

E-ISBN:978-9952-610-01-7
DOI:https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.

14TH INTERNATIONAL ARTEMIS SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

Albania, Algeria, Azerbaijan, Afghanistan, Bangladesh, China, Czechia, India, Kosovo, Malaysia, Morocco, Nigeria, North Macedonia, Pakistan, Philippines, Portugal, Romania, Russia, Spain, Sudan, Turkiye, Ukraine, United Kingdom, United States of America, Uzbekistan, Namibia, Hungary

EDITORS
PROF. DR. PAPATYA KARAKURT
PROF. DR. GHEORGHE GIURGIU

BZT TURAN
PUBLISHING HOUSE

14TH INTERNATIONAL "ARTEMIS" SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

Albania, Algeria, Azerbaijan, Afghanistan, Bangladesh, China, Czechia, India, Kosovo, Malaysia, Morocco, Nigeria, North Macedonia, Pakistan, Philippines, Portugal, Romania, Russia, Spain, Sudan, Turkiye, Ukraine, United Kingdom, United States of America, Uzbekistan, Namibia, Hungary

NOVEMBER 28-30, 2026

BUCHAREST, ROMANIA & ZOOM, VIRTUAL

E-ISBN:978-9952-610-01-7

DOI:https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.

EDITORS

PROF. DR. PAPATYA KARAKURT

PROF. DR. GHEORGHE GIURGIU

BZT TURAN PUBLISHING HOUSE 2024©

TURKEY, AZERBAIJAN

TR: +90543 671 0123 AZ: +994 50 300 2920

BZT TURAN

PUBLISHING HOUSE

14th INTERNATIONAL ARTEMIS SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS

NOVEMBER 28-30, 2025

ONLINE & IN-PERSON PARTICIPATION

ZOOM & BUCHAREST, ROMANIA

CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

EDITORS

Prof. Dr. Papatya KARAKURT

Prof. Dr. Gheorghe GIURGIU

BZT AKADEMİ YAYINEVİ®

BUCHAREST, ROMANIA

TR: +90543 671 0123 AZ: +994 50 300 2920

PUBLISHED IN BAKU, AZERBAIJAN

artemiscongress@gmail.com

https://www.artemiscongress.com/

All rights reserved

BZT AKADEMİ YAYINEVİ®

BZT TURAN PUBLISHING HOUSE

Publishing Date: 06.12.2025

E-ISBN:978-9952-610-01-7

DOI:https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.

CONGRESS ID

CONGRESS NAME

14TH INTERNATIONAL ARTEMIS SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS || PROCEEDINGS BOOK

DATE AND VENUE

NOVEMBER 28-30, 2025

ONLINE & IN-PERSON PARTICIPATION (BUCHAREST, ROMANIA & ZOOM, VIRTUAL)

(FROM 28 DIFFERENT COUNTRIES)

Albania, Algeria, Azerbaijan, Afghanistan, Bangladesh, China, Czechia, India, Kosovo, Malaysia, Morocco, Nigeria, North Macedonia, Pakistan, Philippines, Portugal, Romania, Russia, Spain, Sudan, Turkiye, Ukraine, United Kingdom, United States of America, Uzbekistan, Namibia, Hungary

ORGANIZERS & PARTICIPANT INSTITUTIONS

BZT Turan Academy, Türkiye
Mindanao University, Portugal
University of Tirana, Albania
Deniplant-Aide Sante Medical Center, Romania
Azerbaijan Medicine University, Azerbaijan
Valencia University, BIOTECMED, Spain
The Global Society for Philippine Nurse Researchers, Inc. (GSPNRI), Philippines

Presidents of Organization Committee

Prof. Dr. Papatya KARAKURT

Prof. Dr. Gheorghe GIURGIU

President of Scientific Committee

Prof. Dr. Papatya KARAKURT

Prof. Dr. Gheorghe GIURGIU

President of Coordinators' / General Coordinator

Dr. Farahila BABAYEVA-SHUKUROVA

ACCEPTED PAPERS

275 Turkish Participants
332 Foreign Participants
%55 Foreign Participant Rate
%45 Turkish Participant Rate

REFUSED PAPERS

8 Foreign Participants

EVALUATION PROCESS

All Submissions Have Passed a Double-Blind Referee Evaluation Process
All Responsibility for the Works Belongs to the Author

Evrak Tarih ve Sayısı: 30.10.2025-494885

T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığı

2025 AİLE YILI

Sayı : E-85748827-804.01-494885 30.10.2025
Konu : Kongre Katılımı

Sayın Prof.Dr. Papatya KARAKURT

İlgi : 30.10.2025 tarihli dilekçeniz.

İlgi dilekçeniz incelenmiş olup, 28-30 Kasım 2025 tarihinde ZOOM üzerinden çevrimiçi; 4. Uluslararası Artemis Bilimsel Araştırma Kongresi'nde açılış konuşmacısı ve bilim & organizasyon kurulu üyesi olarak yer almanız Dekanlığımızca uygun görülmüştür.

Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Prof.Dr. Nadiye ÖZER
Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSLKTY4R8U Belge Takip Adresi : https://www.turkiye.gov.tr/eby-ebys

Adres:Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığı Başbağlar Mahallesi 1410. Sokak Erzincan
Telefon:444 8 024 – (0446) 226 66 66 Faks:(0446) 226 66 65
e-Posta:rektorluk@erzincan.edu.tr Web:https://ebyu.edu.tr/tr/
Kep Adresi:erzincanunv@hs02.kep.tr
Bilgi için: Nazlıcan ULUCA
Unvanı: Bilgisayar İşletmeni

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

14. ULUSLARARASI ARTEMİS BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KONGRESİ

28-30 KASIM 2025
YÜZ YÜZE & ÇEVRİMİÇİ

BÜKREŞ, ROMANYA

28-30 Kasım 2025 tarihlerinde ZOOM üzerinden çevrimiçi ve Romanya'nın Bükreş kentinde yüz yüze olarak gerçekleştirilen 14. Uluslararası Artemis Bilimsel Araştırmalar Kongresi YÖK ÜAK Akademik Teşvik & Doçentlik **kriterlerini sağlamaktadır.** Toplam 607 adet bildirinin yer aldığı kongre üç gün boyunca çevrimiçi ve yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir.

