

# TÜRKİYE'NİN TÜKETİM TOPLUMUNA DÖNÜŞÜM SERÜVENİ

**Yazar**

Deniz KEBA EKİNCİ



© Copyright 2022

*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 kağıt 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 kitap "1950'lerden 2000'lere Türkiye'de Yaşanan Ekonomik Değişimin Tüketim Kültürü Bağlamında Gazete Reklamları Üzerinden Analizi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**ISBN**

978-625-6965-13-3

**Kitap Adı**

Türkiye'nin Tüketim Toplumuna Dönüşüm Serüveni

**Yazar**

Deniz KEBA EKİNCİ

ORCID iD: 0000-0003-2723-992X

**Yayın Koordinatörü**

Yasin DİLMEN

**Kapak Tasarımı**

Esra KAYAPINAR

**Sayfa Tasarımı**

Akademisyen Dizgi Ünitesi

**Yayıncı Sertifika No**

47518

**Baskı ve Cilt**

Vadi Matbaacılık

**Bisac Code**

BUS013000

**DOI**

10.37609/akya.2389

**GENEL DAĞITIM**

**Akademisyen Kitabevi A.Ş.**

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

## SUNUŞ

Tüketmenin vazgeçilmez, doğal ve sıradan kabul edildiği kapitalist toplumlarda, ölçüsüzce ve sınırsız harcanan mal ve hizmetlerin hülasa bu şekilde geçip giden ömrün verili sistem içinde tabii karşılanması durumunun nasıl inşa edildiği cevabı çok merak edilen sorulardandır. Dr. Deniz Keba Ekinci de bu soruya Türkiye özelinde yanıtlar arıyor. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından yeniden şekillenen dünyada kendisine yer bulmaya çalışan, iki kutuplu yeni düzen içinde kısmen kendi arzusuyla kısmen de zorunlu olarak batıya özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'ne askeri, politik ve ekonomik anlamda yaklaşan Türkiye'de tüketim alışkanlıklarının nasıl değiştirildiği, bu yolla nasıl bir toplum yaratılmaya çalışıldığı Dr. Ekinci'nin eserinde bütünlüklü bir biçimde anlatılıyor. 14 Mayıs 1950 seçimlerinin ardından ülkenin kurucu partisinin demokratik bir seçimle iktidarı ekonomik anlamda daha liberal politikalar güden muhalefete terk etmek zorunda kalması bahsi geçen süreci hızlandırmıştır. Dr. Ekinci de bu önemli kırılma noktasından hareketle Cumhuriyetin yarım yüzyılına gazete reklamları üzerinden inceleyerek Türkiye'de tüketim kültürünün inşasını ve seyrini analiz ediyor. Bu özgün ve değerli çalışma, doktora tezi olarak kaleme alınırken kıymetli asistanım Deniz Keba Ekinci'nin tez danışmanlığını yapmaktan büyük bir memnuniyet duydum, kendisinin akademik disiplini ve sabrı bu eseri okuyanlarca da takdir edilecektir. Dr Ekinci'yi bu eseri için bir kez daha tebrik ederken, siz değerli okurlara, akademik camiaya ve bu çalışmadan yararlanacak herkese iyi okumalar diliyorum.

Prof. Dr. Mustafa YILMAZ

## **Dr. Deniz KEBA EKİNCİ**

İstanbul doğumlu olan Deniz Keba Ekinci, 2010 yılında İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümünden mezun olmuştur. 2013 yılında Kocaeli Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başlamıştır. 2015 yılında Kocaeli Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını, 2021 yılında ise Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda doktorasını tamamlamıştır. Ekinci, Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde Araştırma Görevlisi Doktor olarak görevine devam etmektedir. Halkla İlişkiler, Yeni Medya, Kültürlerarası İletişim ve Tüketim Kültürü alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir.

*Tarık Sina ve Nilüfer'e...*

## ÖNSÖZ

Dünyada hızla yayılan tüketim kültürü, Türkiye’de 1950’li yıllarda çok partili hayata geçilmesi ile değişen ekonomi politikaları sonucu ağırlıklı olarak hissedilmeye başlanmıştır. 1980’lerden itibaren uygulanan politikalar sonucunda ise Türkiye tüketim toplumuna dönüşmüştür.

Tüketim anlayışının değişmesi ile Türkiye’nin tüketim toplumu olma sürecini ele alan ve doktora tez çalışmada dayanan bu kitapta, 1950’lerden 2000’lere gazete reklamları incelenerek toplumsal değişimin dinamikleri belirlenmiştir. Türkiye’de yaşanan tüketim odaklı kültürel değişimi tarihsel bağlam göz önünde bulundurarak incelemek amacıyla, dönem koşulları ile reklam mesajları arasında bağlantı kurulup reklamlar üzerinden dönem okuması yapılmıştır. Örneklem olarak kültürel değişime neden olan ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel unsurları tespit ve analiz etme imkânı veren gazete reklamları dönem karşılaştırması yapılarak analiz edilmiştir. Böylece okuyucuya tarihsel bir bakış açısıyla Türkiye’deki kültürel değişim ve bunun reklam yansımalarına ilişkin bütüncül bir toplumsal değişim okuması sunulmuştur.

