

Postmodern Dünyada Din: Yaygınlaşan Dinsellik, Yüzeyselleşen Dindarlık*

Religion in the Postmodern World: Religiousness that Become Widespread, Religiosity that Become Superficial

Abdullah ÖZBOLAT^a

^aDin Sosyolojisi AD,
Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi,
Adana

Geliş Tarihi/Received: 27.07.2017
Kabul Tarihi/Accepted: 12.09.2017

Yazışma Adresi/Correspondence:
Abdullah ÖZBOLAT
Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi,
Din Sosyolojisi AD, Adana,
TÜRKİYE/TURKEY
ozbolata@gmail.com

*Kapitalizme Eklemlenme Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü (2015) adlı çalışma, bu makalenin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu makalede, mezkûr çalışmanın temel sorunsalı ve dindar orta sınıfa dair saha çalışması verilerinden hareket edilmiş, bu veriler, tüketim kültürü, dindar yaşam tarzları, paradoksal Müslümanlık, postmodernizm bağlamında tartışmaya imkan verecek biçimde yeniden yorumlanmıştır.

ÖZ Bu çalışma, postmodernizm ve dinin siyasal, toplumsal ve kültürel arka planını Türkiye örneği bağlamında incelemektedir. İslami çevreler modernden postmoderne geçişi, fırsat olarak görmekte, ancak postmodernizm ve din, İslam ve kapitalizm, dindarlık ve modernlik arasındaki paradoksal süreçlerde, çelişkili söylem ve eylemler gözlenmektedir. Dindar kimlik ve Batı modernliği arasında gözlenen paradoksal ilişkide, dindar bireyler, modernliği söylem düzeyinde sürekli olarak eleştirmekte, ama bireysel davranış ve toplumsal pratik düzeyinde ikisi arasındaki etkileşim her geçen gün daha da derinleşmekte ve karmaşıklaşan bir görüntü vermektedir. Dindar bireylerin modern dünyada konumlanma talebi, çok yönlü etkileşim ve karşılaşmayı doğurmakta, içsel çelişkiler, gerilimler, karmaşık süreçlere sahne olmakta, postmodernizm ve din, gerek ontolojik gerek epistemolojik gerekse etik öncelikleri açısından farklı toplumsal sistemler olduğu için, iki farklı sistemin Türkiye özelindeki eklemlenmesi birçok gerilim, çelişki ve paradoksu da barındırmakta, ortaya, karmaşık, renkli ve ironik birleşimler çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodernizm; din; paradoks; metalaşma

ABSTRACT This study examines the political, social and cultural background of postmodernism and religion in the context of Turkey. Islamic circles see opportunity from modern to postmodern to transition but postmodernism and religion, Islam and capitalism, in the paradoxical processes between religiousness and modernism, is monitored contradictory actions and expressions. Regarding the paradoxical relationship between religious identity and Western modernism, religious people consistently develop a critical discourse about modernism; however, the interaction in between gets deeper and more complicated day by day at individual behaviour and social practice level. The demand for positioning in the modern world of religious individuals results in multi-directional interaction and encounters, which causes internal conflicts, tensions and complicated courses. As postmodernism and religion are of different social systems in terms of ontology, epistemology and ethics, embeddedness of the very different two systems in Turkey reserves many tensions, contradictions and paradoxes and that creates complicated, colorful and ironic combinations.

Keywords: Postmodernism; religion; paradox; commodification

Postmodern dünya, "gerçek" (real) olan ile "benzetimin" (simulation) birbirine karışır hale geldiği; ama daha çok benzetimsel olanın gerçek olanın yerini aldığı, dolayısıyla gerçek olandan daha gerçek gibi kendini kabul ettirdiği bir duruma karşılık gelir. İşaretlerin, sembollerin, teknolojik hızın, tüketimin, medya kaynaklı enformasyon ve yönlendirmenin oluşturduğu bir zemin üzerine inşa edilen postmodern toplumsal sürecin, ayrılmaz bir parçası olduğu global kapitalizmin, George Lukacs'ın

varoluşumuza ve toplumsallığımızımıza ilişkin bir unsurun sembolik bir hale gelmesi, ontolojik temellerinden koparak, nesne benzeri varlıklara dönüşmesi ve maddeleşmesi olarak dikkat çektiği "şeyleş(tir)me" sürecini karşımıza çıkarmakta, Lukacs'ın tanımladığı anlamda "şeyleşme" ve Kierkegaard'ın söylediği gibi, "her şeyin temsili fikirlere" dönüşmesinin yarattığı sahte değer yargılarının bireye, topluma, kültüre, vs. şekil verdiği bir "hakikat(ler)" ağında, din, bu "hakikatlerin bütünsel kaynağı olmaktan çok, bireysel meşrulaştırım aracı olarak mevcudiyet göstermektedir. Durkheim gibi sosyologlar dini betimlerken, onun toplumsal tahayyül kaynağı olarak sosyal bir bütüne aidiyet hissi sağladığına dikkat çekmişken, şimdilerde ise postmodern dünyada din, paylaşılan belli bir hayat tarzı, bir kültür olmaktan çok, bireyselleşmiş bir davranış kodu olarak işlev görmektedir. Postmodernleşen dinin inanç ögesi gölgelenmiş bir din olduğu, son tahlilde dinsel olanın, dine dair tanımlayıcı ve tamamlayıcı unsurların global kapitalizmin etkileri yaygınlaştıkça şeyleşerek, nesne benzeri bir yapıya dönüştüğü görülmektedir.¹

Postmodern tüketim kültürünün yaşam biçimlerinde oluşturduğu etkilere karşı, dindarlık, tüketim kültürü sürecinin getirdiği kültürel değişime direnmekte, tüketim kültürü ise ürettiği yeni değerlerle karşılık vererek, ürettiği değerleri yaygınlaştırmakta, bir anlamda kendi değerlerini "yerleştirmeye" çalışmaktadır. Dindarlıktan farklı bir nosyondan beslenen tüketim kültürü, ürettiği değerlerle dinî ve toplumsal değerlerde değişme, kültürel pratiklerde farklılaşma ve bir yaşam tarzı telkin etmektedir.

Dindarlık ve postmodern tüketim kültürünü paradoksal olarak karşı karşıya getiren, hem dinin hem de tüketim kültürünün kendi amaçları doğrultusunda topluma bir düzen verme amacı taşımasıdır. Bu çalışmada, dindarlık ile söz ve eylem planında sosyal kategorilere göre değişen, göstergeleri zamansal ve mekânsal boyutlarda izlenebilen, yaşam tarzlarıyla uyum ya da çatışma halinde olan dinsel yönelimlere atıfta bulunulmakta,² çalışmanın kapsamında, çeşitli boyutlar altında dindarlık konu edilmeyip, dindarlık ile postmodern tüketim kültürünün karşılıklı etkileşimi göz önünde bulundurularak, dindarlık, postmodern tüketim kültürüyle ilişkiselliği içinde ele alınmaktadır.

Dinsel simgelerin görünürlüğünün, postmodern tüketim kültürünün araçlarıyla birlikte gözlemlendiği dindar çevreler, ekonomik ve toplumsal olarak çeşitli kültürel formlar yaratarak yeni görünüm, davranış, tutum ve yeni iletişim tarzları yaratmaya çalışmaktadır. Postmodern dünyada din, kültürel bakımdan özgün yaşam tarzlarını ve idealleri yeniden biçimlendirici ve piyasalaştırıcı özellikleriyle gündelik pratikleri, toplumsal hayatın ve kültürel pratiklerin yeni biçimlerine bağlayan bir süreci anlamaya çalışmaktadır.

POSTMODERNLEŞEN DİN: ÖZNE, NESNE, META BAĞLAMINDA BİR DÖNÜŞÜM

Postmodernliğin taşıdığı dini ikilemler, kendi içinde paradoksal bir nitelik de taşımaktadır. Bir tarafta, kendi inananlarının bile inançlarını belirleme ve fiillerini kontrol etmeye yönelik ciddi bir yönelim, diğer tarafta, büyük dinî geleneklerin sembolik havuzundan özgürce semboller ve referanslar ödünç alan inanç ve fiiller patlaması gözlemlenmektedir. Bir başka ifadeyle, postmodernlik, büyük dini sistemleri eritmeyi sürdürmekte, aynı postmodernlik, yeni dini formlar doğurma eğilimi taşımaktadır. Küresel planda önemi ve etkisi giderek artan dinin, yeni bireysel ve toplumsal formları ortaya çıkmakta, dinin, yeni formlarda kavramsallaştırılması zarureti doğmaktadır.³ Postmodern dünyada dinin konumu, dinin toplumda özne, nesne ve meta süreçlerinden hareketle yorumlanabilir. Dini, üç aşamalı olarak ele alan

¹ Ali Yaşar Sarıbay, "Dinin Postmodernleşmesi", *Düşünen Siyaset*, 2005, 21, s. 176-182.

² Celaleddin Çelik, *Geleneksel Şehir Dindarlığından Modern Kent Dindarlığına*, Hikmetevi Yay., İstanbul 2013, s. 173.

³ Bünyamin Solmaz, "Sosyoloji ve Din Sosyolojisi Tarihinde Din Odaklı Yaklaşım ve Yöntem Tartışmaları", *Din Sosyolojisi Klasik ve Çağdaş Yaklaşımlar* içinde, Ed. Bünyamin Solmaz, İhsan Çapcıoğlu, Çizgi Kitabevi, Konya 2006, ss. 39-42.

