
DİJİTAL ÇAĞDA TÜRKİYE'DE KUŞAKLAR VE ALİŞVERİŞ

Dr. Öğretim Üyesi Duygu AYDIN ASLANER



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

© Copyright 2019

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.

ISBN

978-605-258-261-9

Sayfa Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Kitap Adı

Dijital Çağda Türkiye’de Kuşaklar
ve Alışveriş

Kapak Tasarım

Zülal Camgöz

Yayıncı Sertifika No

47518

Yazar

Duygu AYDIN ASLANER

Baskı ve Cilt

Sonçağ Matbaacılık

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Bisac Code

BUS090030

DOI

10.37609/akya.900

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

*Hayatıma yeni bir soluk getiren ve tarifsiz bir
sevgiyi bana yaşatan canım kızım ve oğlum
Duru ve Çımar Aslaner'e...*



► KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AB	Avrupa Birliği
AIDS	Edinişmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu / Ebes
BM	Birleşmiş Milletler
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
CD	Compact Disc
DARPA	Defense Advanced Research Projects Agency
ETİD	Elektronik Ticaret Derneği
KİA	Kitle İletişim Araçları
TC	Türkiye Cumhuriyeti
TTNET	Türk Telekom Net
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜBİSAD	Bilişim Sanayiciler Derneği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜVEKA	Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı
TV	Televizyon
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
ULAKBİM	Ulusal Akademik Ağ Bilgi Merkezi
vb	Ve benzeri
www	World Wide Web



► İçerikler

KISALTMALAR.....	v
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1 Üretim Toplumundan Tüketim Toplumuna Geçiş Süreci	5
2.2 Tüketim Kavramı ve Kuramları.....	15
2.2.1 Klasik Sosyal Kuramlar ve Yaklaşımlar	16
2.2.2 Modern Eleştirel Kuramlar ve Yaklaşımlar	24
2.2.3 Postmodern Eleştirel Kuramlar ve Yaklaşımlar	34
2.2.4 Pozitivist Teoriler ve Yaklaşımlar	51
2.2.5 Hedonizm Çerçevesinde Tüketim Toplumu ve Kültürü İlişkisi	55
2.3 Tüketici Kavramı ve Tüketici Davranışı.....	60
2.3.1 Satın alma Davranışı Türleri.....	64
2.3.1.1 İlginlik Düzeyine Bağlı Satın Alma Davranışı.....	65
2.3.1.2 Zaman Harcamaya Bağlı Satın Alma Davranışı.....	67
2.3.2 Tüketici Satın Alma Süreci	68
2.3.2.1 İhtiyacın Farkına Varılması	69
2.3.2.2 Bilgi Arayışı.....	71
2.3.2.3 Seçeneklerin Değerlendirilmesi.....	73
2.3.2.4 Satın Almaya Karar Verilmesi	73
2.3.2.5 Satın alma Sonrası Davranışlar	74
2.4 Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler	75
2.4.1 Kültürel Faktörler	75
2.4.2 Sosyal Faktörler.....	82
2.4.3 Psikolojik Faktörler	92
2.4.4 Kişisel Faktörler	112
2.5 Kuşak Kavramı ve Kuşakların Sınıflandırılması	121

2.5.1 Gelenekseller	124
2.5.2 Bebek Patlaması	128
2.5.3 X Kuşağı	132
2.5.4 Y Kuşağı	137
2.5.5 Z Kuşağı	142
2.6 Yeni Nesil Tüketim ve Tüketici	152
2.6.1 Yeni Nesil Tüketim ve Tüketiciyi Etkileyen Faktörler.....	153
2.6.1.1 Küreselleşme	153
2.6.1.2 Medya ve Reklamlar.....	160
2.6.1.3 Yaşam Tarzı	164
2.6.1.4 Dijitalleşme ve Dijital Teknolojiler	175
2.6.2 Alışveriş, Alışveriş Türleri ve Yeni Nesil Tüketiciler.....	183
2.6.2.1 Çevrim Dışı Alışveriş	187
2.6.2.2 Çevrim içi Alışveriş.....	195
3. ARAŞTIRMA	217
3.1 Araştırma Konusu ve Problemi.....	217
3.2 Araştırmanın Soruları ve Hipotezleri.....	217
3.3 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	219
3.4 Araştırmanın Önemi.....	220
3.5 Araştırmanın Yöntemi.....	220
3.6 Evren ve Örneklem	222
3.7 Araştırmanın Sınırlılıkları	223
4. BULGULAR.....	224
5.TARTIŞMA.....	271
REFERANSLAR.....	283

tüketim potansiyeline sahip tüm kuşakların bu davranışları ve pratikleri detaylı bir şekilde ortaya konulabilir. Ayrıca araştırma alanı Türkiye geneline yayılarak coğrafyanın bütünü çözümlenebilir ve bu özel konu daha genel bir çerçeve ile ele alınabilir.

► REFERANSLAR

- Abaan, E. D. (1998). *Fayda teorisi ve rasyonel seçimler*. TCMB Araştırma Genel Müd. Tartışma Tebliği, Tebliğ No:2002/3. TCMB İdare Merkezi: Ankara.
- Açıkalın, S. ve Erdoğan, L. (2004). *Veblen'ci gösteriş amaçlı tüketim*. Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (7), s.s1-18.
- Açıkel, E. ve Çelikel, M. (2012). *Dijitoloji: Yeni nesil pazarlama ve satış*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y Kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil Yakalılar. *Journal of Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences*, 1(19), (s.s 165-182).
- Adanır, O. (2010). *Fikir Mimarları dizisi 22: Baudrillard*. İstanbul: Say Yayınları.
- Adorno, T. (1991). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Berns-tein, J. M. (Ed.). New York: Roulledge.
- Ahıska, M. ve Yenal, Z. (2006). *Aradığımız kişiye şu an ulaşamıyor: Türkiye'de hayat tarzı temsilleri 1980-2000*. İstanbul: Osmanlı Bankası Araştırma Merkezi Yayınları.
- Albert, T. C. ve Sanders, W. B. (2003). *E-Business marketing*. Prentice Hall.
- Aleskerov, F., Bouyssou, D. ve Monjardet B. (2007). *Utilitymaximization, choose and preference* (2. baskı). Verlag, Berlin: Springer.
- Altınay, A. (2002). Evdeki dünya televizyon. İçinde N. Bayram (Ed.), *Toplum ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu University Press.
- Altıntuğ, N. (2010). Geleneksel tüketim olgusunun kırılma noktası: yeni bir tüketim paradigmasına ve tüketici kimliğine doğru. *Organizasyon ve Yönetim Bilimler Dergisi*, 2(2), s.s 111-118.
- American Heritage Dictionary of English, (3rd edition).(1992). Boston, MA: Houghton Harcourt Mifflin Company.
- Ames, D. (2015). *Shopping malls: Machines for selling*. İçinde D.C. Andrews (Ed.), *Shopping: Material culture perspectives*. London: Rowman and Littlefield.
- Andersen, M. L. ve Taylor, H. F. (2012). *Sociology: Understanding a diverse society* (4.baskı). United States of America: Thomson Learning Inc. Aderson, P. ve Wood, E. M. (t.y). *Modernizm postmodernizm ya da geç kapitalizm (Modernism postmodernism or late capitalism)* (A. T., Erdağı, ve Ç. Ünal, Çev.). İstanbul: Bilim Yayıncılık.
- Apruebo, R. (2005). *Applied consumer psychology*. Manila: Rex Book Store Inc.
- Armstrong, G. ve Kotler, P. (2000). *Marketing: An Introduction* (5.baskı). New Jersey: Prentince-Hall.
- Armstrong, G. ve Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction* (12. baskı). Es-

