

YEREL SEÇİM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ:  
TEKİRDAĞ İLİ, ÇORLU İLÇESİ, MUHİTTİN MAHALLESİ ÖRNEĞİ  
SEMIOTICS ANALYSIS OF LOCAL ELECTION POSTERS: TEKİRDAĞ PROVINCE,  
ÇORLU DISTRICT, MUHİTTİN NEIGHBORHOOD SAMPLE

Gökhan BAK

Milli Savunma Bakanlığı, gokhanbak2010@hotmail.com

**ÖZET**

Halkın karar alma sürecine ilk katılımları yerel seçimlerle olur. Yerel seçimler sonucu belediye başkanları ve muhtarlar seçilir. Köy muhtarları köylerde devletin temsilcisi iken mahalle muhtarları da belediyelerin önemli unsurlarındandır. Muhtarlar, yerel yönetim hizmetlerinin aksatılmadan en iyi şekilde yürütülmesini sağlarlar. Muhtar adayları seçmenlere farklı yollarla ulaşabilirler. Bunlardan biri de kendi tanıtımlarının yapıldığı, reklam amaçlı hazırlanan seçim afişleridir. Bu afişler; muhtar adaylarını duyurmak ve tanıtmak amacıyla, herkesin görebileceği yere asılmış şekilde resimli hazırlanmış duvar ilanlarıdır. Seçim afişlerinde resimlerin yanı sıra adayların vaatleri ve sloganları da yer alır. Bu afişler kararsız kalan seçmenler üzerinde olumlu etkiler bırakmaktadır. Araştırma kapsamında basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen mahalle muhtar adayına ait seçim afişi göstergebilimsel yöntemle çözümlenerek, anlam katmanları incelenmiştir. Siyasal reklam amaçlı hazırlanan afişte yer alan unsurların seçmenleri etkileyecek şekilde tasarlandığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Seçimler, İletişim, Siyasal Reklam, Afiş, Göstergebilim Çözümü.

**ABSTRACT**

The first time people participate in the decision-making process is by local elections. As a result of local elections, mayors and village headmen are elected. While the village headmen are the representatives of the state in the villages, the muhtar of the neighborhood is an important element of the municipalities. Mukhtars provide the best possible management of local government services. Mukhtar candidates can reach voters in different ways. One of these is the selection of posters prepared for advertising. These posters; In order to publicize and promote the mukhtar candidates, they are adverts prepared by the public. The election posters include pictures as well as the promises and slogans of the candidates. These posters have a positive effect on the unstable voters. In the scope of the study, the selection posters of the neighborhood headman elected by simple random sampling method were analyzed by semiotic method and meaning layers were examined. It is seen that the elements in the poster prepared for political advertisement are designed to affect voters.

**KeyWords:** Local Elections, Communication, Political Advertising, Poster, Semiotics Analysis.

**1. GİRİŞ**

Türkiye’de genel ve yerel seçimler olmak üzere iki tür seçim vardır. Genel seçimler 4 yılda bir, yerel seçimler ise 5 yılda bir yapılmaktadır. Vatandaşlar, genel seçimlerde milletvekillerini, yerel seçimlerde ise belediye başkanlarını ve de muhtarlarını seçmektedirler. “Yerel seçimler, halkın karar alma sürecine katılımının ilk aşamasıdır. Bu bakımdan siyasal sistemden de kaynaklı olarak, yerel katılım yolları arasında en çok tercih edilen yöntem yerel seçimlerdir” (Yaman ve Küçükşen, 2018:251).

Köy Hizmetleri ve İl Özel İdareleri gibi birimlerin kapatılması ve köylerin belediyelere bağlı mahalleler haline getirilmesi muhtarların işlevlerini artırmıştır. Bu düzenlemelerden sonra belediye yetkilileri muhtarlarla daha çok toplantılar yapmaya başlamışlardır. Muhtarlar kırsal kesimlerde yaşayan halk ile belediye arasında iletişim köprüsüdür. Köylere her türlü hizmetin getirilmesini sağlar. Son yıllarda ülkemizde, Cumhurbaşkanımızın muhtarlarla toplantılar düzenlemesi, kırsal kesimin sorunlarının devletin en üst makamındaki kişisine iletilebildiği inancını oluşturmakta, muhtarlık itibarını da günden güne artırmaktadır (Kocaoğlu ve Fural, 2018:157-158). Köy muhtarları köylerde devletin temsilcisi olduğu gibi, mahalle muhtarları da buldukları konum itibarıyla belediyelerin önemli birer unsurlarıdır. Muhtarlar, köy ve mahallelerde yerel yönetim hizmetlerinin kusursuzca işlenmesini sağlarlar.

