

**ULUSLARARASI BİLİMSEL ORGANİZASYONLARDAN İKSAD'IN KULLANDIĞI
SLOGANIN
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**
THE SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SLOGAN USED BY İKSAD FROM INTERNATIONAL
ORGANIZATIONS

Gökhan BAK¹

ÖZET

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de çok sayıda bilimsel organizasyon düzenlenmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan bilimsel organizasyonlar, bilimsel bilginin üretilmesini sağlamasının yanı sıra birçok alanda çalışanları ve projelerini de bir araya getirmektedir. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme kullanılarak, Türkiye merkezli genç ve dinamik bir organizasyon olan İKSAD (İktisadi Kalkınma ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü) örneği seçilmiştir. Türkiye yanı sıra birçok ülkede proje yöneten, akademik düzeyde organizasyonlar düzenleyen, her eğitim seviyesinde öğrencilere destek veren İKSAD’ın; uluslararası bilimsel organizasyonlar düzenleyen kuruluşların örneklem evrenini en iyi şekilde temsil ettiği değerlendirilmiştir. Uluslararası organizasyon düzenleyen kuruluşların çoğu logo ve slogan kullanmaktadır. Sloganlarda, hedef kitleyi etkilemek amacıyla görsel ve dilsel iletiler kullanarak, anlamlar yüklenmektedir. Bu bağlamda İKSAD’ın kullandığı sloganın göstergebilimsel çözümlemesi yapılarak, ne anlamlar yüklediği incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İKSAD, Slogan, İletişim, Göstergebilimsel Analiz.

ABSTRACT

In Turkey, as in many countries are also organized many scientific organizations. At the national and international level, scientific organizations bring together the employees and projects in many fields besides providing scientific knowledge. Research on the sampling method for sampling using a typical case, Turkey-based young and dynamic organization İKSAD (Institute for Economic Development and Social Researches) sample was selected. Turkey, as well as managing projects in many countries, the organization that regulates academic level, İKSAD providing support to students at every educational level; it is evaluated that the organizations that organize international scientific organizations represent the sampling universe in the best way. Most of the organizations organizing international organizations use logos and slogans. In the slogans, meanings are loaded by using visual and linguistic messages to influence the target audience. In this context, the semiotic analysis of the slogan used by İKSAD was examined and the meanings were examined.

Key Words: İKSAD, Slogan, Communication, Semiotic Analysis.

1. GİRİŞ

Bir ülkenin başarısı, o ülkenin bilim ve teknolojiadaki ilerlemesinin yanı sıra bilgi üretimine de bağlıdır. Bilim ve teknolojiadaki ilerlemeler sayesinde bilgiler üretilmekte ve de paylaşılmaktadır. Kullanıldıkça ve paylaşıldıkça artan bilgi, her türlü kararın verilmesinde etkin rol oynamaktadır. Ülkeler bilgiyi ürettikçe bunu paylaşmakta, diğer ülkelerle paylaşarak bilginin daha değerli hale gelmesini sağlamaktadır. Bu bilgi alışverişinin ve paylaşımının yapıldığı üniversiteler ve eğitim kurumlarının yanı sıra birçok organizasyon bulunmaktadır. Organizasyonlar ulusal ve uluslararası çapta farklı konular ve farklı yapılanmalar üzerinde odaklanarak düzenlenmektedir. Türkiye’de akademik düzeyde ulusal ve uluslararası düzenlenen bilimsel nitelikli organizasyonların başında İKSAD (İktisadi Kalkınma ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü) gelmektedir. 2010 yılında Gölbaşı’nda kurulan İKSAD, geçen 9 yıllık süreçte Türkiye'nin birçok yerinde ve 16 ülkede temsilcilikleri olan uluslararası bilimsel bir organizasyon haline almıştır. Bilim kurulu, 28 ülkeden 700'ün üzerinde akademisyenden oluşan İKSAD, en yeni iletişim ve eğitim teknolojilerini kullanarak bilim insanların dünyaya standartlarında araştırmalar yapmalarını hedeflemektedir (URL-1).

