



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2023, 6(1): 148-159.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1176](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1176)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Türkiye’de Sekülerleşme ve Tüketim Bağlamında Değişen Dindar Yaşam Biçimleri

Dr. Zülal ASANATUCİ, Bağımsız Araştırmacı, e-posta: zulalkir@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8721-9579>

Öz

Türk toplumunda dindar yaşam biçimlerinde meydana gelen değişim, sosyal ve siyasal alanda önemli bir tartışma alanı oluşturmıştır. Seküler ve dindar kesim tarafından farklı şekillerde yorumlanan bu değişimin sebebi olarak karşımıza çıkan en önemli olgulardan biri, tüketimdir. Modern yaşamın gerekliliklerinden biri olan tüketim şüphesiz toplumdaki her bireyin hayatına etki etmekte, içinde yaşadığı topluma entegre olmasını sağlayan bir tahakküm aygıtı olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla bireyler kendilerine dayatılan tüketim kültürünü, toplumla bütünleşmek adına içselleştirmektedir. 1980’li yıllardan itibaren bir tüketim toplumuna dönüşmeye başlayan Türkiye’de de tüketim gerek dindar gerek seküler yaşam tarzına sahip bireyler arasında popülaritesini gitgide artırmaktadır. Bu çalışmada dindar bireylerin 1980’li yıllardan itibaren toplumsal alanda görünürlüğünün artmaya başlamasına paralel olarak tüketim olgusunu içselleştirme biçimleri ile dindarlıklarını yaşama biçimlerinde meydana gelen değişimlerin toplumsal hayata yansımaları, ilgili literatür çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dindarlık, Sekülerleşme, Tüketim.

Makale Gönderme Tarihi: 30.11.2022

Makale Kabul Tarihi: 13.01.2023

Önerilen Atıf:

Asanatuci, Z. (2023). Türkiye’de Sekülerleşme ve Tüketim Bağlamında Değişen Dindar Yaşam Biçimleri, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1): 148-159.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2023, 6(1): 148-159. DOI: [10.26677/TR1010.2023.1176](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1176)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**Changing Religious Lifestyles in the Context of Secularization and Consumption in
Turkey**

Dr. Zülal ASANATUCİ, Independent Researcher, e-mail: zulalkir@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8721-9579>

Abstract

The changing in religious lifestyles in Turkish society has created an important area of discussion in the social and political spheres. One of the most important phenomenon that emerges as the reason for this change, which is interpreted in different ways by the secular and religious individuals in the society, is consumption. Consumption, which is one of the necessities of modern life, undoubtedly affects the life of every individual in the society and functions as a domination apparatus that enables the individual to integrate into the society, where they live in. Therefore, individuals internalize the consumption culture imposed on them in order to integrate with the society. In Turkey, which has started to transform into a consumer society since the 1980s, consumption is gradually increasing its popularity among individuals who both have religious and secular lifestyles. In this study, in parallel with the increase in the visibility of religious individuals in the social sphere since the 1980s, the way they internalize the consumption phenomenon and the reflections of the changes in the way they live their religiosity on social life are reviewed within the framework of the relevant literature.

Keywords: Religiosity, Secularization, Consumption.

Received: 30.11.2022

Accepted: 13.01.2023

Suggested Citation:

Asanatuci, Z. (2023). Changing Religious Lifestyles in the Context of Secularization and Consumption in Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(1): 148-159.

GİRİŞ

Türkiye’de yaşanan modernleşme ve sekülerleşme süreçleri sonrası meydana gelen toplumsal farklılaşmayı dindarlık temelinde ele almak, toplumun klasik anlamda bir sekülerleşme yaşayıp yaşamadığını, eğer gerçekten bir sekülerleşme süreci yaşandıysa bunun hangi düzeyde gerçekleştiğini anlayabilmek açısından önem arz etmektedir. Nitekim bu araştırma, öteden beri gerilimli bir tartışma olan dindar-muhafazakar bireylerin modern toplumsal yapıyla bütünleşme yönünde gerçekleştirdikleri faaliyetleri, tüketim bağlamında ele alarak alana katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Türk toplumunda, özellikle Cumhuriyet Dönemi’nden itibaren bir sekülerleşme sürecine girildiği söylenebilir. Ancak o dönemde ortaya çıkan sekülerleşme yalnızca toplumsal alanda gerçekleşmiş, batılılaşma ve modernleşme girişimlerine karşı toplumun büyük kesiminin direnç göstermesi sebebiyle, bireysel yaşamda karşılığını yeterince bulamamıştır. Kendi tarihsel ve kültürel değerleri kapsamında bir modernleşme süreci yaşayan Türk toplumunda ortaya çıkan sekülerleşme, Batı toplumlarında yaşanan süreçten daha farklıdır. Örneğin Fransız Devrimi ile birlikte Batı’da toplum ile kilise arasında büyük bir ayrılık yaşanmış, netice itibariyle din meşruiyetini önemli ölçüde yitirmiştir. Buna rağmen Türk toplumunda din, büyük toplumsal dönüşümler yaşanmış olsa da özellikle bireysel alanda varlığını önemli ölçüde sürdürmeye devam etmektedir (Aydınalp, 2018: 213). Dolayısıyla Türkiye’de klasik sekülerleşme tezinde iddia edildiği türden, modernite arttıkça toplumlarda dinin etkisinin azalacağı şeklinde, bir sekülerleşmenin yaşanmadığı söylenebilir.

