

EDİTÖRDEN

Değerli meslektaşlarım,

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü olarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarındaki bilimsel çalışmaları bir araya getirmek üzere yayınlanan “**Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi**” (HİRE) nin 2023 yılı ikinci sayısına hoş geldiniz.

Dünyada halkla ilişkiler ve reklam alanlarında bilimsel çalışmalar yapan akademisyenlerin, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında eğitim gören lisans ve lisansüstü düzeydeki öğrencilerin dikkatini çekeceğine olan inancıyla, dergimizin bu sayısında alana birbirinden değerli katkılar sağlayan bilimsel çalışmalara yer verilmeye devam edilmiştir.

Beş makalenin yayınlandığı bu yeni sayımızda markaların kurumsal çağrışımları ve deneyim pazarlaması bağlamında Metaverse girişimleri, reklamların ikna teknikleri açısından incelenmesi, grafik tasarımında alegori ve İKSV afişleri incelemesi, dijital pazarlama süreçlerine kurum çalışanlarının nasıl katılım sağladıkları ve halkla ilişkiler ilişkin gelecek öngörülerini gibi konular ele alınmıştır. Bu sayımızdaki bilimsel çalışmaları biraz daha detaylı şu şekilde özetleyebiliriz;

Kerem Gülen, Cem Tümdağ, Elgiz Yılmaz Altuntaş tarafından ele alınan “**Markaların Kurumsal Çağrışımları ve Deneyim Pazarlaması Bağlamında Metaverse Girişimleri**” başlıklı çalışmada yeni bir mecra ve uygulama alanı olan Metaverse ve NFT ile markaların benimsedikleri kurumsal çağrışımları bağlamında hedef kitlelerine erişimlerini nasıl genişletebildikleri ve bu ortamda sundukları ürünlerin satın alınmasıyla marka ve kullanıcılar arasında oluşan doğrudan etkileşim düzeyi farklı kategorilere ait örnek olay analizleri ile niteliksel olarak değerlendirilmesi söz konusu olmuştur.

Kevser Tozduman Yaralı türetilen “**Bir Çocuk Kanalındaki Reklamların İkna Teknikleri Açısından İncelenmesi: Cartoon Network Örneği**” başlıklı çalışmada Cartoon Network çocuk kanalındaki 25 farklı markaya ait reklam ikna taktikleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışmada reklamlar hedef kitle, rol alan karakterler, reklam türü, kullanılan teknik ve sektör açısından incelenmiştir. Nitel model ve durum deseni kullanılan çalışmada içerik analizi ve betimsel analiz yapılmıştır.

Merve Ersan ve Oğuzhan Aras tarafından ele alınan **“Grafik Tasarımda Alegori ve İKSV Afişleri Örneği”** başlıklı araştırmada ülkemizdeki önemli sanat kuruluşlarından biri olan İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı’nın belirli etkinlikleri için tasarlanan afişlerin, retorik bir anlatım sanatı olarak alegorik ifade bağlamında incelenmesi ve değerlendirilmesi konu edinilmiştir. Makale nitel bir araştırma olarak yapılandırılmış olup, afişlerde grafik öğelerin alegorik olarak ifade ettiği anlamların göstergebilimsel yöntemle çözümlenmesi amaçlanmıştır.

Ece Ergül tarafından ele alınan **“Dijital Pazarlama Süreçlerine Kurum Çalışanlarının Katılımı: Trendyol Tech Podcast Serisi Üzerine Bir Değerlendirme”** başlıklı çalışmada Trendyol Tech Podcasts serisi inceleme sahası olarak seçilmiştir. Bu kapsamda içerik analizi yöntemi kullanılarak iletişim arşiv kayıtlarından elde edilen veriler, Cangialosi vd.’nin (2008) işletmelerde podcasting kullanım alanları olarak belirlediği ‘içsel iletişim’, ‘markalama, pazarlama ve reklam’, ‘eğitim ve sosyal hizmetler’, ‘halkla ilişkiler’ ve ‘işletmeden işletmeye, işletmeden tüketiciye’ kategorilerine göre yorumlanmıştır.

Esra Saltık Yaman’ın kaleme aldığı **“Halkla İlişkilerin Gelecek Öngörüsü”** başlıklı çalışmada ise, akademik çalışmalar ve sektörel raporlar üzerinden gerçekleşen literatür taraması ile mevcut ve gelecekte iletişim teknolojilerinden metaverse dünyasına, yapay zekadan yeni nesil çalışanlara kadar geniş bir yelpazede alana ilişkin öngörülerde bulunulmuştur.

Bilimsel çalışmaları ile dergimizde yazıları yayınlanan tüm meslektaşlarımıza desteklerinden dolayı tekrar teşekkür ediyoruz.

Dünyada halkla ilişkiler ve reklamcılık alanları ile ilgili bilimsel uluslararası nitelikteki çalışmaları bir arada toplamayı ve bu alanda öncülük etmeyi amaçlayan dergimizin sonraki sayılarına sizleri değerli çalışmalarınızı göndermeye ve literatüre katkı sağlamaya davet ediyoruz.

Keyifli okumalar!

En içten saygılarımızla,

Prof. Dr. R. Gülay ÖZTÜRK
HİRE Editörü