

TÜRKİYE’DE COVID-19 SONRASI GAZETE MANŞETLERİNİN TIPOGRAFİK VE GÖSTERGEBİLİMSEL YÖNDEN İNCELENMESİ: HÜRRİYET VE MİLLİYET GAZETELERİ ÖRNEĞİ

Eda UYGAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye

eda_uygan@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1479-5564>

<i>Atıf</i>	UYGAN, E. (2021). TÜRKİYE’DE COVID-19 SONRASI GAZETE MANŞETLERİNİN TIPOGRAFİK VE GÖSTERGEBİLİMSEL YÖNDEN İNCELENMESİ: HÜRRİYET VE MİLLİYET GAZETELERİ ÖRNEĞİ. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(4), 889-923.
-------------	--

ÖZ

İletişim, zamana bağlı olarak sürekli bir değişim ve gelişim süreci içerisindedir. Çağımızda küreselleşen dünyada daha hızlı bir biçimde devam eden bu gelişim ve değişim ile bireylerin bilgiye erişimi çok daha kısa zaman almaya başlamıştır. Bireysel ve kitlesel olmak üzere farklı birçok türü olan iletişimin günümüzdeki en yaygın türü kitle iletişimidir. Kitle iletişim araçlarından biri olan gazeteler, geniş kitlelere hitap edebilmesi, belirgin bir okuyucu kitlesine sahip olması, olaylara geniş ve ayrıntılı yer vermesi açısından öne çıkmaktadır. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin özellikle Türkiye’de de görülmeye başlaması, kitle iletişim araçlarının en köklü temsilcilerinden biri olan ulusal ve yerel tüm gazetelerin manşetlerinde salgın haberlerinin öne çıkmasına neden olmuştur. Bu araştırmanın amacı, küresel bir salgın olarak Covid-19’un ülkemizde görülmeye başlamasından itibaren Covid-19 haberlerinin günümüzde hala yaygın bir kitle iletişim aracı olan gazete manşetlerine etkisini göstermektir. Çalışmada ulusal ölçekte yayın yapan iki gazete olarak Hürriyet ve Milliyet gazeteleri araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Türkiye’deki ilk Covid-19 vakasının tespit edildiği 11 Mart 2020 tarihinden başlayarak bir haftalık süreçteki söz konusu gazetelerin manşetleri, tipografik ve göstergebilimsel yönden incelenmiş ve karşılaştırılmıştır.

Geliş tarihi: 22.06.2021 – Kabul tarihi: 20.08.2021, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v13i4002

Araştırma Makalesi - Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Gazete manşetlerinde Covid-19 haberlerinin geniş bir yer tuttuğu bu tarihlerin öncesindeki üç günlük süreç ile de karşılaştırmanın yapılması, manşetlerde Covid-19 öncesi ve sonrasında tipografik ve göstergebilimsel farklılıkların da belirlenmesini sağlayacaktır. Araştırmada öncelikle tipografi ve göstergebilimin gazete manşetlerindeki yerine değinilecek, ardından gazete manşetleri ve yapıları, tipografi, göstergebilim ve gösterge konuları kısa bir şekilde ele alınarak belirlenen tarih aralığı üzerinden söz konusu gazetelerdeki manşetlerin tipografik ve göstergebilimsel çözümlenmeleri yapılacaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Alanyazın taraması ile ilgili arşiv, yazılı kaynaklara ulaşıldıktan sonra belirlenen tarih aralığında Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin ilk sayfa görselleri üzerinden Covid-19 ile ilgili manşet haberlerinin, tipografik ve göstergebilimsel yönden incelenmesi ve çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma sonucunda incelenen tarih aralığında her iki gazetenin de Covid-19 pandemisi ile ilgili manşetlerinin okunabilirlik düzeylerinin genel olarak yeterli olduğu görülmüştür. Manşetlerin okunabilirlik seviyelerini düşüren faktörlerden biri ise manşette harfler arası espasın az olmasıdır. Çalışmada incelenen tarih aralığında Milliyet gazetesi manşetlerinin sürmanşetler ile yer aldığı ve dolayısıyla başlığın daha uzun olduğu, Hürriyet gazetesinin manşetlerinin ise daha kısa ve çarpıcı biçimde hazırlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Manşet görselleri incelendiğinde ise Hürriyet gazetesinin Covid-19 haber manşetlerinin görsellerinde genel olarak haber içeriğini tamamlamak ve farkındalık oluşturmak amacıyla maskenin özellikle kadın imgeleri üzerinden yansıtılmış olduğu görülmüştür. Milliyet gazetesinin manşet haberleri incelendiğinde ise genel olarak mekânsal ve daha geniş açılı görsellere yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:** Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Gazete Manşetleri, Covid-19, Tipografi, Göstergebilimsel Çözümleme.*

THE TYPOGRAPHIC AND SEMIOTIC STUDY OF NEWSPAPER HEADLINES IN TURKEY AFTER THE COVID-19: THE EXAMPLE OF HÜRRİYET AND MİLLİYET NEWSPAPERS

ABSTRACT

Communication is in a perpetual process of change and development depending on time. With this development and change that continues at a faster rate in the globalizing world in our age, individuals' access to information has started to take much less time. The most common type of communication, which has

many various types as individual and mass, is mass communication in our age. Newspapers, one of the mass media tools, stand out in terms of their ability to appeal to large masses, having significant audience and giving wide and detailed coverage of events. All the world under its influence Covid-19's onset especially in Turkey has caused to prominence of pandemic news in all local and national newspapers which are one of the most established representatives of mass communication. The purpose of this research is to display the effect of Covid-19 news on newspaper headlines, which is still a common mass communication tool, since the emergence of Covid-19 in our country as a global epidemic. In the study, Hürriyet and Milliyet newspapers are included as two nationally published newspapers. Starting from 11th March, the date of the first detection of Covid-19 case in Turkey, the headlines of the mentioned newspapers have been examined and compared on a weekly process in terms of typographics and semiotics. A comparison will also be provided with the three-days beforehand of these dates, when the news of Covid-19 occupied a large place in the newspaper headlines, and the typographic and semiotic differences before and after Covid-19 will also be determined in the headlines. In the research, first of all, the place of typography and semiotics in newspaper headlines will be mentioned. Then, the newspaper headlines and their structures, typography, semiotics and indicators will be discussed briefly, and typographic and semiotic analyzes of the headlines in the mentioned newspapers will be made over the determined date range. In the research, qualitative research method will be used. After accessing the archive and written sources related to the literature review, within the specified date range it is aimed to examine and analyze the headline news about Covid-19 in terms of typographical and semiotics through the first page images of Hürriyet and Milliyet newspapers. As a result of the research, it was observed that in both newspapers the readability levels of the headlines related to the Covid-19 pandemic were sufficient in general. One of the factors that reduce the readability levels of the headlines is that the space between letters in the headlines is short. It is concluded that the headlines of the Milliyet newspaper were included with subheadings and eventually the headlines were longer, while the Hürriyet newspaper's headlines were prepared in a shorter and more striking form. As for the examination of the headline visuals, it was seen that masks were reflected especially through the women images in order to complement the news content and raise awareness in the visuals of Hürriyet newspaper's Covid-19 news headlines. And when examining the Milliyet newspaper's headlines news, it was concluded that it usually included more spatial and wider-angle visuals.