Keyifli ve bir o kadar da yorucu çalışma sürecinde desteği ve ilgisi ile akademik yolculuğumda her zaman yanımda olan değerli danışmanım, hocam Prof. Dr. Mustafa Yılmaz’a, değerli fikir ve katkılarından dolayı çok teşekkür ederim. Ayrıca, akademik gelişimimde katkısı olan tüm hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca her an yanımda olan, desteğini asla esirgemeyen kıymetli annem ve babama, bu süreçte yanımda olan aileme ve tüm dostlarıma teşekkür ederim. Son olarak en büyük teşekkür oğlum, kızım ve sevgili eşime... Sabrınız ve anlayışınız çok kıymetli...ve sevgili eşim M. Hamdi Ekinci desteğin için minnettarım.

Deniz KEBA EKİNCİ  
Kocaeli, Kasım 2022

# İÇİNDEKİLER

Sunuş.....	iii
Önsöz.....	ix
Giriş.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

<b>TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM .....</b>	<b>3</b>
1. Tüketim Kavramı .....	3
2. Kapitalist Ekonomik Sistem ve Tüketim .....	6
2.1. Sanayi Devrimi.....	6
2.2. 20.Yüzyılın Başları Fordizm .....	8
2.3. Post-Fordizm .....	10
2.4. Küreselleşme Bağlamı .....	12
3. Tüketim Kültürü ve Tüketim Toplumu .....	14
3.1. Tüketim Kültürü .....	14
3.2. Tüketim Kültürü İdeolojisi .....	16
3.2.1. Materyalizm .....	16
3.2.2 Tüketimcilik .....	17
3.2.3 Yabancılaşma .....	18
3.2.4. Hazcılık (Hedonizm) .....	20
3.3. Tüketim Kültürü ve Gündelik Yaşam.....	22
3.4. Tüketim Kültürü ve Boş Zaman Endüstrisi.....	22
3.5. Tüketim Toplumu .....	23
4. Tüketim Kültürü ve Reklam İlişkisi.....	25
4.1. Tüketim Kültürü ve Reklam .....	25
4.2. Tüketim, Kültürel Değerler ve Reklam .....	29
4.3. Sembolik Tüketim ve Reklam .....	30
4.4. Tüketim, Yaşam Tarzı ve Reklam.....	32
5. Tüketim Kültürü ve Halkla İlişkiler .....	34
6. Toplumsal Değişim .....	36
6.1. Toplumsal Değişim Unsurları .....	36
6.2. Toplumsal Değişim Kuramları.....	38

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMU VE GELİŞİMİ.....47

1. Tüketim Kültürünün Doğuşu ..... 47
  - 1.1. Osmanlı'da Tüketim Kültürü ..... 47
  - 1.2. Cumhuriyet'in Kuruluşu ve Tek Partili Dönem: 1923-1950 ..... 50
    - 1.2.1. Cumhuriyet'in İlk Yılları ve Devrimler ..... 51
    - 1.2.2. İzmir İktisat Kongresi ..... 54
    - 1.2.3. Sanayi ve Demiryolu Politikası..... 57
    - 1.2.4. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Dönem ..... 63
    - 1.2.5. Truman Doktrini ve Marshall Planı ..... 64
2. Tüketim Kültürünün ve Ürünlerinin Yayılması Dönemi ..... 66
  - 2.1. Çok Partili Hayata Geçiş ve Demokrat Parti İktidarı ..... 66
    - 2.1.1. Tarım Politikaları ..... 69
    - 2.1.2. Karayolları Politikaları..... 71
  - 2.2. 1960 Darbesi ve Adalet Partisi Dönemi..... 73
  - 2.3. 1974 Sonrası Dönem ..... 76
3. Tüketim Toplumuna Geçiş..... 79
  - 3.1. 1980'li Yıllar ..... 79
    - 3.1.1. 24 Ocak Kararları ve Etkileri ..... 80
    - 3.1.2. 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi Dönemi ..... 82
    - 3.1.3. Serbest Piyasa Ekonomisine Geçiş ve Özal Dönemi ..... 83
  - 3.2. 1990 Sonrası Dönem: Doğru Yol Partisi İktidarı  
ve Refahiyol Hükümeti Dönemi ..... 87
  - 3.3. 2000'lere Giriş ..... 90

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 1950-2000 YILLARI ARASI GAZETE REKLAMLARI ANALİZİ .....95

1. Reklamların Ürün-Hizmet Kategorisine Göre Oransal Olarak Dağılımı ..... 100
  2. Reklamların Mesaj Stratejisine Göre Oransal Olarak Dağılımı ..... 108
  3. Reklam Mesajlarının Kültürel Değerlere Göre Oransal Olarak Dağılımı ..... 117
  4. Genel Değerlendirme ..... 136
- Sonuç..... 161
- Kaynaklar..... 167



