

<b>Üniversite</b>	:	İstanbul Kültür Üniversitesi
<b>Enstitüsü</b>	:	Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
<b>Dalı</b>	:	İletişim Sanatları
<b>Programı</b>	:	İletişim Sanatları
<b>Tez Danışmanı</b>	:	Dr. Özge ÖZKÖK ŞİŞMAN
<b>Tez Türü ve Tarihi</b>	:	Yüksek Lisans/Haziran 2025

## ÖZET

Kurumlar açısından iletişim, günümüzde bilgi aktarımının ötesine geçerek kimlik inşası, stratejik konumlanma ve paydaşlarla sürdürülebilir ilişkiler kurmayı kapsayan çok boyutlu bir sürece dönüşmüştür. Dijitalleşmeyle birlikte bu süreç, yeni iletişim teknolojileri ve platformları aracılığıyla yeniden tanımlanmış, kurumların kendilerini nasıl sunduklarını, nasıl algılandıklarını ve hangi değerler etrafında ilişki kurduklarını şekillendiren stratejik alanlara dönüşmüştür. Bu dönüşümde LinkedIn, profesyonel odağı, güvenilir içerik yapısı ve iş dünyasına özgü dinamikleriyle öne çıkan bir platform olarak kurumsal iletişimde ayrıcalıklı bir konum edinmiştir. Geleneksel kurumsal iletişim araçlarının ötesine geçerek şeffaflık, temsil ve etkileşim temelinde yeni bir iletişim dili sunan bu mecra, kurumlar için dijital bir vitrin işlevi görmektedir.

Bu tez çalışması, LinkedIn'in dijitalleşen iletişim ortamındaki rolünü analiz ederek, kurumsal iletişim stratejileri içindeki konumunu incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, LinkedIn' in kurumsal kimlik sunumu, itibar yönetimi, liderlik iletişimi, kriz süreçleri ve hedef kitleyle etkileşim gibi temel alanlardaki stratejik işlevi değerlendirilmektedir. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, Türkiye'de farklı sektörlerde faaliyet gösteren 15 kurumsal iletişim profesyoneliyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bulgular; “Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Pratikleri,” “Dijital Kurumsal İletişim Etkinliği,” “Kurumsal Paydaş Katılımı” ve “LinkedIn'in Kurumsal İletişimin Geleceğindeki Yeri” başlıkları altında analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal İletişim, Sosyal Medya, LinkedIn, Dijital Temsiliyet, İtibar Yönetimi.

**University** : **Istanbul Kultur University**  
**Institute** : **Institution of Postgraduate Education**  
**Department** : **Communication Arts**  
**Programme** : **Communication Arts**  
**Supervisor** : **Dr. Özge ÖZKÖK ŞİŞMAN**  
**Degree Awarded and Date** : **Master Thesis / Jun 2025**

### **ABSTRACT**

Communication for organizations today is no longer limited to mere information transfer; it has evolved into a multifaceted process encompassing identity construction, strategic positioning, and the establishment of sustainable relationships with stakeholders. With the advent of digitalization, this process has been redefined through new communication technologies and platforms. Social media, in particular, has become a strategic domain shaping how organizations present themselves, how they are perceived, and the values around which they build relationships. Within this transformation, LinkedIn has emerged as a distinctive platform in corporate communication, distinguished by its professional focus, reliable content structure, and business-oriented dynamics. Going beyond traditional corporate communication tools, this medium offers a new communication language based on transparency, representation, and interaction, serving as a digital showcase for organizations.

This thesis aims to analyze the role of LinkedIn within the evolving digital communication environment and to examine its position within corporate communication strategies. The study assesses LinkedIn's strategic functions in key areas, including corporate identity presentation, reputation management, leadership communication, crisis management, and engagement with target audiences. Conducted using a qualitative research methodology, the study involved in-depth interviews with 15 corporate communication professionals operating across various sectors in Turkey. The findings were thematically analyzed under the headings of "Corporate Social Media Usage Practices," "Digital Corporate Communication Effectiveness," "Corporate Stakeholder Engagement," and "LinkedIn's Place in the Future of Corporate Communication."

**Keywords:** Corporate Communication, Social Media, LinkedIn, Digital Representation, Reputation Management.