Keywords: *Hürriyet Newspaper, Milliyet Newspaper, Newspaper headlines, Covid-19, Typographics, Semiotics Analysis.*

GİRİŞ

Günümüzde yaşadığımız iletişim çağının bir sonucu olarak etrafımız kitle iletişim araçları ile çevrili durumdadır. Yakın süreçlerde değişik biçimlerde hayatımıza giren iletişim araçları ya da başka bir anlatım biçimiyle medya araçları, hayatımızı kolaylaştırması, şehrimizden, ülkemizden ve tüm dünyadan haber almamızı sağlaması ile önemli bir yere sahiptir. Bunun yanında günlük algılarımızı belirlemekte, düzenlemekte ve yaşamlarımızın hızlı değişiminde işlevsellik görevini de üstlenmektedir.

Bu araştırmanın konusunu kitle iletişim araçlarının en köklü temsilcilerinden birisi olan gazetelerin Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının görülmesi sonrasındaki manşetlerinin ele alınması oluşturmaktadır. Araştırmada, Covid-19 salgını haberlerinin, Türkiye’deki gazete manşetlerine nasıl yansıdığı, tipografik unsurlar ve göstergeler ışığında incelenecektir. Çin’de başlayan ve dünya geneline yayılan Covid-19 pandemisinde Türkiye’de tespit edilen ilk Covid-19 vakası, Sağlık Bakanlığı tarafından 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmıştır. Ülkemizde virüse bağlı ilk ölüm ise 15 Mart 2020 tarihinde gerçekleşmiştir. Tam olarak uzun süreli etkileri hala belirlenememiş olsa da dünyada birçok insanın ölümüne yola açan virüs, belirli risk grubunda yer alan kişiler başta olmak üzere herkes için önemli bir problem teşkil etmektedir. Salgının yalnızca sağlık sektörünü değil, bireysel, psikolojik, siyasal, ekonomik toplumsal yapıyı ve modayı bile etkilediği görülmektedir. Covid-19’un medyada gündem olması ve birçok alanı etkilemesi ile gazete manşetlerinde yer alması arasında doğrusal bir ilişki vardır. Çalışmada da gazete manşetlerinde yer alan salgın haberlerinin tipografik ve göstergebilimsel yönden incelemesi yapılarak, Hürriyet ve Milliyet gazeteleri olmak üzere iki farklı gazete yönünden bir haftalık süreyle karşılaştırmalarının yapılması amaçlanmıştır.

TIPOGRAFI VE GÖSTERGEBİLİMİN GAZETE MANŞETLERİNDEKİ YERİ

İnsanlık tarihi boyunca yaşanan çok sayıda salgında da olduğu üzere tüm dünyaya yayılan ve ölümcül etkisiyle pek çok insanın hayatına mal olan Covid-19 önemli bir salgın tehdididir. İlk olarak, 2019 yılının Aralık ayında Çin’in Hubei eyaletine bağlı olan Vuhan şehrinde görülen ve daha sonra dünyanın büyük bir kısmına yayılan Covid-19 virüsü, başta çok sayıda insanın ölümüne neden olduğu gibi küresel düzeyde de farklı birçok probleme yol açmıştır. Türkiye’de ise ilk vakanın 11 Mart 2020 tarihinde görülmesiyle birlikte sağlıktan sosyolojik yapılara dek çok yönlü etkilerinin olması kitle iletişim araçlarından gazetelere yansımıştır. Gündemi belirleyen önemli bir konu olarak Covid-19 haberleri, bu tarihten itibaren gazete manşetlerinde sıklıkla yer verilmiştir. Gazetelerin sayfa düzeni, okurların gazetede yer alan haberlere ve bilgilere mümkün olduğunca çabuk ulaşabilmeleri, hızlı şekilde

algılayabilmeleri için önem arz etmektedir. Gazetenin içeriğini ve özellikle gündem olan konuları barındıran gazetenin ilk sayfası olarak manşetler ise sayfa düzeni açısından daha fazla üzerinde durulması gereken kısımdır. Okurun dikkatini ve ilgisini çekerek tüm haber metnini okuma isteği uyandırabilecek şekilde hazırlanmalı, bu yönüyle okuyucu yönlendirme işlevini de uyandırabilmelidir.

Genellikle yazı boyutuyla öne çıkan gazetelerin manşetlerinde de ağırlıklı olarak yazının kullanıldığı görülmektedir. Bu açıdan sayfa düzeninde yazınsal tüm öğelerin ve harflerin hem işlevsel hem de estetik açıdan etkili kullanılabilmesi için tipografi, üzerinde durulması gereken önemli bir konudur (Aktaran Somuncu, 2016: 793). Daha çok yazı ile ön plana çıksa da gazeteler çeşitli görsellerle desteklendiğinde yaşadığımız bu çağda kısıtlı vakte sahip çoğu insanın daha fazla dikkatini ve ilgisini çekmektedir. Çok eskiden beri varlığını sürdüren ve birçok farklı alanda kullanılan bu göstergeler günümüzde göstergebilim adı altında incelenmektedir. Böylece görsel mesajlar ve anlamları, metin ile görsellerin sağladığı bütünlük, simge ve sembollerden yani göstergelerden hareketle belirli tarih aralığındaki gazete manşetlerinin çözümlenmesi sağlanabilmektedir. Böylelikle açık ya da örtük mesajlar göstergebilimsel yaklaşımla yapılan çözümlenmelerle ortaya çıkabilmektedir.

Bu çalışmada, gazete manşetlerinde Covid-19 haberlerinin incelenmesi için tipografi ve göstergebilimsel çözümlenme yaklaşımından yararlanılmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın daha sonraki bölümlerinde kısaca gazete manşetleri ve yapıları, tipografi, göstergebilim ve gösterge konuları ele alınarak belirlenen tarih aralığı üzerinden söz konusu gazetelerdeki manşetlerin tipografik ve göstergebilimsel çözümlenmeleri yapılacaktır.

GAZETE MANŞETLERİ VE YAPILARI

Gazete, kelime olarak Fransızca “gazette” kelimesinden türetilmiş, İngilizce de ise “newspaper” olarak isimlendirilmiştir. Dilimize, İtalyanca “gazzetta” sözcüğünden yerleşen gazete, medya organizasyonları içerisinde yazılı basında yer alan etkili bir kitle iletişim aracıdır (Aktaran Yıldız, 2017: 443).

Gün içerisindeki hızlı yaşam temposu ve insanların her zaman bir şeylere yetişme telaşı nedeniyle gazetenin içeriği hakkında çeşitli başlıkların yer aldığı ilk sayfa, bilgilendirici olduğu kadar çekici de olmalıdır. Bu anlamda hem günün manşetinin, hem başlıkların, seçilen yazı stili ve renklerin hem de görsellerin seçimi önem taşıdığı için son derece titiz bir biçimde hazırlanması gerekmektedir. Bu yüzden gazete hazırlanırken manşetler ve sürmanşetler özellikle özen gösterilmesi gereken yer olmalıdır.