2972 sayılı Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanunda, yerel seçimlerin ne zaman yapılacağı hükme bağlanmıştır. İlgili kanunun 8. maddesinin birinci fıkrasında; “Mahalli idareler seçimleri beş yılda bir yapılır. Her seçim döneminin beşinci yılındaki 1 Ocak günü seçimin başlangıç tarihidir. Aynı yılın Mart ayının son Pazar günü oy verme günüdür” hükmü yer almaktadır. Bu maddeye istinaden, mahalli idareler seçimleri de 31 Mart 2019 Pazar günü yapılacaktır. Vatandaşlar, belediye başkanlarını ve de muhtarlarını seçmek üzere sandık başına gideceklerdir.

Tekirdağ ili Çorlu ilçesinde 26 adet mahalle vardır (URL-1). Dolayısıyla yerel seçimlerde 26 mahalle muhtar adayı da seçilmek adına tanıtımını yapmak durumundadır. Seçmenler, muhtar adaylarını genellikle reklamlar ve de afişler aracılığıyla öğrenmektedirler. Reklam; hatırlatma, ikna etme, bilgi verme gibi temel iletişim fonksiyonlarına sahiptir (Çetin ve Mutlu, 2010:241). Muhtar adayları da seçmenlere ulaşabilmek adına reklamlarını en etkin şekilde yapmak durumundadırlar. Reklam amaçlı hazırlanan seçim afişlerinde, muhtar adaylarının resimleri, sloganları, vaatleri yer almaktadır. Yapılan araştırmalarda kararsız kalan seçmenlerin reklamlardan etkilendikleri bilinmektedir. Bu bağlamda; iyi tasarlanmış afişlerin seçmenlerde olumlu etkiler bırakacağı düşünülerek, araştırma kapsamında seçilen mahalle muhtarı seçim afişinin anlam katmanları göstergebilimsel çözümleme ile analiz edilmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Yapılan literatür taramalarında yerel seçimler konusunda birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Yapılan bir çalışmada; araştırmanın yapıldığı dönemde, Samsun ili kent merkezinde muhtarlık görevinde bulunan ve 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde aday olmuş olan kadınların siyasal hayata katılım nedenleri incelenmiştir. Kadınların siyasi katılımlarını artırmak için muhtarlığın bir yol olup olmadığını anlamak için; kadınların neden muhtarlığı seçtikleri, siyasette yer alma nedenleri, neler yapmak istedikleri ve bu süreçte karşılaştıkları güçlükler ile kadın olmaktan kaynaklanan avantajlar, 15 kadınla derinlemesine görüşme yapılarak araştırılmıştır (Yüce Tar, 2016: 1175).

Başka bir çalışmada ise; mahalle yönetimleriyle ilgili olarak yeni bir yasal düzenlemenin gerekli olup olmadığı, Isparta il merkezinde bulunan 40 adet mahalle muhtarıyla yüz yüze görüşme yapılarak incelenmiştir. Araştırma neticesinde yeni bir yasal düzenleme yapılmasına hem ihtiyaç hem de zorunluluk olduğu kanısına varılmıştır (Akman, 2018: 516-520).

Yapılan çalışmaların; yerel seçimler sonucu belediye başkanı ya da muhtar olanların tutumlarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Yerel seçimlerin öncesinde belediye başkanlarının ya da muhtarların seçim afişleri ya da reklamlarının gösterge bilimsel yöntemle çözümlemesine ilişkin çok az çalışma olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmalardan birinde, 2019 yılındaki yerel seçimlerde aday gösterilip gösterilmediklerine bakılmaksızın, Tekirdağ ili sınırları içerisinde yer alan Çorlu ve Malkara Belediyesi Başkanlarının herkese açık olan

Facebook hesapları üzerindeki kapak resimleri incelenmiştir. Siyasal reklam içeriğinde bulunan anlamlar gösterge bilimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir (Bak, 2018: 1161). Araştırmamız bu çalışmadan esinlenerek yapılmıştır. Araştırma kapsamında yerel seçimler öncesi muhtar adaylarının hazırlamış olduğu seçim afişlerinden biri seçilerek, anlam katmanları gösterge bilimsel çözümlemeyle analiz edilmiştir.

