

NOHU İFAD

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

Cilt: 3 | Volume: 3
Sayı: 1 | Issue: 1
Haziran 2024 | June 2024

Zuckerberg'in Yeni Kamusal Alanı Threads ve Twitter (X) Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

Fijital Pazarlama Ekseninde Tüketicie Ulaşmanın Güncel Bir Yolu Olarak Cgı (Computer Generated Imagery) Reklamlar

Yenilik Arayışı ve Algılanan Risk Faktörlerinin Davranışsal Sonuçlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Online Alışveriş Siteleri Üzerine Bir Uygulama

Anneler ve Kızları: Melanie Klein'in Haset Kavramı Üzerinden Zefir (Belma Baş, 2010) Filminin Çözümlemesi

Ahlat Ağacı: Tutunamama Psikolojisinin Gayya Kuyusuna Yeniden Bakış

Yerli Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme Uygulamaları: Aile Dizisi Örneği

Gösterişçi Tüketim Bağlamında "Kirli Sepeti" Dizisinin Gösterebilimsel Analizi

Türk Dizilerinde Aile Temsili: Gönül Dağı ve Yalı Çapkını Dizileri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz

Türkiye'de Online Din: Sosyal Medyanın Ahlaki Fenomenleri Youtube Vaizleri

Türkiye'de 2013-2023 Yılları Arasında Gazetecilik Alanında Tamamlanmış Yüksek Lisans ve Doktora Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi



NOHU İFAD

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

E-ISSN: 2822-5422

Yayımlayan Kurum:
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Yayımcı:
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi

Baş Editör/Yetkili:
Doç. Dr. Ozan YILDIRIM

Web sitesi:
www.ohu.edu.tr/nohuifad

E-mail:
nohuifad@ohu.edu.tr

Telefon:
0388 225 20 12
0388 225 20 47
0388 225 30 58

Tarandığı indeksler:



NOHU İFAD

Dergi Kurulları

Sahibi:

Prof. Dr. Hasan USLU (Rektör)

Yazı İşleri Müdürü:

Prof. Dr. Ziya AVŞAR

(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı)

Baş Editör:

Doç. Dr. Ozan YILDIRIM

Editör Yardımcıları:

Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL

Arş. Gör. Serhat MADRAR

Alan Editörleri:

Gazetecilik ve Medya Çalışmaları:

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BÜYÜKAFŞAR

İletişim Çalışmaları:

Doç. Dr. Ozan Yıldırım

Hakla İlişkiler ve Reklamcılık:

Dr. Öğr. Üyesi Işıl Horzum KOŞAR

Radyo, Televizyon ve Sinema:

Doç. Dr. Yavuz AKYILDIZ

Danışma ve Bilim Kurulu:

- Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer ÖZER (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih KESKİN (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet KALENDER (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Başak SOLMAZ (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Şadiye DENİZ (Ege Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet ÖZÇAĞLAYAN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Kazım Özkan ERTÜRK (Düzce Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet FİDAN (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Figen Ünal ÇOLAK (Anadolu Üniversitesi)
Doç. Dr. Nuri Paşa ÖZER (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Yalçın LÜLECİ (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Alpaslan Hamdi KUZUCUOĞLU. (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Doç. Dr. Rengim Sine NAZLI (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Doç. Dr. Bahar URHAN (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Meltem GÖNDEN (Sakarya Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gökçen ATUK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Havva Nur TARAKCI (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Nagihan TUFAN YENİÇIKTI (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Selçuk ÇETİN (Yozgat Bozok Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Semanur SİVRİTEPE (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Selahattin OKUROĞLU (Kocaeli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Berna BERKMAN KÖSELERLİ (Giresun Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Hülya ERASLAN (Ankara Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Anıl Kaan UÇAR (Ordu Üniversitesi)
Dr. Aylin Yıldırım AYKURT (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı)
Dr. Vedat GÜLTEKİN (Ankara Üniversitesi)
Dr. Dilek ULUSAL (Kırıkkale Üniversitesi)

Yabancı Dil Editörü:

Doç. Dr. Selen Gökçem AKYILDIZ

Türkçe Dil Editörü:

Doç. Dr. Duygu ÜNALAN

Teknik Sorumlu/Mizanpaj:

Dr. Vahdet Mesut AYAN

Editör'den

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi'nin 3. Cildinin 1. Sayısını yayımlamanın heyecanını yaşıyoruz.

