1 <https://sorularlarisale.com/risale-i-nur-kulliyati/sualar/besinci-sua/717>

1. Kadın

Günümüzde batılı yaşam ve düşünce tarzı ile özdeşleşen ve yer yer içeriği boşaltılmış dinî motifleri de kullanan modernizmin Müslüman gençler tarafından benimsenmesi, kadın erkek ilişkilerinde dinî ilkelerden oldukça uzaklaşılmasına neden olmuştur. Aliya İzzetbegoviç bu durumu şöyle eleştirir: “Medeniyet, kadından kullanılan veya tapılan bir nesne yarattı, ancak bu esnada, tek saygıdeğer özelliği olan şahsiyetini aldı. Anneliği ihmal ederek kadını temel ve yeri doldurulamaz rolünden yoksun bıraktı.”⁽²⁾ Anneliğin kutsallığını kadının elinden alan moda ve modernite mucitleri kadının şeytan olduğu algısının hemen dibinde tapınılan güzellik tanrıçaları yer alan bir zihniyetin mensuplarıdır. Modernizmin beslendiği kaynaklardan birisi olan bu anlayış esasında kadına verdiği kıymetten kaynaklanmıyordu. Kadının fitratındaki meyli suiistimal eden bu zihniyet kadını bir yandan metalaştırmış, öte yandan da bu argümanlarla pohpohlamıştır. Fakat kadın ne şeytandır ne de tapınılacak bir güzellik sahibidir.⁽³⁾ Battal (2011), bu iğfal ile kadının güzelliğini Allah’ın güzelliği ile yarıştırmaya kalkmasının sakıncalarından bahseder. Nitekim bu, sınavın hüsrana bitmesini netice verir.

Bir başka vecihle baktığımızda kendini Müslüman olarak tanımlayan fakat tesettüre aykırı giyinen, davranan, aynı zamanda mahremiyet sınırlarını gözetmeden yaşayan bir kesimle karşılaşırız. Bu da bize ümmetin modernizmden ne kadar etkilendiğini gösterir. Oysa bir insanın sahip olduğu dinî kimliğin, onun toplumsal ilişkilerde sergilediği davranışların temel referanslarından biri olması gerekir. Bireyin kimlerle, nasıl ve hangi ölçülerle kıstas alarak ilişki kurduğu, sosyal ilişkilerde takındığı tavır ve kullandığı iletişim üslubu, o kişinin şahsiyeti ve dinî kimliği hakkında önemli ipuçları verir.

Kadının toplumsal hayata atılması, beraberinde birçok sorunu doğurdu. Şefkat kahramanı olarak nitelenen ve “İnsanın en birinci üstadı ve tesirli muallimi, onun validesidir” denilen kadının (anne)⁽⁴⁾ şefkate muhtaç evladını bundan mahrum edip kendi keyfi için başkasına emanet etmesi apaçık emanete hıyanettir. Bu hususta Bediüzzaman, her zaman fitrata dair konuşmuştur. Kadının fitraten nazik ve zayıf oluşunu vurgular. Öyle ki zayıf ve nazik kadınlar kamusal alanda her işi yapamazlar. Yapmaya kalkmaları onların aleyhine olur. Türlü tarassutlar bir yana o vazifeyi de hakkıyla göremezler. Burada ilginç bir anekdotla örneklendirmek isteriz. Necip Fazıl şeriatçı olduğu iddiasıyla tutuklanır ve çıkarıldığı mahkemede suçsuz olduğunu söyleyip tahliyesini ister. Kendisine reva görülen haksızlık ve zulümleri öyle canlı bir üslup ile tasvir eder ki, mahkeme heyetindeki kadın hâkimin gözlerinden yaşlar süzölmeye başlar. Bunun üzerine Necip Fazıl,

2 İzzetbegoviç, Aliya. İslâm Deklarasyonu. Trc. Rahman Ademi. 4. Bs. İstanbul: Fide Yayınları, 2010.
3 Battal, A. (2011) Cinsiyetten Doğan Haklar ve Yükümlülükler. Köprü. 113: 20
4 NURSİ, Bediüzzaman Said, Hanımlar Rehberi, Yeni Asya Neşriyat, İstanbul, 1996. s. 136 (24. Lem’a)

hanım hâkimi salondakilere göstererek konuşmasına devam eder. “İşte şeriatın bir sırrı daha tecelli etti: Kadından ceza hâkimi olmaz.”

Gayet veciz olan bu örneği Türk edebiyatının büyük isimlerinden Peyami Safa’ya atfedilen bir söz ile devam ettirelim; “Ev kadınlığını hizmetçilik sandığı için kendisini üniversiteye atan bir kızın kültüründen de ahlakından da bu memlekete hiçbir hayır gelmez.” Buradan da anlaşılır ki, annelik, kadınlık mefhumu yüklediği mana fitratla ilişkili olmalıdır. Çalışan kadın Avrupa’da olduğu gibi aile kurumunu yok eden etmenlerden biri olmakla birlikte evin ikinci bir erkeği konumuna düşüyor.

Ekonomik bağımsızlık safatası, evlilik kurumu ile birbirine bağlı olan iki insan arasında bir çelişkiyi doğurur. “Beşiği sallayan dünyayı salları” sloganıyla kadınların fitraten yapabilecekleri vazifeleri yapmakla birlikte neslin sıhhatli bir şekilde devamının temini olarak yüzlerini evlerine döndürmelidirler. Bu arada çalışmayı istemek, destek olmaya gayret etmek de hamiyetli bir davranış olarak görülse bile doğurduğu neticeler itibarıyla makbul değildir. Belki daha esnek çalışma saatleriyle bu mümkün olabilir. Ayrıca çalışmak illa maddi gelir getiren bir iş olmak zorunda da değildir. Ütü yapmak, çocuklara bakmak iş değil midir! Hayır, en kutsal bir iştir, bundan ziyade ibadettir.