### 3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma gösterge bilimsel yöntem ile yapılmıştır. Göstergelerin ne olduğunu, ne anlama geldiğini ve de hangi yasalara bağlandığını öğreten bilim dalıdır (Saussure, 2001:46). Gösterge; “kendisi dışında bir nesne ya da olgu gösteren nesne ya da olgudur” (Huber, 2008:46). Bir tablodaki figür, bir edebiyat yazısındaki kahraman, bir dergide kıyafet birer göstergedir (Rifat, 2009:12). Toplum içerisinde bulunan gösterge dizgelerini gösteren ve de inceleyerek anlamlandıran göstergebilimdir (Vardar vd., 2007:106).

“Göstergebilim, insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya, göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler” (Erkman Akerson, 2016:18). Göstergeler evrenini oluşturan göstergebilim, 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

Yerel seçimler sonucu seçilen muhtarlar yerel yönetim hizmetlerinin kusursuz işlenmesini sağlarlar. Her 5 yılda bir yapılan seçimlerle muhtarlar seçilmekte ve görevlerini yapmaktadırlar. Seçmenler; muhtarlar hakkında seçim kampanyaları, reklamlar, afişler aracılığıyla bilgi sahibi olmaktadır. Mahalle muhtarlarının adaylıklarını gösteren seçim afişleri de birer tanıtım amaçlı siyasal reklamlardır. Seçim afişlerinde, hedef kitle olan seçmenlere mesajlar iletilmektedir. Bu mesajların neler olduğu gösterge bilimsel çözümleme ile incelenmiştir.

#### 3.2. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Tekirdağ ili Çorlu ilçesi mahalle muhtar adaylarının seçim afişleri, örneklemi ise basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen Muhittin Mahallesi muhtar aday Zührecan GÖZAYDIN’ın seçim afişi oluşturmaktadır. Araştırma siyasal reklam içerikli olan bu afişin gösterge bilimsel analiziyle sınırlıdır.

### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Reklamların çözümlenmesinde, reklam içerisinde hedef kitleye ulaştırılmak istenen anlama ulaşmak ve anlamı okumak gerekir. Anlama ulaşmak için Ferdinand de Saussure’ün gösterge; gösteren/gösterilen ayrımı, anlamı okumak içinse düzanlam ve yananlam ayrımının yapıldığı Roland Barthes’in anlamlandırma düzlemi kullanılmaktadır (Parsa ve Parsa, 2012:150).

Barthes, anlamlandırmanın; düzanlam ve yananlam katmanlarından oluştuğunu, ilk düzeyinin göstergenin gösterdiği düzanlam, ikinci düzeyinin ise göstergenin kullanıcılarının kültürel değerleriyle etkileşim halinde olan yananlam katmanını olduğunu belirtmiştir (Sığırcı, 2016:126). Göstergenin gücü yananlam katmanındadır. Metafor (eğretileme) ve metonimi (düzdeğişmece) ile yananlamın gücü artırılır (Parsa ve Parsa, 2012:59-76).

Roland Barthes’a göre reklamların iletileri üç düzlemde oluşur. Dilsel/sözel ileti, şifrenmemiş görsel/görüntüsel ileti (gerçeğe benzerlik) ve şifrenmemiş görsel/görüntüsel ileti (simgesel) olarak reklamlara anlamlar yüklenmektedir. Şifrenmemiş ileti bölümü reklamda herkesin tanıdığı düzanlam kısmıdır. Şifrenmemiş ileti bölümü de ideolojik ve kültürel

şifrelerin olduğu reklamı reklam yapan yananlam katmanıdır. Birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunan bu üç düzlem sayesinde reklamlara anlamlar yüklenmektedir (Erkman Akerson, 2016:173-177).

Araştırma kapsamında seçilen seçim afişi, siyasal reklam içeriğine sahip olduğu için siyasal reklam çözümlemesi yapılmıştır. Araştırmamızda gösterge; gösteren/gösterilen ayrımı ile düzlem ve yananlam ayrımının yapıldığı anlamlandırma düzlemi kullanılmıştır. Seçim afişi; dilsel/sözel ileti, şifrelenmiş görsel/görüntüsel ileti (simgesel) ve şifrelenmemiş görsel/görüntüsel ileti (gerçeğe benzerlik) olarak üç düzlemde analiz edilmiştir.