Manşet, kavram olarak günlük gazetede gündemdeki en önemli olayın haber olarak kullanılmasıdır. Gazete kuruluşları, halkı ilgilendiren, halkın ilgisini

çekebilecek, ülke ya da dünya açısından en önemli haberleri manşetten sunmaktadır. Manşetler, okuyucunun ilgisini çekebilmek amacıyla diğer haber başlıklarına göre daha büyük, belirgin ve vurgulayıcı bir biçimde sunulur (Aktaran Uğur, 2019: 149-150). “*Manşetlerin temel işlevi okuyucuların dikkatini çekmektir. Hem dilsel hem de görsel anlamdaki bu birliktelik gerek dil ve gerekse de kültür dönüşümlerini barındırmaktadır. Dildeki en az çaba ilkesiyle bağlantılı olarak iletişimde de en kısa yoldan hedefe ulaşma isteği bulunmaktadır. Bir iletişim aracı olarak kabul edilen gazetelerde de dilin tasarruflu kullanımı söz konusudur. Bunun yoğun olarak yaşandığı yer ise hiç şüphesiz haber başlıklarıdır.*” (Ekici, 2019: 19).

Gazetede manşet atıldıktan sonra, hatta gazetenin basımı sürerken, daha fazla ileri gidilirse, ilk taşra baskılarının dağıtımı sırasında gelmiş olan çok önemli bir olay olduğunda; bu haber sürmanşet olarak verilmektedir. “*Gazete logosunun ve adının üzerine başlığı iri puntolu harflerle yerleştirilen haber*” sürmanşet haber olarak tanımlanmaktadır (Aktaran, Yağbasan & Demir, 2007: 117). Gazetelerde yer alan sürmanşet, daha çok son anda gelen çok önemli bir haber veya haberlerin atlanmadan verilebilmesi için uygulanan bir yöntem şeklindedir. Gazete basıldıktan sonra dahi devam eden gündelik yaşam içinde ortaya çıkan önemli ve ani değişiklikler, gazetenin en önemli ham maddesi olan haberi oluşturmaktadır. Gazetenin işlevleri arasında ilk sırada yer alan haber verme işlevi doğrultusunda gelen bu yeni haber, sürmanşete çıkarılarak verilmektedir (Yağbasan & Demir, 2007: 117).

TİPOGRAFİ

“*Tipografi, her sayfa tasarımcısının üzerinde itina ile durması gereken önemli bir konudur. Gazeteye bakıldığı zaman en ağırlıklı unsur yazıdır. Böylesine büyük öneme sahip olan bir unsurun nasıl kullanılacağına bilinmesi de büyük bir önem arz etmektedir.*” (Somuncu, 2016: 793).

“*Kısaca basım sanatı olan tipografi, basımda kullanılan hurufatın tasarımıyla uğraşır.*” (Sözen & Tanyeli, 2016: 303). Tipografi, terim anlamında ilk defa modern matbaacılığın atası olarak kabul edilen Alman Johann Gutenberg (1398-1468)'in metal harflerini tanımlama amacıyla kullanılmış, günümüzde ise tüm basılı yazıların, noktalama işaretlerinin tasarımı ve sanatta kullanımına dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu edinen bir uzmanlık alanıdır (Becer, 2019: 176). Her sese karşılık gelen tipografik elemanlar diğer adıyla yazı elemanları, grafik tasarımda en temel tasarım elemanıdır. Tipografi, yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretleri gibi her unsurun, gerekli bilginin ve mesajın aktarılması amacıyla tasarlanmasıdır. Tipografik tasarım, yazıların içeriklerine ve kullanıldığı ürünün amacına ve özelliklerine uygun olarak tasarlanır. Bu tasarımın içerikle görsel tutarlılığı çok önemlidir (Uğur, 2019:

150). Uçar (2004: 139)'a göre ‘‘Tipografinin temel işlevi okunurluktur, tasarımda yazının işlevi budur. Okunabilirliği sağlamak için yazıyı oluşturan karakterin ve stillerin seçimi, harf boyutu (punto), kelimeleri uygun hecelerden bölme, *espas* (harf arası boşluk) kavramı, renk, doku ve ton, seçimi önemli etkenlerdir’’ (Aktaran Uğur, 2019: 152).

‘‘Tipografik tasarım işlemlerinde, dünyanın birçok ülkesinde ‘‘punto’’ ölçü sistemi kullanılmaktadır. Tipografik hiyerarşi oluşturmada yazının punto büyüklüğü dikkate alınarak işlemler gerçekleştirilir. Punto, her türlü basılı materyallerdeki tipografik düzenlemelerde oldukça önemlidir. Punto, harflerin ne kadarlık bir alana hükmettiğinin göstergesi olarak da tanımlanabilir. Gazete manşetlerinde kullanılan yazılar büyük puntoya sahiptir. Bu nedenle normal metin dizisinde kullanılan 10-12 punto büyüklüğe sahip yazılar en fazla yarım metre mesafeden okunabilme imkânı olmasına karşın 70 punto ve üzeri büyüklüklere sahip manşetler 5-6 metre mesafeden bile rahatlıkla okunabilmektedirler.’’ (Uğur, 2019: 154-155).

Bir sayfa tasarımında başlık, alt başlık ve metin sıralaması bir öncelik sıralaması belirleme sistemidir. Bu hiyerarşik düzenin kurulabilmesi için gerekli öğeler: yazı karakterlerinin farklılıkları, harf büyüklüklerini değiştirme, aynı yazı karakteri kullanılmış olsa da bold (kalın) veya italik gibi değişkenlerin kullanımınıdır (Uçar, 2019: 278).

GÖSTERGEBİLİM VE GÖSTERGELER

Göstergebilim, bir etkinlik alanına (bu sanatsal, dilsel vs. olabilir) ait göstergeleri inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Sözen & Tanyeli, 2016: 120). Gösterge terimi, kısaca ‘‘herhangi bir şey gösteren öge’’ olarak tanımlanabilse de çok farklı alanlarda kullanılması ve zengin tarihsel bir geçmişe sahip olması nedeniyle tam olarak açıklanması zordur (Barthes, 1979: 26). ‘‘Bir sözcük ya da görüntü şeklinde karşımıza çıkan göstergeler, mesaj iletme işlevine sahiptirler. Bu mesaj, iletişim, uyarı amaçlı ya da sanatsal içerikli olabilir. Aynı gösterge, içinde bulunduğu bağlama göre farklı şekillerde yorumlanabilir.’’ (Demir, 2009: 9). Bununla birlikte günümüzde görsel göstergeler önemli bir yere sahiptir ve bu yönde çalışmaların da daha fazla olduğu görülmektedir. İnsanların görsel ve yazıların yer aldığı bir bildiride yazıları okumak yerine önce ‘‘fotoğraflar, amblemler, kısaltmalar, büyük puntolu yazılar, değişik renkteki bayraklar ve küçük yazılar içine serpiştirilmiş değişik büyüklükteki renk ve yazıları’’ incelemiş olması, görsel göstergeler ile ilgili daha fazla çalışma yapılmasını destekler niteliktedir (Aktaran Çulha, 2011: 416).