Vakıyı ve bundan kaynaklı hataları halı altına süpürmekle de sorunlar kalıcı olarak çözülemez. Bu şekilde yeni sayfa açmak mümkün değildir. Fakat sorunları tartışırken kavga etmeden, ne ifrat ne tefrite kaçmadan, ancak mu’tevil bir şekilde ele almak çözüme kapı aralayacaktır. Önemli olan da zaten yapıcı olmaktır. Kuru kuruya bir eleştirinin yersiz olduğu, bunun yapıcı tavsiyeler barındırması gerektiği kanaatindeyiz. İşin acı tarafı hiçbir (sözde kadın savunucusu) kapitalizmin bu sömürsüne dur demek için adım atmıyor, hatta gıkını bile çıkarmıyor. İtirazlar karşısında müdafaaalari ise garip bir şekilde “özgürlük” oluyor. Kadının çalışması zaten başlı başına problem iken bir de bir bedenini teşhir etmeye başlaması özgürlüğünü nereden almaktadır! Bu girdaplar arasında gidip gelen kadına kapitalizm tarafından, kökü Antik Yunan’a kadar giden modernite adında bir dünya kurulmuştur. Yalan ve hile üzerine.

2. Modernite ve Kadın

Kadının değişimi, modernleşme süreci ve toplumsallaşması okumakla başlar fakat bunun öncesinde Sanayi Devrimi’nin Batı menşeli doğması kadının hareketlerinin oradan başlaması modernitenin asıl sahibinin Batı olduğunu göstermiştir. Fakat, kadın ve erkeğin günlük hayatta ve toplumsal sorumluluğa ait rol dağılımında yanlış role geçmelerine sebep olan bu akım fitrattan uzaklaşmayı beraberinde getirmiştir.⁽⁵⁾ Bu fitrattan kopuş ile aşırı bireyci hale gelen kadın, erkek karşısındaki ‘kadınlık’ vasfını kaybetmeye başlamıştır. Bu da güçlü, ekonomik bağımsızlığı olan; ancak ‘yalnız kadın’

Vakıyı ve bundan kaynaklı hataları halı altına süpürmekle de sorunlar kalıcı olarak çözülemez.

Modernite; her ne kadar Batı menşeli olsa da ve oradan gelen her şeyin modern olduğu iddia edilse ve lanse edilse de kısaca bir toplumda hoş görülen kabul edilmiş adet olarak tarif edilebilir.

görüntüsünü ortaya çıkarmaktadır.⁽⁶⁾ Kadın için erkek egemenliğinden kurtuluş olarak, zafer olarak gösteren modernite kadını kündeğe getirmiştir. Fakat bu savaşın hiçbir zaman bir galibi olmamıştır ve olamaz. Her iki taraf da mağluptur. Esasında mağlup olan insanlıktır. Modernitenin kadın hakları anlayışı çoğunlukla kadının kamusal alana çıkması bağlamında değerlendirilmektedir. Kadınlar kamusal hayatta var olabilmek mücadelesi verirken esasında hamileri olması gereken erkekler tarafından tüketilen cazip bir ticaret metayı, reklam aracı olarak kalacaktır.

Sosyolog Alev Erkilet'in tasvir ettiği kültür sistemi içerisindeki değer yargıları modayla hep bir etkileşim içerisinde: "Her bütünleşmiş kültür sistemi özünde soyut olan anlam ve değerlerle onları yaşayan, taşıyan, aktaran insanlar ve değerlerin 'taşa kazınmış hâli' olan maddi kültür unsurlarından oluşur. Bu üç bileşen arasında anlam etrafında bütünleşme durumu vardır. En basit ifadesiyle insan, neye inanıyorsa ona göre davranır, kendinden sonraki kuşakları ona göre sosyalleştirir ve nihayet o değer yargıları ile tutarlı araç/gereçler kullanır. İçinde yaşadığı binaların estetik ve tasarımıyla, ibadethaneleriyle, giymek için seçtiği malzeme ve biçimlerle kültüre omurga veren değer sistemleri arasında bir tutarlılık mevcuttur."⁽⁷⁾

Modernite; her ne kadar Batı menşeli olsa da ve oradan gelen her şeyin modern olduğu iddia edilse ve lanse edilse de kısaca bir toplumda hoş görülen kabul edilmiş adet olarak tarif edilebilir. Kadın için konuşacak olursak, yani global düzende kadın için modernitenin ne ifade ettiğine bakarsak, bireyden bireye, bölgeden bölgeye ve toplumdan topluma bunun değiştiğini görürüz.

Uygulamada sorun yaşandığı âşikar fakat hâlâ modernitenin kimi yerlerde bunların üstüne çıkamadığı görülür. Sözelimi Arabistan'da kadına bakmak hâlâ modern dışı kabul edilirken Hindistan'da kadına dokunmak modern dışıdır. Modernite Avrupa'da kadınla el sıkışmak ve hatta rızaları olduğu takdirde istediklerini (!) yapabilmek iken Malezya'da öyle değildir. Bunu Türkiye bağlamında İzmir ve Hakkâri illeri için de düşünebiliriz. Bir kadının İstanbul'da şalvar giymesi yadırganırken İç Anadolu bölgesinde bu gayet tabiidir. İzmir'de bir genç kız rahatlıkla giyebildiği bir kıyafeti Hakkâri'de giyemeyebilir.

