



# SOCIAL MENTALITY AND RESEARCHER THINKERS JOURNAL

Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed

ISSN: 2630-631X



Social Sciences Indexed

www.smartofjournal.com / editorsmartjournal@gmail.com

January 2019

Article Arrival Date: 13.12.2018 Published Date:16.01.2019 Vol 5 / Issue 15 / pp:63-69

## İSTANBUL'DA BULUNAN VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KULLANDIKLARI SLOGANLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMELERİ

SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SLOGANES USED BY THE FOUNDATION UNIVERSITIES IN  
ISTANBUL

Dr. Gökhan BAK

Milli Savunma Bakanlığı, gokhanbak2010@hotmail.com

Dr. Öğretim Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ

Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü, oztunc@sakarya.edu.tr

Mevlüt ALTINTOP

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Sosyolojisi Yüksek Lisans Öğrencisi, mevlut.altintop@ogr.iu.edu.tr

Dr. Osman Vedüd EŞİDİR

Basın İlan Kurumu, oesidir@yahoo.com

### ÖZET

Üniversiteler; çeşitli alanlarda yüksek düzeyde eğitim, öğretim veren, bilimsel bilginin üretilmesi için araştırmalar yapan kurumlardır. Devlet ve vakıf üniversiteleri olarak ülkemizde birçok üniversite bulunmaktadır. Bu üniversiteler çoğunlukla da İstanbul'da yer almaktadır. Öğrenci çekebilmek adına tanıtımlarını en iyi şekilde yapmak isteyen üniversiteler, görsel ve dilsel göstergelerle desteklenen sloganlar kullanmaktadırlar. İletişim amaçlı oluşturulan göstergeler, hedef kitle olan öğrencileri etkilemekte ve tercihlerine yön vermektedirler. Araştırmada İstanbul'da bulunan üç vakıf üniversitesinin kullandığı sloganların göstergebilimsel çözümü yapılmıştır. Sloganların oluşturulmasında; görsel ve dilsel göstergelerin kullanıldığı, düzenlamlarından çok yananlamlardan faydalandığı, hedef kitle olan öğrencileri etkilemek üzere tasarlandığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Üniversite, Slogan, Göstergebilimsel Analiz.

### ABSTRACT

Universities; high-level education in various fields, providing information, scientific institutions are engaged in research to produce information. There are many universities in our country as state and foundation universities. These universities are mostly located in Istanbul. Universities that want to make the best way to attract students are using slogans supported by visual and linguistic indicators. The indicators created for communication affect the target audience and direct their preferences. In the study, semiotic analysis of the slogans used by three foundation universities in Istanbul was conducted. In the creation of slogans; It is seen that visual and linguistic indicators are used and they are designed to influence students who are target groups.

**KeyWords:** Communication, University, Slogan, Semiotic Analysis.

### 1. GİRİŞ

Üniversiteler bilimsel bilgiyi üreten, bu bilgileri paylaşan kurumlardır. Toplumların bilimsel gelişimin yanı sıra ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimlerine de katkıda bulunan üniversitelerin; akademik, yönetsel ve insan ilişkilerini kapsayan bir ortamı vardır. Üniversite yaşamının akademik boyutunun temel girdisi ise öğrencidir. Ülkemizde zorlu süreçten geçerek öğrenciler üniversite hayatına atılmaktadırlar (Şahin vd., 2011:433). Öğrencilerin bu zorlu sürecin sonunda üniversite tercihini etkileyen birçok etmen bulunmaktadır. Bu etkilerden biri de üniversitenin tanıtımını en doğru ve hedef kitleyi etkileyecek şekilde yapmasıdır. Bunu yaparken kullandığı yöntemlerden birisi de kullandıkları sloganlardır. Bu sloganlar; hedef kitle olan öğrenciler üzerinde olumlu etkiler bırakmaktadır. Üniversite seçimlerinde öğrencileri yönlendirmekte, görsel ve dilsel göstergelerle süslenen sloganlar, kararsız kalan öğrencilerin kararlarını değiştirebilmektedirler.

Türkiye'de yüzlerce devlet ve vakıf üniversitesi bulunmaktadır. Bu üniversitelere il bazında bakıldığında en fazla olduğu il şüphesiz İstanbul'dur. İstanbul'da bulunan onlarca devlet ve vakıf üniversitelerinden örneklem kapsamında üç vakıf üniversitesi seçilmiştir. Biruni Üniversitesi, MEF Üniversitesi ve Altınbaş Üniversitesi araştırma kapsamında değerlendirmeye alınmıştır.

