

Enstitüsü: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim dalı: İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Programı: İç Mimarlık

Tez Danışmanı: Dr. Handan GÜZELCİ

Tez Türü ve Tarihi: Yüksek Lisans – Haziran 2022

ÖZET

AYNI DİLİ KONUŞAN KONUTLAR: SOSYAL MEDYANIN İÇ MEKÂN

KULLANICI TERCİHLERİNE ETKİSİ

Yasemin Seleme Albayrak

Geçmişten günümüze gelişen teknoloji ve internet ile yaygınlaşan sosyal medya kullanımı pek çok alanda etkisini göstermektedir. En belirgin etkiler tüketim kültürü üzerinde ortaya çıkmaktadır. Kullanıcıların sosyal medya ile doğrudan veya dolaylı olarak tüketim tercihleri etkilenmektedir. Ayrıca bireylerin iç mekân tercihlerini yönlendirme konusunda da doğrudan veya dolaylı olarak etkisi görülmektedir. Tercihleri yönlendiren görsel paylaşımlarının mekân tasarımında benzerliklere sebep olmaktadır. Böylelikle bireyler sosyal medya üzerinden etkilendikleri iç mekân görsellerine benzer iç mekânlara sahip olabilmeyi istemektedirler.

Bu bağlamda tez çalışmasında; sosyal medyanın bireylerin tercihleri üzerindeki etki düzeyi saptanarak, iç mekân kullanıcı tercihlerine olan yansımaları incelenmesi amaç edinilmiştir. Bu amaca bağlı olarak öncelikle tüketim, tüketici ve pazarlama konularında literatür araştırmaları yapıldıktan sonra sosyal medyanın kullanıcılar üzerindeki etki düzeyini belirlemek için anket çalışması yapılmıştır. Sonuç olarak sosyal medyanın doğrudan veya dolaylı olarak kullanıcıların iç mekân tercihleri üzerindeki etkileri incelenmiş ve varlığı saptanmıştır. Bu tez çalışmasında edinilen verilerin gelecekte iç mimari tasarımların dönemsel olarak nasıl şekillendiği üzerine yapılacak olan bilimsel çalışmalar için çalışmanın yapıldığı döneme ışık tutarak kaynak oluşturabileceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Pazarlama, Sosyal Medya, İç Mekân, Tasarım.

Institute: Graduate Education of Institute

Department: Interior Architecture and Environmental Design

Programme: Interior Architecture

Literature Superviso: Dr. Handan GÜZELCİ

Degree Awarded and Date: MSc – June 2022

ABSTRACT

SAME LANGUAGE HOUSES: THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON INTERIOR USER PREFERENCES

Yasemin Seleme Albayrak

The use of social media, which has become widespread with the developing technology and internet from the past to the present, shows its effect in many areas. The most obvious effects appear on consumption culture. Consumption preferences of users are directly or indirectly affected by social media. In addition, it has a direct or indirect effect on directing the interior preferences of individuals. The visual sharing that guides the preferences causes similarities in the design of the space. Thus, individuals want to have interior spaces similar to the interior visuals that they are influenced by social media.

In this context, in the thesis study; The aim of this study is to determine the effect level of social media on individuals' preferences and to examine its reflections on interior user preferences. Based on this purpose, firstly, literature research on consumption, consumer and marketing was conducted, and then a survey study was conducted to determine the effect level of social media on users. As a result, the effects of social media on the interior preferences of users, directly or indirectly, were examined and its existence was determined. It is foreseen that the data obtained in this thesis study can be a source for future scientific studies on how interior architectural designs are shaped periodically, by shedding light on the period in which the study was conducted.

Keywords: Consumption, Marketing, Social Media, Interior, Design.