#### 4.1. Genel Betimleme

Araştırma kapsamında seçilen Muhittin Mahallesi Muhtar Adayı Zührecan GÖZAYDIN'ın seçim afişi Resim 1'de görülmektedir. Siyasal reklam içeriğine sahip olan afişte, görsel ve dilsel iletiler bulunmaktadır. İki slogan kullanılmıştır. Birinci sloganda; "Doğru Sözüme Gülen Yüzüme İnanın Herşey Çok Güzel Olacak", ikinci sloganda; "Güzel mahallemün güzel insanları, Desteğinizi bekliyorum..." kullanılmıştır. Seçim afişinin en üst kısmında; kırmızı fonun üzerine beyaz fonlarla yazılmış "MUHİTTİN MAHALLESİ MUHTAR ADAYI" ibaresi ile, afişin sol alt kısmında mavi çizgilerle hazırlanmış daire içerisinde kırmızı fonlarla yazılmış "EVET" ibaresi bulunmaktadır. Afişin sağ alt kısmına ise muhtar adayının resmi yerleştirilmiştir. Muhtar adayının resimdeki kıyafeti afişin genel yapısına uygun renkle oluşturularak, halk üzerinde olumlu bir imaj yaratılmaya çalışılmıştır. Ayrıca resimdeki gülümsemesi de samimiyetin işareti olarak algılanmaktadır.

**Resim 1:** Muhittin Mahallesi Muhtar Adayı Zührecan GÖZAYDIN'ın Seçim Afişi



#### 4.2. Kullanılan Göstergeler

Ferdinand de Saussure'ün gösterge; gösteren/gösterilen ayrımına göre, Tablo 1'de Muhittin Mahallesi Muhtar adayı Zührecan GÖZAYDIN'ın seçim afişinin gösterge çözümlemesi gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Muhittin Mahallesi Muhtar Adayı Zührecan GÖZAYDIN’ın Seçim Afişinin Gösterge Çözümleme Tablosu

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Şık Elbiseli Kadın	Sağlıklı, bakımlı, şık, genç, güler yüzlü bir kadın profili.	Kültürlü, başarılı, mutlu, çağdaş, çevresiyle barışık, güler yüzlü, samimi biri.
Birinci Yazılı Slogan	Doğru Sözüme Gülen Yüzüme İnanın Herşey Çok Güzel Olacak	Doğru sözlü, güler yüzlü, samimi biri olduğu.
İkinci Yazılı Slogan	Güzel mahallemün güzel insanları, Desteğinizi bekliyorum...	Mahalle gibi mahalle sakinlerinin de güzel olduğu, desteklerle mahallenin daha da güzel olacağı.
Evet Yazısı	Mavi çizgilerle hazırlanmış daire içerisinde kırmızı fonlarla yazılmış “EVET” ibaresi	Yerel seçimlerde beni gördüğünüz yere bu şekilde evet ibaresini ekleyin mesajı.

### 4.3. Anlamlandırma

Mahalle muhtar adaylarının seçim afişlerinden basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen Muhittin Mahallesi Muhtar aday Zührecan GÖZAYDIN’ın seçim afişi, dilsel/sözel ileti, şifrelenmiş görsel/görüntüsel ileti (simgesel) ve şifrelenmemiş görsel/görüntüsel ileti (gerçeğe benzerlik) olarak üç düzlemde analiz edilmiştir.

Dilsel/sözel ileti olarak; afiş içerisinde iki slogan kullanılmıştır. Birinci sloganda; “Doğru Sözüme Gülen Yüzüme İnanın Herşey Çok Güzel Olacak”, ikinci sloganda ise “Güzel mahallemün güzel insanları, Desteğinizi bekliyorum...” cümleleri kullanılmıştır. Tablo 2’de afişte yer alan sloganların düzenlem ve yan anlamları gösterilmiştir. Sloganlarda verilmek istenen mesajın yan anlamlarda yattığı görülmektedir. Yapılacak seçimlerde doğru adayın seçilmemesi durumunda, mahalledeki güzel işlerin devam etmeyeceği, yapılmak istenen olumlu işlere engel olunacağı, samimiyetsiz bir ortamda mahallenin eski güzelliğini yitireceği, menfaat ortamının oluşacağı yan anlamları verilmiştir.

