

## İÇİNDEKİLER

---

**Fatih AKSOY, Derya ÖCAL** **1-27**

### Araştırma Makalesi

Türkiye’de Sponsorluk Alanında Yapılan Doktora Tezlerinin Değerlendirilmesi / Evaluation of Doctoral Theses in The Field of Sponsorship in Turkey

---

**Ömer ÖZER** **28-67**

### Derleme Makalesi

Eleştirel Haber Araştırmaları: Eleştirel Söylem Çözümlemesi, Britanya Kültürel Çalışmaları İçin Bir Yöntem Midir? / Critical News Studies: Is Critical Discourse Analysis A Method for British Cultural Studies?

---

**Ayhan DOĞAN, Tuğçe AYDOĞAN KILIC** **68-93**

### Araştırma Makalesi

Glokal Pazarlama: Netflix Türkiye’nin Sosyal Medyada Yer Alan Yerelleştirme Stratejileri / Glocal Marketing: Netflix Turkey Social Media Localization Strategies

---

**Zekeriya SARIHAN** **94-114**

### Derleme Makalesi

Akademik Bir Disiplin Olarak Siyasal İletişim: 1990- 2000 Yılları Arası Ulusal Tez Merkezinde Bulunan Doktora Tezlerinin İncelenmesi / Political Communication As An

Academic Discipline: A Review of Doctoral Dissertations At The National Thesis Center  
Between The Years Of 1990 And 2000

**Deniz YAMAN**

**115-137**

## **Araştırma Makalesi**

Kullanımlar Ve Doyumlar Bağlamında Influencer'ların Z Kuşağı Sosyal Medya  
Kullanıcılarına Etkileri / Effects of Influencers on Z Generation Social Media Users in The  
Context of Uses And Gratification

**Seval TAŞTAN**

**138-159**

## **Araştırma Makalesi**

Sosyal Medya Üzerinde Benlik İnşası: Instagram Örneğinde Bir İnceleme / Self-Building on  
Social Media: A Study on Instagram Example

**Seyma KARA**

**160-181**

## **Araştırma Makalesi**

Reklamlarda Kullanılan Mutluluk Çekiciliğinin Göstergibilimsel Açıdan İncelenmesi: Bir  
Reklam Örneği İncelemesi / A Scientific Study of The Happiness Attraction Used in  
Advertisements: An Advertising Case Study

**Kemal Can TÜRK**

**182-210**

## **Derleme Makalesi**

Yeni Medyanın Kamuoyu Oluşumu Ve Toplumsal Olaylar Üzerindeki Gücü / The Power of  
Media on Public Opinion Formation and Social Events