

Uluslararası İbn Haldûn Sempozyumu

International Ibn Khaldun Symposium

01-03 Kasım/November 2013 – ÇORUM/TURKEY

Editörler

Prof. Dr. Mesut OKUMUŞ

Arş. Gör. Ömer DİNÇ

Çorum Belediyesi Kültür Yayınları

Ankara 2015

İBN HALDÛN'UN HADÂRÎ TOPLUMU TÜKETİM TOPLUMU, ŞEHİR İNSANI NARSİST Mİ OLDU?

Gülüşan GÖCEN*

Giriş

Yazının başlığı çoğu okuyucuya ilginç hatta yadırgatıcı gelebilir. Narsisizm ve tüketim toplumu 19. ve 20 yy kavramları olarak düşünöldüğünden 15. yy düşünürü İbn Haldûn ve onun toplum nazariyesi ilk bakışta nasıl yan yana getirilmiş şeklinde sorular da akla gelebilir. Hatta birbirleriyle karşıtlık ilişkisi içerisinde olamayacak denli ayrı düzeylerin kavramları olarak düşünölebilir. Zaten bu çalışmanın hareket noktasını oluşturan husus da tam burasıdır ki bu sorularla birlikte dünö ve bugünüyle insanı ve toplumu büyük İslâm düşünürü İbn Haldûn'un da rehberliğı ile 15. yy'dan 20. yy'a varan serüveninde bir kez daha etüt etme imkân ve ortamı oluşturmak gaye edinilmiştir.

Günümüzde çoğunlukla İbn Haldûn'un çalışmaları sosyoloji ve tarih alanıyla ilişkilendirilir. Fakat o tam anlamıyla insanı merkez alan bir sosyal bilimcidir. İbn Haldûn'u öne çıkaran en önemli özelliklerinden birisi, bir toplumdaki temel kurumsal, psikolojik, sosyal, tarihî ve siyasî etkileri haricî olarak kabul etmeyip, bunları dikkate alarak insanı ve toplumu etkilerini bütöncöl bir şekilde analiz etmeyi başarmasıdır (Chapra, 2006: 205-206; Ülken, 1941: 43).

İbn Haldûn'a göre, insanın tatminsizliğı ihtiyaç tanımı ve ulaşımı sürecinde insanların ve toplumların gelişim seviyesini etkilemektedir. Nasıl ki beslenme ve güvenlik gibi temel ihtiyacı karşıladığında insan bir sonraki ihtiyaçlarını gaye edinmekteyse, insanların eğilimlerini bünyesinde barındıran toplumun ileri safhası olan hadârî toplum da tıpkı insan gibi temel ihtiyaçlarını tedarik ettiğı ölçüde kemâli ihtiyaçlarının peşine düşmektedir. İhtiyaçlar olgusunun insanı anlayabilmek için ne kadar önem arz ettiğinin idrakinde olmasına rağmen İbn Haldûn, yaşamın gerekliliğı için insanı kendi temel maddi ihtiyaçlarını karşılayarak tüm sorunları halledilecek bir varlık olarak görmemektedir (Kozak, 1987:134). İbn Haldûn'a göre iktisat ve siyaset yetisi, insanın psikolojik ihtiyaçlarından-

* Dr., Mobil İmam Hatip Ortaokulu Meslek Dersleri Öğretmeni, Bayrampaşa/İstanbul. gulusangocen@gmail.com.

dır ve bunların karşılanması fizyolojik ihtiyaçlar kadar önemlidir. O'na göre de temel ihtiyaçlar karşılandığında, kişinin sosyo-ekonomik seviyesi yükseldiğinde psiko-sosyal ihtiyaçlar kendini aşikâr eder.

