

ERZURUM YEREL GAZETELERİNDE KULLANILAN SLOGANLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

SEMIOTIC ANALYSIS OF SLOGANS USED IN ERZURUM LOCAL NEWSPAPERS

Dr. Gökhan BAK

Milli Savunma Bakanlığı



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1106>

Reference : Bak, G. (2018). "Erzurum Yerel Gazetelerinde Kullanılan Sloganların Göstergebilimsel Analizi", International Social Sciences Studies Journal, 4(27): 6165-6171

ÖZ

Halkın isteklerine tercüman olan yerel basın, aynı zamanda yöre halkına kendilerine değer verildiğini gösterir. Her türlü gelişmelerden haberdar ederek; sunduğu haberlerde, fotoğraflarda, sıkıntılarda, etkinliklerde bir nevi yöre halkına yaşadığı yerin her gün bir hatırlatmasını yapar. Gazetelerde sunulan haberler, okuyucuların bakış açılarını yönlendirir. Bu yönlendirme ise gazetenin kullandığı sloganla başlar. Basın İlan Kurumu'nun resmi internet sayfasında yer alan Erzurum yerel gazetelerinde kullanılan sloganlar, araştırma kapsamında göstergebilimsel olarak çözümlenmiştir. Sloganlarda; hedef kitleyi etkilemek amacıyla görsel ve dilsel iletilerin olduğu, bunlar sayesinde anlamlar yüklendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Slogan, İletişim, Göstergebilimsel Analiz.

ABSTRACT

The local press, which interprets the wishes of the people, also shows that the local people are valued. By informing all kinds of developments; in the news, photos, troubles, events, a kind of local people to make a reminder of where you live every day. The news presented in newspapers directs readers' perspectives. This orientation starts with the slogan used by the newspaper. The slogans used in the local newspapers of Erzurum on the official web site of the Press Advertising Agency were analyzed semiologically. slogans; In order to influence the target audience, it is seen that there are visual and linguistic messages.

KeyWords: Yerel Basın, Slogan, Communication, Semiotic Analysis.

1.GİRİŞ

Görsel, işitsel ve yazılı basın; kamuoyunu bilgilendirmek, eğlendirmek, denetlemek, eğitmek, kamuoyu oluşturmak gibi birçok görevi üstlenmiştir. İnsanlar haberlere; tercihlerine göre görsel, işitsel ya da yazılı basın aracılığıyla ulaşırlar. Burada sunulan haberler, insanların dünyaya bakış açılarını, algılamalarını, davranışlarını yönlendirmektedir. Yazılı basının en önemli araçları gazetelerdir. Gazetelerde yönlendirme gazetenin sloganıyla başlar (Sığırcı, 2016:179).

Toplumların yaşantısında her zaman önemli bir yere sahip olan yerel basın, halkın isteklerine, beklentilerine tercüman olurlar. Yerel basında yayımlanan haberler, fotoğraflar, sıkıntılar, etkinlikler, yöre halkına yaşadığı yerin özetini sunar, ona yaşadığı yerin bir parçası olduğunu hatırlatır ve kendilerine değer verildiğini gösterir. "Toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişimleri yöre halkına aktaran yerel basın, yöre toplumunun ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir" (Gezgin, 2007:177). Yerel basın, yayımlandıkları yerin haberlerini, sıkıntılarını dile getirirken, halkın istediklerini ilgililere aksettirmeyi hedefler (Ünal, 1996:1068).

Ülkemizde olduğu kadar gelişmiş ülkelerde de yerel basın halkın nabzını tutan, olumlu ya da olumsuz bakış açılarını geliştirmeyi sağlayan araçlardır. "Gelişmiş ülkelerde yerel basının büyük önemi vardır. Bu ülkelerde yerel gazeteler, yüksek tirajlara ulaşabilmektedir. Çünkü bu yerlerde çıkan yerel gazeteler, her

şeyden önce bulunduğu yöreye bütünleşmekte ve o yörede yaşayan insanların adeta sesi olmaktadır” (Büyükbaykal, 2005:84).