**Tablo 2:** Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzenlem ve Yan anlamları

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
Doğru Sözüme Gülen Yüzüme İnanın Herşey Çok Güzel Olacak	Doğru sözlü, güler yüzlü, samimi biri olduğu.	-Diğer adayların doğru sözlü, güler yüzlü, samimi olmadığı. -Hatta seçilmek adına yalan söyledikleri, samimiyetten yoksun asık suratlı adaylar oldukları. - Benim seçilmemle her şey güzel olacakken, onların seçilmesi her şeyi daha da kötüye götürecektir, daha kötü bir mahallede yaşamak istemiyorsanız bu hatayı yapmayın.
Güzel mahallemün güzel insanları, Desteğinizi bekliyorum...	Mahalle gibi mahalle sakinlerinin de güzel olduğu, desteklerle mahallenin daha da güzel olacağı.	- Diğer adaylar, güzel huylu, erdemli olmadıkları için mahalle de aynı şekilde güzelliğini kaybedecek. - Bana verdiğiniz destek sayesinde siz de bu destekten en güzel şekilde yararlanacaksınız. Diğer adaylar destek olamadıkları gibi yapacağımız işlere engel olacaktır. Güzel şeylerin olması için güzel insanları destekleyin. Ben sizin için varım onlar sadece kendi menfaatlerini düşünür, ben güzelliklerin artması için çalışacağım.

Şifrelenmemiş görsel/görüntüsel ileti afişte görülüp de hemen tanınan, düzenlam katıdır. Bu afiş içerisinde şifrelenmemiş görsel ileti olarak; Mahalle Muhtar adayının resmi, ismi, mavi çizgilerle hazırlanmış daire içerisinde kırmızı fonlarla yazılmış “EVET” ile kırmızı fon üzerine beyaz fonlarla yazılı “MUHİTTİN MAHALLESİ MUHTAR ADAYI” ibaresi bulunmaktadır.

Şifrelenmiş görsel/görüntüsel ileti afişteki yananlam katmanıdır. Şifrelenmiş görsel ileti olarak renkler kullanılmıştır. Eski dönemlerden beri insanlar üzerinde duygusal, sosyolojik ve ruhsal yönden etki yapan renkler, simgesel iletişim aracıdır. Aynı zamanda kültürden kültüre değişiklik gösterir ve insan ilişkilerinde farklı anlamlar yüklerler (Sığırcı, 2014:178). Kırmızı renk, tahrik etme, uyarma ve hareketlendirme özelliğine sahiptir. Mavi renk, umudun ve sonsuzluğun simgesi olmasının yanı sıra mutluluk, huzur ve barış duygularını verir. Beyaz renk ise; saflığın, masumiyetin ve temizliğin ifadesidir (Parsa ve Parsa, 2012:48-49). Seçim afişi içerisinde; “MUHİTTİN MAHALLESİ MUHTAR ADAYI” yazısı kırmızı zemin üzerine beyaz renkle, muhtar adayının ismi olan “ZÜHRECAN GÖZAYDIN” yazısı beyaz zemin üzerine kırmızı renkle, seçimde oyun kendisine verilmesini belli etmesi bakımından “EVET” yazısı ise mavi çizgilerle yazılmış daire içerisinde beyaz fon üzerine kırmızı renkle yazılarak tasarlanmıştır. Afişte kullanılan renkler tesadüfen yerleştirilmemiştir. Kullanılan renkler, afişe anlamlar yüklemektedir. Kırmızı renk kullanılan yazılarla, seçmenlerin dikkatleri üzerlerine çekilmek istenmiştir. Uyarı niteliğinde; seçim esnasında verilen oy pusulasına, Muhittin Mahallesi Muhtar Adaylığında, Zührecan GÖZAYDIN’a, “Evet” yazılı mührü muhakkak verin anlamı verilmiştir. Kırmızı renkle yazılarak uyarılırken, beyaz renk kullanılarak, bu yapılan seçimin saf, samimi, masumane bir seçim olacağı mesajı eklenmiştir. Özellikle “Evet” yazısının etrafında mavi çizgilerle oluşturulmuş daire olması da, yapılacak seçime dikkat edilmesi sonucunda, mutluluk, barış ve huzur geleceği vurgulanmıştır. Renkler, afişte hedef kitle olan seçmenleri etkileyecek şekilde tasarlanmıştır.

