



11. BÖLÜM

COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİ EKSENİNDE REKLAMLARA GENEL BİR BAKIŞ

Ebru GÖKALİLER¹
Asuman ÖZER²

GİRİŞ

İnsanoğlu toplumsal yaşamın başlamasıyla beraber dönem dönem salgın hastalıklarla mücadele etmiştir. 2020 yılında insanlık tarihinde iz bırakacak önemli bir olay olan COVID-19 salgını toplumdaki birçok yapı taşıyı sallamış, bilinen doğruları tekrar tartışmamıza sebep olmuştur. Gerek küresel gerekse bölgesel mücadelelerde toplumsal yapıda bazı değişimlerin olmasına sebep olan pandemi, ‘Küresel salgın’ olarak ifade edilmektedir (Zülfikar, 2020, s.16). Pandemi; Yunanca kökenli olup; hepsi anlamına gelen ‘pan’ ve halk anlamındaki ‘demos’ sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşmuştur (Özoğlu, 2020). Cambridge Sözlüğü (2020) tarafından bir alandaki bir grup insanın tamamını etkileyen hastalık olarak tanımlanan pandemi; Dünya Sağlık Örgütü’nün tanımlamasına göre ise dünya çapında veya geniş bir coğrafyada, sınırları uluslararası alanın da ötesinde olan ve çok sayıda insanı etkileyen bir salgın hastalık olarak tanımlanmış (WHO, 2020) ve her yıl karşılaşılan mevsimsel hastalıklardan farklı olarak coğrafi sınırları aşan ve kitleleri etkileyen salgın hastalık olarak açıklanmıştır (Kelly, 2011, s.540). Her ne kadar farklı farklı tanımlar belirtilse de pandemi, dünyadaki sınırların hastalıkları durdurmadığını ve bireylerin yaşamlarında kısa sürede büyük etkiler yarattığını bir kez daha göstermiştir. İnsanlık tarihinde bilinen ilk pandeminin M.Ö. Mora Savaşı’nda görüldüğü söylenmektedir. Bu pandemiye, Jüstinyen Vebası, Kara Ölüm,

¹ Doç. Dr. Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ebru.gokaliler@yasar.edu.tr

² Arş. Gör. Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, asuman.ozar@yasar.edu.tr

çoğunda; online alışverişe yönlendirme olmadığı görülürken; markaların reklam filmleri için birer hashtag belirledikleri ve bu hashtaglerin de yine evde kalma, umudu kaybetmeme, birlik ve beraberlik konularına işaret ettiği görülmüştür.

Araştırma kapsamında incelenen reklamlar genel olarak değerlendirildiğinde; reklamların, duygusal reklam çekicilikleri kullanarak samimi bir tonda, tüketicilerin pandemi dönemindeki yalnız hissetme, korku ve endişe duygularına seslendikleri ve tüketicilerinin yanında oldukları mesajını vermeyi amaçladıkları belirlenmiştir.

Reklamın, markaların iletişim çalışmalarındaki gücü yadsınamaz bir gerçek olarak uzun yıllardır belirtilmektedir. Markalar açısından reklamın, pandemi dönemi gibi olağanüstü dönemlerde de ne kadar önemli olduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır. Toplumsal olarak yaşanan zorlukların, bireysel duygu dalgalanmalarının ve bilgiye erişim isteğinin reklamlar aracılığıyla da desteklendiği bu dönemde, hızlı karar alan, tüketicinin dilini anlayan markalar başarılı olmaktadır. Reklam yaratım sürecinde çok büyük değişim olmasa da pandemi süreci özelinde reklamların dili, tonu, mesajındaki farklılıklar dikkat çekmiştir.