İbn Haldûn, toplum teorisini bedevî ve hadârî toplumlar olarak iki genel kategoride ele alır. İbn Haldûn'a göre bedevî toplum, hadârî toplumlardan daha önce ortaya çıkmış, göçebe veya yerleşik yaşasa da sanayileşmemiş, geçimlerini hayvancılık ve çiftçilikle sağlayan toplumlardır. Hadârî toplum ise, bedevî toplumdaki sonradan ortaya çıkan bir aşamadır. Bu toplumda sanayî faaliyetler gelişmiştir. İnsanlar geçimlerini sanat ve ticaretle sağlarlar ve lüks, bolluk, aşırı üretim-tüketim ve iş bölümü bu toplumlarda oldukça yoğundur (*Mukaddime* II: 523). İbn Haldûn'a göre şehirli insanların sorumluluğu daha büyüktür. Çünkü varlıklarını sürdürmek için gerekli olan zorunlu ihtiyaçlarını karşılama derecesini aşmış, daha ince ve estetik ihtiyaçlarını karşılama imkânına kavuşmuş bir topluluk olarak medeniyete katkı sunmaları beklenmektedir (Haldûn, *Mukaddime*, I: 236). Ona göre medeniyetin çöküşü onların görevlerini hakkıyla yapmaması, şehirde yaşamalarına rağmen şehirli değerlerini yavaş yavaş kaybetmeleri ile hızlanmaktadır (Spickard, 2001:105).

Bugüne İbn Haldûn'un söyleminden bakıldığında buna uygun kanıtlar bulmak çok zor değildir. Onun hadârî toplumu bugün gelişen ekonomi ve teknolojiyle birlikte hesapsız bir tüketim ortamına dönüşmüştür. Günümüzde doğal görünen ihtiyaçların giderilmesi konusu aşınmış, ihtiyacın ne olduğu muğlaklaşmış, ihtiyaç gidermek değil; ihtiyaç oluşturmak (Demirezen, 2010: 102) bugünün toplumlarını tüketim toplumuna; bunu giderme yollarında aklını ve değerlerinin akışını bozan insanlar ise değerlerle ilişkisinin kopmasıyla hedonist ve bencil insanlara dönüşmüştür. Farklılaşan tüketim biçimlerinin bireysel kimliklerin birer unsuru haline geldiği yeni zamanda tüketilen ürünlerle hayat tarzlarının da değiştiği görülür. Fabrikasyon ürünler gibi güzelliğe önem veren, benlik duygusu gelişmiş, haz yönü ön plana çıkmış, kendisini tüketime adanmış hazır bir imajla yapılandırılarak standart birey kalıplarına dökülen insan modellerinin giderek yaygınlaştığı görülmektedir.

İbn Haldûn'un Hadârî Toplumu, Tüketim Toplumu mu Oldu?

İbn Haldûn'a göre insanın ilk yaşam şekli bir iktisadi ve sosyolojik sınıflama kategorisi olarak kabul edeceğimiz "bedevîlik"tir. Bedevî insan, sadece zaruri olan ihtiyaçların teminine çalışır, yaşam tarzı sadedir (Haldûn, *Mukaddime*, I: 157). İbn Haldûn'a göre yeryüzünde hadârî bir hayatın bulunmadığı zamanlarda insanın ve toplumun kökü/kaynağı olan bedevî hayatın var olmasından dolayı aslolan, bedevî hayattır

(Haldûn, *Mukaddime*, I: 160-162). Çünkü Allah'ın kullarını ilk yarattığı hâldir ve tabiatın insan tarafından bozulmamış/değiştirilmemiş hâlidir ve insanın en temel iktisadi faaliyetlerinin olduğu dönemdir.

