

ARALIK/DECEMBER 2020 • SAYI / ISSUE: 36 • ISSN: 2630-6220

# TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES  
(TURCOM)



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ



**Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi / Turkish Review of Communication Studies**

6 Aylık Hakemli Dergi / Biannual-Reviewed Academic Journal

Aralık / December 2020 • Sayı/ Issue: 36 • ISSN: 2630-6220

**Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner**

Prof. Dr. Erol Özvar (Rektör • Rector)

**Derginin Sahibi / Owner of the Journal / Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına, On behalf of Marmara University, Faculty of Communication**

Prof. Dr. Mustafa Kurt (Dekan Vekili • Acting Dean)

**Baş Editör / Editor-in-Chief:** Doç. Dr. Alparslan Nas

**Editör Yardımcıları / Assistant Editors:** Arş. Gör. Ufuk Özden, Arş. Gör. Fatmanur Demir, Arş. Gör. Erke Kesova

**Yazım ve Dil Editörü / Language Editor:** Arş. Gör. Dr. Kerem Yavuz Demirbaş

**Yayın Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Ali Murat Yel (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Necmi Emel Dilmen (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Nurhan Tosun (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Özhan Tıngöy (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Rabia Vildan Eyiğüngör (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. John Keane (The University of Sydney)	Doç. Dr. Alparslan Nas (Marmara Üniversitesi)

**Danışma Kurulu / Advisory Board**

Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi)	Prof. Dr. Ebru Özgen (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Kalender (Selçuk Üniversitesi)	Prof. Dr. Erhan Akyazı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayda Uzunçarşılı Soydaş (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Fahrettin Altun (Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi)
Prof. Dr. Billur Ülger (Yeditepe Üniversitesi)	Prof. Dr. Filiz Demir (Maltepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Mete Çamdereli (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Prof. Dr. Mutlu Binark (Hacettepe Üniversitesi)	Prof. Dr. Serhat Ulağlı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Müge Elden (Ege Üniversitesi)	Prof. Dr. Serpil Kirel (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Nazife Güngör (Üsküdar Üniversitesi)	Prof. Dr. Şahin Karasar (Maltepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu (İstanbul Üniversitesi)	Prof. Dr. Şükrü Sim (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Rıdvan Şentürk (İstanbul Ticaret Üniversitesi)	Prof. Dr. Yusuf Devran (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Selma Ulus (Marmara Üniversitesi)	

**Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press**

**Adres:** Göztepe Yerleşkesi 34722 Kadıköy, İstanbul

**Tel/Faks:** (0216) 777 14 03 **E-Posta/E-Mail:** yayinevi@marmara.edu.tr

**İletişim Bilgileri**

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Göztepe Yerleşkesi 34722 Kadıköy, İstanbul

**E-mail:** iletisimdergi@marmara.edu.tr

**Web:** <https://dergipark.org.tr/turcom>

<https://marmara.academia.edu/turcom>

<http://twitter.com/turcomdergi>

“TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ” Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli Akademik yayındır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayın Kurulu, yazımın özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (eski adıyla Marmara İletişim Dergisi) ULRICH Global Serials Directory, EBSCO uluslararası alan indeksi, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) ve CiteFactor tarafından taranmaktadır.

“**TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES**” is a peer-reviewed academic journal of Marmara University Faculty of Communication. It is published every six months. All the opinions written in the articles are under responsibilities of the authors and it does not mean that they are adopted by the board. The Editorial Board reserves the right to make necessary changes in spelling and sentence, without distorting the essence of the text. The published contents in the articles cannot be used without being cited. Turkish Review of Communication Studies (formerly named as Marmara Journal of Communication) is indexed by ULRICH Global Serials Directory, EBSCO International Index, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBIM Social and Human Sciences Database, and Emerging Sources Citation Index (ÉSCI) and CiteFactor.

### 36. Sayının Hakem Kurulu /List of Referees

Prof. Dr. Ali Murat Vural (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Ceyda Deneçli (Nişantaşı Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayda Uzunçarşılı Soydaş (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Gözde Yılmaz (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Burcu Kaya Erdem (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Levent Eldeniz (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ester Ruben (Yıldız Teknik Üniversitesi)	Doç. Dr. Murat Seyfi (Gaziosmanpaşa Üniversitesi)
Prof. Dr. Halime Yücel Bourse (Galatasaray Üniversitesi)	Doç. Dr. Oya Morva (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Himmet Hülür (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)	Doç. Dr. Pınar Özgökbel Bilis (Ege Üniversitesi)
Prof. Dr. Işıl Zeybek (İstanbul Kültür Üniversitesi)	Doç. Dr. Şevki Işıklı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Mahmut Hakkı Akın (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	Doç. Dr. Tutku Akter Göktaşan (Doğu Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Naci İspir (Atatürk Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üye. Aysun Köktener (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Prof. Dr. Nurhan Tosun (Marmara Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üye. Cihan Becan (Üsküdar Üniversitesi)
Prof. Dr. Selva Ersöz Karakulakoğlu (Maltepe Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üye. Sevda Ünal (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Suat Gezgin (İstanbul Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üye. Ünsal Çiğ (Mersin Üniversitesi)
Prof. Dr. Süleyman İrvan (Üsküdar Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üye. Yusuf Ziya Gökçek (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Şükrü Balcı (Selçuk Üniversitesi)	Arş. Gör. Dr. Osman Çalışkan (Pamukkale Üniversitesi)
Doç. Dr. Ebru Gökaliiler (Yaşar Üniversitesi)	