Türkiye dışından toplam **5 farklı ülkeden açılış konuşmacısı; 28 farklı ülkeden katılım (detaylar kongre bildiri kitabında yer alan kongre programında yer almaktadır)** sağlanmış olup, 607 adet bildirinin 332 tanesi yabancı, 275 tanesi Türk katılımcı tarafından sunulmuştur. Kongrenin yabancı katılımcı oranı %55'tir.

Bu belge ilgili üniversitenin akademik teşvik komisyonuna takdim edilmesi üzerine verilmiş.

İlgili bilgilerin detayları kongre bildiri kitabının künye kısmında yer almaktadır.

Kongremize ilginiz için teşekkür ederiz.
Saygılarımızla,

Prof. Dr. Yueqi ZHANG
Organization Committee Member

Bu belge 28-30 Kasım 2025 tarihleri arasında Romanya, Bükreş'te verilmiştir.

İLETİŞİM
E-mail: artemiscongress@gmail.com
Phone: +90(543) 671 0123
https://www.artemiscongress.com/

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

MODERNİTE SONRASI MODA VE DİN[141]

Şeyda GİRDAP

ORCID: 0009-0009-7431-5164
Master's Student, Department of Philosophy and Religious Studies,
Institute of Social Sciences,
Eskişehir Osmangazi University, Eskişehir, TÜRKİYE

Yılmaz ARI

ORCID: 0000-0003-4529-7162
Assoc. Prof., Eskişehir Osmangazi University,
Faculty of Theology,
Department of Sociology of Religion
Eskişehir, TÜRKİYE

ÖZET

Toplumsal, ekonomik, siyasi, kültürel vb. alanlarda toplumsal yaşamın yeniden inşacısı olarak değerlendirilen modern dönem; moda ve din ekseninde de yeni anlayışların görünür hale geldiği ve bu anlayışlar doğrultusunda da bireylerin yaşamının yeniden şekillenmeye başladığı bir dönemdir. Modernleşmenin sağladığı yeni hayat koşullarıyla beraber bireyler, sürdürdükleri yaşam biçimleri, davranış ve inançları demode olarak değerlendirerek çağın getirilerine adapte olmaya çalışmışlardır. Bu bağlamda yeni dönemin getirdiklerine uyum sağlama çabası, moda ve modaya uygun eğilimleri beraberinde getirmiştir. Çalışma, modern sonrası dönemde moda ve din anlayışını, moda ve din etkileşimini ve modanın etki alanlarını konu edinmektedir. Çalışmanın ana problemini "Modern sonrası dünyada moda ve din etkileşimi nedir? Toplumsal hayatta moda yansımaları nelerdir?" soruları oluşturmaktadır. Modanın çok boyutlu evrenini ve dinin bu evrendeki destekleyici, çatışmacı ve engelleyici tutumunu ortaya koymak çalışmanın temel amaçlarındadır. Modanın tek bir alana indirgenemeyecek kadar geniş bir perspektife sahip olduğu gerçeği, aynı zamanda dinin moda üzerinde etkileyici konumda olduğunu ortaya koyması bu çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden alanyazın tekniği kullanılarak mevcut literatürün incelenmesi ile gerçekleştirilmiş, moda ve dine yönelik yayınlanan tez, makale, bildiri, kitap vb. akademik çalışmalardan istifade edilmiştir. Modernite ile beraber toplumsal yaşam biçimlerinde belirgin değişimlerin meydana geldiği; bireylerin çeşitli amaç ve istekler doğrultusunda "moda" olarak adlandırılan çağın yeni getirilerine uyum sağladıkları; modanın giyimden sanata, günlük iletişim biçimlerinden dini yaşam ve pratiklere varıncaya kadar geniş alanda seyrettiği gerçeği çalışmanın önemli sonuçları arasında yer almaktadır.

Anahtar Kavramlar: Din Sosyolojisi, Modernite, Postmodernite, Moda, Din, Değişim.

[141] Bu çalışma, ESOGÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Bölümünde Doç. Dr. Yılmaz ARI danışmanlığında Şeyda GİRDAP tarafından yürütülen *"Modern Sonrası Dünyada Moda ve Din: Alan, Değişim ve Süreklilik"* başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

FASHION AND RELIGION AFTER MODERNITY[142]

ABSTRACT

The modern era -regarded as a reconstructive force in social, economic, political, cultural, and related spheres- also represents a period in which new paradigms regarding fashion and religion have become visible, reshaping individuals' lives in accordance with these emerging understandings. With the new living conditions brought about by modernization, individuals have tended to perceive their existing lifestyles, behaviors, and beliefs as outdated and have sought to adapt to the demands of the age. In this context, efforts to align with the requirements of the new era have introduced fashion and fashion-oriented tendencies. This study examines conceptions of fashion and religion in the postmodern period, the interaction between these two domains, and the spheres influenced by fashion. The central research questions are: "What is the nature of the interaction between fashion and religion in the postmodern world? What are the reflections of fashion in social life?" A key aim of the study is to reveal the multidimensional universe of fashion and the supportive, conflictual, or restrictive roles that religion may assume within this universe. Recognizing that fashion cannot be confined to a single domain and acknowledging the influential position of religion within fashion constitute the study's primary contributions. The research was conducted through a qualitative literature review, drawing upon theses, articles, conference papers, books, and other scholarly works related to fashion and religion. The study concludes that distinct transformations have occurred in social lifestyles with the advent of modernity; that individuals have adapted to the new conditions of the era -referred to as "fashion"- in line with various aims and desires; and that fashion operates across a wide spectrum, ranging from clothing and art to everyday communication practices and religious life and rituals.

Keywords: Sociology of Religion, Modernity, Postmodernity, Fashion, Religion, Change.