Hadârî toplum ise temel ihtiyaçlarını karşılamış insanların toplumsallaşma sürecinin bir sonraki ve son aşaması olan hâci ve kemâli ihtiyaçlarını karşılamak için çabalayan topluluğa verilen addır (Haldûn, *Mukaddime*, II: 471). "Hadârî hayat", bedevî hayatın değişmesinden ve gelişmesinden meydana gelmiştir fakat bedevî hayat tamamen ortadan kalkmış değildir. Tersine, o da varlığını muhafaza etmekte ve hadârî hayatla yan yana yaşamakta, bu suretle iki farklı beşerî hayat tarzı bir diğerini beslemektedir (Haldûn *Mukaddime*, I: 163). Sonradan ortaya çıkan hadârî hayatla insan bedevîlikteki doğallıktan uzaklaşır. Toplumun iç gelişimi bedavet halinden hadaret hâline doğru olur ki bu da kaçınılmazdır.

Tarım ve hayvancılıkla uğraşan bedevî topluluklardan, gelişmiş üretim araçlarının kullanıldığı hadârî topluluğa geçen toplumlar, emeğin bir yerde yoğunlaşması ve iş bölümünün gelişmesiyle bir topluluğun ihtiyacından daha fazla miktarda üretim gerçekleştirebilmektedirler (*Mukaddime*, II: 491). Bu şekilde ortaya çıkan temel ihtiyaç fazlası üretim lüks, konfor, bolluk, aşırı üretim ve tüketim bir hadârî toplumun asli özelliklerini oluşturmaktadır. İbn Haldûn'a göre bedevîler şehirlilere zorunlu ürünlerde, şehirliler ise bedevîlere tamamlayıcı ürünlerde ihtiyaç duyarlar (Haldûn, *Mukaddime*, I: 210; Wilson, 2003:536).

Bir toplumun inşası ihtiyaçlarını gidermesine düzeylerine bağlı olarak değişirken aynı şekilde çöküşü ve yıkılışı da ihtiyaçlar konusunda ki dengesizliğe bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Pekcan, 2003:532). Üretim ve tüketim dengesi kayb olduğu için bugünün bedevî ve hadârî toplumları hazırcılığa alıştırmıştır. İbn Haldûn'un bir toplumun asabiyyesinde en çok vurguladığı şey, salt var olma açısından değil; dayanışma ve ekonomik birikimler yönünden de bir müdafaanın gereği olarak ortaya çıktığı meselesidir. Buradan hareket ederek günümüze gelindiğinde toplumu bir arada tutan, amaç birlikteliğinin en üst oranlarda yapıldığı payda olarak görülen şeyin ne olduğu "20. yy hadârî toplumunun asabiyyesi nedir?" sorusuna bizleri götürmektedir. Özel'e (2006:4) göre birleşen insanın üretim için sarfettiği emekler, herkesin ihtiyacından fazlasını ürettiğinde, bu hadârî hayatın kaynağı oluşturan fazlalıklar medeniyetin trenine odun da olabilmekte insanlığın önüne yıkılan taşlara da dönüşebilmektedir.

Genel bir kanı olarak inançta zenginliğin ve bolluğun insanın daha gelişkin, üretken ve sağlıklı kılacağı düşüncesi yaygınca da, İbn Haldûn göre her şeyin fazlasının zarar olduğu gibi fazla bolluk, toplumun ya-

pısını olumsuz anlamda bozmaktadır (Közleme, 2013: 370). Aslında bu zenginlikler o ülkedeki üretken insanların emeklerinin, çalışmalarının sonucundan başka bir şey değildir. Tasarrufun bir erdem olduğu, sistem tarafından sömürülen insanların daha fazla çalışıp üretmeleri ve kâr elde etmeleri için biriktirmeye ve istifçiliğe yönlendirildiği 19. yüzyılın aksine; harcama isteğinin üstün tutularak tüketimin öne çıkarıldığı 20. yüzyılda, insanlar pasifize edilmiş ve otomatikleştirilmiş bir şekilde tüketime yönlendirilmektedir (Fromm, 1996: 14, 41; Fromm, 2002: 49-50). Adeta toplumu bir arada tutan tüketim faaliyetleri, merkezleri ve kültürü olmuş ve tüketim olgusunun şekillendirdiği tüketim toplumu yeni tüketici paradigmasına hızla geçiş yapmıştır (Altıntuğ, 2010: 117).