# İçindekiler / Contents

---

## EDİTÖRDEN / EDITORIAL

*Doç. Dr. Alparslan Nas* ..... VI

## ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

Reklamlarda Emoji Kullanımı: Emojilerin Reklam Mesajı Hatırlanılabilirliğine Etkisi  
Usage of Emoji in Advertising: The Effects of Emojis on the Memorability of  
Advertising Message  
*Haluk AKARSU, Emrah GÜLMEZ, Mesude Canan ÖZTÜRK* ..... 1

Uluslararası Öğrencilerin Kültürleşme Stresi Düzeylerine İlişkin Nicel Bir Araştırma  
A Quantitative Survey on International Students' Acculturative Stress Levels  
*Mustafa AKDAĞ, Ömer Faruk KOÇAK* ..... 33

Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal  
Bir Tartışma: Deneyim, Yaşam Tarzı ve Bireysellik Alanı Olarak Spiritüellik  
A Metatheoretical and Conceptual Discussion on Postmodern Consumption Culture  
and Forms of Sacredness: Spirituality as Experience, Lifestyle and Field of Individuality  
*Feride AYDEMİR* ..... 53

A Dialectical Social Framework for the Analysis of Media Communication  
Medya İletişiminin Çözümlemesi için Bir Diyalektik Toplumsal Çerçeve  
*Ercan GÜNDOĞAN* ..... 77

From Life to Its Online School: An Analysis of Alain de Botton's 'The School of Life'  
as Strategy and Tactic  
Yaşamın Çevrimiçi Okulu: Alain de Botton'un 'The School of Life' Oluşumunun  
Strateji ve Taktik Olarak Analizi  
*Gökçen KARANFİL, Özgür GÜRSOY* ..... 99

İletişim Biliminin Oluşumunda Pozitivist Epistemolojinin Rolü  
The Role of Epistemology in The Formation of Communication Science  
*Zeliha OÇAK* ..... 119

Postmodernite, Siyasal İletişim ve Doğruluk Sorunu: Post-Truth Durum ve Entelektüel Zemini Üzerine Bir İnceleme Postmodernity, Political Communication and the Question of Truth: A Study on Post-Truth Condition and Its Intellectual Background <b>Mehmet Sebih ORUÇ</b> .....	141
Yerli Çocuk Çizgi Filmlerinde İdeolojik Bir Söylem Olarak Yaşlılık: TRT Çocuk Örneği Aging as an Ideological Discourse in Local Cartoons: The Example of TRT Çocuk <b>Burcu DABAK ÖZDEMİR, Ürün YILDIRAN ÖNK</b> .....	161
Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram Yeni Medya Gazeteciliğinde Haberlerin Insta-değerliliği: Instagram'da Haber Değerini Anlamak <b>Ilgar SEYİDOV, Beris ARTAN ÖZORAN</b> .....	186
Coca-Cola Reklamlarındaki Kolonyal ve Postkolonyal Öğelerin Göstergebilimsel Analizi Semiotic Analysis of Colonial and Postcolonial Elements in Coca-Cola Advertisements <b>Fatma ŞİŞLİ</b> .....	204
Yeni Medyada Hikayeleştirme Kullanımı Bağlamında Marka Sadakati Brand Loyalty in The Context of Using Storytelling in New Media <b>Betül KILIÇ TARAN, Nurhan BABÜR TOSUN</b> .....	233
Use of Fear Appeal in Work Safety Messages: An Experimental Study İş Güvenliği İletişim Mesajlarında Korku Çekiciliğinin Kullanımı: Deneysel Bir Çalışma <b>Selin TÜRKEL, Sema MİSCİ KİP, Feyza Elif YASDIMAN</b> .....	253

Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi olarak, yenilenen ekibimizle üzerine çalıştığımız 36. sayımızı yayınlamanın mutluluğunu yaşıyoruz. Bu sayımızla birlikte baş editörlük görevini devralmış bulunuyorum. Geçtiğimiz dönemde dergimize katkılarından dolayı önceki baş editörümüz Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz'e ve emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımıza teşekkürü borç bilirim. 1992 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yayın hayatına adım atan dergimiz, ülkemizin en köklü medya ve iletişim dergilerinden biri konumunda. Yeni dönemde bu tarihi mirasımızı geleceğe taşıyarak, dergimizin özellikle uluslararası etkinliğini ve görünürlüğünü artıracak çalışmalar yapmayı hedefliyoruz.

