



ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

GÜNDELİK HAYATTA DEĞİŞEN/DÖNÜŞEN İNSAN İLİŞKİLERİ:
SANAL DÜNYANIN ETKİSİ

Murat TOPRAK

Dr. Öğr. Üyesi, Siirt Üniversitesi,

Sosyoloji Bölümü,

murattoprak88@gmail.com



0000-0002-3732-6026

Atıf / Citation: Toprak, M. (2025). Gündelik hayatta değişen/dönüşen insan ilişkileri: Sanal dünyanın etkisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, (İNİJOSS), 14(1). 151-162.



<https://doi.org/10.54282/inijoss.1357662>

Öz

Gündelik hayatta insanın ihtiyaçlarını karşılamada başvurduğu yöntemlerin başında alışveriş gelmektedir. Karşılıklı etkileşimin olduğu sosyal gerçeklikte insanlar sürekli bir değiş tokuş ya da alışveriş halindedir. Dolayısıyla alışverişle beraber maddi bir değiş tokuşun yanı sıra kültürel bir etkileşimin olduğunu vurgulamak gerekir. Sanal dünya insan ilişkilerini bu şekilde önemli ölçüde dönüştürmektedir. Bunun sonucunda toplumlar alışverişle değişime açık hâle gelmektedir. Buradan hareketle çalışma, insan ilişkilerinin sanal alışverişle ortaya çıkan karmaşık görünümünü tartışmayı amaçlamaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçlarının gündelik hayatta önemli bir kullanım nesnesi haline gelmesi, insan ilişkilerinin alışverişle şekillenmesine sebep olmuştur. Değişen toplumsal koşullar ve küresel dünyaya adapte olma “zorunluluğu” alışverişin biçimini ve yönünü etkilemiştir. Bu çalışma, gündelik hayat pratiklerinde alışverişin yeni formunu, içerik ve biçimsel değişimini ele almıştır. Çalışma, bu formu sanal alışveriş olarak nitelendirirken onu maddi ve manevi ihtiyaçların karşılandığı yapay bir alan olduğuna dikkat çekmiştir. Ayrıca çalışma, gündelik hayatta sanal alışverişin önemini; yerel ve küresel etkilerin yanı sıra insanın mikro alandan makro alana kadar dönüşen ihtiyaçlarını saptamıştır. Sosyal gerçeklikte yüz yüze olan ilişkiler sanal alışverişle yerini zaman ve mekân sınırı olmayan bir alana bıraktığı tespit edilmiştir. Görece insanın gündelik hayatını kolaylaştırıcı ve ihtiyacı karşılamada sınırsız seçenek hakkı tanıyan sanal alışveriş, kültürel dönüşümle beraber mahremiyeti de küresel pazara sunmuştur. Teknolojik aygıtlarla insanın özel alanına ciddi anlamda nüfuz edilmiş ve insanın gündelik ilişkilerine zihinsel ve eylemsel olarak etki altına alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gündelik hayat, alışveriş, sanal alışveriş, değişim ve dönüşüm.

CHANGING/TRANSFORMING HUMAN RELATIONSHIP IN EVERYDAY LIFE: THE IMPACT OF THE VIRTUAL WORLD

Abstract

In everyday life, shopping is one of the primary methods that people use to meet their needs. In a social reality of mutual interaction, people are in a constant state of exchange or shopping. Therefore, it should be emphasized that there is a cultural interaction as well as a material exchange with shopping. The virtual world significantly transforms human relations in this way. As a result, societies become open to change through exchange. From this point of view, the study aims to discuss the complex view of human relations that emerges with virtual shopping. In addition, the fact that mass media has become an important object of use in everyday life has caused human relations to be shaped by shopping. Changing social conditions and the “necessity” to adapt to the global world have affected the form and direction of shopping. This study examines the new form of shopping in everyday practices, its content and formal shopping changes. The study characterizes this form as virtual shopping and points out that it is an artificial space where material and immaterial needs are met. The study also identified the importance of virtual shopping in everyday life, local and global influences, as well as the transforming needs of human beings from the micro to the macro sphere. It has been determined that face-to-face relationships in social reality have been replaced by virtual shopping in a space that has no time and space limits. Virtual shopping, which facilitates people's everyday life and provides unlimited options to meet their needs, has also offered privacy to the global market along with cultural transformation. With technological devices, people's private sphere has been seriously penetrated and people's daily relationships have been mentally and actionally influenced.

Keywords: Everyday life, shopping, online shopping, change and transformation.

Giriş

İnsanların gündelik hayatlarında yaptıkları eylemlerin başında alışveriş gelmektedir. Çeşitli amaçlarla ve biçimlerde yapılan alışveriş, toplumsallığın nasıl olduğu konusunda önemli izlekler barındırmaktadır. Ayrıca alışveriş, toplumsal değişimlerin ve dönüşümlerin etkin bir unsuru olarak işlev görmektedir. Alışveriş, çeşitli sebeplerden ötürü insan ilişkilerine etki etmekte ve gündelik hayatta önemli bir toplumsal süreç olabilmektedir. Bu minvalde çalışmanın konusu, kitle iletişim araçlarının gündelik hayata büyük oranda yerleşmesiyle beraber sanal alışverişin insan ilişkilerine sirayeti olarak belirtilebilir. Çalışmada, sanal alışverişte kullanılan kriterler, ekonomik ya da toplumsal durumlar ve tercih edilen yol ve yöntemler göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca sanal alışverişte mekânsız, yapay ve yüz yüze olmayan insan ilişkilerinin sosyal gerçeklikten fark(lar)ı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bununla beraber bu çalışmada, sanal alışverişin gündelik hayatta insan ilişkilerinin rutinden karmaşığa kadar nasıl bir etkide bulunduğunu, nasıl bir dinamik alan oluşturduğunu ve ne gibi değişimlere yol açtığını irdelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, sanal alışverişin insan ilişkilerini önemli ölçüde değiştirdiğini iddia ederek gündelik hayatta zamanla daha da akışkan bir hale geleceğini varsaymaktadır.

Alışveriş eylemi yerine getirilirken salt bir maddi ilişki ortaya çıkmamaktadır. Bu konuda Homans'ın (1961) sosyal davranış olarak alışveriş bireysel psikoloji alanına indirgemesi ile Blau'nun (1964) alışveriş yapısal alan çerçevesinde ekonomik ve toplumsal olarak ele alması onların bu çalışma için referans olmasına sebep olmuştur. Ayrıca, alışveriş kuramcılarıyla beraber gündelik hayatın sosyolojide gelişmesinde katkıda bulunan önemli isimlerin eserleri taranmıştır. Çalışma, alışverişin sosyal gerçekliğin önemli bir etkinliği olarak görmekte ve gündelik hayatta sosyal davranış örüntüsü olarak kabul etmektedir.