Gazetelerin nihai hedefi, satışlarını ve tirajlarını artırmaktır. Kimi gazeteler, ideolojilerini yayma amacıyla gözükseler de, satılmayan gazetelerin toplumda yer edinmeyeceği bir gerçektir. Gazeteler ideolojilerini, okuyucuları etkileyecek şekilde göstergeler kullanarak sunarlar. Bunları gazetelerde slogan, logo ya da her ikisini kullanarak yansıtırlar.

“Slogan, bir düşünceyi kolay hatırlanıp tekrarlanabilir bir biçimde ifade eden kısa, çarpıcı sözdür” (URL-1). Türkiye’deki gazetelerin çoğunluğu slogan ve logo kullanmaktadır. Bazı gazeteler sadece logo kullanmayı tercih ederken, bazıları da her ikisini kullanarak daha etkili olacaklarını düşünmektedir. Kullanılan slogan ve logolar, insanların düşüncelerini ve satın alma tercihlerini etkileyen bir tür reklam gibidir. Sloganın nihai amacı, anlamından ziyade hedef kitleyi etkilemektir. Slogan akılda tutulmasını kolaylaştırması bakımından kısa olması ve alıcının içerikle ilgili düşünmesini engellemeyi amaçlayan yapıda bulunması gerekir. Bir bakıma sloganlar aracılığıyla okuyucular, gazeteyi tanırlar ve gazete hakkında bir izlenim kazanırlar. Gazetelerde kullanılan slogan, logo ve renkler birer göstergedir (Sığırcı, 2016:180-185). Bu göstergelerin çözümlenmesi ve taşıdığı anlamların ne olduğu araştırma konularıdır. Bu bağlamda, Basın İlan Kurumu’nun resmi internet sayfasında Erzurum iline ait yerel gazeteler seçilerek, bu gazetelerin kullandıkları sloganlar göstergebilimsel yöntemle çözümlenmiştir. Anlam katmanları incelenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yapılan literatür taramasında yerel basınla ilgili birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Bu araştırmaların çoğunluğunun; yerel basının sıkıntıları, geliştirilmesi ve önemi üzerinde olduğu görülmektedir. Anadolu Basını, Taşra Basını ya da Mahalli Basın olarak da adlandırılan yerel basın, bulunduğu bölgeye özgü haberler vermektedir. Erzurum yerel basınıyla ilgili bir araştırmada; 6 Kasım 2017-17 Kasım 2017 tarihleri arasında, Erzurum yerel basınında yayımlanan gazetelerinin birinci sayfalarının içerik analizi yapılarak, yerel haberlerin konularının neler olduğu, hangi haberlere öncelik verildiği, ulusal basının haberlerinin kullanılıp kullanılmadığı incelenmiştir (Köseoğlu, 2017:149-164). Erzurum yerel basınında yer alan gazetelerin sloganlarının anlam katmanları üzerinde yapılan bir çalışma bulunmamaktadır.

Sloganların göstergebilimsel incelenmesi üzerine de birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan bir çalışmada; Türkiye’de yayımlanan ulusal gazetelerin kullanmış olduğu sloganların okurların satın alma tercihlerini etkilediği incelenmiştir (Sığırcı, 2014:157). Başka bir çalışmada Tekirdağ ili Çorlu ilçesinde yayımlanan üç adet yerel gazetenin slogan ve logoları göstergebilimsel açıdan incelenmiştir (Bak ve Eşidir, 2016:8-13). Erzurum yerel basınında yayımlanan gazetelerin kullandıkları sloganların göstergebilimsel çözümlemesi üzerine bir çalışma yapılmadığından bu araştırmaya gereksinim duyulmuştur.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada göstergebilimsel yöntem kullanılmıştır. “Göstergebilim, insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya, göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler” (Erkman Akerson, 2016:18). Göstergebilimde hayatın her alanı inceleme konusudur. Göstergeler arası ilişkileri ve anlamlarını inceler. Dış dünyanın işleyişine bakarak insan ilişkilerini anlamlandırmaya çalışır (Sığırcı, 2016:10).