KAYNAKÇA

- Arslan, E. (2014). Türkiye’de reklam sloganlarının gündelik dil pratikleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi: Ege Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Marmara İletişim Dergisi*, 21, 57-72.
- Aziz, A. (2020). the power of purpose: How the advertising, marketing and media industries can help fight Coronavirus. 24 Mart 2020. Forbes. Erişim Adresi: <https://www.forbes.com/sites/af-dhelaziz/2020/03/24/the-power-of-purpose-how-the-advertising-marketing-and-media-industries-can-help-fight-coronavirus/#2988522d2160>, Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2020.
- Bashir, A., & Malik, N.I. (2010). Effects of advertisement on consumer behavior of university students. Proceedings 2nd CBRC, Lahore, Pakistan. Erişim Adresi: https://pdfs.semanticscholar.org/10e3/4f9f9b284f908495bee109b53dbf9800e125.pdf?_ga=2.102630337.1928498302.1594643350-2062201835.1582549508, Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2020.
- Bell, D. (2020) Advertising during the Coronavirus, the marketing society. [Blog yazısı]. Erişim Adresi: <https://www.marketingsociety.com/blog-post/advertising-during-coronavirus>, Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2020.
- Bozkurt, A. (2012). *Hüzün uyandırıcı duygusal çekicilikli reklamların tüketiciler üzerindeki etkisi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Bozkurt, Y. (2020). Markaların sosyal medyada gündem kullanımı: gerçek zamanlı reklamlar. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 344-365.
- Bush, A. J., & Boller, G. W. (1991). Rethinking the role of television advertising during health crises: a rhetorical analysis of the federal AIDS campaigns. *Journal of Advertising*, 20(1), 28-37. doi:10.1080/00913367.1991.10673204
- Cambridge Dictionary. (2020). Erişim Adresi: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%BA6zl%C3%BCK/ingilizce/pandemic>.
- Campaign Live. (2020, 20 Ağustos). Adidas “Ready for sport: The anthem” by Iris, Erişim Adresi: <https://www.campaignlive.co.uk/article/adidas-ready-sport-anthem-iris/1692312>, Erişim Tarihi: 4 Ağustos 2020.

- Campaign Türkiye. (2020, 16 Nisan). Pandemi süreci tüketiciyi nasıl etkiliyor?. Erişim Adresi: <https://www.campaigntr.com/pandemi-sureci-tuketiciyi-nasil-etkiliyor/>, Erişim Tarihi: 9 Ağustos 2020.
- Chang, J. H., O'Boyle, M., Anderson, C. R., & Suutikun, C., (2016). An fMRI study of advertising appeals and their relationship to product attractiveness and buying intentions. *Journal of Consumer Behaviour*, (15), 538-548. DOI: 10.1002/cb.1591
- Cılızoğlu, Y. G., Dondurucu, B. Z., & Çetinkaya, A. (2020). Sosyal pazarlama bağlamında Covid-19 Salgını sürecinde GSM operatörlerinin Youtube reklamlarının analizi. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 6(1), 280-299.
- CNN Türk. (2020a, 11 Mart). Türkiye'de ilk koronavirüs vakası! Uzmanlar CNN TÜRK'te değerlendirdi. Erişim Adresi: <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/turkiyede-ilk-koronavirus-vakasi-uzmanlar-cnn-turkte-degerlendirdi>, Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2020.
- CNN Türk. (2020b, 25 Mayıs). Normalleşme başlıyor! Kamuda 1 Haziran hazırlığı. Erişim Adresi: <https://www.cnnturk.com/turkiye/normallesme-basliyor-kamuda-1-haziran-hazirligi>, Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2020.
- Dix, S., & Marchegiani, C. (2013). Advertising appeals. *Journal of Promotion Management*, 19(4), 393-394. DOI: 10.1080/10496491.2013.817218
- Elden, M., Ulukök, U., & Çakır Yeygel, S. (2015). *Şimdi reklamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları. Erişim Adresi: https://books.google.com.tr/books/about/%C5%9Eimdi_Reklamlar.html?id=iwGcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2020.
- Elmasoğlu, K. (2017). Tüketim kültüründe etkili bir araç olarak reklamın işlevlerine dair genel bir değerlendirme. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 27-42.
- EuroNews. (2020 11 Mart). Sağlık Bakanı Koca: Türkiye'de ilk koronavirüs (Covid-19) vakası tespit edildi. Erişim Adresi: <https://tr.euronews.com/2020/03/10/saglik-bakan-koca-koronavirus-covid-19-salg-n-ile-ilgili-ac-klama-yap-yor>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- Erkal, E. (2013). *Reklamlarda ünlü kullanımının "satın alma davranışı" üzerindeki etkisi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Konya, Selçuk Üniversitesi.
- Eşiyok, E. (2017). Dergi reklamlarındaki reklam çekiciliklerine yönelik bir inceleme: All Dergisi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 641-656.
- Frolova, S. (2014). The Role of Advertising in Promoting Product. (Degree Programme in Industrial Management). The Centria University, Finland.
- Haynes, S. (2020). You Must Wash Properly. Newspaper Ads From the 1918 Flu Pandemic Show Some Things Never Change. 27 March 2020, TIME. Erişim Adresi: <https://time.com/5810695/spanish-flu-pandemic-coronavirus-ads/> (Erişim Tarihi: 14.07.2020).
- IAB. (Interactive Advertising Bureau- İnteraktif Reklamcılık Bürosu) (2020). New Research | Impact of COVID-19 on Ad Revenue & Spend. Erişim Adresi: <https://www.iab.com/insights/new-research-coronavirus-ad-revenue-impact-sell-and-buy-side-results/>, Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2020.
- İşlek, S. M. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Konya, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi.
- Jiménez-Sánchez, A., Margalina, V., & Vayas-Ruiz, E. (2020). Governmental communication and brand advertising during the COVID-19 pandemic, *Tripodos*, 47(2), 1138-3305.
- John Hopkins University Research Center. (2020). Erişim Adresi: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>, Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2020.
- Kelly, H. (2011). The classical definition of a pandemic is not elusive. *Bull World Health Organ*, 89, 540-541.
- Kadıbeşgil, S. (2020). Korona günlerinde sorumlu, fırsatçı ve kurnaz markalar, *Brand Map*, Haziran 2020 Sayısı, 24-25.