Burada modernite anlayışlarının nasıl farklılık arz ettiğini görürüz. Peki, bir şeyin modern olup olmamasına kim karar verecek? Eğer bu örneklerden yola çıkarsak bin bir türlü modernite anlayışının ortaya çıktığını görürüz. Bu da mümkün değil zaten. O halde tek kararı fıkıh usulünde Şâri' olan (yani hâkim olan) Allah (c.c) verecektir.⁽⁸⁾ O'nun da çizdiği sınırlar âşikâr ve ortada.

6 Bayram, S. (2011) Tarih Boyunca Kadın ve Türk Edebiyatında Değişen Kadın İmgesi. Köprü. 113: 130
7 Erkilet, Alev, "Mahremiyetin Dönüşümü: Değer, Taklit ve Gösteriş Tüketimi Bağlamında "İslâmi" Moda Dergileri", Birey ve Toplum, Güz 2012, Cilt 2, Sayı 4.
8 Akgündüz, Ahmet. "HAKİM".TDV İslâm Ansiklopedisi. 15: 182-183. İstanbul: TDV Yayınları, 1997.

3. Moda ve kadın

Batı felsefesinin bir ürünü olan moda, aynı zamanda tüketim üzerine bina ettiği ekonomisinin de “sömürü” vasıtasıdır. Nitekim modaya taklit edilme sektörü olarak bakıldığında insanda var olan tâbi olma, taklit etme güdüsünün, yönlendirilme ihtiyacının bir tezahürü olarak okunabilir. Tarihte genellikle alt sınıfların üst sınıfları taklit ettiği, kimi zaman üst sınıfların alt sınıfları taklit ettiği bir gerçektir.⁽⁹⁾

Bir ayakkabı reklamında kullanılan kadına neden normal bir etek ya da pantolon (!) değil de mini etek giydirilir ki! Amaç erkeklerin tabiatlarındaki güdüyü tahrik etmektir. Söz gelimi bugün birçok dükkânın özellikle “prezentabl” türden “bayan eleman” işçi alması hem söz geçirebilme hem de sömürme mantığının tezahürüdür.

Kadın bedeninin erkek egemen kültürün dayatmacı araçları yoluyla sömürülmesi sadece modern zamanlara özgü bir saldırdır.

Medya da daima daha açık daha tahrik edici kıyafetleri haber yapmaktadır. Bu kıyafetlere haberlerinde, “cesur”, “cüretkar”, “göz alıcı” gibi olumlu nitelermelerle yer verir. Modacılar da medyada daha çok yer almak için her zaman daha “cesur! ve cüretkar!” kıyafetler üretirler. Bunların birçoğunun en azından o dönemde herhangi bir yerde giyilmesi de mümkün değildir. Ancak, amaç bu konudaki hassasiyetin kırılmasıdır. Bu büyük ölçüde de başarılı.

Görüldüğü üzere modanın ve moda vasıtasıyla kadın kıyafetlerinde açıklığın yaygınlaşmasında en önemli unsur kitle iletişim araçlarıdır. Medyadaki ana akımın sosyal medyaya kayması daha tehlikeli çanların çalması habercisidir.

Reklamcı Ayşe Kalyoncu “Reklamın bütün kurgusu ayartma üzerine kuruludur” derken reklamların kadın bedenini cinsel istismar aracı olarak kullanmasının bu şekilde başladığını belirtir: “Mesela araba tanıtımında kadının reklam aracı olarak kullanılmasıyla arabanın modeli arasında bir bağlantı kurma ihtimali yoktur.” Fakat burada dikkatimizi çeken husus kadınların reklamlarda meta aracı olarak kullanılmasından şikâyetçi olmadıkları gerçektir. Psikologlar, bunun sebebini şu şekilde açıklar; “Kadınlar reklamlara o kadar çok maruz kalıyor ki orada kullanıldığını fark etmeyebiliyor. Yani kadınlar gördükleri şeye alışınca bir müddet sonra normal gelmeye başlıyor. O reklamda oynayan kadının rahatsız olmamasının sebebi ise beğenilmenin hoşuna gitmesi. Ünlü olmak, herkes tarafından bilinmek, o kadına cazip gelebiliyor.”⁽¹⁰⁾

Modanın “niçin”i sorgulanmamaktadır. Modayı takip eden kişi “niçin bu işkenceye katlanıyorum” sorusunu kendine sormaz. Çünkü bu soru

9 <http://www.dusunuyorumdergisi.com/modernite-surecinde-medya-ve-moda-araciligi-ile-kadinin-tuketilisi/>

10 Sönmezşık, Kübra.(2017) “Reklamın Özgür Kölesi Kadın” Bilimevi Kadın dergisi, Sayı 3.

*Moderniteye göre
cesur kadınlar,
soyunmaktan
korkmayan,
sapmalardan
çekinmeyen,
sınır ve değer
tanımayan
kişilerdir.*

kişinin nazarında absürddür. “Niçin bu ayakkabıları giyiyorum” sorusunun cevabı sadece “moda olduğu için”dir.⁽¹¹⁾

Hürriyet gazetesindeki habere göre Giorgio Armani, reklam endüstrisinin de bu durumu körüklediğini ileri sürmüştür. Bir kadının sokakta yürürken karşısına çıkan reklam panolarındaki modellerden etkilenip onlar gibi olma isteğine kapıldığını belirterek bunun da kadınları taciz etmenin bir çeşidi olduğunu belirtmiştir.⁽¹²⁾