Alışverişin farklı bir formu olarak sanal alışveriş, görece olumsuz bir maddi ilişkiler ağı olarak kabul edilse de içinde manevi bir alışveriş durumunu da barındırmaktadır. Önemli bir kültürel dönüşümü bu şekilde gerçekleştiren sanal alışveriş, geleneksel özelliklerden farklı bir etki alanı oluşturmaktadır. Sanal alışverişle beraber internetin insanların sosyal gerçeklerine ne denli etki ettiği görülürken onların yaşam dünyasını büyük oranda değiştirmiştir. Kültürel etkileşim, sanal

alışverişle beraber yerelden küresel alana kayarak hem daha karmaşık bir hal almakta hem de yelpazesi genişlemektedir. Kısacası, alışveriş, ister yüz yüze olsun ister siber alanda olsun maddi bir ilişki ağının yanına manevi bir özelliği de beraberinde getirdiği irdelenmektedir. Bunu yaparken söylem analizi ve yorumlayıcı yaklaşım tercih edilen yöntemlerdir. Özellikle insan ilişkilerinde sanal dünyanın etkisi farklı yaklaşımların karşılaştırmalı analiziyle gerçekleştirilmiştir.

1.İnsanın Her Anı: Gündelik Hayat

Gündelik hayat, toplumsal araştırmaların popüler olduğu günümüzde önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanın hem bireysel hem sosyal eylemlerini gündelik hayat içinde ele almak mümkündür. Bu süreçte insan ilişkileri üzerinde etkili olan farklı etmenlerin olduğu söylenebilir. Tek yönlü olmayan ilişkiler yerelden küresel olana ya da tam tersi etkiler çerçevesinde gerçekleşir. Döngüsel bağlar çerçevesinde inşa edilen yaşam dünyası ister rutin olsun ister gerilimli ve karmaşık olsun yeniden üretilerek dolaşıma sokulur. Verili olan ile bireysel deneyim sentezlenerek daha doğrusu iç içe geçerek ağlarla çevrili gündelik süreçler meydana gelir (Lefebvre, 2019: 140).

Gündelik hayat zaman ve mekânla bağlı olarak yapısal unsurların yanı sıra etkin olan özneye beraber karşılıklı etkileşimin yaşandığı bir alan olarak vuku bulur (Toprak, 2022: 320). Sosyal davranışlarda ya da ilişkilerde eylemde bulunan birey, özne (aktör) konumuyla bilinçli bir faaliyet sergilemektedir. Bu konuda ele alınan düşünceler birbirinden farklı gibi gözükse de temelde bireyin bilinçli şekilde hareket edildiği kabul edilir. Sosyolojide gündelik hayat kuramcısı hangi perspektiften bakarsa baksın bu konuda hem fikirdir. Gündelik hayat konusunda Marxist çerçeveden yaklaşıldığında da böyle bir sonuca ulaşılır, Weber ve kısmen Durkheim açısından da bakıldığında aynı kanaat söz konusudur.¹ Yani bireysel irade göz ardı edilmemektedir. Toplum, mutlak belirleyen değildir.

Fenomenolojik açıdan değinmek gerekirse; gündelik etkileşimlerde bilgi stoku ile bireysel deneyim kuramsal olarak kilit kavramlardır. Weber'in önemli ölçüde etkilediği fenomenolojik düşünce, tipleştirilmelerle insanlar ön yargısal tarzda gündelik ilişkilerini gerçekleştirir. İnsan verili olan bir ortamda dünyaya gelmektedir. Birey, sosyalizasyon sürecinde deneyimlenerek yaşamını sürdürürken verili olanı (bilgi stokunu) doğrudan kabul etmemektedir. Belirgin bir düşünce süzgecinden geçirerek gündelik hayatında davranışlarda bulunmaktadır (Schütz, 2018: 85).

Doğrudan bir gündelik hayat analizi amacı güdülme de gündelik hayata katkı yapan bir diğer kuramsal yaklaşım sembolik etkileşimcilik olarak kabul edilmektedir. Bireysel bilinçliliğe önem veren sembolik etkileşimcilik sosyolojide yeni bir yaklaşımın nüvelerini atmıştır. İnsanlar arasındaki ilişkiler sembolik anlamlandırmalarla oluşurken mikro alanda bu durum yoğun olarak yaşanmaktadır (Mead, 2017; Goffman, 2016).

Marxist açıdan gündelik hayata doğrudan değinen Henri Lefebvre, gündelik hayat ve onunla ilişkili çoğu kavramsal ve kuramsal açıklamalara detaylı olarak yer vermiştir. Alışılmış Marxist geleneğin aksine bireysel öznellikten söz eden Lefebvre, yabancılaşma ve kapitalist düzenin çelişkilerinde mikro alanın önemine dikkat çekmiştir. Ayrıca kent, mekân ve pratiklerin yeniden üretimi konusunda Marxist argümanlara spesifik katkıları söz konusudur. Çağdaşlarının aksine gündelik hayat ve modern toplumların bireysel önceliği üzerinde ısrarla durmuştur (Gambacorta, 1989: 122).

Bu yaklaşımların dışında, gündelik hayat konusunda önemli isimler vardır: Erving Goffman'ın dramaturji ve damga, Pierre Bourdieu'nün alan, habitus ve sermaye, Michel de

¹Özellikle gündelik hayatın kuramsallaştırılmasında kullanılan metodolojide (anlama ve yorumlama) Weber'in etkisi önemli ölçüde belirginken ilişkisel yaklaşımda Marx'ın diyalektik anlayışının izleri görülmektedir.

Certeau'nün strateji ve taktikler ilk akla gelenlerdir. Çağdaş sosyolojiyle beraber mikro sosyoloji alanları geniş bir şekilde rağbet görmekte ve sosyolojide toplumsal önceliğin yanına bireysel belirlenim de eklenmiştir. Genel olarak kabul edilen durum birey-toplum, yapı-fail veya sistem-aktörün bir arada inceleme nesnesi olması gerektiğidir. Her iki tarafın aynı anda sosyolojik araştırmalarda göz önünde bulundurulması elzemdir.

2. Rutinleşen Tüketim: Alışveriş

Gündelik hayatın önemli etkinliklerinden biri alışveriştir. Zorunlu temel ihtiyaçlardan tüketim amaçlı keyfi olana dek insanlar neredeyse her gün alışveriş gerçekleştirirler. Söz konusu gündelik rutinler alışveriş olmanın ötesine geçmektedir. Alışveriş, içinde önemli etkileşimleri olan bir gündelik eyleme dönüşmektedir. Ampirik olarak sosyal davranışçılık biçimi olarak vuku bulan alışveriş, gizemli amaçları da açığa çıkarır. Burada insanın duyguları ve eylemleri bağımlı bir şekilde faaliyete girer (Homans, 1951/2017: 135). Karmaşıkleşan sosyal ilişkiler alışverişle beraber farklı bir boyut kazanır. Buna doğrudan toplumsal alışveriş denilebilir.