Türkiye’de özellikle yaşam biçimlerinde meydana gelen farklılaşmayı, tüketim olgusu üzerinden değerlendirmek, 1980’li yıllardan itibaren sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarda önemli değişimlerin yaşandığı dikkate alındığında, yerinde bir yaklaşım olacaktır. Nitekim 1900’lü yıllardan günümüze kadar uzanan süreçte modernizm ve postmodernizm gibi olguların değişen siyasi iktidarlara bağlı olarak farklı biçimlerde tecrübe edilişi ile bireysel ve toplumsal alanda yaşanan dindarlık biçimlerinin sekülerleşme ve laiklik çerçevesinde mütemediyen tartışılıyor oluşu, postmodern dönemde sosyal bilimciler tarafından önemli araştırmalara konu olan tüketim olgusunun anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Zira günümüzde yaşam biçimlerini incelerken, kitle kültürü bağlamında bireysel hayatı tahakküm altına aldığı ifade edilen (Horkheimer, 1990) tüketim olgusunu hesaba katmak, bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumun modernleşmesi adına Batılı yönde gerçekleştirilen faaliyetler ile bu dönem itibariyle büyük şehirlere göçün artmasıyla birlikte, tüketim kültürünün yayılmaya imkan bulduğu ifade edilebilir. Esasen 1950 sonrasında dünya ekonomik sistemine daha fazla entegre olmaya başlayan Türkiye, modern teknoloji kullanımıyla da artan bir biçimde tüketim toplumu haline gelmiştir. Zorlu’nun ifade ettiğine göre Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren çok partili sisteme geçişle birlikte büyük şehirlere göç artmış ve böylece farklı tüketim kalıpları ortaya çıkmıştır ancak 1980’li yıllara kadar tüketimde kapitalizmin etkisi pek fazla hissedilmemiştir (Zorlu, 2006: 22-25). 80’li yıllarla birlikte iktidar tarafından benimsenen liberal ekonomik politikalar, tüketim kültürünün toplumun her alanına yayılmasının önünü açmıştır (Bali, 2002: 31-32). Bu dönemden itibaren piyasa üzerindeki devlet denetimi azalmış ve piyasa kendi kurallarını kendisi koymaya başlamıştır (İnce, 2018: 18). Dolayısıyla artık bireylerin talepleri üzerine üretim yapılmaya başlanmış, alım gücünün de eskiye kıyasla kısmen artması sonucunda tüketim eğilimi artış göstermiştir. Netice itibariyle “bireylerin sahip olmaya odaklanmaları, hazcı eğilimlerin baskın hale gelmesi, ‘sırf bu dünya için yaşama’nın kutsanması, kısacası dünyevileşme, geleneksel yaşam biçimi sonrası kaçınılmaz bir hal almıştır” (Aydınalp, 2018: 210).

TÜKETİM ve DEĞİŞEN DİNDARLIK

Tüketim kavramının analizinin esasen Marksist kuramla başladığı bilinmektedir. Marksist teoriden esinlenen ve bu bağlamda modernizm ve Batı kültürünün eleştirisini yapan sosyal bilimcilerden Adorno ve Horkheimer bunu açıklamak için kültür endüstrisi kavramını kullanmış, kültür ürünlerinin zaman içerisinde birer metaya dönüştüğünden söz etmiştir (Adorno, 2005: 76). Horkheimer kültür endüstrisi tarafından sunulan tüm araçların birey üzerindeki toplumsal baskıyı güçlendirdiğini ve bireyin zaman içerisinde bu durumun karşısında durmadığını belirtmektedir. Kültür endüstrisi bireyi bir anlamda hipnoz etmekte ve kendi bireysel dünyasından çekip almaktadır (Horkheimer, 1990: 166). Frankfurt okulu teorisyenleri, kültür endüstrisinin tahakküm aygıtlarından biri olan tüketim kültürünün, bireyleri geleneksel toplumlardaki tahakküm yöntemlerinden daha etkili bir şekilde baskı altında tuttuğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda kültür endüstrisi dayatmak istediği değerleri bireylere açık bir şekilde “benim gibi düşün yahut öl” diyerek değil, benim gibi düşünmemekte serbestsin, yaşamın, malın, mülkün sana aittir, ama bugünden itibaren sen aramızda bir yabancısın” mesajını vererek iletmektedir (Horkheimer ve Adorno, 1996). Dolayısıyla sosyal bir varlık olan birey yaşadığı toplumla bütünleşebilmek, bu toplumda “yabancı” kalmamak adına kültür endüstrisi tarafından dayatılan değerleri, zamanla içselleştirmektedir. Bununla birlikte artık tüketim toplumu olarak adlandırılan günümüz postmodern toplumlarında kültür endüstrisi tarafından sunulan değerleri içselleştirmiş olan bireyler tüketim biçimlerine göre kategorilendirilmekte ve bu durumu kabul etme eğilimi göstermektedir. Horkheimer ve Adorno’ya göre bu durum “*Birer istatistik malzemesi olarak tüketiciler, propaganda mekânlarından artık bir farkı kalmayan araştırma mekânlarının haritalarında gelir gruplarına göre ayrılmakta ve kırmızı, yeşil, mavi alanlara dağılmaktadır*” şeklinde açıklanabilir (Horkheimer ve Adorno, 1996: 11-12).

Modern toplumlarda bireylerin gündelik yaşamlarının karakteristik özelliklerinden biri haline gelen tüketim (Chaney, 1999, 18) ve bu amaçla üretilen tüketim nesneleri, bireylerin toplum içerisindeki statüsünü belirleyen sembolik anlamlar üstlenmiştir (Çapcıoğlu, 2011: 55). Diğer bir deyişle günümüzde bireyler kendilerini artık tüketim biçimleri ve ne kadar tükettikleriyle tanımlar hale gelmiştir (Avcı, 2018: 220). Örneğin kendilerini dindar olarak tanımlayan bireylerle gerçekleştirdiği araştırma kapsamında Avcı’nın görüştüğü gençlerden bir tanesi örtünme konusunda gençlerin medya gibi çeşitli araçların etkisinde kaldığını, başörtüsü taksalar bile modaya uyum sağlamak amacıyla dine uygun olmayan kıyafetler giydiğini ve tüketim kültürünün dini simgeleri kendi çıkarı doğrultusunda kullanarak bireyleri etkisi altına aldığını ifade etmiştir (Avcı, 2018, 221). Dolayısıyla günümüzde toplumsal alanda görünürlüğü artmış olan tesettürlü bireyler toplumsal statü edinmek amacıyla kendi muhafazakar yaşam tarzlarıyla pek de uyum olmayan tarzda kıyafetler tercih edebilmekte, bunu yaparken dindarlıklarının simgesi olan başörtüsünden de vazgeçmeyerek toplumsal alanda muhafazakar-dindar yaşam tarzının dışavurumunun farklılaşmasına neden olmaktadır.

