



KAVRAMSAL MAKALE

**Dinin Popülerleşmesi ve Değişen İslami Kimlik: Postmodernizm Çerçevesinde
Dindarlığın Yeni Formları**

Muhammed AYDIN, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı, Aydın, e-posta: aydin.muhammed@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-2991-7839>

Öz

İletişim teknolojisi alanında yaşanan gelişmeler toplumsal yapıda derin dönüşümlere yol açarken, din kurumu da bu dönüşümlerden etkilenmiştir. Literatürde 'dindarlığın yeni biçimleri' olarak da adlandırılan bu dönüşümlerin postmodernitenin düşünsel ikliminden etkilendiği görülmektedir. Ülkemizde 1990'lı yıllardan itibaren popüler kültürün dini çevrelere dahil olmasıyla birlikte dini yaşayış şekillerinde de değişimler gözlenmektedir. Toplumsal yaşamda dindarlığın aldığı bu yeni formun şekillenmesinde sosyal medya araçları önemli rol oynamaktadır. Sosyal medya özellikle muhafazakâr kesimin gündelik yaşam rutinlerini sergileme biçimleriyle dindarlığın popüler kültürle birleştiği en önemli noktalar arasında yer almaktadır. Günümüzde dindar kimlik ve modernlik arasında gözlenen paradoksal ilişki birçok gerilim ve çelişkiyi de beraberinde getirirken; dinin kamusal alanda görünürlüğünün artmasıyla birlikte İslami değerleri muhafaza edilirken, yeni modern düzene ayak uydurulmaya çalışıldığı görülmektedir. Çalışmada popüler kültürün dinle olan ilişkisi ve bunun sonucunda ortaya çıkan dini pratiklerdeki değişimler postmodernizm çerçevesinde ele alınmaktadır. Alan yazında popüler kültür ve din ekseninde yapılan tartışmaların çoğunlukla postmodernite kavramı çerçevesinde ele alındığı görülmekte, bu nedenle çalışmanın ana çıkış noktasını postmodernizm ve din olgusu oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodernizm, Popüler Kültür, İslami Kimlik, Dinin Popülerleşmesi.

Makale Gönderme Tarihi: 20.03.2025

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2025

Önerilen Atıf:

Aydın, M. (2025). Dinin Popülerleşmesi ve Değişen İslami Kimlik: Postmodernizm Çerçevesinde Dindarlığın Yeni Formları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(9): 727-739.



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

2025, 8(9): 727-739. DOI: [10.26677/TR1010.2025.1578](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1578)

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



CONCEPTUAL PAPER

**Popularization of Religion and Changing Islamic Identity: New Forms of Religiosity
in the Framework of Postmodernism**

Muhammed AYDIN, Aydın Adnan Menderes University, Department of Health, Culture and Sports, Aydın, e-mail: aydin.muhammed@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-2991-7839>

Abstract

While advances in communication technology have led to profound transformations in social structure, the institution of religion has also been affected by these transformations. These transformations, also referred to in the literature as "new forms of religiosity," appear to have been influenced by the intellectual climate of postmodernism. With the incorporation of popular culture into religious circles in our country since the 1990s, changes have also been observed in religious lifestyles. Social media tools play a significant role in shaping this new form of religiosity in social life. Social media, particularly through the ways conservatives display their daily routines, is among the most important points where religiosity and popular culture converge. While the paradoxical relationship observed between religious identity and modernity today brings with it numerous tensions and contradictions, the increasing visibility of religion in the public sphere demonstrates an attempt to adapt to the new modern order while preserving Islamic values. This study examines the relationship between popular culture and religion and the resulting changes in religious practices within the framework of postmodernism. Discussions in the literature on popular culture and religion are often framed within the framework of the concept of postmodernity, thus the main starting point of this study is the phenomenon of postmodernism and religion.

Keywords: Postmodernism, Popular Culture, Islamic Identity, Popularization of Religion.

Received: 20.03.2025

Accepted: 02.09.2025

Suggested Citation:

Aydın, M. (2025). Popularization of Religion and Changing Islamic Identity: New Forms of Religiosity in the Framework of Postmodernism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(9): 727-739.

GİRİŞ

Postmodern bakış açısı birçok alanda değişimi beraberinde getirirken, toplumsal yaşamın içerisinde yer alan kurumlardan biri olan din kurumunu da etkilemiştir. Postmodernizmle birlikte gündelik hayatta keskin sınırlar ortadan kalkarken, yeni dini ifade biçimlerinin ortaya çıktığı görülmektedir.

İnsanlık tarihi kadar eski olan kültür; insanların inançlarından, eğlence şekillerine kadar hayatlarının tümünde yer almakta, kültürel değerlerin nesilden nesile aktarımında kitle iletişim araçları önemli rol oynamaktadır. Mevcut ideolojinin aktarımında medya önemli rol oynamakta, verilen mesajlar bazen tüketime yönlendirici olabileceği gibi fikirler ve davranışlar üzerinden gerçekleşmektedir. Gelişen teknoloji bağlamında kitle iletişim araçları gündelik yaşam pratiklerinde olduğu gibi dindarlık ve din olgusu üzerinde de belirleyici olmaktadır.

Postmodern anlayışın din ile paradoksal birlikteliği dinin popülerleştiği bir süreci beraberinde getirirken, dindar kesimin popüler kültüre dâhil olduğu bir sürecin de kapılarını aralamıştır (Bilgin, 2014). Dinin kamusal alanda görünürlüğünün artmasıyla birlikte İslami değerler muhafaza edilirken; öte yandan yeni modern düzene de ayak uydurulmaya çalışıldığı görülmektedir.

Dindarlık formları ve dini yaşayış biçimlerinde birtakım değişimler gözlenirken; popüler kültür aracılığıyla yaşanan bu süreç yeni dini pratiklerin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Din birbirinden farklı toplumlarda farklı şekillerde var olan bir kurum olsa da toplumsal hayatın kültürel yaşam şekillerinden etkilendiği gerçeği üzerine kuruludur. Popüler kültürün yaygınlaşmasında kitle iletişim araçları etkili olurken, aynı zamanda dini yaşama pratiklerinde de etkili olduğu görülmektedir. Toplumsal yaşamda dindarlığın aldığı bu yeni formun şekillenmesinde postmodernizmi destekleyen en önemli unsur sosyal medya araçları olup; yeni medya olanaklarının toplumsal yaşamın tüm alanlarını olduğu gibi din kurumu üzerinde de etkili olduğu gözlenmektedir.