Atay,⁴ dinin tarıma dayalı geleneksel toplumda hayatın merkezinde yer aldığını, modernlikte dinin merkezi konumunun yer değiştirdiğini, dinin nesneleştiğini, bir anlamda dinin köşeye atıldığını, postmodern/postendüstriyel toplumda ise, dinin yeniden öne çıkarak, postmodern hayatın asli belirleyeni olan tüketim kültürü içerisinde, kültür endüstrisinin bir parçası olarak metalaştığını belirtir.* Özetle, din, premodern toplumda özne, modern toplumda, nesne, postmodern toplumda, meta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre, modernliği hedefleyen toplumumuz, pre-modern, geleneksel ve kırsal bir toplumsallık içinde karşılık bulan Cumhuriyet Türkiye'sinde, postmodern kitle kültürünün "küresel" uzanımlarının dışında kalamamakta, bir hayat içerisinde üç hayatı sığdırmak durumunda kalmaktadır.

Modernizme yöneltilen eleştirilerden sonra, postmodern yeni anlayış kendini güncelleyerek boşlukları doldurmaya çalışmakta, bunun için de, dini aktörlerin yoğunlaştığı alanların başında kamusal mekânların dönüştürülmesi süreci gelmektedir. İslâmi aktörlerin kamusal mekânları kullanma alışkanlıklarında hızlı bir dönüşüm sürecine dikkat çeken Kömeçoğlu,⁵ kentsel dokuya, tüketim kalıplarına ve serbest piyasa dinamiklerine dâhil olma çabasının İslâmi aktörleri içeriden dönüştürdüğünü belirtmektedir. Bu süreçte modernlik ve gelenek arasında karmaşık motifler sergileyen yeni ifade biçimleri ortaya çıkmaktadır. Bireyler arasında geliştirilen yeni söylemlerde, doktriner yaklaşımların yorumlarından uzaklaşmakta, gündelik, yüz yüze ilişkilerin oluşturduğu karmaşık bir kültürel alana girilerek farklı bedensel ifadeler ve mekânsal pratiklerle kamusal sahnede yeni görünürlük biçimleri kazanılmaktadır.

Postmodern izlediği çizgi olarak modern olandan farklılaşmasa da, yöntem olarak farklı bir yol izliyor görünmektedir. Modernin ya, ya da mantığı yerine hem hem de mantığını tercih eden postmodern yönelim, daha önce bir araya gelmesi düşünülemeyen İslam ve tüketim, muhafazakârlık ve moda, zihniyet ve moda, şov ve mahrem, türban ve kariyer olgularını bir araya getirerek, yeni bir içeriklendirmeye tabi tutmaktadır.

Bu dönemde Müslüman dünyasında filizlenen ve dış dünyayla kültürel anlamda bütünleşme ve kamusal alana daha fazla katılım şeklinde tezahür eden dinsel yeni, farklı yorumlanmış ve yaşanış şekilleri gözlemlenmekte, Batı modeliyle uyumlu "kırama" yapılar, eklemlemeler Müslüman dünyada hem tahayyül edilmekte hem de vücut bulmaktadır. Örnek olarak Müslüman kadının iffeti herhangi bir tesettür altında değil, en Avrupai, lüks ve moda kumaşlar altında kendisini ifade edebilmekte, İslâmi müzik ise, aynı şekilde, cihadist melodilerden kurtulup, new age, pop veya rap ritimleri üzerinden hem ticari hem de manevi" yükselme hedefine yönelmektedir.⁶ İslami çevreler modernden postmoderne geçişi, kendi içinde modern dünyada konumlanma fırsatı olarak görmekte, bu süreçte postmodernizm ve din, İslam ve kapitalizm, dindarlık ve modernlik arasındaki paradoksal süreçler, çelişkili eylem ve söylemlere de sahne olmaktadır. Dindar kimlik ve Batı modernliği arasında gözlenen paradoksal ilişkide, dindar bireyler, modernliği söylem düzeyinde sürekli olarak eleştirmekte, ama bireysel davranış ve toplumsal pratik düzeyinde ikisi arasındaki etkileşim her geçen gün daha da derinleşmekte ve karmaşıklaşan bir görüntü vermektedir. Mütedeyyin dindarların bu çelişkili durumunu, İslâmi cemaate modernliğin yan-

⁴ Tayfun Atay, *Din Hayattan Çıkar*, İletişim Yay., İstanbul 2004, s. 86.

*Modern yaşam biçimlerinin kültürel yapısındaki süreçlerden birisi olan metalaşma, benlik dâhil hemen her şeyin piyasanın kontrolüne girmesidir. Giddens'in deyişiyle (2010: 246-248) metalaşma, bazı biçimlerinde, bu nitelemenin ima ettiğinden daha sinsi bir süreçtir ve sadece hayat tarzları değil kendini gerçekleştirme de piyasanın kriterlerine göre ambalajlanır ve dağıtılır. Özellikle tüketimin metalaşmasının mevcut davranış kalıpları veya hayat alanlarının yeniden düzenlenmesinden ibaret değildir. Metalaşma sürecinde, örneğin, kitle iletişim araçlarının rutin bir biçimde herkesin arzulaması gereken hayat tarzları sunduğu ima edilir; zenginlerin hayat tarzları farklı biçimlerde göz önüne çıkartılır ve taklit edilmeye değer şeyler olarak tasvir edilir.

⁵ Uğur Kömeçoğlu, *Kimlik Mekân Gündelik Hayat*, Ufuk Kitapları, İstanbul 2012, s. 93.

⁶ Patrick Haenni, *Piyasa İslam'ı*, (çev. Levent Ünsaldı, Özgür Üniversite Kitaplığı, Ankara 2011, s. 17.

sıdığıının göstergesi olarak okunması gerektiğini belirten Göle⁷ postmodernliğin, modernlikten paradigmatik olarak kopmadan, revize edilmiş bir stratejiyle yoluna devam ettiğini düşündürmektedir. Tüketim pratikleri üzerinden konumlanmakla birlikte İslami çevrelerin, gündelik hayatı şekillendirmeye yönelik, dine alan açmaya dönük söylemleri varlığını da sürdürmektedir.

Postmodern anlayışın zıtlıkları biraraya getirmesi, modernin/sekülerin nesneleştirdiği dindar bireylerin, sekülerin alanına dâhil olmasını mümkün kılmıştır. Yeni yönelimde İslam ile sekülerin yakın karşılaşmalar, çarpışmalar ve iç içe girişler içinde olduğunu belirten Göle'ye göre⁸ dindar bireyler, dindarlık ile kamusalılığı, Müslümanlık ile modernliği birleştirebilmenin yollarını aramakta ve ikisinin de anlamını dönüştürmektedirler. İslam geçmişte toplumsal ve kültürel tanınmadan mahrum bırakılmış toplumsal grup ve sınıfların yükselmesi için bir sermaye kaynağı olmaktadır. Bu kesimlerin seküler kesimlere ayrılmış kabul edilen üniversite, plaj, konser salonları, alışveriş merkezleri gibi eğlence ve tüketim bağlamındaki temayüz alanlarına girmesiyle birlikte dinsel olanı dışlayan yazılı olmayan yasalar çiğnenmiş olmaktadır.

Dini çevrelerin klasikten moderne, modernden postmoderne kimlik yapıları bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu bağlamda İslâmi kesimin kamusal alana çıkarak başta tüketim, eğitim, örtünme vb. alanlarda görünür olması sonucunda dindar ve seküler bireyler arasında "karışım kimlikler" oluştuğunu ileri süren Taslaman,⁹ Türkiye'deki "karışım kimlik" olgusunun; yukarıdan-aşağı modernleştirme projesinin, şehirleşme gibi süreçlerde toplumda ortaya çıkan dinamiklerin, küreselleşme sürecinde küresel kültürle daha çok karşılaşma gibi sebeplerin ve İslâmi kesimin bu konudaki yaklaşımlarının birleşiminin bir sonucu olarak, "karışım kimlikler", a) devletin ideolojik aygıtlarının şekillendirmesi, b) şehirleşmenin sebep olduğu dinamikler, c) başta televizyon olmak üzere medyanın taşıdığı kültür, d) artan yabancı sermaye yatırımları, ithalat, yabancı patentlerle/ taklitte yapılan üretimler sonucunda küresel kültürü taşıyan ürünlerle artan karşılaşma olmak üzere dört maddede toplanmakta, İslâmi unsur ile Batılı/modern unsurların bir arada olduğu yeni oluşan kimlikler, Batı ile İslam'ın karşı karşıya bir durumdayken, bireylerin kimliklerinde beraberce buluşması, başlangıcı bir arzuya dayanmadan, rastgele ve karmaşık süreçlerin sonucunda oluştuğunu belirtmektedir.

Postmodernliğin İslami çevreler açısından, başlangıçta bir imkân olarak değerlendirilebilecek serbestleşme, dini yaşam tarzına alan açacak alan boyutları ile dindarlığın, görünürlüğünün artmasıyla bağlantılı öz yerine imajın belirleyici olmaya başlaması şeklinde bir yönelim de gözlenmektedir. Postmodern anlayışın din ile paradoksal birlikteliği, popüler kültür ve dindarlık ilişkisinde, dinin popülerleştiği bir süreci getirirken, dindarların popüler kültüre dâhil olduğu çift yönlü bir süreci de getirmiştir.¹⁰ "İslâmi" olanın kamusal alanda görünürlüğünün artması ile dindar Müslümanların modernleşme süreci hız kazanmakta, hatta modern bir fenomen olan İslamcılığın yeni kanallar bulup devam edebilmesi ve dönüşüp yeni formlar kazanması mümkün olmakta, sekülerleşme ve İslâmîleşme birlikte tecrübe edilmektedir. İslâmi hayat tarzları modernleşmekte ve bu süreçte İslâmi aidiyetler ve kimlikler de dönüşmektedir. Aynı zamanda dindar insanlar, İslâmi formları muhafaza etme konusunda ısrarcı olmayı sürdürmektedir. Giyim konusunda bir taraftan "örtünme" şekil şartlarıyla birlikte formel olarak tanımlanıp dini bir vecibe olarak sunulmaya devam etmekte, öbür taraftan "giyinme" estetik ve çekici olmaya yönelik göstererek giyime yüklenen anlam dönüşüm geçirmektedir.¹¹ Batı modernizasyonuna alternatif

⁷ Nilüfer Göle, *Melez Desenler İslam ve Modernlik Üzerine*, Metis Yay., İstanbul 2002, s. 125-126.