GİRİŞ

Modernite, Avrupa'da ortaya çıkan ve zamanla küreselleşerek bütün toplumları etkisi altına almasıyla köklü değişimlerin yaşandığı; yeni kurum ve davranış biçimlerini ortaya çıkaran, Giddens'ın benzetmesiyle "Sanayileşmiş Dünya"ya (Giddens, 2019: 29) karşılık gelen bir dönemi ifade eder. Bu dönem birey ve toplum yaşamının sürdürdüğü düzeni tamamen farklı bir yöne doğru çevirerek geleneksel toplum yaşamına ait kültür, değer, din, inanç ve davranışlardan toplumsal yapıya dair pek çok köklü değişimi beraberinde getirmiştir. Toplumsal alanda meydana gelen bu köklü değişimlerle bireyler, geleneksel olanı terk ederek modern çağın getirdiği yeniliklere yönelim göstermiştir (Barbarosoğlu, 2023).

Modernite sonrası dönemde toplumsal yapı ve kültürel normlarda köklü değişimler gözlemlenmiş, postmodern yaklaşımın çoğulculuğu ve farklılıklara açıklığı moda alanına da yansımıştır. Moda artık tek bir kombinasyon ya da standarda bağlı kalmayarak, bireyler için bir kimlik ve statü göstergesi hâline gelmiş (Parlak, 2022) aynı zamanda toplumsal değerler ve dini normlarla etkileşim içerisinde bulunmuştur (Özbolat, 2017). Din, bireylerin davranış ve yaşam biçimlerini belirleyen bir toplumsal düzenleyici olarak modayı

[142] This study is derived from the master's thesis titled *"Fashion and Religion in the Post-modern World: Field, Change, and Continuity,"* conducted by Şeyda Girdap under the supervision of Assoc. Prof. Yılmaz Arı in the Department of Philosophy and Religious Studies at the Graduate School of Social Sciences, Eskisehir Osmangazi University.

destekleyici, çatışmacı veya sınırlandırıcı bir rol üstlenirken (Aytepe, 2024), moda da dini normların biçimlendirdiği çerçevede yeni estetik ve pratikler üretmiştir.

Bu çalışma, modernite eksenli moda ve din anlayışını, moda ve dinin karşılıklı etkileşimini ve moda alanlarını konu edinmekte, modern sonrası dönemde moda ve din anlayışını, bu iki alan arasındaki etkileşimi ve modanın toplumsal hayatta yarattığı çok boyutlu yansımaları incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel soruları, "Modern sonrası dünyada moda ve din etkileşimi nedir?" ve "Toplumsal hayatta moda yansımaları nelerdir?" olarak belirlenmiştir. Mevcut literatür incelendiğinde moda ve din etkileşimi hakkında yapılan çalışmalar bulunmakla birlikte bu çalışmaların genel olarak giyim alanıyla sınırlandırıldığı görülmektedir. Modanın gündelik iletişim biçimlerinden, davranış ve hitap şekillerine yeme içme alışkanlıklarından, dini yaşam ve pratiklere kadar pek çok alanda geniş bir perspektife sahip olduğu ve dinin moda üzerinde hem destekleyici hem sınırlayıcı bir etkiye sahip olduğu gerçeği, çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden alanyazın taraması tekniği kullanılarak mevcut literatür incelenmiş; tez, makale, bildiri, kitap vb. akademik kaynaklardan faydalanılmıştır.

1. MODERNİTE SONRASI MODA OLGUSU

Moda kelimesi, Latince "modus" kelimesinden türemiş olup sınırlanamayan anlamına gelmektedir. İngilizcede ise "fashion" ile ifade edilmekte; davranış, tarz, mod, yöntem, üst tabakanın yaşam tarzı gibi anlamlara gelmektedir (Aksu, Pektaş & Eseoğlu, 2011: 327). Türkçe anlamı ise Türk Dil Kurumu tarafından "değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik", belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük", geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan" (Türk Dil Kurumu, t.y.) şeklinde belirtilmektedir.

Moda üzerine çalışmaları ile bilinen modern sosyolojinin kurucularından Georg Simmel, modayı "Sosyal eşitleşme eğilimi ile bireysel farklılaşma ve değişim arzusunu birleştirmeye yarayan birçok yaşam biçiminden yalnızca biridir." (Simmel, 1957: 543) şeklinde tanımlamaktadır. Modanın çeşitli dillerde verilen kelime anlamları ve G. Simmel'in yapmış olduğu tanım birlikte incelendiğinde moda; belirli bir alana has kılınamayan, bireylerin değişiklik ihtiyacı, üst tabakanın yaşamına benzer statü sağlama, bir tarz ve davranışa uyma vb. şekillerde belirli zaman aralığı ile sınırlandırılamayacak sürekliliğe sahip değişken yenilikler olarak ifade edilebilir.

Moda tanımları incelendiğinde "Bir moda, herhangi bir zamanda görülebilir olan ve zamanla bir sosyal sistem ya da bireylerin bir araya geldiği gruplarda değişen, özel, maddi ya da maddi olmayan bir fenomende, kültürel olarak desteklenmiş bir anlatım biçimidir." (King & Ring, 1980: 13) tanımlamasından da modanın çeşitli alanlarda görülebilecek özelliğe sahip olduğuna ulaşılabilir. Bu doğrultuda moda, giyim alanını ifade etmede yaygın bir şekilde kullanılsa da Latince karşılığına yapılacak bir vurgu ile giyimin yanı sıra sanat, kültür, ekonomi, davranış biçimleri, tüketim pratikleri vb. toplumsal hayatta sınırlanamayacak kadar geniş alanlarda yayılım gösteren sosyal bir gerçeklik olduğu söylenebilir.

Modanın başlangıcına dair görüşler incelendiğinde; özellikle endüstri toplumlarına ait olduğu; tarım öncesi ve tarım toplumlarının daha ziyade örf ve âdetlerle ilişkilendirilebileceği ortaya çıkmaktadır (Barbarosoğlu, 2012). Modernleşme sürecinin belirgin özelliklerinden olan endüstriyel gelişmeler aracılığıyla üretim, hızlı

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

ve ekonomik bir hâl alırken aynı zamanda üretilen metalara kolay ulaşım sağlanabilmesi tüketim toplumunun oluşmasına da yol açmıştır (Şan & Hira, 2004). Böylece başlangıçta ihtiyaçların giderilmesi için üretilen metalar, zamanla üretimin sürekliliğinin ve ekonomik kalkınmanın sağlanması amacıyla üretilir hâle gelmiştir. Bu noktada moda, tüketimin devamlılığı için gerekli olan geçici bir yenilik; bireylerin ise kendilerini ifade biçimi olarak toplumda yer edinmiştir.