İletişim pratiklerindeki gelişmeler dini unsurları da dönüştürürken, çeşitli dindarlık tanımlarını gündeme getirmektedir. İçinde bulunduğumuz çağda dindarlığın iletişim teknolojilerine bağlı olarak şekillenmesi 'Medya dindarlığı', 'prime-time dindarlığı'; 'sanal dindarlık', 'sosyal medya dindarlığı', 'sanal cemaat dindarlığı', 'selfie-dindarlığı', 'tekno-dindarlık', 'dijitalleşen dindarlık' kavramlarının gündeme gelmesine yol açmıştır. Çalışmada 'sosyal medya dindarlığı' özelinde postmodernizm ile birlikte din olgusunda yaşanan dönüşümler kuramsal olarak ele alınacaktır.

POSTMODERNİZM VE DİN

Literatürde postmodernizmle ilgili farklı tanımlamalarla karşılaşılsa da, bu akımın ilk olarak sanat ve estetikte kullanıldığı, daha sonra kimi araştırmacılar tarafından hemen her alanda ve disiplinde modernizmin ötesinde bir tarz olarak ele alındığı görülmektedir. Giddens (1992: 48), postmodernizmin en iyi biçimde edebiyat, resim, plastik sanatlar ve mimarideki stil ve akımlarla sınırlandırılabilceğini belirtmiştir.

Postmodernizm, modernizmin kurumlarını, politik eylemlerini, yasalarını, ahlakını ve düşüncelerini meşrulaştıran, bilgi kuramının yeniden ele alındığı, tek tip standartlaştırılmış bireyden; davranışları ve tercihleri olan kişiliklerin geliştiği bir dönem olarak ele alınabilir (Eraydın, 1992:9). Bauman'a (1998: 25) göre; postmodernizmin doğuşuyla, modernizmin yarattığı hiyerarşi, araçsal akıllaştırma ve bütüncül toplumsal düzenlemelerin karşısına; postmodernizmin eşitliği ve bireyci düzenlemeleri geçmiştir. Böylece modernliğin tek, evrensel ve mutlak olarak kabul ettiği gerçeklik postmodernizmde çoğul, tikel ve görelî hale gelmiştir.

Postmodernizmle ortaya çıkan yeni yaşam biçimi hiyerarşiden uzak, imaj bolluğuna dayanan bir tüketim kültürü çerçevesinde ortaya çıkarken; postmodernizmi üretim biçimlerinde ve yaşam tarzlarında gözle görülür dönüşümlerin yaşandığı bir dönem olarak nitelendirmek mümkündür.

Kültürel alanda yaşanan gelişmelerin postmodernizmin yaygınlaşmasıyla paralellik göstermesi neticesinde popüler kültür ve yeni dindarlık biçimleri ekseninde yapılan tartışmaların çoğunlukla bu kavram çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Postmodern yaşam biçimleri dindarlığın yeniden biçimlendirilmesinde rol oynarken, kültürel değişime direnç göstermekte ancak mevcut toplumsal değişime bağlı olarak yeni dindarlık formlarının ortaya çıktığı gözlenmektedir (Sarıbay, 1998: 30).

İçinde bulunduğumuz dünyada din bireylerin yaşam tarzlarını yeniden biçimlendirirken; tüketim kültürünün bireylere dayattığı değişime karşı direnç göstermekte, tüketim kültürü ise ürettiği değerlerle kültürel pratiklerde farklı bir yaşam tarzını telkin etmeye çalışmaktadır. Küreselleşme bağlamında önemi giderek artan dinin, postmodernleşmenin bir sonucu olarak bireysel ve toplumsal düzeyde yeni formlarının ortaya çıktığı görülmektedir (Solmaz, 2006).

Tüketim kültürünün yaygınlaşmasıyla birlikte dini yaşam tarzlarının da nesneleşerek mevcut düzene göre yeniden inşa edildiği görülmektedir. İslami kesim dini sembollerin piyasa toplumunda metalaştığını ifade ederek, bu durumdan rahatsızlıklarını ifade etse de, öte yandan tüketime meşruluk kazandırma yönünde davranışlar sergilemekte; yeni bir kimlik inşa etme çabasına girişmektedir. Dini yaşam biçimlerinde etkisini giderek gösteren tüketim alışkanlıkları daha iyi ve daha lüks yaşama isteğinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Avcı, 2012:218-219). Dindar bireyler bir yandan erdem, sabır, tevazu gibi İslam kültürü; diğer taraftan hazzı ve kendini düşünerek anı yaşamayı telkin eden tüketim kültürü arasında iki farklı dünya görüşünün etkisi altında kalmakta; bu durum zaman zaman tutarsız davranışların sergilenmesine yol açmaktadır (Demirezen, 2011). Dindar camia kamusal alanı yeniden biçimlendirirken, İslami simgeler kimlik taleplerinin bir aracı olarak giderek metalaşmaktadır (Akşit, 2012: 80).

Postmodern dünyada dinin toplumda özne, nesne ve meta süreçlerinden hareketle yorumlanabileceğini belirten Atay (2004: 86) dinin tarıma dayalı geleneksel toplumlarda hayatın merkezinde yer aldığını, modernleşmeyle birlikte dinin bu merkezi konumunun yer değiştirerek, nesneleştiğini; postmodern toplumlarda ise dinin yeniden ön plana çıkarak, tüketim kültürü içerisinde kültür endüstrisinin bir parçası olarak metalaştığını ifade etmektedir.

Ona göre “Din, premodern toplumda özne, modern toplumda nesne, postmodern toplumda meta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre Türk toplumu Cumhuriyet Türkiye’sinde postmodern kitle kültürünün küresel dışında kalamamakta, bir yaşam içerisine bu üç hayatı sığdırmak durumunda kalmaktadır” (Atay, 2004: 86).

Postmodern anlayışın dini ‘meta’ olarak gören yaklaşımı dine olan ilgiyi arttırırken, dindar bireylerin dinin kamusal alandaki görünürlüğüne olumlu bir çerçevede yaklaşımlarına yol açmıştır. Modernliğin dine yaklaşımındaki dinin özel alana ait bir olgu olduğu, bu nedenle de modernleşen gündelik hayatın dışında tutulması gerektiği ifade edilirken (Subaşı, 2004:116); günümüzde İslam’ın modernin karşısında olmaktan ziyade, modern bir olgu olarak nitelendiği görülmektedir (Dirlik, 2003:154).