Bu sayı diğer sayılara göre başvuru açısından daha yoğun geçti. Farklı üniversitelerde çalışan ve eğitim gören araştırmacıların dergimize göstermiş oldukları ilgi bizi memnun ederken; dergimizin iletişim alanına sağladığı katkı da bizi motive ediyor.

Bu sayımızda 10 çalışmaya yer verebildik.

Mustafa Eren Akpınar "Zuckerberg'in Yeni Kamusal Alanı Threads ve Twitter (X) Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz" isimli çalışmasında internet teknolojileri ve kamusal alan arasındaki ilişkiyi ele almıştır. İnternet tabanlı web teknolojilerinin gelişim sürecini inceleyen bu çalışma yaşanan gelişmelerin kamusal alanı yapısal olarak nasıl dönüştürdüğünü incelemiştir. Bununla birlikte Threads ve Twitter (X) uygulamalarını kamusal alan oluşturma olanağı açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirmiştir.

Nur Gözde Tayfur, "Fijital Pazarlama Ekseninde Tüketicie Ulaşmanın Güncel Bir Yolu Olarak Cgi (Computer Generated Imagery) Reklamlar" isimli çalışmasında dijitalleşmenin pazarlama alanı üzerindeki dönüştürücü etkisini fijital pazarlama üzerinden incelemiştir. Araştırmacı, fijital pazarlama ekseninde CGI reklamlarını güncel örneklerle tartışarak markaların tüketicilerle etkili bir şekilde iletişim kurabilmesi, etkileşim yaratabilmesi ve tüketicilere yeni bir deneyim kazandırması amacıyla bilgisayar tabanlı görüntü (CGI) tekniğini sıklıkla kullandıkları sonucuna ulaşmıştır.

Banu Külter Demirgüneş ve Mustafa Taylan Dağistan, "Yenilik Arayışı ve Algılanan Risk Faktörlerinin Davranışsal Sonuçlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Online Alışveriş Siteleri Üzerine Bir Uygulama" isimli çalışmalarında tüketicilerin yenilik arayışlarının ve algıladıkları risk düzeylerinin, plansız satın alma davranışı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada ayrıca plansız satın alımların ardından tüketicilerin yaşadıkları pişmanlık düzeyleri de araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre tüketicinin yenilik arayışı ve risk algısı, plansız satın alma davranışının güçlü belirleyicileri durumundadır. Bununla birlikte algılanan risk faktörünün, plansız satın alma davranışı üzerinde yenilik arayışına kıyasla, daha güçlü bir etkisi söz konusudur.

Ömer Eraslan, "Anneler ve Kızları: Melanie Klein'in Haset Kavramı Üzerinden Zefir (Belma Baş, 2010) Filminin Çözülmesi" isimli çalışmasında Zefir filminde, duygusal çatışmalarla mücadele eden ve duygusal deneyimlerini anlamlandırmakta güçlük çeken Zefir karakterinin yaşadığı haset duygusu incelenmiştir. Çalışmada duygusal karmaşa yaşayan, ikircikli bir tutum içerisinde duygularını anlamlandırmakta zorlanan Zefir'in yaşadığı haset duygusu, bu duygunun nasıl ortaya çıkarak davranışa döküldüğü, bu duygu karşısında beliren savunma mekanizmaları Melanie Klein'in Haset ve Şükran (1957) adlı kitabında ele aldığı kuramsal bakış açısı üzerinden değerlendirilmiştir. Klein'in kavramsallaştırdığı haset duygusu ve bu duygunun bireyin davranışlarına nasıl ortaya çıktığı üzerinde durularak Zefir karakterinin annesi ve yakınları ile olan ilişkisi üzerinden haset duygusu çözümlenmiştir.