Sanayi Devrimi ve endüstriyel üretim modernleşmenin en önemli bileşenleri arasında yer almaktadır. Makineleşmenin ortaya çıkması ve iş bölümüne dayanan üretimin faaliyete geçmesi ile toplumda yeni sınıfsal yapılanmalar meydana gelmiş, proleteryaya ve burjuvaziye dayanan toplumsal tabakalar oluşmuştur (Marx & Engels, 1848). Bu durum ise sınıf mücadelelerini ortaya çıkarmış, alt sınıf üst sınıfa benzemek için, üst sınıf ise kendisini alt sınıftan ayırmak için modanın gölgesine sığınmıştır. Modernleşmenin başlaması ile oluşan yeni toplumsal düzende moda, oluşan ekonomik düzenin devamlılığını sağlarken aynı zamanda bireylerin sınıf mücadelelerinde kendilerini var etme aracı olarak işlev görmüştür.

Postmodern döneme gelindiğinde ise modernitenin sunduğu katı kurallara karşılık, Lyotard'ın ifadesiyle "üst anlatılara karşı kuşkuculuk" (Lyotard, 1979) hâkimdir. Aynı zamanda literatürde "anything goes" şeklinde yer alan bu anlayış, modern dönemin sunduğu tek ve değişmez olan standart kalıpları bir tarafa bırakarak çeşitliliğin temsilcisi olarak postmodern dönemin çoğulculuğuna vurgu yapar (Yıldız, 2015). Postmodern dönemin çoğulcu ve farklılıklara açık olan yapısı moda alanında da kendisini göstermiştir. Moda tek bir kombinasyona dayalı olmaktan çıkarak, çeşitlilik arz etmeye başlamış; bireyler modayı statü kazanmanın yanı sıra bir kimlik göstergesi olarak kullanmaya başlamıştır.

2. MODA VE DİN: ETKİLEŞİM VE DÖNÜŞÜMLER

Din, kendine inanan bireyler ve toplumların düşünce ve yaşam tarzlarına bağlı olarak her ne kadar farklı şekillerde tanımlanabilse de (Küçük, 2018) genel olarak kutsal fikrine dayanan, inananlarını topluluk içerisinde inanç, pratik ve semboller etrafında birleştiren kurallar bütünüdür (Abuzar, 2011). Bu doğrultuda din, bir yönüyle manevi bir sistem özelliğine sahipken, bir taraftan da toplum içerisinde süregelen bazı davranışları kabul eden, bazılarını dönüştüren bazılarını da reddeden bir toplumsal kontrol mekanizması olarak işlev görmektedir (Arı, 2021).

Din, toplumsal arenada modernleşme ile birlikte değişim süreçlerinde önemli rol oynayan moda ile de yakından ilişkilidir. Bu dönemde her iki alan tek başlarına toplumda varlık gösterebilirken aynı zamanda birbirleri ile etkileşim kurarak toplumsal ve bireysel düşünce ve davranışlar üzerinde etkilerde bulunmuştur (Baltacı, 2019). Kimi zaman birbirlerini destekleyen, kimi zaman dönüştürmeye çalışan, kimi zaman da reddeden tutum sergilemişlerdir. Toplumsal hayatta yeni üretim biçimleri, tüketim ürünleri, insan davranışları, dijital platformlar, dini ve ahlaki değerler vb. modadan etkilenirken, aynı zamanda modanın ilgilendiği alanlar üzerinde dini inançlar tarafından da bir kontrol mekanizması bulunmaktadır.

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

2.1. Modanın Din Üzerindeki Etkisi

Tüketim modanın en önemli argümanlarından biridir. Moda, toplumun değer yargıları, istek ve inançları doğrultusunda hareket ettiği zaman tüketime yön verebilir (Gönül,2012) çünkü modanın kabul görebilmesi için toplumun beklentilerine cevap verebilmesi gerekir (Dikme & Sucu, 2020). Din, toplumsal alanda inananları için belirli sınırlara dayanan yaşam algısı sunarken, moda ise dinin sunduğu kurallara yönelik bir estetik ya da gereklilik algısı sunarak kendisini dinin ve toplumun değerlerine uygun hale getirmektedir. Örneğin din israf etmeyi ve lüks tüketimi yasaklarken moda dine ait bu değeri, minimalist ve sade yaşam tarzını ön plana çıkararak dini destekleyici bir düşünsel üretim sağlayabilir, aşırı lüks ve gösterişli ürünleri piyasaya sunarak din ile çatışabilir, dini değer ve sembolleri ürettiği metaya konu ederek dini pratik ve algıları kendi ekseninde dönüştürebilir.

2.2. Dinin Moda Üzerindeki Etkisi

Dinler, yapıları gereği belirli kuralları olan, inananlarına bu kurallara uymaya emreden inanç sistemleridir. Davranış biçimlerinden giyim kuşamına, yeme içme alışkanlıklarından tüketim ve ekonomik tercihlerine kadar bunlara benzer pek çok alanda bireylerin yaşamına sınır çizmektedir. Genel olarak dinler; helal-haram, uygunluk-uygunsuzluk, yasaklılık ya da serbestlik gibi çeşitli formlarla bu sınırları belirlemektedir (Küçük, 2018). Moda ve moda akımlarını da bu formlardan hareketle etkisi altına almaktadır.

Dinler, müntesiplerinin giyim alışkanlıkları için belirli formlar çizmektedir. Örneğin İslam dininde kadınlar için belirlenen tesettür giyim ve erkekler için kıyafetin vücudu örtmedeki uzunluk kriterleri, Yahudilikte erkekler için kipa, tzitszit, tallit (Çevik, 2018) gibi ritüel kıyafetlerinin kullanımı kadınlarda mütevazı giyim, Hristiyanlıkta ibadet esnasında kadınlar tarafından takılan başörtüleri dinin giyim alanına yönelik düzenlemelerinin bir ifadesi iken moda ise dinin bu formlarına uygun ürünlerin üretimini sağlamaktadır. Böylece modanın dinin sınırları içerisinde yaptığı üretim, dinler tarafından desteklenmiş olmaktadır. Ancak dinler bu noktada moda üzerinde sınırlandırıcı etkiye de sahiptir. Moda, belirlenen bu giyim şekline, estetik değerler kazandırarak üretimini sağlayabilir ancak modanın bu üretimi dinin belirlediği mütevazılık, uygunluk gibi kriterler aykırı düşmüyorsa din bu üretimi destekleyerek modanın devamlılığını sağlar. Modanın dinin hoş görmediği darlık ve uzunlukta; mütevazılık ilkelerine ters düşecek şekilde ihtişamlı kıyafetleri üretmesi ise çoğunlukla din ile çatışmasına neden olmaktadır.