- sex: Pearson Education Limited.
- Arnold, M. J ve Reynolds, K. E (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*, 79 (Summer), s.s 77-95.
- Arslan, A. (2003). Değişim, haz, özgürlüğü tüketim dünyasında aramak. *Birikim Dergisi*, Sayı 152/153, s.s 208-224.
- Aslanoğlu, R.A. (1998). *Kent, kimlik ve küreselleşme*. Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- Atabek, E.(2011). *Tüketilen değerler ve gençlik (2. Baskı)*. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.
- Atabek, E. (2014). *Kuşatılmış gençlik (21. Basım)*. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.
- Aydın, E.D.(2004). *Bilgisayar, bilgi işlem ve telekomünikasyon terimleri sözlüğü (6. baskı)*. İstanbul: Yayın Yayıncılık.
- Aydoğan, F. (2004). *Medya ve popüler kültür*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Aydoğan, F. (2009). Tüketim gölgesinde kentler. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. XXVII: 2 (s.s 203-2015).
- Bahar, H. İ. (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Uşak Yayınları.
- Bali, R. N. (2013). *Tarz-ı hayat'tan life style'a: Yeni Seçkinler, yeni mekanlar, yeni yaşamlar (10. Baskı)*. İstanbul: İletişim Publishing.
- Basavanna, M. (2007). *Dictionary of psychology*. New Delhi: Allied Publishers.
- Batra S. K. ve Kazmi S.H.H. (2008). *Consumer behaviour: Text and cases (2. baskı)*. New Delhi: Excel Books.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures (C. Turner, Çev.)*. London: Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2006). *Simulacra and simulation (S. F. Galser, Trans.)*. Ann Arbor: Michigan University Press.
- Bauman, Z. (1998). *Postmodernity and its discontents*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (1999). *In search of politics*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bauman, Z. (2005a). *Globalization: The human consequence*. Oxford: Black Publishers Ltd.
- Bauman, Z. (2005b). *Work, consumerism and the new poor (2. baskı)*. Maidenhead: Open University Press.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Cambridge: Polity Press.
- Belk, R. W., Ger, G. ve Askegaard, S. (2003). The fire of desire: A multisided inquiry in to consumer passion. *Journal of Consumer Research*, 30(3),s.s 326-351.
- Benckendorff, P., Moscardo, G., ve Pendergast, D. (2009). *Tourism and generation Y*. Cambridge, MA: CAB International.
- Benckendorff, P. ve Moscardo, G. (2013). Generational cohorts and ecotourism. İçinde. R. Ballantyne ve J. Packer (Eds). *International handbook on ecotourism*. (s.s 135-154). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Bernstein, D. A. (2013). *Essentials of psychology*. Belmont, CA: Wardsworth Cengage Learning.

- Bernstein, J. S. (2014). *Standing room only: Marketing insights for engaging performing arts audiences* (2. baskı). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Bernstein, L. E. (2006). *Generations working together: What everyone needs to know and do!*. Dallas, TX: The Walk the Talk Company.
- Best, K. ve Douglas K. (1991). *Postmodern theory: Critical interrogations*. New York: The Guilford Press.
- Birsel, H. (2005). Reklamda Türk imajına geri dönüş. İçinde Ö. Kumrular (Ed.), *Dünyada Türk imgesi*. İstanbul: Kitap Yayınevi Ltd.
- Blythe, J. (2009). *Key concepts in marketing*. London: Sage Publications Ltd.
- Blythe, J. (2013). *Consumer behaviour* (2. baskı). London: Sage Publications Ltd.
- Brown, A. ve Zefo B. (2007). *Grad to orkp: Discover the secrets to success in your first career*. Minneapolis, MN: Dalidaze Press.
- Browne, K. (2005). *An introduction to sociology* (3. baskı). Cambridge: Polity Press.
- Browne, K. (2011). *An introduction to sociology* (4. baskı). Cambridge: Polity Press.
- Bocock, R. (1993). *Consumption*. Lodon: Routledge.
- Boone L. E. ve Kurtz D.L. (1995). *Contemporary marketing* (8. baskı). Orlando, FL: The Dryden Press.
- Bose, D. C. (2010). *Modern marketing: Principles and practice*. New Delhi: PHI Learning.
- Bulmuş, İ. (1994). *Mikroiktisat (Microeconomics)*. Ankara: Eğitim Yayıncılık, Dağıtım ve Ticaret Limited Şirketi.
- Burkey, J. M. (2006). *Baby Boomers and hearing loss: A guide to prevention and care*. United States of America: Rutgers University Press.
- Burrow J. L. ve Fowler, A. R. (2015). *Marketing*. Boston, MA: South-Western Cengage Learning.
- Çalışlar, O. (1988). *68' başkaldırımın yedi rengi*. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Cankaya, Ö. (2003). *Bir kitle iletişim kurumunun tarihi: TRT, 1927-2000*. İstanbul: Yapı kredi Publishing.
- Cant, M.C., Strydom, J.W., Jooste, C.J. ve Plessis, P.J. (2007). *Marketing management* (5. baskı). Cape Town, South Africa: Juta ve Company. Ltd.
- Carlsson, C., Anckar, B. ve Walden, P. (2006). Mobil commerce: A value system perspective. İçinde (Shaw, M. J. Ed.) *E-Commerce and the digital Economy: Advances in management information systems* (s.s 191-213). London: Routledge.
- Cemalcılar, İ. (1998). *Pazarlama: Kavramlar ve kararlar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Cengiz, E. ve Özden, B. (2003). Perakendecilikte büyük alışveriş merkezleri ve tüketicilerin büyük alışveriş merkezleri ile ilgili tutumlarını tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış, Ege Üniversitesi İktisadi İdari*

- Bilimler Dergisi*, 22(2), s.s 65-78.
- Chandler, K. ve Hyatt, K. (2003). *Consumer-centered design: A new approach to web usability*. New Jersey: Prentice Hall PTR.
- Chaney, D. (2002). *Lifestyles*. London: Routledge.
- Çiçekoğlu, F. (1998). *Bugün, Dün*. İçinde U. Tanyeli (Ed.) *Üç kuşak Cumhuriyet*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Ciletti, D. (2011). *Marketing yourself* (2. baskı). United States of America: South Western Cengage Learning.
- Ciment, J. (2006). *Postwar America: An encyclopedia of social, political, cultural and economic history*. New York: M.E Sharpe.
- Civelek, M. E. (2009). *İnternet çağı dinamikleri*. İstanbul: Beta Basım Publishing.
- Cochran, L., J., Rothschadl, A. M. ve Rudick J. L. (2009). *Leisure programming for Baby Boomers*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Cragan, J. F., Kasch, C. R. ve Wright, D. W. (2009). *Communication in small groups: Theory, process and skills*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Collins, T. (2007). *The legendary model T Ford: The ultimate history of America's first great automobile*. China: Krause Publications.
- Coon, D. (2006). *Psychology: A modular approach to mind and behavior* (10. baskı). Belmont, CA: Thomson Learning Inc.
- Connor, S. (1997). *Postmodernist kültür: Çağdaş olmanın kuramlarını bir bakış* (D. Şahine, Trans.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Curcio, V. (2013). *Henry Ford*. USA: Oxford University Press.
- Cüceoğlu, D. (2006). *İnsan ve davranış: Psikolojinin temel kavramları* (15. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi A.Ş.
- Çalık, N. (2003). *Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları*. İçinde B. Teknekecioğlu (Ed.), *Pazarlama Yönetimi (Marketing Management)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çakırer, M. A. (2013). *Elektronik ticaret*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Çelik, B. (2010). *Teknolojinin taşıması, taşımanın teknolojisi: Osmanlı'dan Türkiye'ye teknolojik deneyimler ve gerilimler*. İçinde Z.T.Akbal Süalp ve A. Güneş, *Taşrada var bir zaman: Taşra kavramı üzerine tartışmalar* (s.s 189-210). İstanbul: Çitlembik Yayınları.
- Çetinkaya, Y. (1992). *Reklamcılık*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık Ltd. Şti.
- Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (2009). *Tüketim kültürü, yaşam tarzları, boş zamanlar ve medya üzerine bir literatür taraması*. İçinde B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Eds.), *Medya, tüketim kültürü ve yaşam tarzları* (s.s 27-71). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dağtaş, B. ve Erol, D. D. (2009). *Yaygın medyanın hafta sonu eklerinde tüketim dayalı yaşam tarzı sunumları*. İçinde B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Eds.), *Medya, tüketim kültürü ve yaşam tarzları* (s.s 167-201). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dahlen, M. Lange, F. ve Smith. (2010). *Marketing communications: A brand*