Biruni Üniversitesi'nin resmi internet sayfasına bakıldığında, 2014 yılından itibaren eğitime başladığı görülmektedir. "Tıp, Eczacılık, Astronomi, Matematik, Fizik, Coğrafya ve Tarih başta olmak üzere birçok alanda önemli eserler vererek dünya bilim tarihine "Evrensel Deha" olarak adını yazdıran Türk bilim insanı Ebu Reyhan El-Biruni'den ilham alarak vakıf üniversiteleri arasında yerini alan Biruni Üniversitesi, tamamı sağlık alanıyla ilgili 6 Fakülte ve 1 Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu ile 2014-2015 eğitim öğretim yılı itibariyle akademik faaliyetlerine başlamıştır" (URL-1).

MEF Üniversitesi'nin resmi internet sayfasına bakıldığında, 2014 yılında eğitime başladığı ve 43 yıllık birikimini yükseköğretim düzeyinde devam ettirme düşüncesiyle kurulduğu görülmektedir. "Ulusal ve uluslararası okullarıyla Türkiye'de kaliteli eğitimin öncüsü olan MEF Eğitim Kurumları'nın temel hedefi her zaman eğitim alanındaki misyonunu, farklılık yaratan bir üniversite ile pekiştirmek olmuştur. Bu amaçla eğitimde 43 yıllık bilgi birikimi ve tecrübesiyle fark yaratan MEF Eğitim Kurumları'nın bu başarısının yükseköğretim düzeyinde de devam etmesi için, İbrahim Arıkan Eğitim ve Bilimsel Araştırmaları Destekleme Vakfı tarafından MEF Üniversitesi kurulmuştur. 2014-2015 Akademik Yılı'nda ilk öğrencilerini alan MEF Üniversitesi, farklı eğitim-öğretim modeli ile girişimcilik, inovatif düşünce ve yaratıcılığı ön planda tutan, küresel ve yerel ölçekte katma değer yaratan bir üniversite olma yolunda ilerlemektedir" (URL-2).

Altınbaş Üniversitesi'nin; 2008 yılında Mehmet Altınbaş Eğitim ve Kültür Vakfı tarafından 'İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi' adıyla kurulduğu, 2017-2018 akademik yılından itibaren de 'Altınbaş Üniversitesi' adıyla yoluna devam ettiği resmi internet sayfasında görülmektedir (URL-3).

Araştırma kapsamında incelenen İstanbul'daki üç vakıf üniversitesi, sloganlarını öğrencileri etkilemek adına kullanmıştır. Kullanılan sloganların anlam katmanları göstergebilimsel çözümleme ile incelenmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Yapılan literatür taramasında üniversitelerin kullandığı sloganların incelendiği fazla çalışmanın olmadığı görülmektedir. 53 devlet ve 24 vakıf üniversitesiyle ilgili gerçekleştirilen bir çalışma sonucunda, devlet üniversitelerinin yalnızca 14 tanesi, vakıf üniversitelerinin de 10 tanesinin hem slogan hem de amblem kullandığı saptanmıştır. Bu sloganların analizi yapılarak, farklı amaçlar için kullanıldığı incelenmiştir (Sığırcı, 2016:143-158). Diğer bir araştırmada ise K.K.T.C.'de bulunan iki devlet üniversitesinin kullandığı sloganların anlam katmanları göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur (Bak, 2018:1439-1440).

Araştırma kapsamında seçilen İstanbul'da bulunan üç vakıf üniversitesinin kullandığı sloganların anlamlarının ne olduğu, hedef kitle olan öğrencilere neler çağrıştırdığı göstergebilimsel çözümlemeyle analiz edilmiştir.

## 3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma göstergebilimsel analiz yöntemiyle yapılmıştır. "Göstergebilim, insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya, göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler" (Erkman Akerson, 2016:18). Bu olgular çok farklı konular üzerinde olabilir. "Anlam, anlam odağı, algılama, gösterge, anlamın oluşumu, söylem, metin, eyleyen, edim, anlatı izlencesi, göstergebilimsel dörtgen, tutku, bilişsellik gibi konularla ilgilenir" (Günay, 2018:107).

