

İÇİNDEKİLER

Gerbner'in Ekme Kuramı Bağlamında "Müge Anlı İle Tatlı Sert" Programının Alımlama Analizi

Dilek Ulusal

1-17

*Yeni Medya Çağında Şöhretin Dönüşümü:
Mikro Şöhretler (Influencers) Üzerine Bir İnceleme*

Zeynep Biricik

18-37

Advertisement Perception and Generations: Comparison between X, Y, and Z Generations

Mehmet Karanfiloğlu, Murat Sağlam, Füsun Topsümer

38-56

Din Haberciliği ve Din Haberleri Üzerine Bir İnceleme

Muzaffer Şahin, Zakir Avşar

57-72

Bir Anlatı Türü Olarak Dijital Platform Dizilerinde Öyküleme Unsurları: "Kulüp" Dizisi Üzerinde Bir İnceleme

Derya Nacaroğlu

73-96

Dijital Reklamcılık Uygulamaları Olarak Freelance Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma

Serdar Yıldız

97-122

Koronavirüs Pandemi Döneminde Aşı Karşıtlığı, Sosyal Medya ve Komploteorileri

Kamuran Gülarıslan Değer

123-138

Köşe Yazarlığının İşleyişine Yönelik Bir İnceleme: Köşe Yazılarında Öne Çıkan Konular, Aktörler ve Metin İçindeki Çeşitlilik

Göksel Basmacı

139-152

Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması

Pınar Bayram

153-169

Netflix and Chill: An Analysis of Turkish Generation Z Viewers on the New Hedonistic Product

Xheni Simaku

170-184

Duygusal Zekâ ve Çalışanların Yaratıcı Davranışı Arasındaki İlişkide Örgüt Kültürünün Düzenleyici Etkisi

Betül Ayça

185-203