Literatürde kitabî dindarlık ile halk dindarlığı şeklinde ikili bir ayrımdan bahsedildiğini vurgulayan (Yılmaz, 2021:615), sıradan insanların dini ile din adamlarının ve derin dini bilgiye sahip insanların inançları arasında bir farklılığın oluştuğunu belirtmektedir. Halk dini kavramının terminolojide milli ve evrensel dinler öncesi inançlar dışında popüler dindarlık anlamında da kullanıldığını ifade eden Yılmaz (2021:615), kurumsal dinlerin gücü azalırken,

yerine yeni dini yönelimlerin literatürde farklı adlandırmalarla karşımıza çıktığını belirtmektedir:

“Thomas Luckmann’ın görünmeyen din, Robert Bellah’ın sivil din, Edward Bailey’in örtük din, Grace Davie ve Roland Robertson’ın vekil din, Peter Berger’in lego din, Wade Clark Roof ve Kelly Besecke’nin sorgulayıcı manevi arayış, Ali Köse’nin müzeci yaklaşım, Kadir Canatan’ın modern(ist) dindarlık ve melez dindarlık, Nilüfer Göle’nin melez desenler, Selman Yılmaz’ın kültürel Müslümanlar tanımları bunlar arasında ilk göze çarpanlardır. Bütün bu tanımlar ortak olarak din şeklinde görünen ama aslında din olmayan veya tam tersine din olarak algılanmayan ama öz itibarıyla dini olan oluşumlara dikkati çekmektedir” (Yılmaz, 2021: 615).

Dindar bireylerin dindarlık ile kamusalılığı, Müslümanlık ile modernliği birleştirebilmenin yollarını aradığını belirten Göle (2012: 46), “İslam geçmişte toplumsal ve kültürel tanınmadan mahrum bırakılmış grup ve sınıfların yükselmesi için bir sermaye kaynağı durumundaydı. Bu kesimlerin seküler kabul edilen üniversite, plaj, alışveriş merkezleri gibi eğlence ve tüketim alanlarına girmesiyle birlikte dinsel olanı dışlayan yazılı olmayan kurallar çiğnenmiş olmaktadır” demektedir. İslami kesimin kamusal alanda görünür olmasıyla dindar bireylerin kimlik yapılarının değişim sürecine girdiği görülmektedir

Günümüzde dindar kimlik ve modernlik arasında gözlenen paradoksal ilişki bireysel ve toplumsal düzeyde karşılıklı etkileşimi derinleştirirken, birçok gerilim ve çelişkiyi de beraberinde getirmektedir. Dindar bireyler modernliği söylem üzerinden eleştirirken, kendilerini bu yeni düzen içerisinde konumlandırmak istemeleri ortaya renkli birleşimlerin çıkmasına yol açmaktadır.

Postmodernizmin düşünsel atmosferinde birbirine zıt olan kavram ve düşünce yapıları birlikte var olabilmekte yani siyah-beyaz bir dünyadan gri bir dünyaya geçiş yaşadığımız görülmektedir. Alatl’ın (2009) “sadece siyah ya da beyaz yoktur, gri alanlar da vardır” şeklinde özetlenebilecek olan söylemindeki “ya siyah ya beyaz” ifadesi, modernliğe referansla eleştirilmektedir. Bu tür keskin çizgilerin gündelik yaşamda birtakım sorunlara yol açabileceği düşüncesi Postmodernizmin ‘hiper-gerçek’ kavramını gündeme getirmektedir. Buna göre ‘hiper-gerçek’; doğru ile yanlış arasındaki ayrımları ortadan kaldırırken, bu kavramların içini boşaltmakta; her şeyin mümkün hale geldiği ‘olabilirlikler’ dünyasını gündeme getirmektedir (Atlal, 2009). Günümüz toplumlarının dini yaşayışları ve gündelik yaşam rutinlerinde bunu sergileme biçimleri, keskin ve net çizgiler üzerine kurulu değildir.

Postmodern anlayışın din ile paradoksal birlikteliği dindar kesimin popüler kültüre dâhil olduğu bir sürecin de kapılarını aralamaktadır (Bilgin, 2014:125). İslami olanın kamusal alanda görünürlüğünün artmasıyla birlikte dindar Müslümanların modernleşme süreci hız kazanmış; İslami hayat modernleşirken; İslami kimlikler de dönüşmeye başlamış; dindar insanlar İslami değerleri muhafaza etmeye çalışırken, yeni modern düzene ayak uydurmaya çalışmışlardır. Bekaroğlu’nun (2008: 78) vurguladığı gibi ‘örtünme’ dini bir vecibe olarak sunulmaya devam ederken; öte yandan giyime yüklenen anlamlar estetik ve çekicilik ekseninde ele alınmaktadır.

POPÜLER KÜLTÜR VE YENİ DİNDARLIK FORMLARI

Bir toplumda yaygın biçimde paylaşılan kültürel değerler ve fikirler bütünü olarak adlandırılan kitle kültürünün temel amacı modern yaşamın hızlı temposunda yorulan insanları eğlendirerek, onlara hoşça vakit geçirtmek suretiyle gerçek yaşamdan uzaklaşarak rahatlama imkanı sağlamaktır. Kitle kültürüyle ortak yanları olan popüler kültür ise “bir toplumda geniş bir şekilde paylaşılan inançları, pratikleri ve bunların örgütlendiği nesneleri” ifade etmektedir (Mutlu, 2001: 27). Kolay yayılabilen ve kolay tüketilebilen özelliği sayesinde geniş kitlelere hitap edebilen

popüler kültür, bireylere çekici gelen ürünler sunarak, onları anı yaşamaya ve sınır tanımayan bir tüketime yöneltmektedir.

Toplumsal hayatın içerisinde gelişen popüler kültür gündelik hayatın kültürü olup, en basit haliyle insanın yemesi, içmesi, giyinmesi, barınması gibi temel konulara dokunmaktadır. Söz konusu temel ihtiyaçlar dışında toplumun düşünce hayatı ve algılayışına yönelik ihtiyaçlarına yanıt veren faaliyetler de kültürün üretim sahası içerisinde kendisine yer bulmaktadır. Kültürün kendisini hayatın farklı alanlarına dokunan ve deneyimlerle beslenen süreçleri ona dinamik bir özellik kazandırmaktadır.

