

MÜSLÜMAN
GİRİŞİMCİLER:
AHLAKLI KAPİTALİZM
KAPİTALİST ÜRETİM, REKLAM,
TÜKETİM VE DİN

Yazar

Dr. Öğr. Üyesi Asım KASAPOĞLU



© Copyright 2025

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

Bu kitapta yer alan fikirler ve düşünceler yazara ait olup, hiçbir kurum veya kuruluşun görüşünü yansıtmamaktadır. Bu kitap, Prof. Dr. Mustafa MACİT editörlüğünde "MÜSİAD Üyeleri Örneğinde Kapitalist Üretim, Reklam, Tüketim ve Din," adlı doktora tezinden üretilmiştir.

ISBN

978-625-375-390-0

Kitap Adı

Müslüman Girişimciler:
Ahlaklı Kapitalizm Kapitalist
Üretim, Reklam, Tüketim ve Din

Editör

Prof. Dr. Mustafa MACİT
ORCID iD: 0000-0002-8802-2620

Yazar

Dr. Öğr. Üyesi Asım KASAPOĞLU
ORCID iD: 0000-0002-8065-7576

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

REL086000

DOI

10.37609/akya.3573

Kütüphane Kimlik Kartı

Kasapoğlu, Asım.

Müslüman Girişimciler: Ahlaklı Kapitalizm Kapitalist Üretim, Reklam, Tüketim ve Din /
Asım Kasapoğlu.

Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2025.

179 s. : tablo. ; 160x235 mm.

Kaynakça var.

ISBN 9786253753900

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın konusunu, kapitalizm ve din ilişkisi oluşturmaktadır. Kapitalizm din ilişkisinin anlaşılmasında, kapitalist üretim, tüketim, reklam ve din ilişkisinin önemli bir ayrıntı ve incelemeye değer yeni bir durum olduğu ortaya çıkmıştır. Bir üretici sivil toplum örgütü MÜSİAD üyelerinin kapitalist üretim, tüketim, reklam ve din ilişkisi çerçevesinde ortaya çıkan durumun anlaşılmasına yönelik çabayı gerçekleştirmeye uygun bir metod olarak nitel durum çalışması benimsenmiştir. Çalışma 2020-2021 yıllarında gerçekleştirdiğimiz görüşmelerden elde edilmiş verilerden, MÜSİAD üyelerinin kapitalist üretim, tüketim, reklam ve din ilişkisini algılama, değerlendirme ve tepkide bulunma biçimlerini anlamakla sınırlıdır. Bu durumu çalışma grubumuz içinde doğrudan deneyimlemiş bireylere odaklanarak topladığımız veriyi nitel fenomenolojik bir analize tabi tutarak gerçekleştirdik. Çalışma grubumuzdan elde edilen verilerin içeriğine ve teorik çerçeveye uygun tematik kategoriler üzerinden başlıklar halinde analiz yaptık.

Çalışmamızın her safhasında motivasyon ve metodolojik yönlendirmeleriyle desteğini eksik etmeyen Prof. Dr. Mustafa MACİT'e, yaptıkları değerlendirme ve çalışmamıza sağladıkları destekleri ile hocalarım Prof. Dr. Fazlı POLAT'a, Prof. Dr. M. Zeki İŞCAN'a ve Prof. Dr. Tuncay İMAMOĞLU'na; ayrıca saha çalışmamıza iştirak eden tüm katılımcılarımıza teşekkür ederim.

Dr. Öğr. Üyesi Asım KASAPOĞLU
Erzurum 2025

İÇİNDEKİLER

Giriş.....	1
-------------------	----------

Bölüm 1	Teorik ve Kavramsal Çerçeve: Durum Tanımı	19
----------------	--	-----------

KAPİTALİST ÜRETİM, TÜKETİM VE REKLAM	19
Bir Toplumsal ve Ekonomik Düzen Olarak Kapitalizm	19
Kapitalist Üretim.....	24
Kapitalist Tüketim	35
Kapitalist Üretim ve Tüketim Dinamiği Olarak Reklam.....	44
Teoriden Pratiğe: İslam, Kapitalist Üretim/Tüketim ve Reklam	50
Kapitalizm ve Din	50
İslam, Kapitalist Üretim/Tüketim ve Reklam	60

Bölüm 2	Müsiad Örneğinde, Kapitalist Üretim, Tüketim, Reklam ve Din	77
----------------	--	-----------

1980 SONRASI DEVLETİN DEĞİŞEN YÜZÜ ÇERÇEVESİNDE LİBERALİZME UYUM TEMSİLİ OLARAK MÜSİAD: Ahlaklı Kapitalizm (mi?): “İki arada bir deredegiz”	77
Kutsal, Kural ve Değişim: “Şartlar da lehimize değiştiğinde”	80
Din ve Dindarlık: “Kalvinist Müslümanlar çok çalışıyor. Çünkü din çalışmayı emrediyor.”	86
Dürüstlük: “Akçenin olduğu yerde sıkıntı var.”	92
Tasarruf: “Biriktireceğiz ve infak edeceğiz.”	93

KAPİTALİST ÜRETİM VE DİN:

“İki günü birbirine eşit olan ziyandadır.”	95
Kapitalist Motivasyon: “Sonuçta havuç yoksa tavşanda yoktur.”	96
Kapitalist Seri ve Sınırsız Üretim; “İstihsal döneminde kanaat olmaz”	97
Kar, Sermaye, Zenginlik: “Kahrolası insan nasıl da ince ince hesap etti.”	99
Faiz ve Finans Kurumları : “Zaruretler haramı mübah kılıyor.”	102
Kapitalist Üretim ve Tüketim Döngüsü	106
Tüketim: “De ki: Allah’ın kulları için çıkardığı ziyneti, temiz ve hoş rızıkları kim haram etmiş”	111
İsraf: “Göreceli bir kavram kişiden kişiye göre değişebilir.”	114
Lüks Tüketim: “Allah kulunun üzerinde verdiği nimeti görmek ister.”	116

KAPİTALİST ÜRETİM, TÜKETİM, REKLAM VE DİN:

“Bir yanda, dünya malının insanı Tanrı katından saptırma tehlikesi; diğer yanda, hayatı sürdürmenin vazgeçilemez aracı olarak mal mülk edinme.”	118
Kapitalist Sistemin “Olmazsa Olmazı” Reklam: “Reklamsız hiçbir şey olmaz”	118
Kapitalist Gündümlü Reklam ve Din: “Manipülasyon”	122
Kapitalist Üretim, Tüketim, Reklam	130
Kapitalist Üretim, Tüketim, Reklam ve Din: “Üretim ve satışta problem yok. Elde edilen karın nerde, nasıl, ne şekilde sarf edildiğin de yorum yapılabilir.”	133

