

Üniversite : T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi

Enstitüsü : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Ana Sanat Dalı : İletişim Sanatları

Program : İletişim Sanatları

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Gülnur IŞIKLAR

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Eylül 2022

ÖZET

DEĞİŞEN VE DÖNÜŞEN HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI DOĞRULTUSUNDA KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile birlikte gerçekleşen değişim ve dönüşümler bireylerin iletişim kurma biçimlerinden, tüketim alışkanlıklarına ve gündelik hayatlarına kadar pek çok alanda etkisini gösterirken; kurum, kuruluş, örgüt ve işletmelerde yönetim stratejileri, çalışma şekilleri gibi birçok alanda değişim ve dönüşümü zorunlu kılmıştır. Çağımızın dijitalleştiği ve hayatın dijital yönde aktığı toplumsal bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler uygulamalarının da etkin ve etkili olabilmesi için uygulayıcılarının dijitalleşmenin bir parçası olması gerekmekte markaların ise kendilerini tanıtabilmek ve tanınır olabilmek için dijitalleşmeye uygun olarak kimliklerini ve imajlarını yeniden ele almaları gerekmektedir.

Bu anlamda, gerçekleştirilen çalışmada; Türkiye'nin en değerli 100 markası arasından, 2000 yılı sonrası dijitalleşmeye uygun olarak logo değişimi yapan ve 5 farklı sektörden seçilen 5 ayrı markanın gerçekleştirdiği logo ve amblem değişimleri araştırılmıştır. Bu çalışma kapsamında incelenen 5 ayrı markanın logo ve amblem değişimi göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın amacı, değişen ve dönüşen halkla ilişkiler uygulamaları doğrultusunda kurumsal kimlik çalışmalarının dijitalleşme ile birlikte nasıl bir dönüşüm izlediğine yönelik veriler ortaya çıkarmaktır.

Bir diğer ifadeyle, gerçekleştirilen çalışmada değiştirilen kurumsal kimlik çalışmaları ile dijitalleşme sonrası markaların halkla ilişkiler uygulamalarında değişen ve dönüşen iletişim şekilleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, İletişim, Dijitalleşme, Dijital Dnüşüm, Kurumsal Kimlik



University : T.C. Istanbul Kultur University

Institute : Institution of Postgraduate

Main Art Department : Communication Arts

Programme: Communication Arts

Supervisor : Dr. Öğr. Üyesi Gülnur IŞIKLAR

Degree Awarded and Date : Master Thesis / September 2022

**A RESEARCH ON CORPORATE IDENTITY STUDIES IN ACCORDANCE
WITH CHANGING AND TRANSFORMING PUBLIC RELATIONS**

PRACTICES

ABSTRACT

Changes and transformations that have taken place with technological developments and digitalization have an impact on many areas, from the way individuals communicate, to their consumption habits and to their daily lives. It has necessitated change and transformation in many areas such as management strategies and working styles in institutions, organizations, organizations and businesses. It emerges as a social reality that our age has become digital and life flows digitally. In this context, in order for public relations practices to be effective and effective, their practitioners need to be a part of digitalization, and brands need to reconsider their identities and images in accordance with digitalization in order to introduce themselves and be recognized.

In this sense, in the study carried out; Among the 100 most valuable brands of Turkey, logo and emblem changes made by 5 different brands selected from 5 different sectors, which changed their logos in accordance with digitalization after 2000, were investigated. The logo and emblem changes of 5 different brands examined within the scope of this study were examined by semiotic analysis method. The aim of the study is to reveal data on how corporate identity studies follow a transformation with digitalization in line with changing and transforming public relations practices. In

other words, the changing and transforming forms of communication in the public relations practices of brands after digitalization with the changed corporate identity studies were determined in the study.

Keywords: Public Relations, Communication, Digitalization, Digital Transformation, Corporate Identity