Buradan çıkarılacak sonuç pek açıktır. Modacılar kadınları istedikleri gibi yönlendirebiliyor ve bunu birtakım algoritmalar sayesinde yapıyorlar. Fakat Armani'nin itiraf etmediği bir husus da ekonomik çıkarlardır. Gözünü para hırsı bürümüş bu insanlar için bu yolda her şey mubahtır, zaten bu bir arz talep mevzusudur diyerek bu canice hadiseyi meşrulaştırma yoluna gidiyorlar. Netice itibariyle beğenilmek için bunlara katlanan, süslenen, kadınlar için bu arzu fitrî bir istek olup, güzel olmaya ve görünmeye önem verirler. Süslenme araçları zaman içinde değişse de süslenmenin hedefi, her zaman güzel olma, beğenilme arzusu ve bunu diğer insanlara göstermektir. İslâm dini, bu fitrî arzuya karşı çıkmaz fakat onu kontrol altına alır ve kurallar koyar. Modernite ise insan bedenini olabildiğince kutsamıştır. Moderniteye göre cesur kadınlar, soyunmaktan korkmayan, sapmalardan çekinmeyen, sınır ve değer tanımayan kişilerdir. Bugün ideal bireyden anlaşılması gereken, büyük oranda (teşhir edilen) ideal bir bedendir. Kişinin bedeniyle yüzleşmesi, varoluşsal manada kendi ile yüzleşmesi demektir.⁽¹³⁾

4. Moda ve İsraf

Bu karmaşık sektörün ışıltılı dünyasının ardında büyük bir israf ekonomisinin yattığını ve bu durumun devasa bir ekonomik bedeli olduğunu söylemek de işin bu yanıyla ilgilenmeyenler açısından şaşırtıcı olabilir. Bugün moda algısı sayesinde sadece giyim sektörünün yıllık kârı 3 trilyon doları bulmaktadır. Yapılan araştırmalara göre son 20 yılda giysi kullanımını %50 oranında azalırken, satış oranları iki kat artmıştır. Bu veriler yılda ortalama yaklaşık 100 milyar farklı giyim malzemesi satıldığını ancak bunlardan sadece yarısının kullanıldığını göstermektedir.

Örneğin sadece Amerika'da giyilebileceği hâlde moda uymadığı gerekçesiyle atılan giysi miktarı 13 milyon tonu bulmaktadır. Çin'de ise bu rakam yıllık 20 milyon tondur. Bu da her yıl kişi başına 200'den fazla giyim malzemesinin çöpe atıldığı anlamına gelmektedir. Yine Amerika'da tekstil atıklarının paraya dönüştürülmesi hâlinde milyonlarca evsiz ve fakir insanın yıllık geçiminin sağlanabileceği ifade edilmektedir. Amerika'da atılan ürünlerin sadece %15'inin ihtiyaç içindeki insanlara ulaştırılabildiği,

11 Karabıyık Barbarosoğlu, Fatma, Moda ve Zihniyet, 2. B. İz Yayıncılık, İstanbul, 2002.

12 <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-moda-dunyasi-kadinlara-tecavuz-ediyor-41452963>

13 Demir, Sertaç Timur. Ten Medeniyeti Modern Kültürde Beden ve Ötesi. Açılım Kitap, İstanbul: 2017.

kalanların ise imha edildiği belirtilmektedir. Avrupa’da ise bazı moda firmalarının satılmayan ve modası geçen ürünlerin imhası için son beş yılda yüksek paralar harcadığı tespit edilmiştir.

Rakamlar biraz değişiklik gösterse de Türkiye’deki durum da çok farklı değildir. Ticaret Bakanlığı’nın *2018 İsrâf Raporu*’na göre, günümüzde tüm dünya ile birlikte ülkemizde de 10 yıl öncesine göre kişi başına %60 daha fazla kıyafet tüketilmektedir. Bu rakam, kişilerin daha fazla giysiye ihtiyacı olduğundan değil, gardıroplarındaki giysilerin modasının geçmiş olması nedeniyle artmaktadır.

Yapılan araştırmalar, Türkiye’deki tüketicilerin sadece %51’inin ihtiyacı olunca alışveriş yaptığını göstermiştir. Bu veri tersinden okunduğunda, tüketicilerin %49’unun ihtiyacı olmaksızın farklı motivasyonlarla alışveriş yaptığını ortaya koymaktadır. Örneğin Türkiye’de bir yılda sadece moda aksesuarlarına harcanan para yaklaşık 6 milyar liradır. Bu rakam, binlerce fakir ailenin bir yıllık gıda tüketimine eşit bir israfa işaret etmektedir.⁽¹⁴⁾

Modanın temsil ettiği israf ekonomisi ile kaybedilen paraların anlamlı ve gerekli yerlere harcanması, bugün dünyadaki birçok insani krizin çözümü için beklenen bütçeleri kolayca oluşturacaktır. Örneğin sadece tekstildeki moda bütçesi ile dünyadaki 140 milyondan fazla yetim çocuğun 20 yıllık geçimi kolaylıkla sağlanabilir; ya da 65 milyondan fazla mültecinin geçimini ve hatta döndüklerinde evlerinin yeniden inşa edilmesini sağlayacak kaynak oluşturulabilir.⁽¹⁵⁾