⁸ Nilüfer Göle, *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*, (çev. Erkal Ünal, Metis Yay., İstanbul 2012, s. 46.

⁹ Caner Taslaman, *Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de İslam*, İstanbul Yayınevi, İstanbul 2011, s. 247.

¹⁰ Vejdî Bilgin, "Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü", *Kültür ve Din* içinde (Der. M. Ali Kirman-Abdullah Özbolat), Karahan Kitabevi, Adana 2014.

¹¹ Edip Asaf Bekaroğlu, "Başörtüsü Reklâmları: Muhafazakâr Bir Dönüşümün Hikâyesi", *Birikim Dergisi*, 2008.

oluşturma iddiası olan alanların başındaki giyim konusunda, dindar çevreler, ilkin İslâmi olanı modernleştirmeye, sonra modern olanı İslâmileştirmeye çalışmaktadır. Başka bir ifadeyle, İslâmi olan örtünme, tesettür modasıyla modernleştirilmekte, ardından moda vs. ile birlikte örtünme, dindar kimliğin göstergesi olarak ifade edilmektedir. Dindar ve seküler tanımlamaları birlikte kullanılmakla birlikte, belirttiğimiz bu kategorilerden özellikle dindar kesimin yaşam tarzlarını simgeleyen boyutlarda değişimin izlerini görmek mümkündür. Dindar kesimin tüketime yönelik tutumlarının yaşam tarzı odaklı sürmesi, toplumsal yapı ve değerlerin değişmesine de yol açmaktadır.

Postmodern dünyada konumlanma talebindeki dindar kategorinin, tüketim kültürünü yaşam tarzlarında somutlaştırarak inşâ ettiği kamusal İslam, Göle'nin deyişiyle¹² hem kişisel ile kamusal arasındaki sınırları ve dinsel ile seküler arasındaki karşıtlıkları belirsizleştirerek bozmakta, hem de bu ikili karşıtlıklar arasında yeni ödünç alışları, harmanlanmaları, yeni bileşimleri beraberinde getirerek, yeni türden İslâmi örtünme şekillerinin icadı olan moda alanındaki değişime işaret etmektedir ki bu değişimler, güzellik, dişilik ve cinsellik arasında yeni bağların kurulduğunu ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca bu süreç, kişinin kendine özen göstermesi, "kendini memnun etmesi" ve "kendine iyi bakması" kültürünün, beden hem kişisel özgürlük için bir külte dönüştüğünü göstermekte, hem de neoliberalizmin buyruklarına uyar hale geldiğini gösteren hızlanmış bir sekülerleşme sarmalına kadınların bedenlerinin dâhil olmasıyla eşzamanlı olarak gerçekleşmektedir.

Postmodern anlayışın dini, "meta" gören yaklaşımı, dine olan ilgiyi artırdığı için, dindar bireyler, dinin kamusal alandaki ve medyadaki görünürlüğüne olumlu bir çerçevede yaklaşmaktadır. Modernliğin dine yaklaşımındaki, dinin özel alana ait bir olgu olduğu, modern değerlerle dinsel değerler arasında bir kopuş olduğu ve bu yüzden de dinin modernleşen gündelik hayatın dışında tutulması gerektiği ifade edilmekle birlikte¹³ günümüzde yaşanan şekilleriyle İslam, modernliğin karşısında olan bir şeyden ziyade, modern toplum ile baş etmenin araçlarından biri haline gelmiştir ve tam da bu sebeple modern bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.¹⁴ Postmodern dünyada dinin konumunda, İslâmi inanç temelli pratikler ve tutumlar ile modern olan pratik ve tutumlar arasında sürmekte olan çelişkiler de gözlenmektedir. İslam'ın postmodern anlayışta, modern toplum ile baş etmenin bir aracı ve modern göstergelerle iç içe bir durum sergilemesi, dinin konumuyla ilgili tartışmaları canlandırmaktadır.

Postmodern dünyada dindar bireylerin, kolektif ve söyleme dayalı bir etkinlikten çok, onu kamusal alan içine sokmaya çabalayan performatif ve kişisel bir girişim içinde bulunmaları,¹⁵ kendileri açısından özneleşme tavrı olarak okunabilirse de, sonuçları itibarıyla postmodernin kontrolünde bir süreç gerçekleşmektedir. Benzer bir biçimde, yeni anlayışta, örtünme, küresel moda endüstrisinin değişen döngüsü aracılığıyla bir metaya dönüşmekte, aynı zamanda İslam ve dindar kadını temsil eden temel göstergeyi dönüştürmektedir. Gökarıksel ve Secor'un¹⁶ belirttiği gibi, kadınların örtünmesi, bir yandan, örtünme-moda endüstrisinin iddiasının savunucuları tarafından, İslâmileşmenin bir işareti olarak okunabilir. Öte yandan, dindar kadının tam da bulunduğu noktada bir moda ögesi olarak örtü/tesettür piyasasının, örtünün anlamını bulanıklaştırması olarak okunabilir. Örneğin, 1980 sonrası İslâmi kesimin görünürlüğü, birkaç biçimde kültürel alanda İslam'ı popülerleştirmiştir. İslâmi içerikli bir medyanın ortaya çıkması ve

¹² Göle, *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*, s. 38-40.

¹³ Necdet Subaşı, *Gündelik Hayat ve Dinsellik*, İz Yay., İstanbul 2004, s. 116.

¹⁴ Arif Dirlik, "Modernity in Question? Culture and Religion in an Age of Global Modernity", *Diaspora*, 2003, 12 (2), s.154.

¹⁵ Nilüfer Göle, *İç İçe Girişler: İslam ve Avrupa*, Metis Yay., İstanbul 2010, s. 137-138.

¹⁶ Banu Gökarıksel - Anna J. Secor, "New Transnational Geographies of Islamism, Capitalism and Subjectivity: The Veiling-Fashion Industry in Turkey", 2009, *Area*, 41 (1), s.6.

ikinci boyut, yeni tüketim kalıplarının yükselişi olarak bu popülerleşmenin önemli iki boyutu bulunmaktadır. İslâmi içerikli medya içerisinde İslam'ın sesini duyuran gazete, dergi, bestseller eserlerin içinde olduğu filmler, radyo ve televizyon programları yer alır. Yeni tüketim kalıpları ise, turizm ve moda gibi İslâmi kesimin yeni boş zaman etkinliklerini içerir.¹⁷

Dinsel, geleneksel ve siyasal anlama ilave olarak tüketim bağlamında yeni bir anlam olarak örtünme pratiğinin değişen anlamlarını kategorize eden Kılıçbay ve Mutlu,¹⁸ örtünmeye tüketim bağlamında yüklenen yeni anlamı, Türkiye'de 1990'ların başından bu yana, 'tesettür moda'sının yükselişi, tüketim kültürüne eklenme sürecinin bir sonucu olarak görür. Yeni yönelimde örtünme pratiğini, tüketim, meta ve hatta zevk kalıplarından ayrı düşünmek zordur. Ayrıca örtünme, piyasa ekonomisinin küresel ve yerel eğilimleri tarafından uyarılır. Bu eğilimleri takiben, Türkiye'deki giyim firmaları, kentli orta ve üst sınıfa ait kadınları, İslâmi prensiplere uygun olarak giyim tercihlerine yönlendirmektedir. Örtünmenin çift yönlü stratejisinden ilkinde, kadınlar tesettür yoluyla geleneksellikten ve geleneksel kadın imajından uzaklaşma çabası ve aynı zamanda kültürel olarak kabul gören namus, iffet gibi anlayışlara yeni bir tanım getirmeye çalışmakta, ikinci stratejide ise, dindar kadınlar, modernin ya da modernliğin içeriğini tersyüz edip "modern olmaya" yeni öznel bir tanım getirerek, eğitim ve meslek gibi modernlik tarafından kodlanan alanlara geçiş talep etmektedir.¹⁹ Günümüzde moda unsuru olarak görülen tesettür, dindar bireylerin kilit simgelerinden biri ve kilit konumuna karşın, diğer İslamcı hayat tarzı tercihlerinde olduğu gibi, çok yönlü, çelişkili yorumlarla kırılmaya uğramıştır.²⁰ Tesettür, küresel ile yerel, tutarlı bir gündem veya imaj çerçevesinde değil, kültürel geleneklerin ve toplumsal söylemlerin olumsal bir eklektizmi içinde birleşmekte, aynı giyim farklı anlamların ve kimlik konumlarının taşıyıcısı olabileceği gibi bazı giyim tarzları da simgesel olarak birbirine daha yakın hale gelmiş, tesettür bazı durumlarda bir siyasi ideoloji olarak İslam'a bağlılık dolayısıyla benimsendiği halde, aynı zamanda sosyo-ekonomik statü tarafından da derinden etkilenmiştir. Politik amaç geri plana düştüğü ve tarzlar çeşitlendiği ölçüde sosyo-ekonomik farklılaşma giderek daha belirgin olmuş, tesettür bir kategori değil bir süreç olarak, bu niteliğiyle de kendi başarısının kurbanı olmuştur.²¹