¹ORCID ID: 0000-0003-4520-0930, Dr., Milli Savunma Bakanlığı, gokhanbak2010@hotmail.com , Tekirdağ/TÜRKİYE

“2010 yılında Gölbaşı'nda kurulan İKSAD, Türkiye merkezli ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren genç ve dinamik bir organizasyondur. Farklı disiplinlerden ve ülkelerden çok sayıda akademisyen, yazar, diplomat, bürokrat ve iş adamlarından oluşan yapısı ile özellikle sosyal problem çözümü ve ekonomik gelişme gibi konular üzerine stratejiler belirleyen ve ilgili makamlara imkânlar ölçüsünde çözüm önerileri sunan organizasyonumuz pek çok alanda faaliyet göstermektedir. Uluslararası ilişkiler, sosyal ve çevresel performans, ekonomik kalkınma, endüstri ve sürdürülebilirlik temel çalışma alanlarımızı oluşturmaktadır. İyi eğitim almış seçkin bir insan kaynağına sahip olan İKSAD halen birçok sosyal projenin yürütücülüğünü de yapmaktadır. Faaliyet çeşitliliğimiz sebebiyle sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, kamu kurumları özel sektör, yerel yönetimler gibi çok sayıda kurumla yakın ilişki ve iletişim içerisindeyiz” (URL-2).

İKSAD, uluslararası bilimsel organizasyonların yapılmasında gösterdiği başarılarını; “İKSAD KONGRE TOPLULUĞU” adı altında kapalı grup olarak kurulan Facebook sayfasında, üyelerine resimlerle ve de videolarla sunmaktadır. 2010 yılından itibaren yapılan kongreleri, kongrelerin kitaplarını, hakemli dergilerini, İKSAD Uluslararası Yayınevi adı altında 2014 yılından itibaren uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyette bulunarak Türkiye ve birçok ülkede yayınladıkları kitapları internet sayfalarında görülmektedir. İngilizce ve Türkçe tercih seçeneğiyle de birçok araştırmacının kolaylıkla hizmetleri görmesine olanak tanınmaktadır (URL-3).

Ulusal ve uluslararası birçok kuruluş marka değerini oluşturmaya yönelik olarak, gerek hedef kitleyi etkilemek gerekse markayı simgelemek adına slogan kullanırlar (Bak, 2018:1052). İKSAD gibi böylesine geniş bir kitleye hitap eden uluslararası bilimsel organizasyonların da sloganlarını yaparken kendilerini hedef kitleye tanıtacak nitelikte slogan oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda İKSAD'ın kullandığı sloganın göstergebilimsel analizi yapılarak, anlam katmanları incelenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Uluslararası bilimsel organizasyonlar üzerine literatürde çok az çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalardan birinde uluslararası bilimsel organizasyonların sosyal medya kullanımı incelenmiştir (Eşidir ve Bak, 2018:62).

Sloganların göstergebilimsel açıdan incelendiği çalışmalara bakıldığında; gazetelerin, üniversitelerin ve teknoparkların kullandığı sloganların göstergebilimsel çözümlemesinin yapıldığı görülmektedir. Çorlu yerel gazetelerinde kullanılan sloganlar, haberin niteliğine ve hedef kitleye yönelik olarak kesitlemelere ayrılarak incelenmiştir (Bak ve Eşidir, 2016). Türkiye’de bulunan devlet ve vakıf üniversitelerinin kullandığı slogan ve amblemlerin analizi yapılarak sloganların hedef kitle üzerindeki etkileri tartışılmıştır (Sığırcı, 2016). Ayrıca Türkiye’de bulunan beş teknoparkın sloganlarını nasıl oluşturduğu ve hedef kitleye verdiği mesajlar göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir (Bak, 2018).

Yapılan literatür taraması sonucunda uluslararası bilimsel organizasyonların kullandığı sloganlar üzerinde bir çalışmanın bulunmadığı görülmüştür. Bu bağlamda, yapılan çalışmanın; literatürde, bu konudaki boşluğu dolduracağı, bundan sonra yapılacak çalışmalara da öncülük edeceği düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma göstergebilimsel yöntem ile yapılmıştır. Göstergeler arasındaki ilişkileri ve anlamlarını inceleyen göstergebilim, hayatın her alanını inceler. İnsan ilişkilerinin yanı sıra dış dünyanın işleyişini de anlamlandırmaya çalışır (Sığırcı, 2016:10). “Göstergebilim, insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya, göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler” (Erkman Akerson, 2016:18).