5. Medya ve Kadın

Medeniyetin en temel unsurları “inanç, hukuk, ahlak, sanat ve edebiyat”tır. Emperyalist zihniyet de etkisi altına aldığı toplumun inancına, hukukuna, ahlakına, sanat ve edebiyatına müdahale eder. En etkili müdahale aracı da medyadır. Modanın moda olabilmesi için, geniş kitlelere yayacak bir araca ihtiyacı bulunmaktadır. Bu açıdan modanın etkisinin medyanın etkisiyle paralel arttığından söz edilebilir. Medyada kadınların bedenlerinin suiistimal edildiği ilk sektör reklam sektörüdür. Bu sektör önemli ölçüde kadınlara hitap eden ürünlerin sunumunu yapmaktadır. Kadın hem nesne olarak hem de hedef kitle olarak reklamların önemli unsurudur. (Bu sektörün soft terör patronları bu sırada kendi inancını, kendi hukukunu, kendi ahlak anlayışını, kendi sanat ve edebiyat anlayışını empoze edebilmektedir.) Kadınlara yönelik reklamlarda kadınların güzel olma özlemi tahrik edilmekte, erkeklere yönelik olanlarda ise kadın unsuru kullanılarak ilgi çekilmeye çalışılmaktadır. Ama her halükârda iki durumda da kullanılan kadın olmaktadır. Kadın reklam kişileri, genellikle çok güzel, bakımlı, çağdaş, kentlidir. Kısaca reklamlar, tüketimi, cinselliği, açık saçıklığı, hiçbir sınır tanımayan kadın erkek ilişkilerini teşvik eden programlardır. Bizatihi

14 <https://www.risalehaber.com/israfin-en-onemli-iki-sebebi-var-moda-ve-taksit-346332h.htm>

15 https://insamer.com/tr/moda-israf-ve-insani-krizler_2370.html

Yüzlerce yılda
gerçekleşmeyen
değişimin,
televizyonun
toplum hayatına
girdiği son kırk
yılda gerçekleşmiş
olması bu
kitle iletişim
aracının gücünü
ve etkinliğini
göstermektedir.

reklamların kendisi modernizmin, din dışılığın ve seküler hayat biçiminin propagandasını yaparak ideolojik bir boyut taşımaktadırlar.⁽¹⁶⁾

Medyanın bir başka sektörü olan dizi ve film sektörüne baktığımızda da benzer durumlar görürüz. Bu konuda hakikati ifade eden bir Japon Bilim Adamı olan Kaiyo Yasuo'nun tespitine yer vermek istiyoruz: "Türkler çok garip millet" diyen bilim adamı şunları ekliyor: "3 yıldır Türk kültürünü inceliyorum. Bir şey çok korkunç, diğeri çok garip. Korkunç olan Batı bir ülkeyi savaşmadan yok ediyor. Ülkede 3-5 dizi hariç hepsi Türk din ve geleneğine ters. Garip olan ise, herkes bunu biliyor ama yine de izliyor. Anne-baba ise çocuğu ile izliyor. Hayret..."⁽¹⁷⁾

Bir Japon'u bile hayretlere sevk eden bu vahim tablo karşısında aydınlarımız suskun, alimlerimiz gafil, gençlerimiz dertsiz, kadınlarımız sömürülmemektedir. Yüzlerce yılda gerçekleşmeyen değişimin, televizyonun toplum hayatına girdiği son kırk yılda gerçekleşmiş olması bu kitle iletişim aracının gücünü ve etkinliğini göstermektedir. "Televizyonda yayınlanan program ve dizilerin de evlilik dışı ilişkiyi normalleştirmesi, sürecin toplum tarafından da kanıksanmasına yol açmış, bu durumlar toplumun tepkisizleşmesine yol açmıştır."⁽¹⁸⁾ Reytینگin atom etkisi oluşturduğu medya sektörü reyting uğruna haberlerin maslahatsızca sunulmasını beraberinde getirmiştir. Her gün artan taciz olaylarının ve kadın cinayeti haberlerinin haber bültenlerinde duyurulmasında kime ne fayda ne maslahat vardır! Bunun yerine haber değeri taşımadığı iddia edilse bile "eşiyle birlikte güzel vakit geçiren eş" ya da "mutlu aile tabloları çizen aile" haberler verilseydi daha güzel olmaz mıydı! Cinayet haberlerinin sıradanlaştırmanın kime ne faydası var! Acaba toplumun hangi kesimine bir faydası dokunmuştur bu haberlerin!

Kitle iletişim araçlarının toplumları etkilemedeki, hayat tarzı ve kültürel yapıyı değiştirmedeki gücü muazzamdır. Bu açıdan kadın kıyafetindeki değişime etkisi göz ardı edilemeyecek derecede önemlidir. Televizyondan en çok etkilenen grupların başında da kadınlar gelmektedir. Çünkü hem boş zamana sahip olmak, hem de tüketim eğilimi açısından çocuklarla birlikte kadınlar etkiye en açık grubu oluşturmaktadır. Moda ya da estetik düşünce açısından ise televizyon hem kimlik belirleme hem değişim hem de meşruluk kazandırma faktörüdür.

6. Tesettürlü (!) Model Örneği; Halime Aden

Tesettürde namahreme bakmama ve baktırmama esastır. Yani tesettürlü bir kadın tesettürü ile 'bana bakma!' demiş olur. Oysa moda 'bana bak' demenin ifadesidir. Bu haliyle Moda, mahremiyeti ihlal etmeye yarayan bir unsur olur. Bunu İslâm ülkelerinde düşünmek acıtıcı gerçektir. Bu acı gerçeğe tesettür defilelerini katarsak işin vahameti daha iyi anlaşılacaktır. Bu

16 <https://www.milligazete.com.tr/makale/3444665/siyami-akyel/kultur-emperyalizminin-etkileri>