Birçok bilim adamı Eskiçağ’dan itibaren tıptaki belirtiler ve dilsel göstergeler olmak üzere çeşitli göstergeleri yorumlamışlardır. Bu göstergelerin kuramı göstergebilimdir (Rifat, 2013:99). Araştırmacının aklına gelen her şeyi söylemesine engel olur ve medya metinlerinin daha detaylı incelenmesini sağlar (Rifat, 2011:20-22).

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye’de yerel basındaki gazetelerin çoğu hedef kitleyi etkilemek adına slogan kullanmaktadır. Erzurum yerel gazetelerinde kullanılan sloganların da okuyucuları etkilemek amacıyla slogan kullandığı aşikârdır. Düzanamlarından ziyade yananamların etkili olduğu sloganlarda hedef kitleye iletilmek istenen mesajlar incelenmiştir.

3.2. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Türk yazılı basını, örneklemine ise amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen Erzurum yerel basınındaki gazeteler oluşturmaktadır. Araştırma Basın İlan Kurumu’nun resmi internet sitesinde Erzurum yerel gazeteler içerisinde yer alan altı gazete ile sınırlıdır (URL-2). Günebakış, Milletın Sesi,

Yenigün, Pusula, Oltu'nun Sesi, Oltu Gözlem gazetelerinin kullandıkları sloganların anlam katmanları incelenmiştir. Araştırma kapsamında yalnızca bu gazetelerin sloganları göstergebilimsel analizle çözümlenmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında incelenen gazetelerin görsel göstergeleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Altı gazetenin de slogan kullandığı, üç tanesinin ise ikinci bir sloganı da gazeteye eklediği görülmektedir.

Tablo 1: Gazetelerin Görsel Göstergeleri		
S.NO	GAZETENİN ADI	GÖRSEL GÖSTERGESİ
1	Günebakış	
2	Milletin Sesi	
3	Yenigün	
4	Pusula	
5	Oltu'nun Sesi	
6	Oltu Gözlem	

Tablo 2'de araştırma kapsamındaki gazetelerin kullandığı sloganlar ve bu sloganların gazeteye yerleştirilme şekilleri gösterilmiştir. Üç gazetenin iki slogan kullandıkları da dikkati çekmektedir. Kullanılan sloganların üç tanesi büyük harfler kullanılarak oluşturulmuştur. Bu şekilde büyük harf kullanımı, sloganın daha belirgin olmasını sağlayarak, kolay algılanmasına yol açmıştır.

Tablo 2: Gazetelerin Sloganları			
S.No	Gazetenin Adı	Kullandığı Slogan/Sloganlar	Sloganın Yerleştirilme Şekli ve Göstergeler
1	Günebakış	Halkın ve Haklının Yanında...	Gazetenin isminin altında. Solda kartal başı var.
2	Milletin Sesi	1. GÜNLÜK SİYASİ GAZETE 2. Erzurum'un Gazetesi	Gazetenin isminin altında ve sağ üstünde yer alıyor. Solda dalgalanan Türk bayrağı var.
3	Yenigün	ERZURUM'UN YENİGÜN'Ü	Gazetenin isminin altında.
4	Pusula	Doğu'nun Tek Bölge Gazetesi	Gazetenin isminin üstünde solda.
5	Oltu'nun Sesi	1. GÜNLÜK BAĞIMSIZ SİYASİ GAZETE 2. OLTU-OLUR-ŞENKAYA VE NARMAN İLÇELERİ BÖLGE GAZETESİ	Gazetenin isminin altında yer alıyor. Sağda dalgalanan Türk bayrağı var.
6	Oltu Gözlem	1. Günlük Siyasi Gazete 2. Egemenlik Kayıtsız Şartsız Milletindir	Gazetenin isminin sağ ve sol altında yer alıyor. Solda dalgalanan Türk bayrağı var.

4.1. Sloganların Çözülmesi

Göstergebilim, görünenin arkasında gizli olan anlamı ve bunun nasıl oluştuğunu ortaya çıkarır. Hedef kitleye iletmek istediği anlamların neler olduğu çözümlenmektedir. Göstergeler iletişim amaçlıdır, hedef kitleyi etkilemektedir (Bak, 2018:1441).

