



ISSN:1306-3111
e-Journal of New World Sciences Academy
2009, Volume: 4, Number: 1, Article Number: 4C0004

HUMANITIES

Received: March 2008
Accepted: January 2009
Series : 4C
ISSN : 1308-7320
© 2009 www.newwsa.com

Kazım Özkan Ertürk
ozkanerturk@myinet.com
Ankara-Turkey

YAZILI BASININ SİYASAL LİDER İMAJINA KATKISI

ÖZET

İmaj, bir kişi, kurum, kavram ya da bir nesne hakkında zihinde oluşan imgeler bütünüdür. İmajın oluşmasında ve değişmesinde şüphesiz ki iletişimin büyük payı vardır. Bu çalışmada 59. Hükümetin Türkiye'nin AB üyelik sürecinde gazetelerde yer alan mesajları üzerinden, yazılı basının siyasal lider imajındaki etkisine ilişkin bir analiz yapılmıştır. Bununla birlikte siyasal karakterlerin çeşitli biçimlerde basında yer alması ile siyasal lider imajının oluşumu arasında bir ilişkinin olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Türkiye ve AB ilişkilerinde önemli olarak kabul edilen bazı tarihlerde Cumhuriyet, Hürriyet ve Yeni Şafak gazetelerine yansıyan iktidar mensuplarının mesajları, araştırmanın nicel ölçüm birimi olarak alınmıştır. Ele alınan konu başlıklarında her üç gazetede de sıklıkla mesajı yer alan iktidar mensubunun siyasal lider imajı üzerinde olumlu katkı sağladığı öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İmaj, İletişim, Yazılı Basın, Siyasal Lider İmajı, İletişim Süreci

CONTRIBUTION OF PRESS TO THE IMAGE OF POLITICAL LEADERSHIP

ABSTARCT

Image is a collection of figures related to a person, an association, a concept or an object. It is a fact that appearance and modification of the image are highly dependent on communication. The effectiveness of press on political leadership image is analyzed in this study with the messages of 59th government about the process of membership of Turkey in European Union. Also, the relation between the variable news based on political characters and taking shape of political leadership image is suggested. With this aim, the dates supposed to be important in the process of membership of Turkey in European Union which are reflected to the newspapers named Cumhuriyet, Hürriyet and Yeni Şafak, are accepted to be the quantitative unit of this study. The message belongs to power which have high frequency on each three newspaper is supposed to have positive contribution on political leadership image also formed the headlines.

Keywords: Image, Communication, Press, Image of Political Leadership, Process of Communication