Sonuç	157
--------------------	------------

Kaynaklar	163
------------------------	------------

KAYNAKLAR

- Abbas Naseri, Ezhar Tamam –“ Impact of Islamic Religious Symbol in ProducingThe Public Administration and Social Policies” Review IV Year, No. 1(8) / June 2012. ss. 360-377.
- Adaş, E.B. “The Making of Entrepreneurial Islam And The Islamic Spirit of Capitalism”, *Journey For Cultural reserch*, 2, (113-137), 2006.
- Adorno Theodor W. ve Horkheimer Max, *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı, 2010.
- Advertisement & Islam: A Muslim World Perspective Australian Journal Of Business And Management Research Vol.1 No.6 [152-157] | September-2011.
- Akhter, W., Abbasi, A.S., and Umar, S. “Ethical Issues in Advertising in Pakistan: An Islamic Perspective”: *World Applied Sciences Journal* 13 (3): 444-452. 2011.
- Akşit, Bahattin, Recep Şentürk, Önder Küçükkural, *Kurtuluş Cengiz, Türkiye’de Dindarlık: Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri*, İstanbul: İletişim Yayınları. 2012.
- Akyol, Taha “Değişimde İniyatif Girişimcilerde”, *Çerçeve Dergisi* 35,2005.
- Alamasi, S. M. (*Critiques of Islamic economics an assessment of some major themes, with special focus on the writings of Timur Kuran*. Unpublished doctoral dissertation, The University of Birmingham, Birmingham. 1999.
- Al-Mutairi, H. M., “An İslamic Perspective Towards Development”, *Handard Islamicus*, Sayı: 16, no: 4 ss. 27-50, 1993.
- Al-Olayan, F. S.; K. Karande, “A content analysis of magazine advertisements from the United States and the Arab World”, in *Journal of Advertising*, Vol. 29, No. 3, 2000, pp. 69-82.
- Andreini, D., D. Rinallo, G. Pedeliento, and M. Bergamaschi. “Brands and Religion in theSecularized Marketplace and Workplace: Insights from the Case of an Italian HospitalRenamed after a Roman Catholic Pope.” *Journal of Business Ethics* 141 (3): 529–550. . 2017, doi:10.1007/s10551-015-2709-y.
- Aslan, Adnan, *Küresellesme ve Din*, <http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&Goster=Yazi&YaziNo>
- Atay, Tayfun, Geertzden akt., *Dini Hayattan Çıkar: Antropolojik Denemeler*, İstanbul: İletişim Yayınları.2009.
- Atkin, D. 2004. *The Culting of Brands: When Customers Become True Believers*. New York: Portfolio.
- Austruy, Jacques, *Kapitalizm – Marxizm ve İslam*, 1975. “Authority in Neopaganism.” *Journal of Macromarketing* 36 (1): 425–442. doi:10.1177/0276146716655780.
- Avcı, Özlem, *İstanbul’da Dindar Üniversite Gençliği İki Dünya Arasında*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2012.
- Aydın, Uğur; Alkan Haluk, “Türkiye’de İşadamı-Devlet İlişkileri Perspektifinden MÜSİAD”, *Toplum ve Bilim*, 85, (133-155), 2000.

- Aydoğan, Filiz, *Medya ve Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz*. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2005.
- Ayvazoglu, Beşir, "1980 Sonrası Kültüre Farklı Bir Bakış", *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, c. 13.
- Backman, Jules, *Reklam ve Rekabet*, Çev. Gürsan F. Şeyhun, İstanbul Reklam Yayınları, İstanbul 1972.
- Bakirezer, Güven; Yücel Demirer, "AK Parti'nin Sınıf Siyaseti", *Mülkiye*, 252, Ankara, 19-31. 2006.
- Balcı, Yusuf, "İslam'da Çalışma İlişkileri", Hüner Şencan, İş Hayatında İslam İnsanı, Müsiad Araştırma Raporları-9, İstanbul, 1994.
- Bauman, Zygmunt, *Akışkan Gözetim*,
Bauman, Zygmunt, *Bireyselleşmiş Toplum*, çev. Yavuz Doğan, Ayrıntı İstanbul, 2005.
- Bauman, Zygmunt, *Consuming life*, Polity Press, Cambridge, 2007.
- Bauman, Z. *Sosyolojik Düşünmek*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul:Ayrıntı, 2004.
- Bauman, Z. *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*. (A. Yılmaz,Çev.). İstanbul: Ayrıntı, 2006.
- Başlar, Gülşah, "Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm", "NM Incite's State of Social Customer 2012 Report" [http://nmincite.com/wpcontent/uploads/2012/10/NMIncite-Report-The - State-of-Social-Customer-Service-2012](http://nmincite.com/wpcontent/uploads/2012/10/NMIncite-Report-The-State-of-Social-Customer-Service-2012).
- Batı, Uğur, *Reklamın Dili*. İstanbul: Alfa Basım Yayım A.Ş. 2012.
- Bayhan, Vehbi, "Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu, Tüketiyorum Öyleyse Varım" *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi* (43), İstanbul, 2011.
- Beekun, R.I., (). *Islamic Business Ethics*, the International Institute of Islamic Thought. 1997.
- Bell, Daniel, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basic Bod, New York, 1976.
- Bekaroğlu, Edip Asaf, "Başörtüsü Reklamları: Muhafazakar Bir Dönüşümün Hikayesi", *Birikim Dergisi*, S. 227, ss. 73-82, 2008.
- Belk, Russell W, *Collecting in A Consumer Society* (New York: Routledge, 2013), 2629.
- Belk, R. W., and G. Tumbat. 2005. "The Cult of MacIntosh." *Consumption, Markets & Culture* 8 (3): 205–217. doi:10.1080/10253860500160403.
- Ben-Ner Avner and Louis Putterman, *Values and Institutions in Economic Analysis* 1, 27 jan 1997.
- Bir, Ali Atıf ve Fermani Maviş, *Dünyada ve Türkiye'de Reklamcılık*, Bilgi Yayınları, Ankara 1988, s. 17; Füsün Topsümer ve Müge Elden, *Reklamcılık*, İletişim Yayınları, 14. Baskı, İstanbul 2015.
- Berger, Peter, *Kutsal Şemsiye*, çev. Ali Çoşkun, Rağbet Yayınları, İstanbul, 2015.
- Berger Peter; Samuel P Huntington, *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme*, Çev. Ayla Ortaç, İstanbul: Kitap Yayınevi, 2003.
- Berger, Peter L. "Charisma and Religious iruovation: the social location of Israelite prophecy", *American Sociologica/ Review*, 1963, cilt 28,
- Berger, Peter L. *The Sowl kultyof Religion*, Londra, 1969.
- Bilici, Mücahit "İslâm'ın Bronzlaşan Yüzü: Caprice Hotel Örnek Olayı", N. Göle (Ed.), *İslâm'ın Yeni Kamusal Yüzleri: Bir Atölye Çalışması içinde* (s. 216-236). İstanbul: Metis Yayıncılık, 2009.
- Bilton, Tony, Kevin Bonnett, Pip Jones, Tony Lawson, David Skinner, Michelle Stanworth, Andrew Wester: **Sosyoloji**, (Çev: Kemal İnal), Siyasal Kitabevi, Ankara, 2009.
- Bocock, Robert, *Tüketim*, İrem Kutluk. (çev.). Ankara: Dost, 2009.
- Boudrillard, Jean, *Tüketim Toplumu*, Ayrıntı, İstanbul, 2004.
- Boudrillard, Jean, *Selected Writings*, Ed. N. Poster, Polity Press, Cambridge, 1998.
- Bottomore, Tom, *Early Marx, Early Writings*, New York, 1964.
- Bottomore, : *Frankfurt Okulu (Eleştirel Kuram)*, (Çev: A.Çiğdem), Ara yay., İstanbul, 1989.
- Bozkurt, Veysel, *Prüitanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Alesta, Bursa, 2000.
- Brands, Adam Arvidsson: *Meaning and Value in Media Culture* (New York: Routledge, 2006), 16.
- Buğra, Ayşe "Dini Kimlik ve Bir Sınıf: Bir MÜSİAD – Hak-İş Karşılaştırması", (Der. Neşecan Balkan, Sungur Savran) *Sürekli Kriz Politikaları*, Metis Yayınları, İstanbul.