17 <https://www.internethaber.com/mustafa-sabri-beser-1213z.htm>

18 Yaşar, B. (2011) Çağımızın Evlilikleri Neden Kısa Sürüyor. Köprü. 113: 92

defilelerde boy gösteren kimi muhafazakar kesimin yıldızı Halime Aden'dir. Dünyanın büyük dergilerine kapak fotoğrafı veren Somali asıllı mülteci bir ailenin kızı olan genç model Halime Aden, yakın tarihte modelliği bıraktığını ilan ederken "asla yapmam dediğim şeyleri yaptım" diyerek itirafta bulunur. İçinde bulunduğu renkli dünya ve öncü olarak etiketlenmenin heyecanının, inançlarını gözden kaçırmasına neden olduğunu söyler. Daha aklını kaybetmemiş bu biçare kadın itiraflara devam edip yanlışlarını açık yüreklilikle sorgularken "bütün maksadımı aşmamış gibi 'seksi tesettürlü' olmak istediğimi hatırlıyorum" itirafında bulunmuştur. Paylaştığı fotoğraflarda saçının ve tüm vücudunun örtülü olmasına rağmen çekimlerdeki stilin birçok yönden "gerçek" başörtüsünü yansıtmadığını öne sürerken sektöre de eleştiri getirip, "Moda sektörünü suçladığım konu, Müslüman kadın stilistlerin olmaması" diyen Aden, bunun moda endüstrisinde başörtüsüne daha az anlayış gösterilmesine yol açtığını söyler. Bir fotoğraf çekiminden sonra "Otel odama geri döndüm ve bu çekimden sonra ağladım çünkü içten içe bunun olmadığını biliyordum. Ama konuşamayacak kadar korktum" diye açık bir itirafta bulunur.

Hem moda endüstrisi hem de Müslüman kadınlar tarafından uzun zamandır muhafazakar modanın yıldızı olarak selamlanan Aden, buna rağmen modadan tamamen uzaklaşmadığını, aksine ona iş teklif etmek isteyenler için inançlarına uygun standartlar belirlediğini ifade etmiştir.⁽¹⁹⁾

7. Tesettür ve Kadın

İnsanın fitrî, tabii, örfî veya dinî bir gerekçeyle vücudunun belli yerlerini örtmesi anlamına gelen tesettür, terim olarak İslâm dininde ilgilileri ve ölçüleri dinen belirlenmiş örtünme yükümlülüğünü ifade eder.⁽²⁰⁾ Bir başka vecihle tesettür başı örtmekten ibaret değildir, tesettür örtülmesi gereken yerleri örtmek demektir. Tesettürün önündeki hukuki ve sosyal engeller kalkarken, günümüzde moda adı altında tesettürün içi boşaltılmaya çalışılıyor ve günümüzde tesettürlü bir annenin yanında plaj kıyafetiyle bir kızını görmek mümkün hale geldi. Bu acı tablo düşündürücü. (Milat gazetesi)

Tesettürde 'teberruç' de haramdır. (Ahzâb 33/33) Teberruç, yani görünür olma çabasıdır. Zemaşeri, onu genelde, gizlenmesi gereken şeyleri açmada çaba sârf etme, özel olarak da kadınların zinetlerini ve güzelliklerini açıp yabancı erkeklere göstermeleri, diye tanımlar.⁽²¹⁾ Kur'an teberrucu kesin ifadelerle yasaklamaktadır. Oysa moda baştan ayağa teberruçtur. Bu yüzden var olan haliyle modaya tabi olarak takınılan tesettür kostümü Batıdır ve asalet barındıran hakiki tesettürden çok uzaktır. Fıtratı bozulmuş hiç kimse bu şekle giremez. Haya perdesini yıkan, iffeti ayaklar altına

*İnsanın fitrî,
tabii, örfî veya
dinî bir gerekçeyle
vücudunun belli
yerlerini örtmesi
anlamına gelen
tesettür, terim
olarak İslâm
dininde ilgilileri
ve ölçüleri dinen
belirlenmiş
örtünme
yükümlülüğünü
ifade eder.*

19 <https://www.yenisafak.com/hayat/moda-sektoru-tesetturu-anlamadi-3591537>

20 Apaydın, H. Yunus. "Tesettür".TDV İslâm Ansiklopedisi. 40: 538-543. İstanbul: TDV Yayınları, 2011.

21 ez-Zemaşeri, Keşşâf, NI/230.)

“Kim bir kavme
benzemeye
çalışırsa
ondandır.”

alan bu durum sonuna kadar Batıldır ve bătıldır. Bir başka husus ise tesettürün israfın haram olduğu bir düşüncenin ve ihtiyacın ürünü olmasıdır. Oysa moda safi israftır. Tesettür bir kişiliği, kimliği ve aidiyeti sembolize ederken moda özentinin ve öykünmenin ürünüdür. En nihayetinde moda ve gösteriş tarzındaki tesettür modernliğin ve dünyevileşmenin bir tezahürüdür. Hal böyleyken moda ile tesettürün yan yana gelmesi tabii olarak düşünülemez. “Ziyetlerini kimseye göstermesinler” (en-Nür 24/31) ayeti de modanın maksadının tam aksine bir emirdir. Kadınlar fitraten güzelliklerini izhar etmeye meyyal olmaları ile imtihan olurlarken, erkekler de bu güzelligi görmeye karşı bir meyille imtihan edilir. Tesettürün bu manada kritik bir işlevi olduğu dikkate şayandır.⁽²²⁾

Örtünen insanın örtüsünün manasını bilmesi gerekir. Şeffaf bir kumaşla örtünme olmaz. Penye gibi vücuda yapışan bir kumaşla, yanar döner parlak renkli elbiseyle tesettür olmaz. Böyle giyinenlerle insan gözü muhakkak alaka kurar. Elbiseyi inceleyeyim derken, vücut hatlarına kayar... Bir hanım tesettürde fakat elbisesi diyor ki, “Bana bak!” Bu olmamalı! Rengin önemi yoktur yeter ki, kişiyi cazip göstermesin. İnsan kendini Allah’a ve eşine beğendirmeye çalışmalı. Önemli olan bu. Mesela bir hanım manto aldığında. O hanım şöyle sormalı kendine: “Bu mantoyu Allah beğenir mi?” O’dur önemli olan. Bol mu? Uzuvarları belli ediyor mu? İçini gösteriyor mu? Rengi canlı mı?