# KAYNAKLAR

## 1. Kitaplar

- Açıkgöz, Ömer (2013). Osmanlı Modernleşmesi. Ankara: Elips Kitap
- Adorno, W. Theodor (2014). Kültür Endüstrisi. İstanbul: İletişim Yayınları
- Ahmad, Feruz (2014). Bir Kimlik Peşinde Türkiye. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Alpkaya, Faruk (2012). 1920'den Günümüze Türkiye'de Değişen Toplumsal Yapı ve Değişim. Ankara: Phoenix.
- Alver, Füsün (2003). Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı. İstanbul:Der Yayınları.
- Appelbaum P. Richard (1970). Toplumsal Değişim Kuramları. (Çev: Türker Alkan) İstanbul: İş Bankası Yayınları
- Arık, M. Bilal (2006). İletişim Yazıları. Konya: Tablet Kitabevi.
- Armağan, Mustafa (2000). İstanbul Armağanı 4: Lale Devri, Cilt 4, İstanbul: İBBKİDB Yayınları
- Armaoğlu, Fahir (2019). 20. Yüzyıl Siyasi Tarihi. İstanbul: Kronik Kitap
- Aydoğan, Metin (2003). Yeni Dünya Düzeni, Kemalizm ve Türkiye. İstanbul: Kum Saati Yayıncılık
- Babacan, Muazzez (2015). Nedir Bu Reklam. İstanbul: Beta
- Bal, Hüseyin (2016). Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri. İstanbul: Sentez Yayınevi
- Bali, Rifat N. (2009). Tarz-ı Hayattan Life Style'a. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudrillard, Jean (2015). Tüketim Toplumu Söylenceleri / Yapıları.(Çev:Ferda Keskin, Nilgün Tural) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (1999). Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar.(Çev: Ü. Öktem ) İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Bauman, Zygmunt (1999). Küreselleşme Toplumsal Sonuçları.(Çev: Abdullah Yılmaz) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2001). Parçalanmış Hayat. (Çev: İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bayazıt, Didem Zeynep (2017). Postmodern Tüketim ve Moda Satın Alma Davranışı: Türk Moda Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma. Ankara: Detay Yayıncılık.z
- Bayramoğlu, Ali (1995). Türkiye'de Toplumsal Değişim. İstanbul: Yeni Yüzyıl Kitaplığı
- Berger, Peter, L. (2018). Sosyolojiye Çağrı: Hümanist Bir Perspektif, 2. Bs, (A. Erkan Koca, Çev.). İstanbul: İletişim. Yayınları.
- Bocock, Robert (1997). Tüketim. Ankara: Dost Kitabevi
- Boratav, Korkut (2008). Türkiye İktisat Tarihi 1908-2007. Ankara: İmge Kitabevi
- Bottomore, Tom (2002). Marksist Düşünce Sözlüğü, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Börlüoğlu, Levent (2017). "Osmanlı İmparatorluğu'ndan Günümüze Türkiye'de Siyaset". Şu Kitapta: (Ed. Mehmet Zencirkıran), Türkiye'nin Toplumsal Yapısı. Bursa: Dora Yayıncılık. 99-160.
- Bulut, Faik (1997). Tarikat Sermayesinin Yükselişi. İstanbul :Doruk Yayınları.
- Campbell, Colin (1987).TheRomanticEthicandSpirit of Modern Consumerism. Oxford: Basil Blackwell.
- Cavlaz, Müjgan ve Yeşilyurt, Didar (2000). Reklam Ustaları Hala Yolumuzu Aydınlatıyor mu?, Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, Ankara: Mediacat Yayınları.
- Cılızoğlu, Gamze Yetkin (2019). Reklam ve Tüketim. İstanbul: Kriter Yayınları.
- Çakır, Ruşen (1990). Ayet ve Slogan. İstanbul: Metis Yayınları
- Çakır, Hamza (1997). Osmanlı Basınında Reklam (1828-1864). Ankara: Elit Reklamcılık.
- Çavdar, Tevfik (1992). Türkiye'de Liberalizm (1860-1990) Ankara: İmge Kitabevi.
- Çavdar, Tevfik ve Düzgüneş, Melek(1973). Türkiye'de Toplumsal ve Ekonomik Gelişmenin 50 Yılı. Ankara: T.C Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE).
- Çeçen, Anıl (1995). Atatürk ve Cumhuriyet. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çelik, Sabahattin (2009).Hazzal ve Faydacı Tüketim. İstanbul: Derin Yayınları.
- Corrigan, Peter (1997), The Sociology of Consumption, Sage Publications: London- Thousand Oaks- New Delhi.