Vildan Bahçacı, "Ahlat Ağacı: Tutunamama Psikolojisinin Gayya Kuyusuna Yeniden Bakış" isimli çalışmasında Nuri Bilgi Ceylan'ın Ahlat Ağacı filmi üzerinden toplumu oluşturan aile ve bireyin açmazlarına bakarken; yaşamda tutunamama nedenlerini incelemiştir. Yazara göre, tutunanların ve tutunamayanlarının temelini oluşturan ana travma gerilerde, çok içeride, derince bir kuyuda beklemekte ve kolektif bilince tutunarak her yeni nesille tekrar tekrar yüzeye çıkma denemeleri yapmaktadır. Bu durum filmdeki farklı sahneler üzerinden okuyucuya aktarılmaktadır.

Fazilet Bakış ve Murat Toksarı, "Yerli Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme Uygulamaları: Aile Dizisi Örneği" isimli çalışmalarında Show TV'de yayınlanan "Aile" dizisinin ilk sezonunda (13 Bölüm) yer verilen ürün yerleştirme uygulamalarında hangi markaların kullanıldığı, uygulanan ürün yerleştirme stratejilerinin hangileri olduğu ve yerleştirilen markaların ürün/hizmet kategorilerinin neler olduğunu araştırmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre ürün yerleştirmeler dizinin senaryosuna entegre edilerek yapılmış ve açık ürün yerleştirme stratejisi uygulanmıştır. Ayrıca, ürün yerleştirme uygulamalarına bakıldığında seçilen markaların daha çok dizideki başrol oyun-

cularının kullandığı markalar olduğu görülmüştür. Bununla birlikte yerleştirilen markaların seyirciye net olarak gösterildiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Perihan Şeker, Emine Pehlivanlı ve Ayşe Akyayla, "Gösterişçi Tüketim Bağlamında "Kirli Sepeti" Dizisinin Göstergebilimsel Analizi" isimli çalışmalarında; gösterişçi tüketimin televizyon dizilerinde izleyiciye nasıl yansıtıldığı araştırılmış ve 2023 yılında gösterime giren "Kirli Sepeti" dizisindeki gösterişçi tüketim davranışları göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelemişlerdir. Araştırmacılara göre, dizide kullanılan pahalı mücevherler, kıyafetler, lüks otomobiller ve düzenlenen gösterişli partiler gösterişçi yaşam tarzının yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca dizide sosyal sınıf farkının çok belirgin bir şekilde ele alındığı, alt sınıfın üst sınıfın yaşam tarzına öykündüğü bir başka sonuç olarak değerlendirilmiştir.

Bilgehan İhtiyar, "Türk Dizilerinde Aile Temsili: Gönül Dağı ve Yalı Çapkını Dizileri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz" isimli çalışmada, Türkiye'de 2020'li yıllarda yayınlanan kamu ve ticari yayıncılık gerçekleştiren kanalların en çok izlenen dizilerindeki aile temsil edilme biçimlerini incelemiştir. Çalışmada, TRT 1'de yayınlanan "Gönül Dağı" ve Star TV'de yayınlanan "Yalı Çapkını" dizilerindeki aile temsili, aile değişim modeli çerçevesinde betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, kamu kanalında aile birleştirici bir yapıda olumlu öğeler etrafında sunulurken, ticari kanalda ise çarpık ilişkiler etrafında otoriter ve bireylerin üzerinde baskı yaratan olumsuz bir yapı olarak temsil edilmiştir.