Türk toplumunda, daha önce de belirtildiği gibi tüketim olgusunun kapitalizm çerçevesinde ortaya çıkışı, 1980’li yıllara tekabül etmektedir. Bu dönemde artan bireyselleşmenin de etkisiyle, İslam diniyle kurulan ilişkiler farklılaşmaya başlamıştır. Diğer bir ifadeyle bir tüketim toplumu haline gelen Türkiye’de, İslami olan ve İslami olmayan birtakım değerlerin artık bir arada bulunmaya başladığı görülmektedir. Bu noktada, Gellner’in ifade ettiği gibi, modern toplumlarda kültürün, yapıdan daha önemli bir konumda bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Bireysel kimlik modernite öncesi toplumlarda, aile ve akrabalık gibi yapılara bağlıdır. Ancak modern toplumlarda kimlik oluşturma sürecinde kültürel değerler daha önemli bir konumda bulunmaktadır (Özdalga, 2015: 59). Dolayısıyla bireysel kimliğin kültürel söylemlerle ifade edilmeye başlanması, dinin görünürlüğünün artması ya da farklı formlar altında ortaya çıkması durumunu beraberinde getirmiştir (Özdalga, 2015: 61). Bununla birlikte

1980'li yıllardan itibaren dünya ekonomisine eklemelenmeye başlayan Türkiye'de ekonominin iyileştirilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler, modernite ile dinin yükselişe geçeceği görüşünü savunan yeni sekülerleşme paradigması kapsamında, dini alanda bir canlanma yaşanması durumuna yol açmıştır. Bu süreçte İslami moda, İslami sermaye, İslami tüketim ve helal tatil gibi pek çok tartışmalı söylem ortaya çıkmıştır (Özbolat, 2015: 97).

Türk toplumunda 1980 sonrası dönemin en önemli özelliklerinden biri de beyaz Türkler kavramının ortaya çıkışıyla birlikte tüketim kültürünün kendisini toplumsal hayat içerisine bu kesimin tüketici özellikleriyle yerleştirme çabasıdır. Örneğin, bu dönemde iş adamları kanaat önderleri olarak ön plana çıkmakla birlikte modern yaşam tarzının ve tüketim kodlarının temsilcileri olarak görülmektedir (İnce, 2018: 19). İş adamlarının böylesine önemli olduğu bir toplumsal ortamda, dindar kimliğe sahip muhafazakâr iş adamları tarafından kurulan Müstakil Sanayici İş Adamları Derneği (MÜSİAD), İslami bir ekonomik düzen oluşturma amacıyla ortaya çıkmış olup ülkenin ekonomik açıdan canlanmasını amaç edinen hak ve adaletten yana bir kuruluş olduğunu ifade etmiştir (İnce, 2018: 36). Bu anlamda MÜSİAD'ın kuruluşu, İslam ve serbest piyasa ekonomisinin, eklektik paradigma çerçevesinde ifade etmek gerekirse, bir arada bulunabileceğini gösteren bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplum içerisinde kanaat önderi sayılan bireylerin gerçekleştirdiği faaliyetlerin diğer bireyler tarafından benimsenmesinin yollarından biri, bu faaliyetlerin hitap ettiği kesimin değerlerinin dikkate alınarak gerçekleştirilmesidir. Nitekim İslami değerleri önemseyen seçkinlerin ekonomik kazanç elde edebilmek amacıyla, toplumdaki dindar kesimin benimsediği İslami değerleri korumak suretiyle faaliyet gösterme amacı taşıdıkları görülmektedir (Yankaya, 2018: 64). İşte MÜSİAD gibi dindar-muhafazakâr seçkinler tarafından oluşturulan topluluklar, özellikle 1980 sonrası dönemde toplumsal ve ekonomik alana yeterince entegre olamayan ve benzer şekilde muhafazakar bir yaşam tarzına sahip olan bireylerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde İslami sembollerin kullanımını ön plana çıkararak varlık göstermeye çalışmıştır (Yankaya, 2018: 65).

Türk toplumunda dinin görünürlüğünün artmasıyla ilgili 70'li yıllar, bir dönüm noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. 1970'li yıllardan itibaren siyasi alanda sağ görüşlü partilerin sayıca artışı ve o dönemlerde yaşanan İran (İslam) Devrimi'nin de etkisiyle, dindar bireylerin toplumsal alandaki görünürlükleri artmaya başlamış ve bu süreç kamusal alanda tesettürlü kadınların ortaya çıkışı ile devam etmiştir. Tesettürlü kadınların bu dönemde toplumsal alandaki görünürlüklerini değerlendirmek gerekirse 80'li yılların sonlarına kadar İslami ölçülere göre giyinmeye dikkat ettikleri ve kamusal alanda dikkat çekmemeye önem verdikleri söylenebilir. Ancak 90'lı yılların başlarından itibaren bireyciliğin artışı ve değişen iktidarın da etkisiyle birlikte dindar kesimin de kapitalist sisteme eklemelenmeye başlaması, tesettürlü kadınların giyim kuşam tarzlarında, önceki paragrafta da ifade edildiği gibi, önemli bir farklılaşmayı beraberinde getirmiştir. Bu kapitalist tüketim olgusunun yerleşmesi, modernleşme girişimlerine karşı olan direnci de kıran önemli bir gelişmedir.

Dindar bireylerin değişen yaşam biçimlerini incelerken değinilmesi gereken önemli meselelerden biri de özellikle 90'lı yıllarla birlikte medya kullanımının artışı neticesinde muhafazakar kesime yönelik üretilen tüketim ürünlerinin, reklamlar vasıtasıyla geniş çevrelere sunulmaya başlamasıdır. Bu dönemde özellikle tesettürlü kesimi hedef alan yeni tarz kıyafetler üretilmeye başlanmış, tesettür defileleri ve moda dergileri gibi içeriklerle başörtülü kadınlar da artık tüketim toplumunun bir öznesi haline getirilmiştir. Simmel'e göre moda, modern toplumların bireylere dayattığı bir tahakküm aygıtıdır. Dolayısıyla bireyler, toplumda var olan moda akımını takip etmekte, daha önce de ifade edildiği gibi kendilerini bu sayede içinde yaşadıkları topluma ait hissetmektedir (Simmel, 2013: 115-119).