- narrative approach*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Darroch, J. (2010). *Marketing through turbulent times*. New York: Palgrave Macmillan.
- Debord, G. (2002). *The society of spectacle* (K. Kenabb, Trans.). Canberra: Treason Press.
- Demiray, M. (2015). Y Kuşağı'na pazarlamak, Y Kuşağı markası olmak. *Dijital Age*, 36-38.
- Dennis, C., Fennech, T. ve Merrilees, B. (2004). *E-retailing*. Oxon: Routledge.
- Dhar U., Nath, V.V., Nair S. K. ve Yadav, P. K. (2008). *New age marketing*. New Delhi: Excel Books.
- Dinan, D. (Ed.)(2005). *Avrupa Birliği ansiklopedisi*. H. Akay (Çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Dobbins, J. H. (2004). Cognitive learning. İçinde, Stein, S. ve Farmer, S. (Eds.) *Connotative learning: The Trainer's guide to learning theories and the practical application to training design*. s.s 63-77, Iowa: Kendall and Hunt Publishing.
- Dogra, B. ve Ghuman, K. (2008). *Rural marketing: Concepts and practice*. New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing Company Limited.
- Doğan, H. G., Güler, A. Z. ve Ağcadağ, D. (2014). Evaluation of effective factor to hedonic consumption habits (Tokat province case). *The Journal of International Social Research*. Ordu: W.T. Yayıncılık. 7 (30). s.s 69-77.
- Doyle, S. (2001). *Understanding information and communication technology*. London: Nelson Thomes Ltd.
- Donaldson, B. (2007). *Sales management: Theory and practice*. New York: Palgrave Macmillan.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1979). *The world of goods: Towards anthropology of consumption*. London: Allen Lane.
- Egan, J. (2007). *Marketing communications*. London: Thomson Learning.
- Ekici, K.M. (2013). *E-ticaret*. Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi.
- Ender, M. G. Rohall, D. E. ve Matthew, M. D. (2014). *The Millennial Generation and national defense: Attitudes of future military and civilian leaders*. New York: Palgrave Macmillan.
- Etzel, M., J., Walker, B., J., ve Stanton, W., J. (2001). *Marketing* (12. baskı). New York: McGraw- Hill.
- Erdoğan, İ. (1991). İşletmelerde davranış. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları. No: 242/YN 135.
- Erkan, M. (2012). *E-ticaret çağı: Profesyoneller için Türkiye'de ve dünyada e-ticaret*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Eroğlu, F. (2013). *Davranış bilimleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Ersoy, N. E. (2003). Pazarlama konusu ve pazarlama yönetimi. In B. Tenekeci-oğlu (Ed.), *Pazarlama yönetimi (Marketing Manegment)* (s.s 1-21). Eskişehir: Anadolu University Press.
- Evans, M., Moutinho, L. ve Raaij, F. V. (1997). *Applied consumer behaviour*. London: Addison-Wesley Publishing Company.

- Everard, J. (2000). *Virtual states*. London: Routledge.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2. baskı). London: Sage Publications Ltd.
- Ferrante, J. (2014). *Sociology: A global perspective* (9th edition). United States of America: Cengage Learning.
- Ferrell, O.C. ve Hartline, M. D. (2012). *Marketing strategy: Text and cases*. United States of America: South Western Cengage Learning.
- Finlayson, J. G. (2005). *Habermas: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Finkel, H. (1989). *Help! I am baby boomer*. Wheaton, IL: Victor Books.
- Friedman, S. (2005). *I lost my Blackberry down the toilet: And other generational challenges in the workplace*. Bloomington, IN: iUniverse.
- Friedman, T. (2000). *The Lexus and oliver tree: Understanding globalization*. New York: Farrar, Strauss & Giroux.
- Ford, H. (2007). *My life and work*. New York: Cosimo Inc.
- Foxall, G. R. (2015). *Consumer behaviour: A practical guide*. New York: Routledge, Taylor ve Francis Group.
- Fromm, E. (1964). *The heart of man: Its genius for good or evil*. New York: Harper&Row.
- Fromm, E. (1970). *The revolution of hope: Toward a humanized technology*. New York: Harper&Row.
- Fromm, E. (1977). *To have or to be*. London: Continuum.
- Fromm, E. (1995). *The art of loving*. London: Thorsons.
- Fromm, E. (2004). *Çağdaş toplumların geleceği* (G. Kaya K.H. Ökten Çev.). İstanbul: Arıtan Yayıncılık.
- Georg, S. (1957). Fashion. *The American journal of sociology*, 62(6), s.s 541-558.
- Giddens, A. (1990). *Consequences of modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Giddens, A. (2006). *Sociology* (5. baskı). Cambridge: Polity Press.
- Gilbert, D. (2011). *The American class structure in age of inequality*. London: Sage Publications.
- Gitlin, M. (2011). *The Baby Boomer encyclopedia*. Santa Barbara, CA: Greenwood Publishing.
- Gramsci, A. (1971). Americanism and Fordism. İçinde Q. Hoare and G. Nowell -Smith (Ed.Çev.), *Selection from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. London: Lawrence ve Wishart.
- Goloğlu, M. (1971). *Cumhuriyetin doğuşu (1921-1922)*. Ankara: Başınur Press.
- Golovinski, M. S. (2011). *Event 3.0: How generation Y and Z are re-shaping the events industry*. New York. Barnes ve Noble.
- Gorman, P. R. (1996). *Left intellectuals and popular culture in twentieth century America*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Govindarajan, M. (2007). *Marketing management: Concept, cases, challenges and trends* (2. baskı). New Delhi: Prentice Hall of India Private Limited.
- Gravett, L. ve Throckmorton, R. (2007). *Bridging the generation gap: How to get*

- Radio Babies, Boomers, Gen Xers and Gen Yers to work together and achieve more.* Franklin Lakes, NJ: Career Press.
- Green, B. (2006). *Marketing to leading-edge Baby Boomers: Perceptions, principles, practices, predictions.* Ithaca, NY: Paramount Market Publishing Inc.
- Gupta, S. L. (2005). *Sales and distribution management: Text and cases an Indian Perspective.* New Delhi: Excel Books.
- Güneri Fırlar, B. ve DüNDAR, İ. P. (2006). Gazete reklamlarının gençler üzerindeki etkisi. *Bilgi Dergisi*. Sayı: 40, s.s 17-33.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuramlar-yaklaşımlar.* Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürbilek, N. (2014). Vitrinde yaşamak: 1980'lerin kültürel iklimi (7. Basım). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Gürsoy, A. (1998). Nüfusu planlamak. İçinde U. Tanyeli (Ed.) *Üç kuşak Cumhuriyet.* İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem kuramı (The theory of communicative action)*, (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Kalcı Yayınevi.
- Hafer, R. W. (2005). *The federal reserve system: An encyclopedia.* United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Harvey, D. (1992). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origin of change.* Oxford: Blackwell Publishers.
- Hand, C. (2015). *How the Internet changed history: Essential library of inventions.* Minneapolis, MN: Abdo Publishing.
- Hatun A. (2010). *Next generation talent management: Talent management to survive turmoil.* New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. ve Coney, K. A. (2001). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (8. baskı). New York: The McGraw- Hill Companies, Inc.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D.L. ve Mookerjee, A. (2010). *Consumer behavior building marketing strategy* (11. baskı). New Delhi: Tata McGraw- Hill.
- Hawkins, D. I., ve Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11. baskı). New York: The McGraw- Hill Companies, Inc.
- Henger, B. ve Henger J. (2012). *Silent generation 1925-1945.* Boomington: AuthorHouse.
- Hey, T. ve Papay, G. (2015). *The computing universe: A journey through a revolution.* New York: Cambridge University Press.
- Hirschey, M. (2009). *Fundamental of managerial economics* (9. baskı). United States of America: South Western Cengage Learning.
- Hirschman, E. C. ve Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46 (3), s.s 92-101.
- Hornby, A.S. (2000). *Oxford advanced learner's dictionary* (6. baskı). Oxford: Oxford University Press.
- Hobsbawn, E. (2008). *Kısa 20.yüzyıl 1941- 1991aşırlık çağı* (Y., Alagon, Trans.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (2002). *Dialectic of enlightenment.* Stanford, CA:

- Stanford University Press.
- Hoyer, W. D. ve Macinnis, D. J. (2010). *Consumer behavior* (5. baskı). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Hoyer, W. D., Macinnis, D. J. ve Pieters R. (2013). *Consumer behavior* (6. baskı). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Howe, N ve Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next generations*. New York: Vintage Books.
- Hunt, S. D.(1977). The nature and scope of marketing. *Journal of Marketing*.40 (3), s.s 17-28.
- Hürmeriç, P. ve Baban, E. (2012). Simmel, Veblen ve Sombart'ın penceresinden hedonik tüketim: Ütopya'da negotium ve otium (Hedonic consumption from Simmel, Veblen and Sombart's Point of view: Negotium and otium in utopia. *Global Media Journal*, 2(4), s.s 87-101.
- İslamoğlu, A. H. (2013). *Pazarlama yönetimi: Stratejik yaklaşım* (6. Baskı). İstanbul:Beta Yayıncılık.
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2013). *Tüketici davranışları* (4. Baskı). İstanbul:Beta Yayıncılık.
- Jain, A. (2009). *Principles of marketing*. Delhi: FK Publication.
- Jain, T.K. ve Ohri V.K. (2011). *Principles of Microeconomics*. Delhi: VK Publications.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism contributors*. Durham, NC: Duke University Press.
- Jameson, F. (1992). *Signatures of visible*. London: Routledge Chapman ve Hall Inc.
- Jameson, F. (1998). *The cultural turn: Selected writings on postmodern, 1983-1998*. London: Verso.
- Jayachandran, S. (2006). *Marketing management: Text and cases*. New Delhi: Excel Books.
- Jessop, B. (1996). Post Fordism and State. İçinde A. Amin (Ed.), *Post fordism: A reader* (s.s 251-279).Oxford: Blackwell Publisher.
- Kaban Kadioğlu, Z. (2013). Teknoloji çağında e-tüketim ve genç tüketicilerin değişen tüketim algıları. *Online Academic Journal of Information Technology*, 4(13), Erişim Şubat, 10, 2015 from www.ajit-e.org/download_pdf.php?id=42&f=42_rev1.pdf
- Kaban Kadioğlu, Z. (2014). *Tüketim iletişimi: Süreçler, algılar ve tüketici*. İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Kanter, R. M. (1997). *World class: Thriving locally in the global economy*. New York: Touchstone.
- Karabulut, M. (2004). *Stratejik pazarlama yönetimi*. İstanbul: Universal Dil Hizmetleri ve Yayıncılık A.Ş.
- Karagöl, E. T ve Ortakaya, Ü. İ. (2014). *Geçmişten günümüze kamu maliyesi*. Ankara: Seta.
- Karalar, R. (2006).Tüketici Davranışında kişilik ve yaşam biçimi. In R. Karalar (Ed.) *Tüketici davranışları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karaman, H. B. (2004). *Postmodernite ile modernite arasında Türkiye*. İstanbul:

- Everest Yayınları.
- Kardes, F.R., Cronley, M.L. ve Cline T. W. (2011). *Consumer behavior*. United States of America: South Western Cengage Learning.
- Kaya, R. (2009). *İktidar yumağı*. Ankara: İmge Kitabevi Publishing.
- Kazmi, S. H. H. (2007). *Marketing management: Text and cases*. New Delhi, India: Excel Books.
- Kazmi S.H.H. ve Batra S. K. (2008). *Advertising and sales promotion* (3. baskı). New Delhi: Excel Books.
- Kellner, D. (1989). *Critical theory, Marxism and modernity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Kendall, D. (2015). *Sociology in our times: The essentials* (10. baskı). Boston, MA: Cengage Learning.
- Khan, M. (2006). *Consumer behaviour and advertising management*. New Delhi: New Age International Limited, Publishers.
- Kleeman, G. (Ed.) (2008). *Keys to fieldwork: Essential skills and tools*. South Yarra: Macmillan Education Australia PTY LTD.
- Kıncal, R. Y. (Ed.). (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kizza, J. M. (2013). *Ethical and social issues in the Information Age* (5. baskı). London: Springer.
- Koç, E. (2012). *Tüketici davranışları ve pazarlama Stratejileri: Global ve yerel yaklaşım* (4. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.
- Kongar E. ve Küçükkaya, A. (2013). *Türkiye'yi Sarsan Otuz Gün Gezi Direnişi: Artık Hiçbir Şey Eskisi Gibi Olmayacak* (4. baskı). İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.
- Kornblum, W. (2008). *Sociology in changing world* (4th Edition). Canada: Thomson Learning Inc.
- Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S. A. ve Işın F.B. (2009). *Pazarlama: Kavramlar, ilkeler, kararlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. ve Wong, V. (2001). *Principles of marketing* (3. Avrupa baskısı). Harlow, Essex: Prentice Hall.
- Kozanoğlu, C. (1995). Demokrasinin beşiği süpermarket mi?. İçinde (Akaş, C. Ed.), *Dünya Büyük Bir Mağaza* (pp. 20-25). Cogito, S.5. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Köklen, Ö. (1999). *Kaygıdan mutluluğa kişilik* (15. Baskı). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Kitabevi.
- Kumar, K. (2005). *From post industrial to postmodern society: New theories of contemporary world* (2. baskı). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Kumar, P. (2010). *Marketing of hospitality and tourism service*. New Delhi: Tata McGraw- Hill.
- Kumar, S.R. (2009a). *Consumer behaviour and branding: Concepts, readings and cases*. India: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Kumar, S.R. (2009b). *Conceptual issues in consumer behaviour: The Indian con-*

- cept. India: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Krishnamacharyulun C. S. G. ve Ramakrishnan, L. (2009). *Rural marketing: Text and cases*. India: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Külünk, M. (2005). *Küreselleşen dünyada Türkiye*. İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- Kyeyune, P. S. (2012). *Shaping the society Christianity and culture: Special reference to the African culture of Baganda volume II*. Bloomington: Author-House Book Publishing Company.
- Lafeber, W. (2005). *The deadly bet: LBJ, Vietnam and the 1968 election*. Lanham, MD: Rowman ve Littlefield Publishers, Inc.
- Lakshmi, G. B. (2003). *Attitude towards science*. New Delhi: Discovery Publishing House.
- Landsburg, S. E. (2011). *Price theory and applications* (8. baskı). USA: South West Cengage Learning.
- Lamb, C., Hair, J.F., McDaniel, C., Faria A. J. ve Wellington, W. J. (2012). *Marketing* (5. Kanada baskısı). Toronto: Nelson Education.
- Lamb, C., Hair, J.F. ve McDaniel, C. (2012). *Essentials of marketing* (7. baskı). United States of America: South Western Cengage Learning.
- Lancaster, G. ve Massingham, L. (2010). *Essential of marketing management*. New York: Routledge.
- Lantos, G. P. (2011). *Consumer behavior in action: Real-Life applications for marketing managers*. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- Lewis, D. L. (1987). *Ford country*. Sidney, Ohio: Amos Press
- Lebow, V. (1955). Price Competition in 1955. *Journal of Retailing*, XXX (1):5-10.
- Loader, D. (2007). *Jousting for the new generation: Challenger to contemporary schooling*. Camberwell: ACER Press.
- Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Lowes, D. E. (2006). *The anti-capitalist dictionary: Movements, histories and motivations*. London: Zed Books Ltd.
- Lükslü, D. (2013). *Türkiye'de gençlik miti: 1980 sonrası Türkiye gençliği*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Madhukar, R. K. (2009). *Business Communication* (2. baskı). New Delhi: Vikas Publishing House PVT. LTD.
- Mahoney. C. (1997). Common qualitative methods. İçinde J. Frechtling ve L. Sharp (Eds.), *User friendly handbook for mixed method evaluations*. Rockville, MD: Westat Inc.
- Manheim, K. (1952). The problem of generation. İçinde P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the sociology of knowledge* (s.s 276-320). New York: Oxford University Press.
- Marangoz, M. (2014). *İnternette pazarlama*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Marcuse, H. (1964). *One dimensional man: Studies in the ideology of advanced*