- Kantar, (2020). Covid-19 barometre: consumer attitudes, media habits and expectations, Erişim Adresi: <https://www.kantar.com/Inspiration/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>, Erişim Tarihi: 8 Ağustos 2020.
- Kasım, M. (2004). Ürün reklam-tanıtımı açısından gazetelerdeki otomobil reklamlarının incelenmesi (1994 yılı Hürriyet, Milliyet, Sabah Gazetesi Örneği). *Selçuk İletişim Dergisi*, 3(2), 137-144
- Khan, R. & Sindhu, S. (2014). An investigation of advertising appeal on consumer response in service advertising. *Management Studies and Economic System*, 2(2)-39-50.
- Kocabaş, F., & Elden, M. (2002). *Reklamcılık. kavramlar, kararlar, kurumlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lin, Y.L. (2011). The impact of advertising appeals and advertising spokespersons on advertising attitudes and purchase intentions. *African Journal of Business Management*, 5(21), 8446-8457.
- Marketing Türkiye. (2020). Koronavirüs Salgını Dijital Reklam Maliyetlerini Yüzde 60 oranında düşürdü. 18 Nisan 2020. Erişim Adresi: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/koronavirus-salgini-dijital-reklam-maliyetlerini-yuzde-60-oraninda-dusurdu/>, Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2020.
- Nardalı, S., & Çivi, E. (2004). Kriz yönetimi ve TOFAŞ. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 79-93.
- Olson, J. (2020). Digital marketing in the age of the Coronavirus, The Match2One Blog, [Blog yazısı]. 23 Haziran 2020 Erişim Adresi: <https://www.match2one.com/blog/how-the-coronavirus-is-affecting-digital-advertising/>, Erişim Tarihi: 25 Ağustos 2020.
- Özlü, A., & Öztaş, D. (2020). Yeni Korona pandemisi (COVID 19) ile mücadelede geçmişten ders çıkarmak. *Ankara Medical Journal*, 2, 468-481, doi: // 10.5505/amj.2020.46547
- Özoğlu, M. (2020). Koronavirüs (Covid-19) sözlüğü: Endemik nedir? İzolasyonla karantina arasında ne fark var? 14 Mayıs 2020, EuroNews. Erişim Adresi: <https://tr.euronews.com/2020/05/14/covid-19-sozlugu-yeni-tip-koronavirus-icin-kullanilan-terimler-pandemi-endemik-epidemi>, Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2020.
- Roy, D., Tripathy, S., Kar, K. S., Sharma, N., Verma, K. S., & Kaushal, V. (2020). Study of knowledge, attitude, anxiety & perceived mental healthcare need in Indian population during COVID-19 pandemic. *Journal of Psychiatry*, 51, 1-7. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102083>
- Rubin, G., Potts, H., & Michie, S. (2010). The impact of communications about swine flu (influenza A H1N1v) on public responses to the outbreak: results from 36 national telephone surveys in the UK. *Health Technology Assessment*, 14(34), 183-266.
- Saker-clark, H. (2020, 27 Şubat). Business briefing: Dettol cleans up as virus sparks fears over hygiene. Metro News. Erişim Adresi: <https://www.metro.news/business-briefing-dettol-cleans-up-as-virus-sparks-fears-over-hygiene/1925170/>, Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2020.
- Shiple, K., & Loar, A. (2020). Crisis marketing: how brands are addressing the Coronavirus. ThinkwithGoogle. Erişim Adresi: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/coronavirus-crisis-marketing-examples/>, Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2020.
- Statista (2020). Erişim Adresi: <https://www.statista.com/statistics/1105264/coronavirus-covid-19-cases-most-affected-countries-worldwide/>, Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2020.
- Şahin, E., & Şentürk Acar, Z. (2018). Gündem oluşturma teorisi bağlamında özel günleri konu alan reklamların analizi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(4), 698-720.
- Şahin, E., Duğan, Ö., & Bical, A. (2019). 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri bağlamında siyasal reklamlar, Twitter ve haber gündemi benzerlik analizi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(9), 1262-1303. DOI: 10.26466/opus.522288
- Tekin, M., & Öztürk, A. (2010). Marka iletişiminin kriz dönemlerinde işletme performansına etkisi ve hazır giyim işletmeleri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 13(1-2), 221-240.
- Terblanche-Smit, M., Terblanche, S.N. (2013). HIV/AIDS fear appeal advertisements directed at