Göstergebilim, iletişim, pazarlama, sanat, reklam, sosyo-kültürel yapı, insan davranışları gibi farklı disiplinlerdeki derin anlamları açığa çıkaran bir alandır. Bu özelliği, günümüzde çeşitli araştırmalarda yöntem olarak kullanılmasını sağlamaktadır (Civelek & Türkay, 2020: 772). Anlamlandırma sürecinde görünen ve bilinen anlamın dışına çıkarak göstergeler sayesinde çözümleme yapmayı sağlayan göstergebilim, her ne kadar öznel yönü işaret etse de toplumsal ve kültürel kodların incelenerek çözümlenmesi nesnellliğini öne çıkarmaktadır (Civelek & Türkay, 2020: 774).

Göstergebilim toplum içinde birçok gösterge dizgesi yer alır. Bu gösterge dizgelerini, göstergebilim inceler. Göstergebilim çerçevesinde inceleme konusu olan göstergeler evreni, sağır-dilsiz alfabesinden çeşitli işitsel, görsel, devinimsel dizgelere, toplumsal ilişkileri düzenleyen kurallara, davranış biçimlerine, giyim, yemek vb. gerçekliklere; tanıtı türünden uygulamalara, sinema, tiyatro, resim, yazın gibi sanatsal etkinliklere kadar uzanan geniş bir alanı ve anlam aktaran ya da içeren tüm eylemleri kapsar. Göstergebilim, bu evrene özgü yasaları belirlemeyi, işleyiş kurallarını saptamayı, inceleme yöntemlerini oluşturmayı, betimleme ve açıklama işlemlerini gerçekleştirmeyi amaçlar. Fransız edebiyat bilimci Algirdas Julien Greimas (1917-1992)'a göre göstergebilim, hem dünyanın insan hem de insanın insan için taşıdığı anlamı araştıran bir daldır. Greimas, 1960'lı yıllardan sonra yaptığı çalışmalarda göstergebilimi kendi kendine veren, bağımsız bir bilim dalı haline getirmiştir (Keser, 2009: 147).

Greimas'ın 1966 yılında yayınlanan “Yapısal Anlambilim” isimli eseri, göstergebilim ile ilgili düşüncelerin toparlanmaya başladığı süreci belirtir. Bu eser aynı zamanda hem doğal dilin ilke ile öğelerini anlambilim olarak farklı bir kuram içinde açıklanmasını hem de işlemsel göstergebilimin olabilirliğinin görülmesini sağlamıştır (Guiraud, 1994: 11).

Çalışma, grubuyla birlikte geliştirdiği çözümleme yöntemini tiyatro, şiir, hukuk, siyaset, görsel sanatlar, reklamlar, dinsel söylemler vb. değişik dizgelere uygulayıp, insanın yarattığı, anlam taşıyan yapıların hem değişmeyen evrensel özelliklerini yani temel yapılarını hem de kişiden kişiye, toplumdan topluma değişen özelliklerini, yüzey yapılarını ortaya koymaya çalışmıştır (Keser, 2009: 147).

Amerikalı iletişim profesörü ve kültür teorisyeni John Fiske (1939-2021)'ye göre göstergebilim, üç ana alana ayrılır. İlki, çeşitli göstergeleri, anlamlarını temsil eden yolları ve göstergelerin insanlar ile ilişkilendirilme şeklinin araştırılmasını içeren “*göstergenin kendisi*”dir. İkincisi, toplumsal ve kültürel ihtiyaçları karşılamak amacıyla oluşturulan kodlar ve kodların iletilmesi için iletişim kanallarının işletilebilmesi için başvuru yollarının araştırıldığı “*içinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler*”dir. Üçüncüsü ise, kültürün

varlığının ve biçiminin de göstergelerin ve kodların kullanımında rol oynadığı “kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür” olarak adlandırılan alandır (Fiske, 2003: 62). Göstergebilim alanında kültür ve insana yönelimlenen metin önemlidir. “Alıcı” yerine “okur” terimi tercih edilir. Bunun nedeni, okumanın bir süreç olarak öğrenme, alınanın ise verileni kabul etme anlamı taşımasıdır. “Okur” terimi ise insanın kendi yaşantısı, tutum ve duygularıyla metni anlamlandırıldığını göstermektedir (Polat, 2016: 228).

Göstergebilimin başlıca iki öncüsü bulunmaktadır: Amerikalı pragmatist filozof Charles Sanders Peirce (1834-1914) ile İsviçreli dilbilimci Ferdinand De Saussure (1857-1913). Saussure’un öngördüğü inceleme toplumsal niteliklidir. Saussure, göstergebilimi dilbilimin konusunu saptamak amacıyla tasarlar. Saussure’a göre, dil kavramları, belirten bir göstergeler dizgesinden oluşmaktadır. Bu nedenle sağır-dilsiz alfabetiyle, yazıyla, bir toplumda incelik belirtisi sayılan davranış biçimleriyle, kutsal nitelikli simgesel törenlerle, askerlerin bildirişim belirtkeleriyle vb. şekilde karşılaştırılabilir (Keser, 2009: 148). Saussure, göstergebilimi “dilbilimi de içine alan bir üst kuram” şeklinde ifade etmiştir. Bu ifade, tümcenin etkisinin dilbilimin sınırlarını aşmış olmasından doğar. Böylece dil dışındaki göstergelerin de anlamlandırılmasına toplumsal, kültürel yaşam ve kimlik olgusunun da anlaşılmasına katkı sağlar. Bu sebeple Saussure, bir yöntem olarak göstergebilimin önemine işaret eder (Kalelioğlu, 2021: 190). Saussure’a göre bir gösterge, gösteren ile gösterilenden oluşur ve bunların birbirinden ayrılması düşünülemez. Peirce’e göre ise üç çeşit gösterge bulunmaktadır: Görsel göstergeler (ikon), simge ve belirti (Keser, 2009: 148). Peirce, göstergebilim (semiotik) terimini ilk kullananlardan düşünürlerden biridir. Mantıkla göstergebilimin hemen hemen aynı şey olduğunu ve her ikisinin de soyutlama ve simgeleme edimlerini incelediklerini savunmuştur. Göstergenin Peirce açısından mantıksal işlevi önemlidir, gösterge mantığı sergilediği için önem taşımakta ve incelenmesi gerekmektedir. Peirce’in göstergebilime yaptığı en büyük katkılardan biri, göstergeleri farklı niteliklerine göre sınıflara ayırmış olmasıdır. Bu sınıflama, hâlâ göstergebilim alanında etkisini korumaktadır (Erkman, 1987: 28).

Gösterilen; insanın zihninde, deneyimleriyle kavradığı göstergenin içeriği: göstergenin insan zihninde karşılık geldiği kavram olması nedeniyle insanın düşünce alanını ilgilendirir (Keser, 2009: 148).

