

İÇİNDEKİLER

Mehmet Sinan ERGÜVEN

Reklam Yaratıcılığını Değerlendirmede Kullanılan
Farklılık Faktörleri: Türk Reklam Sektörüne
Yönelik Bir İnceleme **1-22**

*Difference Factors For Judging The Advertising
Creativity: A Study On The Turkish Advertising
Sector*

Hüseyin ÖZARSLAN – Fatma NİSAN

Kullanımlar ve Doyumlar Perspektifinden
Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve
Motivasyonları: Gümüşhane Örneği **23-43**

*Television Watching Habits And Motivations From
A Uses And Gratifications Perspective: The
Example Of Gumushane City*

Nilay BAŞOK YURDAKUL – Mikail BAT

Şirketler İçin Rekabette Sanal Farkındalık: Arama
Motoru Pazarlaması **44-60**

*Virtual Awareness In Competition For Companies:
Search Engine Marketing*

Z. Beril AKINCI VURAL – Gül COŞKUN

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik **61-87**

Corporate Social Responsibility And Ethic

Selami ÖZSOY

Spor Gazetelerinin Başlıklarında Militarist ve
Şiddet İçerikli Metaforlar **88-114**

*The Metaphors Including Violence And Military In
The Captions Of The Sports Journals*

Haluk BİRSEN

Yerel Basın Yöneticilerinin Bakış Açılılarıyla
Eskişehir Yerel Basını **115 - 142**

*Eskisehir Local Press From Local Press Managers
Point Of View*

Deniz KILIÇ

Bir Ötekileştirme Pratiği Olarak Basında
Eşcinselliğin Sunumu: Hürriyet Ve Sabah Örneği
(2008-2009) **143-169**

*As An Othering Practice Of Homosexuality In
Media Presentations: Hurriyet And Sabah (2008-
2009)*

Fuat USTAKARA

Halkla İlişkiler Ve Psikoloji İlişkisi Üzerine
170 - 185

*On The Relationship Between Public Relations And
Psychology*

Zekiye TAMER GENCER

Çok Kültürlü Topumlarda İletişim: Divriği Örneği
186-205

*The Communication At Multicultural Societies:
Sample Of Divrigi*