- different market segments: Some considerations for corporate sponsors and NPO's. *S.Afr.J. Bus.Manage*, 44(4), 65-76.
- The Guardian. (2020, 28 Haziran). How did coronavirus start and where did it come from? Was it really Wuhan's animal market?. Adresi: <https://www.theguardian.com/world/2020/apr/28/how-did-the-coronavirus-start-where-did-it-come-from-how-did-it-spread-humans-was-it-really-bats-pangolins-wuhan-animal-market>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs 2020.
- Unite Ad. (2020). Influencer Marketing Covid 19. Erişim Adresi: <https://unite.ad/blog/category/raporlar/>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- Üçhisarlı, C. (2020). Ikea'dan talimat kitapçığı ile 'evde kal' mesajı. Pazarlamasyon. 25 Mart 2020. Erişim Adresi: <https://pazarlamasyon.com/ikeadan-talimat-kitapcigi-ile-evde-kal-mesaji/>, Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2020.
- WFA, Eighty percent of multinationals deferring campaigns but the same number are creating new content in response to the Covid19 crisis, Erişim Adresi: <https://wfanet.org/knowledge/item/2020/04/07/Eighty-percent-of-multinationals-deferring-campaigns-but-the-same-number-are-creating-new-content-in-response-to-the-Covid19-crisis>, Erişim Tarihi: 8 Eylül 2020.
- Wheatley, J. J., & Oshikawa, S. (1970). The relationship between anxiety and positive and negative advertising appeals. *Journal of Marketing Research*, 7(1), 85-89. doi:10.1177/002224377000700110
- WHO. (2020). Erişim Adresi: <https://www.who.int/bulletin/volumes/89/7/11-088815/en/#:~:text=A%20pandemic%20is%20defined%20as,are%20not%20considered%20pandemics>.
- Yavuz, E. (2020). Effects of COVID 19 pandemic on the future of social policy. *The Journal of Social Sciences*, 7(45), 181-193. Doi: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.42843>
- Zülfikar, H. (2020). Gündemi meşgul eden sağlık terimleri. *Türk Dili Dergisi*, 69(821), 10-16.
- Araştırma Kapsamında İncelenen Reklamlar**
- [Akbank]. (2020, 28 Mart). *Akbank Güzel Günler Bizi Bekler*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=tBzew86_24c, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Algida]. (2020,14 Nisan). *Algida ile Hayat Eve Sığar*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=ukjMuK-eLyI&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Aras Kargo]. (2020, 20 Haziran). *Var Gücü İle Çalışan Tüm Babaların Babalar Günü Kutlu Olsun*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=fjla8Gw-Pa4>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Arçelik]. (2020,26 Mart). *Arçelik Önce Büyükler*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=GsnGBYA7NuY&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Balparmak]. (2020, 24 Mart). *Balparmak Bugünler Geçecek*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=v1073HohHdQ&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Carrefoursa].(2020, 8 Mayıs). *Bizim Aile Türkiye için Ne Lazımsa Yapıyor. Carrefoursa Türkiye'nin hizmetinde!* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=14&v=Pq3j1kkfwj8, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Eti]. (2020,8 Nisan). *Eti- Daha Mutlu Yarınlar Uyanacağız*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=mOvOKko6o7Q&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [FuzulEv]. (2020,27 Mart). *Sor Ona*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/channel/UCrJjyc-8gFYpmsEWKF-UgfA?feature=emb_ch_name_ex, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Garanti Bankası]. (2020,21 Nisan). *Nefesim Nefesim Türkiye*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=jPTdxSHyIKY>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Getir]. (2020, 9 Mayıs). *Getir Bir Umutluluk*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=14&v=oLS2E1gDFZM&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Getir]. (2020,20 Haziran). *Risk Alma Getir'den Al*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=F8DLNFjFVe4>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Golf Dondurma]. (2020, 28 Nisan). *Bu Yaz Bambaşka Geçecek!* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=60&v=ZMenX2orvjo&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Groupama Türkiye]. (2020, 16 Mayıs). *Özlenen Riskler- Deniz Kestanesi*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=ZMenX2orvjo&feature=emb_title