Gösterge; "kendisi dışında bir nesne ya da olgu gösteren nesne ya da olgudur" (Huber, 2008:46). Göstergebilim, göstergelerin ne olduğunu, ne anlama geldiğini ve de hangi yasalara bağlandığını öğreten bilim dalıdır (Saussure, 2001:46).

Göstergeler arası ilişkileri ve anlamlarını inceleyen göstergebilimin konusu hayatın her alanıdır. Dış dünyanın işleyişinin yanı sıra insan ilişkilerini anlamlandırmaya çalışır (Sığırcı, 2016:10). Göstergebilim, göstergelerin nasıl anlamlandırıldıklarını incelediği gibi yanlış anlaşılmalara önlemeye çalışan bir yöntemdir (Güz vd., 2002:156). Bir nevi araştırmacının aklına gelen her şeyi

söylemesine engel olur, anlamın bulunduğu her ortamda yaşar, sürekli kendini yeniler, özgür olduğu kadar da kurallı bir çalışmadır (Rifat, 2011:20-22).

Göstergebilimsel çözümlenmelerde anlam, görünenden görünmeyene doğru giden katmanlardan oluşur. Birinci düzlemde düzanlam, ikinci düzlemde yananlam bulunur. Düzanlam herkesin görebildiği anlamı, yananlam ise göstergeyi kullananların duygularını ve kendi kültürel değerleriyle karşılaştıklarındaki etkileşimlerini gösterir (Parsa ve Parsa, 2012:59-72).

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye’de bulunan devlet ve vakıf üniversitelerinin birçoğu amblem, slogan ya da her ikisini birlikte kullanmaktadır. Üniversitelerin kullandıkları amblem ve sloganlar; gerek öğrencilerin üniversite tercihinde, gerekse üniversitenin tanıtımında etkin rol oynamaktadır. Bu çalışmada İstanbul’da bulunan üç vakıf üniversitesinin kullandığı sloganların düzanlamlarının yanı sıra yananlamlarının neler olduğu, öğrencilere neler çağrıştırdığı göstergebilimsel çözümlenmeyle analiz edilmiştir.

### 3.2. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini İstanbul’da bulunan vakıf üniversiteleri, örneklemine ise basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen üç vakıf üniversitesi olan; Biruni Üniversitesi, MEF Üniversitesi ve Altınbaş Üniversitesi oluşturmaktadır. Araştırma bu üç vakıf üniversitesinin sloganlarının göstergebilimsel çözümlenmesiyle sınırlıdır.

## 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında incelenen üç vakıf üniversitesinin kullandığı sloganların anlam katmanları ve anlamın nasıl oluştuğu kesitleme yoluyla ortaya konmuştur. Her kesitleme belirli bir anlamsal yapıyı ortaya koymak için yapılır (Sığırcı, 2016:148). Bütüncede üç türlü kesitleme yoluna gidilmiştir. Birinci kesitleme geleceğe yönelik, ikinci kesitleme niteliğine/kalitesine/farklılığına yönelik, üçüncü kesitleme ise geçmişe yönelik sloganlardan oluşmaktadır.

Araştırmada seçilen üç vakıf üniversitesi hem slogan hem de amblem kullanmaktadır. Bu sloganların neler oluşu ve sloganların yerleştirilme özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo.1:** Üniversitelerin Bilgileri

S.NO	ÜNİVERSİTENİN ADI	AMBLEMİ	SLOGANI	SLOGANIN YAZI, RENK VE YERLEŞME ÖZELLİKLERİ
1	Biruni Üniversitesi		Bilimin Geleceği	Slogan, üniversite adının altında bulunmaktadır. Açık mavi renk ile yazılmıştır. Baş harfleri büyük dik harfler kullanılarak oluşturulmuştur.
2	MEF Üniversitesi		Öğrenmeye Sınırsız Özgürlük	Slogan, üniversite adının altına yazılmıştır. Mavi fonun üzerine beyaz renk kullanılarak yazılmıştır. Baş harfleri büyük dik harfler kullanılarak oluşturulmuştur.
3	Altınbaş Üniversitesi		Kemberburgaz adıyla doğduk, Altınbaş adıyla büyüyoruz	Slogan, üniversite adının altında bulunmaktadır. Kırmızı fonun üzerine beyaz renk kullanılarak yazılmıştır. Baş harfleri büyük dik harfler kullanılarak yazılmıştır.