- Buğra, Ayşe "Class, Culture, and State: An Analysis of Interest Representation by Two Turkish Business Associations", *International Journal of Middle East Studies*, 30 (4), (521-539), 1998.
- Can, Kemal, "Yeşil Sermaye Laik Sisteme Ne Yaptı?", *Birikim Dergisi* Sayı:99, Temmuz 1997.
- Canbey, Eylül Büşra, *Türkiye'de Girişimciliğin Liberal-Muhafazakar Ekseninde Çözümlemesi: MÜ-SiAD Örneği*, Mersin.
- Castells, M., *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* Cilt 1 Ağ Toplumunun Yükselişi, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul, 2005. Chachua, G.; H. Kucharski; , A. Luba; K. Malachowska; B. Martinovski, The Influence of Selected Aspects of Islam on Advertising Efforts, http://nic.hb.se/assets/media/the_influence_of_selected_aspects_of_islam_on_advertising_efforts.pdf 2010.
- Chachua, G., Kucharski, H., Lubaś, A., Malachowska, K. and Martinovski, B. The 16th NIC Conference on Intercultural Communication, University of Borås, Sweden. 2009.
- Chapra, U, "The Economic Sistem of İslam", *The Islamic Quarterly*, 1970.
- Chapra, Muhammad Umer , *İslam İktisadında Ahlak ve Adalet*, çev. Mehmet SARAÇ, İSİFAM, İstanbul, 2008.
- Cherrington, J.O., & Cherrington, D.J. (1993). A menu of moral issues: One week in the life of the wall street journal. *Journal of business ethics*, 11, 225-265.
- Cengiz, Aygün, Serpil, *Modernizm Otomobil Kültürü ve Reklam*. Ankara: Ütopya. 2009.
- Certeau, Michel De, *Gündelik Hayatın Keşfi-Eylem, Uygulama, Üretim Sanatları*, çev. Lale Arslan Özcan, Dost Yayınevi, Ankara 2009.
- Creswell, J. W. *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre NitelAraştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2020.
- Çayıroğlu, Y. "İslâm İktisadının Karakteristik Özellikleri", *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 24, 149-183, 2014.
- Çaha, Ömer, *Aşkın Devletten Sivil Topluma*, Gendaş A.Ş, İstanbul, 2005.
- Çepel, Zühal Ünal, *Türkiye'de Sivil Toplum Avrupalılaşıma ve Demokrasinin Güçlenmesi*, İzmir, 2013.
- Çınar, Menderes "Yükselen Değerlerin İşadamı Cephesi: MÜSİAD", *Birikim*, 95, (5256), 1997.
- Dağtaş, Banu ve Dağtaş, Erdal, "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması." *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları, Türkiye Medyasından Örüntüler*. (der.) içinde. Ankara: Ütopya. 27-75, 2009. Debord, Guy, "The Society of The Spectacle", Zone Book, New York, 1995.
- Demir, Ömer ve Mustafa Acar: *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, 2.Baskı, Ağaç Yay., İstanbul, 1993.
- Demir, Ömer, Mustafa Acar, Metin Toprak, "Anatolian Tigers or Islamic Capital: Prospects and Challenges. *Middle Eastern Studies*", 40 (6), (166-188), 2004.
- Demirezen, İsmail, *Tüketim ve Din*, Fotoğrafika Yayıncılık, İstanbul 2011.
- De Mooij, M, "Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes", Sage Publications, Inc., California, U.S.A, 2009.
- De Run, E.; M. Butt; M.K. Fam; H. Jong, "Attitudes towards Offensive Advertising: Malaysian Muslims' Views", in *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1, No. 1, 2010, pp. 25-36
- Devies, Stevie, *Renaissance Vieu of Man Manchester*, Manchester University Press, 1978.
- Doğan, A. Ekber "Siyasal Yansımalarıyla İslamcı Sermayenin Gelişme Dinamikleri ve 28 Şubat Süreci", *Mülkiye*, 252, Ankara, 2006,
- Dolu, Şükrullah, "Dünün Özlemi, Bugünün Gerçeği Orta Direk Girişimcilik", *MÜSİAD Çerçeve Dergisi*, Yıl: 13, Sayı: 35. 2005, <http://www.musiad.org.tr/syf.asp?kat=arastirma&altkat=cerceve>, Dolu, Şükrullah "Söyleşi, İsmail Kurulay", *Çerçeve*, Şubat, 2013, sayı: 60.
- Dotson, M.; E. Hyatt, "Religious Symbols as Peripheral Cues in Advertising: A Replication of the Elaboration Likelihood Model", in *Journal of Business Research*, Vol. 48, No. 1, 2000, pp. 63-68.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. *Tüketimin Antropolojisi*. (E. A.Aytekin, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi,

1999.