Sosyolojide toplumsal alışveriş ile ekonomik alışveriş anlamında iki farklı kuramsal analiz göze çarpmaktadır. George Homans, *Social Behavior: Its Elementary Forms (1961)* ve Peter Blau, *Exchange and Power in Social Life (1964)* adlı çalışmalarında geliştirilen bu yaklaşımlar insanların gündelik hayatlarını inşa ederken kullandıkları örüntüler arasında alışveriş yer almaktadır. Homans, alışveriş kuramında mikro ilişkilerin davranışsal yani sosyal psikoloji alanına dikkat çekmiştir (Wallace ve Wolf, 2018: 448). Bireysel davranışların etkin olduğu sosyal alışveriş ağları akılsal seçimlerin önemli bir etkileşim örüntüsü olarak inşa edilmektedir. Etkileşimin karşılıklı olduğu toplumda insanın ve gruplarının belirgin bir yanıt arayışı/bekleyişi her zaman vardır. Olumlu bir etkileşim durumunda karşılıklı alışveriş yoğunluk kazanırken olumsuz durumlarda etkileşimin seyrek olması beklenir. Doğrudan alışveriş etkileyen olumluluk/olumsuzluk durumu bireysel olarak gündelik hayatın her anında daima yer almaktadır (Homans, 1951/2017: 36; Homans; 1961: 83). Homans, sosyal davranışın önemli formu olarak kategorileştirdiği bu durum en az iki kişi arasında yapılan bir alışveriş olarak tanımlamaktadır (Homans, 1961: 12). Söz konusu alışverişin gündelik hayatta oluşmasını bir dizi önermeyle açıklamaya çalışan Homans, bu önermeleri psikolojik perspektifle irdelemektedir.² Önermelerle beraber insanlar genel olarak onaylama ve toplumsal uyumu gerçekleştiren gündelik alışverişleri yerine getirirler. İster maddi yönden olsun isterse toplumsal davranışın ürünü olsun gündelik davranışlar bu yolla gerçekleşebilmektedir. Günümüzdeki tüm toplumsal ilişkilerde olduğu gibi alışverişte de toplumsal ekonomik amaçlar iç içe geçerek karmaşıkleşabilmektedir.

Homans, tümdengelimli bir yöntemle ürettiği kuramsal anlayışı alışverişin onaylama ve toplumsal uyumla beraber normların gelişmesine dikkat çeker. Resmi olmasının zorunlu olmadığı bu normatif durum her halükarda bir değere tekabül etmektedir. Karşılıklı saygıyla inşa edilen davranış, hem kültürel bir ivme kazanmakta hem de ekonomik alışveriş benzer şekilde ilerlemektedir. Psikolojik olarak güdülenen insanların geribildirim çerçevesinde istekli bir tutum sergilerken bunun sürekliliği için insanlar, aralarındaki ilişkilerde uyuma özen göstermektedir (Wallace ve Wolf, 431-432). Sosyal ağların önemi kişiden kişiye değiştiği için uyumluluk da aynı oranda farklılık gösterir. Güç ve adalet kavramlarına bu şekilde başvuran Homans, bu kavramları insan doğasının önemli bir parçası olarak görür. O, alışveriş sürecinde kişiler arasında birbirine verilen şeylerde adalet aramaktadır. Kişiler verilen emeği değerli görerek bunun ölçütünde bir yatırım yaptığı güdüsüyle hareket eder. Dolayısıyla insanlar arasında adil bir doyumun olması önemlidir (Türkkan, 2020: 201). Belirgin olarak bu alışveriş modelini psikolojik bireyciliğe indirgeyen Homans, güç yaklaşımının da bu şekilde işlediğini ve alışverişte güç odaklı bir cezanın yerine adil bir ödüllendirmenin önemine dikkat çeker. Çünkü ona göre cezalandırma karşılıklı

² Bu önermeler için bkz. Homans, *Social Behavior: Its Elementary Forms*, 1961: 51; Ritzer, *Sosyoloji Kuramları*, 2013: 282; Wallace ve Wolf, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, 2018: 419.

uyum isteğinin önüne bir set çekmekte ve uyumu arzulayanların pek başvurmuyacağı bir durum olarak görülmektedir. Bu yolla, geleneksel çatışma ve işlevselci yaklaşımdan ayrılan Homans, alışveriş kuramıyla farklı bir perspektife sahip olur.

Alışveriş kuramının diğer önemli temsilcisi olarak kabul edilen isim Blau'dır. Blau, Homans'ın davranışsal psikoloji ile tanımladığı alışveriş toplumsal bir alanla açıklamaya gayret etmektedir. Toplumsal bir alışveriş toplumsal bütünleşmenin önemli bir parçasıdır. Aynı zamanda alışveriş toplumsalın yeniden üretimi açısından önemli işlevlere sahiptir. Bu yaklaşım Blau'yu yapı odaklı bir sosyoloji anlayışına doğru sürükler. Blau, Homans'la paylaştığı kuramsal temellendirme süreç olarak birbirinden farklılık gösterir.

Blau, iki farklı yoldan alışveriş kuramına değinir: toplumsal alışveriş ve ekonomik alışveriş. Yukarıda belirtilen çalışmada metin boyunca bu iki alışveriş kuramının farklılıklarını irdelemeye çalışır. Sosyal alışveriş, öncelikle sosyal etkileşimlerin veya kişiler arası ilişkilerin acil ve anlık durumunu yönlendirir (Blau, 1964: 4). Bu durum sanıldığı gibi aksine kompleks bir yapıya sahiptir. Gerek duygusal gerek rasyonel olsun etkileşim genel olarak bir düzenin önemli bir sosyal etkinliği olarak kendini gerçekleştirir. Buradan hareketle Blau'nun da belirttiği gibi sosyal alışveriş her yerde her koşulda kendisini gösterir. Sadece pazar alanlarında değil, arkadaşlık, duygusal birliktelik, statü ve güç ilişkilerinde de sosyal alışverişe rahatlıkla denk gelinebilir (Blau, 1964: 88). Toplumsalı oluşturan unsurlar sosyal alışverişin bizatihi ürünü olmaktadır. Alışveriş olmaksızın toplumsal değerlerin inşası kültürel süreçlerin işleyişi neredeyse imkânsızdır.

