

İÇİNDEKİLER CONTENTS

MAKALELER

ARTICLES

| | | |
|---------------------|---|-------|
| Gamze SATAR ŞENEL | Bankacılık Sürdürülebilirlik Uygulamalarında Kullanıcı Dostu Bir Girişim Örneği: Yapı Kredi / STEP) <i>A User-Friendly Initiative in Banking Sustainability Practices: The Case of Yapı Kredi / STEP</i> | 4-27 |
| Melek Müge ONAN | Seyahat Influencerlarının Yaşam Biçimlerine Etkisi: “Biz Evde Yokuz” İçerik Analizi <i>Impact of Travel Influencers on Lifestyles: Content Analysis of “Biz Evde Yokuz”</i> | 28-47 |
| Figen HAZNEDAROĞLU | Tüketim kültüründe beden inşasının reklamlarda görselleştirilmesi: “Biscolata Pia Egzotik” Örneği <i>Visualization of Body Construction in Consumer Culture Through Advertisements: “Biscolata Pia Exotic” Example</i> | 48-72 |
| Ayça SEYMENOĞLU BAŞ | Sembolik Değerlerin Aktarıcısı Reklamlar: “Bir Atasay Ailesi” Reklam Filmlerinin Göstergibilimsel Analizi <i>Advertisements as Transmitters of Symbolic Values: Semiotic Analysis of “An Atasay Family” Commercials</i> | 73-96 |