“Göstergebilim, her bir anlatıda, anlam üretim sürecinin, anlatı içerisinde oluşturulan zıtlıklar üzerinden kurulduğunu kabul eder” (Doğan ve Göker, 2013:98). Siyasal reklam niteliğinde olan afişlerde ikili karşıtlıklar vardır. Bu karşıtlıklar da hedef kitleye verilmek istenen iletinin öğelerini ortaya çıkarırlar (Sığırcı, 2016:174). Tablo 3’deki temel karşıtlıklara bakıldığında, seçim afişiyle; muhtar aday olarak ilgili kişi seçildiğinde, hedef kitlenin doğru tercih yapmış olacağı, yüzlerinin güleceği, güzel günler görecekleri, her konuda desteklenecekleri, umutlarının giderek artacağı mesajları verilmiştir. Seçim; yanlış kişi üzerinde yapıldığında ise, güzel günlerin geride kalacağı, hiçbir konuda desteklenmedikleri gibi güzel işlerde engellenecekleri, umutlarının da söneceği yananlamları seçmenlere aktarılmaya çalışılmıştır.

**Tablo 3:** Muhittin Mahallesi Muhtar Adayı Zührecan GÖZAYDIN’ın Seçim Afişindeki Temel Karşıtlıklar

Doğru	Yanlış
Gülmek	Ağlamak
Güzel	Çirkin
Desteklemek	Kösteklemek/Engellemek
Beklemek	Ummamak

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Belediye başkanlarının ve muhtarların seçiminin yapıldığı yerel seçimler sayesinde halk, karar alma sürecine ilk katılımlarını yapmış olurlar. Belediyelerin ve de köylerin önemli unsurlarından olan muhtarlar, yerel yönetim hizmetlerinin aksatılmadan yürütülmesi için görev yaparlar. Muhtarların; mahalle ve köylerdeki sıkıntıların çözüm noktasında ilk kademe

başvuru noktası olması, muhtarların seçiminin ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, son yıllarda Cumhurbaşkanımız tarafından muhtarlarla toplantılar yapılması da muhtarların önemini giderek artırdığını, yapılacak seçimlerde muhtarlığı en iyi şekilde temsil edecek kişilerin seçilmesi gerektiğini seçmenlere vurgulamaktadır. Muhtar adayları seçmenlere değişik yollarla ulaşılmaktadır. Bu yollardan biri de siyasal reklam amaçlı seçim afişleridir. Bu afişler, muhtar adaylarının tanıtımını yapmak, duyurmak amacıyla herkesin görebileceği yerlere asılmış, resimli hazırlanmış duvar ilanlarıdır. Bu afişler içerisinde muhtar adaylarının resmi, ismi, muhtarlık bilgileri, vaatleri ve de sloganları bulunur. Seçmenler üzerinde olumlu etkiler bırakarak, seçim zamanında oyların çoğunu gösterilen adaya verilmesini amaçlayan bu afişler; özellikle kararsız kalan seçmenlerin kararlarında olumlu etkiler bıraktığı yapılan araştırmalarla da desteklenmiştir.

Yapılan literatür taramasında muhtarların seçim afişlerinin göstergebilimsel çözümlemesi üzerine bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Literatürdeki bu boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Tekirdağ ili Çorlu ilçesi mahalle muhtar adaylarının seçim afişleri, örneklemine ise basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen Muhittin Mahallesi muhtar aday Zührecan GÖZAYDIN'ın seçim afişi oluşturmaktadır. Araştırma siyasal reklam içerikli olan bu afişin göstergebilimsel analiziyle sınırlıdır.

Göstergebilim, görünenin arkasında gizli olan anlamı ve bunun nasıl oluştuğunu ortaya çıkarır. Siyasal reklam amaçlı hazırlanan seçim afişinde, hedef kitle olan seçmenlere iletilmek istenen anlam katmanları incelenmiştir. İletişim sürecinin çözümlenmesi olarak da görülen siyasal reklam amaçlı hazırlanan seçim afişinde yer alan iletilerin çözümlenmesi bir anlam aktarmayı amaçlar. İletişim oluşturulurken, görsel ve dilsel öğeler birbirini tamamlamaktadır.