Tıpkı Feminizm, Freudculuk, Marksizm, Yapıbozumculuk gibi göstergebilim de sanata sağduyu ve doğal düzen anlayışının ötesine geçen, hatta bunları yadsıyan eleştirel bir yaklaşım önerir. Öte yandan, bir bilimcinin söyleyeceği gibi sezgi karşıtıdır. Göstergebilim, şifresini çözüp gizli anlamlar açığa çıkarmaları için okuyucuya ve izleyiciye şifreler ve şifre çözme sistemleri verir: Kastettiğimizi sandığımız şey, gerçekten kastettiğimiz şey değildir. Tam da bu nedenle göstergebilim en azından kısmen, ironik ve bozumcu olma eğilimindeki

güncel kuram saflarında yer alan yöntemin avantajları, dezavantajları, netlikleri ve muğlaklıkları vardır (Minor, 2020: 234-235).

Antik Yunan'dan beri şiir ve resmin alımlama yönünden sözcük ve imge karşılaştırılması devam etmektedir. Romalı tarihçi, deneme ve biyografi yazarı Plutarkhos'un "*Şiir konuşan bir resimdir; resimse sessiz bir şiir.*" sözü ise şiir ve resim arasındaki benzerliği ortaya koymaktadır (Minor, 2020: 225). 17. yüzyılın sonu ve 18. yüzyılın başında şiir ile resmi farklı araçlar temelinde, gösterge sistemleri bakımından birbirinden ayırmanın giderek yaygınlaştığı görülmüştür. Fransız ressam ve eleştirmen Roger de Piles (1635-1709), imgelerin daha doğal olduğu ve bu yüzden herkes tarafından rahatça fark edilebildiği için resmin şiirden daha evrensel bir dil olduğu fikrini öne sürmüştür. Bununla birlikte bir resmin binlerce sözcüğe eş değer olduğu, sözcüklerin anlattığını fakat resmin gösterdiğini ifade etmiştir. Göstermenin uyarıcılığı daha fazladır, duyguları çok daha fazla etkiler ve sözel bir açıklamaya göre daha ilgi çekicidir. Öyleyse, resimler daha doğalken sözcükler ise uzlaşım sal ve yapaydır (Minor, 2020: 229). De Piles, renk ve tasarım arasında da bir fark olduğunu belirtir. Resim, her ikisine de bağlı olsa da renk resme özeldir, fakat tasarım pek çok şeyde bulunabilir. De Piles'e göre, resmin ortamının belirli unsurlarına odaklanması ve resimdeki göstergelerin üzerinde yoğunlaşılması gerektiğini belirtir (Minor, 2020: 230).

Sanat ve tasarım çalışmalarını, farklı toplumlar ya da tarihsel dönemler çerçevesinde inceleme gerektirdiği için analiz ederken oldukça dikkatli olmak gerekir. Çünkü farklı nesnelere, uygulamalar ve benzeri şeyler farklı dönemlere ya da gruplara ait olarak görülmektedir. Bu anlamda, görsel kültürün anlatımı için kullanılacak herhangi bir nesnel, objektif ya da değişmeyen bir sanat ve tasarım tanımına rastlamak mümkün değildir. Bu noktada, görsel kültürü tanımlamanın ya da üzerine çalışmanın faydasız olabileceği düşünülebilse de, bilgi ve analiz üretilebilecek olumlu şeyler olarak algılamak mümkündür (Barnard, 2010: 173). Her toplumdaki farklı grupların, kültürel yaşamlarındaki süreçlerinin bir parçası olarak sanatsal ve estetik olanı açıklama çabası, toplumsal süreçler, toplumsal yaşam, yani kültürel bir üretim biçimleri olarak incelenebilir. Bu ayrımlar ve tanımlamalar, aynı zamanda farklı gruplar arasındaki değer ve inançları da göstermektedir. Yazar, akademisyen ve eleştirmen Raymond Williams (1921-1988)'a göre bunlar, gösterge sistemleri olarak nitelendirilebilir (Aktaran Barnard, 2010: 174).

Bir toplumun tüm yönleriyle ilişkili olabilen gösterge sistemleri harici ve dâhili olmak üzere ikiye ayrılır. Harici gösterge sistemleri, neyin sanat ya da tasarım olabileceğini tanımlamak ve sanat ya da tasarım olabilecek şeylere toplum tarafından verilen tepkileri içerir. Dâhili göstergeler ise sanat ya da tasarım biçimlerinin yöntemleri, gelenekleri ve toplumda ne ifade ettiği ile ilgilenmektedir. Örneğin; bazı geleneklere göre yüzmek mucizevi olarak

görülebilenlerken diğerlerinde normal görülebilir. Bu geleneklerin sanat ya da tasarımdaki işleyişlerinden sorumlu olan gösterge sistemleri içinde oldukları toplumsal düzenin parçaları olarak yorumlanmalıdır ve toplumsal düzenlerin üretiminde ve yaygınlaşmasında önemli rol oynamaktadır (Bannard, 2010: 175).

Gösterge, bir gerçekliğin, kavramın ya da olgunun kendi gerçeklik düzlemi dışındaki başka bir gerçeklik düzleminde ifade edilebilmesine yarayan simge ya da işaret olarak tanımlanmaktadır. İlk olarak Saussure tarafından insan dili için öne sürülen gösterge kavramı, günümüzde yapısalcı yaklaşım tarafından sanat alanına da uygulanmaktadır. Dilde, sözcükler birer göstergedir. Her sözcük, başka bir gerçeklik düzleminde yer alan gerçeklikleri, dil düzleminde anlatabilmemizi sağlayan bir simge, bir gösterge olarak nitelenebilir. Aynı şekilde örneğin, bir resmi oluşturan öğeler de sanat dışı alanlarda bulunan gerçeklikleri resimsel yüzey üzerinde ifade eden birer gösterge sayılmaktadır (Sözen & Tanyeli, 2016: 120).

Gösterge, başka bir şeyin yerine anlamlı olarak geçebilecek herhangi bir şeydir. Bir başka şeyin yerini alabilmesini sağlayan özellikler taşıdığından, kendi dışında bir nesne, varlık veya olgu ifade eder (Keser, 2009: 146). Anlıktaki imgesi bir başka uyarının imgesine bağlı olduğundan onu çağrıştıran bir uyarandır. Örneğin; “ayak” kelimesi, insan vücudundaki bir parçanın göstergesidir. Çığlık korkunun, duman ateşin göstergesidir. Bir gösterge, anlatım ile içeriğin, bir başka deyişle bir gösterenle bir gösterilenin birleşiminden oluşan iki yönlü bir bütündür. Bu ikisi (gösteren ve gösterilen) öylesine iç içedir ki, bir kâğıdın ön yüzüyle arka yüzüne benzerler. Bir yüzünü keserseniz öbür yüzünü de kesmiş olursunuz. Ne anlatım içerikten ne de içerik anlatımdan ayrılabilir. Göstereni gösterilen ile birleştiren bağ ise nedensizdir. Göstergeler çok değişik biçimlerde sınıflandırılmakla birlikte, daha çok şu üç gösterge sınıfından söz edilmektedir: görsel göstergeler (ikonlar), belirtiler ve asıl göstergeler.