Bu doğrultuda yayına hazırladığımız 36. sayımızda dördü İngilizce olmak üzere on iki makale yer alıyor.

“Reklamlarda Emoji Kullanımı: Emojilerin Reklam Mesajı Hatırlanılabilirliğine Etkisi” başlıklı makalelerinde Haluk Akarsu, Emrah Gülmez ve Mesude Canan Öztürk, son yıllarda sosyal medyada kullanımı giderek yaygınlaşan “emoji” olgusunu, reklamcılıkta kullanım biçimleri açısından ele alıyor.

“Uluslararası Öğrencilerin Kültürleşme Stresi Düzeylerine İlişkin Nicel Bir Araştırma” başlıklı makalelerinde Mustafa Akdağ ve Ömer Faruk Koçak, Türkiye’de öğrenim gören uluslararası öğrencilere uyguladıkları araştırmayla “kültürleşme stresi” kavramı üzerinden öğrencilerin uyum süreçlerini analiz ediyor.

“Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma: Deneyim, Yaşam Tarzı ve Bireysellik Alanı Olarak Spiritüellik” başlıklı çalışmasıyla Feride Aydemir, postmodern kültürde inşa edilen yeni ruhani eğilimlerin tüketim toplumuna entegre olma biçimlerini eleştirel bir bakış açısıyla ele alıyor.

“A Dialectical Social Framework for the Analysis of Media Communication” (Medya İletişiminin Çözümlemesi için Bir Diyalektik Toplumsal Çerçeve) başlıklı makalesiyle Ercan Gündoğan, toplumsallaşma, sınıfsallaşma ve kitleleşme kavramları üzerinden medya iletişiminin diyalektik yapısına dair kavramsal bir tartışma sunuyor.

“From Life to Its Online School: An Analysis of Alain de Botton’s ‘The School of Life’ as Strategy and Tactic” (Yaşamın Çevrimiçi Okulu: Alain de Botton’un ‘The School of Life’ Oluşumunun Strateji ve Taktik Olarak Analizi) başlıklı makalede Gökçen Karanfil ve A. Özgür Gürsoy, Michel de Certeau’nun strateji ve taktik kavramları doğrultusunda, Alain de Botton’un kurmuş olduğu The School of Life adlı dijital girişime yönelik eleştirel bir analiz gerçekleştiriyor.

“İletişim Biliminin Oluşumunda Pozitivist Epistemolojinin Rolü” başlıklı makalesinde Zeliha Oçak, pozitivistimin iletişim çalışmalarına katkılarını tarihsel ve kavramsal bir çaba ile ele alarak tartışıyor.

“Postmodernite, Siyasal İletişim ve Doğruluk Sorunu: Post-Truth Durum ve Entelektüel Zemini Üzerine Bir İnceleme” başlıklı makalesinde Mehmet Sebih Oruç, son yıllarda sıklıkla gündeme gelen post-truth kavramını, postmodernizm ve siyasal iletişim eksenlerinde analiz ediyor.

“Yerli Çocuk Çizgi Filmlerinde İdeolojik Bir Söylem Olarak Yaşlılık: TRT Çocuk Örneği” makalesinde Burcu Dabak Özdemir ve Ürün Yıldırım Önk, TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmler üzerinden yaşlılık olgusunun bir söylem olarak temsil edilme biçimlerine odaklanıyor.

“Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram” (Yeni Medya Gazeteciliğinde Haberlerin Insta-değerliliği: Instagram’da Haber Değerini Anlamak) başlıklı makalelerinde Ilgar Seyidov ve Beris Artan Özoran, Türkiye’deki çeşitli gazetelerin Instagram’ı bir yayın mecrası olarak etkin kullanma biçimlerini analiz ederek, “Insta-worthiness” kavramını öneriyor.

“Coca-Cola Reklamlarındaki Kolonyal ve Postkolonyal Ögelerin Göstergebilimsel Analizi” başlıklı makalesinde Fatma Şişli, Coca-Cola reklamlarında ötekileştirme temsillerini kolonyalizm ve postkolonyalizm teorileri ekseninde göstergebilimsel bir tartışmayla analiz ediyor.

“Yeni Medyada Hikayeleştirme Kullanımı Bağlamında Marka Sadakati” başlıklı makalelerinde Betül Kılıç Taran ve Nurhan Babür Tosun, markaların dijital hikayeleştirme uygulamalarının tüketiciler üzerine etkisini, marka sadakati kavramı doğrultusunda inceliyor.