3. MODERNİTE SONRASI KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞİMLER

3.1. Modern Dönemde Kültürel ve Toplumsal Değişimler

Modernleşme sürecinden önce toplum; tarım hâkimiyetine dayalı ve üretimin sınırlı olduğu, geleneksel otoritelerin söz sahipliğine dayanan, dini ve kültürel normların yönlendirici etkisiyle şekillenen bir yapıya sahipti. 17. yy ile birlikte Avrupa'da görülmeye başlanan Aydınlanma Düşüncesi, Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi gibi önemli süreçler, küresel çapta meydana gelecek toplumsal, siyasal ve ekonomik değişimlerin temelini oluşturmuştur (Arslan, 2011). Modernleşme sürecinin başlamasında rol oynayan bu önemli bileşenler, dünya çapında büyük ve köklü değişimleri beraberinde getirmiş, yeni bir toplumsal düzene geçişin önemli aşamaları olmuştur. Modern dönem, geleneksel döneme ait olan toplum yapısında çözülmeler meydana getirmiş, rasyonel akıl ve bilimsel düşünceyi esas alan, sekülerlik ve bireysellik vurgusunun ön

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

planda olduğu, sanayide makineleşmeyle beraber endüstriyel üretimin görüldüğü yeni bir toplum düzeni oluşturmuştur.

Bu dönemde Weber tarafından "dünyanın büyüsünün bozulması" (Weber, 2004: 30) şeklinde ifade edilen sekülerleşme fikri yaygınlık kazanmış, toplumsal yapıda etkisi azalan din, bireysel alana indirgenmiştir. Böylece dinin yerini rasyonel düşünce ve bilim alırken toplumsal düzen, ulus-devlet anlayışının (Hobsbawm, 1990) doğması ile pozitif hukuk kuralları aracılığıyla sağlanmaya başlanmıştır. Bireyin hakları pozitif hukuk tarafından güvence altına alınması ile bireysel özgürlükler korunarak toplumsal eşitliğin güçlendirilmesi söz konusu olurken geleneksel otoritelere bağımlılık azalmış (Weber, 2004), birey toplumsal ve ekonomik alanda daha bağımsız hareket etme kabiliyetine sahip olmuştur.

Modernleşme süreci ile toplumsal, siyasal ve ekonomik alanda köklü değişimlerin yaşanmasında bilimsel gelişmeler, teknolojik yenilikler ve endüstriyelleşme alanlarında meydana gelen ilerlemeler önemli rol oynamıştır. Yeni üretim, makine ve yöntemlerinin ortaya çıkarak yeni fabrikalar kurulmasıyla bir iş alanına dönüşen kentler, köylerden göç almaya başlamıştır (Çelik, 2012) . Bireyleri toprak sahibi olan ya da olmayan şeklinde sınıflandıran geleneksel toplumsal sınıf yapısı yerini ekonomik ve siyasal gücü elinde tutan burjuvazi ve işçi sınıfına (Bingöl, 2022) bırakmıştır.

3.2. Postmodern Dönemde Kültürel ve Toplumsal Değişimler

Postmodern döneme dair yapılan tanımlamalar incelendiğinde üzerine konsensüs sağlanan genel bir tanımın olmadığı görülmektedir. Kelime anlamı olarak "modernite sonrası" anlamına gelen (Şan, 2022) postmodern döneme dair yapılan tanımlamalardan: modern dönemin tek bir hakikat olduğunu işaret eden üst anlatılarına (Lyotard, 1979) karşı şüphelerin duyulmaya başlanması, modernliğin vadettiklerini tamamlayamamış projesine karşı yöneltilen hatalı bir tepki (Habermas, 1990), gerçekliklerin yerini hipergerçekliklere bırakan bir simülasyon çağı (Baudrillard, 1994) olarak ifade edildiği görülmektedir. Düşünürler tarafından vurgulananlardan hareketle postmodern çağda modernitenin rasyonel düşünce aracılığıyla mutlak hakikatin kabulüne dayalı söylemini reddettiği ve çoğulcu düşüncenin hâkim olduğu, bununla beraber gerçekliğin artık temsiller aracılığıyla ifade edildiği söylenilebilir. Modernitenin dinin kamusal alandan çekilerek özel alana indirgenmesi yönündeki sekülerleşme fikrinin gerçerliliğini kaybederek kamusal alanda dinin yeni formlarla beraber görünürlüğünün artması da postmodernite döneminin diğer özellikleri arasında sayılabilir.

Modern dönem rasyonel düşünce, bilim ve teknolojideki ilerlemeler, sanayideki gelişmeler ve toplumsal sınıfların göstergesi olan bir dönemdi. Ancak yeniliklerin uzun vadede getirmiş olduğu sonuçlar aracılığıyla modernleşmenin getirdiği mutlak hakikat anlayışının sınırları içerisinde kalmanın oluşan yeni toplum düzeni içerisinde zorlaştığını ifade etmek mümkündür (Lyotard, 1979). Mevcuttaki mutlak hakikate karşı zorlanma durumu, ekonomik ve teknolojik değişimler neticesinde kaydedilen ilerlemeler ve doğurduğu sonuçlar, kültürel hayattaki değişimler ile oluşan bilgi ve kültür farklılıklarının postmodern dönem anlayışının oluşmasına zemin hazırladığını söylemek mümkündür.

