

ISSN: 1302-633X

**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
DERGİSİ**

Sayı: 42

2012

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ DERGİSİ-2011- Sayı: 42

Sahibi
6026 Sayılı Kanunla
Yayıncıdan Sorumlu
Dergi Editör Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Yunus SÖYLET
Prof. Dr. Aydemir OKAY
Prof. Dr. Aydemir OKAY

Yayın Danışmanları

Prof. Dr. Sezer AKARCAI (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Füsun ALVER (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. A. Seçil BÜKER (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Funda SAVAŞ GÜN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Neşe KARS (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer SEZER (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Nurhan TOSUN (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Erhan AKYAZI (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Hanife GÜZ (Gazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Murat İRİ (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Battal ODABAŞ (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Serdar ÖZTÜRK (Gazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Nurdan TAŞKIRAN (Kocaeli Üniversitesi)
Doç. Dr. Sema YILDİRIM BECERİKLİ (Ankara Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Feride AKIM (İstanbul Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE (Kocaeli Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Çiğdem KARAKAYA ŞATIR (Akdeniz Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Gülin TEREK ÜNAL (İstanbul Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Uğur BATI (Yeditepe Üniversitesi)

Dergi Editör Kurulu

Prof. Dr. Thomas A. BAUER (Viyana Üniversitesi)
Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayla OKAY (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat ÖZGEN (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Martin WELKER (Leipzig Üniversitesi)
Doç. Dr. Yıldız Dilek ERTÜRK (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Ayşen AKKOR GÜL (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Ergün YOLCU (İstanbul Üniversitesi)

Yayın Koordinatörü

Doç. Dr. Ayşen AKKOR GÜL

Editör Yardımcıları

Araş. Gör. Özlem ARDA
Araş. Gör. Betül ÖNAY DOĞAN
Araş. Gör. Sibel KABA
Araş. Gör. Mehmet SARI

Kapak Tasarımı

Araş. Gör. Ahmet Kadri KURŞUN

Montaj-Baskı: İ.Ü. Basım ve Yayınevi Müdürlüğü

Yazışma Adresi: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Besim Ömer Paşa Mh., Kaptan-ı Der-ya İbrahim Paşa Sk., 34116 Beyazıt - İstanbul

Tel : 0212 440 00 00/12673
Faks: 0212 440 03 16

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi hakemli bir dergi olup ULAKBİM ve ASOS tarafından taranmaktadır.

İÇİNDEKİLER

- *12 Mart Döneminde Muhalif Bir Dergi: Ortam* 1
Ayla ACAR
- *Reklam Müziğinde Kültürel Motiflerin Kullanımı ve Marka Kişiliğinin Sunumu* 19
Nihan AYTEKİN
- *Reklam Ajanslarının Gerilla Pazarlama Uygulamaları: Türkiye Örneklemini Üzerinden Bir İnceleme* 37
Gresi Sanje DAHAN
Eser LEVİ
- *Koloni Dönemi Fransız Sinemasında Oryantalist Temsil; P  p   le Moko Filmi  rneđi* 49
Arif Can GÜNGÖR
- *Comprehension Differences Between Art And Commercial Movie Watchers: An Empirical Study on Differences in the Interpretation of the Movie Hidden By Michael Haneke* 65
Sermin ILDIRAR KIRBAŞ
- *İnternet Reklamlarının Engellenmesinde Kullanıcı, Reklamcı ve Online İçerik  reticilerin Algısı  zerine İnceleme* 75
Osman KöROđLU
- * evre Duyarlılığı Kazandırmada  zel Radyo Haberlerinin Rolü* 91
Firat TUFAN
Yelda ÖZKOÇAK
- *İstanbul Üniversitesi İletifim Fakültesi Dergisi Yazı Teslim ve Yayın Kuralları* 109
- *Istanbul University Faculty of Communication Journal Article Submission and Publishing Instructions* 115