Sloganlar düzanlamlarından ziyade yananlamlarıyla oluşturulmakta ve hedef kitleye mesaj iletmektedir. Tablo 2’de gösterilen düzanlam ve yananlamlar incelendiğinde, sloganın verdiği mesajın yananlamda yattığı görülmektedir.

**Tablo.2** : Sloganların Düzenlamaları ve Yananamları

S.NO	ÜNİVERSİTENİN ADI	SLOGANI	DÜZANLAMLARI	YANANLAMLARI
1	Biruni Üniversitesi	Bilimin Geleceği	-Bilimin gelecekteki hali olduğu anlatılmıştır.	- Biz bilimin gelecekteki halimiz. Diğer üniversiteler geleceği bırakın günümüz teknolojisini bile takip edemez. - Biz bilimle ilerleriz. Diğerlerinin bilimden yararlandığı söylenemez.
2	MEF Üniversitesi	Öğrenmeye Sınırsız Özgürlük	- Öğrenmek için öğrencilere sınırsız izin verildiği anlatılmaktadır.	- Biz öğrenmeyi amaç edindik. Diğerleri sizin öğrenmenizle bizim kadar ilgilenmez. - Öğrenmede ve ilerlemede sınır tanımıyoruz. Diğer üniversiteler ilerlemenin önemini kavrayamadığı için bu öğrenmenin sınırlarını zorlamayı asla düşünmezler.
3	Altınbaş Üniversitesi	Kemberburga z adıyla doğduk, Altınbaş adıyla büyüyoruz	- Üniversitemizin adı Kemberburgaz'dı, artık Altınbaş adıyla hizmet vereceğiz ve büyümeye devam edeceğiz.	- Biz ismimizle yeniden doğduk, büyümeye devam ediyoruz. Diğer üniversitelerin bizi takip etmesi imkânsız. - Büyümek bizim işimiz. Hem öğrenci ağımızla hem de bilgi paylaşımıyla büyüyoruz, diğer üniversiteler yerinde sayıyor.

“Göstergebilim, her bir anlatıda, anlam üretim sürecinin, anlatı içerisinde oluşturulan zıtlıklar üzerinden kurulduğunu kabul eder” (Doğan ve Göker, 2013:98). Slogan içerisinde ikili karşıtlıklar üzerinden hedef kitleye mesajlar verilmektedir. Her üniversitenin kullandığı slogandaki temel karşıtlıklar Tablo 3’de gösterilmiştir.

**Tablo.3** : Üniversitelerin Kullandığı Sloganlardaki Temel Karşıtlıklar

S.NO	ÜNİVERSİTENİN ADI	SLOGANI	TEMEL KARŞITLIKLAR
1	Biruni Üniversitesi	Bilimin Geleceği	Gelecek-Geçmiş
2	MEF Üniversitesi	Öğrenmeye Sınırsız Özgürlük	Özgürlük-Esaret (Tutsaklık) Sınırlı-Sınırsız
3	Altınbaş Üniversitesi	Kemberburgaz adıyla doğduk, Altınbaş adıyla büyüyoruz	Doğmak-Ölmek Büyümek-Küçülmek

#### 4.1.Birinci Kesitleme: Geleceğe Yönelik Slogan Kullanımı

Biruni Üniversitesi, geleceğe yönelik slogan kullanmıştır. Eksilteli tümce kullanılarak slogan oluşturulmuştur. Hedef kitlenin üretilen sloganı tamamlaması beklenmektedir. Hedef kitlenin, sloganı istediği şekilde tamamlayarak bir anda kendini slogan içinde bulması, aynı zamanda kendinden bir şeyler katarak, istediği yorumu yapması istenmiştir. Biruni Üniversitesi’nin “Bilimin Geleceği” sloganıyla; hedef kitlenin sloganı tamamlayacağı düşünülmüş, üniversite olarak bilimin geleceği oldukları öğrencilere düşündürülmeye çalışılmıştır. Öğrenciler, sloganı; kendi istedikleri, hayal ettikleri üniversitenin özelliklerine göre tamamlayarak, farklı anlam katmanları oluşmuştur.

Üniversite ismini, birçok alanda önemli eserler vererek dünya bilim tarihine “Evrensel Deha” olarak adını yazdıran Türk bilim insanı Ebu Reyhan El-Biruni’den esinlenerek almıştır. Bir yandan üniversitenin adı gibi çok büyük başarılarla imza atacağı alıcılara verilmek istenmiştir.