Postmodern dönem, kültürel farklılıklar ve çeşitliliği bünyesine alan bir dönemdir. Postmodern döneme gelindiğinde kültürel ve toplumsal yapıdaki değişim, modern dönem çerçevesinde ele alındığında daha anlaşılabilir bir şekilde ifade edilebilir. Modern dönemde toplumsal sınıf yapısı burjuva ve işçi sınıfı etrafında

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

şekillenirken ekonomik eşitsizlikler ve emek sömürüsüne dayanan sınıflar arası mücadele (Marx, 1968) gibi sorunlar baş göstermekteydi. Postmodern döneme gelindiğinde ise toplumsal yapı iki katmanlı klasik sınıf ayrımı yerine çok katmanlı bir yapıya sahip olmuştur. Toplumsal arenada statü kazanımı için üst sınıfa benzemeye çalışma eğiliminde olan bireyler, artık statü kazanımını tüketim, kültürel sermaye, dijital sermaye ve özgün yaşam tarzı üzerinden sağlamaya çalışmaktadır.

4. MODA ALANLARININ YENİDEN YAPILANMASI VE ÇEŞİTLENMESİ

Modern dönem ve post-modern dönemde meydana gelen toplumsal değişimler ve aynı zamanda yaşamakta olduğumuz her geçen gün ile birlikte moda alanlarının genişlemesi paralellik göstermektedir. Moda tarihsel açıdan ilk olarak Orta Çağ Avrupası'nda giyim alanında görülmüştür (Braudel, 1981; Simmel 1957). Saray kıyafetlerinin değişmesiyle başlayan moda, zamanla saç modelleri, sakal biçimleri, şapka kullanımı, aksesuar ve takı üzerinde etkisini göstermiştir. Sanayi devrimi ile beraber modanın yayılımı hız göstererek geniş kitlelere ulaşımı sağlanmış ve moda zamanla gündelik yaşam içindeki ev- dekorasyon ürünleri, mobilya ve iç mekân tasarımı, mimari ve kent estetiğine kadar çeşitli alanlar üzerinde hızla etkili olmuştur (Laver, 2002).

Moda giyim alanından başlayarak zaman içerisinde toplumsal hayatın her alanında etkisini görünür bir şekilde hissettirmektedir. Modernleşme süreçleriyle beraber üretimin çoğalması ve hızlanması, moda alanındaki otoritelerin ve tüketim pratiklerine dair yaşanan değişikler modanın yeniden yapılanmasında önemli rol oynamaktadır. Özellikle günümüzün dijitalleşen çağında internet, sosyal medya, televizyon vb. kitle iletişim araçlarının etkisiyle bir tüketim nesnesinin ya da davranış biçiminin moda haline gelmesi çok kısa bir zaman içerisinde gerçekleşmektedir (Özmen, 2018). Giyim kuşamın yanı sıra gündelik iletişim dilinde bireylerin kullandıkları dil ve üslup, davranış ve hitap biçimleri, yeme içme alışkanlıkları, gündelik hayatta kullanılan araç gereçler, bireylerin hobi ve boş zaman aktiviteleri bile moda ile şekillenmektedir. Bu noktada moda toplumsal hayatın çeşitli aşamalarında karşımıza çıkmasıyla bireyin hayatını çok yönlü olarak kuşatmaktadır.

Bireyler modanın üretimlerine istekli, isteksiz ya da farkında olmadan maruz kalmaktadır. Kitle iletişim araçları ve sosyal medya bu noktada bireylerin modaya sınırsız bir şekilde ulaşmalarına olanak tanımaktadır. Tüketim tercihlerini toplum tarafından kabulü sağlanan moda olana yönlendiren bireyler, modanın devamlılığı ve çeşitlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu noktada moda kendi kurguladığı ihtiyaç senaryoları ile tüketicinin dikkatini üzerine çekerek toplumsal alanda kendi yerini korumaya çalışırken farklı formlara bürünerek tüketicinin karşısına çıkmaktadır.

5. POSTMODERN DÖNEMDE DİN: YENİDEN GÖRÜNÜRLÜK, YENİ FORMLAR VE TÜKETİMLE BÜTÜNLEŞME

Postmodern dönemde din, modernitenin öngördüğü biçimde toplumsal hayattan tamamen çekilen bir olgu olmamış; aksine kamusal alanda yeni temsil biçimleri ve yeni dindarlık modelleriyle yeniden görünür hâle gelmiştir (Özbolat, 2017). Modernitenin rasyonalite ve sekülerleşme üzerinden inşa ettiği "dinin özel alana çekilmesi" savının (Köroğlu, 2022) aksine postmodern dönemde dinin hem bireysel hem de toplumsal

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

düzeyde dönüştüğü, çeşitlendiği ve çoğu zaman kültür, medya ve tüketim pratikleriyle iç içe geçtiği görülmektedir (Perşembe, 2003).

Postmodernite ile birlikte dinin kamusal görünürlüğünün artmasının birden fazla nedeni bulunmaktadır:

- Çoğulculuk ve kimlik politikalarının yükselmesi, dini kimliklerin yeniden tanımlanmasına zemin hazırlamıştır (Duman, 2007).
- Küreselleşme, dini sembollerin ve pratiklerin farklı kültürlerde dolaşıma girmesini hızlandırmıştır (Çapcıoğlu, 2008).
- Medya ve dijital platformlar, dini ritüel, sembol ve söylemlerin geniş kitlelere görünür olmasını sağlamış; dini temsil biçimleri estetik bir çerçeve kazanmıştır (Gökbayrak, 2021).
- Tüketim kültürü, dini sembolleri, yaşam tarzlarını ve dindarlık biçimlerini çoğu zaman "pazarlanabilir" hâle getirmiştir (Aygül & Öztürk, 2016).

Bu çerçevede postmodern dönemde dinin yeni görünüm biçimleri şu şekilde değerlendirilebilir:

1. Dinin bireyselleşmesi ve kişisel inanç formlarının çoğalması: Postmodern birey, geleneksel dini otoritelerden ziyade kendi deneyimi, duygulanımı ve tercihleri doğrultusunda bir "kişisel dindarlık" anlayışı geliştirme eğilimindedir (Çuhadar, 2021; Özbolat, 2017). Bu durum, dini pratiklerin kişiselleşmesine ve daha esnek yorumlara kapı aralamıştır.

