

İÇİNDEKİLER

Filiz BALTA PELTEKOĞLU - N. Hanzade URALMAN

Tüketim kültürü perspektifinden halkla ilişkiler
1-17

*Public relations from the consumer culture's
perspective*

Hasan GÜLLÜPUNAR - Seyfullah GÜMÜŞOK

Türkiye'de Kürt sorununun çözümü amacıyla
yürütülen "Çözüm Süreci"nde oluşan algı ve ortak
tanımlama sorunu: Gümüşhane ve Şırnak
karşılaştırması **18-49**

*Common defining problem and perception about
"solution process" conducted on the purpose of
solving of the Kurdish issue in Turkey: Gumushane
and Sırnak comparison*

Eyyup AKBULUT

Durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde örgüt-
kamu ilişkisinin ve kriz tepki stratejilerinin
sorumluluk atfetme düzeyine ve örgütsel itibar
algısına etkileri **50-81**

*The effects of the organization-public relationships
and crisis response strategies on level of attribution
of responsibility and perception of organizational
reputation based on situational crisis
communication theory*

Ebru GÜZEL

Dijital kültür ve çevrimiçi sosyal ağlarda rekabetin
aktörü: "dijital habitus" **82-103**

*Digital culture and the actor of competition in
online social networks: "digital habitus"*

Nur GÖRKEMLİ - Leyla MATIR - Özlem SEKİ - Cuma ÇELİK

Monobrand mağazacılık ve tüketici ilişkisi: Flormar
örneği **104-123**

*Monobrand stores and consumer relationship: case
of Flormar*

Hasan TOPBAŞ- Ayhan DOĞAN

Toplumsalın yeni agorası olarak sosyal medya:
eleştirel yaklaşım **124-148**

*Social media as the agora of society: critical
approach*

Nilüfer CANÖZ

Otomotiv sektöründe halkla ilişkiler aracı olarak
sosyal medyanın kullanımı: Renault ve Mercedes-
Benz örnekleri üzerine bir araştırma **149-172**

*The usage of social media in automotive industry
as a public relations tool: a study on Renault and
Mercedes-Benz samples*

H. Buluthan ÇETİNTAŞ

Yönetim yaklaşımlarında örgütsel iletişim
olgusunun değerlendirilmesi **173-199**

*Evaluation of organizational communication in
management approaches*

Atılım ONAY - Ufuk ERİŞ

Biscolata reklamındaki yarı çıplak erkekleri izleyen
erkeklerle dair bir alımlama çalışması **200 – 219**

*A reception study of men watching nude men in
Biscolata advertisement*

Yeşim ÇELİK - Özlem KÜKRER AYDIN

Reklamların idari denetimi: Televizyon reklamlarına
ilişkin Reklam Kurulu kararlarının analizi **220-252**

*State control of advertising: Analysis of the
decisions related to television advertisements
taken by the Board of Advertising*

Bahadır Burak SOLAK

Televizyon reklamlarında ünlü kullanımının satın
alma davranışı üzerine etkisi: Akdeniz Üniversitesi
İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik araştırma
253-278

*The effect of using celebrity in Tv commercials on
buying behaviours: study on students in the Faculty
of Communication at Akdeniz University*

And Algül

Gündem belirleme teorisi bağlamında 7 Haziran
2015 Genel Seçimi sonrası Koalisyon
görüşmelerinin Türk basınında sunumu **279-302**

*Presentation of coalition talks in the Turkish press
after the General Elections on 7th June 2015 within
the context of agenda setting*

Aynur Arslan - Özlem Duğan

Suçta yönelmiş çocukların medyada temsili: Bir alan
araştırması **303-325**

*The presentation of the children in the media who
head for crime: a field research*

M. Kemal KARAMAN

Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık
düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine
bir araştırma **326-350**

*A study on preservice teachers' level of media
literacy and critical thinking dispositions*

Vefalı ENSEROV - Yusuf YURDİGÜL

Bağımsızlık dönemi Azerbaycan'ında radyo-
televizyon alanında kamu ve devlet yayıncılığının
gelişimi **351- 370**

*Development of public and state radio-television
broadcasting in Azerbaijan in the period of
independence*

S. Serhat Serter

Sinemada yıldız imgesi: James Dean ve *asi gençlik*
(rebel without a cause–1955) **371-391**

*Star image at the cinema: James Dean and rebel
without a cause (1955)*

Süleyman Sırrı YILMAZ

Medya güvenilirliği: Gençlerin medya güvenilirliği üzerine ampirik bir çalışma **392-417**

Media reliability: An empirical study on media reliability among young people

Çağlar GENÇ

Kurum kültürü yönetiminde kurumsal değerlerin çalışanlara benimsetilmesi: Bir ilaç firmasında uygulama örneği **418-446**

The adaptation of corporate values to employees under auspices of corporate culture management: a case study in a pharmaceutical company

Başak MENDİ - Erhan AKYAZI

Kurumsal iletişim aracı olarak web bilişim sistemlerinin kullanılabilirliğinde teknoloji kabulü (hastane web sitelerine yönelik bir araştırma) **447-477**

Technology acceptance and usability of web information systems as a corporate communication tool (a research for hospital web