Sosyal alışveriş ile ekonomik alışveriş arasındaki en önemli fark, sosyal alışverişin belirsiz ve zorunlu sonuçlara sebep olmasıdır. Ekonomik alışverişte satın alınacak metanın değeri bellidir. Örneğin, bir evin fiyatı 1 milyondur. Ama sosyal ilişkilerde bu durum son derece belirsiz ve karmaşıktır. İnsan etkileşimlerinin ve ilişkilerinin nelere gebe olduğu önceden kestirilemez (Blau, 1954: 93). Bir başka açıdan aradaki farkı irdelemek gerekirse: Blau için (1964: 94): sosyal alışverişte güven ve şükran duygusu oluşması gerekirken ekonomik alışverişte böyle bir zorunluluk yoktur. Sosyal alışveriş karşılıklı bir kurallar bütünü oluşturmaktadır. Yani "norm" toplumsal olarak kendisini yenileyerek kişilerarası davranışlarda kendisini dayatır. Bunu toplumsal uyumu sağlamak ve ortak değerlerin geliştirilmesi olarak da okuyabiliriz (Wallace ve Wolf, 2018: 453). Kısacası "ekonomik alışveriş bir sosyal alışveriştir ama sosyal alışveriş bir ekonomik alışveriş değildir". Ayrıca spekülâtif duracak ama sosyal davranış, kültürün manevi boyutunu inşa ederken ekonomik alışveriş maddi boyutuna hitap etmektedir. Son olarak hem Homans hem Blau, insanların bireysel ve topluluk olarak yoğun etkileşimi ve iletişiminin paylaşılan değerler ürettiği konusunda hem fikirdir. Bu durum çatışma haliyle ve toplumsal kurumların bir bütün olarak işlevlerini yerine getirmesiyle de mümkündür.

3. Yapayın Belirgin Alanı: Sanal Alışveriş

İnsan ilişkilerinin günümüzdeki karşılığının önemli biçimlerinden birini sanal alışveriş oluşturmaktadır. İnternet ağının 1990'lardan bu yana gelişmesiyle beraber insanlar sanal alışveriş deneyimlemektedir. Günümüzde internet, temel ihtiyaçların önemli bir sağlayıcısı olarak işlev görmektedir (Cho, Kang ve Cheon, 2006: 261). Bilgi, yemek, giyim, arkadaşlık, vs. maddi ve manevi her türlü insan ihtiyacını internet karşılayabilmektedir. Yani, internetle beraber oluşan alışveriş modeli sanal alışveriş olarak adlandırılmaktadır. Bu alışveriş biçiminde insanlar yakın temas kurmazlar, mekânsız ³ ortamda bir ilişki söz konusudur. Yapay olanın alanı belirginleşmektedir.

³Alışverişin mekânı olarak tanımlanan internet açıklamaları sosyal bilimlerde alışılmışın dışında mekân tanımında bulunurlar. Bu çalışma, interneti bir mekân olarak kabul etmemektedir. Çünkü mekân, içinde tarihi imgeler

İletişim araçlarının ileri bir seviyeye ulaşması mesafeleri kısaltmakta ve zamandan da kazandırmaktadır. “Zaman ve mekân sıkışması” (Harvey, 2010) olarak adlandırabileceğimiz günümüz alışveriş biçimi giderek artan bir ilgiyle gerçekleşmektedir. Bu ilginin artmasını sadece iletişim araçlarının gelişmesiyle açıklayamayız. Yerel olaylardan küresel olana dek çoklu bağlamlarla sanal alışverişin geliştiği söylenebilir. Çoğu zaman kolaylık olarak adlandırılan sanal alışverişin zorunlu halleri de söz konusudur. Örneğin, yakın zamanda Covid-19 pandemisi yaşayan küresel dünya zorunlu olarak sanal alışverişle ihtiyacını karşılamıştır. Söz konusu sanal alışveriş sadece ticari anlamda değil, insanların gündelik hayatlarını temasız bir alanda gerçekleşmesi adına ülkelerce çeşitli geçici olmak üzere düzenlemeler getirilmiştir. Sağlık alanından sosyal ve kültürel alana denk küresel ölçekte sanal ilişkiler kendisini göstermiştir (Sarpkaya ve Sağlam, 2019; Alintaş, 2023). Dolayısıyla bu sanal alışveriş, Blau’nun da yukarıda belirttiği gibi sadece ekonomik alışverişe tekabül etmemektedir. Aynı zamanda toplumsal olanı ziyadesiyle içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler hem bireyler arası hem toplumlar arası ekonomik, sosyal ve kültürel bir ilişki ağı oluşturarak geleneksel olanı dönüştürmektedir (Ağcadağ, 2014: 21; Erdaş ve Ecer, 2022: 621).

Sanal alışverişin yoğunlaşmasının sebebi elbette küresel anlamda bir tüketim mekanizmasının işleridir. Yöresel olanın küresel olanın karşısında değişime uğrama süreci alışverişin biçimine etki etmiştir. Burada dönüşen sadece alışveriş biçimi değildir. Kültürel özelliklerin yanı sıra tarihsel öneme sahip nesnelerin bizatihi internetin gelişmesiyle beraber küreselleşmenin de etkisiyle farklı bir şekilde pazarlaması olarak vuku bulmaktadır. Buradan hareketle kuşaklar arası kültürel farklılaşmanın belirgin olarak görülebileceği söylenebilir. Küresel ölçekte yoğunlaşan iletişim ağının bu denli insan hayatına girmesinin daha doğrusu kültürel insanın öznesi olan insanın küreselle bu denli açık hale gelmesi farklılaşmayı anlaşılır kılmaktadır. Kısacası toplumsal yaşam küreselleşmenin internetiyle beraber risk altına girebilmektedir (Beyaz Özbey, 2022: 149).

Sanal alışverişin önemli problemlerinden biri tüketicinin ya da alışverişte bulunan kişilerin tereddütte olmasıdır. Ne amaçla yapılsa yapılsın –ekonomik ve toplumsal- sanal alışverişte kurulacak ilişkide güven önemli bir şekilde rol oynamaktadır (Cho, Kang ve Cheon, 2006: 264). İletişim içinde bulunanlar güveni tahsis ettiklerinde tıpkı yüz yüze etkileşimde olduğu gibi yoğun bir alışveriş gerçekleştirebilir.⁴ Şunu kabul etmek gerekir: sanal alışveriş, içinde önemli riskler barındırmaktadır. Bireysel dolandırıcılıktan kültürel yozlaşmaya kadar sanal alışveriş, bu tarz olumsuz özelliklere sahiptir. Banka hesaplarının ele geçirilmesi, evlenme vaadiyle kandırılmak gibi riskli olaylar sanal alışverişte gerçekleşebilir. Bu konuda yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda farklı değişkenlere bağlı olarak çeşitli riskler olduğu görülmektedir. Örneğini medeni hal durumu üzerinden ABD ve Türkiye’de yapılan karşılaştırmalı bir çalışmada Türkiye’deki evli ve bekâr arasında maddi kayıp riski farkı görülmezken ABD’de ise evlilerin bekârlara göre maddi kayıp riski taşıdıkları tespit edilmiştir (Özen, 2013; Salimoğlu, 2016; Angün, 2024: 161). Yukarıda bahsedilen risklerden biri olan evlilik vaadiyle kandırılma durumu evlilik modellerinde değişime sebep olmuştur: gerek evlilik programların popüler olduğu dönemlerde gerekse sosyal medyanın insan hayatına girmesiyle beraber farklılaşmalar belirmiştir (Töret, 2017; Binar, 2020). Ayrıca kültürel dönüşümlerle beraber insan ilişkilerinde hatta insan bilincinde geriye doğru bir ivmenin gerçekleşmesi de muhtemeldir (Beyaz Özbey, 2022: 151).

barındırmakta, belirli fiziksel temasın olduğu bir alan olarak var olmaktadır. Ayrıca o tarihsel imgelere kültürel aidiyet hissedilen insanların varlığı da söz konusudur.