Modernleşme-sekülerleşme çerçevesinde tüketim olgusunu, dindar olan fakat aynı zamanda seküler toplumla uyum arayan bireylerin kimlik oluşturma çabası olarak da değerlendirmek mümkündür (Özbolet, 2015: 103). Bir diğ er ifadeyle, örneğ in, tesettürlü kadınlar tüketim kültürünün dayattığı değ erleri içselleştirmekte, bu içselleştirmeyi dindar kimliklerinin ifadesi olan başörtülerinden vazgeçmeyerek gerçekleştirmektedir (Göle, 2010a: 129). Bu durum dindar bireylerin dini değ erleri modern değ erlerle birleştirmek suretiyle, dindar yaşam tarzlarına has özerk seküler alanlar oluşturmaları şeklinde açıklanabilir. Aydınalp tarafından oluşturulan özerk dünyevileşmeler kavramı bu anlamda değ er ve normlardan sert bir kopuşu değ il, bireyin kendi değ er algısına dayalı olarak toplumsal alanda ‘ben de buradayım’ deme şeklini ifade etmektedir (Aydınalp, 2018: 221).

Türk toplumunda dindar kesimin artık, dini ve dindarlığı ön plana çıkardığı 1970 ve 80’li yılların aksine, toplumsal alanda dindar kimlikleriyle modern-seküler kimliklerini birleştirerek var olduğu söylenebilir. Örneğ in, 80’li yıllar ve daha öncesinde başörtülü kadınlar için örtünme, toplumsal alanda kendi kimliklerini korumayı kolaylaştıran bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda başörtülü kadınların başörtüleriyle birlikte mahremiyetlerini korurken, aynı zamanda modernleştikleri ifade edilebilir (Göle, 2010a: 133). Ancak başörtülü kadınların örtünme biçimlerine bakacak olursak, örtünmenin 1990’lı yılların başlarından günümüze kadar geçen süreçte önemli ölçüde farklılaştığını görürüz. Örneğ in, 1990’lı yılların başlarında kurulan Tekbir Giyim’in ürettiği ve satışa sunduğu kıyafetler daha bol, sade ve gösterişsiz iken; günümüze daha yakın bir tarihte kurulan Armine Giyim’in kıyafetlerinin ise “modaya daha uygun”, dikkat çekici renklerde ve vücut hatlarını belli eden tarzda olduğu görülmektedir (Avcı, 2018: 83). Bu anlamda başörtüsünün artık dini bir emir olduğu için kullanılmasının ötesinde, modern hayata uyum sağlama anlamında bir görünür olma biçimi haline geldiğini söylemek mümkündür.

Önceki paragrafta da ifade edildiği gibi modaya uygun olarak tesettürlü kadınlara sunulan kıyafetler, artık İslami yaşam tarzının göstergesi olmaktan ziyade, modern hayatın dayattığı yaşam tarzlarına uygunluğuyla ön plana çıkmaktadır. Barbarosoğlu bu durumu “tesettür modasının in’lerini ve out’larını sıralayan haberler artık çok şaşırtıcı gelmiyor. Böyle bir listede İslami ilkeler, out olduğ unda kolaylıkla terk edilebilecek bir kurallar dizisi olarak sergilenabiliyor. Mesela, çorap giymek out, başörtüsüyle aynı renkte far sürmek in” (Barbarosoğlu, 2013: 94) şeklinde dile getirmektedir. Genel olarak dindar bireylerin İslami olarak tanımlanan yaşam tarzlarında ortaya çıkan bu farklılaşma, tesettürlü kadınlar özelinde ilk önceleri yalnızca giyim kuşam boyutunda iken, günümüze bakıldığında artık alışveriş, yeme içme ve tatil gibi alanları da kapsamaya başlamıştır. Nitekim tüketim kültürünün dayattığı değ erler yalnızca seküler kesimi değ il, dindar kesimi de etkisi altına almakta; toplumla bütünleşme sağlayabilmek, deyim yerindeyse topluma “yabancı” kalmamak adına içselleştirilen bu değ erler, İslami yaşam tarzının da dönüşmesine neden olmaktadır.

Dindar bireylerin modern tüketim kalıplarını içselleştirmesinin esasen piyasa girişimcileriyle muhafazakâr bireylerin karşılıklı etkileşimi sonucunda ortaya çıktığı söylenebilir (Akçaoğlu, 2019: 109). Bu etkileşimin sonucu olarak üretim artık, dindar bireylerin ihtiyaçlarına yönelik gerçekleştirilmektedir (Özbolet, 2015: 6). Örneğ in günümüzde tatil beldelerinde artık tesettürlü kadınların, İslami yaşam tarzına uygun olarak üretilen deniz-havuz kıyafetleriyle, seküler kesime mensup bireylerle aynı ortamda rahatlıkla yüzebildikleri görülmektedir. Bununla birlikte 1990’lı yıllarda açılan muhafazakar tatil otelleri, yüzme alanlarının kadın ve erkekler için ayrı ayrı düzenlenmiş olmasıyla, yine dindar kesime mensup kadınların rahatlıkla tatil yapmalarına olanak sağlamıştır (Pişkin, 2016: 132). Bu durum diğ er bir deyiş le dindar bireyler artık modern yaşamın sunduğu imkânlardan yoksun kalmamakta, bu yaşama ait çeşitli davranış kalıplarını, dini alana başvurarak araçsallaştırmaktadır (Göle, 2010b: 30-31) şeklinde özetlenebilir. Bu

duruma verilebilecek bir diğer örnek ise günümüzde alışveriş merkezlerinin birçoğunda mescit bulunuyor olmasıdır. Aşırı boyutta tüketimin yapıldığı yerler olarak karşımıza çıkan alışveriş merkezleri bir yandan bireyleri tüketime özendirmekte, öte yandan dindar olup dinin gerektirdiklerini yerine getirmek isteyen bireylere, son derece dünyevi bir ortam olan kendi bünyesinde ibadetlerini gerçekleştirme imkanı sunmaktadır. Dolayısıyla bu örnekte de görüldüğü üzere dindar bireyler artık modern yaşamın gerektirdiklerinden geri kalmadan dini ibadetlerini de yerine getirebilmektedir. Ancak günümüzde dindarlığın ifade ettiği anlamın farklılaşmış olmasıyla birlikte, modern toplumsal yapılar içerisinde gerçekleştirilen bu ibadetlerde takva kaygısının yeri, ayrı bir tartışmanın konusudur.