2. Dinin kültürel ve sembolik formlarla görünür hâle gelmesi: Başörtüsü, takılar, semboller, dini temalı ürünler gibi öğelerin moda alanında artan görünürlüğü, dinin kamusal alandaki yeni temsil biçimlerine işaret etmektedir (Sungur, 2014). Bu temsil biçimleri hem estetik bir anlam taşımakta hem de bireysel ve toplumsal kimlik göstergelerine dönüşmektedir.

3. Tüketim kültürü ile dinin kesişmesi: Postmodern dönemin "tüketim üzerinden kimlik inşası" eğilimi, dindarlığın da tüketim kalıplarıyla ifade edildiği bir alan doğurmuştur. Din, bazı bağlamlarda ticarileşmekte; dini ürünler, semboller, giyim biçimleri ve yaşam tarzları piyasa aktörleri tarafından yeniden üretilmektedir (Özbolat, 2017).

4. Dinin popüler kültürde ve dijital alanda görünürlüğü: Dijital çağ, dini söylem ve görüntülerin hızlı dolaşımına izin vererek "popüler dindarlık" olgusunu güçlendirmiştir (Demir, 2016). Influencer dindarlığı, dini estetik akımlar, dini içerikli tüketim trendleri buna örnek gösterilebilir.

Görüldüğü üzere din, postmodern dönemde bir yandan modernitenin rasyonelleştirici baskısından kurtulmuş, diğer yandan kültür, moda ve tüketim alanlarının sunduğu yeni temsil biçimlerine eklemlenmiştir. Böylece din, hem bireysel kimliğin kurucu unsuru hem de kültürel-medyatik üretimin bir parçası hâline gelmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Modernite sonrası dönemde toplumsal, kültürel ve ekonomik alanlarda yaşanan dönüşümler, moda ve din ilişkisini çok boyutlu bir inceleme alanı hâline getirmiştir. Bu çalışma modern ve postmodern süreçlerin toplumsal yapıda meydana getirdiği değişimleri temel alarak, modanın yalnızca giyim alanıyla sınırlı

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

olmayan geniş bir etki alanına sahip olduğunu; buna paralel olarak dinin de toplumdaki düzenleyici ve anlam kurucu rolü sebebiyle moda ile süreklilik arz eden bir etkileşim içerisinde bulunduğunu ortaya koymuştur.

Modern dönemde üretimin sanayileşmesi, sınıf yapıların dönüşmesi ve tüketim pratiklerinin çeşitlenmesi modanın hızla geniş kitlelere yayılmasını sağlamıştır. Bu süreçte moda, bireylerin sosyal statü arayışında bir ifade biçimi hâline gelirken aynı zamanda toplumsal hayatın hemen her alanında etkisini göstermeye başlamıştır. Modernite ile birlikte sekülerleşme düşüncesi dinin kamusal alan üzerindeki görünürlüğünü azaltmış gibi görünse de postmodern dönemde çoğulculuğun ve kültürel çeşitliliğin artmasıyla din yeniden kamusal alanda görünür bir konum kazanmıştır.

Postmodern dönemde din, medya, tüketim kültürü ve dijitalleşme aracılığıyla yeni temsil biçimleri geliştirmiş; bireyselleşen dindarlık pratikleri ile birlikte moda ile ilişkisi hem estetik hem sembolik düzeyde yeniden tanımlanmıştır. Dini sembollerin ve yaşam tarzlarının moda alanında birer ifade aracına dönüşmesi, modanın yalnızca dünyevi bir alan olmadığını; dini değerlerle kimi zaman destekleyici, kimi zaman sınırlayıcı, kimi zaman ise dönüştürücü ilişkiler kurabildiğini göstermektedir.

Bu bağlamda çalışmanın temel bulguları şu şekilde özetlenebilir:

Moda, toplumsal yaşamın geniş bir alanında etki sahibi olan, bireylerin kimlik inşasında önemli bir rol oynayan dinamik bir olgudur.

Din, toplumsal davranışları düzenleme gücü sebebiyle modayı kimi zaman teşvik eden, kimi zaman sınırlandıran bir normlar bütünü olarak işlev görmektedir.

Postmodern dönemde din, küreselleşme, dijital medya ve tüketim pratikleriyle bütünleşerek yeni temsil biçimleri edinmiş; bireysel, kültürel ve estetik bir görünürlüğe ulaşmıştır.

Moda ve din ilişkisinin yalnızca giyim üzerinden değil; iletişim, tüketim, davranış kalıpları, sembolik temsiller ve dijital kültür üzerinden de analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki önerilerin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir:

Öneriler

✓ Modanın dinî pratikler üzerindeki etkisini anlamaya yönelik saha araştırmaları artırılmalıdır. Özellikle muhafazakâr moda, gençlik dindarlığı ve sosyal medya etkisi gibi alanlarda nitel çalışmalar literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

✓ Dinin moda üzerindeki düzenleyici rolünü inceleyen disiplinlerarası çalışmalar teşvik edilmelidir. Din sosyolojisi, kültürel çalışmalar, tüketici davranışları ve moda sosyolojisini bir araya getiren çalışmalar daha kapsamlı sonuçlar üretecektir.

✓ Dijital platformlarda dini sembollerin ticarileşmesine yönelik etik tartışmalar geliştirilmelidir. Dini içeriklerin moda ve tüketim nesnesine dönüşmesi, hem toplumsal hem teolojik açıdan yeni tartışmaları gerekli kılmaktadır.

DOI: https://doi.org/10.30546/19023.978-9952-610-01-7.2025.5092.
E-ISBN: 978-9952-610-01-7

✓ Genç bireylerin moda ve din arasındaki dengeyi nasıl kurduklarına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu alan, hem kimlik inşası hem aidiyet duygusu açısından önemli ipuçları barındırmaktadır.

✓ Moda sektörünün dini hassasiyetleri gözeten üretim politikaları üzerine çalışmalar desteklenmelidir. Sürdürülebilirlik, etik üretim ve kültürel duyarlılık kavramları bu bağlamda önem kazanmaktadır.