- industrial society*. Boston: Beacon Press.
- Marcuse, H. (1969). *An essay on liberation*. London: The Penguin Press.
- Marcuse, H. (1972). *Counterrevolution and revolt*. Boston: Beacon Press.
- Martin, C.A. ve Tulgan, B. (2001). *Managing Generation Y: Global Citizen born in the late seventies and early eighties*. Amherst, MA: HRD Press, Inc.
- Marx, K. (1997). *Writings of the young Marx on philosophy and society* (L. D., Easton ve K. H., Guddat, Ed. ve Çev.). United States of America: Hackett Publishing Company, Inc.
- Marx, K. ve Engels, F. (2004 [1845]). *The German ideology*. New York: International Publishing.
- Marx, K. (1973 [1857-8]). *Grundrisse: Foundations critique of the political economy* (M., Nicolaus, Çev.). London: Penguin Group.
- Marx, K. (2000 [1867]). *Das Kapital: A critique of political economy, Volume I.* (F. Engel and condensed by S.L. Levitsky). Washington, D.C.: Regnery Publishing.
- Marrison, K. (2006). *Marx, Durkheim, Weber formations of modern social thought*. London: Sage Publications.
- Maslow, A.H. (1970). *Motivation and personality*. United States of America: Harper ve Row Publishers, Inc.
- Maslow, A. H. (2000). *The Maslow business reader*. D. C. Stephens (Ed). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Masse, C. T. (2009). *Trust on trail: Whom do you trust and why*. Bloomington, IN: iUniverse.
- Moore, R. (2001). *Friends: The key to reaching Generation X*. Ventura, CA: Regal Books.
- Majumdar, R. (2010). *Consumer behaviour: Insights from Indian market*. New Delhi: PHI Learning Private Limited.
- Masterson, R ve Pickton, D. (2010). *Marketing: An introduction* (2. baskı). London: Sage Publications LTD.
- McCrinkle, M. ve Wolfinger, E. (2011). *The ABC of XYZ understanding the global generations*. Australia: University of New South Wales Press
- Merriam-Webster's Dictionary of Synonyms.(1994).United States of America: Merriam Webster.
- Michman, R. D. , Mazze, E. M. ve Greco, A. J. (2003). *Lifestyle marketing: Reaching the new American consumer*. Wesport, CT: Praeger Publishers.
- Miles, S. (1998). *Consumerism: As a way of life*. London: Sage Publications.
- Mishra, R. (2008). *Industrial economics and management principles*. New Delhi: Laxmi Publications LTD.
- Morgan, C.T.(1988). *Psikolojiye giriş* (6. Baskı). (H. Arıcı, vd.)Ankara: Meteksan Ltd. Şti.
- Moseley, A. (2008). *A to Z of philosophy*. London: Continuum International Publishing Group.
- Mowen, J. C. (1993). *Consumer behavior* (3. baskı). New York: Macmillan Publishing Company.

- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama ilkeleri (Principles of Marketing)*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos.
- Naik, C. N. ve L.V. (1999). *Consumer behaviour*. New Delhi: Discovery Publishing House.
- Oblinger, D. G. ve Oblinger, J. L. (Eds.) (2005). *Educating the Net Generation*. Washington, D.C.: Educause. Erişim Aralık 3, 2014 from <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim kültürü: Yetinen toplumdan tüketen topluma*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2003). *Tüketici Davranışı* (3. baskı). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern pazarlama. (Postmodern marketing)*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Okonkwo, U. (2007). *Luxury fashion branding: Trends, tactics, techniques*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Oktay, A. (1995). *Medya ve hedonizm*. İstanbul: Yön Yayıncılık.
- Orçan, M. (2008). *Osmanlıdan Günümüze Modern Tüketim Kültürü* (2. baskı). Ankara: Harf Eğitim Yayınları.
- Ordun, G. (2004). Kişilik. İçinde Baysal C. ve Tekarslan E. (Eds). *Davranış bilimleri* (4. Baskı), s.s 101-141. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Osterhammel J. ve Petersson N. P. (2005). *Globalization: A short history* (D. Geyer, Çev.). Princeton: Princeton University Press.
- Öncü, A. (2013). İstanbullular ve ötekiler: Küreselcilik çağında orta sınıf olmanın kültürel kozmolojisi (s.s 117-144). İçinde Ç. Keyder (Ed.), *İstanbul Küresel ile yerel arasında*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Öngen, T. (2002). Marks ve sınıf . *Praksis Dergisi*, (8), s.s 9-28.
- Özcan, B. (2007). Rasyonel satın alma ve boş zaman sürecine ait alışveriş eylemlerinin birlikte sergilendiği mekanlar: Alışveri merkezleri, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt IX, Sayı:2, s.s 39-68.
- Özdemir, İ. (2009). Türkiye'de popüler kadın magazin dergileri: Yeni kadın kimliğini ve sunulan yaşam tarzları. İçinde B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Der.), *Medya, tüketim kültürü ve yaşam tarzları: Türkiye medyasından örüntüler*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Özgen, M. (2004). 1980 sonrası Türk medyasında gelişmeler ve magazinleşme olgusu. 2nd International Symposium, Communication in the Millenium: Dialogue Between Turkish and American Scholars, İstanbul, Türkiye, 17-19 Mart, vol.2, s.s 465-477.
- Özgül, E.(2011). Evaluation of consumers' socio-demographic characteristics in terms of hedonic consumption and voluntary simplicity life styles. *Ege Academic Review*. 11(1), s.s 25-38.
- Özsoy, T. ve Madran, C. (2010). *Reklamın teknik analizi: Reklamda kadın*. An-

- kara: Pagem Akademi.
- Pagoso, C. M., Dinio R. P. ve Villasis, G. A. (2008). *Principles of economics*. Philippine: Rex Book Store, INC.
- Panda, T. K. (2008). *Marketing management: Text and cases Indian Context* (2. baskı). New Delhi: Excel Books.
- Patel, V. ve Sharma M. (2009). Consumer motivations to shop in shopping malls: A study of Indian shopper. İçinde S. Samu, R. Vaidyanathan ve Chakravarti, D., *Association for Consumer Research*, 8 s.s 285-290.
- Patranabis, I.C. (2012). The future of work force management: Perspective sand way ahead. In. R. K. Mishra, S. Sakar ve P. Singh (Eds.), *Today's HR for a sustainable tomorrow* (s.s 92-99). New Delhi: Allied Publishers Pvt. Ltd.
- Plummer, J.T.(1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*. 38(1), s.s 33-37.
- Plotnik, R. ve Kouyoumdjian, H. (2014). *Introduction to Psychology*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Prensky, M. (2001a). Digital natives, workplace immigrants. *On the Horizon* 9 (5). s.s 1-6. Bradford: MCB University Press.
- Prensky, M. (2001b). Digital natives, workplace immigrants, part II: Do they really think differently?. *On the Horizon*. Bradford, West Yorkshire: England: MCB University Press. 9(6). s.s 1-9.
- Pride W. ve Ferrell, O. C. (2010). *Marketing* (15. baskı). Mason, OH: South Western Cengage Learning.
- Pride W. ve Ferrell, O. C.(2014). *Foundations of marketing*. (6. baskı). United States of America: South Western Cengage Learning.
- Pompian, M. M. (2012). *Behavioral finance and investor types: Managing behavior to make better investment decisions*. New Jersey: John Wiley ve Sons Inc.
- Punch, K. F. (2005). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. London: SAGE Publications.
- Pride, W. M., Hughes R.J. ve Kapoor J. R. (2012). *Business* (11. baskı). United States of America: South Western Cengage Learning.
- Quesenberry, K. A. (2015). *Social media strategy: Marketing in the consumer revolution*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishing Group Inc.
- Rainer, T. S. ve Rainer J. W. (2011). *The Millennials: Connecting to America's largest generation*. Nashville, TN: B&H Publishing Group.
- Rajagopalachar, K. (1993). *Business economics*. New Delhi: Atlantic Publishers ve Distributors.
- Raju, M.S.ve Xardel, D. (2004). *Consumer behavior: Concepts, applications and cases*. New Delhi: Vikas Publishing House PVT. LTD.
- Rasticova, M. (2013). Managing diversity with the focus on aging European population. M.A. Paludi (Ed.), *Psychology for business success* (s.s 23-44) United States of America: ABC-CLIO.
- Reddy, R. J. (2004). *Organisational behaviour*. New Delhi: APH Publishing