İslâm’a göre en güvenli yol, bu eğilimi tahrik eden davranışları mümkün olduğu ölçüde azaltmaktır. Müslüman bir kadın, toplum içinde dişiliği ile değil bir Müslüman’a yakışan kişiliği ile ön plana çıkmalıdır.⁽²³⁾

Şairin dediği gibi “benim istediğimi Allah istemiyorsa konu kapanmıştır!” Peki Allah ne istiyor, Peygamber ne demiş bu konu hakkında demeyen bir Müslüman zihniyeti olabilir mi? İslâm’ı bir kültürel mesele olmaktan çıkarıp bir kimlik boyutuna taşımak icab eder. “Kim bir kavme benzemeye çalışırsa ondandır.”⁽²⁴⁾ Onlara benzemeyin hadisiyle, tırnak kesiminde yahut sakalları bırakmak, bıyık kısaltmak fiillerinde bile “gayrimüslimlere muhalefet edin” buyuran Efendimiz’in (asm) sözleri kimlikli olma vurgusu taşır. Buradaki benzeşme fıkıh litaratüründe mekruh olan benzeşme olarak kabul edilmiş ve bundan sakınılması tavsiye edilmiştir. Fakat bu benzeşmekten de öte tesettürün mahiyetini kaybettirirse bu da haram olur.

İslâmiyet hiçbir zaman tek tip bir kıyafet modelini dikte etmemiştir. Nitekim bu ne Kuranda ne de sünnette vardır. Fakat İslâm, insana fitratından kaynaklanan bazı emirler yöneltmiştir. Ve tavsiye ettiği kıyafet modeli belli kriterleri içerir. Kuran ve sünnetin işaret ettiği hususlara riayet etmekle birçok konuda olduğu gibi bu konuda da bir gelişme kat edilecektir. İslâm’ın modası bu kriterler çerçevesinde şekillenir. Onun için çekici kılmayı ve cazip haline getirmeyi değil, bu kriterleri dikkate alan modacılar

22 <https://sorularlarisale.com/risale-i-nur-kulliyati/sualar/besinci-sua/717>

23 <https://sorularlaİslâmiyet.com/blog/modern-tesettür>

24 Ahmed b. Hanbel, Müsned, Beyrut 1985, II/50

ihtiyaç vardır. Ne var ki insanları yaratan Allah, tatlı, yumuşak ve ince edalı kadın sesinin erkekleri etkileyebileceğini, ayrıca Peygamber'in hanımı da olsa herhangi bir kadına karşı kötü niyet besleyebilecek insanların her zamanda ve her toplumda olabileceğini bildirmektedir. Bu nedenle tahrik edici sebeplerin tamamen ortadan kaldırılması esas alınmalıdır.

Tesettürün bir kimlik ve kişilik yansıması olduğu unutulmamalıdır. Fitri hallerin dışına çıkıldığında o "tesettür"ün anlamı otomatik olarak düşer. Bu meyanda Üstad Bediüzzaman bu fitri hakikati dört hikmetle açar: Kadının kadınlığa mahsus cazibe, letafet ve güzelliğinin korunması için tesettür, kıskançlık duygusunu izale etmek için tesettür, güven duygusu için tesettür, aile kurumunun korunabilmesi için tesettür.

Sonuç

Kadınların sosyal hayata katılımları hem bir zorunluluktur hem de kitlesel mücadeleler sonucunda olmuştur. Kadınların dışarıdaki en etkili yönlendiricisi medya ve modadır. Bu sektörler "insanları, ama özellikle kadınları daha çekici nasıl kılabilirim" fikriyle hareket eder. Bunun da arkasında ekonomik çıkarlar yatar. Bunu yapmak için de kadının çekiciliğinden, cinselliğinden istifa ederler. Fakat İslâm kadının çekiciliğinin kadının kocası dışındaki kişiler için haram kılmış ve tehlikeli kabul etmiştir. Despot bir endüstrinin kurbanı olan (özellikle genç) kardeşlerimiz çaresizce sistemin raylarına girmiş, olayı kabullenmiştir. Bu kabul edilemez! Bunun için karanlığa küfretmek yerine daha zor olan ışık yakmak. Işık yakmak için yol aramak her Müslüman'ın, bilâistisna her Müslüman'ın asli vazifelerindedir. Konuşmaktan çekindiğimiz için konuşmadığımız konularda sorunlar çözülmüş değildir. Zira konuşmamak çözüldüğü anlamına gelmez. "Yuh olsun, tüh olsun!" demekle bir yere varılamayacağı idrak edilmeli, iyilik ve güzellik için fikir teatisinde bulunularak bir yol kat edilmelidir.

Bunun için çalıştaylar, kongreler, konferanslar düzenlenmeli, okullarda hatta sokakta bunun eğitimi verilmelidir. Bilinçli yayınlar yapılmalı, özellikle gençlerin dilinden konuşarak onlara yol gösterilmelidir. Kuralları hatırlatmanın gereği kalmadı artık. Artık bilgi ayaklar altına düşecek kadar çoğaldı. Bunun yerine somut adımlar atılarak modanın ya içine girilerek ya da moda alternatif bir sektör kurularak somut adımlar atılmalıdır.