Günümüz Türkiye'sinde dindar bireylerin tüketimle olan ilişkisi, öteden beri önemli bir tartışma konusu olma özelliğini korumaktadır. Bu tartışmanın temelinde bulunan sebeplerden biri, sahip olunan gelir düzeyine bağlı olarak dindar bireyler arasında birtakım sınıfsal farklılıklar olduğu düşüncesidir. Örneğin Batuman gerçekleştirdiği araştırma kapsamında, İstanbul Başakşehir'de I. ve II. etaplarda yaşayan bireylerin gelir düzeylerinin daha düşük olduğunu ve kendilerini tanımlarken dindar kimliklerini ön plana çıkardıklarını belirtmektedir. Bununla birlikte bu dindar bireyler tüketim alışkanlıklarının toplumdaki seküler bireylerden ve IV. etapta yaşayan diğer dindar bireylerden de farklı olduğunu ifade etmektedir. Buna karşılık Başakşehir IV. etapta yaşayan dindar bireyler ise daha yüksek gelir düzeyine sahip olup, kendilerini dindar kimlikleriyle tanımlamaktan ziyade, mensubu oldukları sosyal grup kapsamında tanımlamaktadır. Benzer şekilde yine aynı araştırma sonucunda I. ve II. etapta yaşayan kadınların İslami yaşam tarzına uygun kıyafetler satan giyim mağazalarından alışveriş yaptıkları, buna karşın IV. etapdaki kadın bireylerin seküler bireylerle benzer bir tüketim kültürü benimseyerek, tüketimi toplumsal statü aracı olarak kullanmakta oldukları ve alışverişlerinde daha pahalı marka kıyafetler tercih ettikleri ortaya çıkmıştır (Batuman, 2019: 105-106). Dolayısıyla bu araştırma çerçevesinde bireylerin gelir düzeyi yükseldikçe yaşam tarzlarında sekülerleşmenin etkisinin daha çok görüldüğünü söylemek mümkündür. Bununla alakalı verilebilecek bir diğer örnekte ise kendisini dindar-muhafazakar olarak tanımlayan başörtülü kadın katılımcılarla gerçekleştirilen bir sosyolojik araştırma kapsamında, katılımcılara yöneltilen "maddi durumum iyileştikçe serbest zamanlarımı daha dünyevi ortamlarda geçirdiğimi fark ediyorum" ifadesine olumlu yanıt veren katılımcıların ortalamasının (3,42) yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Asanatuci, 2022: 122). Dolayısıyla bu örnekler birlikte değerlendirildiğinde gelir düzeyi arttıkça sekülerleşmenin arttığı ve dindar bireylerin maddiyata bağlı toplumsal statü elde ederek yaşam tarzlarını dış görünüş vasıtasıyla yansıttıkları, bu sayede tüketim toplumuna entegre oldukları söylenebilir.

Dindar bireylerin son dönemlerde hayat tarzlarında daha belirgin bir biçimde gözlemlenen değişimin siyasi dönüşüm temelli *sembolik bir dönüşüm* olduğu ifade edilmekte ve bu durum konunun bir diğer boyutunu oluşturmaktadır. Daha açık bir ifadeyle Ak Parti hükümeti ile birlikte dindar-muhafazakâr bireylerin, kapitalist sembolik ürünler piyasasıyla bütünleştiği görülmektedir (Akçaoğlu, 2019: 108). Dolayısıyla önceki dönemlerde İslam diniyle uyuşmadığı düşüncesiyle eleştirilen kapitalist sistem, modern hayatla uyum sağlayabilmek ve ekonomik anlamda rahat bir hayat sürebilmek amacıyla içselleştirilmiştir. Orta sınıfa mensup muhafazakâr bireylerin yaşam tarzlarındaki değişimi tespit edebilmek amacıyla yaptığı araştırma kapsamında Akçaoğlu, yeni muhafazakârları "makbul muhafazakârlar" olarak tanımlamaktadır. Buna göre makbul muhafazakârlar tüketim söz konusu olduğunda dini hassasiyetleri de dikkate alarak ekonomik ürünlerle yeni bir ilişki kurmaktadır. Örneğin, dindar-muhafazakârlar artık lüks evlerde yaşamakta, kadınların tesettür tarzları eskisinden oldukça farklı ve modaya uygun hale gelmekte, güzellik ve eğlence anlayışı yeniden tanımlanmaktadır. Ancak bu durum yeni bir icat

olarak değil, orta sınıfın yaşam tarzına, dini açıdan makbul bir biçim verilmesiyle gerçekleşerek karşımıza çıkmaktadır (Akçaoğlu, 2019: 108-109).

Türkiye’de muhafazakâr kesimin tüketim olgusu çerçevesinde şekillenen yaşam biçimlerine yönelik gerçekleştirdiği araştırmada Özbolat ise, dindar orta sınıftan bireylerin çoğunlukla tüketim kültürü ile dindarlığı birlikte değerlendirdikleri sonucuna ulaşmıştır. Özbolat’ın araştırması kapsamındaki katılımcılar din ve tüketimin uyumlu bir şekilde bir arada bulunabileceğini ifade etmiş, araştırmaya katılanların çoğunluğu İslam dininin kapitalizmin değerleriyle çatışma içerisinde olmadığını, aksine modern dünyada ikisinin bir arada bulunabileceğini belirtmiştir (Özbolat, 2015: 187). Görüldüğü üzere araştırmadan elde edilen bu veriler bizi, modern toplumlarda din ve modernitenin dengeli bir biçimde bir arada bulunabileceğini savunan eklektik paradigmaya götürmektedir.