- Corporation.
- Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generation differences. In J.M. Spector, M. D. Merrill, J Van Merriënboer and M.P Driscoll (Eds.). *Handbook of research on educational communications and technology* (3. baskı) (s.s .295-303). New York: Taylor& Francis.
- Reynolds, D.B. (2002). *Taking the high road: Communities organized for economic change*. Armonk, New York: M. E. Sharp.
- Rainer, R. K. ve Cagielski, C. G. (2011). *Introduction to information systems: Enabling and transforming business* (3. baskı). John Wiley ve Sons LTD.
- Rienert, K. A., Rajan, R. S., Glass, A. J. ve Davis, L. S. (2009). *The Princeton encyclopedia of the world economy*. Princeton: Princeton University Press.
- Rickman, C. (2012). *The digital business start-up workbook: The ultimate step-by-step guide to succeeding online from start-up to exit*. West Sussex: Capstone Publishing Ltd.
- Ritchie, K. (1995). *Marketing to Generation X*. New York, NY: The Free Press.
- Ritzer, G. (1998). *The McDonaldization thesis: Explorations and extensions*. London: Sage Publications.
- Ritzer, G. (2008). *Sociological Theory* (8. baskı).New York: McGraw-Hill Publishing.
- Ritzer, G. (2005). *Enchanting a disenchanted world: revolutionizing the means of consumption* (2. baskı). Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (2002). *Contemporary sociological theory and its classical roots*. New York: McGraw-Hill Publishing.
- Ritzer, G. (2011a). *Globalization: The essentials*. United Kingdom: John Wiley ve Son Ltd.
- Ritzer, G. (2011b). *The McDonaldization of Society* (6. baskı). California: Sage Publications.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, G. (2012). *Çağdaş sosyoloji kuramları ve klasik kökenleri (Contemporary sociological theory and its classical roots)* (I. Ertuna Howison, Çev.). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Roock, D. W. (1987). The buying impulse. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 14(2), s.s 189-199.
- Ruşçuklu, B. (2008). *Demokratik Parti'den 12 Eylül'e*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sahaf M. A. (2008). *Strategic marketing making decisions for strategic advantages*. New Delhi: Prentice Hall of India Private Limited.
- Sarangapani, A. (2009). *A textbook on rural on consumer behaviour in India: A study of FMCGs*. Delhi: University Science Press.
- Satijan, K. (2009). *Economics for law students*. New Delphi: Universal Law Publishing Co.Pvt. Ltd.
- Saxena, R. (2009). *Marketing management* (4. baskı). New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Savage, S. Mayo Collins, S., Mayo, B. ve Cray, G. (2011). *Making sense of Generation Y: The world view of 15-to 25 year olds*. London: Chuch House Publishing.

- Sayman, H. (1995). Bilgisayar teknolojileri ve coğrafya eğitimi. *Türk Coğrafya Dergisi*, Sayı:30, s.s 243-253.
- Schiffman L. G. ve Kanuk L.L. (2004). *Consumer behavior* (8. baskı).New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schmid, A. F. (2013). *Yesterday's reflections: A repository of Memories*. Bloomington, IN: iUniverse.
- Schwandt, T. A. (2007). *The SAGE dictionary of qualitative inquiry* (3. baskı). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Scott, J. (2000). Rational choice theory. İçinde G. Browning, A. Halcli ve F. Webster (Eds.), *Understanding contemporary society: Theories of the present*. London: Sage Publications Ltd.
- Scott, J, ve Gordon, M. (Ed.) (2009). *A dictionary of sociology* (4. baskı). New York: Oxford University Press.
- Senbir, H. (2004). *Z Son insan mı?*. İstanbul: Okyanus Publishing.
- Seneviratne, S. J. (1999). Information technology and organizational change in the public sector. İçinde Garson, G. D. (Ed.). *Information technology and computer applications in public administrations: Issues and trends*. Hershey, PA: Idea Group Publishing.
- Seshadri, V. (2006). *Consumerism: With reference to selected home appliance*. New Delhi: Mittal Publications.
- Shah K. ve D'Souza, A.(2009). *Advertising and promotion an IMC perspective*. New Delhi: Tata McGraw- Hill Publishing Company.
- Scharoun, L. (2012). *America at the mall: The cultural role of a retail utopia*. North Carolina: McFarland Company INC., Publishers.
- Sharma, S. ve Sign, R. (2006). *Advertising: Planning and implementation*. New Delhi:PHI Learning Private Limited.
- Shelton, C. ve Shelton L. (2005). *The next revolution: What gen X want at work and how their boomer bosses can help them get it*. Mountain View, CA: Davies-Black Publishing.
- Sheumaker, H. ve Wajda, S.T. (Eds.) (2008). *Material culture in America: Understanding everyday life*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
- Singh, K. ve Shishodia, A. (2007). *Environmental economics: Theory and applications*. New Delhi: Sage Publications India Pvt. Ltd.
- Signh, A. ve Zammit, A. (2000). Employment and unemployment. İçinde J. Michie ve J. G. Smith (Eds.), *Managing global economy* (s.s 93-110). New York: Oxford University Press.
- Sladek, S. S. (2007). *The new recruit: What your association needs to know about X, Y, Z*.Andover, MN: Expert Publishing, Inc.
- Simmel, G. (1971 [1903]). The metropolis and mental life. İçinde D., N.Levine (Ed.).*George Simmel on individuality and social forms* (s.s 324-329). Chicago: University of Chicago Press.
- Singh, S. K., Kundu S. C. ve Singh, S. (1998). *Professional management*. New Delhi: Mittal Publications.
- Singh, H. (2011). *Organisational behavior*. New Delhi: V.K. Publications.