- www.youtube.com/watch?time_continue=36&v=DrPzLMvjwiw&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Halkbank Reklamı]. (2020, 6 Nisan). *Halkbank Evde Kal Türkiye Reklam Filmi*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=4dZ5VzmMAQ0>, Erişim Tarihi: 30 Ekim 2020.
- [Hayat Su]. (2020, 22 Nisan). *Doğal Mineralli Yapısı ile Hayat'ın Kaynağını Eve Sığdırın!* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=YdWxC9iuAL4&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Hazine ve Maliye Bakanlığı]. (2020, 30 Nisan). *Bu da Gececek. Esnaf Destek Paketi*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=sy2SLFZ-NAg>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Hazine ve Maliye Bakanlığı]. (2020, 30 Nisan). *Hepimiz Bir Olduk. Esnaf Destek Paketi*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=ucQXVVPFcGQ>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Hepsi Burada]. (2020, 3 Nisan). *Tüm Gizli Çalışanlara Teşekkür Ederiz*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=JHh_K1jEr8E, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [İş Bankası]. (2020, 30 Mart). *El Ele Veremsek de El Birliği ile Hepsi Gececek*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=IF7PzylVYpo&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [İşbir Yatak]. (2020, 17 Nisan). *Sahi, Bugün Günlerden Ne?* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=6&v=iptmE-g8Skg&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Koç Holding]. (2020, 30 Mart). *Koç Holding-İyileşeceğiz*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=T8kMfd8Z76A> Erişim Tarihi: 29.10.2020.
- [Migros]. (2020, 13 Nisan). *Türkiye'nin Ne İhtiyacı Varsa Karşılacak Düne Kadar İşimizdi, Bugün ise Görevimiz*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=L6yhkHFVH0&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Molped]. (2020, 25 Nisan). *Biz Ayrılmayız*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=-DKCMmsbc31Y>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Morhipo]. (2020, 18 Mayıs). *Morhipo Hayrola*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=ktDoYRr0FHM&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [N11]. (2020, 27 Nisan). *Hayat Eve Gelir*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=AcfjoifxAm8&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Opet]. (2020, 6 Nisan). *Bir Teşekkür*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=wGPU-D5eiLHU>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Panora]. (2020, 16 Haziran). *Panora'nın Covid-19 Tedbirleri ile Bu Dönem de Evinizde Hissedeceksiniz*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=pKDUCdr4OPw>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Pegasus]. (2020, 23 Mart). *Siz Şimdi Sağlığınıza İyi Bakın*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=iUcQmjDOMPQ&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Pepsi]. (2020, 27 Mart). *Hepsi Bi Yana Evde Kalmanın Önemi Bi Yana*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=FCnKqdxO05w&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Peros]. (2020, 18 Nisan). *Bu da Geçer. Reklam Filmi*. Peros. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=x7osF5tDhU8>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Petrol Ofisi]. (2020, 24 Nisan). *Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona ile mücadele el ele!* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=gzH__r_afWg, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [QNB FinansBank]. (2020, 27 Mart). *QNB FinansBank*. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=ialr6CLyRY&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sabancı Holding]. (2020, 20 Nisan). *Covid 19'dan Kurtulanlar Anlatıyor*. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=NNQGqbqotJT8>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sağlık Bakanlığı]. (2020, 14 Mart)., *Yeni Koronavirüs Hastalığı* (COVID 19). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=KC-HfDf71Mc>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sağlık Bakanlığı]. (2020, 16 Mart). *Koronavirüs Riskinden Korunmak İçin 14 Kural. PAYLAŞIN!*