Tüketim olgusuna yüklenen sosyal ve kültürel anlam, tüketilen ürün ve hizmetin kullanım değerinden çıkıp “kültürel” ya da “psiko-sosyal değer” kazanmasıyla sonuçlanmıştır (Şentürk, 2012: 75). Kitle iletişim araçları vasıtalarıyla neyin sevilmesi, hangi rengin tercih edilmesi, nasıl davranılması, neyin iyi veya neyin kötü olduğuna ilişkin şekilsel bilgiler bütün bireylere aktarılarak kitlesel bir bütünlük sağlanmaktadır (Güneri, Dündar, 2007: 21). Teknoloji, modernite, sanal âlem, avmler, kredi kartları, sosyal medya, marka ya da operatörlerin benzerliği ve birlikteliği mi insanların ortak yaşam noktaları ve tarzlarını belirlemektedir?

İbn Haldûn'un Gururlu İnsanı: Bugünün Tüketici ve Narsistik Kişiliği

İbn Haldûn'a göre insan doğduğu gibi kalmaz, alışkanlıkları ve içinde yaşadığı toplumun şartlarından etkilenerek değişir ve gelişir. Geçmişte ve günümüzde “insanın alışkanlıklarının değişimi mi toplumun karakter yapısını değiştirir, yoksa toplumların değişik karakterde olmaları mı insanın değişen alışkanlıklarının ve kazandıkları yaşam tarzlarının bir sebebidir?” sorusu çok tartışılan bir mesele olmuştur. Fakat İbn Haldûn'a göre insanların asli özelliği, değişimdir. İnsanın yaşam tarzını tabiatı ve mizacından çok imkânları ve alışkanlıkları şekillendirmektedir. Ona göre insanın alıştığı bir durum giderek onun yapısı haline dönüşmektedir (*Mukaddime* I: 166).

İnsanların ve toplumların başlangıcından kemale erme noktasına kaddarkî sürecini ele aldıktan sonra gerçek ihtiyaçlar ve alışkanlıklardan doğan ihtiyaçlar konusuna dikkat çeken İbn Haldûn, uygarlık ve medeniyetin nihai noktasına ulaşan toplumların inişe geçmesini de aslında dolaylı olarak buna bağlar. Hadârî toplumlarda insanlar zenginleşip, tüketimi lüks seviyelere taşıdıklarında değişen yaşam alışkanlıkları dinî ve dünyevi açıdan onlarda huzuru bozan faktörlere dönüşebilmektedir (*Mukaddime*, II: 507-508).

İnsan ihtiyaç hissetmekte, ardından tatmin aramakta, daha sonra rahatlığa yönelmekte, daha sonra da giderek lüks içinde bozulmakta ve hayatın maddi manevi dengesini kaybetmekte ardından da özünü harcamaya kadar varabilmektedir (Hassan, 1977: 22-23). Psiko-sosyal faktörlerin insanların karakter ve davranışları üzerinde etkilerini araştıran İbn Haldûn, refah ortamının insanın değerler ve karakterler üzerindeki olumsuz etkiler bırakabileceği görüşündedir. Ona göre refah ve bolluk insanın arzularını iyice kışkırtır, hazcılığı ve bağımlılığı güçlendirir, ahlaki yozlaştırmalara neden olur. Toplumun değerleri aşınır, kötülükler ve haksızlıklar artmaya başlanır (*Mukaddime*, I, 346-347). Ona göre içi doldurulmamış sadece görüntüde olan gösterişli bir hayata, bolluk ve refah şartlarının oluşturduğu alışkanlıklara kapılanların çoğu, kendilerini özel, herhangi bir iş ve hizmet görmekten münezzeh sayarak başkalarını kullanmaya başlarlar ki bu durum o hizmetlerde çalışan kişiler kadar hizmetçi kullanan kişiler açısından da yozlaşma, yabancılaşma ve dejenereasyon belirtisidir (Erttoy, 2007).

