

# KARADENİZ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF KARADENİZ COMMUNICATION RESEARCHES

DECEMBER 2023



ARALIK 2023

CİLT: 13 SAYI: 2

e- ISSN 2146-3212

## KÜNYE

**Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına İmtiyaz Sahibi**  
Prof. Dr. Erdem TAŞDEMİR

### Baş Editör

Prof. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN/*suleyozturk@gmail.com*

### Editör

Öğr. Gör. Dr. Aytaç Burak DERELİ/*aburakdereli@gmail.com*

### Editör Yardımcısı

Dr. Öğr. Gör. Özer SİLSÜPÜR

### Dil Editörü

Arş. Gör. Betül KARADENİZ DEMİRATA

### Alan Editörleri

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin GENÇALP

Arş. Gör. Dr. Aygün ÖZSALİH

### Yayın ve Mizanpaj Editörü

Öğr. Gör. Dr. Aytaç Burak DERELİ



**AKADEMİK DERGİSİ**

Yayın Türü: Süreli Yayın Tarihi: Aralık 2023

## YAYIN KURULU

Prof. Dr. Derya ÖCAL / Atatürk Üniversitesi

*e-mail: suleyozturk@gmail.com*

Prof. Dr. Amitava MİTRA / Auburn Üniversitesi, ABD

*e-mail: mitraam@auburn.edu*

Doç. Dr. Ján Višňovský / University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, Slovakia

*e-mail: jan.visnovsky@ucm.sk*

Dr. Öğr. Üyesi Venera NARİNOVA / Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi- Kırgızistan

*venera.narinova@manas.edu.kg*

Dr. Öğr. Üyesi Regina CAMANKULOVA / Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi- Kırgızistan

*regina.camankulova@manas.edu.kg*

Prof. Dr. Işıl AKTUĞLU / Ege Üniversitesi

*e-mail: isil.karpat@ege.edu.tr*

Prof. Dr. Musa PINAR / Valparaiso Üniversitesi

*e-mail: musa.pinar@valpo.edu*

Prof. Dr. Çiğdem Şahin BAŞFİRİNCİ / Trabzon Üniversitesi

*cigdem.basfirinci@gmail.com*

Prof. Dr. Haluk BİRSEN / Anadolu Üniversitesi

*hbirsan@anadolu.edu.tr*

Prof. Dr. Şule YUKSEL ÖZMEN / Trabzon Üniversitesi

*suleyozturk@gmail.com*

Doç. Dr. Aslıhan Ardiç ÇOBANER / Mersin Üniversitesi

*acobaner@mersin.edu.tr*

Doç. Dr. Ayşegül SONCU / Marmara Üniversitesi

*agulsoncu@gmail.com*

Doç. Dr. Ömer ALANKA / Atatürk Üniversitesi

*omer.alanka@atauni.edu.tr*

Doç. Dr. Nazım ANKARALIGİL / Katip Çelebi Üniversitesi

*nankaraligil@yahoo.com*

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÖKSÜZ / Akdeniz Üniversitesi

*onuroksuzpng.pngakdeniz.edu.tr*

Dr. Yusif Aliyev / Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi

*aliyev.yusif@gmail.com*

*E-Kiad hakemli bir dergidir. Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanır. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz*

## İÇİNDEKİLER

### Araştırma Makalesi

**ÖYKÜNÜN STRATEJİSİ:  
ÖYKÜLEYİCİ REKLAMLARIN MESAJ STRATEJİLERİ**

Murat TOPAL  
Ebru TOPAL

**SERİYAL KORKU FİLMLERİNDEKİ TEOLOJİK İKONLARIN  
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ: 'SİCCİN 6' VE 'DABBE 4'  
FİLMLERİ ÖRNEKLERİ İLE**

Harun Furkan YAĞBASAN  
Kübra YILDIRIM

**İKİNCİ MEŞRUTİYET'İN İLANINDAN SONRA  
İTTİHAT VE TERAKKİ PROPAGANDASI  
ÜZERİNE İNCELEMELER**

Aytaç Burak DERELİ

**TÜRKİYE'NİN ULUS MARKALAMA YAKLAŞIMINDA GO  
TÜRKİYE KAMPANYASININ BETİMSEL ANALİZ İLE  
İNCELENMESİ**

Dilek Paltun AYDIN  
Ahmet Can AKGÜN

### İnceleme Makale

**NARRATION OF FINANCIAL CRISIS IN TURKISH MEDIA**

Aslı TOSUNER

### Kitap İncelemesi

**"ADVERTISING TRANSFORMED: THE NEW RULES FOR THE  
DIGITAL AGE" KİTABI ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Gülten ADALI



*Prof. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN*

Merhaba

Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisinin yeni sayısı yayınlandı. Bu sayımızda altı yayın bulunmaktadır. İlk çalışmanın başlığı “ Öykünün Stratejisi: Öyküleyici Reklamın Mesaj Stratejileri” adını taşımaktadır. Murat Topal ve Ebru Topal tarafından gerçekleştirilen çalışma, Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması’nda 2016-2023 yılları arasında ödül kazanan 539 TV reklamını analiz ederek öyküleyici unsurlar taşıyan 73 TV reklamına odaklanmıştır. Literatür taraması, reklamlarda kullanılan ana mesaj stratejilerini detaylı bir şekilde ele almış, ardından son yıllardaki reklam hikâye anlatımına dair önemli çalışmalara odaklanmıştır. Araştırma, nicel içerik analizi yöntemi kullanılarak yürütülmüş; öyküleyici reklamların dönüşümsel ve bilgisel ana mesaj stratejilerini belirlemiştir. Bulgular, Türkiye’deki ve yurt dışındaki benzer araştırmalarla karşılaştırılarak farklar ortaya konmuştur.