## Kaynaklar

- Dağtaş, Banu (2009). Reklam KültürToplum. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dağtaş, Banu ve Dağtaş, Erdal (2009). Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları. Ankara: Ütopya.
- Debord, Guy (1996). Gösteri Toplumu.(Çev: Okşan Taşkent, Aysen Ekmekçi). İstanbul: AyrıntıYayınları.
- Demir, Fevzi (2002). Çağdaş Türkiye Tarihi. Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.
- Demirezen, İsmail (2015). Tüketim Toplumu ve Din. İstanbul: Dem Yayınları
- Dikkaya, Mehmet ve Özyakışır, Deniz (2013). "Türkiye Ekonomisinde Radikal Dönüşüm:1980-2002". Şu Kitapta. Osmanlı'dan İkininli Yıllara Türkiye'nin Ekonomik Tarihi. Ankara: Savaş Kitabevi. 183-206.
- Dolu, Şükrü (1993). Medya ve Tüketim Çılgınlığı. İstanbul: Düşünen Adam Yayınları.
- Doğan, İsmail (2008). Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar.Ankara: Pegem Akademi
- Doğan, İlyas (2014). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türkiye'nin Toplumsal Yapısı. Ankara: Astana Yayınları
- Doğan, Mehmet Sait ve Selahattin Özyurt ve Galip Boztoprak (2009). Sosyoloji Çarşısı. Samsun: E Yazı Yayınları.
- Douglas, Mary ve Baron Isherwood (1999). Tüketimin Antropolojisi. Ankara: Dost Kitabevi.
- Duman, M. Zeki (2018). Tüketim Sosyolojisi. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Dyer, Gillian. (2009). Advertising as Communication. Londonand New York: Taylor & Francis.
- Ekzen, Nazif (2009). Türkiye Kısa İktisat Tarihi. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Elden, Müge (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.
- Ercan, Fuat (1996). Modernizm, Kapitalizm ve Azgelişmişlik, İstanbul:Sarmal Yayınevi.
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (2005). Popüler Kültür ve İletişim. Ankara: Erk Yayınları.
- Eroğlu, Cem (2013) Demokrat Parti Tarihi ve İdeolojisi. İstanbul: Yordam Yayınları.
- Eroğlu, Hamza (2010). Türk İnkılap Tarihi. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Featherstone, Mike (1996). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. (Çev: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, Mike (2013). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü.(Çev:M. Küçük) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fromm, Erich (2004). Çağdaş Toplumların Geleceği. İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Fulcher, James ve Scott, John (1999). Sociology.UK: Oxford UniversityPress.
- Gevgilili, Ali (1989).Türkiye'de Kapitalizmin Gelişmesi ve Sosyal Sınıflar.Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- Giddens, Anthony (2005). Sosyoloji. (Çev: Cemal Güzel )Ankara: Ayrıntı.
- Giddens, Anthony (1991). Modernity and Self- Identity: Self and Society n the Late Modern Age. Cmbridge: Polity.
- Giddens, Anthony ve Sutton, W. Philip (2018). Sosyolojide Temel Kavramlar. (Çev: Ali Esgin). Ankara: Phenix.
- Green, Andy (2010). Creativity in PublicRelations. KoganPagePublishers.
- Güneş, Sadık (2001). Enformasyon Toplumunun Putları. Ankara: Hece Yayınları.
- Gürbilek, Nurdan (2016). Vitrinde Yaşamak 1980'lerin Kültürel İklimi. İstanbul: Metis.
- Goldfrank, Walter L. (2000). Paradigm Regained? The Rules of Wallerstin's World-System Method. Journal of World-System Research, VI, 2, Summer/Fall 2000 150-195.
- Gökçen, Ahmet Mucip (2017). "Cumhuriyetten Günümüze Türkiye'de İktisat Politikaları ve Ekonomik Gelişme". Şu Kitapta, Türkiye'nin Toplumsal Yapısı (Ed. Memet Zencirkıran) Bursa: Dora Yayınları
- Göle, Nilüfer (1998). Modern Mahrem. İstanbul: Metis Yayınları.
- Göle, Nilüfer (2011). Melez Desenler. İstanbul: Metis Yayınları.
- Henslin, James M. (1997). Essentials of Sociology: A Down To-Earth Approach. USA: Allyn and Bacon.
- Horkheimer, Max (1994).Akıl Tutulması.(Çev: Orhan Koçak). İstanbul: Metis Yayınları
- Horkheimer, Max ve Adorno, Theodor W. (2005). Aydınlanmanın Diyalektiği. (Çev: Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan). İstanbul: Kabcacı.