- Döndüren, Hamdi, *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmi*, İstanbul: Erkam Yayınları, 1993.
- Dönmez, Adem, *25 Yılın Hikayesi*, MÜSİAD Kültür Kitaplığı-3.
- Droogsma, R. A., "Redefining Hijab: American Muslim Women's Standpoints on Veiling", in *Journal of Applied Communication Research*, Vol. 35, No. 3, 2007, pp. 294-319.
- Dyer, G., *Advertising as Communication* (Methuen, Inc., New York, NY), 1982.
- Efe, Ahmet, "İslam Ekonomisi Perspektifiyle Bir Büyüme Modeli Çerçevesinde Üretim ve Sosyal Refah Fonksiyonu", *İstanbul Journal of Economics* 67, 2017/2.
- Ekinci, İsmail, *Türkiye'de Küreselleşmeye Karşı Ekonomik Tepkiler ve Din*, İstanbul, 2010.
- Fam, K.; R. Grohs., "Cultural Values and Effective Executional Techniques in Advertising", in *International Marketing Review*, Vol. 24, No. 5, 2007, pp. 519-538.
- Fam, K.; D. Waller; B. Erdogan, "The Influence of Religion on Attitudes Towards the Advertising of Controversial Products", in *European Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 5/6, 2004, pp. 537-555.
- Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı, 1996.
- Featherstone, M. *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı, 2005.
- Fredric, Jameson, "Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı" F. Jameson, J.-F. Lyotard, J. Habermas, Postmodernizm. (der.) içinde. İstanbul: Kıyı, 1994.
- Giddens, Antony, *Sosyoloji Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş*, çev. Ülgen Yıldız Battal, Siyasal Kitabevi, 4. Baskı, Ankara 2012.
- Giddens, *İleri Toplumların Sınıf Yapısı*, çev. Ömer Baldık, Birey, İstanbul, 1999.
- Giddens, *Kapitalizm ve Modern Sosyal Teori*, çev. Ümit Tatlıcan, İletişim Yayınları, İstanbul 2009.
- Goldman, R., *Reading Ads Socially* (Routledge, New York, NY), 1992.
- Gökalp, Ziya, Millet nedir? İçimiyat Mecmuası, (1 no. 3, 1917 : ss. 120 – 133. Ziya Gökalp, "İslamiyet ve Asri Medeniyet, İslam Mecmuası, 16 Şubat 17 Nisan 1917. Göle, N. *İslâm'ın Yeni Kamusal Yüzleri: Bir Atölye Çalışması*, İstanbul: Metis Yayıncılık, 2009.
- Grundrisse der kritik der politischen Oekonomie, Rohentwurf, Berlin, Dietz, 1953. Gundolf, K., & Filser, M. "Management research and religion: A citation analysis." *Journal of Business Ethics*, 112(1), 177-185, 2013.
- Güneş, Sadık, *Medya ve Kültür: Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı*, Ankara: Vadi Yayınları, 1996.
- Gürel, Doğan, *MÜSİAD Üzerine Sosyolojik İnceleme*, Eskişehir, 2006. *Journal of Management, Spirituality & Religion* 2019, Vol. 16, No. 1, 1-5. İbn Haldun, 2/867. İnceoğlu, Metin, *Tutum, Algı, İletişim*, Beykent Üniversitesi Yayınları, 5. Baskı, Ankara 2010. Hamtington, Samuel P. *Üçüncü Dalga Yirminci Yüzyıl Sonlarında Demokratlaşma*, çev. Ergun Özbudun, Ankara, Türk Demokrasi Vakfı Yayınları, 1993.
- Harvey, David, *Marx'ın Kapitali için Kılavuz*, Çev. Bülent O. Doğan, Metis Yay. İstanbul, 2010.
- Henley JR, W. H.; M. Philhours; S.K. Ranganathan; A.J. Bush, "The Effects of Symbol Product Relevance and Religiosity on Consumer Perceptions of Christian Symbols in Advertising", in *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 31, No. 1, 2009, pp. 89-103.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. W. *Aydınlanmanın diyalektiği; Felsefi fragmanlar II*. (O. Özgül, Çev.). İstanbul: Kabalcı, 1996.
- Hoşgör, Evren "Islamic Capital/Anatolian Tigers: Past and Present", *Middle Eastern Studies*, Cilt: 47, Sayı: 2, 2011, (343-360).
- Izberk-Bilgin, E. "Infidel Brands: Unveiling Alternative Meanings of Global Brands at the Nexus of Globalization, Consumer Culture, and Islamism." *Journal of Consumer Research* 39(December): 1-49. 2012. doi:10.1086/665413.
- Jhally, S. "Advertising as Religion: The Dialectic of Technology and Magic", in I. Angus and S. Jhally (eds.), *Cultural Politics and Contemporary America* (Routledge, New York, NY), pp. 217-229. 1989.
- Jones, Jonn Philip, *Masallar ve Gerçeklerle Reklamcılık, Reklamcılığın Doğru Bilinen 28 Yanlışı*, Çev.

