

SELÇUK İLETİŞİM
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION
JANUARY 2016
Volume 9 Number 2



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ AKADEMİK DERGİSİ
OCAK 2016
Cilt 9 Sayı 2

e-ISSN 2148-2942



Sahibi

Prof. Dr. Ahmet KALENDER

Editör

Doç. Dr. Ahmet TARHAN

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Emre Osman OLKUN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Ahmet KALENDER

Doç. Dr. Şükrü BALCI

Prof. Dr. Aytekin CAN

Doç. Dr. Birol GÜLNAR

Doç. Dr. Bünyamin AYHAN

Doç. Dr. Ahmet TARHAN

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Muhittin ACAR (Hacettepe Ü.)

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Ü.)

Prof. Dr. Birol AKGÜN (Yıldırım Beyazıt Ü.)

Prof. Dr. Cengiz ANIK (Marmara Ü.)

Prof. Dr. Caner ARABACI (N. Erbakan Ü.)

Prof. Dr. M. Bilal ARIK (Akdeniz Ü.)

Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Ü.)

Prof. Dr. Burhan AYKAÇ (İstanbul Gelişim Ü.)

Prof. Dr. Esra BİRYILDIZ (Marmara Ü.)

Prof. Dr. Özden CANKAYA (Galatasaray Ü.)

Prof. Dr. Hamza ÇAKIR (Erciyes Ü.)

Prof. Dr. Yalçın DEMİR (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Uğur DEMİRAY (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Ahmet DURMAZ (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Müge ELDEN (Ege Ü.)

Prof. Dr. Suat GEZGİN (İstanbul Ü.)

Prof. Dr. Kemal GÖRMEZ (Gazi Ü.)

Prof. Dr. H. İbrahim GÜRCAN (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Nurettin GÜZ (Gazi Ü.)

Prof. Dr. Metin IŞIK (İnönü Ü.)

Prof. Dr. Ahmet Yalçın KAYA (Selçuk Ü.)

Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR (Selçuk Ü.)

Prof. Dr. Mehmet KESİM (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Abdullah KOÇAK (Selçuk Ü.)

Prof. Dr. Mehmet KÜÇÜKKURT (Gazi Ü.)

Prof. Dr. Aydemir OKAY (İstanbul Ü.)

Prof. Dr. Ayla OKAY (İstanbul Ü.)

Prof. Dr. Aydın Ziya ÖZGÜR (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Filiz Balta PELTEKOĞLU (Marmara Ü.)

Prof. Dr. Nurdoğan RİGEL (İstanbul Ü.)

Prof. Dr. Başak SOLMAZ (Selçuk Ü.)

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Ü.)

Prof. Dr. Nazmi ULUTAK (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Ü.)

Prof. Dr. A. Haluk YÜKSEL (Anadolu Ü.)

Prof. Dr. Sema Yıldırım BECERİKLİ (Ankara Ü.)

Kapak Tasarımı

Uzm. Tarkan DOĞAN

Yayın Türü

Yerel Süreli

Yayın Tarihi

Ocak 2016

Yazışma Adresi

Doç. Dr. Ahmet TARHAN

S.Ü. İletişim Fakültesi Kampus 42079 KONYA

Tel: 0.332. 223 36 58 Faks: 0.332.241 01 87

e-posta: tarhan@selcuk.edu.tr

dergi adresi: josc.selcuk.edu.tr

Selçuk İletişim hakemli bir dergidir. Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanır.

Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz.

Selçuk İletişim Dergisi, TÜBİTAK/ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı'nda yer almaktadır.

İçindekiler

Mustafa Şahin - Birol Gülnar	5-26	İletişim Korkusu ve İnternet Kullanım İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması
Ümit Demir	27-50	Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
Tarkan Oğuz	51-68	Çağdaş Narkisissos'lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları ve Narsizm
İsmail Kocabaş	69-91	Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya: Arçelik ve Bosch Markalarının Kurumsal Facebook ve Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme
Nagihan Tufan Yeniçiftçi	92- 115	Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma
Çağlar Genç	116-137	Kurum Kültürü ve Değerlerine Yönelik Çalışan Farkındalığı: Özel Bir Eğitim Kurumunda Uygulama Örneği
Ayhan Oğuz Ünlüer	138-158	Ana Akım Medyada Haberler: Televizyon ve Gazetelerin Haber Seçimleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
Serra İnci Çelebi	159-173	Digitalized Youth, Knowledge Gap, and Digital Divide: A Study on Youngsters' Media Use For Obtaining Daily News
Erhan Arslan - Berna Arslan	174-204	Türkiye'de Yerel Gazete Yöneticilerinin Meslek Etiği Algısı
Mete Kazaz - Yasemin Özkent	205-224	Televizyon Dizileriyle Eş Zamanlı Olarak Twitter Kullanımı: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
Alahattin Kanlığlu - Murat Aytaş	225-241	Sıradan Objeleri Yeniden Yorumlamak: Chema Madoz Fotoğraflarının Eleştirel Perspektiften Göstergebilimsel Analizi
Ergün Köksoy	242-261	Yeni Diplomatik Temsil Biçimi Olarak Marka Diplomasisi: Türkiye Üzerinden Bir Değerlendirme
Barbaros Sönmez	262-284	Gözetim Toplumunun Günümüz Tüketim Dinamikleri Bağlamında Yorumlanması
	285	Yayın Kuralları

