

**Üniversite** : **İstanbul Kültür Üniversitesi**  
**Enstitüsü** : **Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**  
**Anasanat Dalı** : **İletişim Sanatları**  
**Programı** : **İletişim Sanatları**  
**Tez Danışmanı** : **Dr. Öğr. Üyesi Gülnur Işıklar**  
**Tez Türü ve Tarihi** : **Yüksek Lisans**

## **ÖZET**

Birçok reklam uygulaması cinselliği doğrudan aktaran ya da çağrıştıran unsurlara yer verir. Bu bağlamda cinsellik içeren reklamların ahlak kuralları çemberinde şekillenen tüketici tepkileri mevcuttur. Bu tepkiler tüketicilerde olumlu yönde ortaya çıktığı gibi olumsuz yönde de ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerde ortaya çıkan farklılık, reklam tasarımcısına, reklama ve reklamı yapılan markaya yönelik değerlendirmeler sunarak, reklamın üzerinde belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda reklamı etik bulup bulmamak gibi bir durum ortaya çıkmaktadır. Bireylerin bu farklılaşmasının nedenini ortaya koymak bir gerekliliktir. Bu gereklilik, reklam iletisinin hedeflerini ve sınırlarını çizmektedir. Bu çalışmada reklamlarda cinsellik içeriğinin nasıl kullanıldığını ve reklam iletilerinin nasıl tasarlandığını üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda 2021-2022-2023 yılları sınırlandırılarak parfüm reklam çalışmaları üzerinde inceleme yapılmıştır. İncelemeler doğrultusunda kullanılmış olan bilimsel yöntem göstergebilimdir. Göstergebilimle beraber psikanaliz kuramcılarında Carl Gustav Jung'un bilinç, bilinç dışı ve kolektif bilinç söylemlerine de yer vererek arketipler belirlenmiştir. Bu doğrultuda parfüm reklam çalışmalarında kullanılan tipoloji ve arketip türleri ortaya çıkmış, hangi göstergelerle tüketicilerin nasıl bir ikna sürecine maruz kaldıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmamızın özünde göstergebilimin dil dışı gösterge dizgelerini nasıl kullandığını, kullanılan göstergeler ve göstergeler arasındaki ilişkilerden yola çıkarak cinsel çağrışımların ve bu anlamda reklam çekiciliklerinde cinselliğin parfüm reklam iletilerinde nasıl işlendiğini incelemiş bulunmaktayız. Diğer bir anlatımla, disiplinler arası bir bilim olan göstergebilimin parfüm reklamlarında üstü örtülü anlamlarını, dolaylı ya da doğrudan gerçekleştirilen anlatımlarını ortaya çıkarmaya çalışmış bulunmaktayız.

Global marka parfüm reklamlarında cinsellik imgesi bağlamında göstergeler incelenirken Roland Barthes'ın çözümlene modellerinin yanı sıra arketipler ve insanın doğal yapısı içinde kalan psikolojik yanı da ele alınarak ne tür bir imgeleme çalışması yapıldığını incelemeye çalıştık. İncelememiz doğrultusunda yaptığımız çözümleneler sonucunda parfüm reklamlarında cinsellik kullanımının yoğun bir şekilde tercih edildiği bu doğrultuda imaj geliştirdiği ve bu anlamda algı yarattığı, bu doğrultuda da reklamı yapılan ürünün ya da markanın, arzulanan bir obje haline geldiği saptanmıştır. Bu saptama Carl Gustav Jung'un arketipleri, Roland Barthes'in göstergebilimsel çözümleneleri ile incelenmiş ve parfüm reklamlarındaki çeşitli cinsellik göstergeleri ortaya çıkarılmıştır.

**University** : **Istanbul Kultur University**  
**Institute** : **Institute of Graduate Studies**  
**Department** : **Communication art**  
**Program** : **Communication art**  
**Supervisor** : **Dr.Öğr. Üyesi Gülnur Işıklar**  
**Degree Awarded and Date** : **Master**

## **ABSTRACT**

Driven by an unwavering commitment to lifelong learning, I embark on the exciting venture of my second thesis. This undertaking represents not merely an academic pursuit, but rather a continuation of a profound journey of personal and intellectual growth. I acknowledge the profound influence of books, my inherent thirst for knowledge, and the dedicated mentors who have illuminated my path. It is with immense gratitude and unwavering resolve that I dedicate myself to this endeavor, embracing the inherent challenges with joy and anticipation.

While navigating the rigorous demands of thesis development, I have concurrently honed my academic qualifications and brought my fourth book to the brink of publication. Balancing these pursuits was undeniably challenging, yet the constant allure of the unknown and the unyielding fire of intellectual curiosity propelled me forward. For me, scholarship and learning are not mere obligations, but rather the very essence of self-discovery and spiritual evolution. Each new insight brings me closer to understanding my purpose in this world, imbuing my pursuit with profound meaning and boundless motivation.

This transformative journey has ignited a fervent desire to continue contributing to the academic landscape. Therefore, I commit myself to producing further scholarly works and sharing my acquired knowledge with the world. The pursuit of truth, I believe, lies not merely in the external realm, but rather within the very embers of our insatiable curiosity. As I embark on this next chapter, I carry with me the unwavering hope that this flame of inquiry will forever illuminate my path.