- A. Özer. İstanbul: MediaCat Kitapları, 2007 Kadioğlu, Zeynep Kaban, *Tüketim İletişimi: Süreçler. Algılar ve Tüketici*, Pales Yayınları 1.Baskı, İstanbul 2014.
- Kallıny, M.; L. Gentry, Cultural Values Reflected in Arab and American Television Advertising, in Journal of Current Issues and Research in Advertising, Vol. 29, No. 1, 2007, pp. 15-32.
- Kasapoğlu, Asım, "Tüketim Toplumu ve Din: Dinin Metalaştırılması". *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8 / 16 (Temmuz 2021): 923-937.
- Keane, *Sivil Toplum ve Demokrasi, Avrupa'da Yeni Yaklaşımlar*, çev. Levent Köker vd., Ankara, Yedikita Yayınları, 2004.
- Keenan, K.; S. Yeni, "Ramadan Advertising in Egypt: A Content Analysis with Elaboration on Select Items", in Journal of Media and Religion, Vol. 2, No. 2, 2003, pp. 109-117.
- Kehf, Münzir, "İslam Toplumunda Tüketici Davranış", Studies in İslamic The İslamic Foundation, Mekke, 1400/1980, Hüner Şencan, İş Hayatında İslam İnsanı, Müsiad Araştırma Raporları-9, İstanbul, 1994.
- Keller, N.H.M., (trans.) "Reliance of the Traveller A Classic Manual of Islamic Sacred Law by Ibn Naqib Misri. Evanston", IL: Sunna Books. 1994.
- Kellner, Douglas, "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası", (Çeviren: Gülcan Seçkin) Doğu Batı.187-221, 2001.
- Kessler, G. "Kapitalizmin Sosyal Meselesi", (editör) Wilhem Röpke, Ekonominin Bugünkü Meseleleri, İst., Üniv. Hukuk Fakültesi, İktisat ve İctimaiyat Enstitüsü Neşriyatı, ss 119 – 129, No: 1, 1934.
- Keyman, E. F.; B. Koyuncu, "Globalization, alterntaive modernities and the political economy of Turkey," *Review of International Political Economy*, 12 (1), (105 – 128), 2005.
- Keyman, E. F. ve Koyuncu Lorasdağı, B. *Kentler: Anadolu'nun Dönüşümü, Türkiye'nin Geleceği*, İstanbul: Doğan Kitap. 2010.
- Kılıç, Nilüfer Pınar, Yeni Kapitalizm Kültüründe Otomobil Reklamları: Audi ve Skoda Reklamları Örneği, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi · July 2018.
- Kılıçbay, B. "Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış", İnternet Toplum Kültür, Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.), Epos Yayınları: Ankara, s.15-31, 2005.
- Kıvılcımlı, Hikmet, Üretim Nedir?, Derleniş Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, 2016.
- Kiran, M. and Karande S.S. (2000), A Content Analysis of Magazine Advertisements from 13. the United States and the Arab World. Journal of Advertising, 22 September.
- Koyuncu, Berrin, "Küreselleşme ve MÜSİAD: Eklemlenme mi, Çatışma mı?", (Der. E. Fuat Keyman) Liberalizm, Devlet, Hegemonya, Everest Yayınları, İstanbul. 2002.
- Köroğlu, Cemile Zehra, *Tüketim Kültürü ve Din*, Afşar Matbaası, Ankara 2012.
- Kuran, Timur, *İslâm'ın Ekonomik Yüzleri*, (Çev.: Y. Tezgiden). İstanbul: İletişim Yayınları. 2002.
- Kurt, Abdurrahman, *İşadamlarında Dindarlık ve Dünyevileşme*, Emin Yayıncılık, Bursa, 2010.
- Kurt, İrfan "İnsan Merkezi Yönetim", *Çerçeve*, Şubat, 2013, sayı: 60.
- Koehler, B. "The economist Mohammed Ibn Abdullah (570-632). *Economic Affairs*", 31(1), 109-111, 2011.
- Lame Musulmane, Paris, Flammarion, 1958.
- Leach, M.P. & A.H. Liu, " The Use of Culturally Relevant Stimuli in International Advertising", *Psychology and Marketing*, 15(6), 523-546, 1998.
- Leiss, W.: "*The Limits to Satisfaction: An Essay on the Problem of Needs and Commodities*" (University of Toronto Press, Toronto, ON) 1976.
- Levent, Adem, *Kurumlar ve İktisadi Gelişme: Timur Kuran'ın İslam Ekonomisi Yaklaşımının Metodolojik Analizi*, insan & toplum, 2017.
- Lindstrom, Martin, *Buy ology*, Optimist Yayınları, İstanbul, 2009.
- Luqmani, M.; U. Yavas; Z. Quraeshi, "Advertising in Saudi Arabia: Content and Regulation", in *International Marketing Review*, Vol. 6, No. 1, 1989, pp. 59-72.

- Lumpkins, C. Y., "Sacred Symbols as a Peripheral Cue in Health Advertisements: an Assessment of Using Religion to Appeal to African American Women about Breast Cancer Screening", in *Journal of Media and Religion*, Vol. 9, No. 4, 2010, pp.181-201.
- Luqmanı, M.; U. Yavas; Z. Quraeshi, "Advertising in Saudi Arabia: Content and Regulation", in *International Marketing Review*, Vol. 6, No. 1, 1989, pp. 59-72.
- Macfarlane, Alan: *Kapitalizm Kültürü*, (Çev:R.H.Kır), Ayrıntı Yay., İstanbul. 1993.
- Maigret, Eric, *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, çev. Halime Yücel, İletişim Yayınları, İstanbul 2011
- Mardin, Şerif, "Türkiye'de Dini Sembollerin Dönüşümü Üstüne Bir Not", M. Türköne, T. Önder (Eds.) *Türkiye'de Din ve Siyaset içinde* (s. 193-212). İstanbul: İletişim Yayınları. 2006a.
- Mardin, Şerif, "2000'e Doğru Kültür ve Din", M. Türköne, T. Önder (Eds.) *Türkiye'de Din ve Siyaset içinde* (s. 213-236). İstanbul: İletişim Yayınları. 2006b.
- Marsuki, M. Z. "Religious agendas towards sustainable development: An Islamic perspective." *Malaysian Journal of Science and Technology Studies*, 7, 22-38, 2009.
- Marshall G. S. Hodgson, *İslam'ın Serüveni: Bir Dünya Medeniyetinde Bilinç ve Tarih*, Cilt: I,II, İz Yayıncılık, İstanbul, 1995.
- Marshall, Gordon, *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü, Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 2005,
- Marx, Karl, "1844 El Yazmaları", (Çeviren: Murat Belge). İstanbul: Birikim Yayınları, (73-91), 2000.
- Marx: *A Contribution to the Critique of Political Economy*. Chicago, 1904. [*Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı*, çev. Sevim Belli, (ilk baskı) 1970, Sol Yayınları.
- Marx, *Selected Works*, c:1, 1844.
- Marx: *Grundrisse der Kritik der politischen Ukonomic*, Berlin, 1953. [*Grundrisse-Ekonomi Politikin Eleştirisi İçin On Çalışma*, çev. Sevan Nişanyan, Birikim Yayınları, 2008.
- Marx ve Engels: *Capital*, c. 1-3. c. 1, Londra, 1970; c. 2, Moskova 1957, c. 3, Moskova,1962. [*Kapital*, çev. Alaattin Bilgi, (ilk baskılar) 1. cilt 1965, 2. Cilt 1976. 3. cilt 1978, Sol Yayınları.
- Marx ve Engels, *Ekonomi Politik Sözlüğü*, Çev. Alaattin Bilgi, Yurt Kitap-Yayın, İstanbul 1992.
- Marx-Engels, *Seçme Yapıtlar*, Birinci Cilt, Sol Yayınları, Ankara, Aralık, 1976.
- Marx ve Engel, *On Religion*, Moskova, 1955.
- McClelland, D., "The Achieving Society, New York: van Nostrand. Wilder, W., "Islam, Others Factors and Malay Backwardness: comments on an argument", *Malaysian Economic Development*, London.; Oxford University Press, 1975.
- Mengü, Seda Çakar "Reklamın Toplumsal Değer Yargılamasına Etkisi", *İ. Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*.
- Mert, Nuray, *İslam ve Demokrasi*, İstanbul, İz Yayıncılık, 1998.
- Metwolly, "İslami Bir Firmanın Davranışsal Modülü", University of Chuenstand, Australia", Hüner Şencan, *İş Hayatında İslam İnsanı, Müsiad Araştırma Raporları-9*, İstanbul, 1994.
- Michell, P. C. N.; "M. AL-Mossawi, The Mediating Effect of Religiosity on Advertising Effectiveness", in *Journal of Marketing Communications*, Vol. 1, No. 3, 1995, pp. 151162.
- Milibond, Ralpy, *Kapitalist Devlet*, çev. Osman Akınbay, Belge Yayınları, İstanbul, 1983.
- Minkenberg, M. Democracy and religion: "Theoretical and empirical observations on the relationship between Christianity, İslam and Liberal Democracy". *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33(6), 887-909, 2007.
- Mokhlis, S., "Religious Differences in Some Selected Aspects of Consumer Behavior: A Malaysian Study, in *Journal of International Management*", Vol. 4, No.1, 2009, pp.6776.
- Moustakas, C. "Phenomenological research methods". Thousand Oaks, CA: Sage, (1994).
- Muñiz, A. M., and H. J. Schau. "Religiosity in the Abandoned Apple Newton Brand Community." *Journal of Consumer Research* 31 (March): 737-747. 2005. doi:10.1086/426607.
- Neuman, W. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, (1. Cilt). (Çev.: S. Özge). İstanbul: Yayıncıdan Yayın, 2008.