Editörden

Ocak 2016 sayımızla karşınızda olmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu sayımıza makaleleriyle katkı sağlayan yazarlarımıza, gelen çalışmaları özveriyle değerlendiren hakemlerimize, yayın kurulunda ve danışma kurulundaki hocalarımıza en içten teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Bu sayımızda 13 makaleye yer verdik. İlk makalede Mustafa Şahin ve Birol Gülnar, Türk üniversite öğrencilerinin bir ruh sağlığı göstergesi olarak iletişim korkusu düzeylerini, internet kullanım tiplerini ve bu değişkenler arasındaki ilişkiyi 2806 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen alan araştırması bulgularıyla ortaya koymaktadırlar.

İkinci makale Ümit Demir'e ait. Yazar, lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeylerine göre aile içi iletişimlerinin farklılaşma durumlarını 714 öğrenci üzerinde gerçekleştirdiği alan araştırması verileriyle sunmaktadır.

Üçüncü makalede Tarkan Oğuz, sosyal medya araçlarından biri olan Facebook ve Facebook kullanıcılarının narsistik karakteristik özelliklerini nasıl yansıttıklarını kolayda örneklem tekniği ile 218 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdiği alan araştırma bulgularıyla tartışmaktadır.

Dördüncü makale İsmail Kocabaş'a ait olup, Arçelik ve Bosch beyaz eşya üreticilerinin kurumsal Twitter ve Facebook sosyal ağ hesaplarını ne amaçla ve ne yoğunlukta kullandıklarından yola çıkarak halkla ilişkiler açısından hedef kitleleriyle etkileşim düzeyini karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir.

Beşinci makale Nagihan Tufan Yeniçktı'ya aittir. Yazar, Ekonomist Dergisi tarafından açıklanan "Sosyal Marka 100" listesinde yer alan ilk 50 şirketi marka kimliği, marka farkındalığı, etkileşim, içerik ve satış özendirme kriterleri bakımından kurumsal Instagram hesaplarını içerik analizi yöntemiyle incelemektedir.

Altıncı makalede Çağlar Genç, eğitim kurumunda çalışanların eğitim kurumunun kurumsal değerlerine yönelik tutumları, kurumsal değerleri aktarmada kullanılan iletişim araçlarının etkililiği ve kurumsal değerlerin kuruma sağladığı katkıyı Eskişehir'de faaliyet gösteren özel bir eğitim kurumu özelinde alan araştırması ve derinlemesine mülakat yöntemleriyle ele almaktadır.

Yedinci makale, Ayhan Oğuz Ünlüer'e ait. Yazar, medyanın bilgilendirme, kamuoyunu etkileme ve

yönlendirme, reklam ve pazarlama gibi rolüne ilişkin yapılan tartışmaların geçerliliğini bir hafta süreyle incelediği gazete ve televizyonda yer alan haberler çerçevesinde tartışmaktadır.

Sekizinci makalede Serra İnci Çelebi, üniversite öğrencilerinin medya kullanım alışkanlıklarını alan araştırması bulgularıyla ortaya koymaktadır.

Dokuzuncu makalede Erhan Arslan ve Berna Arslan'a aittir. Yazarlar, hem Türkiye'deki yerel basın kuruluşlarının ana hatlarıyla genel yapısını ortaya koymayı hem de bu kuruluşların perspektifinden etik olgusuna ilişkin tartışmayı yerel gazete çalışanları üzerine gerçekleştirilen alan araştırması bulgularıyla sunmaktadır.

Onuncu makalede Mete Kazaz ve Yasemin Özkent, dizi reyting ölçümleriyle sosyal medya ölçümlerini karşılaştırmakta ve Türkiye'nin her bölgesinden İletişim Fakültesi öğrencilerinin dizi izlemeye eş zamanlı Twitter kullanım alışkanlıklarına ilişkin ölçümlerini sunmaktadırlar.

Onbirinci makale Alahattin Kanlıoğlu ve Murat Aytaş'a ait. Yazarlar, Chema Madoz'un günlük objeleri yeniden yorumladığı siyah beyaz fotoğrafları göstergebilim yöntemiyle analiz ederek betimlemektedir.

Onikinci makalede Ergün Köksoy, küreselleşme ve değişen diplomasi anlayışıyla birlikte uluslararası ilişkiler alanında ortaya çıkan global markaların temsil rollerini Türkiye ve Türk Hava Yolları özelinde ortaya koymaktadır.

Onüçüncü makalede Barbaros Sönmez, sosyolojide yer alan temel gözetim yaklaşımlarını sınıflandırarak değişen tüketim dinamikleri bakımından değerlendirmektedir.

Dergimizin bir sonraki sayısı Temmuz ayında yayınlanacak. Bu sayımıza makaleleriyle katkı sağlamak isteyen akademisyenlerimizin en geç Nisan ayı ortasına kadar çalışmalarını dergimiz web sayfasından ulaştırmaları gerektiğini hatırlatmak istiyoruz.

Temmuz 2016 sayımızda buluşmak üzere...