## Kaynaklar

- James, M. Henslin (1997). *Essentials of Sociology: A DowntoEarthApproach*. Boston: Allyn& Bacon Publisher.
- Jameson, Frederic (1994). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiğı*. (ev: NuriP-limer). İstanbul: YKY.
- Jay, Martin (1989). *Diyalektik İmgelem*. (ev: nsal Oskay) İstanbul: Ara Yayıncılık.
- Kadioğlu, Kaban Zeynep (2014). *Tkretim İletişimi, Süreçler Algılar ve Tüketicisi*. İstanbul: Pales Yayınları.
- Kahraman, Hasan Bülent (2002). *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*. İstanbul: Everest.
- Kalaycıoğlu, Sibel (2017). *Dünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Ed. Mehmet Zencirkıran. Bursa: Dora Yayınları.
- Kalan, zlem (2015). "Postmodern Tkretim ve Mobil Pazarlama Stratejisi Olarak Viral Reklam". şu kitapta: Abdullah zkan, Nilnur Tandagneş, Betül nay Doğan. *Yeni Medya ve Reklam*. İstanbul: Derin Yayınları. 281-300.
- Karkıner, Nadide (2011). "Klasik toplumsal Değişme Kuramları". şu kitapta: *Toplumsal Değişme Kuramları*. Eskişehir: AF Yayınları.
- Karlık, Rıdvan, S. (2006). *Avrupa Birliği ve Türkiye*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi
- Kaynar, Mete Kaan (2016). *Türkiye'nin 1950'li Yılları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kayra, Cahit (2015). *Cumhuriyet Ekonomisinin yks. 1923-1950 Devletlik Altın Yıllar*. İstanbul: Tarihi Kitabevi.
- Kayra, Cahit (2015). *Cumhuriyet Ekonomisinin yks. 1950-1980 Karma Ekonomi, Doğrular Yanlışlar Umutlar*. İstanbul: Tarihi Kitabevi.
- Kayra, Cahit (2015). *Cumhuriyet Ekonomisinin yks. 1980-2013 Tkretim Ekonomisi, Küreselleşme*. İstanbul: Tarihi Kitabevi.
- Kepenek, Yakup (1992). *Değişme Doğrultusu*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Kepenek, Yakup ve Yentürk, Nurhan, (2001), *Türk Ekonomisi*, İstanbul: Remzi Kitabevi
- Kılıçbay, Ahmet (1999). *Türk Ekonomisi*. Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi.
- Kılıçbay, Ahmet (1996). *Türkiye'nin Ekonomi Politikaları (1930-1996)*. İstanbul: Der Yayınları.
- Kırmızıaltın, Eren (2012). *1980 Sonrası Türkiye Ekonomisi*. Ankara: Maki Basın.
- Kıpal Ulaş ve Uyanık zgr (2001). *Türkiye Milli İktisat Tarihi*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Koçak, Cemil. (2015). *Dönüşüm, Türkiye'de İki Partili Siyasi Sistemin Kuruluş Yılları (1945-1950)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Konak, Ceyhun (2000). *Küreselleşme ve Yönlendirilen Tkretim*. İstanbul: Karbon Kitaplar.
- Kongar, Emre (2000). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, Emre, (1994). *Kültür zerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, Emre (2011). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, Emre (2015). *21. Yüzyılda Türkiye, 2000'li Yıllarda Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kozanoğlu, Can (1993). *Cılalı İmaj Devri, 1980'lerden 90'lara Türkiye ve Starları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köker, Levent (1993). *Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köker, Levent (1999). "Ulusal Kimlik ve Devlet Meşruyeti: Türkiye'nin Demokratik Deneyiminin çelişkileri", şu Kitapta: Sivil Toplum, Demokrasi ve İslam Dünyası, (Ed. Elisabeth Özdalga ve Sune Perrson), (ev: Ahmet Fethi) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Köse, Hüseyin (2010). *Medya ve Tkretim Sosyolojisi*. Ankara: Ayrac Yayınevi.
- Köse, Aynur ve Yılmaz, Mustafa (2012). *Seçimler ve Değerler*. Trabzon: Serander Yayıncılık.
- Köse, Yavuz (2016). *Dersaadet'te Tkretim (1855-1923)*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Köymen, Oya (2008). *Kapitalizm ve Köylülük*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Kumar, Krishan (2004). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma ağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Lefebvre, Henri (2007). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (ev: Işın Gürbüz) İstanbul: Metis Yayınları.
- Leiss, William ve StephenKline ve ShutShally (1990). *SocialCommunication in Advertising*, Per-

## Kaynaklar

- sons, Products and Images of Well-Being, Londra: Routledge.
- Lewis, Bernard (2017). Modern Türkiye'nin Doğuşu. (Çev: Babür Turna). Ankara: Türk Tarih Basın Kurumu Basımevi.
- Lerner, Daniel (1964). The Passing of Traditional Society, The Free Press of Glencoe. New York.
- Lury, Celia (1996). Consumer Culture. Cambridge: Polity Press.
- MacRae, Donald (1985). Weber. (Çev: Nur Vergin). İstanbul: AFA Yayıncılık.
- Mardin, Şerif (2018). Türk Modernleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marx, Karl ve Engels Frederich (1976). Manifesto. (Çev: Mümtaz Yavuz). İstanbul: Evren Yayınlar.
- Marx, Karl (1986). Felsefe Yazıları (Çev: Murat Belge). Ankara: VYayınları.
- Marx, Karl (1993). 1844 El Yazmaları. (Çev: Kenan Somer). Ankara: Sol Yayınları.
- Maslow, Abraham H. (1970). Motivation and Personality. New York: Harper & Row.
- McCracken, Grant David (1990). Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. USA: Indiana University Press.
- Mengü, Seda Çakar ve Görpe, Serra (2007), "Halkla İlişkilerde Aydınlanma: Kamusal İletişim Stratejilerinin Gerçekleşmesinde Halkla İlişkiler Roller ve Etik", Şu kitapta: Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler, (Ed: İdil Sayımer, Pınar Eraslan Yayınoğlu), İstanbul: Beta Basım 1-80.
- Mowen, John C. (1993). Consumer Behavior. USA: Macmillian Publishing.
- Murray, Robin (1995). "Fordizm ve Post-fordizm", Şu kitapta: Stuart Hall ve Martin Jacques, Yeni Zamanlar, 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi. (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Odabaşı, Yavuz (2013). Tüketim Kültürü Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Orçan, Mustafa (2014). Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü. Ankara: Harf Eğitim Yayıncılığı.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir (2005). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları.
- Oskey, Ünsal (1982). Çağdaş Fantazy. Ankara: Ayko Yayınları.
- Özbudun, Sibel ve Şafak, Balkı ve Altuntekin, Serpil (2005) Antropoloji: Kuramlar / Kuramcılar. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Özgür, A. Ziya (1994). Televizyon Reklamcılığı, Kavramlar, Süreçler. İstanbul: Der Yayınevi
- Özkalp, Enver (2010). Sosyolojiye Giriş. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Pekman, Cem (2001) "Çokuluslu Reklamcılık, Uluslararası Düzenlemeler ve Ulusal Uygulamalar: Kuralları Kim İster?" Şu kitapta: Medya Politikaları, Beybin Kejanlıoğlu ve Sevilay Çelenk vd. Ankara: İmge Kitabevi. 205-242.
- Peltekoğlu, Filiz Balta (2010). Kavram ve Kuramlarıyla Reklam. İstanbul: Beta.
- Ritzer, George (2017). Toplumun McDonaldlaştırılması. İstanbul: Ayrıntı.
- Rosenau, Pauline Marie (2004). Post-Modernizm ve Toplum Bilimleri. (Çev: Tuncay Birkan) Ankara: Bilim ve Sanat.
- Salzman, Ariel (2000). "The Age of Tulips; Confluence and Conflict in Early Modern Consumer Culture (1550-1730)". Şu kitapta: (Ed.D. Quartaer), Consumption Studies and the History of the Ottoman Empire, 1550-1922, State University of New York Press. 83-106
- Sarıbay, Ali Yaşar (1994). Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarıbay, Ali Yaşar (2002). "Postmodern Kapitalizm Olarak Globalizm ve 1980'ler Türk Modernitesi". Şu Kitapta. Liberalizm, Devlet, Hegemonya. Der. Fuat Keyman, İstanbul: Everest Yayınları.
- Sarıca, Murat (1983). Siyasal Tarih. İstanbul: Ar Basım Yayın.
- Schiller, Herbert (1993) Zihin Yönlendirenler. (Çev: Cevdet Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Serttaş, Aybike (2017). Reklam. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sever, Erşan ve Dikkaya, Mehmet (2013). Post Modern'den Soft Modern'e: 28 Şubat ve 17 Aralık Sürecinin Ekonomi Politikası. İstanbul: Savaş Yayınevi
- Skocpol, Theda (2004). Devletler ve Toplumsal Devrimler Fransa, Rusya ve Çin'in Karşılaştırmalı