- Odabaşı, Y., *Tüketim Kültürü*. İstanbul: Sistem, 1999.
- O'keefe, D. J., *Persuasion: Theory & Research*, Sage Publications, Thousands Oaks, California, U.S.A, 2002.
- Öniş, T., Türem, U. "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations", *Turkish Studies*, 2 (2), (94-120. 2001).
- Öniş, Ziya, "The Political Economy of İslamic Resurgence", c. 18, s. 4, İstanbul, 1997.
- Özbolat, Abdullah, *Kapitalizme Eklemlene*, Karahan Yayınevi, Adana, 2015.
- Özbudun, Ergun ve Fuat Keyman. "Türkiye'de Kültürel Küreselleşme, Aktörler, Söylemler, Stratejiler", Bir Küre Bin Bir Küreselleşme, Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik. ed. Peter Berger, Samuel Huntington, çev. Ayla Ortaç, İstanbul: Kitap Yayınevi, 2003.
- Özcan, Yusuf Ziya, "İslam Ekonomik Gelişmeye Engel midir? Karşıt Delil ve Bazı Metodolojik Düşünceler", *Journal of İslamic Research* Vol: 8, No: 1, 1995.
- Özçetin, Burak "Popüler Kültür, Din ve Sekülerlik, Tayfun Atayla Söyleşi", *Moment Dergisi*, 3/1, Ankara, 2016, (5-20); Pareto, Wilfredo, *The Rise and Fallof Elite: an Application of Theoretical Sociology* Totovia N. J. Bedminster Press, 196.
- Özdalga, Elisabeth *İslamcılığın Türkiye Seyri: Sosyolojik Bir Perspektif*, (Çev.: G. Türkoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.
- Özdemir, Şennur, *MÜSİAD*, Vadi yayınları, Ankara, 2006.
- Özdemir, Şennur, *MÜSİAD: Anadolu Sermayesinin Dönüşümü ve Türk Modernleşmesinin Derinleşmesi*, Ankara: Vadi Yayınları, 2006.
- Özdemir, Şennur "MÜSİAD ve HAK-İŞ: Birlikte Anlamak: Sınıflı Bir İslami Ekonomi mi? Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: İslamcılık", İstanbul, İletişim Yayınları, 2004
- Özdemir, Şennur, "Some Notes on the Possibility of an İslamic Economy A Case Study", *Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı*, Cilt: 36, (İslamic Economy), 2005.
- Özdemir, Şennur, "Uluslararasılıkta Kaos, Bir Medeniyet Dönüşümü ve İslami (F)aktör: Türkiye'de MÜSİAD Örneği". *Uluslararası İlişkiler Dergisi* 1 / 3 (Eylül 2004): 67-100 .
- Özden, Kemal, "İnsan Kaynakları Yönetimi ve İnsani Değerler", *Çerçeve*, Şubat, 2013, sayı: 60.
- Özel, Mustafa, "Adam Zengin Olur mu?", içinde *İş Hayatında İslam İnsanı. İslami Duyarlılıklar Yönetilen Firmalarda Örgütsel Davranış Biçimleri*, (Der. Hüner Şencan), MÜSİAD Araştırma Raporu, Sayı:9,1994.
- Özsoy, İsmail, "Toplum Adamından Müslüman Adama", *Çerçeve*, Şubat, 2013, sayı: 60.
- Özsöz, Cihad, *Kutsal ve Kural*, Libra Kitap, İstanbul 2019.
- Öztürk, Melda Yaman; Ercan Fuat, "1979 Krizinden 2001 Krizine Türkiye'de Sermaye Birikimi Süreci ve Yaşanan Dönüşümler", *Praksis*, 19, (55-93), 2009. Öztürk, Musa "Kapitalizmin Arzı Üzerinden Üretimi ya da Arzunun Nesnelleştirilmesi". 2013, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* C.12 S:44, (151-180).
- Parkinson, Brien, "Modern Asian Studies", c:1, sayı:1, 1967.
- Parkinson, Brien, "Non Economic Retardation of the Rural Malays", *Malaysian Economic Development*, London: Oxford Universty Press, 1975.
- Patton, M. Q.. *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, (Çeviri Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 2. Baskı, Ankara: Pegem Akademi. 2018.
- Phillips, Barbara J. "Reklamın Savunusunda Toplumsal Bir Perspektif", Çeviren: F. Fulya Tepe, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:5 Sayı:9 Bahar 2006/1*
- Pollay, R. W., "The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising", in R. Hovland and G. B. Wilcox (eds.), *Advertising in Society: Classic and Contemporary Readings on Advertising's Role in Society* (NTC Business Books, Lincolnwood, IL), pp. 437-476, 1989.
- Portes, A. "Institutions and development: A conceptual reanalysis". *Population and Development Review*, 32(2), 233-262, 2006.
- Punch, K. F. *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. (Çev.: D. Bayrak, H. B. Arslan,

- Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005.
- Ragas, M. W., and B. J. Bueno. "The Power of Cult Branding: How 9 Magnetic Brands Turned Customers into Loyal Followers (And Yours Can, Too)". New York: Crown Business. 2002.
- Rice, G. "Islamic ethics and the implications for business." *Journal of Business Ethics* 18: 345-358. 1998.
- Rice, G.; M. AL-Mossawi, The Implications of Islam for Advertising Messages: The Middle Eastern Context, in *Journal of Euromarketing*, Vol. 11, No. 3, 2002, pp.71-96.
- Riis, O. "The Role Of Religion In Legitimizing The Modern Structuration Of Society". *Acta Sociologia*, 32(2), 137-153, 1989.
- Rinallo, D., S. Borghini, G. Bamossy, and R. V. Kozinets. "When Sacred Objects Go B*a(n)d: Fashion Rosaries and the Contemporary Linkage of Religion and Commerciality." In *Consumption and Spirituality*, edited by D. Rinallo, L. Scott, and P. Maclaran, 29-40. New York: Routledge. 2012.
- Rinallo, D., P. Maclaran, and L. Stevens. "A Mixed Blessing: Market-Mediated Religious." 2016.
- Rodinson, Maxime, *İslamiyet ve Kapitalizm*, çev. Orhan Suda, Gün yayınları. İstanbul 1978.
- Rousseau, Jean Jacques, *The First and Second Discourses*, çev. Victor Goureevitch, New York, 1986.
- Röpke, Wilhelm, *Ekonomi Tekâmül Tarihi*, çev. Muhlis Ete, 1936, s. 17. Wilhelm Röpke, *Ekonominin Bazı Meseleleri*, İÜHF İktisat ve İctimaiyat Enstitüsü Neşriyatı, No: 1, 1934.
- Rustow, Alexander, "İktisat Sistemi ve İktisat İdeolojisi", s. 7-21 , 1934. A. Rustow, *İktisat sistemi ve iktisat ideolojisi* (editör) Wilhem Röpke, *Ekonominin Bugünkü Meseleleri*, İst., Üniv. Hukuk Fakültesi, İktisat ve İctimaiyat Enstitüsü Neşriyatı, No: 1, 1934.
- Sayar, Ahmed Güner: "Sabri Ülgener'in Bir Türk Weber'i Olarak Portresi", *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No: 20, Mart 1999.
- Sayar, Ahmet Güner, *Ülgener Yazıları*, İstanbul, Derin, 2006. *Society* (Basic Books, Inc., New York, NY), 1984.
- Schiller, D., *Digital Capitalism: "Networking The Global Market System"*, The MIT Press: Cambridge, 1999.
- Schudson, M., *Advertising, the Uneasy Persuasion: It's Dubious Impact on American*.
- Sennett, Ricahard, *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı, 2011.
- Saeed, M., Ahmed, Z.U. and Mukhtar, S.M. "International marketing ethics from an Islamic perspective: A value-maximization approach", *Journal of Business Ethics*, 32(2), 127-142. 2001.
- Slater, D. *Consumer Culture And Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1997.
- Sezer, Kemal, "Sosyal Sorumluluk Ne Kadar Sorumlu?", *Çerçeve*, Şubat, 2013.
- Singh, J. *Ethics in Advertisements*, Kelola No. 19/VII. 1998.
- Sombart, Werner, *Burjuva*, (Çev.: O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları. 2008.
- Sombart, Werner, *Der moderne Kapitalismus*, cilt I, 1, s. 14, 1928.
- Sorokin, P. A., *Çağdaş Sosyoloji Teorileri*, 1972.
- Sutcliffe, Claud R., "Is Islam and Obstacle to Development? Ideal Patterns of Belief versus Actual Patterns of Behavior", *Journal of Developing Areas* sayı: 10.
- Şencan, Hüner, *İş Hayatında İslam İnsanı*, Müsiad Araştırma Raporları-9, İstanbul, 1994.
- Tarihçe ve Kimlik, (b.t.) 15 Nisan 2006, <http://www.musiad.org.tr/hakkımızda/kurumsal/Kimlik.asp>.
- Tabakoğlu, Ahmet, *İslam İktisadi*, Kitapevi, İstanbul, 2005.
- Taylor, V. A.; D. Halstead; P.J. Haynes, "Consumer Response to Christian Religious Symbols in Advertising", in *Journal of Advertising*, Vol. 39, No. 2, 2010, pp.79-92.
- Tek, Ömer Baybars ve Özgül, Engin (). *Modern Pazarlama İlkeleri, Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, 2010
- Temelli, Ceyhan "Müsiad'ın Söylen ve Pratiklerinde İslam ve Kapitalizm İlişkisi", *Ardahan Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı:2, Ekim 2015.
- The Communist Manifesto*. New York, 1967 (Laski edisyonu). [*Komunist Manifesto ve Komünizmin*