Bilimin gelecekteki hali oldukları, diğer üniversitelerin geleceği bırakın günümüz teknolojisini bile takip edemedikleri, bilimle ilerledikleri, diğer üniversitelerin bilimden yararlanmadığı yananamları

verilmiştir. Ayrıca ikili karşıtlıklara bakıldığında; geleceğe yön verecekleri, diğer üniversitelerin yerinde sayacakları anlamı vurgulanmıştır.

#### 4.2. İkinci Kesitleme: Niteliğine/Kalitesine/Farklılığına Yönelik Slogan Kullanımı

MEF Üniversitesi, niteliğine/kalitesine/farklılığına yönelik slogan kullanmıştır. MEF Üniversitesi'nin "Öğrenmeye Sınırsız Özgürlük" sloganıyla; üniversitenin verdiği eğitimin kaliteli olduğu ve öğrencilerin üniversitede öğrenmek için sınırsız imkânlarla donatıldığı belirtilmiştir. Diğer üniversitelerden bu özellikleriyle ayrıldığı ve farklı olduğu, öğrencilerin bu nedenle kendilerini tercih etmeleri gerektiği yananlamı verilmiştir. Ayrıca, öğrenmeyi amaç edindikleri, diğer üniversitelerin kendi üniversiteleri kadar öğrencilerin öğrenmesi ile ilgilenemeyecekleri vurgulanmıştır. Tablo 3'de belirtilen temel karşıtlıklara bakıldığında; hedef kitle olan öğrencilere sınırsız eğitim verdikleri, özgür ortamda kendilerini geliştirmesine zemin hazırladıkları, diğer üniversitelerden bu özellikleriyle her daim ayrılacakları ifade edilmiştir.

#### 4.3. Üçüncü Kesitleme: Geçmişe Yönelik Slogan Kullanımı

Altınbaş Üniversitesi, geçmişe yönelik slogan kullanmıştır. Altınbaş Üniversitesi, bir vakıf üniversitesi olarak, kuruluş yılını belirtmek amacıyla "10. Yıl" ifadesini amblemlenmiştir. Vakıf üniversiteleri için 10. yılını tamamlamanın önemi de vurgulanmıştır.

"Kemerburgaz adıyla doğduk, Altınbaş adıyla büyüyüyoruz" sloganıyla, Altınbaş Üniversitesi, eski ve yeni adı birlikte aynı slogan içerisinde kullanarak geçmişle gelecek arasında bir köprü kurmaya çalışmıştır. Köklü bir üniversite oldukları, çağı takip ettikleri, gelişmelere ayak uydurdukları yananlamaları verilmiştir. Ayrıca büyümenin üniversitenin amacı olduğu, hem öğrenci ağıyla hem de bilgi paylaşımıyla büyüdükleri, diğer üniversitelerin yerinde saydığı ifade edilmiştir. İkili karşıtlıklarla da büyümenin önemi bir kez daha vurgulanmış, üniversitenin büyümeyi devam ettiren diğer üniversitelerin küçülmeye bile gittikleri ifade edilmiştir. Üniversitenin adeta güneş gibi doğduğuna da işaret edilmiştir.

#### 4.4. Renklerin Kullanılması

Renkler, eski dönemlerden beri insanlar üzerinde duygusal, sosyolojik ve ruhsal yönden etkiler yapmaktadır. İnsan ilişkilerinde farklı anlamlar yükleyerek, kültürden kültüre değişiklik göstermiştir (Sığırcı, 2014:178).

Beyaz renk, saflığın, masumiyetin ve temizliğin rengidir. Mavi renk, sonsuzluğun, umudun simgesi olmasının yanı sıra mutluluk, huzur ve barışı simgeler. Kırmızı renk ise uyarma ve hareketlendirme amaçlı kullanılır (Parsa ve Parsa, 2012:48-49).

Biruni Üniversitesi beyaz fon üzerine mavi renk harflerle, MEF Üniversitesi mavi fon üzerine beyaz harflerle sloganını tasarlarırken, Altınbaş Üniversitesi ise kırmızı fon üzerinde beyaz harflerle sloganını yazmıştır.

Biruni Üniversitesi ile MEF Üniversitesi sloganlarını oluştururken mavi ve beyaz renkleri kullanarak, saflığı, masumiyeti, umudu, mutluluğu, huzuru ve barışı öğrencilere yansıtmaya çalışmıştır. Altınbaş Üniversitesi ise kırmızı ve beyaz renkleri kullanarak, hem öğrencilerin dikkatini üzerlerine çekmiş hem de masumiyeti ve saflığı çağrıştırmıştır.