Görsel göstergeler, belirtkeler ve simgeler; insanın, toplum yaşamında sınırlı ve özel gereksinimlere bağlı özel iletileri açıklamak için kullanılan dil dışı iletişim araçlarının en önemlilerindedir. Bütün bu göstergelerin aynı anda kullanılması iletişimin etkisini artırır (Keser, 2009: 147). Bir gösterenin somut olan duyularla algılanabilen kısmı gösteren olarak tanımlanmaktadır. Gösteren; gösterenin biçim, anlatım kısmını oluşturur: bir yazı, ses veya biçim, göstereni belirtir (Keser, 2009: 146).

MANŞETLERİN TİPOGRAFİK VE GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMELERİ

Göstergebilimsel çözümlerinde nesne, anlam ve kullanılan göstergeler olmak üzere önemli üç öge bulunmaktadır. Bu öğelerin birleşimiyle hedef kitleye iletilmek istenen mesaj oluşur. Mesajın güçlü bir şekilde verilebilmesi ve hedef kitleye hitap edebilme, bu üç ögenin olabilecek en etkili biçimde kullanılabilmesine bağlıdır. Etkili biçimde kullanılan dilsel ve görsel göstergeler ile hedef kitleye ulaşmada başarılı olduğu söylenebilir (Aktaran Civelek & Türkay: 779-780). Her disiplin için geçerli olan bu anlayış kitle iletişim araçlarından gazetelerin manşet çözümleri için de geçerlidir. Günümüzde çok farklı alanlarda kullanılabilen göstergebilimde birden fazla yöntem, birçok kuramcının farklı bakış açılarıyla oluşturmuş olduğu modeller bulunmaktadır. Bunun yanında her kültürün ve toplumun yaşam süreçleri içinde kendine özgü oluşturduğu göstergeler de yer almaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde, söz konusu gazete manşetlerinin belirlenen tarih aralığında tipografik ve göstergebilimsel yönden incelemesi yapılacaktır. Göstergebilimsel yöntem olarak araştırmada, yazılı ve görselin bir arada kullanıldığı gazete manşetlerinin anlam katmanlarının, araştırmanın “Göstergebilim ve Göstergeler” başlığında yer verilen, göstergebilimin iki öncüsü olarak kabul edilen Pierrce ve Sassure ışığında çözümlenmesi sağlanacaktır.

Araştırmada, 8 Mart 2020 tarihinden itibaren 17 Mart 2020 tarihi de dâhil olmak üzere gazete manşetlerindeki 10 günlük süreç, Hürriyet ve Milliyet gazeteleri örnekleminde çözümlenecektir.

HÜRRİYET GAZETESİ



Resim 1. 8 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-1)

“Yozgatlı Elif’in Kelebek Etkisi” başlıklı gazete manşetinde “Kelebek Etkisi” kısmı daha büyük punto ile vurgulanmış, başlığa uygun iki görsel ile içerik örtüşmektedir. Dünya Kadınlar Günü’ne özel atılan manşette “E” harfinin önüne gelen görsel, manşetin okunabilirliğini olumsuz etkilemektedir. Manşet dışındaki başlıkların genel olarak kadınlar, siyaset ve magazin ile ilgili konulara değindiği görülmektedir.



Resim 2. 9 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-2)

“Virüsten Sonra Hızla Yükseliriz” şeklindeki manşetin mavi zemin üzerine beyaz ve kalın puntolarla vurgulu biçimde olması, manşetin diğer haber başlıklarının önüne geçmesini sağlamıştır. Fakat manşet, içeriği korona virüsün Türkiye’ye turist gönderen ülkelere sıçraması sonucu Türk turizminin olumsuz etkilenmesi ile ifade etmektedir. Manşet ve ilgili görselin tam olarak içeriği yansıtmadığı görülmektedir.



Resim 3. 10 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-3)

“Alman Usulü Bize Uymadı” manşeti tıpkı bir önceki gün gibi mavi zemin üzerine, “Bize Uymadı” kısmı daha büyük punto ile vurgulanarak beyaz renk ile yazılmıştır. Manşette korona virüs haberine yer verilmemesine rağmen ilk sayfanın alt kısmında “Şüpheliler Var Ama Hasta Yok” başlığı dikkat çekmektedir.



Resim 4. 11 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-4)

11 Mart tarihinde Hürriyet gazetesi manşeti incelendiğinde “AB Dönüşü 3 Mesaj” olduğu görülmektedir ve vurgu, diğer kelimelere göre büyük punto ile yazılan “3 Mesaj” kelimesindedir. Harfler arasındaki espas azken, kelime arası espas normaldir. Beyaz zemin üzerine siyah yazılmış olan manşetin okunabilirlik düzeyi yeterlidir. Korona virüs ile ilgili haberler ise manşet olarak verilmemiş fakat yine de gazetenin ilk sayfasında kalın puntolu başlıklar ve destekleyici görseller ile yer almıştır. Buradan hareketle korona virüsün manşette yer almamış olsa da korona virüse gazetenin içeriğinde yer verildiği anlaşılmaktadır.



Resim 5. 12 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-5)

Ülkemizde korona virüsün ilk vakasının görülmesinin ardından 12 Mart tarihinde Hürriyet gazetesinde “Önümüzdeki 2 Ay Kritik” şeklinde manşet oluşturulmuştur. Önceki güne göre ilk sayfada korona virüs haberlerine daha geniş yer verildiği görülmektedir. Daha çok alınacak önlemlere ve virüsten korunma yöntemlerine yer verilmiş, mesafenin önemi el görseliyle desteklenmiş, yasakların başlamasıyla yapılan abartılı alışveriş haberi de kırmızı zemin üzerine beyaz renkli bir şekilde “Alışverişini Abarttık” yazısıyla yine uygun görselle yansıtılmıştır.



Resim 6. 13 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-6)

Ülkemizde vakaların ortaya çıkmasının ardından alınan ilk önlemlerden biri olan okulların tatil edilmesi “Okul Tatil Maçlar Seyircisiz” başlığıyla gündem olmuş, özellikle “Okul Tatil” kelimesi, vurgulama için daha büyük puntolar ile yazılmıştır. Fakat manşetin görseli okulla ilgili değil, maçlar ile ilgili seçilmiştir.



Resim 7. 14 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-7)

Bir önceki gün okulların kapanmasının manşette yer almasının ardından bu kez de “Uzaktan Eğitim Böyle Olacak” haberinin manşet olduğu görülmektedir. Manşet bu defa daha önceki görsellerden farklı olarak bir karikatür ile desteklenmiştir.



Resim 8. 15 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak : (URL-8)

15 Mart tarihinde gazetenin ilk sayfasının tüm satırını kapsayacak şekilde “Dünya Durdu” manşetine yer verilmiştir. Manşet haberinin fotoğrafları incelendiğinde maskeli bir kadın fotoğrafının daha fazla yer kapladığı görülmektedir. Kadının maskesinin siyah olması, haber başlığı ile örtüşmekte ve desteklemektedir. Bunun yanında manşetin altındaki haber içeriklerini niteleyen farklı fotoğraflara da yer verilmiştir.