Göstergelerin nasıl anlamlandırıldıklarını inceleyen ve yanlış anlaşılmalara önlemeye çalışan bir yöntemdir (Güz vd., 2002:156). 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

Uluslararası bilimsel organizasyonlar, amaçları doğrultusunda çok büyük bir kesime hitap etmektedir. Hedef kitleyi etkilemek adına birçok organizasyonun yaptığı gibi bilimsel organizasyonların da

sloganlarını en iyi şekilde tasarlayıp kullandığı aşikârdır. Bu bağlamda uluslararası bilimsel organizasyonlardan İKSAD'ın kullandığı sloganın anlam katmanları incelenmiştir. Düzenlamlarından ziyade yananamların etkili olduğu slogan içerisindeki hedef kitleye iletilmek istenen mesajlar, göstergebilimsel analizle çözümlenmiştir.

3.2. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki uluslararası bilimsel organizasyon yapan kuruluşlar, örneklemini ise uluslararası bilimsel organizasyonlardan amaçlı örnekleme yoluyla seçilen İKSAD oluşturmaktadır. "Ana kitleyi temsil edeceği varsayımı ile yapılan örneklemedir. Yeterince deneyimlilerin ve uzman kişilerin görüşleriyle hangi örneklerin ana kitleyi temsil edebileceği belirlenir" (İslamoğlu, 2011:174). İradi örnekleme tipi olarak da adlandırılan amaçlı örneklemede; ana kütle içerisinde gözle tahmin ederek, bilgi edinmek istenen özelliği temsil eden birimler ayrılır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 82).

İKSAD'ın, kullandığı slogan itibarıyla, Türkiye'deki uluslararası bilimsel organizasyonları temsil edebilecek örneklem olarak değerlendirilerek amaçlı örneklem kapsamında seçilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Reklamların içerisinde hedef kitleye ulaştırılmak istenen anlama ulaşmak ve de anlamı okumak gerekmektedir. Anlama ulaşmak için Ferdinand de Saussure'ün gösterge; gösteren/gösterilen ayrımı, anlamı okumak içinse düzenlam ve yananlam ayrımının yapıldığı Roland Barthes'in anlamlandırma düzlemi kullanılmaktadır (Parsa ve Parsa, 2012:150). Reklamlar gibi sloganların çözümlenmesi de iletişim sürecinin çözümlenmesidir.

Sloganların içerisinde de hedef kitleye ulaştırılmak istenen anlamlar yer almaktadır. Bu anlamları okumak adına Roland Barthes'in anlamlandırma düzlemi kullanılmıştır. Ayrıca slogan içerisinde yer alan ikili karşıtlıklara değinilerek yananamlarda verilmek istenen mesajlar pekiştirilmiştir. Renklerin; insanların üzerinde duygusal, sosyolojik ve ruhsal etkileri de sloganlara yansıtıldığı bilinmektedir. Sloganda kullanılan renklerin bu özelliklerine değinilerek önemi vurgulanmıştır.

İKSAD'ın görsel gösterge olarak kullandığı amblemi, sloganı, sloganda kullanılan ikili karşıtlıkları tablolar halinde verilerek incelenmiştir. Ayrıca renklerin slogan ve amblemdaki uyumuna yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen uluslararası bilimsel organizasyonlardan İKSAD'ın görsel göstergesi ve sloganı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Amblemi (Görsel Göstergesi)	
Sloganı	İKSAD - Paylaştıkça büyüyoruz, büyüdükçe paylaşıyoruz

Araştırma kapsamında incelenen İKSAD'ın kullandığı slogana ait düzenlamalar ve yananamları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo.2 : İKSAD’ın Kullandığı Sloganın Düz Anlamları ve Yan Anlamları

S.NO	SLOGANI	DÜZANLAMLARI	YANANLAMLARI
1	Paylaştıkça büyüyoruz, büyüdükçe paylaşıyoruz	Bilgiyi paylaşıyoruz. Bu bilgiyi paylaşıırken büyüyoruz. Büyüdükçe de yine aynı şekilde bilgiyi paylaşıyoruz.	- Bilgiyi paylaşmayı, paylaştıkça büyümeyi, büyüdükçe de tecrübe ettiklerimizi herkesle paylaşıyoruz. Biz, paylaşmak erdemine sahibiz. Diğer organizasyonlar bilgiyi ve tecrübeyi paylaşmazlar. - Biz paylaştıkça sürekli büyüyen yapıya sahibiz. Yenilikleri de büyüdükçe takip ediyoruz. Diğer organizasyonlar, paylaşmadıkları için büyüyemiyor. - Biz sürekli büyüdüğümüz gibi, paylaşmayı ne kadar büyürsek büyüelim devam ettiriyoruz. Büyüdüğümüz için kimseden bilgi saklamıyoruz. Bu büyümeyi paylaşmaya borçlu olduğumuzu biliyoruz. Diğer organizasyonlar zaten hiç büyümüyor, büyüse bile bunu paylaşmadıkları için hedef kitle için bir anlam ifade etmiyor.