⁴Elbette bu alışveriş biçiminin gerçeğin yerini almasının sosyolojideki yansıması sadece iyimser bir şekilde olmamıştır. Sanal ilişki ağının insan hayatına hızlı ve akışkan şekilde girmesinin çeşitli endişelere mahal verdiğini belirtmek gerekir. Baudrillard, bu endişeleri sistematik şekilde ele almakta ve teknolojik gelişmenin insan hayatına yerleşmesine sert eleştiriler getirmektedir. O, sanal dünyanın simülasyon evreninden ibaret olduğunu ve sosyal gerçekliğin yerine yerleşmiş ki hiper gerçekliğe dönüştüğünü vurgulamıştır. İnsan hayatının sanal dünya ile nasıl duyarsız ve yapay bir ilişki ağının oluşturduğunu derinlemesine anlamak için bkz. (Baudrillard, 2011; Toprak, 2022).

Son olarak insanların belirli bir mekân içinde sosyal bir etkileşim kurmamalarından dolayı yapay ve akışkan bir ilişkinin ortaya çıkması olasıdır. Sanal alışverişte iletişimde olan bireyler “yabancı” olmasının varsayımından ötürü keskin bir tutum sergileyebilir. Alışverişin gerçekleşmesi için ikna süreci kısaltmak ve ikna biçimi de değişmektedir. Burada etkili olan unsur jest ve mimiklerin karşılıklı görülmemesidir. Ancak günümüzde akıllı telefonların gelişmesiyle beraber oluşturulan uygulamalarda jest ve mimiklerin “hipergerçeklik”ine⁵ denk gelen “emojiler” kullanılmaktadır. Buradan hareketle tüketim alanının giderek genişleme arzusu içinde olan neo-liberal politikalar insan hayatının yapay nesnelerle nasıl kuşatılacağına tasarlandığı söylenebilir. Bu durumun gündelik hayat ilişkilerine yansması hem olumlu hem olumsuz olarak nitelendirilebilir.

4. Alışverişin Gündelik Hayattaki Dönüşümü

Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle beraber değişen toplumsal ilişkiler arasında alışverişin belirgin olarak etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır. İnsanların hayatında artık önemli bir yer kaplayan internet, temel insan ilişkilerini değiştirdiği gibi alışveriş de farklı form(lar)a dönüştürmüştür. Günümüzde alışverişin her biçiminde internetin etkisini görmek mümkündür. İster ticari anlamda ister temel tüketim anlayış odaklı bir alışveriş olsun internetin önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Ürünlerin görselleri, ödemesi, faturası, para transferi, vs. internet programları üzerinden hızlı bir şekilde gündelik hayatta yerine getirilebilmektedir. Bunlar genel olarak gündelik hayatın ekonomik ilişkilerine tekabül etmektedir. Ancak sanal alışverişin sınırları bu kadar değildir. Gündelik hayatın kültürel inşasında yeniden üretilen pratikler yani toplumsal ilişki ağının da önemli bir alanı olarak sanal alışverişin aldığını belirtmek gerekir (Armağan, 2013: 81). Sanal alışveriş toplumsal veya kültürel boyutuyla yüz yüze etkileşim kadar olmasa da içinde önemli bir etkileşim barındırdığı için gündelik hayatta ziyadesiyle kendisine yer bulmaktadır. İnsanlar gündelik hayatta hangi amaçla tüketim eyleminde bulunursa bulunsun sanal alışveriş önemli bir oranda tercih edilmektedir.

Gündelik hayatta insanın temel ihtiyaçları eklemlenerek yeniden üretilmektedir. Sanal alışverişin buradaki etkisi biçimsel olarak bir dönüşüm yaratmış olmasıdır. Bu dönüşümü gündelik hayatın tüm rutinlerinde görmek mümkündür. Örneğin, yöresel ürünün pazarlama ve kullanma şekli küresel etkilerle beraber farklı bir bağlamda tekrardan inşa edilmektedir (Toprak, 2023: 163-167). Ayrıca teknolojik aygıtlar insanın gündelik hayatı içinde merkezi bir önemde işlevselliğini arttırmakta en sıradan olayın biçimsel durumuna doğrudan etki etmektedir. Mesela, çocuklara anlatılan masalalar ve hikâyelerde sanal alışverişin etkileşim izleri pekâlâ görülmektedir. Hikâye tıpkı eskisi gibi anlatılsa da geçmişe göre hikâyeye eklenen doğaçlamalar artık görülmemektedir (Murthy, 2008: 838). Dolayısıyla teknolojik hayatın gündelik pratiklere yansımalarında sınırsızlıkların yanı sıra sınırlılıkların olduğu örnekleri mevcuttur. Çünkü fark edilmeden⁶ sanal alışverişin insan hayatına belirlediği sınırlar ya da tercih hakkı gibi etkileşimler görülmektedir. Son kertede gündelik hayatın teknolojiyle beraber ciddi bir dolayımına seviyesine ulaştığını kabul etmek gerekir.

Sanal alışverişin ekili olduğu alanlardan biri de çalışma hayatıdır. Çalışma hayatını işleyiş, biçimsel ve teknik olarak önemli bir şekilde dönüştürdüğü artık herkes tarafından kabul edilmektedir. Sanal alışveriş ile çalışma hayatı arasında iki şekilde bir ilişki olduğu belirtilebilir. Birincisi, çalışma yoğunluğundan temel ihtiyaçların karşılanması adına başvuru bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar gündelik koşuşturmadan ve yüz yüze alışverişe geniş zaman ayıramamalarından ötürü sanal alışverişe yoğun talepte bulunurlar. İkincisi, insanlar

⁵Bu kavramın sosyolojide karşılığı için bkz. (Baudrillard, 2011)

⁶Fark edilmeden kast edilen durumun tüketicinin gündelik eylemleri olduğunu belirtmek gerekir. Sanal alışveriş sisteminin arkasında önemli bir akılcılık vardır. Her şeyin önceden tüketim alanlarının genişliği, yönünü ve nasıl tüketileceği programlanarak gündelik hayatta dolaşıma sokulmaktadır.