Araştırmada gösterge; gösteren/gösterilen ayrımı ile düzenlam ve yananlam ayrımının yapıldığı anlamlandırma düzlemi kullanılmıştır. Seçim afişi; dilsel/sözel ileti, şifrelenmiş görsel/görüntüsel ileti (simgesel) ve şifrelenmemiş görsel/görüntüsel ileti (gerçeğe benzerlik) olarak üç düzlemde analiz edilmiştir.

Dilsel/sözel ileti olarak; afiş içerisinde iki slogan kullanılmıştır. Birinci sloganda; “Doğru Sözüme Gülen Yüzüme İnanın Herşey Çok Güzel Olacak”, ikinci sloganda ise “Güzel mahallem güzel insanları, Desteğinizi bekliyorum...” cümleleri kullanılmıştır. Yapılacak seçimlerde doğru adayın seçilmemesi durumunda, mahalledeki güzel işlerin devam etmeyeceği, yapılmak istenen olumlu işlere engel olunacağı, samimiyetsiz bir ortamda mahallenin eski güzelliğini yitireceği, menfaat ortamının oluşacağı yananamları verilmiştir. Sloganlarda verilmek istenen mesajın yananamlarda yattığı görülmektedir.

Şifrelenmemiş görsel/görüntüsel ileti, afişte görülüp de hemen tanınan, düzenlam katıdır. Bu afiş içerisinde şifrelenmemiş görsel ileti olarak; Mahalle Muhtar adayının resmi, ismi, mavi çizgilerle hazırlanmış daire içerisinde kırmızı fonlarla yazılmış “EVET” ile kırmızı fon üzerine beyaz fonlarla yazılı “MUHİTTİN MAHALLESİ MUHTAR ADAYI” ibaresi bulunmaktadır. Afişi gören seçmenler, bu şifrelenmemiş iletilerle, afişin, seçim afişi olduğunu anlamaktadır. Bu da herkesin anlayabileceği düzenlam katı olmasından kaynaklanmaktadır.

Şifrelenmiş görsel/görüntüsel ileti afişteki yananlam katmanıdır. Şifrelenmiş görsel ileti olarak renkler kullanılmıştır. Seçim afişi içerisinde; “MUHİTTİN MAHALLESİ MUHTAR ADAYI” yazısı kırmızı zemin üzerine beyaz renkle, muhtar adayının ismi olan “ZÜHRECAN GÖZAYDIN” yazısı beyaz zemin üzerine kırmızı renkle, seçimde oyun kendisine verilmesini belli etmesi bakımından “EVET” yazısı ise mavi çizgilerle yazılmış daire içerisinde beyaz fon üzerine kırmızı renkle yazılarak tasarlanmıştır. Afişte kullanılan renkler tesadüfen yerleştirilmemiştir. Kullanılan renkler, afişe anlamlar yüklemektedir. Kırmızı renk kullanılan

yazılarla seçmenlerin dikkati üzerlerine çekilmiştir. Uyarı niteliğinde; seçim esnasında verilen oy pusulasına, Muhittin Mahallesi Muhtar Adaylığında, Zührecan GÖZAYDIN'a, "Evet" yazılı mührü muhakkak verin anlamı verilmiştir. Kırmızı renkle yazılarak uyarılırken, beyaz renk kullanılarak, bu yapılan seçimin saf, samimi, masum bir seçim olacağı mesajı eklenmiştir. Özellikle "Evet" yazısının etrafında mavi çizgilerle oluşturulmuş daire olması da, yapılacak seçime dikkat edilmesi sonucunda, mutluluk, barış ve huzur geleceği vurgulanmıştır. Renkler, afişte hedef kitle olan seçmenleri etkileyecek şekilde tasarlanmıştır.