- Koronavirüsün Yayılmasını Önleyin.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=JAIB-C1JT4uc>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sağlık Bakanlığı]. (2020, 16 Mart). *Yurtdışından Dönüşlerde 14 Kuralı PAYLAŞIN.* Koronavirüsün yayılmasını önleyin. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=wFH2AjK1tXo>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sağlık Bakanlığı]. (2020, 14 Nisan). *Yeni Koronavirüs Hastalığı- Maske.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=fDM23XfeH4A>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Sağlık Bakanlığı]. (2020, 1 Mayıs). *Yeni Koronavirüs Hastalığı Kamu Spotu.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=eXEBSeWCUFW>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Samsung]. (2020, 2 Nisan). *Evde Beraberiz.* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=pWCtd559w-8&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Tadım]. (2020, 7 Nisan). *Kaseler Ayrı Gönülleri Bir.* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=w83sXeTII98&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Trendyol]. (2020, 8 Nisan). *Trendyol KOBİ Destek Paketi.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=s-Jm5ouHmCA>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Turkcell]. (2020, 24 Mart). *Evde Beraberiz.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=8P-gwWc7nHTk>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Turk Telekom]. (2020, 23 Mart). *Alışışlarımız Türkiye'nin Kahramanlarına.* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=CAJO1VbQk-k&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı]. (2020, 11 Nisan). *Beyaz Önlüklü Kahramanlara Şükranla.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=yrym4rXnM6U>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Türk Hava Yolları]. (2020, 8 Haziran). *Sağlık Çalışanları Kampanya- Türk Hava Yolları.* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=J5I_ftGlnsg, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Ülker]. (2020, 16 Nisan). *Biz Çok Güzel Bir Ülkeyiz.* Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=nMZQC_RBcWA&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Vakıfbank]. (2020, 27 Mart). *Biz Türkiye'yiz Zorlukları Birlikte Aşarız Reklam Filmi.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=v3lVHoabpQs>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Vodafone]. (2020, 23 Mart). *Tüm Sağlık Çalışanlarımıza...* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=axkML2nMxRU>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Vodafone]. (2020, 9 Haziran). *Vodafone Red'lilerin Yapacaklarının Sınırı Yok.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=1wmc3J4cbsI>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Yapı Kredi Bankası]. *Sınırsız Teşekkürler Hizmette Sınır Tanımayan Herkese!* (2020, 25 Mart 2020). Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=7aWwwQLYjrc&feature=emb_title, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.
- [Yemek Sepeti]. (2020, 28 Mart). *Burası Artık Emek Sepeti.* Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=gcPBnK7PRS4>, Erişim Tarihi: 29 Ekim 2020.