İkinci çalışmamız “ Seriyal Korku Filmlerindeki Teolojik İkonların Göstergibilimsel Analizi: ‘Siccin 6’ Ve ‘Dabbe 4’ Filmleri Örnekleri İle” başlığını taşımaktadır. Harun Furkan Yağbasan ve Kübra Yıldırım tarafından gerçekleştirilen çalışma, korku temasının Türk sinemasında özellikle 2000’li yılların başlarından itibaren önemli bir yer kazandığını ve teolojik temalara dayalı korku filmlerinin artış gösterdiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Türk korku sinemasının egzotik ve gizemli temalara odaklandığı belirtilmektedir. Çalışmanın ana amacı, son dönemde gösterime giren ‘Dabbe 4’ ve ‘Siccin 6’ gibi seriyal korku filmlerinde yer alan teolojik ikonların göstergibilimsel analizini yapmaktır. İki film örneği üzerinden gerçekleştirilen analizler, teolojik ikonların kültürden bağımsız olmadığını ve kadın karakterlerin hem kötülüğün temsilcisi hem de kötülüğe maruz kalan şeklinde sunulduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışma, Türk korku sinemasındaki teolojik temaların görsel sembolizasyonunu anlamak adına önemli bir katkı sağlamaktadır.

Aytaç Burak Dereli’nin kaleme aldığı “İkinci Meşrutiyet’in İlanından Sonra İttihat ve Terakki Propagandası Üzerine İncelemeler” adlı çalışma, siyasal iletişim bağlamında propaganda teknik ve araçlarının tarih boyunca nasıl kullanıldığını ve 19. yüzyıldan günümüze kadar siyasi alanda nasıl etkin bir rol oynadığını ele almaktadır. Özellikle

Türk siyasal hayatında 1908 yılından itibaren sistemli ve bilinçli bir siyasal propaganda olgusunun ortaya çıktığını vurgulayan çalışma, İkinci Meşrutiyet’in ilanından itibaren İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin iktidara gelmesine kadar geçen süreçte kullanılan propaganda teknikleri ve araçlarına odaklanmaktadır.

Dergimizin dördüncü makalesi, Dilek Paltun Aydın ve Ahmet Can Akgün tarafından kaleme alınmıştır. “Türkiye’nin Ulus Markalama Yaklaşımında Go Türkiye Kampanyasının Betimsel Analiz İle İncelenmesi” başlıklı makale, Türkiye’nin yurt dışında marka olma hedefi doğrultusunda önemli bir adım olan Go Türkiye kampanyasının ulus markalama bağlamındaki stratejik iletişim faaliyetlerini detaylı bir şekilde ele almaktadır. Bu çalışma, Türkiye’nin uluslararası alanda markalaşma çabalarının detaylı bir değerlendirmesini sunarak, Go Türkiye kampanyasının iletişim stratejilerine ışık tutmaktadır.

Aslı Tosuner’in “Narration of Financial Crisis in Turkish Media” başlıklı makalesi, 2018’den bu yana Türkiye’nin karşılaştığı ciddi finansal krizi, özellikle Türk Lirası’nın değer kaybı, enflasyon ve yüksek borçlanma maliyetleriyle şekillenen bu süreci ele almaktadır. Makale, ekonomik karmaşıklıkları anlamaya çalışan geniş bir kitle için basitleştirilmiş neden-sonuç ilişkileri içeren anlatılar aracılığıyla kamuoyunun bu gelişmelere olan bakışını şekillendiren medya çerçevelerini analiz etmektedir. Gülten Adalı’nın kaleminden çıkan “Advertising Transformed: The New Rules for the Digital Age” başlıklı kitap, reklamcılık dünyasındaki dönüşümü ele alarak 21. yüzyılda reklamcılık için bir rehber sunuyor. Van Dyck, dijital teknolojinin reklam anlayışını nasıl değiştirdiğini, günümüz reklam profesyonellerinin dikkate alması gereken önemli konuları ve etkili reklam stratejilerini okuyuculara aktarıyor.

2024 yılının tüm akademi dünyası için verimli bir yıl olmasını dilerken Haziran sayımız için makale kabul ve değerlendirme sürecimizin devam ettiğini bildirmek isterim.

Son olarak dergimizde bir kan değişimi olacağını haberini vermek isterim. Üç yılı aşkın süredir yürüttüğüm editörlük görevinde bayrağı ÖZER Silsüper’e devrediyorum.