İslâmi aktörlerin postmodern tüketimi benimsemesinin ana nedenlerinden biri, yeni toplumsallık tarzları ve giyim kodları geliştirip, onların farklı kamusal davranış ve eylemleri gerçekleştirmek istemeleridir. Bu aynı zamanda yeniden bir adapte olma, test etme amacı taşırken, İslam'ın kabul edilen sınırlarına aksi yönde hareket etmek anlamına gelmektedir. Postmodern anlayışın yörüngesinde İslâmi tüketim, İslam'ın geçtiğimiz on-yirmi yıllık dönemde elde ettiği yeni kamusal görünürlüğün bir parçasıdır. Bu yeni formlar, İslami çevrelerin toplumsal imajını ve kompozisyonunu dönüştürmekte ve dindar bireyler, kendilerini tüketim değerlerine alıştırdıkça ve bu alışma süreci kültürel pratikler çeşitlendirmektedir.²²

Dindar bireyler, postmodern tüketim pratiklerini benimsedikçe, seküler yaşam tarzlarını ödünç alarak, varlıklarını ve güçlenmelerini borçlu oldukları kolektif hareketten uzaklaşmaya başlayan İslâmi kesimin aktörleri, kültürel bir hareketten çok daha fazlasını ifade etmekle birlikte, bu dünyaya dönük ya-

¹⁷ Barış Kılıçbay - Mutlu Binark, "Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle Fashion for Veiling in Contemporary Turkey", *European Journal of Communication*, 2002, 17 (4), s. 497.

¹⁸ Kılıçbay-Mutlu, *agm.*, 497-499.

¹⁹ Aynur İlyasoğlu, *Örtülü Kimlik, İslamcı Kadın Kimliğinin Oluşum Ögeleri*, Metis Yay., İstanbul 2013, s.131.

²⁰ Jenny B. White, *Türkiye'de İslamcı Kitle Seferberliği*, (çev. Esen Türoy, Oğlak Yayıncılık, İstanbul 2007, s. 332-333.

²¹ Jenny B. White, "İslâmi Moda", *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında* içinde, (Haz. Çağlar Keyder), Metis Yay., İstanbul 2009, s. 102; Levent Baştürk, "Consumer Culture and Religiosity in Turkey-1" http://www.wakeup.org/anadolu/05/4/consumer_culture.html, Erişim Tarihi: 17.07.2013.

²² Uğur Kömeçoğlu, "Islamic Patterns of Consumption", *Cultural Changes in the Turkic World*, (Ed. Filiz Kırıl, Barbara Pusch, Claus Schönig, Arus Yumul), Würzburg 2007, s.68.

şam tarzlarının veya kapitalist güçlerin basit bir biçimde asimilasyon süreci anlamına da gelmemektedir. Tüketim, bu süreçte insanların tükettiği ve tükettikleri üzerinden kimlik inşa etme çabalarından dolayı daha da önem kazanmakta, tüketim, kültürel gruplar arasında kademelenme de üretebilmektedir. Örneğin, İslâmi hoteller söylemi, İslâmi ahlakın korunduğunu ileri sürmekte, kadın-erkek mahremiyetine uygun olan konseptle saygıyı vurgulamaktadır. İslâmi hotelde tatil yapma, “huzurlu tatil” olarak sloganlaşmakta, huzurlu tatil, İslâmi sınırlar içinde, “helal keyif” anlamında kullanılmaktadır. Hoteller, İslâmi kurallara göre yaz tatillerini önermekte, ibadet saatlerine uygun düzenlemelerin yapıldığını ayrıca sadece alkolsüz içeceklerin servis edildiğini hatırlatmaktadır. Tüketim toplumunun modern yaşam tarzları, mütevazı dindar kimliklerin sembelleri ve sembollerine birleştirilmektedir.²³ Dinin bu süreçte, dindar bireylerde yaşam tarzları üzerinden modernitenin bir şekilde kendini korumasına yardım eden bir fonksiyonla karşımıza çıktığını belirten Casanova’ya göre²⁴ bir kimlik olarak dindar bireylerin din anlayışı kendine özgü özellikler göstermekle birlikte paradoksal olarak modern yaşamda görünür olmanın, var olmanın ve modern yaşama entegre olmanın bir unsuru haline gelmektedir.

Dini ürünler ve metaların üretimi ve ticaretindeki patlama, dini kimliğin ifadesi, görevler ve ritüel pratiklerinin uygulanmasındaki yardımlar, inancın göstergesi olarak yaygınlaşmaktadır. İslâmi kültür endüstrisi, metalar, imajlar ve anlamları, sosyal ağlar olarak kullanmakta, kapitalist piyasanın gerekliliklerine ve güç yapılarına göre İslâmi pratikleri, yeniden şekillendirerek İslâmi kimliğin belirleyicilerini yaygınlaştırmaktadır.²⁵ Çünkü tüketim aracılığıyla bireyler, kimliklerini ve sosyal ilişkilerini farklı biçimde oluşturmaktadır. Kimlik oluşumu süreçleri, postmodern durumda ticarileşme ve metalaşmayla birbirine bağlanmaktadır. Anlam oluşturma süreci olarak tüketim, belirli bir yaşam tarzı ve tüketim kalıplarının ifadesi olarak İslamcılık ve İslâmîleşmenin çoklu biçimlenişinde de gözlemlenebilmektedir.²⁶ Dindar bireylerin kimlik yapıları, seçicilik, değişken, parçalı özellikleriyle tüketime odaklanarak tasarlandığı için kimlik belirsizleş(ebil)mekte, kimlik, yönünü, tüketim pratiklerinin telkinlerine göre bulmaya çalışmakta, tüketim kültürünün yaşam tarzlarında temsil edildiği bir kimlik üretilmektedir.

Dindar kadınlar, sınıfsal temelde “Müslüman kadın giyinmeyi bilir ve tarzını yansıtır” telkinleriyle modayı takip etmekte, alışveriş yapmakta, seküler kadınlar da olduğu gibi genç ve zayıf görünmek için güzellik salonlarına gitmekte, kişisel bakım açıklamasıyla kozmetik malzemeleri kullanmaya özenmektedir. Böylece dindar kimlik, tüketim kültürünün normlar dizisinden yararlanılarak oluşturulmaktadır. Dindar bireylerin postmodern tüketim kültürüne yönelik yaklaşımlarında tüketime meşruluk arayışı gözlemlenirken, kimlik tanımlamasında piyasanın etkisi fark edilmektedir. İslâmi kesimi de içine alan kapitalizmin serbest piyasa ekonomisi, serbest piyasaya yeni mallar sürmenin bir parçası olan yaratıcılık ve yenilikçilik, kültür politikasının şekillenmesine de damgasını vurmakta, kimlikler de önemli ölçüde, piyasa bağlamında üretilmektedir.²⁷

Gündelik hayatta, özellikle çalışma hayatında, kişisel bakım, insan ilişkilerinde de özgül ağırlığa sahip bir alandır. Modernite, bireyin kimliğine yaklaşırken, bedensel dış görünüş tipleri ve davranış tarzlarına vurguyu öne çıkarır. Kişisel kimlikten ziyade toplumsal kimliğin işareti olan dış görünüşün göster-

²³ Kömeçoğlu, “Islamic Patterns of Consumption”, *Cultural Changes in the Turkic World*, s. 66; M. Hakan Yavuz, *Modernleşen Müslümanlar*, (çev. Ahmet Yıldız), Kitap Yayınevi, İstanbul 2008, s. 138-139.

²⁴ José Casanova, *Public Religions in the Modern World*, Chicago, University of Chicago Press, London 1994, s. 228-229. (Tercümesi için bkz. José Casanova, *Modern Dünyada Kamusal Dinler*, (çev.-Ed. Mehmet Murat Şahin), Sakarya Üniversitesi Yay., Sakarya 2014).

²⁵ Banu Gökarkınel-Ellen Mclarney, “Introduction: Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry”, *Journal of Middle East Women’s Studies*, 2010, 6 (3), s.7.

²⁶ Salwa Ismail, “Being Muslim: Islam, Islamism and Identity Politics”, *Government and Opposition*, 2004, 39 (4), s. 626.

²⁷ Yael Navaro-Yashin, “Kimlik Piyasası: Metalar, İslamcılık, Laiklik”, *Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat* içinde, Ed. Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber, (çev.Zeynep Yelçe, Metis Yay., İstanbul 2003, s. 254-255.

gesi olarak makyaj ve giyim, toplumsal cinsiyet, sınıfsal konum ve mesleki statünün bir göstergesi olmayı sürdürür. Giyim tarzları çoğu kez bireysel farklılıktan ziyade, grup baskılarından, moda, reklamcılıktan ve özellikle de sosyo-ekonomik kaynaklardan şekillenir. Kimlikle uyum içinde davranış tarzları, içinde bulunulan ortamlardan etkilenir, bireyin sadece kamusal alanlarda diğerleriyle etkileşime hazır olması değil, aynı zamanda farklı ortamlar ve yerlerde uygun davranışları sergileyebilmesi beklenir. Bireyler, hem görünüşlerini hem de davranışlarını ilgili ortamın algısal taleplerine göre şekillendirirler. Belirli, sabit, uygun davranış biçimlerini farklı etkileşim ortamlarında sürdürebilmek, genellikle bireysel-kimliğin iç-bütünlüğünü korumanın bir aracı olarak öne çıkar. Bireysel-kimliği sergileme potansiyeli kontrol altında tutulur, zira uygun davranış, "kendini bedeninde, evinde hissetme" ve kişisel anlatı arasında bir bağlantı sağlar. Uygun davranış, hem "normal dış görünüşü" sürdürebilmek hem de farklı yer ve zamanlarda kişisel sürekliliği sağlamak için, kişisel anlatıyla etkili bir biçimde bütünleşir.²⁸

Postmodern anlayışta din, kurumsal ya da toplumsal biçimlerinden soyutlanarak bireysel dindarlık yönelimli olarak özerkliği vurgulayan bir anlayış içinde görülmektedir. Roy'a göre,²⁹ bireysel dindarlığın bir boyutu olarak örtünme gibi dinsel bir çerçevede değerlendirilebilecek konuların bile yeni yönelimde, ancak kişisel bir tercih olarak kodlanabilmektedir.