Günümüzde popüler kültür kapitalizmin karakteri çerçevesinde kitle kültürünün içerisinde yer almaktadır. Bu noktada popüler kültürün ticari ve toplumsal yanı ön plana çıkmaktadır. Popüler kültürün ticari yanı incelendiğinde tüketime yönelik faaliyetlerin süreklilik göstermesi üzerine inşa edildiği görülmektedir. Kitle iletişim araçları tüketim faaliyetlerinin devamlılığını sağlama adına önemli bir işleve sahiptir. Popüler kültürün toplumsal yanı insanlara aşıladığı tüketim kültürünün beraberinde getirdiği yaşam tarzının karakterini şekillendirmektedir. Mevcut egemen tüketim kültürünün yaygınlaşması adına tüketime yönelik eylemler canlı tutulmaya çalışılmakta, tüketim olgusu kimlikle ilişkilendirilerek kurulu düzenin devamı sağlanmaktadır. Popüler kültürün kitle kültürüyle kuşatıldığını düşünen bireyler bu döngüden kurtulmak adına yine popüler kültürün ürünü olan diğer formlara yönelmekte, bu sayede toplumsal yaşamlarında özgürleştirici tercihlerde bulundukları yanılsaması içerisine girmektedirler. Örneğin popüler kültür ürünü olan sosyal medya platformlarında içerik üreten bireyler kendilerine ait bir alanın olduğu yanılsaması içerisine girmekte, böylelikle popüler kültürün hem üreticisi hem de tüketicisi konumunda yer almaktadır.

Popüler kültür, Frankfurt Okulu ve Kültürel Çalışmalar ekolleri tarafından farklı bakış açılarıyla ele alınmaktadır. Popüler kültürün modern kapitalist toplumlara hizmet ettiği görüşünü savunan Frankfurt Okulu'na göre popüler kültür önemsiz, ticari ve edilgen karakteriyle değerlendirilmektedir (Bekiroğlu ve Kutlu, 2009:226). Bu anlayışa göre popüler kültür, kitle kültüründen beslenmektedir. Kültürel Çalışmaların popüler kültüre bakış açısı Frankfurt Okulu gibi eleştirel bir zeminde durmamaktadır. Kültürel çalışmalar popüler kültürün daha çok yaratıcı ve otantik olduğu varsayımlarını ileri sürmektedir (Bekiroğlu ve Kutlu, 2009:228). Bunun temel nedeni popüler kültürün herkes tarafından tercih edilen ve sevilen bir kültür olmasından kaynaklanmaktadır.

Popüler kültür ürettiği argümanlarla mevcut ideolojinin de devamlılığını sağlamaktadır. Yaylağül'ün (2006) ifadesiyle; "Popüler kültür ürünleriyle zevk ve eğlence üzerine vurgu yapılarak sınıf, yaş, cinsiyet vb. diğer farklılıklar aşılarak kendisi aracılığıyla hegemonya tesis edilir, ideoloji üretilir ve insanların bilinçleri biçimlendirilir. Popüler basın, popüler müzik, popüler televizyon ve eğlence programları ve formatlarının her türlü bu sürecin merkezinde yer alır." Popüler kültür toplumsal hayatın içerisinde farklı zevk ve keyif formları üretmekte, bu sayede gündelik hayatın içerisinde yorulan bireyleri biraz olsun rahatlatmak istemektedir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte toplumsal yaşamda ve gündelik pratiklerde önemli değişimler yaşanmaya başlamış, bilginin sınır tanımayan bir hızla iletilebilmesi sayesinde kültürün coğrafyaların sınırlarını aşarak aktarılması mümkün hale gelmiştir. Kültürel alanda yaşanan değişim toplumun tüm alanlarını etkilerken ekonomiden siyasete hemen hemen bütün toplumsal kurumlarda bu değişimden nasibini alarak 'kabuk değiştirmeye' başlamıştır. Toplumun çoğunluğu tarafından benimsenen kültürü ifade eden popüler kültür sayesinde kültürel değerlerde farklılaşma yaşanabilmekte, bu gelişmelerin yaşandığı alanların başında din gelmektedir. Geleneksel imajından ayrılarak yeni formlarla görünür hale gelen dindarlık ve din olgusu, birçok araştırmaya konu olmaya başlamıştır.

Din, dindarlık ve dini değerlerin yaşama yansıma şekilleri toplumlara göre değişkenlik gösterebilmektedir. Popüler kültür aracılığıyla yaşanan bu süreçte dini yaşayış pratiklerinde de birtakım dönüşümlerin yaşandığı gözlenmektedir. Din birbirinden farklı toplumlarda farklı şekillerde var olan bir kurum olsa da toplumsal hayatın kültürel yaşam şekillerinden etkilendiği gerçeği üzerine kuruludur. Popüler kültürün medya aracılığıyla sergilediği dini yaşam şekillerine ilişkin görünümün dinin kültürel gerçeklikle olan bağını kuvvetlendirmekte; dinin, toplumsal yaşama farklı anlamlandırmalarla dahil olmasını sağlamaktadır.

Toplumsal yaşamın hemen her alanında gözlemlenebilen dini pratiklerin insan hayatının doğum, evlilik ve ölüm gibi belli başlı dönemlerinde çok çeşitli uygulama ve merasimler şeklinde ortaya çıktığı gözlenmektedir. Örneğin mevlit okutma geleneğinin hem evlilik hem de cenaze merasimlerinde uygulandığı görülmektedir. Benzer şekilde dini cemaat ve tarikatlarda görülen fikirler ve yaşam tarzları da dindarlığın önemli biçimlerinin doğmasını sağlamıştır. Bu cemaat ve tarikatlara has olarak uygulanıp resmi olarak kabul edilmeyen musiki şölenleri ve zikir halkaları gibi uygulamalar, dini yaşayış biçiminde yaşanan değişimlerin önemli göstergeleri arasında sayılmaktadır (Arslan, 2006:364). Bunların dışında halk arasında uzun yıllar kutlanan ancak özellikle 1980'lerden sonra unutulmaya yüz tutan kandil gecelerinin, teknolojinin sunduğu imkânlar (e-posta, sms, whatsapp vb.) sayesinde bir bakıma 'yeniden keşfedilerek' yoğun bir şekilde icra ediliyor olması (Kirman, 2005:101) dinin popülerleşerek kitleleştiğinin bir göstergesidir.

Postmodernizmin etkisiyle dindar insanların geleneksel ritüellerinde değişimler gözlemlendiği görülmektedir. 1980'lerde muhafazakâr ve tesettürlü bir genç kızın dünyaca ünlü rock yıldızının konserinde ön sıralarda yer alması toplumsal yaşamda sık rastlanan bir fotoğraf değilken günümüz popüler kültüründe olağan ve sıradan karşılanan bir durum haline gelmiştir. Benzer şekilde yine o dönemlerde kamusal alanda tesettür ve moda kavramlarını aynı çerçevede yer alması toplumsal gündemin konuları arasında yer almamaktaydı. Bu tablo, her şeyin birbirine karışarak yeni bir şekle büründüğü, herhangi bir şeyin saf halini bulmanın neredeyse imkânsız hale geldiği post-modern bir dönemin içinde olduğumuzun göstergesidir.