Sloganlardaki anlam katmanlarını ve bu anlamın nasıl oluştuğunu ortaya çıkarmak için göstergebilimsel çözümleme çoğunlukla kesitleme yöntemi kullanılır (Sığırcı, 2016:190). Bütüncede; alıcıyı doğrudan hedef alan sloganlar, haberin kalitesine yönelik sloganlar ve ideolojik mesaj içeren sloganlar olarak üç türlü kesitleme yoluna gidilmiştir.

4.1.1. Birinci Kesitleme: Alıcı Doğrudan Hedef Alan Sloganlar

Bu kesitleme içerisinde yer alan gazetelerin sloganlarını oluştururken doğrudan hedef kitleye hitap ettiği görülmektedir. Tablo 3'te görüldüğü üzere, araştırma kapsamında incelenen dört gazetenin bu şekilde sloganlarını kullandığı göze çarpmaktadır.

S.No	Gazetenin Adı	Kullandığı Slogan/Sloganlar	Sloganın Yerleştirilme Şekli ve Göstergeler
1	Milletin Sesi	1. GÜNLÜK SİYASİ GAZETE 2. Erzurum'un Gazetesi	Gazetenin isminin altında ve sağ üstünde yer alıyor. Solda dalgalanan Türk bayrağı var.
2	Yenigün	ERZURUM'UN YENİGÜN'Ü	Gazetenin isminin altında.
3	Pusula	Doğu'nun Tek Bölge Gazetesi	Gazetenin isminin üstünde solda.
4	Oltu'nun Sesi	1. GÜNLÜK BAĞIMSIZ SİYASİ GAZETE 2. OLTU-OLUR-ŞENKAYA VE NARMAN İLÇELERİ BÖLGE GAZETESİ	Gazetenin isminin altında yer alıyor. Sağda dalgalanan Türk bayrağı var.

Milletin Sesi gazetesinde iki slogan kullanılmıştır. Birinci slogan olarak; "GÜNLÜK SİYASİ GAZETE" kullanılmıştır. Burada günlük olarak haberlerin okuyuculara ulaştırıldığı büyük harflerle yazılarak vurgulanmıştır. İkinci slogan olarak; "Erzurum'un Gazetesi" kullanılmıştır. Gazetenin belli bir kitleye hitap ettiği, Erzurum için haberleri günlük olarak sundukları ifade edilmiştir. Ayrıca, Erzurum için 62 yıldır hizmet verdiklerini belirten yazılı ileti ile görsel gösterge olarak Türk bayrağı kullanılmıştır. Erzurum için haberleri okuyuculara sunarken, Türkiye'nin bağımsızlığı için çalıştıkları yan anlamı verilmiştir.

Yenigün gazetesinde slogan olarak; "ERZURUM'UN YENİGÜN'Ü" kullanılmıştır. Slogan kullanılırken büyük harflerle ERZURUM yazılması bir nevi belli bir kesime hitap ettiklerinin ve bunu haykırarak söylediklerinin göstergesidir. Sloganın içerisinde gazetenin adı da dâhil edilerek, alıcının düşünmesi istenmiştir. Alıcılarına düşünen, okuyan profili olarak gördükleri belirtilmiştir. Hatta gazetenin "YENİGÜN" yazısı içerisinde kullanılan "Ü" harfinin soru işaretleriyle oluşturulmasıyla, okuyuculara sorgulayan kişiler oldukları da vurgulanmış, kendilerine ayrıcalıklı okuyucular hissi verilmiştir.

Pusula gazetesinde slogan olarak; "Doğu'nun Tek Bölge Gazetesi" kullanılmıştır. Erzurum'un Türkiye'nin doğusunda yer aldığına da işaret ettiği, bu bölgenin tek bölge gazetesi ve buradaki yöre halkının sesi olduğu vurgulanmıştır. Gazete adının oluşturulmasında pusulanın yön işaretlerini anımsatan, bir görsel gösterge kullanılmıştır. PUSULA kelimesinin ortasında bulunan "USU" harflerinden; "U" harfinin birinde batı, diğerinde doğu yönünün gösterildiği, "S" harfinde ise kuzey ve güney yönlerinin gösterildiği bariz ortadadır. Burada amaç; pusulada olduğu gibi yönünüzü bulabileceğiniz, hiçbir zaman kaybolmayacağınız düşüncesinin verilmesidir. Yön diye tabir edilen nokta ise gerçek haberin bulunduğu yere işaret etmektedir. Bu gazete sayesinde gerçek haberden asla sapmayacağınız düşüncesi verilmiştir.