Postmodernliğin öznenen metaya dönüştürdüğü süreçte, İslâmi normatif gelenek, bir taraftan korunurken, öbür taraftan da köklü bir biçimde değişime uğraması, bir ölçüde paradoksal bir süreç olarak modernliğin bazı yönlerini özümseme, şekillendirme, aynı zamanda reddetme tavrını bu çalışma bağlamında kullanırken, Göle'nin savunageldiği, "yerel moderniteler" ve "Batı dışı modernite"³⁰ kavramsallaştırmaları, realiteyle uyuyor görünmemekte, postmodernliğin din ile paradoksal birlikteliğinde, yerli unsurlar ön plana çıkarılsa da, postmodern göstergelerin yaygınlığı, modernlik dışında bir alan oluşturmamaktadır. Ayrıca Göle'nin³¹ ifade ettiği yaklaşım, modernliğin küreselleşmesi ve yerelleşmesini modernliğin dışında bir süreç olarak gördüğü için eleştiriyi hak etmektedir. Göle, çok yönlü bu güzergâhı izleme, görme, dillendirme iddiası taşıyan "Batı-dışı modernlik" kavramını, Batı'nın coğrafya, tarih ve kültürüyle tanım kazanmış modernlik deneyiminin bugün farklı coğrafyalara açılması, yeni kültürel havzalarda yeşermesi ve değişik dillerde yeniden anlatılması olarak ifade etmektedir. Göle'nin yaklaşımı, "çoğul modernlik, alternatif modernlikler, yerel modernlik vb. kulağa hoş gelen değişen modernlik deneyimi ve tanımları, farklı coğrafya ve kültürlerin konumundan bakarak yeniden düşünme uğraşısının bir parçası" olarak ifade edilse de postmodern dünyada din bağlamında ortaya çıkan dindarlık ve tüketim kültürünün görünüşleri, modernliğin, kapitalizmin ana akımının dışında bir konuma oturmamaktadır.

Modernlik olgusuna yönelik, kültürler üstü tek tip bir gelişme eğrisi olduğu inancı ile evrensel yasaları bulmayı hedefleyen bilim anlayışını homojenleştiren, tek merkezli bir güç olarak gören anlayış yerine parçalı, farklılıklara ve yerel unsurlara karşılık gelen kendini ifade talepleri de, -aynı postmodern olanın modern olanın bir devamı niteliği taşıdığı gibi- modern anlayışın sınırlarına dâhildir. Postmodern dünyada din, Göle'nin belirttiği gibi, modernliğin tanımını değiştirebilecek yeni deneyimlerin varlığı ve farklı kültürel güzergâhlarla yetinmeyip, fark yaratma, var olan modernlik modelini aşma sorusunu gündeme getirebilmekte ve yeniliğin taşıyıcılığını yapabilmekte ancak Batı dışı bir model oluşturabilmekten uzak görünmektedir.

²⁸ Anthony Giddens, *Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*, Say Yay., İstanbul 2010, s. 132-133.

²⁹ Olivier Roy, *Küreselleşen İslam*, (çev. Haldun Bayrı), Metis Yay., İstanbul 2003, s. 102.

³⁰ Göle, *İç İçte Girişler: İslam ve Avrupa*, s. 92-99.

³¹ Göle, *Melez Desenler İslam ve Modernlik Üzerine*, s. 160-161.

POSTMODERN DÜNYA, PARADOKSAL MÜSLÜMANLIK: HUZURSUZ BİRLİKTELİK

Türkiye’de seksenli yıllarla başlayan dönem, küreselleşme süreci, serbest piyasa ekonomisi, dışa açılan Anavatan Partisi’nin (ANAP) iktidar olduğu dönemlerle başlayan, Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AKP) iktidara geldiği 2002 yılı İslâmi duyarlılıklara sahip olan kesimlerin Türkiye’nin toplumsal dönüşümünde aktör olmayı sürdürdüğü yıllar olarak kayıtlanır. Özellikle Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarıyla birlikte, toplumsal ve ekonomik değişimi, dini dönüşümle birlikte düşünmenin gerektiği bir döneme girilir. Bu dönemden itibaren Adalet ve Kalkınma Partisi’nin serbest piyasa ekonomisine dayalı politikalarının etkisiyle, bir taraftan kapitalist sistem, İslâmi kesimde meşrulaştırmaya başlamış, diğer taraftan İslâmi kesimin artan ekonomik gücü ve kamusal alanda görünürlüğü ile kendisini tüketim kültürünün pratikleriyle ifade etmeye başlaması olarak çift yönlü bir süreç şekillenmeye başlamıştır. Dünyada mütedeyyin Müslümanların son yirmi-otuz yıldır köklü ve çelişkili bir dönüşüm sürecinden geçtiklerinin Tuğal³² işaret ederken, benzer bir biçimde Geertz, bu süreçte İslam’ın, “modern yaşamın karmaşasıyla ve istikrarsızlığıyla iç içe geçtiğini” belirtmektedir.³³

Postmodern yaklaşımda, seküler hayatın görünümüne örnekler olarak, tüketim kültürü, muhafazakâr moda, İslâmi tatil vb. modern kent yaşamının dini değer ve kurallara ne kadar derinden müdahil olduğuna, bunları nasıl etkileyerek dönüştürebildiğini örnek olarak vermek mümkündür. Dindar çevrelerin gündelik pratiklerine yansıyan örnekler, postmodern kapitalizmin kültürel formlarına uyum olarak nitelenebileceği gibi, İslâmi olarak tanımlanan unsurların gündelik hayatta daha fazla görünür olmasını da temin etmektedir. Postmodernin, modern olandan farklı olarak birlikte sunduğu karşıtlığın birarada olması durumunu White,³⁴ araçsal bir nitelemeyle “çelişik kültürel geleneklerin melezleşmiş bir sentezi” olarak ifade etmektedir.

Postmodernizm ile dinin anlam çerçevesinin karşıtlığı dayandığı sayıltılarda yatmaktadır. Bu yaklaşımlarda dinden ya da postmodernizmden hareket edilmesi karşıtlığın analizinde belirleyici olabilmektedir. Postmodern dünya, pratikte çeşitli ve değişken bir davranışlar ve eğilimler bileşimini ifade eder. Postmodern ve din, gerilimli bir ikili olarak görünmelerine karşın, günlük yaşamın gerçekliğinde, piyasa anlayışlarında "hoşnutsuzluk" boyutu bulunsa da, bölünmez bir bütün de oluşturmakta, postmodernliğin ve dindarlığın anlamları ve parametreleri, tüketim kültürü bağlamında benzer yapılardan destek aldığı ortustmektedir. İslâmi sembollerin her geçen gün gündelik hayatla daha da uyumlu hale geldiği, söylem ve düşselin, insanoğlunun geldiği bu noktada, alternatifsiz bir açmaz içerisinde donup kaldığı günümüzde, dinsel pratik gündelik hayatta akıntıya karşı yüzmekte ve açıkça ifade edilmese de İslam ve Batı arasında mecburi uzlaşılara kapı aralamaktadır. Bu yeni dinsel pratikler, aynı zamanda İslam’ın siyassallaşmasının bir zorunluluk olmadığını, tüketim ve birey yönelimli dindarlıklarla seküler dünya görüşünün sembollerinin aynı alanı rahatlıkla paylaşabileceğini belirtmektedir.³⁵ Buna karşıt olarak postmodern yaşam biçimlerine yönelik mesafeli tutum, dini hassasiyetlerle birlikte anlaşılmaktadır. Dindar bireyler, postmodern yaşam biçimlerinin, dini, “metalaştırdığı” düşüncesiyle endişelerini belirtirken, metalaşma endişesi arka planında, dindar bireylerin, dini olanı ve dünyevi olanı dengeleme düşüncesi bulunmakta, tüketim kültürünün belirleyiciliği dini hassasiyetlerle çakışmaktadır.

Geleneksel dünyada hayat, durgun bir su gibi usul usul ve bir üslup içinde yaşanırken, modern hayat, her şeyin hız etrafında cereyan ettiği, insanın çevresindeki hız yüzünden ne olup bittiğini anlaya-

³² Cihan Tuğal, *Pasif Devrim, İslâmi Muhalefetin Düzenle Bütünleşmesi*, (çev.Ferit Burak Aydar), Koç Üniversitesi Yay., İstanbul 2010, s. 9.

³³ Dilek Yankaya, *Yeni İslâmi Burjuvazi Türk Modeli*, İletişim Yay., İstanbul 2014, s. 252.

³⁴ White, “İslâmi Moda”, *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında*, s. 112.