## Kaynaklar

- Bir Çözümlemesi, (Çev: S. Erdem Türközü). Ankara: İmge Kitabevi.
- Slater, Don. (1997), *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge: Blackwell Publishers Ltd.
- Smith D. Anthony (1988). *Toplumsal Değişme Anlayışı*. (Çev: Ülgen Oskay). İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Sözen, Edibe (1999). *Demir Kafesten Plastige Kimliklerimiz. Sekülerleşme Sürecinde Kimliklerin İnşası*, İstanbul: Birey Yayınları.
- Storey, John (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları. Kuram ve Metodlar*. (Çev: Koray Karashaşin). İstanbul: Babil Yayınları.
- Szyska, Peter (2003). *Pazarlamada Halkla İlişkiler Anlayışı*. (Çev: A. Okay) İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Şaylan, Gencay (2006). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tanör, Bülent ve Boratav Korkut ve Akşin Sina ve Ödekan Ayla (2014). *Türkiye Tarihi 5, Bugünkü Türkiye 1980-2003*. İstanbul: Cem Yayınları.
- Tayanç, Tunç (1973). *Sanayileşme Sürecinde 50 Yıl*, İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Tellan, Derya (2009). "Tüketim Kavramını Anlamlandırmak: Tarihi ve Sosyolojisi." Şu Kitapta: *Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Banu Dağtaş ve Erdal Dağtaş. Ankara: Ütopya.
- Thornburg, M. W. (1949). *Türkiye Nasıl Yükselir ?* (Çev: Semih Yazıcıoğlu) İstanbul: Nebioğlu Yayinevi.
- Tıraş, Mehmet (2003). *Küreselleşen Dünyada Özgür Birey Zengin Toplum*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Torlak, Ömer (2016). *Tüketim, Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. İstanbul: İnkılap Yayinevi.
- Tortop, Nuri ve Özer, Mehmet Akif (2013). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel.
- Toynbee, Arnold J. (1975). *Türkiye*. (Çev: Kasım Yargıcı) İstanbul: Milliyet .
- Weber, Max (1946). *Essay in Society* (Çev: Hans Gerth ve C. Weigh Mills) England: Oxford University Press.
- Yanıklar, Cengiz (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Yeşildal, Hatice (2011). *Toplumsal Değişme. Eskişehir: AÖF Yayınları*.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2009). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık
- Yücekök, Ahmet ve İlter, Turan ve Alkan, Mehmet (1998) *Tanzimattan Günümüze İstanbul'da STK'lar*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Yücekök, Ahmet N. (1998). "Türkiye'de Sivil Toplum Örgütlerinin Gelişiminin Toplumsal Aşamaları ve Süreci" Şu kitapta: *Tanzimattan Günümüze İstanbul'da STK'lar*. Ahmet N. Yücekök, İlter Turan, Mehmet Ö Alkan. İstanbul: Tarih Vakfı.
- Zorlu, Abdülkadir (2016). *Üretim ve Tüketim Teorileri*. Ankara: Altınordu.
- Zürcher, Jan Erik (2017). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Zürcher, Jan Erik ve Barbaros, Funda R. (2017). *Modernizmin Yansımaları: 80'li Yıllarda Türkiye*. Ankara: Efil Yayinevi