Oltu'nun Sesi gazetesinde iki slogan kullanılmıştır. Birinci slogan olarak; "GÜNLÜK BAĞIMSIZ SİYASİ GAZETE" kullanılmıştır. "Bağımsız" kelimesiyle karşılaştırma yapılmış ve yan anlamlar içermiştir. Diğer gazeteler gibi bağımlı olmadıkları, bağımsız hareket ettikleri vurgulanmıştır. İkinci slogan olarak; "OLTU-OLUR-ŞENKAYA VE NARMAN İLÇELERİ BÖLGE GAZETESİ" kullanılmıştır. Burada belirtilen ilçelerin okuyucularına hitap ettikleri, onların sıkıntılarını dile getirdikleri, her zaman yanlarında oldukları, günlük olarak haberlerle kendilerine bilgi verdikleri belirtilmiştir. Ayrıca görsel gösterge olarak da dalgalanan bayrak kullanılmıştır. Türkiye'nin bağımsızlığı ve bütünlüğü yan anlamı, görsel göstergeyle okuyucuya verilmiştir.

4.1.2. İkinci Kesitleme: Haberin Kalitesine Yönelik Sloganlar

Gazetelerde verilen haberlerin kalitesi alıcıların güvenini kazanmada önemli yere sahiptir. Bu kesitleme içerisinde yer alan Günebakış gazetesinde, haberin kalitesi ön plana çıkarılarak slogan oluşturulmuştur. Gösterebilimsel çözümlenmelerde düzanlamdan ziyade yananlamların altında mesajlar yatmaktadır. Düzanlam herkesçe görünen, yananlam ise gizli olan ve herkeste farklı duygular, değerler uyandıran anlamdır. Göstergeyi gösterge yapan da bu yananlam katmanıdır.

Günebakış gazetesinde kullanılan düzanlam ve yananlam katmanları Tablo 4’de gösterilmiştir. Alıcılara verilmek istenen mesaj yananlam katmanında yatmaktadır. “Halkın ve Haklının Yanında...” sloganıyla; gazete olarak, her zaman halkın ve haklının yanında oldukları, haksızlığa gelemedikleri, diğer gazetelerde bu anlayışın olmadığı ve hatta bu gazetelerin haksızlığa yeri geldiğinde göz yumdukları yananlam katmanı ile verilmiştir. Slogan bitiminde üç nokta konulması da, daha söylenecek çok şey olsa da, okuyucunun bu gazeteyi seçmesi için haklının yanında olması bile yeterli bir neden olacağı düşüncesi hissettirilmeye çalışılmıştır.

S.NO	Gazetenin Adı	Slogan	Düzanlam	Yananlamlar
1	Günebakış	Halkın ve Haklının Yanında...	Halkın ve haklı olanların yanında oldukları.	- Biz her zaman halkın ve haklı olanların yanındayız. Haksızlığa gelemeyiz. - Diğer gazeteler halkın ve haklının yanında değiller. Haksızlığı görmezler. - Biz haklı olana sahip çıkarız, onlar sahip çıkmadıkları gibi haksızlığa da göz yumar.

Gazetede kullanılan slogan içerisinde ikili karşıtlıklar da vardır. Bu karşıtlıklar alıcılara verilmek istenen iletinin öğelerini ortaya çıkarır ve anlam üretiminin kurulmasına yardımcı olur. Bu bağlamda, Günebakış gazetesinin kullandığı slogan içerisinde “haklı-haksız” karşıtlığı ile de her zaman haklının yanında oldukları, haksızlığa gelemedikleri vurgulanmıştır. Ayrıca gazetenin adının hemen sol tarafında kartal başı bulunmaktadır. Bu simgesel ifadeyle haberlere biz kartal gözüyle bakıyoruz. Bizden bir şey kaçmaz mesajları da yüklenmiştir.

