

UMTEB - 2. INTERNATIONAL CONGRESS ON VOCATIONAL AND TECHNICAL SCIENCES
TÜRKİYE'DE KURUMSAL DERGİCİLİĞİN ÖRNEKLERİNDEN BASIN HAYATI DERGİSİNİN
İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF AN EXAMPLE OF CORPORATE MAGAZINE PUBLISHING IN
TURKEY: PRESS LIFE MAGAZINE

Dr. Osman Vedüd EŞİDİR

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Basın Müşavirliği

Dr. Gökhan BAK

Milli Savunma Bakanlığı

ÖZET

Türkiye’de son dönemde kurumsal dergiler önemli yer edinmeye başlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte iletişim teknolojilerinin gelişmesi, kurumsal kimliği ön plana çıkaran dergilerin önemini geleneksel medyaya oranla daha da arttırmıştır. Basın İlan Kurumu’nun kurumsal yayın organı Basın Hayatı dergisi 1 Kasım 2010 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. İki ayda bir yayınlanan dergi, kurumsal haberlerin yanı sıra basın dünyasıyla ilgili haberlere yer vermiştir. Basın İlan Kurumu’nun, Türk basın sektöründeki 57 yıllık rolünü Genel Müdür Mehmet Atalay ile yeniden tanımlayan Basın Hayatı dergisi, kurumun yeni bir yapıya kavuşturulması için bir misyon üstlenmiştir. Türkiye basınında önemli bir yere sahip olan Basın İlan Kurumu’nun kurumsal yayın organı olan Basın Hayatı dergisi içerik analiziyle incelenmiştir. Bu gibi dergilerin sayesinde kurumların tanınırlığını artıracak düşünülerek, sayılarının da gün geçtikçe çoğaltılması gerektiği bilinmelidir.

Anahtar Kelimeler: Dergi, Kurumsal Dergicilik, Basın Hayatı Dergisi.

ABSTRACT

Corporate magazines has begun to gain significant ground in Turkey in recent years. The development of communication technologies together with globalization has increased the importance of magazines that give priority to corporate identity compared to traditional media. Press Life Magazine, the corporate publication of the Press Advertisement Agency, started its publication life on November 1. The bi-monthly magazine featured press releases as well as corporate news. Along with Press Life Magazine, Press Advertisement Agency redefined its 57-year-old role in Turkish press sector by taking over a mission of bringing the institution to a new structure by the General Manager Mehmet Atalay. In this study, the content analysis of Press Life Magazine is done, due to its important place in Turkish Media, being the corporate media organ of Press Advertisement Agency. In contemplation of institutions’ recognition level will increase by means of such magazines, it is known that number of such magazines will increase day by day.

Key Words: Magazine, Corporate Magazine, Press Life Magazin