Şu bir gerçektir ki kâinat boşluk kabul etmiyor ve hiçbir meydan boş kalmıyor. Bizim doldurmadığımız her köşe birileri tarafından kendi arzu ve isteklerine göre dizayn edilip bize sunulacaktır. Artık kartopu etkisinden uzakta, kelebek etkisi çağında yaşıyoruz. Ezcümle M. Akif'in dediği gibi "muhat olduğumuz bu felakette her ferdin, evet bilâistisna her ferdin bir hisse-i mesuliyeti vardır".

Gerçek şu ki bir milleti inkıza sürükleyen en birinci etken sabit fikirleridir. Çaresiz olduğu tevehhümüdür. Karşıdaki yangını ellerini kavuşturup seyretmek Müslüman hareketi değildir. Hele ki Müslüman aciz hiç değildir. O her zaman azimli ve ümitlidir. Zira imanın bir hassası da ümitli

*Işık yakmak için
yol aramak her
Müslüman'ın,
bilâistisna her
Müslüman'ın asli
vazifelerindedir.*

... olmaktadır. Fakat vakıa dört taraftan kuşatılmışız ve neme lazımcılık bir virüs gibi etrafı, İşlâm vücudunu sarmıştır. Bundan kurtulmak kimilerince mümkün görülmeyebilir lakin Allah'ın vaadi haktır ve o vaadinden dönmez.

Sözün özü, özün de özü suni dünyanın esaretinden *Kur'an ve sünnet* kalesine sığınmak, fıtrattan kaçılmaması gerektiğini vurgulayan Bediüzzaman'ın sunduğu reçeteyi devreye sokmak, tek yol bu...

Kaynakça

Ahmed b. Hanbel, Müsned, Beyrut 1985, II/50

Akgündüz, Ahmet. "HÂKİM".TDV İşlâm Ansiklopedisi. 15: 182-183. İstanbul: TDV Yayınları, 1997.

Apaydın, H. Yunus. "Tesettür". TDV İşlâm Ansiklopedisi. 40: 538-543. İstanbul: TDV Yayınları, 2011.

Battal, A. (2011) Cinsiyetten Doğan Haklar ve Yükümlülükler. Köprü. 113: 20

Bayram, S. (2011) Tarih Boyunca Kadın ve Türk Edebiyatında Değişen Kadın İmgesi. Köprü. 113: 130

Demir, Sertaç Timur. Ten Medeniyeti Modern Kültürde Beden ve Ötesi. Açılım Kitap, İstanbul: 2017.

Erkilet, Alev, "Mahremiyetin Dönüşümü: Değer, Taklit ve Gösteriş Tüketimi Bağlamında "İşlâmî" Moda Dergileri", Birey ve Toplum, Güz 2012, Cilt 2, Sayı 4.

ez-Zemahşeri, Keşşâf, NI/230.)

Göle, Nilüfer, Modern Mahrem, Medeniyet ve Örtünme, 3. B. Metis Yayınları, İstanbul 1992. İzzetbegoviç,

İzzetbegoviç, Aliya. İşlâm Deklarasyonu. Trc. Rahman Ademi. 4. Bs. İstanbul: Fide Yayınları, 2010.

Karabıyık Barbarosoğlu, Fatma, Moda ve Zihniyet, 2. B. İz Yayıncılık, İstanbul, 2002.

Kur'an, el-Ahzâb: 33/33

Kur'an, el-Ahzâb: 33/59

Kur'an, Âl-i İmrân: 3/14.

Kur'an, en-Nûr 24/31

NURSI, Bediüzzaman Said, Hanımlar Rehberi, Yeni Asya Neşriyat, İstanbul, 1996. s. 136 (24. Lem'a)

NURSI, Bediüzzaman Said, Mesnevi-i Nuriye, Yeni Asya Neşriyat, İstanbul, 1994.

Özdemir, U. (2003) Türkiye'de Kadın Kıyafetinde Modernleşme Süreci ve Medyanın Etkisi. Köprü. 84: 75

Sönmezşık, Kübra. (2017) "Reklamın Özgür Kölesi Kadın" Bilimevi Kadın dergisi, Sayı 3.

Yaşar, B. (2011) Çağımızın Evlilikleri Neden Kısa Sürüyor. Köprü. 113: 92 ...

<https://www.risalehaber.com/israfin-en-onemli-iki-sebebi-var-moda-ve-taksit-346332h.htm>

<https://sorularlarisale.com/risale-i-nur-kulliyati/sualar/besinci-sua/717>

<https://sorularlaİslâmiyet.com/blog/modern-tesettür>

<https://www.internethaber.com/mustafa-sabri-beser-1213z.htm>

<https://www.hurriyet.com.tr/galeri-moda-dunyasi-kadinlara-tecavuz-ediyor-41452963>

<http://www.dusunuyorumdergisi.com/modernite-surecinde-medya-ve-moda-araciligi-ile-kadinin-tuketilisi/>

<https://www.yenisafak.com/hayat/moda-sektoru-tesetturu-anlamadi-3591537>

<https://www.milatgazetesi.com/haber/tesettur-modanin-oyuncagi-degil-9065/>

<https://www.milligazete.com.tr/makale/3444665/siyami-akyel/kultur-emperyalizminin-etkileri>

https://insamer.com/tr/moda-israf-ve-insani-krizler_2370.html