Dünya genelinde gözlemlendiği gibi Türkiye’de de modernleşme süreciyle birlikte toplumsal hayatta birtakım önemli değişiklikler meydana gelmiş ve bu durum dini değerlerin meşruiyet alanında da bir farklılaşmayı, kaçınılmaz olarak beraberinde getirmiştir (Meriç, 2004). Örneğin ekonomik alanla dini alan arasındaki çatışmaya bakacak olursak, faiz söz konusu olduğunda bireylerin kendi ekonomik kazanımları ile dinin hükümleri arasında kaldıkları görülmektedir (Akşit vd., 2012, 521). Buna göre bireyler modern toplumsal yapılar içerisinde dini emirlerin, ekonomik çıkarları engellemeyecek nitelikte bir dönüşüm yaşamasını istemektedir (Meriç, 2004: 16-17). Benzer şekilde başörtülü muhafazakar kadınlarla gerçekleştirilen bir araştırmada, katılımcılara yöneltilen “dinde zamanın şartlarına göre serbest zaman faaliyetleri yeniden yorumlanmalıdır” ifadesine verilen yanıtların ortalamasına (3,21) bakıldığında, katılımcıların bu ifadeye yüksek oranda olumlu yanıtlar verdiği sonucu ortaya çıkmıştır (Asanatuçi, 2022: 122). Dolayısıyla modern Türk toplumunda dindar bireyler dinin yeni toplum yapısına göre yeniden düzenlenmesi fikrini benimsemekte, bireysel refahları söz konusu olduğunda dini emirleri göz ardı edebilmektedir.

Modern Türk toplumunun sekülerleşmesinin ve günden güne tüketim kültürünün etkisi altına daha fazla girmesinin bir sonucu olarak İslami değerlerin, tüketim kültürünün dayattığı değerler karşısında ikinci planda yer almaya başladığı görülmektedir. Buna mukabil dindar-muhafazakâr bireyler tüketimi, toplumsal konumlarını güçlendirmek ve toplumsal hayatın her alanında var olabilmek adına kullanmakta, gündelik hayat pratiklerini de bu çerçevede düzenlemektedir. Nitekim kapitalist sistem, İslam dininin yaşandığı toplumlarda da tüketim zihniyetini dönüştürmüş ve hemen hemen her türlü hayat tarzının İslami versiyonlarının üretilmesini sağlamıştır (Hacıoğlu, 2017: 106). Daha önce de ifade edildiği gibi, klasik sekülerleşme teorisinin savunduğu görüşün aksine Türkiye’de din yok olmamış yahut tümüyle özel alana çekilmemiştir. Bunun yerine toplumu etkisi altına alan tüketim kültürü ile yeniden tanımlanarak tüketiciye sunulmuş (Özbolat, 2015: 18) ve her geçen gün farklı formlarla görünürlüğünü artırarak toplumsal alanda var olmaya devam etmektedir. Diğer bir ifadeyle toplumdaki ekonomik, sosyal ve siyasi alanlardaki değişimlere binaen dindar bireylerin modern tüketim kalıplarını benimsemesiyle ortaya çıkan yeni farklı dindar yaşam biçimleri, İslami kimliği hem dönüştürmekte hem de onu farklı formlara büründürerek sürekliliğini sağlamaktadır (Özbolat, 2015: 102). Göle’nin de ifade ettiği gibi modernlik, muhafazakâr kesim tarafından reddedilmemekte, bunun tam tersi “İslami” bir çerçeve içerisinde yeniden üretilmektedir (Özbolat, 2015: 18).

Başörtülü muhafazakâr bireylerin modern yaşamın dayattığı değerleri içselleştirmesi ve kendi dindar yaşantılarını modernleşme, sekülerleşme ve tüketim kavramları çerçevesinde yeniden inşa etmeleri, dini simgelerin toplumsal alanda görünüşünü şüphesiz artırmıştır. Ancak bu noktada dini değerlerin aşınmaya başladığı konusu da önemli bir tartışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle dindar kesimin İslami yaşam biçimlerinde tüketim çerçevesinde

meydana gelen değişimin, dindarlığın yaşanma biçimini de olumsuz etkilediği söylenebilir. Örneğin, Özet tarafından İstanbul’da Fatih ve Başakşehir semtlerinde gerçekleştirilen araştırma kapsamında görüşülen mağaza sahibi bir kadın katılımcı *“ben kendimi bile bazen sorguluyorum. Tesettürlü kesimde çok büyük bir dejenerasyon var... Artık İslami standartlardan çok fazlasıyla çıktık...Eskiden dar pantolon yoktu. Şu an dar pantolon giyen epey müşteri var. Mesela sekiz yüz liraya kadar eşarp satabiliyoruz... Bakıyorsunuz tesettürlü kesime, Burberry eşarp takıyor, Chanel giyiyor...Tekstil piyasası şu an tamamen tesettüre çalışıyor... Çünkü para tesettürde şu an”* (Özet, 2019, 284) ifadeleriyle adeta günümüz Türkiye’inde dindar kesimin değişen hayat tarzını ve bu bağlamda ortaya çıkan değişen dindarlığı özetlemektedir diyebiliriz.

Önceki paragraflarda verilen örnekler doğrultusunda dindar-muhafazakar yaşam tarzına sahip bireylerin, gelir düzeyinin artışının da etkisiyle birlikte, tüketim kültürünün bir nesnesi haline geldiğini ve dış görünüşleriyle toplumsal alanda statü edinme ihtiyacının, artık dini emirlerin önüne geçtiğini söylemek mümkündür. Bu noktada dini emirler dikkate alındığında kadınların vücut hatlarını belli etmeyecek şekilde bir giyim tarzı benimsemeleri, tüketimle alakalı olarak ise israf etmemeye özen gösterilmesi gerekmeyle birlikte, günümüzdeki dindar yaşam biçimlerine bakıldığında bunun tersi bir durum yaşandığı görülmektedir. Özellikle maddi açıdan refah içerisinde yaşayan kesim gerek medyanın etkisi gerek farklı yaşam tarzlarına sahip olan bireylerle, tüketim kültürünün de yadsınamaz etkisiyle birlikte, etkileşimlerinin artması sonucu kendi yaşam standartlarını satın aldıkları ürünler ile serbest zaman geçirdikleri toplumsal mekanlar aracılığıyla gözler önüne serme eğilimi göstermektedir (Avcı, 2018: 220).