1980 sonrası gerek İslami içerikli medyanın ortaya çıkışı, gerekse de yeni tüketim kalıplarının yükselişi ile birlikte kültürel alanda dini yaşayış biçiminde değişimlerin yaşandığı görülmektedir. Kılıçbay ve Binark'ın (2002:497) vurguladığı gibi "İslâmi içerikli medya içerisinde gazete, dergi, filmler, radyo ve televizyon programları yer almaktadır. Yeni tüketim kalıpları ise, turizm ve moda gibi İslâmi kesimin yeni boş zaman etkinliklerini içermektedir. Tüketim olgusu bu süreçte bireylerin kimlik inşasında önemli rol oynamaktadır. Örneğin İslâmi hoteller söylemi, İslâmi değerlerin korunduğunu ileri sürerken, kadın-erkek mahremiyetine uygun konseptle karşımıza çıkmaktadır. 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. Bu sayede tüketim toplumunun modern yaşam tarzı, mütevazı dindar kimliklerin sembolleriyle birleştirilmektedir (Kömeçoğlu, 2008). Dinin bu süreçte özellikle dindar kesimlerde yaşam tarzları üzerinden modernitenin kendisini korumasına yardım eden bir fonksiyonla karşımıza çıktığını belirten Casanova (1994: 228), "Bir kimlik olarak dindar bireylerin din anlayışı kendine özgü özellikler göstermekle birlikte paradoksal olarak modern yaşamda görünür olmanın bir unsuru haline gelmektedir" demektedir.

Söz konusu değişimin toplumsal yaşamın neredeyse tüm alanlarında ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin muhafazakâr bir girişimcinin sahip olduğu Caprice Otel, bu değişimin çarpıcı örneklerinden birisidir. Söz konusu otel, kendilerine alternatif bir alan yaratmaya çalışan yeni dindar orta sınıfın oluşumunun habercisi olarak görülmüştür. Caprice Hotel, müşterilerine

İslami kurallara uygun bir yaz tatili sunarak Müslüman kadın ve erkeklerin, dindarlıklarından taviz vermeyerek beş yıldızlı bir otelde 'diğerleri' gibi tatil yapabilecekleri, kelimenin tam anlamıyla postmodern bir ortam sağlamaktadır. Öyle ki burada namaz saatlerine dikkat edilmekte ve sadece alkolsüz (Bilici, 2013) içecekler satılmaktadır. Erkekler ve kadınlar için ayrı plajlar ve yüzme havuzları bulunuyorken, her iki cins için de 'haşema' adı verilen mayolar otelin butiğinden satın alınabilmektedir.

Dünyanın tanınmış şampanya firmalarından biri olan Dom Pérignon adlı Fransız şirketinin, piyasaya yeni çıkaracağı bir şarap için İstanbul'da düzenlendiği lansman gecesinde, müşteriler şaraplarını yudumlarken ortada dönen semazenler onlara eşlik etmiştir (Bardakçı, 2013). Benzer şekilde pek çok turizm şirketi yerli ve yabancı turistlere yönelik gezi programlarında sema gösterisi, alkol ve eğlenceyi bir araya getirebilmektedir. İslam-modernite ikiliği kültürlerarası çatışmaları beraberinde getirirken, sorunun çözümü adına 'moderniteyi İslamileştirme' veya 'İslam'ı modernize etmeye' yönelik çabalar gündeme gelmiştir.

Özellikle 1990'ların sonu ve 2000'li yılların başında 'İslami pop' adında bir müzik türünün patlaması, gözde mankenlerin iç çamaşırı defileleriyle tesettür defileleri arasında mekik dokur hale gelmesi, güzellik ve kozmetik salonlarının 'türbanlılara özel' bir tarzı kataloglarına eklemesi ve nihayet mayo sektörünün 'haşema' tarzı ile kendine yeni bir ticari kalem oluşturması (Atay, 2012: 80) dini yaşama pratiklerinde yaşanan değişimi gözler önüne sermektedir.

Protest dini müziğin 1990'ların ilk yarısında önemli bir sektör haline geldiğini belirten Bilgin (2020), kendi dünyalarını kurma çabasında olan dini gruplar için bu yeni müzik formunun bilinirlik kazandığını ifade etmektedir. Bilgin (2020), "Bu müziğin dindar insanların evlerinde, düğünlerde, konferans gibi programların öncesinde sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Ancak 2000'li yıllarla birlikte bir değişim görülmüş ve bu müzik türü eski gücünü yitirmiştir" demektedir.

Dini öğelerin popüler kültürün en yaygın aracı olan televizyon sayesinde de aktarıldığı görülmektedir. Özellikle dini gecelerde ya da ramazan ayında, belli televizyon kanalları ve gazetelerle anlaşma yaparak belli aralıklarla dini sohbet programlarında konuşmalar yapan 'medya vaizlerinin' (Kirman, 2005:102) ortaya çıkması, popüler dinin önemli tezahürleri arasında gösterilmektedir. Dini konulara tartışma formatında yer veren görsel ve yazılı basının bu dönemdeki en önemli dindar aktörü Yaşar Nuri Öztürk'tür. Öztürk modern bir gezgin vaiz edasıyla 1987'de TRT'de başladığı sohbetlerini özel TV kanallarındaki programlarıyla sürdürmüştür (Özcan, 2000:197). Müstakil programlar yapmamakla birlikte kendilerine görüş sorulan veya tartışma programlarına katılan isimler arasında Hüseyin Hatemi, İsmail Nacar, Zekeriya Beyaz gibi isimler yer almaktadır. Yakın zamanda da Nihat Hatipoğlu, Mustafa Karataş, Necmettin Nursaçan ve Halil Konakçı gibi isimlerde aynı doğrultuda yayın yapmaktadır. Böylelikle namazdan hacca ve kurbana, örtünmeden mezarlarda Kur'an okunmasına kadar pek çok konu kamuoyu önünde tartışılmaya başlanmıştır.

Ülkemizdeki 'İslâmî' televizyon kanalları dini değerlere bakış açısındaki farklılaşmalara örnek olması açısından önem taşımaktadır. Önceden reklamlara sıcak bakmayan bu kanallar medya sektörünün kapitalizme dayalı yapısına ayak uydurmak durumunda kalarak zaman zaman dini referansları göz ardı ederek, reklamlara içeriklerinde yer vermek durumunda kalmıştır. Bu bakış açısıyla İslami televizyon kanalları hibrit dindarlığın bir göstergesi olarak yorumlanabilir (Tekin, 2011: 52-54).

