**TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA INSTABLOGGERLARIN MODA TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Nilgün Didar Tüt[[1]](#footnote-1)

ÖZET

Sözcük anlamı olarak tüketmekten türeyen tüketim kavramı, günümüz teknolojisi ve gelişen kapitalizmden payına düşeni fazlasıyla almaktadır. Özellikle de teknolojik gelişmeler, günden güne artan tüketim arzusu ve istediği, temel yaşam kaynaklarının dışında bireysel hazza dönüşmektedir. 16. yüzyıldan itibaren baş gösteren kapitalizm ise gücüne güç katarak bu tüketim çılgınlığına olabildiğince destek vermektedir. Geçmişten bugüne giderek artan teknoloji ile birçok yeni oluşum kendini göstermektedir. Web 2.0 ile sosyal ağlar ortaya çıkmaktadır. Web 3.0 teknolojisi ile interaktif hale dönüşen ağlar, bireyleri tüketim toplumuna olabildiğince yaklaştırmaktadır. Gelişen ağ teknolojileri, paylaşım kanalları ve sosyal medya platformları ile bireysel tüketim açlığı dinmek bilmemektedir. Sosyal medya gibi alanlarla kişiler olabildiğince tüketim kültürünün içinde bulunmaktadır. Son zamanlarda sıklıkla artan blogger kavramı ile sosyal medyada adeta öncüler oluşmaktadır. Bu kişiler çok fazla kullanıcı tarafından takip edilmekte ve moda, seyahat, kozmetik vs. gibi konularda bilirkişi konumuna gelmektedirler. Çalışma genelinde değerlendirilecek yaklaşım tüketim kültürü, sosyal medya ve instabloggerlar olacaktır. Instablogger olarak tanınan kişilerin sosyal medya hesapları araştırma nesnesi olarak değerlendirmeye alınacaktır.

Bu çalışmada amaç tüketim kültürü bağlamında instabloggerların tüketim yaklaşımlarına ilişkin paylaşımlarını saptamak olacaktır. Çalışmada betimsel analiz tekniği kullanılacaktır. Araştırma evrenini instagram hesapları üzerinden moda paylaşımları yapan instabloggerlar oluştururken, örneklem seçiminde en fazla takipçiye sahip olan üç instablogger belirlenecektir. Bu instabloggerların hesapları 10-24 Mart 2022 tarihleri arasında incelemeye alınacaktır. Elde edilen sonuçlar kategorilere ayrılarak veriler, tüketim kültürü bağlamında değerlendirmeye alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim Kültürü, Sosyal Medya, Instagram, Instablogger

1. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gazetecilik Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi [↑](#footnote-ref-1)