## 2. Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

- Ana Britanica Ansiklopedi (1986). İstanbul: Ana Yayinevi. 20. Cilt. Sayfa: 8
- AC Nielsen Zet Araştırma Raporu (2000). *Türkiye Tüketim ve Alışveriş Göstergeleri Raporu*.
- Akaş, Cem (1995). "Migroskop: Türk Süpermarketçiliğinde 41 Yıl." *Cogito Dergisi*. Sayı 5/Yaz, Syf.137-143.
- Argın, Şükrü (1992). "Boş Zamanın Toplumsal Anlamı Üzerine Notlar." *Birikim*, 2638.
- Argın, Şükrü (1992). "Kapitalist Toplumda İşin ve İş Gücünün Kaderi: Fordizmden Postfordizme."- *Birikim*, 16-29.
- Aydemir, Mehmet Ali (2006). "Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma; Türkiye'de Modern Tüketim Kültürü'nün Tarihsel ve Toplumsal Gelişim Seyri." *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Dergisi*. Sayı 16/ syf. 201-214.
- Babacan, Muazzez. (2001). "Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansımaları", 6. Ulusal

## Kaynaklar

- Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Atatürk Üniversitesi, İİBF, Erzurum. s.97-106.
- Başfıncı, Çiğdem (2011). "Modern Türk Tüketim Kültürüne Yönelik Bir Araştırma." Milli Folklor Dergisi. 115-129.
- Cheng, Hong ve John C. Schweitzer (1996). "Cultural Values Reflected In Chinese And U.S. Television Commercials." Journal of Advertising Research , 27-45.
- Clarke, Simon (1990). "The Crisis of Fordism or the Crisis of Social Democracy ?" Telos, 71-98.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), (1963). Kalkınma Planı Birinci Beş Yıl 1963-1967.
- Devlet Planlama Teşkilatı 1963 Yılı Programı, Ankara: DPT
- Devlet Planlama Teşkilatı 1997 Yılı Programı, Ankara: DPT
- Devlet İstatistik Entitüsü, 1971 Tarım İstatistikleri Ankara: D.İ.E.
- Devlet İstatistik Entitüsü, 1973 Türkiye'de Toplumsal ve Ekonomik Gelişiminin 50. Yılı, Ankara : D.İ.E
- Duman, M. Zeki (2006). "Tüketim Toplumunda Özgürlük Sorunu" Sosyoloji Dergisi. 16. Sayı. 17-33
- İnsel, Ahmet (2002). "Olağanlaşan Demokrasi ve Modern Muhafazakarlık" Birikim Dergisi, 163-164
- Karlı, İhsan (2009). 1946-2007 Türk Basınında Milletvekili Genel Seçimler, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kellner, Douglas (2001). "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası." Doğu Batı, 195-226.
- Köse, Salih (2002). "24 Ocak 1980 ve 5 Nisan 1994 İstikrar Programlarının Karşılaştırılması." Devlet Planlama Dergisi (DPT Kuruluşunun 42. Yılı Özel Sayısı).
- Malkoç, Eminalp. (2006). "Türk Basınında Truman Doktrini ve Türkiye'ye Yardımlar, Yakın Dönem Araştırmaları." T.C. İ.Ü. Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Ens. Dergisi, Sayı: 9, s. 89-127
- Marketing Türkiye (2001). "Yaşam Biçimleri Araştırması 13. Yaşına Bastı" 15 Mayıs 2001, S.40-42
- Maslow, Abraham (1943). "A Theory of Human Motivation, Psychological Review". vol. 50, 1943, 370-396.
- Özbey, Funda R. (2000). "Türk Sanayileşme Sürecinde Bütünleştirilmiş Strateji." Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt 2. Sayı.1 s.76.
- Peltekoğlu, Filiz Balta ve Hanzade N. Uralman (2016). "Tüketim Kültürü Perspektifinden Halkla İlişkiler." Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(1).
- Suğur, Nadir (1999). "Fordizm, Postfordizm ve Ötesi." Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 134-153.
- Şahin, M. Cem (2008). "Postmodern Dönemde Tüketim Olgusunun Sosyo-Kültürel Analizi ve Yabancılaşma." Dini Araştırmalar , 11(31), 173-194.
- Richins, Marsha L. ve Dawson, Scott (1992). "A Consumer Values Orientation for Materialism." Journal of Consumer Research, 304-306.
- TÜİK (2006). İstatistik Göstergeler 1923-2005, Türkiye İstatistik Kurumu, Yayın No.3047.
- Türkiye'de Değişim Sempozyumu (2010). Ankara
- Toprak, Zafer (1995). "Tüketim Örüntüleri ve Osmanlı Mağazaları." Cogito, sayı. 5, s. 25-28.
- Üstün, Berna ve Tural, Osman (2008). "Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekanlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi." Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Vol. 8, Sayı:2, 259-282.
- Ward, Scott ve Wackman, Daniel (1971). "Family and Media Influences on Adolescent Consumer Learning." American Behavioral Scientist, (14), 415-427.
- Webster, Andrew. (1990). "Introduction to the Sociology of Development." Londra: MacMillan Press.
- Yanıklar, Cengiz (2010). "Tüketim Kültürü Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma." C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 34(1), 25-32
- Akşam Gazetesi 1927: 1-14 Ocak
- Akşam Gazetesi 1929: 1-14 Ocak
- Akşam Gazetesi 1948: 1-14 Ocak
- Cumhuriyet Gazetesi 1923: 19 Cemadiyüevvel