Psikologlar bugün insanın kendini beğenme, üstün görme düşüncesinin ilerlemiş safhalarında görülen bu psikolojiye narsisizm demektedir, bu düşüncüyü benimseyen insan modelinin giderek artmasını endişeyle karşılanmaktadır. Hatta psikiyatr Merter'e (2011) göre bu "çağın vebası" olarak adlandırılmaktadır. Kendilerine fazlaca odaklanıp diğer insanların bakış açılarını anlamaya yanaşmayan narsist insanlar, ayrıcalıklı olduklarını düşünür ve diğer insanlardan üstün olduklarına inanırlar ki bundan dolayı sosyal ilişki yürütülmesi zor olan insanlardır (Twenge, 2009: 97). İnsanın zayıflığından kaynaklanan güvensizlik duygusu, ihtiyacından daha fazlasına hatta her şeye sahip olma ve biriktirme ve yalnızca kendine olan yararı düşünme insanların paylaşım yapmasını, birbirlerine olan bağlılığın samimiyet ve dostluk üzerine olmasını engeller.

İbn Haldûn'a göre kendini beğenme, her şeyden üstün görme, acziyetten uzak olma hissine karşılık gelen gurur insanı ahlaki ilkelerden geri bırakmakta ve ahlâkî açıdan değersizleştirmektedir. Ona göre insan psikolojisi açısından baktığımızda gururun temel sebeplerinden biri, insanın 'âciz' olduğu/mükemmel olmadığı bilincinden uzak yaşamasıdır. İbn Haldûn'a göre net olan bir gerçek vardır ki insan doğuştan bireysel değil, medenidir. Hiç kimse yalnız başına bütün ihtiyaçlarını karşılayamaz, birbirleriyle yardımlaşma ve dayanışma içinde yaşamak durumundadır. Toplumsal ve ekonomik alanda insanın mutluluğu sadece kişisel çıkarlarla açıklanamaz. İnsanı mutlu kılan pek çok unsur vardır. Fakat bu unsurlar, doğrudan veya dolaylı olarak birbirlerini etkilerler. Pekcan'a (2003: 531) göre insanın varlık olarak gereksinim hissettiği şeylerin ki-

şinin yaşam boyunca bütün eylem ve davranışlarının itici gücünü oluşturmaktadır. İnsanın sahip olduğu iktisadi hayatın, sosyal hatta manevî-dini hayat üzerinde etkilerde bulunduğunu ifade eden İbn Haldûn'a göre insanların maddeye karşı zaaflarının artması, servet biriktirme çabasına düşmesi, israfın yaygınlaşması, lüks yaşam algısı, ihtiyaçların çoğalması ve nihayet maddeye mahkûmiyetlerin somutlaşma sürecidir.

Bu nokta da İbn Haldûn'un vurguladığı en önemli şey, din ve ahlâktan gelen ilkelerle insanın ve toplumun dönüşebileceği gerçeğidir. İbn Haldûn düşüncesinde ekonomi, asabiyyet, devlet, ahlâk ve din hep iç içedir. Hatta en önemli etken de dindir (Okumuş, 2009: 52-58). İbn Haldûn'a göre insanların karakterlerinde ki kıskançlık ve rekabeti yasaklayan, gururun etkisini insanda zayıflatan din, insanı dönüştürmek için en büyük nimettir (Chapra, 2006: 221). Çünkü tüketim toplumunda maddi ihtiyaçlarını, hedonik isteklerini kolaylıkla karşılayabilen insan, manevî ihtiyaçlarını doyuramamaktadır (Demirezen, 2010:105).