Araştırma kapsamında incelenen uluslararası bilimsel organizasyonlardan İKSAD’ın sloganında kullandığı temel karşıtlıklar Tablo 3’de sunulmuştur. “Göstergebilim, her bir anlatıda, anlam üretim sürecinin, anlatı içerisinde oluşturulan zıtlıklar üzerinden kurulduğunu kabul eder” (Doğan ve Göker, 2013:98). Slogan içerisinde ikili karşıtlıklar kullanılmıştır. Bu ikili karşıtlıklar hedef kitleye verilmek istenen iletileri ortaya çıkarır. Bu sloganla; İKSAD’ın her türlü bilgiyi paylaştığı, hedef kitleye bunu aktardığı, diğerlerinin aksine sürekli büyüdüğü anlatılmaya çalışılmıştır.

Tablo 3: İKSAD Sloganında Kullanılan Temel Karşıtlıklar

Paylaşmak	Paylaşmamak
Büyüme	Küçülmek

4.1. Sloganın Çözümlemesi

İKSAD’ın kullandığı sloganın anlam katmanları ve bu anlam katmanlarının nasıl oluştuğu incelenmiştir. Göstergebilimsel çözümlemelerde, görünenden görünmeyene doğru giden anlam katmanları vardır. Birinci düzlemde düz anlam, ikinci düzlemde ise yananam katmanı vardır. Yananlam katmanında, göstergeyi kullananların duyguları ve kendi kültürel değerleriyle karşılaştıklarındaki etkileşimleri ortaya çıkar. Göstergenin anlam gücü metonimi (düzdeğişmece) ve metafor (eğretileme) ile artırılmaktadır (Parsa ve Parsa, 2012:59-76).

“Barthes anlamlandırmayı, anlam, kodlar, düz anlamlar, yananamlar ve mitler adını verdiği düzeyde yapılandırmaktadır. Anlamlandırmanın ilk düzeyi olan düz anlam, göstergenin belirttiği şeyi, ikinci düzeyi yananam ise göstergenin kullanıcıların kültürel değerleriyle buluştuğunda oluşan etkileşimi betimlediğini belirtir ve ikincil gösterilenler ya da yananam gösterilenleri arasındaki bağıntılar üzerinde durur” (Sığırcı, 2016:126).

İKSAD, sloganın yanı sıra sloganı destekleyen görsel gösterge kullanmıştır (Tablo 1). Bu görsel göstergede; organizasyonun Türkiye merkezli olduğunu belirten, Türkiye Cumhuriyeti anlamına gelen İngilizce olarak; “REPUBLIC OF TURKEY” yazılmıştır. Dünyaca en çok konuşulan dil olan İngilizce ile yazılması da herkes tarafından kolayca anlaşılması istendiğinden tasarlanmıştır. Görsel/görüntüsel gösterge içerisinde bir kitap ve bu kitaptan yukarıya doğru uzanan bir el gözükmektedir. Bu eli de yukarıdan başka bir el tutmaktadır. Bununla tüm dünyaya uzanan, bilimsel bilgiyi herkesçe paylaşan

yananlamı verilmiştir. Ayrıca bu ellerin tutuşmasını da güneşin doğuşuyla entegre etmiştir. Burada güneş metaforu kullanılarak yananlamı artırılmıştır. Güneşin varlığı tüm dünyanın yaşam kaynağıdır metaforu verilmiştir. Güneşin doğuşuyla birlikte tüm dünyanın aydınlandığı, güneş ışığından herkesin istifade ettiği gibi İKSAD sayesinde bilginin tüm dünyaya hızla yayıldığı, her yeri bilgiyle aydınlattığı anlamı verilmiştir. Görsel göstergede; ay ve yıldız sembolleri kullanılarak, İslamiyet, Türklük, demokrasi, özgürlük, vatan kavramları temsil edilmiştir.