Sosyal Medya Dindarlığı

Yaşanan teknolojik ilerlemeler hayatın hemen her alanını yakından etkilerken bu noktada sosyal medya önemli rol oynamakta, popüler kültüre ait değerlerin geniş kesimlere ulaşmasında yeni medya araçları etkili olmaktadır.

Toplumsal yaşamda dindarlığın aldığı yeni formun şekillenmesinde postmodernizmi destekleyen en önemli unsur sosyal medya araçlarıdır. Sosyal medya özellikle muhafazakâr kesimin gündelik yaşam rutinlerini sergileme biçimleriyle dindarlığın popüler kültürle birleştiği en önemli noktalar arasında yer almaktadır.

İçinde bulunduğumuz çağda dindarlığın iletişim teknolojilerine bağlı olarak şekillenmesi ‘Medya dindarlığı’, ‘prime-time dindarlığı’, ‘sanal dindarlık’, ‘sosyal medya dindarlığı’, ‘sanal cemaat dindarlığı’, ‘teknolojik dindarlık’, ‘dijitalleşen dindarlık’, ‘dijital dindarlık’, ‘çevrim içi dindarlık’ kavramlarının gündeme gelmesine yol açmıştır. İletişim pratiklerindeki gelişmeler dini unsurları da dönüştürürken, çeşitli dindarlık tanımlarını gündeme getirmektedir.

Son yıllarda kullanımı giderek yaygınlaşan sosyal medya araçları insan ilişkilerinde önemli değişimler meydana getirirken, insani değerlere yaklaşım tarzında da dönüşümlere yol açmıştır. İletişimin gerçek yaşamdan dijital alana kayması etik değerler ve davranış kalıplarında köklü dönüşümlere ortam hazırlamış, kutsal sayılan ahlaki ilkeler bu değişimden payını almıştır. İnsanların ilkel ihtiyaç ve dürtülerine seslenen sosyal medya platformları dini inanç ve davranışlar için risk oluşturabilmektedir (Nazıroğlu, 2015:199). Geleneksel İslam kültüründe mahrem olarak kabul gören ev içi halleri, yeme içme anları, yiyecek ve içecek görüntüleri gibi birçok detay kolaylıkla diğer kullanıcılarla paylaşmakta; kullanıcıların söz konusu paylaşımları beğeni ve yorumlarla desteklemeleri, teşhir kültürünün sosyal medya platformlarında yaygınlaşmasına yol açmaktadır (Türkoğlu, 2018:181).

Yeni değer ve davranış formlarının oluşmasında etkili olan sosyal medya platformları, daha önceden söz edilmeyen ‘dijital dindarlık’ biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Günümüzde hayatın hemen her alanında kullanıcılara yeni fırsatlar sunan sosyal medya, dini hayata yönelik de birçok imkân sunmaktadır. Dini hassasiyetleri olan sosyal medya kullanıcıları, dini duygu ve düşüncelerini bu platformlarda paylaşabilmektedir. İnternet ortamında sunulan sanal ritüeller, gerçek yaşamlarında birtakım dini tecrübelerini yaşama geçiremeyen bireyler için fırsatlar sunmaktadır. Kudüs’e gidip Ağlama Duvarı önünde dua etme imkânı bulamayan Yahudilerin, dua isteklerini bazı web siteleri aracılığıyla Ağlama Duvarı’na gönderebilmeleri; Papa’nın Twitter üzerinden günah çıkartılabileceğini söylemesi; gerçek hayatta Kâbe’yi tavaf etme imkânına sahip olamayan bir Müslüman’ın, sanal hac uygulamalarıyla bu tecrübeyi elde etmesi bunların somut örneği olarak gösterilebilir (Haberli, 2014). Postmodern dönemde din kendisini çağın gereklerine adapte ederek kutsal alanın sınırlarından çıkarak seküler alana taşınmıştır. Bu noktada önemli olan bu paylaşımların gerçekten samimi duygularla mı yoksa popülizm adına mı yapıldığının belirlenmesinin güç olmasıdır.

Son yıllarda adından sıkça söz edilen dijital ya da sosyal medya dindarlığı; kişinin gerçekte ne kadar sağlam bir inanca sahip olduğuna ya da ibadetlerini yerine getirme konusunda ne kadar hassas olduğuna bakmaksızın sosyal medyada göstermiş olduğu dini faaliyet performansıyla ölçülmektedir. Gerçek yaşamlarında dini konularda hassasiyet göstermeyen bireylerin sanal ortamlarda dini paylaşımlar yapması bir tür ‘gösteriş dindarlığı’ olarak da yorumlanabilmektedir. Modern dünyanın şekillenmesinde rol oynayan popüler kültür, dinin yorumlanmasında da birtakım değişimleri beraberinde getirerek, dinin popülist bir bakış açısıyla değerlendirilmesine yol açmaktadır (Oyman, 2016:140).

Hayatında camiye gitmemiş insanlar Cuma mesajı, Kuran okumayı bilmeyenler ayet, gerçek hayatında İslam'dan uzak yaşayan kullanıcılar da İslam'ın faziletleriyle ilgili paylaşımlar yapabilmektedirler. Kimi kullanıcılar ise normal zamanlarda dinî yaşantıdan uzak paylaşımlar yapmasına rağmen kandil veya bayram gibi dinî günlerde toplumdaki dindar kesim üzerinde etki uyandırabilmek için dinî paylaşımlar yapabilmektedir

Polat'a (2019: 56-57) göre; "Kişisel sosyal medya hesabı bulunan dindarların çevrimiçi dinî özelliklerini gerçek hayattaki dindarlık algılarıyla uyumlu hale getirme çabası içinde oldukları görülmektedir. Örneğin, İslâmî flört sitesine üye olan bir kişinin, Hac ziyaretinde Kabe önünde çektiği selfie, bu fotoğrafı herkese açık profil fotoğrafı olarak kullanması, Kabe önünde evlenme teklifleri ve bu durumun duyurulması dindarlığın farklı-değişen görünümüne işaret etmekte; Cuma günleri camilerden gelen, facebook kullanıcılarının paylaştığı "namaz selfileri" çevrimiçi benlik sunumlarında geline nokta göstermektedir".