Sonuç

İnsan üreten bir varlık olarak kalacağından onun üretmemesi mümkün değildir. Burada asıl sorun insanların üretme yönlerinin daraltılması ve sadece tüketime yönlendirilerek insanın sahip olduğu dengenin bozulması meselesidir. İbn Haldûn'un hadârî toplumu bugün gelişen ekonomi ve teknolojiyle birlikte sınırsız bir pazar ortamına dönüşmüştür. Bu ortam içinde insanların ve toplumların ihtiyaç algıları değiştikçe yaşam tarzları ve insan ilişkileri de kökten farklılaşmaktadır. İnsan için var olan üretim ve tüketim ve en önemlisi ihtiyaçlar bireyin kendisini gerçekleştirmesinin bir parçası değil, kapitalizmin istikrarının sağlanmasının bir aracı haline gelmiş, insanları birbirlerine yaklaştırmak yerine uzaklaştırmıştır. İnsan olmanın başlı başına bir kutsiyet içerdiği bilgisinden uzaklaştığı için kendini mekanik bir hayatın içinde değerli kılacak başka nesnelere aramaktadır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2010). İbn Haldûn'un Medeniyet Tasarımı ve İnsan, *Journal of Islamic Research*, 21(1),
- Altuntuğ, N. (2010). Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni Bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2: 2, 111-118.
- Arslan, A. (1997). *İbn Haldûn*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Arslan, G. (2004). İbn Haldûn'un Mukaddime'sinde Tabi Tefsir Realitesi, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 17: 4, 264-280.
- Arslan, A. (2009). *İbn Haldûn*, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Aydoğan, F. (2009). Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XXVII:2, 203-215.

- Ayengin, T. (2003), İslâm'da İktisadi Hayatın Ahlaki Boyutu, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 533-539.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11: 1, 27-53.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*, çev. H. Delicaylı-F.Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bolay, S. H. (1990). *Filozofların Tarihi Görüşleri, Tarih Metodolojisi ve Türk Tarihinin Meseleleri Kollokyumu: Bildiriler*, Fırat Üniversitesi Yayınları, Elazığ.
- Chapra, M. U. (2006). İbn Haldûn'un Gelişme Teorisi Günümüz İslâm Dünyasının Düşük Performansını İzahta Yardımcı Olur mu?, çev. T. Özcan, *İslâm Araştırmaları Dergisi*, 16, 205-243.
- Demir, M. (2003). Türk-İslâm Medeniyetinde Şehirleşme, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 16: 1, 156-165.
- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Din İle Etkileşimi, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10: 3, 97 -109.
- Dönmez, S. (2002). İbn Haldûn'un Tarih ve Umrân Anlayışına Felsefi-Eleştirel Bir Yaklaşım, *Ç. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2: 1, 136-154.
- el-Husrî, S. (1991), İbn Haldûn Sosyolojisi, çev. Mehmet Bayyigit, *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4, 223-230.
- Erol S., I. (2012) İktisadi Kalkınmada Değerlerin Rolü, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3: 2, 49-65.
- Ertoyl, M. (2007). *Yabancılaşma Kader mi, Tercih mi?*, Lotus Yayınevi, Ankara.
- Featherstone, M. (1996): Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, çev. M. Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (1996). *Çağdaş Toplumların Geleceği, Bütün Eserleri:8*, çev. G. Kaya, K. H. Ökten, Arıtan Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (2002). *Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum*, çev. N. Arat, Say Yayınları, İstanbul.
- Görgün, T. (1999). İbn Haldûn'un Görüşleri, *Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, İstanbul, 19, 543-555.
- Görgün, T. (1999). "İbn Haldûn", *DİA (Diyanet İslâm Ansiklopedisi)*, XIX, İstanbul, 543-555.
- Günay, Ü.(1986). İslâm Dünyasında Bir Din Sosyolojisi Öncüsü: İbn Haldûn, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6, 63-104.
- Günay, Ü. (2000). *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Güneri F. B.,Dündar. İ.P., (2007). Gazete Reklamlarının Gençler Üzerindeki Etkisi, *Bilgi*, 40, 17-33.
- Hassan, Ü. (1977). *İbn Haldûn'un Metodu ve Siyaset Teorisi*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Haydar, G., (1991). *Şehirlerin Ruhu*, çev. G. Sekmen, İnsan Yayınları, İstanbul.
- İbn Haldûn, (2004). *Mukaddime*, çev. H. Kendir, Yeni Şafak Kültür Armağanı, İstanbul
- Kayapınar, A., (2006). İbn Haldûn'un Asabiyyet Kavramı: Siyaset Teorisinde Yeni Bir Açılım, *İslâm Araştırmaları Dergisi*, 15, [İbn Haldûn Özel Sayısı-I], 83-114.
- Kozak, İ. E. (1984). İbn Haldûn ve Tarihi Materyalizm, *Yönelişler Dergisi*, 28, 17-22. (1987). *İbn Haldûn'un İktisadi Gelişmede Psikolojik Faktörlere Verdiği Yer*, İslami İlimler Araştırma Vakfı Yayınları, İstanbul, 113-139.

