

İÇİNDEKİLER



Sunuş
(1)

**Halil İbrahim GÜRCAN- Engin COŞKUN- Necip Serdar SEVER-
Emrah BAŞER- Murat ATAİZİ- Mesude Canan ÖZTÜRK- Adil BİCAL**
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Eğitiminde Sanal Gerçeklik Uygulaması Kullanımı Üzerine
Bir Değerlendirme
(2-15)

Ozan YILDIRIM- Erkan YÜKSEL
Gazetelerde “Güzel”in Sunumu
(16-37)

Adil BICAL- R. Ayhan YILMAZ
Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli Çerçevesinde Kamu Spotlarının İncelenmesi: Portakal ve
Fındık Tüketimine Yönelik Örnekler
(38-54)

E. Gülbuğ EROL
TV Reklamlarında Korku Çekiciliği Olgusu: 2010-2017 Yılları Arası TV Reklamlarına
Yönelik Bir Araştırma
(55-67)

Fatma ÖZAL
1 Kasım 2015 Seçimlerinde Ahmet Davutoğlu'nun Türk Basınında Temsil Edilmesi Üzerine
Söylemsel Bir Çözümleme
(68-88)

Ekmel GEÇER- Şerif ARSLAN

Medya-Siyaset ve İdeoloji İlişkisi Bağlamında Türkiye’de Köşe ve Haber Yazımı
(89-107)

Erdal DAĞTAŞ- Lütfü PINAR

Türkiye’de Anayasa Referandumları ve Basın: 1961, 1982 Anayasaları ile 2010 Anayasa
Değişiklik Paketi Referandumlarının Türkiye Basınındaki Sunumunun Karşılaştırmalı
Çözümlemesi
(108-131)

Hale SATICI

Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Sinemada Temsili
(132-149)

Ali Kerem İNGEÇ

Yayıncılık Bağlamında “İyi” ve “Kötü” Kavramları
(150-162)

Gökhan BAK

1980’li Yıllardan Günümüze Türk Yazılı Basınında Çocuk Olgusu
(163-188)

Mustafa Evren BERK

Dünya Sinemasında Görsel Efektin Gelişimi: Türk Sinemasındaki Uygulamaları
(189-209)

Semra AKINCI- Vesile ÇAKIR

Para-Sosyal İlişki Teorisi Perspektifinden Ürün Yerleştirme Etkililiği
(210-228)