## *Kaynaklar*

Cumhuriyet Gazetesi 1924: 27-30 Cemadiyrüevvel  
Cumhuriyet Gazetesi 1924: 1-7 Rabiulevvel  
Cumhuriyet Gazetesi 1928: 1-31 Kanunuevvel  
Cumhuriyet Gazetesi 1929: 12-30 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1929:1-31 Mayıs  
Cumhuriyet Gazetesi 1940: 30 Haziran  
Cumhuriyet Gazetesi 1944: 15 Ağustos  
Cumhuriyet Gazetesi 1946: 24,30 Kasım  
Cumhuriyet Gazetesi 1948: 1,10,23,30 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1949: 7 Mayıs  
Cumhuriyet Gazetesi 1950:1-31 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1955: 1-7 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1955: 1-7 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1955: 1-7 Temmuz  
Cumhuriyet Gazetesi 1955: 1-7 Ekim  
Cumhuriyet Gazetesi 1965: 2-8 Ocak,  
Cumhuriyet Gazetesi 1965: 1-7 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1965: 1-7 Temmuz  
Cumhuriyet Gazetesi 1655: 1-7 Ekim  
Cumhuriyet Gazetesi 1975: 1-7 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1975: 1-7 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1975: 1-7 Temmuz  
Cumhuriyet Gazetesi 1975: 1-7 Ekim  
Cumhuriyet Gazetesi 1985: 1-7 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1985:1-7 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1985: 1-7 Temmuz  
Cumhuriyet Gazetesi 1985:1-7 Ekim  
Cumhuriyet Gazetesi 1995: 1-7 Ocak  
Cumhuriyet Gazetesi 1995: 1-7 Nisan  
Cumhuriyet Gazetesi 1995: 1-7 Temmuz  
Cumhuriyet Gazetesi 1995: 1-7 Ekim  
Hakimiyeti Milliye 1929: 1-30 Kanunuevvel  
Hürriyet Gazetesi 1955: 1-7 Ocak  
Hürriyet Gazetesi 1955: 1-7 Nisan  
Hürriyet Gazetesi 1955: 1-7 Temmuz  
Hürriyet Gazetesi 1955: 1-7 Ekim  
Hürriyet Gazetesi 1965: 1-7 Ocak  
Hürriyet Gazetesi 1965: 1-7 Nisan  
Hürriyet Gazetesi 1965: 1-7 Temmuz  
Hürriyet Gazetesi 1965: 1-7 Ekim  
Hürriyet Gazetesi 1975: 1-7 Ocak  
Hürriyet Gazetesi 1975: 1-7 Nisan  
Hürriyet Gazetesi 1975: 1-7 Temmuz  
Hürriyet Gazetesi 1975: 1-7 Ekim  
Hürriyet Gazetesi 1985: 1-7 Ocak  
Hürriyet Gazetesi 1985: 1-7 Nisan  
Hürriyet Gazetesi 1985: 1-7 Temmuz  
Hürriyet Gazetesi 1985: 1-7 Ekim  
Hürriyet Gazetesi 1995: 1-7 Ocak  
Hürriyet Gazetesi 1995: 1-7 Nisan  
Hürriyet Gazetesi 1995: 1-7 Temmuz

## Kaynaklar

Hürriyet Gazetesi 1995: 1-7 Ekim  
Son Havadis 1955: 1-7 Ocak  
Tercüman Gazetesi 1955: 1-7 Ocak  
Tercüman Gazetesi 1955: 1-7 Nisan  
Tercüman Gazetesi 1955:1-7 Temmuz  
Tercüman Gazetesi 1955: 1-7 Ekim  
Tercüman Gazetesi 1965: 1-7 Ocak  
Tercüman Gazetesi 1965: 1-7 Nisan  
Tercüman Gazetesi 1965:1-7 Temmuz  
Tercüman Gazetesi 1965: 1-7 Ekim  
Tercüman Gazetesi 1975: 1-7 Ocak  
Tercüman Gazetesi 1975: 1-7 Nisan  
Tercüman Gazetesi 1975: 1-7 Temmuz  
Tercüman Gazetesi 1975: 1-7 Ekim  
Tercüman Gazetesi 1985: 1-7 Ocak  
Tercüman Gazetesi 1985:1-7 Nisan  
Tercüman Gazetesi 1985:1-7 Temmuz  
Tercüman Gazetesi 1985:1-7 Ekim  
Türkiye Gazetesi 1995: 1-7 Ocak  
Türkiye Gazetesi 1995: 1-7 Nisan  
Türkiye Gazetesi 1995: 1-7 Temmuz  
Türkiye Gazetesi 1995: 1-7 Ekim  
Ulus Gazetesi 1928: 28 Haziran  
Ulus Gazetesi 1944: 28 Temmuz

### 3. Elektronik Kaynaklar

Deloitte Türkiye'de lüks sektörü, lüksün yükselişi raporu, <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/gx-cb-global-powers-of-luxury-goods.html> 05.04.2021  
E-Ticaret İşlemleri, Bankalararası Kart Merkezi, Dönemsel Bilgiler Genel Raporlar <https://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/05.04.2021>  
Hürriyet Gazetesi (2011)<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turkiye-nin-avm-haritasi-aciklandi-17929834> 05.04.2021  
Uluslararası Stratejik Araştırma, Eğitim ve Danışmanlık Merkezi (USADEM) “Gençlik Nereye Koşuyor” <https://www.milliyet.com.tr/pembenar/genclik-calismadan-zengin-olma-pesinde-33374704.04.2021>  
Wikipedia, Elektronik Ticaret, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik\\_ticaret](https://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik_ticaret) 06.04.2021