4.1.3. Üçüncü Kesitleme: İdeolojik Mesaj İçeren Sloganlar

Bu kesitleme içerisinde sadece bir gazete yer almaktadır. Oltu Gözlem gazetesinin sloganını oluştururken ideolojik mesajlar vererek alıcılarını etkilediği görülmüştür.

“İdeoloji; siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükûmetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dinî, moral, estetik düşünceler bütünüdür” (URL-3). İdeolojik sloganlar da bir düşünceyi, bir davranışı yönlendirmek amacıyla yapılmıştır.

Oltu Gözlem gazetesinde iki slogan kullanılmıştır. Birinci slogan olarak; “Günlük Müstakil siyasi Gazete” kullanılmıştır. “Müstakil” sözcüğü ile bağımsız yapıda oldukları, bu özellikleri ile diğer gazetelerden ayrıldıkları, diğer gazetelerin bağımlı olarak hayatlarına devam ettikleri, kendilerinin ise kimseye bağlı olmadan bağımsız haber yaptıkları yananlamları çıkarılmıştır. İkinci slogan olarak; Atatürk’ün bağımsızlık mücadelesine öncülük ederken, Amasya Bildirisi’nde ilan ettiği, daha sonra Erzurum ve Sivas Kongrelerinde benimsendiği ve Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin temel dayanağı olan, “Egemenlik Kayıtsız Şartsız Milletindir” sözü kullanılmıştır. Aynı zamanda Anayasamızın “Egemenlik” başlıklı 6. maddesinde de yer alan bu sözle; toplumda hiçbir zümrenin, hiçbir kimsenin, hiçbir gurubun ya da sınıfın bir ayrıcalığının olmadığı ifade edilmiştir. Bir bakıma Oltu Gözlem gazetesi; Atatürk’ü, anayasa ilkelerini benimsemiş bir gazete olduğunu vurgulamaya çalışmıştır. Bu düşüncesini de sloganın üstüne eklediği dalgalanan Türk bayrağıyla daha da belirgin hale getirmiştir.

4.1.4. Renklerin Kullanımı

Renklerin; insanları duygusal, sosyolojik, ruhsal yönden etkilediği, eski dönemlerden itibaren simgesel bir iletişim aracı olarak kullanıldığı, değişik anlamlar yüklediği bilinmektedir (Sığircı, 2014:178). İncelenen gazetelerin çoğunluğunda beyaz ve kırmızı rengin hâkim olduğu görülmektedir. Kırmızı renk; uyarma, hareketlendirme özelliklerine sahipken, beyaz renk de masumiyetin, saflığın ifadesi olarak kullanılmaktadır (Parsa ve Parsa, 2012:48-49).

Araştırma kapsamında incelenen gazetelerden Oltu Gözlem gazetesinde kullanılan sloganın arka zemini ile Oltu’nun Sesi gazetesinde kullanılan iki slogandan; “GÜNLÜK BAĞIMSIZ SİYASİ GAZETE” sloganının

arka zemininde siyah renk kullanılırken, Yenigün gazetesinin sloganının arka zemininde mavi renk kullanılmıştır. Ayrıca Günebakış gazetesinin adının yer aldığı “GÜNE” kelimesi kırmızı renkle yazılıp arka fon beyaz ile yazılırken, “BAKIŞ” kelimesi ise beyaz renkle yazılıp arka fonda kırmızı renk hâkimdir. Günebakış gazetesi bir nevi kırmızı beyaz renkleri dikkati üzerine çekebilmek adına bu şekilde tasarlayarak kullanmıştır.