Netice itibariyle moda ve din, modernite sonrası dünyada birbirinden bağımsız düşünülemeyecek iki toplumsal olgu hâline gelmiştir. Hem karşılıklı etkileşimleri hem de zaman zaman çatışmaya varan ilişkileri, bu iki alanın toplumsal yaşamı ve bireysel kimlikleri şekillendirmede oynadığı rolü açıkça ortaya koymaktadır. Bu çalışma, moda–din etkileşimini geniş bir perspektiften ele alarak literatürdeki sınırlı alanı genişletmeyi hedeflemekte; gelecekte yapılacak araştırmalar için teorik bir altyapı sağlamaktadır.

Kaynakça

Abuzar, C. (2011). Dinin toplumsal yaşam üzerindeki etkisi. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 26*(26), 143–153.

Aksu, M., Pektaş, G., & Eseoğlu, M. (2011). Fashion phenomenon in postmodern marketing applications and effects on the marketing components. *Procedia Social and Behavioral Sciences, 24*, 325–339.

Aslan, G. (2011). Ortaçağdan günümüze "Modernite": Doğuşu ve doğası. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7), 10-26.

Arı, Y. (2021). Toplumsal değişim ve din. *Asya Studies, 5*(16), 131–142.

Aygül, H. H., & Öztürk, Ö. (2016). Dini çoğulculuk ve kamusal alanda dindar tüketim kültürü. *Moment Dergi*, *3*(1), 190-206.

Aytepe, O. (2024). Türkiye'de İslami kadın moda algısına eleştirel bir katkı. *İçtimaiyat*, 8(2), 729-744.

Baltacı, A. (2019). Muhafazakar tüketim: Türkiye'de muhafazakarlığın tüketim eksenli dönüşüm dinamikleri. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (42), 111-135.

Barbarosoğlu, F. (2023). *Modernleşme sürecinde moda ve zihniyet*. Profil Kitap.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.

Bingöl, İ. (2022). Toplumsal teoride çatışmanın klasik kökleri üzerine bir değerlendirme: Karl Marx, Max Weber, Georg Simmel. *Akademik MATUBAT, 6*(1), 111–136.

Braudel, F. (1981). *Civilization and capitalism: The structures of everyday life* (Vol. 1). Harper & Row.

Çelik, C. (2012). Göç, kentleşme ve din. İçinde N. Akyüz & İ. Çapçıoğlu (Ed.), *Din sosyolojisi el kitabı* (ss. 297–306). Grafiker Yayınları.

Çapcıoğlu, İ. (2008). Küreselleşme, kültür ve din. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *49*(2), 153-183.

Çevik, M. (2018). Kudüs ve Etnik Giysiler. *Turkish Studies*, *13*(16), 79.

Çuhadar, M. (2021). Postmodernizm, dijitalleşme ve hibrit dindarlık. *Tevilat*, *2*(1), 67-88.

Demir, T. (2016). Postmodern perspektiften popüler kültür ve dindarlığın yeni formları. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *7*(15), 117-133.

Dikme, H., & Sucu, İ. (2020). Giyim modası olgusu ve moda programlarında yaşam tarzı sunumları. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, 6*(3), 11–17.

Duman, M. Z. (2007). Modernden post-moderne geçişte kimlik tartışmaları ve çokkültürlülük. *Uluslararası İlişkiler/International Relations*, 3-24.

Gökbayrak, H. (2021). *Dijital dinin kuramsallaştırılması: Paradigmalar, terimler, sorular, konular ve yöntemler* (Y. Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Türkiye).

Gönül, Ş. (2012). *Din ve moda / Religion and fashion* [Yüksek lisans tezi, Dicle Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Giddens, A. (2019). *Modernite ve bireysel kimlik* (Ü. Tatlıcan, Çev.). Say Yayınları.

Habermas, J. (1990). *The philosophical discourse of modernity: Twelve lectures* (T. McCarthy, Introduction; F. Lawrence, Trans., New ed.). Polity Press.

Hobsbawm, E. J. (1990). *Nations and nationalism since 1789: Programme, myth, reality*. Cambridge University Press.

Köroğlu, M. A. (2022). *Özerk kamusal alanlar ve din*. Eğitim Yayınevi.

King, C. W., & Ring, L. J. (1980). The dynamics of style and taste adoption and diffusion: Contributions and fashion theory. *Advances in Consumer Research, 7*(1), 13–16.

Küçük, A. (2018). *Dinler tarihi*. Berikan Yayınevi.

Laver, J. (2002). *Costume and fashion: A concise history*. Thames & Hudson.

Lyotard, J.-F. (1979). *The postmodern condition: A report on knowledge* (G. Bennington & B. Massumi, Çev.). University of Minnesota Press.

Marx, K. (1968). Toplumsal sınıflar ve sınıf çatışması (Ö. Ozankaya, Çev.). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 23*(04).

Marx, K., & Engels, F. (1848). *Komünist Parti Manifestosu*.

Özbolat, A. (2017). Postmodern dünyada din: Yaygınlaşan dinsellik, yüzeyselleşen dindarlık. *Journal of Islamic Research*, *28*(3), 265-278.

Özmen, E. (2018). Sosyal medya ve modanın dijitalleşmesi arasındaki ilişkiyi tanımlamaya yönelik bir durum çalışması: Y kuşağı örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 29*, 128–150.

Parlak, S. D. (2022). Giyim modasıyla kimliğin temsili üzerine. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, *4*(2), 103-120.

Perşembe, E. (2003). Modernlik ve postmodernlikte din problemi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *14*(14-15), 159-181.

Sungur, E. (2014). Postmodern Tüketim Kültürü ve Değişen Müslüman Kimliği. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *3*(5), 131-165.

Şan, M. K. (2022). Postmodernite ve postmodernizm. *TÜBİTAK Sosyal Bilimler Ansiklopedisi*. https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/postmodernite_ve_postmodernizm

Şan, M. K., & Hira, İ. (2004). Modernlik ve postmodernlik bağlamında tüketim toplumu kuramları. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(1), 1–19.

Simmel, G. (1957). Fashion. *American Journal of Sociology, 62*(6), 541–558.

Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu. https://sozluk.gov.tr/

Weber, M. (2004). *Science as a vocation* (R. Livingstone, Trans.). Hackett Publishing Company.

Yıldız, H. (2015). Postmodernizm nedir? *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13*.