

## İÇİNDEKİLER

### **M. Erhan SUMMAK - İ. Fatih KURŞUNMADEN**

Public relations as motivational tool in reduction  
of negative reflection of organizational cynicism  
**1-18**

*Örgütsel sinizmin olumsuz yansımalarının  
azaltılmasında bir motivasyon aracı olarak halkla  
ilişkiler*

### **Kadir CANÖZ- İsmailcan DOĞAN**

İmaj oluşturma aracı olarak sponsorluk  
**19-39**

*The sponsorship as an image creating tool*

### **Naim ÇINAR - Ferruh UZTUĞ**

Tüketicilerin yaşadıkları olumsuz satın alma  
deneyimlerine tepkileri: intikam mı, misilleme mi?  
**40-56**

*Consumer reactions to negative purchase  
experiences: revenge or retaliation?*

### **Halil İbrahim KOÇ**

Üniversitelerde web sitelerinin kurumsal iletişim  
amaçlı kullanımı: devlet ve vakıf üniversitelerinin  
web siteleri üzerine karşılaştırmalı bir analiz **57-83**

*Usage of the web sites with the purpose of corporate  
communication in the universities: a comparative  
analyze about the web sites of state and foundation*

### **Yusuf DEVRAN**

Medya ve terör sorunsalı **84-95**

*The problematics of media and terror*

### **Osman UTKAN**

Magazin eklerinde tüketimin özendirilmesi:  
köşe yazıları üzerine bir inceleme **96-111**

*Encourage consumption in magazine appendix:  
a study on corner articles*

### **Mücahid ZENGİN- Güldane ZENGİN- Hüseyin ALTUNBAŞ**

Sosyal medya ve değişen mahremiyet  
"facebook mahremiyeti" **112-136**

*Social media and the changing privacy  
"facebook privacy"*

### **Elif TÜRTEN**

Soma maden faciası karikatürlerinin  
değerlendirilmesi: Salih Memecan, Mehmet Çağçağ,  
Osman Turhan ve Behiç Ak örnekleri **137-158**

*Evaluation of mine disaster soma cartoon  
with samples: Salih Memecan, Mehmet  
Çağçağ, Osman Turhan and Behiç Ak*

### **Ercan AKTAN- Veysel ÇAKMAK**

Halkla ilişkiler öğrencilerinin sosyal medyadaki  
siber zorbalık duyarlılıklarını ölçmeye ilişkin bir  
araştırma **159-176**

*A research related to the calculation of  
sensitivity for cyber bullying in social media  
among the students of public relations*

### **Kemal AVCI**

siyasal partilerin seçim kampanyaları faaliyetlerine  
karşı seçmenin ilgi düzeyleri: 2015 genel seçimleri  
örneği **177-205**

*Elector's level of interest in the election campaign  
of the political parties: the case of 2015 general  
elections*

**Selman Selim AKYÜZ- Mete KAZAZ**

Siyasal reklamcılıkta göstergelerin kullanımı ve kültürel kodlar: 2014 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan'ın fors reklam filmi üzerine bir inceleme **206-225**

*The usage of indicator and cultural codes in the political advertising: a study on streamer advertising film of Recep Tayyip Erdoğan in presidential election*

**Özlem KÜKRER AYDIN**

Çocuk kanallarındaki reklamların içeriğine yönelik bir araştırma: TRT çocuk kanalı örneği **226-246**

*A research on advertisements in kid channels: a case of TRT kids channel*

**Cem TUTAR**

Türk korku sinemasının yapısal engelleri: sosyo-kültürel bir bakış **247-274**

*Structural barriers of Turkish horror cinema: a socio-cultural perspective*

**Serhat ERDEM**

Gerçekliğin yeniden inşasında görsel efekt kullanımı: spartaküs televizyon dizisi örneğinde mekan kurgusu **275-295**

*Usage of visual effects to reconstruct the reality: building space in the frame of spartacus tv series*

**İsmailcan DOĞAN**

Propaganda aracı olarak internet: Kayseri ili merkez seçmeni üzerine bir alan araştırması **296-319**

*Internet as a propaganda tool: a study on voters in the Kayseri*

**Nilüfer CANÖZ**

Tüketiciyi korumaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri: tüketicinin ve rekabetin korunması genel müdürlüğü örneği **320-345**

*Public relations activities of consumer protection: general directorate of consumer protection and competition*

**Başak UDEOĞLU**

Basının kamuoyu oluşturma görevi: 2014 cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası dönemi, yeni Safak ve Sözcü gazetesi örneği **346-365**

*Aim of molding public opinion of the press: presidency election campaign 2014, sample of Yeni Şafak and Sözcü newspapers*