Mavi renk de beyaz renk gibi masumiyeti, mutluluğu anlatırken siyah renk ise gizemi, saklanmayı, karanlık yüzü simgelemektedir. Bir bakıma siyah renk hâkim olan Oltu Gündem gazetesinde olup biten haberlerin karanlık yüzünün de ortaya çıkarıldığı, gizlinin saklının kalmadığı yananlamı verilmektedir. Yenigün gazetesinde kullanılan mavi renk ise okuyuculara mutluluk, masumiyet ve saflık duygularını çağrıştırmak amacıyla tasarlanmıştır.

Milletin Sesi ve Pusula gazetelerinde sloganlar beyaz renkle yazılıp arka fonda kırmızı renk kullanılmıştır. Kırmızı renk okuyucuların dikkatini çekerken beyaz renk de okuyuculara rahatlık hissi vermektedir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Toplumların yaşantısında her zaman önemli bir yere sahip olan yerel basın, halkın isteklerine, beklentilerine tercüman olurlar. Yerel basında yayımlanan haberler, fotoğraflar, sıkıntılar, etkinlikler, yöre halkına yaşadığın yerin özetini sunar, ona yaşadığı yerin bir parçası olduğunu hatırlatır ve kendilerine değer verildiğini gösterir. Yerel basında sunulan haberler, insanların dünyaya bakış açılarını, algılamalarını, davranışlarını yönlendirmektedir. Yazılı basının en önemli araçları gazetelerdir. Gazetelerde yönlendirme gazetenin sloganıyla başlar.

Araştırmanın evrenini Türk yazılı basını, örneklemini ise amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen Erzurum yerel basınındaki gazeteler oluşturmaktadır. Araştırma Basın İlan Kurumu'nun resmi internet sitesinde Erzurum yerel gazeteler içerisinde yer alan altı gazete ile sınırlıdır. Günebakış, Milletin Sesi, Yenigün, Pusula, Oltu'nun Sesi, Oltu Gözlem gazetelerinin kullandıkları sloganların anlam katmanları incelenmiştir. Araştırma kapsamında yalnızca bu gazetelerin sloganları göstergebilimsel analizle çözümlenmiştir.

Türkiye’de yerel basındaki gazetelerin çoğu hedef kitleyi etkilemek adına slogan kullanmaktadır. Erzurum yerel gazetelerinde kullanılan sloganların da okuyucuları etkilemek amacıyla slogan kullandığı aşikârdır. Düzanlamlarından ziyade yananlamların etkili olduğu sloganlarda hedef kitleye iletilmek istenen mesajlar incelenmiştir. Göstergebilim, görünenin arkasında gizli olan anlamı ve bunun nasıl oluştuğunu ortaya çıkarır. Hedef kitleye iletmek istediği anlamların neler olduğu çözümlenmektedir. Göstergeler iletişim amaçlıdır, hedef kitleyi etkilemektedir. Sloganlardaki anlam katmanlarını ve bu anlamın nasıl oluştuğunu ortaya çıkarmak için göstergebilimsel çözümleme çoğunlukla kesitleme yöntemi kullanılır. Bütüncede; alıcıyı doğrudan hedef alan sloganlar, haberin kalitesine yönelik sloganlar ve ideolojik mesaj içeren sloganlar olarak üç türlü kesitleme yoluna gidilmiştir.

Birinci kesitleme içerisinde Milletin Sesi, Yenigün, Pusula ve Oltu'nun Sesi gazeteleri bulunmaktadır. Bu gazetelerin sloganlarını oluştururken doğrudan hedef kitleye hitap ettiği görülmüştür. Sloganlarında genel olarak belli bir kesimin hizmetinde olduklarını, okuyucularının sesi olarak hareket ettiklerini belirterek, kendi gazetelerini seçmelerinin onlara ayrıcalıklı olduklarını hissettireceğini de vurgulamışlardır.

İkinci kesitleme içerisinde Günebakış gazetesi yer almaktadır. Bu gazetede kullanılan sloganla Günebakış gazetesinin kalitesinin yüksek olduğu, haksızlığa asla geçit vermedikleri, ayrıca kartal başı görsel göstergesiyle haberlere çok geniş perspektiften baktıkları anlatılmıştır.