Resim 9. 16 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-9)

Gazetede bir önceki güne benzer şekilde manşetin bir satırı kapladığı görülmektedir. “Temastan Kaçın Mesafeyi Korum” şeklindeki başlık, söz konusu gazetenin genel manşet biçimlerine benzer olarak koyu zemin üzerine açık yazı ile okunabilir şekilde verilmiştir.



Resim 10. 17 Mart 2020, Hürriyet Gazetesi

Kaynak: (URL-10)

“Hepsi Kapandı” başlıklı manşet yine tüm satırı kapsayacak şekilde yer alıyorken, gazetenin önceki günlerde koyu zemin üzerine açık renk yazı kullanılan biçiminden farklı olarak bu kez, beyaz zemin üzerine siyah renk tercih edilmiştir.

MİLLİYET GAZETESİ



Resim 11. 8 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-11)

8 Mart 2020 tarihinde beyaz zemin üzerine siyah renkle yazılan “Kadın Devrimi” başlığı manşet olmuştur. Üniversite yönetimindeki kadın istihdamına yönelik haber içeriği ile kadınlar gününü nitelemek amacıyla manşette “Kadın” kelimesinin daha büyük puntuyla yazıldığı ve aynı şekilde içerik ve başlıkla manşet görselinin örtüştüğü görülmektedir. Diğer haber başlıklarında da genellikle kadınlar, siyaset, futbol gibi konu başlıklarına yer verilmiş, Covid-19 ile ilgili bir başlığa rastlanmamıştır.



Resim 12. 9 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-12)

Bir önceki güne benzer şekilde “Bu Rekor Kadının!” başlığı, son 10 yılda kadınların işgücüne katılma oranının erkeklere göre 4 kat daha hızlı artmasıyla ilgili olarak manşette yer almıştır. İlk sayfanın sol altında ise Covid-19 ‘un diğer ülkelerdeki vaka ve ölüm sayılarının oluşturulduğu içeriğe “16 Milyonluk Karantina” başlığı ile yer verilmiştir.



Resim 13. 10 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-13)

Mavi zemin üzerine sarı renk ile “Dünyanın Gözü Sınırdadır, Kulağı Brüksel’deydi” sürmanşeti ve mavi zemin üzerine daha büyük punto, beyaz renkle “Vicdan Nerede?” manşetine yer verilmiştir. Covid-19 haberi ise yine ilk sayfanın sol altında “Virüsten Değil Alkolden Öldüler” şeklindeki haber başlığının konusu olmuştur.



Resim 14. 11 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-14)

11 Mart tarihinde gazete manşetinin “Türkiye Çok İyi” başlığıyla sağda yer aldığı görülmektedir. Manşet, beyaz zemin üzerine siyah ve kalın puntolar ile yazılmış, bunun yanında manşetin hemen üst kısmında koyu kırmızı ile yazılan “Koronavirüse Karşı”, küçük puntolarla sürmanşet olarak yer almıştır.



Resim 15. 12 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-15)

12 Mart 2020 tarihinde gazetenin manşeti ise sağ kısımda yer alan “Sakin Olun” olmuştur. Manşet için yine benzer şekilde açık zemin üzerine koyu ve kalın punto tercih edilmiş, “Market rafları boşaldı, kolonya stokları tükendi” şeklindeki sürmanşet yine koyu kırmızı ile yazılmış ve haber, içeriğe uygun şekilde düzenlenen market fotoğrafları ile desteklenmiştir.



Resim 16. 13 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-16)

Bu kez gazetenin sol kısmında yer alan manşet “Kovid-19 Algoritması” başlığıyla, kent kalabalığı içerisinde ön plana çıkarılan maskeli kadın fotoğrafı ile oluşturulmuştur. Manşette “O” harfi yerine kullanılan korona virüse ait görsel ve üzerindeki maske, yazı ve görsel ile uyumlu şekilde kullanılmış ve anlatımı güçlendirmiştir. “Tedavi için AIDS ve sıtma ilaçları” şeklindeki küçük puntolar ile yazılan sürmanşet ise bu kez tıpkı manşet gibi siyah ile yazılmıştır.



Resim 17. 14 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-17)

14 Mart 2020 tarihinde gazetede manşet olarak yer alan “5’inci Vaka” başlığında turuncu zemin üzerine kalın ve beyaz renk tercih edilmiştir. Manşetin alt kısmında yer alan “Uzaktan Eğitim Nasıl Olacak” haber başlığının puntosunun daha büyük olması ve beyaz zemin üzerine siyah ile yazılması, bu başlığı daha ilgi çekici kılmış, manşetin önüne geçmesine neden olmuştur.



Resim 18. 15 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-18)

“Karantina Günlüğü” başlıklı manşet, bu kez beyaz zemin üzerine kalın ve siyah bir biçimde yazılmış, kelimeler ve harfler arası espas az olsa da zemin, kalınlık ve renk özellikleri sayesinde manşetin okunabilirliği ve ilgi çekiciliği arttırılmıştır. Çin ve İtalya’nın Covid-19 tecrübeleri haber içeriğinde yer almış, hem Çin hem de İtalya fotoğrafları ile haberin desteklenmesi ile oluşturulmuştur.



Resim 19. 16 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-19)

Manşet haberin bu defa sayfanın orta kısmına doğru taşındığı görülmektedir. “Temassız İhracat” olarak düzenlenen manşetin “Ticaret Bakanı Pekcan Korona virüs Önlemlerini Anlattı” şeklinde sürmanşeti yer almaktadır. Okunabilirliği yüksek olan ve beyaz zemin üzerine siyah renkle yazılmış olan manşetin, sürmanşetin ise hem punto olarak küçük olması hem de renk seçiminin açığa yakın seçilmesi nedeniyle okunabilirliğinin düşük olduğu görülmektedir.



Resim 20. 17 Mart 2020, Milliyet Gazetesi

Kaynak: (URL-20)

Yine bir önceki gün gibi sayfanın orta kısmında yer alması tercih edilen “Tedbirler Peş Peşe” manşeti, aynı şekilde beyaz zemin üzerine kalın ve siyah bir biçimde yazılmış, “Peş Peşe” kelimesi ise daha büyük bir punto ile yazılarak vurgulanmıştır.