İKSAD'ın kullandığı sloganda; düzenlanlarından ziyade yananlamlarıyla hedef kitleye mesaj iletilmiştir. "Paylaştıkça büyüyoruz, büyüdükçe paylaşıyoruz" sloganıyla; düzenlamsal boyutuyla, herkesin ilk başta anladığı anlam çıkarılmıştır. Bilgiyi paylaştıkları, büyüdükleri, büyüdüklerinin sonucu tekrar paylaşmaya devam ettikleri düzenlanmaları verilmiştir. Sloganda asıl anlam yananlam katmanındadır ve yananlam sayesinde hedef kitleye verilmek istenen mesaj iletilir. Bu sloganda da; İKSAD'ın büyüyen, paylaşan, sürekli yenilikleri takip eden yapısına sahip olduğu, diğer organizasyonların asla bu şekilde davranmadığı, kendilerini yenilemediği, bilgiyi asla paylaşmadığı, büyümediği vurgulanmıştır. Ayrıca ikili karşıtlıklar kullanılarak anlam pekiştirilmiştir. Paylaşmak-paylaşmamak ve büyümek-küçülmek ikili karşıtlıklar kullanılmıştır. İKSAD'ın paylaşan ve büyüyen yapısına karşılık paylaşmayan ve küçülen diğer organizasyon yapılarına göndermede bulunulmuştur.

4.2. Renklerin Kullanımı

Eski dönemlerden beri simgesel iletişim aracı olarak kullanılan renkler, insanlara duygusal, ruhsal ve sosyolojik yönden etki yapmıştır. İnsan ilişkilerinde farklı anlamlar yükleyerek, kültürden kültüre değişiklik göstermiştir (Sığırcı, 2014:178). Mavi renk, sonsuzluğun ve umudun simgesidir aynı zamanda barış, mutluluk ve huzur duygularını verir. Sarı renk ise, sevinç duygularını uyandırır ve rahatlatıcı etki uyandırır. Ayrıca sarı renk uzun süre seyredildiğinde sinir sistemini düzenlediği bilinmektedir (Parsa ve Parsa, 2012:48).

İKSAD'ın kullandığı gerek amblemde gerekse sloganda mavi ve sarı renk hâkimdir. Kullanılan sloganın arka fonu koyu maviyle, yazısı ise sarı ile renklendirilmiştir. Dolayısıyla mavi renk ile mutluluk, barış, huzur duyguları, sarı renk ile de rahatlık hissi verilmiştir. Sloganda renkler uyum içerisinde kullanılmıştır. Sloganı okuyanda hep olumlu duygular uyandırmaya yönelik oluşturulmuştur.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkiye'de akademik düzeyde ulusal ve uluslararası düzenlenen bilimsel nitelikli organizasyonların başında İKSAD (İktisadi Kalkınma ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü) gelmektedir. 2010 yılından itibaren birçok bilimsel organizasyon gerçekleştirmiştir. Ulusal ve uluslararası kuruluşlar marka değerini yansıtmak ve hedef kitleye mesaj vermek amacıyla slogan kullanırlar. İKSAD gibi böylesine geniş bir kitleye hitap eden uluslararası bilimsel organizasyonların da sloganlarını yaparken kendilerini hedef kitleye tanıttıkları nitelikte slogan oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda İKSAD'ın kullandığı sloganın göstergebilimsel analizi yapılarak, anlam katmanları incelenmiştir.

Yapılan literatür taraması sonucunda uluslararası bilimsel organizasyonların kullandığı sloganlar üzerinde bir çalışmanın bulunmadığı görülmüştür. Bu bağlamda, yapılan çalışmanın; literatürde, bu konudaki boşluğu dolduracağı, bundan sonra yapılacak çalışmalara da öncülük edeceği düşünülmektedir.

Araştırma göstergebilimsel yöntem ile yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'deki uluslararası bilimsel organizasyon yapan kuruluşlar, örneklemini ise uluslararası bilimsel organizasyonlardan amaçlı örnekleme yoluyla seçilen İKSAD oluşturmaktadır. İKSAD'ın, kullandığı slogan itibarıyla, Türkiye'deki uluslararası bilimsel organizasyonları temsil edebilecek örneklem olarak değerlendirilerek amaçlı örneklem kapsamında seçilmiştir.