Dergimizin 42. Sayısı Hakkında,

Yayın hayatında on dokuzuncu yılını tamamlayan İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 42. sayısında da sizlerle buluşmanın gururunu yaşıyor. Bu sayımızda alana katkı sağlayacağını düşündüğümüz yedi akademik çalışma yer almaktadır. İlki "12 Mart Döneminde Muhalif Bir Dergi: Ortam" isimli Ayla ACAR'a ait bir alan araştırmasıdır. Yazar Ortam dergisinin 12 Mart dönemindeki muhalif duruşunu ortaya koymak üzere yayımlanmış toplam 23 sayısını tekil tarama yöntemiyle nitel içerik analizi yaparak incelemekte; ayrıca derginin yazı işleri müdürlerinden Aydın Engin'le yaptığı görüşmeden derlediği fikirleri kaydederek, Ortam'ın, demokrasiden yana bir duruş sergilediğini iddia etmektedir. Nihan AYTEKİN ise, "Reklam Müziğinde Kültürel Motiflerin Kullanımı ve Marka Kişiliğinin Sunumu" isimli çalışmasında Ramazan ayının içindeki üç haftada yer alan reklamları içerik analizi yöntemiyle incelemekte; bu dönemde Türk müziğine özgü çalgılardan yararlandığı ve bu etkileşimin reklamlarda 'samimi' bir marka kişiliğinin sunumuna yardımcı olduğu sonucuna ulaşmaktadır.

"Reklam Ajanslarının Gerilla Pazarlama Uygulamaları: Türkiye Örneklemini Üzerinden Bir İnceleme" başlıklı çalışmada yazarlar Gresi Sanje DAHAN ve Eser LEVİ, reklam ajanslarını inceleyerek, ajansların reklam verenlerine hangi gerilla pazarlama uygulamalarını, ne sıklıkta önerdikleri sorusuna yanıt aramaktadır. Tanımlayıcı araştırma şeklinde tasarlanan araştırmanın en önemli sonucu, Türkiye'de faaliyet gösteren reklam ajanslarının gerilla pazarlama uygulamalarına her mecra ve faaliyet bazında farklı şekillerde yaklaştıkları şeklindedir.

Arif Can GÜNGÖR ise "Koloni Dönemi Fransız Sinemasında Oryantalist Temsil; P  p   le Moko Filmi  rnek i" başlıklı çalışmasında Batılı gözüyle ötekinin nasıl yaratıldığı ve nasıl etkileyici bir gerçeklik haline dönüştürüldüğünü, filmde sunulan oryantalist temsilleri; öykü, karakter ve mekân açısından söylem analizi yöntemiyle ortaya koymuştur. "Comprehension Differences Between Art And Commercial Movie Watchers: An Empirical Study on Differences in the Interpretation of the Movie Hidden By Michael Haneke" isimli İngilizce çalışmasında Sermin ILDIRAR KIRBAŞ sanat filmlerinde seyircinin filmi nasıl anladığını ortaya koymak üzere karşılaştırmalı bir araştırma yapmıştır. Sonuçlar, seyircilerin filmleri anlamak için film seyretme deneyiminden çok genel dünya bilgilerini kullandıklarını göstermektedir.

Osman KÖROĐLU " İnternet Reklamlarının Engellenmesinde Kullanıcı, Reklamcı ve On-line İçerik  reticilerin Algısı  zerine İnceleme" başlıklı çalışmasında internet reklamlarının engellenme süreçlerinin kullanıcı, reklamveren, reklam ve yayın profesyonelleri üzerindeki etkisini tartışmaktır. Çalışmada internet reklamcılığı profesyonellerine doğrudan ulaşılmış ve önemli değerlendirmeler yapılmıştır. 42. sayının son çalışması ise, Fırat TUFAN ve Yelda ÖZKOÇAK'ın " evre Duyarlılığı Kazandırmada  zel Radyo Haberlerinin Rolü" başlıklı alan araştırmasıdır. Yazarlar farklı niteliklerdeki dört özel radyo istasyonunun beş günlük haber bülten metinlerindeki toplam 611 haberi, konularına göre kategorize ederek,  evre ile ilgili haberlerin özümlemesini gerçekleştirmişlerdir. Ortaya çıkan en önemli sonuç  evre ile ilgili haberlerin henüz radyo haberciliği açısından yeterince önemsenmediği şeklindedir.

42. sayımızın da diğer sayılarımız gibi iletişim bilimleri alanına katkı sağlayacağı inancıyla yeni sayılarımız için değerli çalışmalarınızı bekliyoruz.

Prof. Dr. Aydemir OKAY