çalışma koşullarının hızlı bir şekilde yerine getirilmesi için günlük ticareti sanal alışverişle gerçekleştirirler. Her iki kullanma şeklinde de ortak olan bazı durumlar söz konusudur. Özellikle temel uygulamaların yanı sıra sosyal medya en çok tercih edilen alanlar olarak bilinmektedir. Örneğin, e-posta, podcats, wiki, ve sosyal ağlar (facebook, whatsapp, instegram, vs.) bunlardan bazılarıdır (Yüksel, 2020: 239). Görselliğin de önemli bir şekilde yer edindiği bu alanlarda insanlar ürünlerle temas etmeden alışverişi gerçekleştirebilmektedirler. Bazı programların iade, ürün değiştirme gibi uygulamadaki kolaylığı güven probleminin de aşılmasının yolunu açmaktadır. Hızlı ve pratik olma ve zaman kazanma gayreti burada temel amaç olarak görülmektedir. Buna kentlerin kalabalıklaşması ya da karmaşıklaşmasıyla beraber fiziksel ulaşımın zorluğu da eklenince sanal alışveriş avantajlı bir alan olarak tercih edilmektedir. Ayrıca söz konusu alışverişin temel ihtiyaç boyutunu sadece maddi olana indirgememek gerekir. Sohbet etme, oyun oynama, yalnızlığın giderilmesi, boş zaman değerlendirilmesi gibi manevi ihtiyaçlar için de sanal alışveriş yapılmaktadır. Spekülatif olacak mahremiyetin temel alanı cinsel ihtiyaçlar da yine sanal alışverişle gerçekleştirilmektedir (Çetinkaya, 2013: 41). Bu konuda sanal alışverişin gündelik hayatın en uç noktasında da görüldüğü kabul edilebilmektedir.

Alışverişte genel olarak ilk bakışta mikro ilişkilerin rol oynadığı düşünülse de makro oluşumların da etkisi yadsınamaz. Gündelik hayat pratiği olarak kabul edilen alışveriş toplumsallığın önemli bir parçasıdır. Toplumsallığın temel olgularından makro-mikro oluşum, alışverişte de kendisine yer bulmaktadır. Bu, toplumsal sanal ilişkileri üretmekte ve insanların gündelik hayatında yeni alanlar açmaktadır. Siber olarak kabul edilen bu alanlarda insanlar bitmek bilmeyen etkileşim ağları inşa etmektedir. Üstelik internet dışı ya da çevrim dışı hayatı da bu alana taşımaktadır. Kendini daha doğrusu tüketimi paylaşma, beğeni ve yorum bekleme gündelik hayatın bir çeşit alışverişi olarak kabul edilmektedir. Sosyal gerçeklik ile sanal gerçeklik arasındaki belirsizlik ve karmaşıklık bu şekilde daha da içinden çıkılmaz bir hal almaktadır (Sili Kalem, 2022: 97).

Sanal alışverişte belirsizleşen bir diğer alan ise gündelik hayatta özel alan ile kamusal alanın ayrımıdır. İnsanlar gündelik hayatta ister ekonomik ister toplumsal bir sanal alışverişte bulunsun özel-kamusal alanın sınırlarının aşınmasına sebep olabilmektedir. Mahremiyetin önemli şekilde dönüştüğü sanal gerçeklikte bireyin özel alanı -sadece yakınlarının bileceği, göreceği, duyacağı durumlarda- sanal dünya ile beraber küresel pazara servis edilebilmektedir. Dolayısıyla sanal alışverişte mahremiyet riski söz konusudur. Buradan hareketle, sanal alışverişin bir kişinin gündelik hayatının özel alanını açığa çıkarırken alışveriş yoluyla da gözetlemektedir. Telefonların anlık kullanımları çevrim dışı hayatın dijital alana çeşitli web uygulamalarıyla hemen aktarılması mahremiyet riskinin ortaya çıkma ihtimalini arttırmaktadır (Lee, 2009: 164). Görünürde kolaylığın ve özgürlüğün alanı olarak inşa edilen sanal alışveriş ayrıca bir kontrol etme, disipline ve gözetleme alanına dönüşebilmektedir. Dolayısıyla bireyin hayatını ileriki aşamalarda tehdit edecek bir düzeye ulaşma ihtimali vardır.

Sanal alışveriş, insanların gündelik hayatına iyice yerleşirken bunu dar bir alanda gerçekleştirmez. Nüfuz alanı giderek genişleyerek gündelik hayatta daha fazla yer kaplamaktadır. Geleneksel alışverişin yerine çeşitli sebeplerden ötürü tercih edilen sanal alışveriş, insan ilişkilerini de değiştirdiği artık bilinmektedir. Sanal alışverişin gündelik hayatı kolaylaştırıcı yönü kabul edilirken kültürel bir dönüşümü de çoğu zaman negatif anlamda etkilemektedir. Sanal alışverişle bazı kültürel özellikler ortadan tamamıyla kalkarken bazıları farklı bir formatta dolaşıma sokulmakta ve özünden uzaklaştırmaktadır. Küresel piyasaya adapte olma durumu toplumsal olanın her alanına sirayet etmektedir. Meta anlamında bir üründen dinsel olana dek kültürel alanı seküler olarak dönüştürmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, alışveriş ağının insan hayatını ne şekilde etkilediği irdelenmeye çalışılmıştır. İnsanın gündelik hayatının neredeyse tamamına tekabül eden alışveriş, toplumsalın önemli bir

belirleyeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişimin toplumlar için kaçınılmaz olduğu düşünülürse alışverişin de değişime uğradığı doğal olarak kabul edilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus; bu değişimin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler ve alışverişin gündelik hayattaki yansımalarıdır.

Teknolojik gelişmeler insan ilişkilerini önemli bir şekilde dönüştürdüğü bilinmektedir. Bu, maddi gelişmeler elbette kültürün manevi boyutuna da sirayet etmektedir. Dolayısıyla alışverişin her açıdan değişmesinde etkili olan temel faktör teknolojik gelişmelerdir. Teknolojik gelişmeler insanın temelden genele kadar ihtiyaçlarını dönüştürürken alışverişin yönüne de bu şekilde etki etmektedir. Alışveriş biçimsel olarak değişime uğramakta ve giderek akışkan hale gelmektedir. Akışkanlık, hangi şekilde yapılırsa yapılsın, alışverişin anlamını da değersizleştirmektedir. Alınan maddi ürünün yanı sıra manevi ilişki alışverişi de küçümsenebilmektedir.