### 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Üniversiteler; çeşitli alanlarda yüksek düzeyde eğitim, öğretim veren, bilimsel bilginin üretilmesi için araştırmalar yapan kurumlardır. Türkiye'de yüzlerce devlet ve vakıf üniversitesi bulunmaktadır. Bu üniversitelere il bazında bakıldığında en fazla olduğu il şüphesiz İstanbul'dur. Üniversitelerin hedef kitleleri öğrencilerdir. Öğrencileri etkilemek ve onların seçiminde etkili rol oynamak adına yaptığı faaliyetlerden biri de sloganlarını tasarlamaktır. Bu sloganlar oluşturulurken; insanların eski dönemlerden itibaren duygusal, ruhsal yönden etkilendiği uygun renklerin kullanımının yanı sıra dilsel ve görsel göstergelerle zenginleştirildiği görülmüştür. Özellikle dilsel göstergeler içerisinde

düzanlamlarından ziyade yananlamlarıyla, öğrencilere mesajlar iletilmiş ve onların gerek üniversite tercihinde gerekse üniversite hakkındaki düşüncelerinde olumlu yönde intiba bırakmıştır.

Araştırmanın evrenini İstanbul'da bulunan vakıf üniversiteleri, örneklemine ise basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen üç vakıf üniversitesi olan; Biruni Üniversitesi, MEF Üniversitesi ve Altınbaş Üniversitesi oluşturmaktadır. Araştırma bu üç vakıf üniversitesinin sloganlarının gösterebilimsel çözümlenmesiyle sınırlıdır. Bütüncede üç türlü kesitleme yoluna gidilmiştir. Birinci kesitleme geleceğe yönelik, ikinci kesitleme niteliğine/kalitesine/farklılığına yönelik, üçüncü kesitleme ise geçmişe yönelik sloganlardan oluşmaktadır.

Biruni Üniversitesi, geleceğe yönelik slogan kullanmıştır. Hedef kitle olan öğrencilerin sloganı istediği gibi tamamlayarak, kendini üniversitenin bir parçası hissetmesini sağlamak adına slogan eksiltili tümceden oluşturulmuştur. Aynı zamanda birçok alanda dünya çapında adını duyuran ünlü Türk bilim insanı Ebu Reyhan El-Biruni'den esinlenerek üniversitenin adı konulmuş, ismiyle yaşayacağı, kullanılan isim gibi çok büyük başarılarla koşacağı mesaja aktarılmıştır. "Bilimin Geleceği" sloganıyla, alıcılara düzanlamlarından ziyade yananlamlarıyla, bilimin geldiği son nokta oldukları, bilim ilerledikçe takipçisi olacakları, diğer üniversitelerin ise bilimsel ilerlemeler karşısında yerinde sayacakları, teknolojileri takip edemeyecekleri mesajı iletilmiştir. Ayrıca, "gelecek-geçmiş" ikili karşıtlıkla da yananlamlar desteklenmiştir.

MEF Üniversitesi, niteliğine/kalitesine/farklılığına yönelik slogan kullanmıştır. MEF Üniversitesi'nin "Öğrenmeye Sınırsız Özgürlük" sloganıyla; üniversite eğitimin kalitesine değinilmiş, sınırsız imkânlar içerisinde eğitim görüldüğü belirtilmiştir. Bu özellikleriyle de diğer üniversitelerden ayrıldığı aktarılmıştır. Düzanlamlarından ziyade yananlamlarıyla öğrencileri etkileyen sloganıyla; kendilerinin öğrencilerin en iyi şekilde öğrenmesi için sınırsız öğrenme ortamı oluşturmasına karşılık diğer üniversitelerin öğrencilerle ilgilenemeyeceği vurgulanmıştır. Ayrıca ikili karşıtlıklara bakıldığında; "özgürlük-esaret" ile "sınırlı-sınırsız" temel karşıtlıklarıyla bu mesajı desteklemiştir.

