



Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi
INTERNATIONAL E- JOURNAL OF PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING STUDIES

HİRE E-DERĞİ

ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER ve REKLAM ÇALIŞMALARI DERĞİSİ

YAYIN VE YAZIM KURALLARI

Yayın Kuralları

1. Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, yılda 2 kez Mart ve Eylül aylarında yayınlanan hakemli elektronik dergidir. Dergide özgün çalışmalar dışında kitap eleştirisi ve alana katkı sağlayacak çevirilere de yer verilir.
2. Dergiye gönderilen makaleler en az iki hakemin olumlu raporu ile yayınlanır. Çeviriler ve kitap eleştirileri hakemlere gönderilmeksizin editör kararıyla yayınlanır.
3. Yazılar, bir yayın organında yayımlanmamış veya halen yayın aşamasında bulunmamış, özgün ürünler olmalıdır. Kongre, sempozyum veya bir toplantıda bildiri şeklinde sunulmuş olan çalışmalar belirtilmek kaydıyla gönderilebilir.
4. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.
5. Dergiye gönderilecek makaleler özetler, dipontlar ve referanslar dahil 4000-9000 sözcük arasında olmalıdır. Özetler 200 sözcüğü geçmemeli, Türkçe ve İngilizce yazılmalıdır. Özette çalışmanın kapsamı, amacı, yöntemi tanımlanmalı ve ulaşılan

sonuçlardan bahsedilmelidir. Özetlerin altında en az üç tane anahtar sözcük yer almalıdır. Ayrıca çalışmalarda 600-800 sözcük arasında İngilizce genişletilmiş özete yer verilmelidir.

6. Yazarların unvanı, görev yeri, e-posta adresi ve varsa ORCID Numarası dipnotta gösterilmelidir.
7. Yazılar docx veya doc formatlarında olmalı ve Times New Roman karakteriyle, 1,5 satır aralığıyla yazılmalıdır. Sayfa yapısında kenar boşlukları 3 cm olmalıdır. Başlıklar 12 punto ve koyu olarak yazılmalı, ana metinde ise 11 punto kullanılmalıdır. Özetler 10 punto ve tek satır aralığı kullanılarak yazılmalıdır. Paragrafların ilk satırları soldan 1,25 cm girintili olmalıdır. Açıklayıcı notlar numaralandırılarak ilgili sayfa altında dipnot olarak belirtilmeli ve 10 punto, tek satır aralığı ile yazılmalıdır.
8. Çalışmanın ana başlığının tamamında büyük harf kullanılmalı ve ortalı olarak yazılmalıdır. Yazıdaki diğer başlıklar sola hizalanmalıdır ve kelimelerin ilk harfleri büyük olmalıdır. Başlıklar giriş ve sonuç hariç numaralandırılmalıdır.
9. Tablo, şekil, grafik gibi görseller numaralandırılmalı ve metin içinde uygun yerlere başlıkları altta olacak şekilde yerleştirilmelidir. Başlık koyu, açıklama düz yazılmalıdır (Örneğin: **Grafik 1:** 2010-2017 yılları arasında sosyal medya reklamlarına ayrılan bütçe dağılımı).
10. Yazıların tüm sorumluluğu yazar(lar)ına aittir, yazılarda ifade edilen görüşler yazar(lar)ın kendi görüşleri olup dergiyi bağlamaz.
11. Yayınlanması uygun bulunan yazıların telif hakkı yazarlara aittir. Yazarlara telif ücreti ödenmez.
12. Yazar(lar)ın çalışmalarının yayınlanmasına izin verdiğine dair “**Yayın Hakkı Onay Formu**”nu doldurarak imzalamaları ve dergiye göndermeleri gerekmektedir.
13. Çevirilerde, eserin yazarından onay alındığına dair imzalı onay yazısının ve metnin orijinalinin dergiye yollanması gerekmektedir.

Kaynakların Düzenlenmesi

1. Dergiye gönderilen tüm yazıların metin içi referansları ve kaynakçaları APA sistemine (6. Baskı) uygun olarak düzenlenmelidir (detaylı bilgi için <http://www.apastyle.org/> adresi ziyaret edilebilir).
2. Metin içinde yapılan tüm göndermeler, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve eğer alıntı yapılmışsa sayfa numarası yazılarak belirtilmelidir: (Kotler, 2015, s. 75) gibi.

3. Yazarlar ikiden fazlaysa, ilk yazarın soyadından sonra “ve diğeri” anlamında “vd.” ibaresi kullanılmalı (Assange vd., 2013)
4. Birden fazla kaynağa yapılan atıflarda yazarların soyadları noktalı virgülle ayrılmalıdır (Scott, 2011; Spalton, 2015).
5. Aynı yazarın aynı yılda yaptığı çalışmalar için “a, b, c” ibareleri kullanılmalıdır (Castells, 2011a). Bu ibareler metin içinde ve kaynakçada aynı olmalıdır.
6. Kaynakçada yalnızca metinde gönderme yapılan kaynaklara tam künyeleri ile yer verilmeli ve türleri dikkate alınmaksızın tüm kaynaklar yazar soyadı ve yıla göre düzenlenmelidir.
7. Kaynakçada eserlerin gösterim şekli aşağıdaki gibi olmalıdır:

Kitap

Çamdereli, M. (2004). *Yönetişim ve Reklam İletişimi*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

Çeviri Kitap

Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu* (9. Baskı). (F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kitapta Bölüm/Makale

Becker, L. B., & Vlad, T. (2009). News Organizations and Routines. K. Wahl-Jorgensen, & T. Hanitzsch içinde, *The Handbook of Journalism Studies* (s. 59-72). New York: Routledge.

Dergi Makale

Graham, S., & Wood, D. (2003). Digitising Surveillance: Categorisation, Space, Inequality. *Critical Social Policy*, 2(23), 227-248.

Bildiri

Şakı Aydın, O. (2017). Yeni medya yeni televizyon: kolektif izlemenin sonu mu?. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, 6-7 Mayıs 2017, İstanbul

İnternet

BBC. (2016), <http://www.bbc.co.uk/news/topics/cp7r8vgl2rgt/reality-check>, Erişim Tarihi: 20.12.2017.

Davies, J (2017). “The BBC is using ‘slow news’ to fight fake news”, <https://digiday.com/uk/bbcs-slow-news-focus-changing-newsroom-dynamics/>, Erişim Tarihi: 20.12.2017.

Digital Age (2017). “2016 yılı dijital reklam rakamları açıklandı”, <http://digitalage.com.tr/2016-yili-dijital-reklam-rakamlari-aciklandi/>, Erişim Tarihi: 02.12.2017.