³⁵ Haenni, *age.*, s. 36.

madan kendini bir akışın içinde bulduğu bir hayata karşılık gelmektedir. Bu yüzden nefis ile mücadele etmenin daha önceki zamanlara göre daha zor olduğu modern dünyanın insanı, ulvî olan ile bağınyı yitirmemek için sürekli olarak akışa karşı durmak, akışa karşı yüzmek zorunda kalmaktadır.³⁶ İslam dini içinde yaygın olan ilke, bireyin hem bu dünya için hem de ahiretin dengesi için çalışırken, dünya ve âhiret arasındaki denge bozulduğunda ve dünyevi olana bağlılık arttığında din ve modernlik arasında gerilimlerin, çelişkilerin arttığı görülmektedir. Bu durum, Tuğal'ın,³⁷ "gündelik hayatta modernleşmenin gelenekçilikle huzursuz birlikteliği" olarak ifade ettiği sürece karşılık gelmektedir.

Dindar bireyler, dini sembollerin piyasa toplumunda metalaştığını, dini göstergelerin ticari kaygılarla kullanıldığından rahatsızlıklarını ifade etmektedir. Dini yaşam tarzları aşkın özellikleriyle ithal edilen batılı yaşam tarzlarından farklı olmakla birlikte, tüketim kültürü ile birlikte dini yaşam tarzları da nesneleşmekte, ticarileşmekte ve tüketim kültürü değerlerine göre yeniden inşa edilmektedir. Dini yaşam biçimlerinin oluşumundaki tüketim davranışlarının nedenleri Batılı tüketim anlayışından farklı değildir. Dini yaşam biçimlerinde hızla artan tüketim alışkanlıkları, daha iyi ve daha lüks yaşama isteğini yansıtmaktadır.³⁸

Postmodern tüketim kültürünün dindar bireylerin görünüm biçimleri geleneksel dini değerlendirmelerden bir kopuşu da sergilemektedir. Piyasada, tüketim kültüründe "kültür"ün meta halini aldığı din, kültüre indirgenmekte ve kültürleşen dini göstergeler de özünden kopartılarak, metalaşmaya, statü veya prestij göstergesine dönüşmektedir.³⁹ Dini değerlendirme biçimindeki bu kopuşun ilk aşaması, kültürün metalaştığı piyasada dinin kültüre indirgenmesi aşaması, ikinci aşama ise, dini göstergelerin metalaşarak, statü ve prestij göstergesi olarak işlev görmesidir. İslâmî kültüre eleştirel bir yaklaşımla Al-Azmeh,⁴⁰ en temel ve yapay kültürün giyim tarzı ve gösterişi dindarlık üzerinden kültür oluşturulmaya çalışıldığına işaret etmektedir.

İkircikli bir durum tecrübe eden dindar bireyler, bir taraftan erdem, sabır, tevazu, sosyal dayanışmaya vurgu yapan İslam kültürü, diğer taraftan bireyi ve bireyin hazzını, isteklerini temel alan, kendini düşünerek anı yaşamayı telkin eden tüketim kültürü ve bu kültürün empoze ettiği filmler, klipler, reklamlar gibi kültür endüstrisi ürünleri arasında iki farklı dünya tasavvurunun etkisinde kalan bireylerin bir sentez oluşturması kolay görünmemekte, aksine bireyler iki farklı dünya tasavvurunun etkisinde kalarak tutarsız davranışlar* sergilemektedir.⁴¹ Dindar bireyler, tüketim kültürü ve onun enstrümanlarına karşı mesafeli tavır takınsalar da, tüketim kültüründe, özel alan, kamusal alana taşıdığı için, dindar camia kamusal alanı yeniden biçimlendirmektedir. Dindarlar, paranın gücüyle ve yeni tüketim kalıplarıyla tanıştıktan sonra yeni davranış kodları aramakta, İslâmî simgeler, bir yandan kimlik taleplerinin aracı olurken bir yandan da metalaşmaktadır.⁴²

³⁶ Nazife Şişman, *Kamusal Alanda Başörtülüler*, Timaş Yay., İstanbul 2004, s. 46.

³⁷ Tuğal, *age.*, s. 260.

³⁸ Özlem Avcı, *İstanbul'da Dindar Üniversite Gençliği İki Dünya Arasında*, İletişim Yay., İstanbul 2012, s. 218-219.

³⁹ Birsan Banu Okutan, *Türkiye'de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)*, Marmara Üniversitesi SBE, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2012, s.399; Mustafa Arslan, "Dindarlık Algısını Şekillendirmede Kitle İletişim Araçları", *IV. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri, 12-16 Ekim 2009*, Ankara 2009, c. 1, s.368.

⁴⁰ Aziz Al-Azmeh, *İslamlar ve Moderniteler*, (çev. Elçin Gen), İletişim Yay., İstanbul 2003, s. 22.

* Birey özerk bir tüketici olarak mevcut anlam sistemlerinden çeşitli dinî görüş ve inanışları alarak, biraz da tutarsız görünen bir anlam sistemi haline getirir. Bu nedenle de artık bu bireysel din, resmî din modelinden çok farklı bir içerikte karşımıza çıkmaktadır (Dobbelaere, 2006: 115).

⁴¹ İsmail Demirezen, *Tüketim ve Din*, Fotoğrafika Yay., İstanbul 2011, s. 41.

⁴² Bahattin Akşit vdğr, *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, İletişim Yay., İstanbul 2012, s. 80; Erol Sungur, *Postmodern Tüketim Anlayışında Dindar Yaşam Biçimleri*, Araştırma Yay., Ankara 2016.

Modern dünyada dindar Müslümanın “iki arada bir derede” durumu olarak ifade edilebilecek dindar bireyin batılı yaşam tarzı ve dindarlık-muhafazakârlık arasında gidip gelen bir görünüm sergilenmekte, postmodern yaşam biçimlerine yönelik mesafeli tavırda zaman zaman dini hassasiyetler ön plana çıktığında, dindar bireyler, kontrol mekanizmalarının elinden çıktığını düşünmekte ve tedirginlik üreten bir süreç yaşadığını belirtmektedir. Zaman zaman da ekonomik koşullar ihtiyaçlara bütünüyle cevap vermediği için kafa karışıklıkları yeni anlamlandırma biçimlerini gündeme getirmektedir.

Hem maddi tüketim nesnelere hem de sembollerine içine almış olan postmodern tüketimde, dindarlar, ürünleri tükettikçe, kimlik oluşturma ve oluşturulan kimlik imajını sürdürme için alan elde etmiş olur. Dindar bireyler, sadece kıyafet, yiyecek, kozmetik, parfüm, mobilya ya da bir eğlence ürünü satın almış olmamakta, satın alınan ürünler, bir benlik duygusu oluşturmaya yardım ettiği için, postmodern yaşam biçimlerinde tüketime meşruluk arayışı, meşrulaştırma mekanizmasının dinamik yapısını da göstermektedir. Tüketiciler, satın aldıkları ürünlerin hem statü değeri hem de ürünlerin sembolik anlamına odaklanır. Örneğin, İslâmi bir tarzın içinde Batı tarzı bir parfümü kullanma isteği, bir taraftan bir statü göstergesi olarak hoş bir kokunun önemini yansıtırken, öbür taraftan aynı hoş kokunun içeriğinin İslâmi kimliğe nasıl damga vurduğunu gösterir. Kentte hayatın gerçekliği içinde tüketme ihtiyacı, hem belli bir sosyal gruba özgü olan, hem de bireysel tercihleri yansıtan bir kod anlamında tarz bilinçliliğini yansıtır. Modern, kentli, dindar birey, gösterişsiz, konforsuz ürünlere zamanını ve parasını harcamadığı için, dindar bireylerden oluşan statü grupları, tüketim kalıplarını hem diğerlerinden kendisini ayırmak hem de kabul görmüş kültürel sembollerini taklit ederek toplumsal itibar kazanmanın amacı olarak kullanır.⁴³ Dindar bireyler, içinde bulunduğu koşullardan tüketime meşruluk arayışı olarak nitelenebilecek gerekçeler aramakta, piyasanın kılavuzluğunda kimlik inşâ etme gayretine yönelmektedir.

Postmodern tüketim kültürünün dinsel olanın maneviyatını zedelemesi, dinin bilinçteki yerinde ortaya çıkan farklılaşmalar, rekabet, tüketim ve hayat tercihleri gibi yaşam ölçütleri ve dinsel içerikleri, modernliğin kullanılabilir bir alanı haline getirmektedir. Modernliğin egemen bir hayat tasarımı sunduğu bağlamda dinselliğin bundan nasıl etkilendiği ve yine bu çerçevede kendisini nasıl şekillendirdiği önemli bir konudur. Çünkü dindarların giderek bireyselleşme, özerkleşme ve kişiselleşme anlamında modernleşen bir dinsellik deneyimiyle kendilerine daha serbest hareket etme ve dinsellik imkânı sağladığı gözden kaçmamaktadır.⁴⁴ Postmodern tüketim kültüründe yeni tavır alışlar ve tüketim karşısında söyleme yansıyan boyutlarda, tüketim kültürü anlamlandırılmaya, yorumlanmaya çalışılmaktadır. Tüketim kültüründe yaratılan istekler zinciri ile hassasiyet gösterdikleri dini değer ve ilkeler arasında kalan dindar bireyler, içsel çelişkiler yaşadığı için içinde buldukları durumu açıklayacak meşruiyet kodları aramaktadır. Dindar, artık açıkça fark edilmek, tercihleriyle var olmak, dinsel eğilimlerini modern toplumun popüler araçlarıyla ilişkiye sokarak dönüştürmek arzusuyla hareket etmektedir. Bu anlayışın yansımalarına dikkat edildiğinde klasik cemaat birlikteliğini bir kenara bırakan inanç ve eylemde bireyselleşme eğilimi gözlemlenmektedir.⁴⁵ Dindar bireyler, dine bağlılıkları ile tüketim kültürüne duydukları istek arasındaki çelişkili durumu, odağında meşrulaştırma söylemi olan birtakım sebepler öne sürerek açıklamaya çalışmakta, dindar bireylerin gündelik pratiklerinde gözlemlenen bu meşrulaştırma söylemi*, dindarlık ile tüketim odaklı yaşam tarzlarını bağdaştırma imkânı vermektedir.