Altınbaş Üniversitesi, geçmişe yönelik slogan kullanmıştır. Altınbaş Üniversitesi, bir vakıf üniversitesi olarak, kuruluş yılını belirtmek amacıyla "10. Yıl" ifadesini amblemleştirmiştir. Vakıf üniversiteleri için 10. yılını tamamlamanın önemi de vurgulanmıştır. "Kemerburgaz adıyla doğduk, Altınbaş adıyla büyüyoruz" sloganıyla; geçmişle gelecek arasında köprü kurabildikleri, köklü üniversite oldukları, çağın gerektirdiklerini takip ettikleri, gerek öğrenci ağıyla gerekse araştırmalar sonucu elde edilen bilgilerin paylaşımıyla büyüdükleri, diğer üniversitelerin büyümeyi yakalayamadıkları gibi küçülme yoluna bile gittikleri yananlamları verilmiştir. İkili karşıtlıklara bakıldığında; "doğmak-ölmek" ve "büyümek-küçülmek" temel karşıtlıkları ile bu yananlamlar desteklenmiş, ayrıca üniversitenin güneş gibi doğuşuna işaret edilmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen üç vakıf üniversitesinin hem amblem hem de slogan kullandıkları, sloganlarını hedef kitleyi etkileyecek şekilde tasarladıkları, dilsel iletiler sayesinde düzanlamlarından ziyade yananlamlarıyla ve ikili karşıtlıklarla bu etikleri destekledikleri, amblemlerin altına uygun renkler seçilerek yerleştirildikleri ve insan ruhuna olumlu hitap ettikleri görülmüştür.

Biruni Üniversitesi ile MEF Üniversitesi sloganlarını oluştururken mavi ve beyaz renkleri kullanarak, saflığı, masumiyeti, umudu, mutluluğu, huzuru ve barışı öğrencilere yansıtmış, Altınbaş Üniversitesi ise kırmızı ve beyaz renkleri kullanarak, hem öğrencilerin dikkatini üzerlerine çekmiş hem de masumiyeti ve saflığı çağırıştırılmıştır.

Bütün sloganlar baş harfleri büyük ve dik harflerle yazılmıştır. Bu yazım şekilleri bile insanı etkileyen etmenler olarak düşünülerek tasarlanmıştır.

Sınırlı sayıda üniversite sloganlarının incelendiği araştırmalara bir yenisinin daha eklenerek, bundan sonraki daha kapsamlı çalışmalara yön vereceği, kaynak teşkil edeceği değerlendirilmektedir. İncelenmeyen diğer üniversiteler ile dünya çapındaki üniversitelerin kullandıkları sloganlar da

göstergebilimsel çözümlemeyle incelenmelidir. Sloganların hedef kitle üzerindeki etkileri daha kapsamlı araştırılmalıdır.

#### KAYNAKÇA

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.

Doğan, Adem ve Göker, Göksel (2013). Siyasal İletişim Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayıncılık.

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

Günay, Veli Doğan (2018). Söylem Çözümlemesi, 2. bs., İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Güz, Nükhet&Küçükdoğan, Rengin&Sarı, Nilüfer&Küçükdoğan, Bülent& Zeybek, Işıl (2002). Etkili İletişim Terimleri, İstanbul: İnkılâp Yayınevi.

Huber, Emel (2008). Dilbilime Giriş, İstanbul: Multilingual Yabancı Dil Yayınları.

Parsa, Seyide ve Parsa, Alev Fatoş (2012). Göstergebilim Çözümlemeleri, 3. bs., İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

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

Saussure, Ferdinand De (2001). Genel Dilbilim Dersleri, Çeviren: Berke Vardar, İstanbul: Multilingual 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.

Şahin, İdris&Zoraloğlu, Yunus Remzi&Şahin Fırat, Necla (2011). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Amaçları, Eğitsel Hedefleri, Üniversite Öğreniminden Beklentileri ve Memnuniyet Durumları, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, C: 17, S: 3, 429-452.

URL-1 : Biruni Üniversitesi, Tarihçe, <https://www.biruni.edu.tr/index.php/tarihce> adresinden 01.11.2018 tarihinde alınmıştır.

URL-2 : MEF Üniversitesi, Kurucu Vakıf Hakkında, <http://www.mef.edu.tr/tr/kurucu-vakif-hakkinda> adresinden 02.11.2018 tarihinde alınmıştır.

URL-3 : Altınbaş Üniversitesi, Hakkımızda, Kuruluş, <http://www.altinbas.edu.tr/tr/hakkimizda/kurulus> adresinden 04.11.2018 tarihinde alınmıştır.