SONUÇ

Araştırmada, özellikle Hürriyet gazetesinde belirlenen zaman aralıklarında çözümlenen manşetlerde genellikle koyu mavi zemin üzerine kalın ve beyaz puntolu yazı stillerinin kullanıldığı görülmüştür. Hürriyet gazetesinde özellikle Covid-19 ile ilgili haber başlığının ve metnin yer aldığı kısımlarda mavi zemin kullanılmasının okuyucuda dolaylı olarak mesafeyi çağrıştırması, konu ile ilgili bağlantı kurması ve etki yönünden daha güçlü olmasını sağlamıştır. Zeminde koyu renk üzerine açık ve kalın puntolar tercih edilmesi, okurun ilgisini çekme yönünden ve okunabilirlik düzeyini artırması açısından yeterli olmuştur. Çalışma konusu olarak seçilen Covid-19 haberlerinin ise belirlenen tarih aralığında gündemi belirleyen ve halkın her kesimini ilgilendiren bir haber başlığı olarak genellikle manşet olmak üzere her gün gazetenin ilk sayfasında

yer aldığı görülmüştür. Hürriyet gazetesinin Covid-19 ile ilgili manşetlerinde genellikle maske takmış kadın fotoğraflarının kullanıldığı görülmüştür. Milliyet gazetesinde genellikle sürmanşetlere rastlanırken Hürriyet gazetesinde incelenen tarih aralığında herhangi bir sürmanşete rastlanmamıştır. Araştırma sonucunda, Milliyet gazetesinde manşetlerin, geneline bakıldığında beyaz zemin üzerine kalın ve siyah puntolar ile yazıldığı görülmüştür. Hürriyet gazetesi ile karşılaştırıldığında Milliyet gazetesindeki manşetlerin daha küçük puntolarla yazıldığı ve sayfa düzeninde daha az yer kapladığı görülmektedir.

Sürmanşetler ile birlikte düşünüldüğünde Milliyet gazetesinin manşetlerinin daha uzun, Hürriyet gazetesinin manşetlerinin ise daha kısa, öz ve çarpıcı biçimde hazırlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

İncelenen tarih aralığında Hürriyet ve Milliyet manşetlerinin okunabilirlik yönünden büyük oranda başarılı olduğu söylenebilir. Okunabilirlik düzeyini düşüren etmenlerin başında manşetin altında yer verilen görsel renklerinden kaynaklandığı görülmüştür. Ayrıca manşeti büyük punto tercih etmek okunabilirlik açısından olumlu görünse de harf, kelime ve satır arası espasının (boşluk) çok az olması okurun rahat okumasını zorlaştırabileceği düşünülmektedir.

Her iki gazetenin manşetleri genel anlamda incelendiğinde manşet başlığı ve görsellerin anlamında bütünlük sağladığı görülmüştür. Görseller dışında 12 Mart 2020 tarihinde Milliyet gazetesinde virüsten korunma yöntemlerinin sarı ve siyah renkli ikonlar ile kısa, basit ve ilgi çekici şekilde anlatıldığı görülmüştür. Aynı tarihte Hürriyet gazetesinde ilgili konunun, “Hasta Olma Bulaştırma” başlığıyla daha çok küçük puntolu yazı içeriğiyle, yalnızca bir el görseliyle aktarılması ilgi çekiciliği ve mesajın aktarımını zayıflatmıştır.

Ülkemizde korona virüsün görülmeden önce çalışmada incelenen tarihsel aralıkta, ilk sayfada Covid-19 haberlerine dünyadaki seyri açısından yer verilse de manşette rastlanmamış, daha çok ekonomi, turizm gibi alanların Türkiye’deki etkisi üzerine haber başlıkları yer almıştır. Ancak 11 Mart 2020 tarihinden itibaren Covid-19, manşetlere de yansımış, sağlık alanı ve virüsten korunma yöntemleri manşetlerde ve ilk sayfada her iki gazetede de önemli bir yer kaplamıştır.

Gazetelerin manşet sayfaları incelendiğinde her iki gazetenin de yazıdan daha çok okuyucuların ilgisini çeken ve haber metnini destekleyici nitelikteki fotoğraf, amblem ya da grafik gibi görsel göstergelere ağırlık verdiği kimi zamanda karikatür, simge ya da sembollerden yararlandığı görülmüştür. Dildeki en az çaba ilkesiyle bağlantılı bir şekilde haber metninin içeriği ile en iyi şekilde örtüştüğü düşünülen görseller, okuyucuya iletilmek istenen mesajın en kolay yoldan ve etkili bir biçimde verilmek istendiğini göstermektedir.

İncelenen tarih aralığında çalışmanın da konusunu oluşturan ve aynı zamanda tüm dünyanın gündemini etkileyen Covid-19, her iki gazetenin de haber başlıklarında metin içinde, fotoğraflar ve grafiksel öğeler ile yerini almıştır. Bunun dışında, söz konusu gazete manşetlerinde göstergebilimin konusunu oluşturan toplumsal ve kültürel yaşama ait görsellerin olduğu da görülmüştür.

KAYNAKÇA

Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara. Ütopya Yayınları.

Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (Vardar, B. & Rifat, M. Çev.). Ankara. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Becer, E. (2019). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara. Dost Kitabevi.

Civelek, M. & Türkay, O. (2020). Göstergebilimin Kuramsal Açından İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3), 771-787.

Çulha, O. (2011). Gösterge Bilim (Semiyotik) Tekniği Kullanılarak Kanada Fotoğraflarının İncelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 409-424.

Demir, S. (2009). *Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ekici, İ. (2019). *Göstergebilim Bakımından Gazete Manşetlerinin Anlamlandırılması*. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa.

Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul. Alan Yayıncılık.

Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (İrvan, S. Çev.). Ankara. Bilim ve Sanat Yayınları.

Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. (Yalçın, M. Çev.). Ankara. İmge Kitabevi.

Kalelioğlu, M. (2021). Göstergebilim Kuramının Genel Bir Değerlendirmesi, Türkiye'deki Yeri ve Önemi. *Söylem Filoloji Dergisi*. 6(1), 189-200.

Keser, N. (2009). *Sanat Sözlüğü*. Ankara. Ütopya Yayınevi.

Minor, V. H. (2020). *Sanat Tarihinin Tarihi*. (Soydemir, C. Çev.). İstanbul. Koç Üniversitesi Yayınları.

Polat, V. (2016). *Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul.

Somuncu, B. (2016). Adana Yerel Gazetelerinin Gazete Tasarım İlkelerine Göre Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 792-808.

Sözen, M. & Tanyeli, U. (2016). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul. Remzi Kitabevi.

Uçar, T. F. (2019). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul. İnkılap Kitabevi.

Uğur, E. (2019). Ulusal Gazete Manşetlerinin Tipografik Tasarım Teknikleri Açısından Yorumlanması. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 20, 147-168.

Yağbasan, M. & Demir, Ü. (2007). Basın Dili ve Gazete Manşetlerinin Dilbilimsel Analizi. *E-Journal of New World Sciences Academy*. Volume: 3, Number: 1, 115-127.

Yıldız, İ. (2017). Bingöl İlinde Yayımlanan Gazetelerin Manşetlere Göre İçerik Analizi (Bingöl Gazetesi Örneği). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 51, 441-454.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-08/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-2 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-09/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-3 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-10/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-4 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-11/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-5 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-12/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-6 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-13/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-7 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-14/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-8 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-15/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-9 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-16/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-10 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-17/hurriyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-11 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-08/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-12 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-09/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-13 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-10/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-14 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-11/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-15 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-12/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-16 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-13/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-17 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-14/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-18 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-15/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-19 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-16/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

URL-20 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2020-03-17/milliyet-gazetesi-manseti> (Erişim Tarihi: 16.03.2021)