Siyasal reklam niteliğinde olan afişlerde; hedef kitleye verilmek istenen iletinin öğelerini ortaya çıkaran ikili karşıtlıklar vardır. Afişte yer alan temel karşıtlıklara bakıldığında, seçim afişiyle; muhtar aday olarak ilgili kişi seçildiğinde, hedef kitlenin doğru tercih yapmış olacağı, yüzlerinin güleceği, güzel günler görecekleri, her konuda desteklenecekleri, umutlarının giderek artacağı mesajları verilmiştir. Seçim, yanlış kişi üzerinde yapıldığında ise, güzel günlerin geride kalacağı, hiçbir konuda desteklenmedikleri gibi güzel işlerde engellenecekleri, umutlarının da söneceği yananamları seçmenlere aktarılmaya çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen afişte, dilsel ve görsel iletler kullanılmıştır. Dilsel ileti olarak kullanılan iki sloganda yer alan; adayın resminin, yananlam katmanlarını oluşturan renklerin, seçmenleri etkileyecek şekilde tasarlandığı bariz ortadadır. Ayrıca bazı kelimelerin baş harflerinin dikkatleri seçmenlerin üzerine çekmek amacıyla özellikle büyük harfle başlatıldığı da görülmüştür. Sloganlar hazırlanırken dikkat edilecek hususlardan biri de kelime yanlışlıklarının yapılmamasıdır. Afiş içerisindeki sloganların birinde yer alan; "Herşey" kelimesi bitişik yazılarak yanlış kullanılmıştır. Bunun dışında yazım yanlışlığı bulunmamaktadır. Afiş özenle oluşturulmuştur.

Daha kapsamlı çalışmalar yapılarak, daha fazla sayıda seçim afişinin anlam katmanları incelenmeli ve literatüre daha özgün çalışmalar kazandırılmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Bak, Gökhan (2018). Siyasi İletişimde Siyasal Reklamın Öneme İlişkin Göstergibilimsel Bir Çözümleme, *Social Mentality and Research Thinkers Journal*, C: 4, S: 14, 1161-1169.
- Akman, Çiğdem (2018). Mahalle Yönetimi İle İlgili Yeni Bir Yasal Düzenleme Gerekli Mi? Isparta Özelinde Bir Araştırma, *Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi*, C: 10, S: 19, 516-534.
- Çetin, Canan ve Mutlu, Esin Can. (2010). *Temel İşletmeciliğe Giriş*, 2. bs., İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Doğan, Adem ve Göker, Göksel (2013). *Siyasal İletişim Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Erkman Akerson, Fatma (2016). *Göstergibilime Giriş*, İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Huber, Emel (2008). *Dilbilime Giriş*, İstanbul: Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Kocaoğlu, Mustafa ve Fural, Medine (2018). Yerel Yönetimlerde Yönetişim Uygulamaları: Serik Belediyesi Örneği, *Asia Minor Studies: International Journal Of Social Sciences*, C: 6, S: AGP Özel Sayısı/6, 150-165.
- Parsa, Seyide ve Parsa, Alev Fatoş (2012). *Göstergibilim Çözümlemeleri*, 3. bs., İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Rifat, Mehmet (2009). *Göstergibilimin ABC'si*, 3. bs., İstanbul: Say Yayınları.
- Rifat, Mehmet (2011). *Homo Semioticus ve Göstergibilim Sorunları*, 2. bs., İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saussure, Ferdinand De (2001). *Genel Dilbilim Dersleri*, Çeviren: Berke Vardar, İstanbul: Multilingual Yayınları.



Sığırıcı, İlhami (2014). Göstergibilimsel Yaklaşım: Yazılı Basın Sloganlarının İncelenmesi, Editör: Ahmet GÜNEŞ, *İletişim Araştırmalarında Göstergibilim: Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı*, Konya: LiteraTürk Yayınları, 155-182.

Sığırıcı, İlhami (2016). *Göstergibilim Uygulamaları: Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

URL-1 : Türkiye İlleri İlçeleri Mahalleleri Köyleri, Çorlu Mahalleleri Ve Köyleri, <http://www.nufusune.com/corlu-mahalleleri-koyleri-tekirdag> adresinden 01.01.2019 tarihinde alınmıştır.

Vardar, Berke&Güz, Nüket& Huber, Emel&Senemoğlu, Osman&Öztoğat, Erdim (2007). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*, 2. bs., İstanbul: Multilingual Yayınları.

Yaman, Murat ve Küçükşen, Murat (2018). Yerel Yönetimlerin Demokratikleşmesi Açısından Yerel Katılımın İncelenmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S: 55, 247-259.

Yüce Tar, Yasemin (2016). “Partisiz Siyaset Muhtarlık”; Kadınların Siyaseti İçin Bir İmkân Mı? Samsun İli Kadın Muhtarları Ve Kadın Muhtar Adayları, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C: 9, S: 42, 1173-1184.

2972 Sayılı Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun, T. C. Resmi Gazete, 18/1/1984, Sayı: 18285.