Gezginci ve Işıklı (2018:119) 200 facebook kullanıcısı üzerinde yaptıkları araştırmada her 3 kullanıcıdan birinin sosyal medya ortamında dini paylaşımlar yaptıkları sonucuna ulaşmıştır. Araştırmaya göre kullanıcıların yüzde 35'i "dinî inançları açıklama hakkı ve özgürlüğü" gerekçesiyle paylaşım yaptığını ortaya koyarken, yüzde 28'i ise manevi açıdan daha iyi hissetmek için yapmaktadır. Katılımcıların yüzde 20'lik kesimi "aynı duygu ve düşüncedeki insanların iletişim halinde olması" yanıtını vermiştir. Sosyal medyada dinî paylaşım yapmanın iyi bir şey olduğunu düşünüp sevap kazanmayı umanların oranı ise yalnızca yüzde 4'tür. Dindarlığın ve dinî faaliyetlerin özünde Allah'ın rızasını kazanmak için ortaya koyulan bir çaba olduğunu düşündüğümüzde sosyal medya paylaşımlarının gerçekten bu amaca hizmet ettiğini söylemek zor gözükmemektedir.

2018 yılı Alexa verilerine göre Türkiye'de din ve maneviyat kategorisinde 573 internet sitesinin aktif olduğu, İslâmî dinî bilgi kaynakları kategorisinde 81; fıkıh kategorisinde ise 12 adet internet sitesinin aktif olduğu görülmektedir. Bu veriler internetin Türkiye'de de dinî bilgi arama ve edinme süreçlerinde aktif bir biçimde kullanıldığına yönelik önemli ipuçları sunmaktadır (Eken ve Aydın, 2018:897). İnternet dini konularda önemli bir referans kaynağı olarak işlev görmektedir. "Türkiye'de Toplumun Dine ve Dinî Değerlere Bakışı" isimli araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen, "İslâm dini ile ilgili bilgileri daha çok hangi kaynaklardan öğreniyorsunuz?" sorusuna katılımcıların yüzde 30'u dinî kitaplar, yüzde 45'i internet yanıtını vermiştir (Kulat, 2017).

Sosyal medya platformlarının da dinî bilgiye erişim ve paylaşma noktasında etkileşime olanak sağladığı görülmektedir. Facebook verilerine göre, ABD kullanıcılarının yüzde 31'i, ABD dışındaki kullanıcılarınsa yüzde 24'ü profillerinde ait olduğu dine ait bilgileri paylaşmakta; Facebook'ta, 43 milyondan fazla kullanıcıya sahip, çeşitli dinî kategorilere ayrılmış ve dinî merkezli fan sayfaları bulunduğu görülmektedir (<https://www.sophosakademi.org>).

Bahfen, internet sayesinde Müslümanların 'siber-İslâmî toplumu inşa ettiğini' ifade etmekte, modernite ve geleneksellik arasında sıkışmış Müslüman gençlerin, dini bilgilere erişim ve paylaşma noktasında sosyal medyanın etkin bir platform olduğunu belirtmektedir (islamvemedya.com, 14 Haziran 2021). İnternet ve sosyal medya özellikle genç Müslüman kesimin online inanç pratiklerinin şekillenmesinde etkili olmaktadır (Eken, 2021: 253).

SONUÇ

İletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak kitle iletişim alanında görülen ilerlemeler hayatın tüm alanlarında köklü değişimleri beraberinde getirirken, söz konusu gelişmelerden dini kurum ve pratikler de etkilenmiştir. Dindar kamuoyu katı olarak nitelenen bazı davranış

kalıplarından uzaklaşırken, geleneksel dini yaşayış ve modern hayat tarzı arasında kalarak psikolojik bir çatışma içerisinde kaldığı görülmektedir

İslami olanın kamusal alanda görünürlüğüünün artmasıyla birlikte dindar Müslümanların modernleşme süreci hız kazanmıştır. İslami hayat modernleşirken; İslami kimlikler de dönüşmeye başlamış; dindar insanlar İslami değerleri muhafaza etmeye çalışırken, yeni modern düzene ayak uydurmaya çalışmışlardır. Dönüşen davranış biçimlerine baktığımızda bunlar kadının kamusal yaşamda yer almasının normalleşmesinden, eğlenme anlayışındaki zihniyet değişikliğine kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Bu durum dinin geleneksel anlayışından sıyrıldığıının bir göstergesi olarak görülebilir. Toplumun genellikle muhafazakâr kesimlerinde göze çarpan bu tür tutum ve davranışlar, dini olanın kamusal alana yansıdığıının bir işaretidir. Buradan hareketle Türkiye'nin sosyo-kültürel değişim sürecinde dini değerlerle seküler arasında zıtlık yerine yakınlaşma eğiliminin daha baskın olduğu söylenebilir.

Medya sadece dini anlam ve sembolleri tüketim nesnesine indirgemekle kalmamakta; aynı zamanda dindar bireyin kimlik ve yaşam tarzının yeniden inşa edilme sürecinde aktif bir rol oynamakta, bu gelişme dindar kesimin kamusal alanda daha fazla görünür olmasına zemin hazırlamaktadır. Toplumsal yaşamda dindarlığın aldığı bu yeni formun şekillenmesinde postmodernizmi destekleyen en önemli unsur sosyal medya araçlarıdır Sosyal medya özellikle muhafazakâr kesimin gündelik yaşam rutinlerini sergileme biçimleriyle dindarlığın popüler kültürle birleştiği en önemli noktalar arasında yer almaktadır. Medya bireylerin davranış ve düşüncelerini derinden etkilerken, özellikle sosyal medyada lüks tüketime atfedilen değer kimliğin dönüşümü noktasında kritik öneme sahiptir. Tüketerek var olma durumunun önem kazandığı sosyal medyada dindarlığın dönüşümü tüketim pratikleriyle kendini var etmektedir. Postmodern toplumda dinin anlam ve sembollerinin de medya aracılığıyla nesneleştiği göze çarparken, bireyi ekonomik sisteme daha bağımlı hale getirmektedir. Tüketim ve din olgularının arasında karşılıklı bir etkileşim bulunurken; gösterişçi ve hedonistik tüketimin aşılandığı ve teşhirin normalleştirildiği göze çarpmaktadır. Tüketmekten ziyade tükettiğini gösterme arzusunun ön planda tutulduğu sosyal paylaşım platformlarından dindar kesim de etkilenmektedir. Tüketimin dindar bireyler için de bir prestij ve statü konusu hale gelmeye başlamasıyla birlikte firmaların üst sosyo-ekonomik sınıfı hedef alan hac ve umre turizmi gibi pratiklere yönelmeye başladıkları gözlenmektedir.