Mahmut Kutlu, "Türkiye'de Online Din: Sosyal Medyanın Ahlaki Fenomenleri Youtube Vaizleri" isimli çalışmada dijital din konusunu merkeze alarak sosyal medya vaizi olarak tanımlanan fenomenlerin, program içeriklerini, seslendikleri hedef kitleleri, söylem dilini söylem analizi tekniği ile incelemiştir. Kutlu, araştırmada özellikle YouTube'un medyatik bir dil ve sunum aracılığıyla dini ve ahlaki değerleri aktaran yeni vaizler oluşturduğu sonucuna ulaşarak dini içeriklerin sosyal medya ortamlarında da oldukça ilgi gördüğünü vurgulamaktadır

Zeynep Yelda Kadioğlu, Esmâ Nur Sezen ve Olcayto Ersoy, "Türkiye'de 2013-2023 Yılları Arasında Gazetecilik Alanında Tamamlanmış Yüksek Lisans ve Doktora Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi" isimli çalışmalarında 2013-2023 yılları arasında Türkiye'deki üniversitelerin gazetecilik bölümlerinde tamamlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemişlerdir. Gazetecilik alanında lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, tamamlanan tezlerin niceliksel olarak arttığını göstermiştir. Ayrıca içerik bakımından "gazetecilik" kavramının kapsamının genişlediği tezlerde ortaya çıkmıştır. Çalışmanın yürütüldüğü dönem içinde hem doktora hem de yüksek lisans tezlerinde geniş bir yelpazede konu seçimleri yapılmıştır. Araştırmacılara göre, Türkiye'deki üniversitelerde yapılan çalışmalar hem sektördeki değişime paralel yeni konuları takip etmesi açısından hem de ilerideki çalışmalara referans olabilecek sayıda ve çeşitlilikte olması bakımından oldukça değerlidir.

Doç. Dr. Ozan YILDIRIM

Baş Editör

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|-----|
| <i>A Comparative Analysis of Zuckerberg's New Public Space Threads and Twitter (X)</i> | 1 |
| Mustafa Eren AKPINAR | |
| <i>Fijital Pazarlama Ekseninde Tüketiciye Ulaşmanın Güncel Bir Yolu Olarak CGI (Computer Generated Imagery) Reklamlar</i> | 11 |
| Nur Gözde TAYFUR | |
| <i>Yenilik Arayışı ve Algılanan Risk Faktörlerinin Davranışsal Sonuçlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Online Alışveriş Siteleri Üzerine Bir Uygulama</i> | 29 |
| Banu KÜLTER DEMİRGÜNEŞ, Mustafa Taylan DAĞISTAN | |
| <i>Ahlat Ağacı: Tutunamama Psikolojisinin Gayya Kuyusuna Yeniden Bakış</i> | 47 |
| Vildan BAĞÇACI | |
| <i>Anneler ve Kızları: Melanie Klein'ın Haset Kavramı Üzerinden Zefir (Belma Baş, 2010) Filminin Çözümlemesi</i> | 68 |
| Ömer ERASLAN | |
| <i>Yerli Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme Uygulamaları: Aile Dizisi Örneği</i> | 80 |
| Fazilet BAKIŞ, Murat TOKSARI | |
| <i>Gösterişçi Tüketim Bağlamında "Kirli Sepeti" Dizisinin Göstergibilimsel Analizi</i> | 89 |
| Perihan ŞEKER, Emine PEHLİVANLI, Ayşe AKYAYLA | |
| <i>Türk Dizilerinde Aile Temsili: Gönül Dağı ve Yalı Çapkını Dizileri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz</i> | 99 |
| Bilgehan İHTİYAR | |
| <i>Online Religion in Turkey: Moral Phenomenons of Social Media YouTube Preachers</i> | 116 |
| Mahmut KUTLU | |
| <i>Türkiye'de 2013-2023 Yılları Arasında Gazetecilik Alanında Tamamlanmış Yüksek Lisans ve Doktora Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi</i> | 132 |
| Zeynep KADIOĞLU, Esmâ Nur SEZEN, Olcayto ERSOY | |