⁴³ Kömeçoğlu, “Islamic Patterns of Consumption”, *Cultural Changes in the Turkic World*, s. 62.

⁴⁴ Subaşı, *age.*, s. 126.

⁴⁵ Subaşı, *age.*, s. 126.

* Meşrulaştırma, haklılaştırma, makul gösterme, geçerli kılma, tasvip etme ve onay verme gibi içsel olarak mantığa bürünme süreçlerini içerir. Meşrulaştırma; eylem, süreç ve davranışı, meşru sınırlar içine dâhil eder.

Geleneksel ve modernin muğlak birlikteliğini İlyasoğlu⁴⁶ şöyle analiz ediyor:

“Modernleşme kuramlarında vazedilen kavramsal düzeyde geleneksel/modern evrimselliği ve kutuplaştırmaları, aynı mantıkla birbirleri ile tam bir süreksizlik içinde resmedilen "geleneksel kadın", "modern kadın" tiplmeleri benim için hep afaki ve sorunlu olagelmisti. Modernliğe adeta mahkûm gibi kavramlaştırılan bir geleneksellik ve bunun kimlik, kadın kimliği bağlamında da doğrudan geçerliliğini varsayan bir sosyolojik perspektif, modernliği norm olarak kabul etme ve analitik olma çabası içinde kültürün yoğurduğu özgün formları, geçişlilik ve süreklilikleri görebilmeyi de zorlaştırıyordu. Aslında yalınkat bir bakışla da geleneksel ve modern formların eş-zamanlılığını görebilmek mümkündür; farklı formlar kültürün iç ekonomisinin çeperlerinde yoğrulabiliyorlardı. Şöyle bir etrafımıza baktığımızda, modernliğin bir ölçüsü olarak sosyolojik çerçeve içinde yaygın kabul gören kadınların işgücüne faal katılımının sonucunda toplumsal dokuda uç veren örüntülerin modernliğin kalıplarını nedenli zorladığı izlenebilir.”

İlyasoğlu'nun vurgu yaptığı gibi, geçişlilik ve süreklilik birlikte gözlemlenmekte, toplumsal dokuda fark edilen örüntüler, modernliğin kalıplarını zorlamaktadır. Klasik ile modern olanın birlikteliği yerine modern olan ile postmodern olanın birlikteliğini tartışmak gerekmektedir.

Dinin postmodern yansımalarında yön kaybı yaşadığını kabul etse de, dindar birey, hem modern, hem Müslüman, yani hem de mantığıyla uyumlu olarak hareket ettiğini düşünmekte, örneğin dindar kadın, modern ve Müslüman olarak öne çıkan bu eklektik anlayış, giyim stili olarak da, hem modern, hem şık, hem de dinî kuralları ıskalamadan giyinmenin mümkün olduğu, başka bir eğlence tarzı olarak sohbet ortamları oluşturarak, sohbetinden zevk aldığınız insanlarla bir araya gelerek alternatif bir vakit geçirme tarzı oluşturulabileceği ve ortak bir tarzın yakalanabileceği, bir içsel müzakere sürecine karşılık gelir.⁴⁷ Örneğin, bu süreçte, giderek artan elektronik iletişimle, İslâmi söylemler, piyasaya taşınmış, İslami pratikler, tercih alanını ve İslâmi söylemin taleplerine hizmet eden ek kaynakları hem mecazi, hem de kelimenin tam anlamıyla seçenekleri bir sıraya koymuştur.⁴⁸ Bu konuda Arslan,⁴⁹ dinin medyada temsilinin, dinin ilke ve prensiplerinin "kitleleşmesi ve popülerleşmesi" anlamına da geldiğinin altını çizmektedir.

Postmodernizm ve dinin muğlak birlikteliği, popüler kültür ve tüketim kültürü bağlamında Türkiye'nin mütebedeyyin dindar kategorilerinde gözlemlenebilecek yeni imajlar ve nitelikler, sadece gündelik pratiklerle ilişkili bir dizi verili toplumsal eylem ve kültürel söylemle açıklanamaz. Türkiye'de popüler ve tüketim kültürü, karşılıklı etkileşime dayalı bir dizi karmaşık normlar çerçevesinde birleşmiş insanların oluşturduğu yaşam tarzlarına dayanıyor görünmektedir. Toplumun hemen her kesimi sosyal ya da ekonomik kaynaklı çeşitli kültürel formlar yaratır, yeni görünüş, tutum, davranış ve söylem tarzları üretmekte, çevresiyle iletişim kurmada ifade ve temsil yolları geliştirmekte, daha da önemlisi saydığımız bu enstrümanları gündelik hayatında uygulamada titizlik göstermektedir.

Bu dönemde postmodernizm ve dinle ilişkili olarak, İslâmi tüketim, İslâmi sermaye, İslami moda, İslami tatil, İslami turizm gibi birçok tanımlama ile gündeme gelen konular, tartışılmaya devam ederken,

⁴⁶ İlyasoğlu, *age.*, s. 40.

⁴⁷ Metin Sever, *Türban ve Kariyer*, Timaş Yay., İstanbul 2006, s.45.

⁴⁸ Jon W. Anderson, "New Media, New Publics: Reconfiguring the Public Sphere of Islam", *Social Research*, 2003, 70 (3), s.889.

⁴⁹ Arslan, "Dindarlık Algısını Şekillendirmede Kitle İletişim Araçları", s. 364-365.

modern dünyada konumlanma talebi, çok yönlü etkileşim ve karşılaşmayı doğurmakta, içsel çelişkiler, gerilimler, karmaşık süreçlerin arka planına bakmayı gerektirmektedir. Teorik olarak postmodernizm ve din gerek ontolojik gerek epistemolojik gerekse etik öncelikleri açısından farklı toplumsal sistemler olduğu için, iki farklı sistemin Türkiye özelindeki eklenmesi birçok gerilim, çelişki ve paradoksu da barındırmakta, ortaya özgün, karmaşık, renkli ve ironik birleşimler çıkmaktadır.⁵⁰ İslami çevrelerde dindarlar, kamusal alanda yeni alanlar oluşturmaya, yeni kimlikler oluşturmaya çalışırken, kimlik inşasında etkili olan yeni söylemler, kolektif bir İslamcılık yerine bireysel Müslümanlık yönelimi, “İslamcı” tanımlaması yerine “İslâmi” bir tanımlama ile söylemde “yumuşamaya” geçişi ifade etmektedir.

Postmodern yaşam biçimlerine karşı mesafeli bir tavır olmakla birlikte, dindar bireylerin gündelik pratiklerinde somutlaşan toplumsal dönüşümler, dindar kesimdeki kültürel kırılmalar olarak tespit edilmektedir. Postmodern yaşam biçimleri, dindarlığın yeniden biçimlendirilmesinde ve yeni dindarlık formlarının sentezlenmesinde geleneksel dindarlıklara meydan okuyor görünmektedir. Tüketim kültürüne karşı geleneksel dindarlıklar, kültürel değişime direnç göstermekte ancak sosyo-kültürel ve toplumsal bağlamda toplumsal değişime bağlı olarak yeni dindarlık formları gözlenmektedir.⁵¹ Özne, nesne, meta bağlamındaki dönüşüm paradoksal bir biçimde karşıt uçları birleştirerek "huzursuz bir birlikteliği" doğurduğu için, dindar bireylerdeki kültürel kırılmalar, klasik anlamda dindarlığa yüklenen anlamları yapıbozumuna uğratmaktadır. Derinleşmeyen, yüzeyselleşen dindarlık ile geleneksel referanslarından bağımsızlaşan, bireyselleşirken, yapaylaşan ve gündelik pratiklerde postmodern tüketim kültürüyle meşrulaştırılan dindarlık anlayışları kastedilmektedir. Postmodernleşen din yorumunda, “yaygınlaşan dinsel, yüzeyselleşen dindarlık” yaklaşımıyla uyumlu olarak, dindar bireyler, tüketim pratiklerini meşrulaştırırken toplumsal kabulde tüketimin meşruiyetini yer yer sorgulama yoluna gitmekte, çözüm yolu bulamadığını düşündüğünde, tüketim kültürünün normlar dizisiyle tüketimle gündelik hayatını kodlamaktadır.

Postmodernliğin ve dinin paradoksal birlikteliğinde, tarihsel ve toplumsal tecrübelerin izdüşümleri, bugünkü dünya tasavvurunu şekillendirmekte, dindar bireyler, dindarlığı, postmodern tüketimle ilişkili pratiklerle yan yana getirerek yeni bir anlayış denemektedir.

SONUÇ

Postmodern dünyada din, kültürel bakımdan özgün yaşam tarzlarını piyasalaştırıcı özellikleriyle gündelik pratikleri, toplumsal hayatın ve kültürel pratiklerin yeni biçimlerine bağlayan modernleşme sürecinin bir parçası olarak belirlemekte ve ayrıca dinin geleneksel bağlarla ilişkilendirilen boyutları yerine yeni ve modern koşullarda, çelişki, gerilim ve uzlaşma noktalarının iç içe geçtiği yeni görüntüler ortaya çıkarmaktadır.