Teknolojik faktörlerin belirgin olarak görüldüğü alan gündelik hayattaki alışveriş ilişkileridir. İnternet ağının sınırsız gelişimi insanların ilgi odağını belirlemekte dolayısıyla tüketim anlayışında etkili olduğu görülmektedir. Alışverişte en önemli unsurun iletişim olduğu kabul edilirse bu doğrultuda gelişen kitle iletişim araçlarının gündelik hayata yoğun bir etkisi olmuştur. İnsanlar gündelik hayatlarında çeşitli sebeplerden dolayı sanal alışverişe yönelmekte ve alışverişin ekonomik ve toplumsal boyutunu bu yolla gerçekleştirmektedirler. Karşılıklı bir değişim bu şekilde inşa edilmektedir. Yani alışveriş biçimsel olarak sanal ortamda insanı etkilerken aynı zamanda insan tarafından değişime uğramaktadır.

Gündelik hayatta sanal alışveriş yeni tüketim modeli olarak görülmektedir. Bu alışveriş modeli hem yerel hem küresel ölçekte önemli derecede rağbet görmekte ve bu sadece ekonomik ya da sadece toplumsal şekilde gerçekleşmemektedir. İnsanın gündelik hayatında ürettiği her şey sanal alışverişten etkilenmektedir. Sanal alışveriş, yerelde kullanılan mekânlardan insan ilişkilerinin belirlenmesindeki temel nesnelere kadar gündelik hayatın önemli bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sanal alışveriş getirdiği kolaylaştırıcı özelliğinin yanı sıra kültürel endişelere de sebep olmaktadır.

Kültürel gelişmeyi olumsuz etkileyen sanal alışveriş, insan ilişkilerini yapay bir düzlemde inşa ederek onları geleneksel bağlamlarından kopardığı söylenebilir. Toplumda doğal gelişim giderek yapay bir görüntü çizerken insanın sosyalizasyon sürecini de değiştirmektedir. Çocukları doğal ortamlarından kopararak evlere tıkayan hatta mekânsız bir alana hapseden teknolojik aygıtların gelişimi kültürel ilerlemenin temel unsuru olan sosyalizasyonu bu şekilde etkilemektedir. Çocuk, sosyalizasyon sürecinde kültürel alışverişi yapay olan aygıtlardan alırken kendi sosyal gerçekliğine yabancılaşabilmektedir. Sosyalizasyon sürecinin sadece çocuklarla sınırlı olmadığı kabul edilirse sanal alışveriş, yetişkin ve yaşlı doğal yaşam sürecini de etkilemektedir. Yakın zamanda insan hayatında pek yeri olamayan teknolojik aygıtlar günümüze yaklaştıkça eğitim seviyesinin ne aşamada olduğu gözetilmeksizin her yaşta insanların hayatına girerek gündelik ilişkilerine sirayet etmektedir. Mesela, genellikle yetişkin veya yaşlı kesimin gündelik hayatlarını geçirdiği geleneksel mekânlarda bile internet ağı (wi-fi) bulunabilmektedir. Bu durum doğal olarak geleneksel insan sohbetlerine ya da ilişkilerine yansımaktadır. Küresel etkilerin yerel üzerinde belirgin değişimi olarak görülen bu durum, mekânın görünümünü fiziksel olarak değiştirmese de içerik olarak etilemektedir.

Son olarak, sanal alışverişin özel hayata ya da mahremiyete etkisi olduğu söylenebilir. İnsanların tüketim anlayışlarında sanal alışverişin önemli derecede etkili olduğu yer özel alandır. Geleneksel ilişkilerde sosyal gerçekliğe aykırı görülen özel alan eylemleri sanal alışverişle küresel olana pekâlâ yansıtılmaktadır. Gündelik hayatta yapılan her hangi bir etkinliğin hemen sanal ortama taşınması onu doğrudan küresel alana yansıtması demektir. Örneğin, çocuğuna doğum günü partisi yapan bir ebeveynin onu sosyal medyada paylaşması bazı özel alanların kamusal alanda ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu, insanlar arasında bir özümseme ve özenmeye mahal vermekte tüketim mekanizmasının arzuladığı şekilde bir tüketim rekabetine yol

açmaktadır. Gösteriş burada önemli şekilde rol oynamaktadır. Sanal dünyanın kültürel alana etkisini gösteriş arzusunda görmek mümkündür. En pahalı telafunu alma, en lüks mekânda vakit geçirme, markası en popüle elbiseyi giyme, vs. gösteriş telaşı sosyal gerçekliğin değişimini gözler önüne sermektedir. Kıacası gösteriş sanal alışverişin belirgin bir etkileşim örüntüsü olarak kendisine yer bulmaktadır.

EXTENDED ABSTRACT

Since the popularization of everyday life in sociology, there has been a direct interest in human relationships and actions. Considering the individual as an actor, every familiar action, whether ordinary or extraordinary, has become a research object of sociology. Theoretical studies conducted with this perspective are based on various conceptual understandings. Particularly micro areas have been preferred in this regard and empirical methods have been frequently used. In everyday life studies, the micro-scale of human relations is considered. There is diversity in the forms that regulate these relationships. Conflict, competition, harmony, similarity, and exchange are some of these forms. It can be said that shopping is one of the forms that show itself clearly in everyday life as an interaction pattern. Shopping, as an important indicator of human relations in everyday life, contains regulatory functions. A materially focused shopping brings with it a cultural impact. Societies, social groups and individuals directly bear this impact in every purchase they make daily. This shows that in addition to material transformation, spiritual transformation also occurs. In other words, with shopping, society generally differentiates and undergoes cultural transformation. While shopping continues to exist as a dynamic action in everyday life, this transformation does not only affect the superficial sense but also directly affects the human habitat. The purpose for which people shop and the type of shopping they do determine the direction and form of the social impact that shopping has. For example, non-essential shopping is common nowadays. In this situation, where the consumption mechanism operates significantly, the individual performs the act of shopping by being guided.

The physical and formal change in social conditions has also directly affected shopping. At first glance, it can be said that the concentration and differentiation of the social structure in cities has caused shopping to change. Later, the integration of mass media into everyday life brought this change to a different level. In particular, adaptation to the global world emerges as one of the factors that trigger this change. Local products and human relations, which have lost or changed their importance in the face of the global market, have been transformed in form and content. The change is reflected not only in how shopping is done but also in where it is done. In other words, a spatial transformation has become inevitable. The interdependent change has begun to make itself felt more in online shopping. The product produced anywhere in the world is offered to the global market through online programs, allowing people to access the product quickly. Moreover, it was not just the transportation and exchange of material elements. Cultural fusion or transitivity has also been experienced online by integrating into the global market. Therefore, online shopping, which is the focus of the study, has become a form of interaction that people frequently use in their everyday lives for various reasons. While discussing the factors in forming this form of interaction on a local and global level, the development of mass media played an important role. People use mass media in almost most of their everyday life practices. Therefore, shopping also had to join this global network. People have started to use online shopping extensively for various reasons. In this area where an artificial relationship network is important, online shopping has been preferred for various reasons.

