

## İÇİNDEKİLER

### **Z.Beril AKINCI VURAL - Canan LIEDTKE**

Diversity management and corporate culture: a system-theoretical perspective **1-33** Farklılıkların yönetimi ve kurum kültürü: sistem teorisi perspektifi

### **Mehmet TOKATLI - İbrahim ÖZBÜKERÇİ - Nazan Günay - Beril AKINCI VURAL**

Kurumsal itibarın sosyal medya üzerinden aktarımı: sektör liderlerinin Twitter yönetimi üzerine bir araştırma **34-57** Corporate reputation through social media: a research on Twitter management of sector leaders

### **Emrah GÜLMEZ**

Marka tercihiinde duyuvarın rolü: Starbucks ve kahve dünyası markalarının duyuşal markalama açışından karşılaştırılması **58-84** Role of the senses on brand choice: comparison of Starbucks and Kahve Dünyası for sensory branding

### **Ali Erkam YARAR - Nuri Paşa ÖZER**

Bir ürün olarak pırlanta ve pırlantanın üniversite çalışanlarınca algılanan ürün imajı: Gümüşhane ve Necmettin Erbakan Üniversitesi örneğı **85-117** Diamond as a product and the product image of diamond that is perceived by university staff: the case of Gumushane and Necmettin Erbakan University

### **İsmail KOCABAŞ**

Çağırı merkezi müşteri temsilcisinin imajının müşteri memnuniyeti üzerindeki rolü **118-147** The role of the call center customer representative's image on customer satisfaction

### **Nedret ÇAĞLAR - Pelin Havva KÖKLÜ**

Yeni medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: siyasal partilerin resmi web sitelerine yönelik bir araştırma **148-173** The usage of new media as political communication tool a study on the official websites' of political parties'

### **Kamil DEMİRHAN**

Yeni medyada siyasal iletişim sürecinin kavramsallaştırılmasında alternatif modeller: müzakereci ve agonistik demokrasi yaklaşımları **174-200** Alternative models for the conceptualization of political communication on new media: deliberative and agonistic democracy approaches

### Bülent ÖZGÜL

Medyanın siyasi liderlik beklentilerine etkisi The effect of media on political leadership expectations  
**201-229**

### Ali Murat KIRIK

Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu **230-261** Changing communication process with new media: the position of young people in the social sharing networks

### Mikail BAT

İzmir'deki kız üniversite öğrencilerinin Facebook kullanmama nedenleri **262-291** The reasons why female university students in İzmir do not use Facebook

### Faruk TEMEL - Onur ÖNÜR MEN

Gelenekselin dönüşümünde iletişim akademisyenleri ve sosyal medya **292-313** Academicians of communication and social media in transformation of the traditional

### Cengiz ANIK

Bilgi işleme mekanizma olarak zihinsel performans **314-330** Cognitive performance as information processing mechanism

### Sertaç Timur DEMİR

Body, violence and sexualisation in the modern visual culture **331-346** Modern görsel kültürde beden, şiddet ve cinselleştirme

### Selin BİTİRİM OKMEYDAN

Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: etik, güvenlik ve mahremiyetin kesiştiği nokta **347-372** Querying of new communication technologies: intersection point of ethics, security and privacy

### Zülfikar DAMLAPINAR - Umur IŞIK

Sağlık içerikli basın haberleri ve çocuğa yaklaşımı: bir içerik analizi **373-398** Health related news in the press and approach to children: a content analysis

### Sibel Fügen VAROL

Medyanın küreselleşmesi: neden-sonuç ekseninde bir değerlendirme **399-424** Globalisation of media: an evaluation based on causes and consequences

### **Ergin Şafak DİKMEN**

Türkiye’de televizyon yayıncılığının dönüşümü: sosyal tv yayıncılığı **425-448** The transformation of television broadcasting in Turkey: social tv broadcasting

### **Kevser TOZDUMAN YARALI - Neslihan AVCI**

Bir çizgi filmin popüler kültür açısından incelenmesi: Rafadan Tayfa **449-470** An investigation of a cartoon from the perspective of popular culture: Rafadan Tayfa

### **Sena COŞKUN**

Görsel-işitsel yayıncılığın denetlenmesi bağlamında ABD, Japonya ve Rusya’daki son düzenlemeler **471-502** The last regulations in the USA, Japan and Russia in the context of the audio-visual broadcasting supervision

### **Ayhan ŞENGÖZ - Erhan EROĞLU**

Örgütlerde sosyal medya kullanımı: sosyal medya algıları, amaçları ve kullanım alışkanlıkları **503-524** Social media use in organizations: social media perception, objectives and habit of use

### **Gülçin SALMAN - Erhan EROĞLU**

Sosyal medyada kurum kimliği yönetimi: Türkiye’nin en büyük 500 şirketi üzerine bir araştırma **525-547** Corporate identity management on social media: a research on Turkey’s 500 largest companies’ Facebook pages