İKSAD'ın kullandığı sloganda; düzenlanlarından ziyade yananlamlarıyla hedef kitleye mesaj iletilmiştir. "Paylaştıkça büyüyoruz, büyüdükçe paylaşıyoruz" sloganıyla; düzenlamsal boyutuyla, herkesin ilk başta anladığı anlam çıkarılmıştır. Bilgiyi paylaştıkları, büyüdükleri, büyüdüklerinin sonucu tekrar paylaşmaya devam ettikleri düzenlanmaları verilmiştir. İKSAD, sloganın yanı sıra sloganı destekleyen görsel gösterge kullanmıştır. Kullanılan görsel göstergede, Türkiye Cumhuriyeti merkezli

bir yapıda olduğu, tüm dünyaya bilgi dağıttığı anlatılmaya çalışılırken güneş metaforuyla da yananlamı artırılmıştır. Güneşin varlığı tüm dünyanın yaşam kaynağıdır metaforu verilmiştir. Güneşin doğuşuyla birlikte tüm dünyanın aydınlandığı, güneş ışığından herkesin istifade ettiği gibi İKSAD sayesinde bilginin tüm dünyaya hızla yayıldığı, her yeri bilgiyle aydınlattığı anlamı verilmiştir.

Paylaşmak-paylaşmamak ve büyümek-küçülmek ikili karşıtlıklar kullanılmıştır. İKSAD'ın paylaşan ve büyüyen yapısına karşılık paylaşmayan ve küçülen diğer organizasyon yapılarına göndermede bulunulmuştur.

İKSAD'ın kullandığı gerek amblemde gerekse sloganda mavi ve sarı renklerin hâkim olduğu, kullanılan sloganın arka fonunda koyu mavi renk ile mutluluk, barış, huzur duyguları, yazısında kullanılan sarı renk ile de rahatlık hissi verilmiştir.

İKSAD'ın kullandığı sloganın anlam katmanları incelendiğinde, gelişigüzel bir slogan kullanılmadığı, gerek anlamında gerekse renk kullanımında hedef kitleyi olumlu etkileyecek şekilde tasarlandığı görülmektedir. Daha ilk bakışta sloganın yazımında kullanılan sarı renk ile okuyana rahatlık hissi verdiği göze çarpmaktadır.

Literatürde uluslararası bilimsel organizasyonların kullandıkları sloganların göstergebilimsel çözümlemesi bulunmadığından bu çalışmanın bu boşluğu dolduracağı ümit edilmektedir. Daha kapsamlı ve sayıca daha fazla kuruluşun sloganlarının anlam katmanları incelenerek literatüre katkı sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Bak, Gökhan (2018). Türkiye'deki Teknoparkların Kullandıkları Sloganların Göstergebilimsel Açından İncelenmesi, *Social Mentality and Research Thinkers Journal*, C: 4, S: 14, 1052-1058.
2. 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.
3. Doğan, Adem ve Göker, Göksel (2013). *Siyasal İletişim Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
4. Erkmam Akerson, Fatma (2016). *Göstergebilime Giriş*, İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
5. Eşidir, Osman Vedüd ve Bak, Gökhan (2018). Uluslararası Bilimsel Organizasyonların Sosyal Medya Kullanımı: İKSAD Örneği, *ATLAS Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, C:2, S:3, 62-70.
6. Güz, Nükhet&Küçükdoğan, Rengin&Sarı, Nilüfer&Küçükdoğan, Bülent& Zeybek, Işıl (2002). *Etkili İletişim Terimleri*, İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
7. İslamoğlu, Ahmet Hamdi (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*, 2. bs., İstanbul: Beta Yayıncılık.
8. Parsa, Seyide ve Parsa, Alev Fatoş (2012). *Göstergebilim Çözümlemeleri*, 3. bs., İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
9. Rifat, Mehmet (2011). *Homo Semioticus ve Göstergebilim Sorunları*, 2. bs., İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
10. Sığırcı, İlhami (2014). Göstergebilimsel Yaklaşım: Yazılı Basın Sloganlarının İncelenmesi, Editör: Ahmet GÜNEŞ, *İletişim Araştırmalarında Göstergebilim: Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı*, Konya: LiteraTürk Yayınları, 155-182.
11. Sığırcı, İlhami (2016). *Göstergebilim Uygulamaları: Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
12. URL-1: İKSAD, İksad Hakkında, <https://www.iksadkongre.org/hakkimizda> adresinden 20.11.2018 tarihinde alınmıştır.
13. URL-2: İKSAD INTERNATIONAL, İksad kimdir?, <https://www.iksad.co.uk/about> adresinden 21.11.2018 tarihinde alınmıştır.
14. URL-3: İKSAD, Ana sayfa, <https://www.iksadkongre.org/> adresinden 22.11.2018 tarihinde alınmıştır.
15. Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 3. bs., Ankara: Detay Yayıncılık.