Online shopping, which is preferred for economic reasons as an area that makes human life easier and saves time, also includes significant cultural change. Online shopping, which is preferred for economic reasons as an area that makes human life easier and saves time, also includes significant cultural change. Online shopping, which has a role in which the boundaries between private life and public space are eliminated, takes human togetherness to a different level. In other words, online shopping, which is an area opening to the global market, functions as an important circulation network from a need for privacy by creating a spaceless environment. People do not use online shopping only as a need-oriented area. Also, their joys, sorrows, separations, togetherness, traveling, etc. They use it as a space that they share recklessly. It is possible to see in people's everyday lives how online shopping, which we encounter as a social behavioral problem both structurally and psychologically, shapes cultural corruption and how it effectively uses interactions that would not occur in face-to-face interaction. This interaction network, where sincerity and trust are extremely low, is reproduced in everyday life. It is now accepted that

technological connection is increasing daily and human relations are changing significantly. In this regard, the study has tried to examine everyday interactions with economic and cultural contexts by focusing on online shopping.

Çıkar Çatışması Bildirimi/ Conflict of Interest Statement:

Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir. / The authors declared no potential conflict of interest regarding the research, authorship, and publication of this article.

Destek/Finansman Bilgileri/ Support Financing Information:

Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için herhangi bir finansal destek almamıştır. / The authors have received no financial support for the research, authorship, and publication of this article.

Etik Kurul Kararı/ Ethics Committee Decision: Etik kurul gerektiren bir çalışma değildir. / Ethics committee pieces are not a study.

Yazar Katkı Oranı/ Author Contribution Rate: Yazarların katkı oranı eşittir. / The contribution rates of all authors are equal.

Kaynakça

- Agcadağ, İ. (2014). Sanal alışveriş. *Mediterranean Journal of Humanities*, 4(1), 22-33.
- Alinta, D. (2023). Dönüştürücü etkiyi ortaya çıkarmak: Covid-19 salgını dönemindeki çevrimiçi alışveriş deneyimleri üzerine nitel bir araştırma. *Sosyal Mucit Academic Review*, 4(2), 219-260.
- Angün, S. (2024). Çevrimiçi alışverişte farklı toplumların riskleri algılamasına dair bir çalışma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 10(2): 161-180.
- Armağan, A. (2013). Gençlerin sanal alanı kullanım tercihleri ve kendilerini sunum taktikleri: Bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 78-92.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve simülasyon*. Çev. Oğuz A. (6. Basım). Doğu Batı Yayınları.
- Beyaz, Ö. İ. (2022). Dijitalleşme, sosyal medya ve risk toplumu. *İmgelem*, 6(10), 141-158.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. John Wiley & Sons.
- Binar, T. (2020). *Evlilik sürecinde sanal çöpçatanlık kurumları üzerine bir araştırma: Instagram ve Facebook Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Bölümü, Konya (Türkiye).
- Cho, C. H. Kang, J. ve Cheaon, H. J. (2006). Online shopping hesitation. *Cyber Psychology & Behavior*, 9(3), 261-274.
- Çetinkaya, M. (2013). *İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Rehberlik ve Psikoloji Danışmanlık Bölümü, İzmir (Türkiye).
- Erdaş, Y. ve Ecer, F. (2022). Covid-19 salgınında sanal alışveriş platformlarının performanslarının ölçülmesi: Ahp-Mairca modeli. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 619-641.
- Gambacorta, C. (1989). Experiences of daily life. *Current Sociology*, 37(1), 121-140.
- Goffman, E. (2016). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. Çev. Barış C. (Üçüncü Basım), Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2010). *Post-modernliğin durumu*. Çev. Sungur S. Metis Yayınları.
- Homans, G. C. (1961). *Social behavior: It's elementary forms*. Harcourt, Brace & World.

- Homans, G. C. (1951/2017). *The human group*. Routledge.
- Lee, D. H. (2009). Mobile snapshots and private/public boundaries. *Know, Technology and Policy*, 22 (1), 161-171.
- Lefebvre, H. (2019). *Gündelik hayatın eleştirisi II*. Çev. Işık E. (Üçüncü Baskı). Sel Yayıncılık.
- Mead, G. H. (2017). *Zihin, benlik ve toplum*. Çev. Yeşim E. Heretik Yayınları.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- Ritzer, G. (2013). *Sosyoloji kuramları*. Çev. Himmet H. De Ki Basım Yayım.
- Sarpkaya, G. ve Sağlam, M. (2019). Covid-19 pandemi dönemi ve sonrasında tüketicilerin e-ticaret eğilimleri üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 6(2): 40-60.
- Schütz, A. (2018). *Fenomenoloji ve toplumsal ilişkiler*. Çev. Adnan A. ve Seyda K. Heretik Yayınları.
- Sili Kalem, A. (2022). Gündelik hayatın dijitalleşmesi karşısında sosyoloji. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Medeniyet ve Toplum Dergisi (METDER)*, 6(2), 95-101.
- Toprak, M. (2023). *Bir Mekânın gündelik hayatı: Farklılıklarla yaşayabilmek*. Paradigma Akademi Yayıncılık.
- Toprak, M. (2022). Etkin öznenen edilgene olana: H. Lefebvre ve J. Baudrillard'ın gündelik hayata pratik katkıları. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 3(3), 318-329.
- Töret, A. B. (2017). Geleneksel çöpçatanlık kurmunun günümüz sosyal medya evrimi üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Folklor/Edebiyat Dergisi*, 23(91): 237-250.
- Türkkan, Z. (2020). Toplumsal alışverişte hakkaniyet. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 23 (1), 192-222.
- Yüksel, G. (2020). Medya ve eğitim. M. Çağatay Ö. ve A. Selcen B., (ed.), *Eğitim sosyolojisi* (İkinci baskı, s. 225-247). Pegem Akademi.
- Wallace, R. ve Wolf, A. (2018). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. Çev. Leyla E. ve M. Rami A. (7. Baskı). Doğu Batı Yayınları.

İnternet Kaynakları

Özen, M.(2013). Sanal ilişkiler: Hiç Görmediğiniz Bir İnsanı Sevebilmeniz Mümkün mü? https://www.tavsiyedyorum.com/makale_11716.htm Erişim Tarihi:26.05. 2024

Salimoğlu, K.B.(2016). İnternette tanışdık. https://www.tavsiyedyorum.com/makale_16696.htm Erişim Tarihi: 26.05.2024