Postmodernizm düne kadar siyah ve beyaz kadar kesin olan sınırları ortadan kaldırırken, İslami kimlik konusunda da yeni dindarlık formlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum muhafazakar yaşamı benimseyen bireylerin yaşam pratikleri üzerinde etkili olurken, dindar kesimin popüler kültüre dahil olduğu bir sürece zemin hazırlamaktadır. Söz konusu gelişmeler çerçevesinde değerlendirildiğinde özellikle kendilerini muhafazakar olarak nitelendiren genç jenerasyonun bir yandan geleneksel değerlerini muhafaza etmeye çalışırken, öte yandan düzene ayak uydurmaya çalıştığı söylenebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

- Akşit, B., Şentürk, R., Küçükkural, Ö. ve Kurtuluş, (2012). *Türkiye’de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alatlı, A. (2009). *Aklın Yolu Da Bir Değildir*, Ankara: Destek Yayınları.
- Arslan, M. (2006). Değişim Sürecinde Yeni Dindarlık Formları: ‘Yeni Çağ’ İnanışları Örneği, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 4(11):9-25.
- Atay, T. (2012). *Din Hayattan Çıkar*, 6. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atay, T. (2004). *Din Hayattan Çıkar*, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Avcı, Ö. (2005). *İstanbul’da Dindar Üniversite Gençliği İki Dünya Arasında*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bauman, Z. (1998). *Postmodern Etik*, (Çev: Türker, A), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bekaroğlu, E. A. (2008). Başörtüsü Reklâmları: Muhafazakâr Bir Dönüşümün Hikâyesi, *Birikim Dergisi*, 2(3):73-82.
- Bekiroğlu, O. ve Kutlu, T.Ö (2009). Popüler Kültür ve Popülerleştirilen Genç Kız İmgesi, *Medya ve Popüler Kültür Eleştirel Bir Yaklaşım*, (Ed.: Karakoç, E.) Baskı: 1, Konya: Literatürk Yayınları.
- Bilgin, V. (2014). Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü, *Kültür ve Din içinde* (Der. Kirman, M.A., Özbolat, A.), Adana: Karahan Kitabevi.
- Bilgin, V. (2020). *Adım Müslüman: Protest Dini Müziğin Edebi ve Sosyo-Politik Bağlamı*, İstanbul: Beyan Yayınları.
- Bilici, M. (2013). İslam’ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı, *İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri*, (ed. Göle, E.), İstanbul, s.217-222.
- Casanova, J. (2014) *Modern Dünyada Kamusal Dinler*, (çev.-Ed. Şahin, M.), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Demirezen, İ. (2011). *Tüketim ve Din*, İstanbul: Fotografika Yayınları.
- Dirlik, A. (2003). Modernity in Question? Culture and Religion in an Age of Global Modernity, *Diaspora*, 12(2): 154.
- Eken, M. (2021). *Çevrim İçi Dindarlık M Neslinin İnanç Pratikleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Eken, M. ve Aydın, H. (2018). Enformasyon Toplumunda Dini Bilgi Edinme: İnternet Ortamındaki Dini Enformasyonun Güvenilirliği ve Kalite Kriterleri Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11(58): 894-906.
- Eraydın, A. (1992). *Post-Fordizm ve Değişen Mekansal Öncelikler*, Ankara: ODTÜ Yayınları.
- Gezginci, G. ve Işıklı, Ş. (2018). Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 111-133.
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları*, (Çev: Kuşdil, E) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Göle, N. (2012). *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar*, (çev. Ünal, E.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Haberli, M. (2014). *Sanal Din*, İstanbul: Açılım Yayınları.
- islamvemedya.com. Müslümanlar siber-İslamî toplumu inşa ediyor. (Online <https://www.islamvemedya.com/muslumanlar-siber-islami-toplumu-insa-ediyor/513/>. (Erişim 14 Haziran 2021).

- Kılıçbay, B. and Binark, M. (2002). Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle Fashion for Veiling in Contemporary Turkey, *European Journal of Communication*, 17(4): 497.
- Kirman, M. (2005). *Din ve Sekülerleşme*, Adana: Karahan Yayıncılık.
- Kirman, M. and Baloğlu, B. (2012). New Forms of Religiosity Within Secularization Process in Modern Turkey, *World Journal of Islamic History and Civilization*, 2(3):158-165.
- Kömeçoğlu, U. (2007). Islamic Patterns of Consumption, *Cultural Changes in the Turkic World*, (Online), [10.5771/9783956506925-57](https://doi.org/10.5771/9783956506925-57), (Erişim Tarihi: 12.08.2020) ss. 57-70.
- Kulat, M. A. (2017). *Türkiye’de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı*. Ankara: Mak Danışmanlık Yayınları.
- Mutlu, E. (2001). Popüler Kültürü Eleştirmek, *Doğu Batı*, 15, 227-237.
- Nazıroğlu, B. (2015). Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dinî Medya Okuryazarlığı, *Dinbilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 15(2):199-200.
- Sarıbay, A. Yaşar (1998). *Siyaset, Demokrasi ve Kimlik*, Bursa: Asa Kitabevi.
- Solmaz, B. (2006). Sosyoloji ve Din Sosyolojisi Tarihinde Din Odaklı Yaklaşım ve Yöntem Tartışmaları, *Din Sosyolojisi Klasik ve Çağdaş Yaklaşımlar içinde*, (Ed.Solmaz, B.ve Çapcıoğlu, İ.), Konya: Çizgi Kitabevi. ss.19-42.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14(28):125-167.
- Sophos Akademi (2021). Sosyal Medya Vaizliği ve Dijital Din. <https://www.sophosakademi.org/sosyal-medya-vaizligi-ve-dijital-din/> (Erişim 14 Haziran 2021)
- Subaşı, N. (2004). *Gündelik Hayat ve Dinsellik*, İstanbul: İz Yayınları.
- Sungur, E. (2016). *Postmodern Tüketim Anlayışında Dindar Yaşam Biçimleri*. Ankara: Araştırma Yayınları.
- Tekin, M. (2011). *Kutsal Sekülerizm*, İstanbul: Açılım Kitap.
- Türkoğlu, H. S. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlemesine Yönelik Bir Araştırma, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 163-189.
- Yılmaz, Selman (2021). Halk İnancıyla Kitabi Dindarlık Arasında Yeni Bir Dindarlık Tipi: Öznel Dindarlık. *Halk İnanışları ve Uygulamaları*, (Ed.Akyüz, N. ve Çapcıoğlu, İ.), (ss.615-633). Ankara: İLSAM Yayınları.
- Yusuf, S. (1997). Bir başörtüsü reklamının anlattıkları, *Yeni Şafak*, 24 Nisan 1997.