- Kösemihal, N., Ş., (2007). *Sosyoloji Tarihi*, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Közleme, O. (2013). İbn Haldûn Düşüncesi'nde Geçim ve Zenginliğin Psiko-Sosyal Boyutları, *Toplumbilimleri Dergisi*, 7: 13, 363-376.
- Mardin, Ş. (2006). İbn Haldûn. *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 15, 3-4.
- Merter, M. (2011). Gençlik İçin Endişe Verici Araştırma. <http://www.haber7.com/kisisel-gelisim/haber/786601-genclik-icin-endise-verici-arastirma>
- Nasr, S. H, Leaman, O., (2011). *İslâm Felsefesi Tarihi*, çev. Ş. Öcalan-H. T. Başoğlu, Açılım Kitap, İstanbul.
- Özel, M. (2006). Bir iktisat klasiği olarak İbn Haldûn'un Mukaddime'si, *Divân İlmî Araştırmalar*, 2: 21, 1-8.
- Özkılıç, İ. (2006). İbn Haldûn'da İktisadî Kalkınmanın Dinamikleri ve Girişimcilik, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 10, 1-14.
- Özpolat, A. (2012). Postmodern Perspektifte Tüketime Toplumsal Anlamına Sosyolojik Bir Yaklaşım, *İlahiyat Fakültesi Dergisi* 17: 1, 117-129.
- Pekcan, A. (2003). İhtiyaç Kavramı ve İbn Haldûn'un Umrân Teorisine Etkileri, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 524-532.
- Ritter, H. (1948). *Irrational Solidarity Groups: A Socio-Psychological Study in Connection with Ibn Khaldun*, *Oriens* 1, 1-44.
- Spickard, J. V. (2001). *Tribes and Cities: Towards an Islamic, Sociology of Religion*, *Social Compass* 48: 1, 103-116.
- Şentürk, Ü. (2008). Modern Kontrol: Tüketim, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*: 32:2, 221-239.
- Şentürk, Ü. (2008). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri (Avm), *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 63-77.
- Şerif, M. M., (1991), *İslâm Düşünce Tarihi*, çev. Mustafa Armağan, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Taş, K., Gürler, A., (2011). Din ve Suç İlişkisi Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, *Journal of Islamic Research*, 22(1), 12-25. Timuroğlu, K., İşcan, Ö. F. (2008). İşyerinde Narsisizm ve İş Tatmini İlişkisi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22 :2, 239-164.
- Twenge, J. M., (2009). *Ben Nesli*, çev. E. Öztürk, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Twenge, J. M., Campbell, W. K. (2010). *Asrın Vebası Narsisizm İleti*, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Uludağ, S. (1993). *İbn Haldûn, Hayatı, Eserleri, Fikirleri*, Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.
- Ülken, H. Z., Ziyaeddin, F. (1940). *İbn Haldûn*, Kanaat Kitabevi, İstanbul.
- Wilson, R. (2003). İslâm Ekonomisinin Bir Öncüsü Olarak İbn Haldûn, çev. İ. H. İnal, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 533-539.