Dindar-muhafazakar bireylerin değişen yaşam biçimlerini serbest zaman kavramı çerçevesinde incelemeye tabi tutan “Başörtülü Muhafazakar Kadınlarda Serbest Zaman Algısı” adlı doktora araştırmasına göre katılımcıların gelir düzeyi arttıkça serbest zaman eğilimlerinde artış olduğu, buna bağlı olarak sekülerleşme düzeylerinin de yükseldiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda araştırmanın bağımsız değişkenlerinden biri olan gelir düzeyine göre, ortanın üstü gelire sahip başörtülü kadınların, orta ve düşük gelire sahip başörtülü kadınlara; orta gelirli başörtülü kadınların ise düşük gelirli olanlara kıyasla serbest zamanlarında dinin gerektirdiklerine daha az uydukları yönünde sonuçlar elde edilmiştir. Yine aynı araştırma kapsamında gelir düzeyinin artışıyla birlikte başörtülü kadınların tüketim söz konusu olduğunda, dinin gerektirdiklerinden ziyade kaliteye önem vererek bireysel refahlarını daha ön planda tuttukları sonucu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda belirli bir gelir düzeyine sahip olmayı gerektiren spor yapma ve konserlere gitme gibi tüketim kapsamına giren çeşitli serbest zaman faaliyetlerinin, yine gelir düzeyi diğer katılımcılara kıyasla yüksek katılımcılar tarafından daha fazla oranda gerçekleştirildiği görülmüştür (Asanatuci, 2022: 180-181).

Günümüz Türkiye’inde artan sekülerleşme ve tüketim kültürünün de yadsınamaz etkisiyle birlikte dindar bireylerin gündelik hayat pratiklerini, artık dini emirlerden ziyade modern toplumsal yaşamın belirlediği ifade edilebilir. Zira içerisinde bulunduğumuz süreçte dindar bireyler de artık seküler bireylerden farksız bir biçimde, tüketim kültürüyle birlikte anılmaktadır (Özbolet, 2015: 6). Bu noktada tüketimin rolüne değinmek gerekirse örneğin, özellikle Türk toplumunun modernleşme sürecinden önce yahut bu sürecin ilk ortaya çıktığı dönemlerde geleneksel rolleri benimsemiş “yeterince modern” olmayan ve bu nedenle toplumsal alanlarda fazla görünür olmayan kadınlar, günümüzde artık her kesime hitap edecek tarzda tüketim ürünlerinin ortaya çıkışı ve bu ürünlere ulaşmanın kolaylaşması neticesinde, modern yaşamı içselleştirmiştir. Bu durumun açıklarken Bourdieu’nun habitus (Bourdieu, 1977) kavramını kullanmak yerinde olacaktır. Buna göre bireyler zaman içerisinde yaşadıkları topluma, kendi yaşam tarzlarından farklı yaşam tarzlarını benimseyerek uyum sağlamakta, bunu da bireysel yaşantılarında sahip oldukları değerlerden vazgeçerek değil, benimsedikleri yeni değerler ile

sahip oldukları değerleri birleştirmek suretiyle kendilerine özgü habituslar oluşturarak gerçekleştirmektedir.

Günümüz toplumlarında, tüketim olgusunun dini olumlu yahut olumsuz etkilediği konusunda önemli bir tartışma mevcuttur. Bu anlamda tüketim olgusunun dini yalnızca olumsuz şekilde etkilediğini savunmak yerine, din ile tüketim olgularının birbirlerini farklı bağlamlarda karşılıklı olarak etkilediklerinden söz etmek mümkündür. Nitekim önceki paragraflarda da ifade edildiği üzere tüketim toplumunda din, tüketim kapsamına giren diğer ürünlerle birlikte bir meta haline getirilmiş, piyasa çıkarlarına uygun şekilde yeniden üretilerek tüketiciye sunulmuş bir biçimde karşımıza çıkmaktadır (Erkan, 2018: 132). Ancak bu noktada dinin meta haline gelirken aynı zamanda kutsal bir anlam kazandığından da söz edilebilir. Öyle ki Durkheim'in ifade ettiğine göre dinler içerisindeki kutsal ile profan ayırımına dayalı olarak kutsal olmayan herhangi bir şeyin, zamanla kutsal statüsü kazanabilmesi söz konusudur. Zira kutsal, söz konusu nesnenin kendisinde değil, bu nesnenin kutsal olduğunu düşünen ve buna inanan bireyin bilincinde var olmaktadır (Durkheim, 2005: 431). Bu durum göz önünde bulundurulduğunda tüketim nesnelerinin de zaman içerisinde kutsala dönüşmesi durumundan söz etmek mümkündür (Erkan, 2018: 133). Daha açık bir ifadeyle herhangi bir tüketim ürünü, kutsal bir nesneye dönüşebilir. Bu durum dinin kendisini, tüketim kültürü içerisinde yeniden üretmesi olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla ürün ve süreçler dini anlama büründürülerek, kutsal statüsü elde etmesi sağlanır (Featherstone, 2013: 197).