- Sivagnanam, J. K. ve Srinivasan, R. (2010). *Business economics*. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited.
- Skinner, S.J. (1990). *Marketing*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Smith, P. (2004). *Cultural theory*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Solomon, M. R. (1999). *Consumer behavior: Buying, having and being* (4. baskı). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Solomon, M. R. (2004). Consumer psychology. İçinde C.D. Spielberger (Ed.) *Encyclopedia of Applied Psychology: Volume 1* (s.s 483-492). San Diego, CA: Elsevier Inc.
- Solomon, M. R, Russell Bennett, R. ve Previte, J. (2013). *Consumer behavior: Buying, having and being* (3. baskı) .Malaysia: Pearson Group Pty. Ltd.
- Springer, M. L. (2013). *Project and program management: A competency-based approach* (2nd Edition). Unites States of America: Purdue University Press.
- Srinivasan, R. (2008). *International marketing* (3. baskı). New Delhi: PHI Learning Private Limited.
- Stamps, J. (1995). *Unthinking modernity: Innis, McLuhan and the Frankfurt School*. Montreal: McGill- Queen's University Press.
- Strass R. W. ve Meyer, T, A (2013). *Emergency department management*. New York: McGraw Hill Professional.
- Stiglitz, J. E. (2012). *Eşitsizliğin bedeli: Bugünün bölünmüş toplumu geleceği nasıl tehlikeye atıyor?*, O., İşler (Trans.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları* (K. Karaşahin Trans.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Sumathi S. ve Saravanavel P. (2008). *Marketing research and consumer behaviour* (2. baskı). New Delhi: Vikas Publishing House PVT. LTD.
- Sullivan, L. (Ed.) (2009). *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences*. California: Sage Publications.
- Süer, A. (2014). *Alışveriş merkezleri ve perakendede sürdürülebilirlik*. İstanbul: Yakamoz Kitap.
- Szmigin, I. ve Piacentini, M. (2015). *Consumer behavior*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Swain, S. (2009). *Applied psychology: India specific and cross-cultural perspectives*. New Delhi: New Vishal Publication.
- Şahin, K. (2009). *Küreselleşme tartışmaları ışığında ulus devlet*. İstanbul: Yeni-yüzyıl Yayınları.
- Şarman, K. (2014). Büyük Harp'in 100 yılında Osmanlı cepheleri. (Editorial). *Atlas Tarih*, (30), s.2.
- Sarmaşık, J. (2011). İnternet ve hukuk. In Hepkon, Z. (ed.), *İletişim ve Teknoloji: Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar* pp.21-50, İstanbul: Kırmızı KediYayınevi.
- Şaylan, G. (1999). *Postmodernizm (Postmodernism)*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Tauber, E. M. (1972). Why do people shop?, *Journal of marketing*, Vol. 36, s.s 46-59.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Tauber, E. M. (1972). Why do people shop?, *Journal of marketing*, Vol. 36, s.s

- 46-59.
- Tek, Ö. B. (1990). *Pazarlama ilkeleri ve uygulamaları*. İzmir: Enkare Bilgisayar Sistem Grafik.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama ilkeleri: Türkiye uygulamaları global yönetsel yaklaşım* (8. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayın A. Ş.
- Tinas, N. (2014). *Karşılıksız dünya düzeni* (2. Basım). İstanbul: Cinus Yayınları.
- Timur, T. (2008). *Habermas'ı okumak (Reading Habermas)*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü*. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- Torlak, Ö. (2010). Gündelik hayatta tüketime yön veren değerlerdeki değişim. İçinde R. Şentürk, *Tüketim ve değerler* (s.s 45-62). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Tosun, Y. (2015). *Kayıp kuşaktan kayık kuşağı*. İstanbul: Çıra Yayınları.
- Toy, H. ve Elmacı D. (2010). *Kronolojik Türkiye tarihi ansiklopedisi*. İstanbul: Karma Kitaplar.
- Trehan, M. ve Trehan, R. (2007). *Advertising and sales management*. New Delhi: V.K. Publications.
- Tucker, D. E. (2008). *Using the power of purpose: How to overcome bureaucracy and achieve extraordinary business success!*. Bloomington, IN: AuthorHouse.
- Tunç, A. (2001). *Bir maniniz yoksa anneler size gelecek: 70'li yıllarda hayatımız*. İstanbul: Can Yayınları.
- Turner, B. S. (1999). *Classical sociology*. London: SAGE Publications.
- Türk, A. (2013a). *Y Kuşağı için sosyoloji sözlüğü*. İstanbul: Kafekültür Yayınları.
- Türk, A. (2013b). *Y Kuşağı*. İstanbul: Kafekültür Publishing.
- Twenge, J. M. (2006). *Generation me: Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled and more miserable than ever before*. New York: Free Press.
- Tyagi, C. L. ve Kumar, A. (2004). *Consumer behaviour*. New Delhi: Atlantic Publishers ve Distributors Ltd.
- Uğur Tanrıöver, H. (2012). *Türkiye'de televizyon yayıncılığı 2011 (Television broadcasting in Turkey)*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Ünsalver, B. Ö. (2011). *Alışverişkolik: Tüketiciler tüketen takıntı*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Üstel, F. (1998). Kronoloji 1808-1998. İçinde U. Tanyeli (Ed.) *Üç kuşak Cumhuriyet*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Üstün, B. ve Tural, O. (2008). Tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerin alışveriş mekanlarına etkisinin Eskişehir örneğinde irdelenmesi. *Anadolu University Journal of Social Sciences*.8 (2), s.s 259-289.
- Vashisht, K. (2005). *A practical approach to marketing management*. Delhi, India: Nice Printing Press.
- Veblen, T. (2005). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. Delhi: Aakar Books.
- Velioğlu, M. N. (2006). Tüketici Davranışında toplumsal sınıflar. İçinde R. Ka-

- ralar (Ed.) *Tüketici davranışları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Vilani, J. V. (2005). *Mass communication in India: A sociological perspective*. New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd.
- Wankel, C. (2009). *Encyclopedia of business in today's world: A-C Volume 1*. California: Sage Publications, Inc.
- Watson, J. ve Hill, A. (2012). *Dictionary of media and communication studies* (8. baskı). New York: Bloomsbury Academic.
- Weber, C. P. (2014). *The politics of rationality: Reason through occidental history*. New York: Routledge.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology*. G., Routh ve C., Wittich (Eds.), Berkeley: University of California Press.
- Weber, M. (1992). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. (T., Parsons Çev.). London: Routledge.
- Webster N. ve McKechnie J.L. (1959). *Webster's new twentieth century dictionary of the English language: Unabridged* (2. baskı). Cleveland ve New York: The World Publishing Company.
- Weiss, J. W. (2014). *Business ethics: A stakeholder and issues management approach* (6th Edition). San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Williams, R. (1993). *Kültür (Culture)*. S., Aydın (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- William, R. (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. New York: Oxford University Press.
- Wilkie, W. L. (1990). *Consumer behavior*. New York: John Wiley ve Sons.
- Wright, R. (2006). *Consumer behaviour*. London: Thomson Learning.
- Yeşil, A. (2010). E-ticaret: İnternet ortamında ticaret. İstanbul: Kum Saati yayın Dağıtım LTD. ŞTİ.
- Yıldız, M.C. ve Bölükbaş, K. (2005). İnternet kafeler, gençlik ve sosyal sapma. İçinde A.Tarcan (Ed.), *İnternet ve Toplum*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yüksel, M. (2001). *Küreselleşme, ulusal hukuk ve Türkiye*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Zemke, R, Raines, C. ve Filippczak, B. (2000). *Generations at work: Managing the clash of Veterans, Boomers Xers and Nexters in your workplace*. New York: American Management Association.
- Zorlu, A. (2006a). *Üretim kapitalizminden tüketim kapitalizmine: Üretim ve tüketim teorileri*. Ankara: Glocal Yayınları.
- Zorlu, A. (2006b). *Modern tüketim tarihinden tüketim araştırmalarına tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Global Yayınları.

Yasa ve Yönetmelikler

6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun. (2013). *T.C. Resmi Gazete*, 28835, 7 Kasım 2013.

Dergiler

- Şimşek Barış, S. (2014, December). Hızlı tüketiciler. *Turkish Time*, Sayı 152, s.s 68-72.
- Tufur, M. (2011, May). Türkiye'nin Y Kuşağı (Turkey's Generation Y). *Media Cat Special Supplement*, s.s 35-36.
- Türkiye'de Y Kuşağı kendi işini kurmak peşinde (2013, Eylül). *Ekovitrin*, 165, pp.132-136.
- Türkiye'nin en kapsamlı Y Kuşağı araştırması: Bu markalar Beynimizi Y'Dİ. (2014, Haziran). *MediaCat*. ISSN 130-7675, YIL 22, Sayı: 233, s.s 48-54.
- Teknolojiyle büyümek mi? (Y Jenerasyonu) Teknolojinin içine doğmak mı? (Z Jenerasyonu) (Mayıs, 2013). *Digital Age*, 08.45, s.s 54-55.
- Zamana karşı (Kasım, 2009). *Digital Age*, 10, s.s 87-89.

