

İÇİNDEKİLER



Sunuş
(6-7)

ARAŞTIRMA MAKALELERİ

Vedat ÇAKIR- Rubab BATOOL
Media Policies In Pakistan
(9-23)

Aşina GÜLERARSLAN ÖZDENGÜL- Eyüp Erdal YÖRÜK- Muammer ÖZTÜRK
Spritüelin Sloganlaştırılması: Marka Sloganlarına Yönelik Söylemsel Bir Analiz
(24-36)

Didem DENİZ ANAMUR- Taybe TOPSAKAL
Herkesin Herkesi Gözetlediği Toplum: Siberuzamda Alttan Gözetimin Farklı İnşası Olarak
Siber Zorbalık
(37-58)

Vefalı ENSEROV
Uluslararası Enformasyon Akışında Dengesizliğe Sebep Olan Etkenler
(59-91)

Selami ÖZSOY
Çok Partili Hayata Geçiş Sürecinde Yerel Basın: Bolu Örneği
(92-110)

Ebru SÖNMEZ- Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN
Sosyal Medya Fenomenlerinin Tüketicilerin Marka Tercihine Etkisi: Kozmetik Markaları
Üzerine Bir Araştırma
(111-132)

Dudu ÖZTÜRK- Özlem DUĞAN

İrkçı Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumunun Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü
Üzerine Bir Araştırma
(133-152)

Selman Selim AKYÜZ

31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Öncesi Son Dakika Haber Bildirimlerinin İçerik
Analizi: Haber Türleri, Tik Tuzakları ve İktidar-Muhalefet Haberlerinin Dağılımı
(153-167)

Kadir AYDIN- Muzhgan ALIYEVA

Sivil Toplum Kuruluşlarının Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kullanım Düzeylerini
Belirlemeye Yönelik Bir Analiz (Rusya-Türkiye Karşılaştırması)
(168-195)

Neslihan KILIÇ

31 Mart 2019 Yerel Seçimlerinde Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediye Başkan
Adaylarının Twitter Kullanımları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
(196-213)

Dilar DİKEN YÜCEL

Distopik Bir Evreni Göstergelerle Okumak: The Giver
(214-227)

Nida Sümeyya ÇETİN

Medya-Siyaset İlişkisinde Etik Çerçeve
(228-249)

Zübeyde SÜLLÜ

Finansal Kuruluşların Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı:
Akbank, Garanti BBVA ve Türkiye İş Bankası A.Ş. Örneği
(250-269)

İNİF E- Dergi Yayım ve Yazım Kuralları

(270-273)