“Use of Fear Appeal in Work Safety Messages: An Experimental Study” (İş Güvenliği İletişim Mesajlarında Korku Çekiciliğinin Kullanımı: Deneysel Bir Çalışma) başlıklı makalelerinde Selin Türkel, Sema Misci Kıp ve Feyza Elif Yasdımın, iş güvenliği mesajlarında korku çekiciliğinin etkileri üzerine deneysel bir araştırma gerçekleştiriyor.

36. sayımıza makaleleriyle katkıda bulunan yazarlara, değerlendirme süreçlerinde rol alan hakemlere ve titiz çalışmalarıyla bu sayının okuyucuya ulaşmasını sağlayan editöryal ekibimize teşekkür ediyor, herkese iyi okumalar diliyorum.

Doç. Dr. Alparslan Nas

We are delighted to announce the 36th issue of Turkish Review of Communication Studies. As I took over the role of the editor-in-chief in this issue, I would like to thank former editor-in-chief Assoc. Prof. Hediyeullah Aydeniz and the editorial team for their valuable contributions. Since its foundation in 1992 at Marmara University Faculty of Communication, our journal has been one of the most essential publications in the discipline of media and communication. Moving further on this historical legacy, we aim to improve the international impact and visibility of our journal in the future.

In this respect, the 36th issue includes 12 articles (four articles in English), which can be briefly presented as follows:

In “Usage of Emoji in Advertising: The Effects of Emojis on the Memorability of Advertising Message” Haluk Akarsu, Emrah Gülmez and Mesude Canan Öztürk analyze the recently popular notion of “emojis” based on their applications in advertising.

In “A Quantitative Survey on International Students’ Acculturative Stress Levels”, Mustafa Akdağ and Ömer Faruk Koçak analyze the students’ adaptation processes by referring to the notion of “Acculturative Stress”, based on international students’ in Turkey.

In “A Metatheoretical and Conceptual Discussion on Postmodern Consumption Culture and Forms of Sacredness: Spirituality as Experience, Lifestyle and Field of Individuality”, Feride Aydemir undertakes a critical analysis on the ways in which new spiritualities invented in postmodern culture are integrated into consumer society.

In “A Dialectical Social Framework for the Analysis of Media Communication” Ercan Gündoğan engages in a theoretical analysis on the dialectical aspects of media communication by referring to the notions of socialization, classification and massization.

In “From Life to Its Online School: An Analysis of Alain de Botton’s ‘The School of Life’ as Strategy and Tactic” Gökçen Karanfil and A. Özgür Gürsoy, conducts a critical analysis on Alain de Botton’s digital initiative, The School of Life based on Michel de Certeau’s concepts of strategies and tactics.

In “The Role of Epistemology in The Formation of Communication Science”, Zeliha Oçak engages in a historical and a conceptual analysis on the relations between positivism and the emergence of communication sciences.



In “Postmodernity, Political Communication and the Question of Truth: A Study on Post-Truth Condition and Its Intellectual Background”, Mehmet Sebih Oruç analyzes one of the most popular notions of contemporary times, post-truth, by referring to the recent processes in postmodernism debates and political communication.

In “Aging as an Ideological Discourse in Local Cartoons: The Example of TRT Çocuk”, Burcu Dabak Özdemir and Ürün Yıldırım Önk offer a critical analysis on children’s animated cartoons on television to point out the ways in which the elderly is represented in discourse.

In “Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram”, İlgar Seyidov and Beris Artan Özorun conduct a research on Turkish newspapers’ broadcasting on Instagram to point at the effectiveness of this medium based on their concept “Insta-worthiness”.

In “Semiotic Analysis of Colonial and Postcolonial Elements in Coca-Cola Advertisements”, Fatma Şişli conducts a semiotic analysis on Coca-Cola advertisements to uncover the representations of otherness based on the theories of colonialism and post-colonialism.

In “Brand Loyalty in The Context of Using Storytelling in New Media”, Betül Kılıç Taran and Nurhan Babür Tosun undertakes a research on the brands’ digital storytelling applications and their effects on consumers, with specific reference to the notion of brand loyalty.

In “Use of Fear Appeal in Work Safety Messages: An Experimental Study”, Selin Türkel, Sema Misci Kip and Feyza Elif Yasdıman conduct an experimental study on how work safety messages, which aim to convey fear appeal, tend to persuade workers effectively once they are applied in work settings.

I would like to thank the authors, reviewers and our editorial team for their significant contributions to this issue. I hope our readers will enjoy the great selection of papers, which will stimulate new ideas in media and communication studies.

Doç. Dr. Alparslan Nas