Raporlar

- Barem Research International. (1997). Değerler ve yaşam tarzlarının kuşaklar arası değişim: Genç yetişkinler ve boomer Kuşağı ile iletişim kurmak.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2015). Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü' 2015 yılı ikinci çeyreği raporu. Erişim Tarihi Ekim 06, 2015 http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2f1%2fDocuments%2fSayfalar%2fPazar_Verileri%2f2015-Q2.pdf#lock
- Bilgisayar Sanayiciler Derneği (2013). E- Ticaret 2013 Pazar Büyüklüğü. Erişim Tarihi Kasım 11, 2015 <http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx>
- Bilgisayar Sanayiciler Derneği (2013). E- Ticaret 2014 Pazar Büyüklüğü. Erişim Tarihi Kasım 11, 2015 <http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx>
- Edelman. (2012). *8095 Refreshed*. Erişim Tarihi Kasım 02, 2014 http://www.prservice.lt/userfiles/8095globalexternalfinal-121203165626_ph-papp01%289%29.pdf
- Grail Research. (2010). Consumers of Tomorrow: Insights and Observations about Generation Z. December, 13, 2014 from http://www.slideshare.net/Tomek_01/consumers-of-tomorrowinsightsandobservationsaboutgenerationz
- Htp Araştırma ve Danışmanlık. (2010). Yaşam Tarzları ve Tutum Araştırması. Erişim Tarihi Nisan 02, 2014 http://www.arastirmakutuphanesi.com/statifiles/files/LifeTrends_booklet_HTP.pdf
- İpsos KMG. (2012). *Türkiye'de çocukların medya tüketimleri ve yaşam tarzları*.

- Htp Araştırma ve Danışmanlık http://www.arastirmakutuphanesi.com/staticfiles/files/cocuklarin_yasam_tarzi_ve_medya_Subat2012.pdf
- Millward Brown ve Deloitte. (2013). *Y Kuşağı inovasyon araştırması*. Erişim Tarihi Kasım, 30, 2014 http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/Other/TR_Y_Kusagi_Inovasyon_Arastirmasi_11072014.pdf
- Türkiye İstatistik Kurumu (2010). Eğitim durumu ve meslek ana grubuna göre cinsiyete dayalı ücret farkı. Erişim Tarihi Nisan 05, 2015 from <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>.
- Türkiye Araştırma Vakfı. (2012). *2012 S.E.S Grupları*. Erişim Tarihi Şubat, 10, 2015 <http://tuad.org.tr/?sayfa=projelerimiz&id=9>
- Türkiye İstatistik Kurumu (2013). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi: Yaş grubu ve cinsiyete göre 2013 Türkiye Nüfusu. Erişim Tarihi Kasım 01, 2014 <http://rapory.tuik.gov.tr/30-11-2014-16:01:33-890282988486222094858656207.html>
- Türkiye İstatistik Kurumu (2015). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. Erişim Tarihi Ekim 22, 2015 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>
- Türkiye'de Online Perakende Haritası. (2013). Erişim Tarihi Aralık, 10, 2015 <http://eticaretmag.com/İnternette-alisveris-aliskanliklari-istatistikleri/>

Çevrim İçi Sözlükler

- Türk Dil Kurumu.(2014).Kültür Nedir?. Erişim Tarihi Aralık, 20, 2014 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5499d2909905b0.28271635
- Türk Dil Kurumu. (2006).Alışveriş Nedir?. Erişim Tarihi Ekim, 29, 2015 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.563234cb6ffb03.32882675

Gazete

- Minibaş, T. (09 March 1993). Tüketim toplumunda kitle iletişim araçları ve kadın. *Milliyet Gazetesi*. s.17.
- İki yılda 105 yeni AVM açılacak. (2015, Haziran12). *Cumhuriyet Gazetesi*.s.8.

Çevrim İçi Gazete

- Büyükoşdere, Ş. (2014, March 3). Alışverişte kuşak farkı. *Akşam Gazetesi*. Erişim Tarihi 1, Kasım, 2015 <http://www.aksam.com.tr/ekonomi/alisveriste-kusak-farki/haber-289023>
- Cep telefonu 40 yaşında. (2013, 4 April). *Milliyet Gazetesi*. Erişim Tarihi Eylül 14, 2015 from <http://www.milliyet.com.tr/cep-telefonu-40-yasinda/gundem/gundemdetay/04.04.2013/1689026/default.htm>
- Çakmakçı, N. (2012, Aralık 12). Dijital yaşam çocuklar ve gençler. *Hürriyet*

- Gazetesi Erişim Tarihi Ekim 14, 2015 <http://www.hurriyet.com.tr/dijital-yasam-cocuklar-ve-gencler-22166712>
- Eyüpoğlu, A. (2014, May 3). Türkiye’nin sesi değişti. *Milliyet Gazetesi*. Erişim Tarihi Şubat, 10, 2015 from http://cadde.milliyet.com.tr/2014/11/18/Yazar-Detay/1535492/turkiye_nin_ses_i_degisti
- Kayayerli, B. (2013, July 23). Gençliğin AVM’yle imtihanı. *Sabah Gazetesi*. Erişim Tarihi 20, Kasım, 2015 from <http://www.sabah.com.tr/pazar/2013/06/23/gencligin-avmyle-imtihani>
- Pakkan, Ş. (2004, 27 February). ‘Cep’ ten alo diyeli 10 sene oldu. Erişim Tarihi Ekim 15, 2015 <http://www.milliyet.com.tr/2004/02/27/pazar/paz05.html>
- Türkiye’de 2010 yılının önemli olayları. (t.y.). *Sabah Gazetesi*. Erişim Tarihi Kasım, 30, 2014 http://www.sabah.com.tr/fotohaber/gundem/turkiye-de_2010_yilinin_onemli_olaylari?tc=40&page=39
- Uras, G. (2015,18 December). İstanbul perakende Avrupa 4’üncüsü. *Milliyet Gazetesi*. Erişim Tarihi Aralık, 10, 2015 [http://www.milliyet.com.tr/istanbul-perakende- Y Kuşagi İnternete telefonlarından giriyor. \(2014, 26 Aralık\).Sabah Gazetesi. Erişim Tarihi Ekim 14, 2015](http://www.milliyet.com.tr/istanbul-perakende- Y Kuşagi İnternete telefonlarından giriyor. (2014, 26 Aralık).Sabah Gazetesi. Erişim Tarihi Ekim 14, 2015) <http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2014/12/26/y-kusagi-İnternete-telefonundan-giriyor>
- 2000 yılından sonra doğanların IQ’su daha yüksek. (2014, Haziran 25). *Milliyet Gazetesi*. Erişim Tarihi Kasım, 30, 2014 <http://www.milliyet.com.tr/2000-yilindan-sonra-doganlarin-egitimdunyasi-1902518/>

Çevrim İçi Dergi

- Tüfekçioğlu, T. (2001). Türkiye küreselleşme adı altında köleleşiyor mu?. İstanbul: *Orkun Dergisi*. Erişim Tarihi Mayıs, 20, 2015 http://www.orkun.org.tr/inc/dokum.asp?Makale_Nu=*YNYF,WVJDWIFTB8/XB/Z,ATFDP*LO-SIPLAUKBPZIIDJBG-FODU&sayi=39
- Tommy Hilfiger Official Web Page. *Şirkete genel bakış*. Erişim Tarihi Haziran, 16, 2015 <http://global.tommy.com/tr/tr/about/overview/20>.

Web Sitesi

- Orta Doğu Teknik Üniversitesi Official Web Site (2005). *İnternet Tarihi*. Erişim Tarihi Ekim 14, 2015 <http://www.İnternetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php>
- Ulusal akademik Ağ Bilgi Merkezi (ULAKBİM) (2013). *Dünden Bugüne ULAKNET*. Erişim Tarihi Ekim, 14, 2015 <http://ulakbim.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/ulaknet-tarihcesiavrupa/ekonomi/ydetay/2159937/default.htm>