Özne, nesne, meta bağlamında bir dönüşüme sahne olan postmodernleşen dinin yansımalarında, dindar bireyler, dine bağlılıkları ile tüketim kültürüne duydukları istek arasındaki çelişkili durumu, odağında haklılaştırma, makul gösterme, geçerli kılma, tasvip etme ve onay verme gibi gerekçelerle mantığa bürünme süreçleriyle açıklama yoluna gitmektedir. Dinî değer ve algıların postmodern tüketim kültürü ile girdiği etkileşim ve tüketimin dinî pratikleri dönüştürmesi gözlenmektedir.

⁵⁰ Akşit vdğr., age., s. 280-281.

⁵¹ Ali Yaşar Sarıbay, *Siyaset, Demokrasi ve Kimlik*, Asa Kitabevi, Bursa 1998, s.30; Mustafa Arslan, “Değişim Sürecinde Yeni Dindarlık Formları: ‘Yeni Çağ’ İnanışları Örneği”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 2006, c. 4, sayı: 11, s.9.

Dindar bireylerin postmodern tüketimi meşrulaştırmak için başvurduğu açıklama biçimlerinde, inandığı biçimde yaşam tarzı yerine yaşam tarzı doğrultusunda dini söylemleri revize ettiği gözlemlenmektedir. Bu noktadan hareketle, maddi koşulların dini algılama şekilleri üzerinde etkili olduğu söylenebilmektedir. Dindar bireylerde piyasa mekanizmasına bağlı seküler dünyayı anlamlandırmada gündelik hayattaki söylemlerden dinin gündelik hayatın muhtelif durumlarında etkili olduğu anlaşılmakta; fakat genel manada belirleyiciliği azalmaktadır.

Dindarlık bireyselleştikçe bireyler dini olandan ve dinin geleneksel referanslarından bağımsızlaşmakta, ancak dindar bireyler, bu durumu, dinsel alanın sınırlarının dışına çıktığı şeklinde yorumlamamaktadır. Dindar bireylerin yaşam tarzlarına yansıyan tercihlerde, tüketim kültürünün göstergeleri ile dine yüklenen anlam kodları arasındaki uyumda, açıklama bekleyen yönler bulunmaktadır. Sonuç olarak, dindar bireyler, geleneksel dönemden sonra modern dönemde örselenmiş iken, postmodern döneme bir umutla yönelmiş iken, umduğunu bulamamış görünmektedir.

KAYNAKÇA

- Akşit, Bahattin; Şentürk, Recep; Küçükural, Önder; Cengiz, Kurtuluş, *Türkiye’de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, İletişim Yay., İstanbul 2012.
- Al-Azmeh, Aziz, *İslamlar ve Moderniteler*, (çev. Elçin Gen), İletişim Yay., İstanbul 2003.
- Anderson, Jon W., “New Media, New Publics: Reconfiguring the Public Sphere of Islam”, *Social Research*, 2003, 70 (3), ss. 887-906.
- Arslan, Mustafa (2006). “Değişim Sürecinde Yeni Dindarlık Formları: ‘Yeni Çağ’ İnanışları Örneği”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, c. 4, sayı: 11, ss.9-25.
- Arslan, Mustafa (2009). “Dindarlık Algısını Şekillendirmede Kitle İletişim Araçları”, *IV. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleeri, 12-16 Ekim 2009*, Ankara 2009, c. 1, ss. 362-375.
- Atay, Tayfun, *Din Hayattan Çıkar*, İletişim Yay., İstanbul 2004.
- Avcı, Özlem, *İstanbul’da Dindar Üniversite Gençliği İki Dünya Arasında*, İletişim Yay., İstanbul 2012.
- Baştürk, Levent “Consumer Culture and Religiosity in Turkey-1” http://www.wakeup.org/anadolu/05/4/consumer_culture.html, Erişim Tarihi: 17.07.2013.
- Bekaroğlu, Edip Asaf, “Başörtüsü Reklamları: Muhafazakâr Bir Dönüşümün Hikâyesi”, *Birikim Dergisi*, 2008, 227, ss. 73-82.
- Bilgin, Vejdî, “Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü”, *Kültür ve Din* içinde (Der. M. Ali Kirman-Abdullah Özbolat), Karahan Kitabevi, Adana 2014, ss. 125-146.
- Casanova, José, *Public Religions in the Modern World*, Chicago, University of Chicago Press, London 1994. (Tercümesi için bkz. José Casanova, *Modern Dünyada Kamusal Dinler*, (çev.-Ed. Mehmet Murat Şahin), Sakarya Üniversitesi Yay., Sakarya 2014)
- Çelik, Celaleddin, *Geleneksel Şehir Dindarlığından Modern Kent Dindarlığına*, Hikmetevi Yay., İstanbul 2013.
- Demirezen, İsmail, *Tüketim ve Din*, Fotoğrafika Yay., İstanbul 2011.
- Dirlik, Arif, “Modernity in Question? Culture and Religion in an Age of Global Modernity”, *Diaspora*, 2003, 12 (2), ss. 147-168.
- Dobbelaere, Karel, “Sekülerleşmenin Üç Yüzü: Toplumsal, Kurumsal ve Bireysel Sekülerleşme”, *Laik ama Kutsal* içinde, (Haz. Ali Köse), Etkileşim Yay., İstanbul 2006, ss. 109-128.
- Giddens, Anthony, *Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*, Say Yay., İstanbul 2010.
- Gökankşel, Banu - Secor, Anna J., “New Transnational Geographies of Islamism, Capitalism and Subjectivity: The Veiling-Fashion Industry in Turkey”, 2009, *Area*, 41 (1), ss. 6-18.
- Gökankşel, Banu - Mclarney, Ellen, “Introduction: Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry”, *Journal of Middle East Women’s Studies*, 2010, 6 (3), ss. 1-18.
- Göle, Nilüfer, *Melez Desenler İslam ve Modernlik Üzerine*, Metis Yay., İstanbul 2002.
- Göle, Nilüfer, *İç İçe Girişler: İslam ve Avrupa*, Metis Yay., İstanbul 2010.
- Göle, Nilüfer, *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*, (çev. Erkal Ünal, Metis Yay., İstanbul 2012.
- Haenni, Patrick, *Piyasa İslamı*, (çev. Levent Ünsaldı, Özgür Üniversite Kitaplığı, Ankara 2011.
- İlyasoğlu, Aynur, *Örtülü Kimlik, İslamcı Kadın Kimliğinin Oluşum Ögeleri*, Metis Yay., İstanbul 2013.
- İsmail, Salwa, “Being Muslim: Islam, Islamism and Identity Politics”, *Government and Opposition*, 2004, 39 (4), ss. 614-631.
- Kılıçbay, Barış - Binark, Mutlu, “Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle Fashion for Veiling in Contemporary Turkey”, *European Journal of Communication*, 2002, 17 (4), ss. 495-511.
- Kömeçoğlu, Uğur (2007). “Islamic Patterns of Consumption”, *Cultural Changes in the Turkic World*, (Ed. Filiz Kırıl, Barbara Pusch, Claus Schönig, Arus Yumul), Würzburg 2007, ss. 57-69.
- _____, *Kimlik Mekân Gündelik Hayat*, Ufuk Kitapları, İstanbul 2012.
- Navaro-Yashin, Yael, “Kimlik Piyasası: Metalar, İslamcılık, Laiklik”, *Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat* içinde, Ed. Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber, (çev.Zeynep Yelçe, Metis Yay., İstanbul 2003, ss. 229-258.
- Okutan, Birsan Banu, *Türkiye’de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)*, Marmara Üniversitesi SBE. Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2012.
- Roy, Olivier, *Küreselleşen İslam*, (çev. Haldun Bayrı), Metis Yay., İstanbul 2003.
- Sarıbay, Ali Yaşar, *Siyaset, Demokrasi ve Kimlik*, Asa Kitabevi, Bursa 1998.
- _____, “Dinin Postmodernleşmesi”, *Düşünen Siyaset*, 2005, 21, ss. 175-184.
- Sever, Metin, *Türban ve Kariyer*, Timaş Yay., İstanbul 2006.
- Solmaz, Bünyamin, “Sosyoloji ve Din Sosyolojisi Tarihinde Din Odaklı Yaklaşım ve Yöntem Tartışmaları”, *Din Sosyolojisi Klasik ve Çağdaş Yaklaşımlar* içinde, Ed. Bünyamin Solmaz, İhsan Çapcıoğlu, Çizgi Kitabevi, Konya 2006, ss. 19-42.
- Subaşı, Necdet, *Gündelik Hayat ve Dinsellik*, İz Yay., İstanbul 2004.
- Sungur, Erol, *Postmodern Tüketim Anlayışında Dindar Yaşam Biçimleri*, Araştırma Yay., Ankara 2016.
- Şişman, Nazife, *Kamusal Alanda Başörtülüler*, Timaş Yay., İstanbul 2004.
- Taslaman, Caner, *Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de İslam*, İstanbul Yayınevi, İstanbul 2011.
- Tuğal, Cihan, *Pasif Devrim, İslami Muhalefetin Düzenle Bütünüleşmesi*, (çev.Ferit Burak Aydar), Koç Üniversitesi Yay., İstanbul 2010.
- White, Jenny B., *Türkiye’de İslamcı Kitle Seferbertliği*, (çev. Esen Türay, Oğlak Yayıncılık, İstanbul 2007.
- _____, “İslami Moda”, *İstanbul Küresel İle Yerele Arasında* içinde, (Haz. Çağlar Keyder), Metis Yay., İstanbul 2009, ss. 97-116.
- Yankaya, Dilek, *Yeni İslami Burjuvazi Türk Modeli*, İletişim Yay., İstanbul 2014.
- Yavuz, M. Hakan, *Modernleşen Müslümanlar*, (çev. Ahmet Yıldız), Kitap Yayınevi, İstanbul 2008.