Birbirinden ayrı düşünülemez iki önemli olgu olarak karşımıza çıkan modernleşme ve sekülerleşmeyi tüketim çerçevesinde değerlendirirken, Türk toplumunda dinin bireysel ve toplumsal alanda önemini öteden beri koruyan bir konumda bulunması gerçeği de göz önünde bulundurulduğunda, İslamiyet'in tüketim kültürünün gerektirdiği tutum ve davranışlara karşı çıkma eğiliminde olduğu, tüketim kültürünün ise küresel çerçevede kendi oluşturduğu değerleri toplum geneline yayma eğiliminde olduğu görülür. Dolayısıyla bu bağlamda tüketim kültürü ile dinin bir mücadele içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Öyle ki tüketim kültürü dinden tamamen farklı bir kaynaktan beslenmekte, dolayısıyla toplum içerisine kendi değerlerini yerleştirirken dini değerlerde bir değişim yaşanması gerektiğini öngörmektedir. Bu anlamda toplumun tüketim kültürünün öngördüğü bir biçimde yeniden düzenlenmesi girişimini, dinin öneminin azalması şeklinde yorumlamakla birlikte dini yaşam biçimlerinin, Türk toplumunda özellikle 1980'li yıllardan itibaren toplumsal alanlarda görünürlüğünün artmasıyla beraber, modern yaşamda dinin yeniden üretilmesi şeklinde de yorumlayabilmek mümkündür (Özbolet, 2015: 82). Bu durumu dindarlık ile sekülerleşmenin mücadelesi olarak açıklamak yerine, Göle'nin ifade ettiği gibi dinin seküler olanla birlikte ne düzeyde modern olduğunu, aynı zaman diliminde nasıl birlikte var olabildiklerini anlamaya çalışmak gerekmektedir. Nitekim din ve modernite arasında bir mücadele olduğu kadar iç içe geçişler de bulunmaktadır (Göle, 2012: 15).

SONUÇ

Modernleşmenin en önemli göstergelerinden biri olan tüketim kültürü, dindar-muhafazakar anlayışın modern sisteme entegrasyonuna sebep olan en önemli unsurlardan biridir. Türk toplumu Cumhuriyet'in ilanı ile artan bir biçimde modernleşmeye maruz kalmış ancak geleneksel anlayış ve değerler kısmen toplumsal ama en çok da bireysel direnci beraberinde getirmiştir. Klasik sekülerleşmeye karşı olan bu duruş, Türk toplumunda kendine özgü bir sekülerleşme ortaya çıkarmıştır. Bu durumu dindar kalarak modernleşme şeklinde tabir etmek mümkündür. 60 ve 70'li yıllarda çok partili hayata geçişin ve demokratik eğilimlerin artmasının bir sonucu olarak toplumsal alanda daha çok görünür olan dindar-muhafazakar kesim, 80'ler ve takip eden yıllarda kapitalizmin ve liberal ekonomik politikaların da etkisiyle, deyim yerindeyse

modern sisteme entegre olmuştur. Ancak bu entegrasyonun bir ayağını her zaman dini değerler oluşturmuştur. Netice itibarıyla muhafazakarların, modern çağın kendilerini tutmaya çalışan bağlarından kurtulmanın yolunu, yine onunla birlikte yürümekte bulduklarını söylemek mümkündür. Modernitenin dini değerlerle bir arada bulunması, dinin meşruiyet alanını şüphesiz kısıtlamıştır. Ancak bu noktada dini değerlerin önemini yitirmeyişi ve bireylerin hayatında eskiye kıyasla farklı biçimde tezahür ediyor oluşu, din ile modernitenin bir arada yaşayan olgular olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir.

KAYNAKLAR

- Adorno, T.W. (2005). *Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken*. (Bülent O. Doğan). *Cogito*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Akçaoğlu, A. (2019). *Zarîf ve Dinen Makbul: Muhafazakâr Üst-Orta Sınıf Habitusu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akşit B., Şentürk R., Küçükural, Ö. ve Cengiz, K. (2012). *Türkiye’de Dindarlık: Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Asanatuci, Z. (2022). *Başörtülü Muhafazakar Kadınlarda Serbest Zaman Algısı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Avcı, Ö. (2018). *İstanbul’da Dindar Üniversite Gençliği: İki Dünya Arasında*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aydınalp, H. (2018). *Din ve Dünyevileşme: Kuzey Kıbrıs Örneği*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Bali, R. (2002). *Tarz-ı Hayat’tan Life Style’a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Batuman, B. (2019). *Milletin Mimarisi: Yeni İslamcı Ulus İnşasının Kent ve Mekan Siyaseti*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Barbarosoğlu, F. (2013). *Şov ve Mahrem*. İstanbul: Profil Yayınları.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*, (Çev. R. Nice). Cambridge: Cambridge University of Press.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*, (Çev. İ. Kutluk). Ankara: Dost Yayınevi.
- Çapcıoğlu, İ. (2011). *Modernleşen Türkiye’de Din ve Toplum*. Ankara: Otto Yayınları.
- Durkheim, E. (2005). *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, (Çev. F. Aydın). İstanbul: Ataç Yayınları.
- Erkan, E. (2018). *Gençlerde Tüketim ve Din*. İstanbul: Hiper Yayın.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev. M. Küçük). İstanbul Ayrıntı Yayınları.
- Göle, N. (2010a). *Modern Mahrem*. İstanbul: Metis Kitap.
- Göle, N. (2010b). *İç İç Girişler: İslam ve Avrupa*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Hacıoğlu, S. (2017). *Sekülerlik ve Muhafazakâr Kadın*. Ankara: Araştırma Yayınları.
- Horkheimer, M. (1990). *Akıl Tutulması*. (Çev. O. Koçak). İstanbul: Metis Yayınları.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T.W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*, (Çev. O. Koçak). İstanbul: Kabalcı Yayınları.

- İnce, A. (2018). *Din Eğitilmiş Bireylerde Dindarlık-Tüketim İlişkisi*. Ankara: İlahiyat Yayınları.
- Meriç, N. (2004). *Gündelik Hayat ve Fetvalar*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Özbolet, A. (2015). *Kapitalizme Eklemlenme: Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Özdalga, E. (2015). *İslamcılığın Türkiye Seyri: Sosyolojik Bir Perspektif*. (Çev. G. Türkoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özet, İ. (2019). *Fatih-Başakşehir: Muhafazakâr Mahallede İktidar ve Dönüşen Habitus*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pişkin, M. (2016). Tüketim Toplumu'nda Din ve Dini Değerler: Lüks Hac ve Umre Örnek Olayı, *İnsan ve Toplum*, 6 (2), 131-154.
- Simmel, G. (2013). Moda Felsefesi, (Editör) Artun, A. *Modern Kültürde Çatışma* içinde (ss. 101-132) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yankaya, D. (2018). *Yeni İslami Burjuvazi: Türk Modeli*. (Çev. M. Işık Durmaz). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Zorlu, A. (2006). *Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Glocal Yayınları.