- İlkeleri*, çev. Muzaffer Erdost, (ilk baskı) 1976, Sol Yayınları.
- The German İdeology, Londra, 1965. [Alman *İdeolojisi (Feuerbach)*], çev. Sevim Belli, (ilk baskı) 1976, Sol Yayınları.
- Topsümer, Fusun ve Müge Elden, *Reklamcılık*, İletişim Yayınları, 14. Baskı, İstanbul 2015.
- Tosun, Gülgün Erdoğan, “Sivil Toplum ve Demokrasi”, Der: Lütfü Sunar, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2005.
- Turner, Bryan, *Oryantalizm, Postmodernizm ve Globalizm*, çev. İbrahim Kapaklıkaya, Anka Yayın, İstanbul, 2003.
- Turner, Bryan S. *Max Weber ve İslam: Eleştirel Bir Yaklaşım*, çev. Yasin Aktay, Vadi Yayınları, Ankara, 1996.
- Türkdoğan, Orhan, *İslam Ekonomik Sistemi ve Weber’ci Görüşler*, Turan Yayıncılık, 1996.
- Usunier, J.; J. LEE, Marketing across Cultures, Financial Times Prentice Hall, New York, 2005.
- Ülgener, Sabri F. “İktisadi Hayatta Zihniyetin Rolü ve Tezahürleri”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, S: 3-4, 1941.
- Ülgener, Sabri Fehmi, *Zihniyet ve Din: İslâm, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, İstanbul: Derin Yayınları. 2006a.
- Ülgener, Sabri F. *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*, İstanbul, Derin, 2006b
- Ülgener, “Kapitalizmin Tarihi Gelişimi”, Ed. A. Güner Sayar, **Makaleler**, İstanbul, Derin, 2006c.
- Ülgener, İzm’ler ve Sistemler Bölümü, (Zihniyet-Aydınlar ve İzm’ler), İstanbul, Derin, 2006d
- Ülken, Hilmi Ziya, *Sosyoloji Sözlüğü*, MEB, İstanbul, 1969.
- Ülsever, Cüneyt “Muhafazakâr Değişimciler”, *Çerçeve Dergisi*, Sayı:35, yıl: 13, 2005.
- Veloutsou, C.; S. Ahmed, “Perception of Sex Appeal in Print Advertising by Young Female Anglo-Saxon and Second Generation Asian-Islamic British”, in Journal of Promotion Management, Vol. 11, No. 2, 2006, pp. 91-111.
- Vorhof, Karin, “Türkiye’de İşadamları Dernekleri: İşlevsel Dayanışma, Kültürel Farklılık ve Devlet Arasında”, (Der. Stefanos Yerasimos vd.), Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik, İletişim Yayınları, İstanbul, 2001,
- Yanıklar, Cengiz, *Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma*, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs 2010, Cilt: 34, Sayı: 1, 25-32.
- Yankaya, Dilek, *Yeni İslam’i Burjuvazi: Türk Modeli*, (Çev.: M. I. Durmaz). İstanbul: İletişim Yayınları. 2014
- Yankaya, Dilek “28 Şubat, İslâmî Burjuvazinin İktidarı Yolunda Bir Milat”, *Birikim Dergisi*, (278-279), (29-37), 2012.
- Yankaya, Dilek, “The Europeanization of MÜSİAD: Political Opportunism, Economic Europeanization, Islamic Euroscepticism”, *European Journal of Turkish Studies*, Cilt: 9, 2009.
- Yerasimos, Stefanos vd., Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik, İletişim Yayınları, İstanbul. 2001.
- Yaşın – Navaro Yael, “Metalar, İslamcılık, Laiklik”. (Derleyenler: Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber) *Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat*. İstanbul: Metis Yayınları, 229-259. 2002.
- Yavuz, Hakan *Modernleşen Müslümanlar*, çev. Ahmet Yıldız, Kitap Yayınevi, İstanbul 2005.
- Yavuz, Yunus Vehbi, “Çalışma Hayatı ve İslami Değerler”, *Çerçeve*, 60, Şubat 2013.
- Yazar, Faruk, “Reklamcılık Sektörüne Değerler Perspektifinden Bakış”, *Çerçeve*, 2013.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2016.
- Yüksel, P. & Yıldırım, S. Theoretical Frameworks, Methods, and Procedures for Conducting Phenomenological Studies in Educational Settings. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry, 6(1), 1-20. 2015. <https://doi.org/10.17569/tojqi.59813> s. 10; Moustakas, C. (1994). Phenomenological research methods. Thousand Oaks, CA: Sage, s. 2.
- Zaim, Sabahaddin “Ekonomik Hayatta İnsanın Tutum ve Davranışları”, (Der. Hüner Şencan) *İş Hayatında İslam İnsanı (Homo-İslamicus)*, MÜSİAD, 1994.
- Zehir, Cemil, “Liderlik”, *Çerçeve*, Şubat, 2013, sayı: 60.

- Zubaida, Sami 'Economic and Political activism in İslam', *economy and Society*, 1972, cilt 1, sayı: 1.
- Wagner, Peter, *Modernliğin Sosyolojisi: Özgürlük ve Cezalandırma*, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı, İstanbul 2005.
- Wah, L. C., "Cultural Influences in Television Commercials: A Study of Singapore and Malaysia", in *Journal of Promotion Management*, Vol. 12, No.1, 2006, pp. 57 – 84.
- Weaver, G.; B. Agle, "Religiosity and Ethical Behavior in Organizations: A Symbolic Interactionist Perspective", in *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, 2002, pp. 77-97.
- Weber, Max, *The Sociology of Religion*, Beacon Press, Boston, 1963.
- Weber, Max, *The Sociology of Religion* (çev. Ephraim Fischhoff), Londra, 1965.
- Max Weber'in "Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen" (Din ve Toplum) adlı eserinden.
- Weber, Max, *Economy and Society*, (Günther Roth ve Claus Wittich, editörler), New York, 1968, cilt 1.
- Weber, "Economy and city", New York, 1968, cilt 2.
- Weber, Max, *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, çev. Zeynep Arıoba, Hil Yayınları, 1985.
- Weber, *Sosyoloji Yazıları*, çev. Taha Parla, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1986.
- Weber, *Din Sosyolojisi*, Ed. Ephraim Fischhoff, Çev. Latif Boyacı, İstanbul, Yarın, 2012.
- Wilber, C. K. The 'new' economic history re-examined: R. H. Tawney on the origins of capitalism. *American Journal of Economics and Sociology*, 33(3), 249-258, 1974.
- Williams, Raymond, *Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Söz Varlığı*, Çev. Savaş Kılıç, İletişim Yayınları, İstanbul 2012.
- Williamson, Judith, *Reklamların Dili "Reklamlarda Anlam ve İdeoloji"*. Ahmet Fethi. (çev.). Ankara: Ütopya, 2000.
- Wright, "İslami Firmalarda Örgütsel Davranış", Der. Şencan, Hüner, İş Hayatında İslam İnsanı, Müsiad Araştırma Raporları-9, 1994. 15. Yılında MÜSİAD, 2005. Müsiad.org.tr
- https://www.youtube.com/watch?v=0Maqjnq_c0Q <https://www.youtube.com/watch?v=igu-AsBRWQNM> www.hurriyet.com.tr/ekonomi/3843838-p.asp (Müslüman Protestan merkezi Kayseri mi, Mart 2006) www.haberextra.com/haber/bbc/kalvinist/kayseri (Kalvinistler Kayseri'de Mart 2006). www.musiad.org.tr/detay.asp?id=225 (Müslüman İşadamı Sermayenin Vicdanı Olmalıdır Ekim 2005).
- <https://doi.org/10.17569/tojqi.59813> s. 10
- <http://nmincitem.com/wp-content/uploads/2012/10/NM-Incite-Report-The-State-of-Social-Customer-Service-2012>.
- <http://www.musiad.org.tr/hakkımızda/kurumsal/Kimlik.asp>.