Üçüncü kesitleme içerisinde Oltu Gözlem gazetesi bulunmaktadır. İki slogan kullanılmıştır. Kullanılan sloganların temelinde bir ideolojik mesaj vererek okuyucuları etkilemek yatmaktadır. Atatürk'ün “Egemenlik Kayıtsız Şartsız Milletindir” sözünü slogan olarak kullanarak, gazetenin Atatürkçü yapıda olduğu, hiçbir zümrenin, hiçbir kimsenin ayrıcalığının bulunmadığı, herkesin eşit şartlarda yönetimde hakkının olduğu ideolojisi okuyucuya verilmiştir.

Renklerin eski dönemlerden itibaren insanlar üzerindeki etkileri yadsınmaz. Renkler, duygusal, sosyolojik, ruhsal yönden insanları etkileyerek simgesel bir iletişim aracı olmuştur. Sloganların tümünde kullanılan renklerle anlamlar katılmış ve bu anlam katmanları okuyucuları etkilemiştir.

Gazetelerin okuyucuları arasında zamanla bir bağ olduğu, bu bağ sayesinde ise o gazetenin sahiplenildiği bilinmektedir. Bu bağlamda gazetenin, okuyucuları tarafından sadece okumak amacıyla tüketilmediği, bilinçli olarak seçildiği anlaşılmaktadır. Bu seçimi yaparken de gazetenin niteliğinden çok göstergesel

değerlerinden etkilenmektedir. Bu araştırmayla da okuyucuların gazetelerdeki göstergelerden etkilendikleri, sloganlardaki anlam katmanlarının çözümlenmesinden anlaşılmaktadır.

Erzurum yerel gazetelerindeki sloganların anlam katmanlarının incelendiği bu araştırma gibi birçok yerel gazetenin kullandığı sloganların göstergebilimsel çözümlenmesi yapılmalıdır. Literatüre daha fazla çalışma kazandırılmalıdır.

KAYNAKÇA

Bak, Gökhan ve Eşidir, Osman Vedüd (2016). Yazılı Basın Sloganlarının İncelenmesi: Çorlu Yerel Basın Örneği, Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, C:3, S:5, 8-13.

Bak, Gökhan (2018). K.K.T.C.'deki Devlet Üniversitelerinin Sloganlarının Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi, ATLAS International Refereed Journal On Social Sciences, C: 4, S: 14, 1438-1443.

Büyükbaykal, Güven Necati (2005). Türkiye'de Yerel Basının İşlevi ve Önemi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, C:0, S:23, 2005, 83-88.

Erkman Akerson, Fatma (2016). Göstergebilime Giriş, İstanbul: Bilge Kültür Sanat.

Gezgin, Suat (2007). Türkiye'de Yerel Basın, Editör: Suat Gezgin, Türkiye'de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 177-196.

Köseoğlu, Aslı (2017). Erzurum Yerel Gazetelerinin Haber İçeriklerine Yönelik Bir İnceleme, Atatürk İletişim Dergisi, S:13, 149-164.

Rifat, Mehmet (2011). Homo Semioticus ve Göstergebilim Sorunları, 2. bs., İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Rifat, Mehmet (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Sığırcı, İlhami (2014). Göstergebilimsel Yaklaşım: Yazılı Basın Sloganlarının İncelenmesi, Editör: Ahmet GÜNEŞ, İletişim Araştırmalarında Göstergebilim: Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı, Konya: LiteraTürk Yayınları, 155-182.

Sığırcı, İlhami (2016). Göstergebilim Uygulamaları: Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

URL-1 : Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, slogan, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c14eb84af2167.16802927 adresinden 30.11.2018 tarihinde alınmıştır.

URL-2 : Basın İlan Kurumu, Yerel Gazeteler, 14 Aralık 2018-Cuma tarihli ERZURUM Gazeteleri, <https://www.bik.gov.tr/yerel-gazeteler/erzurum/> adresinden 30.11.2018 tarihinde alınmıştır.

URL-3 : Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, ideoloji, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=%C4%B0DEOLOJ%C4%B0 adresinden 30.11.2018 tarihinde alınmıştır.

Ünal, Şinasi (1996). Yerel Basın ve Sorunları, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı II, C:2, S:2, 1068-1072.