

DERGİ KAPAKLARI STRATEJİBİLİM İZLEĞİ OLABİLİR Mİ?: THE ECONOMIST DERGİSİ'NE DAİR BİR ÇÖZÜMLEME DENEMESİ

Gürcan Papatya*

Özet

Geç ve genç bir disiplin olarak stratejibilim disiplinlerarası bir özellik taşır. Birçok disiplin müdahil olur, ve/fakat özellikle sanat disiplininden yapılan müdahalelere pek rastlanmaz. Oysa sanat disiplininin stratejibilim için değerlendirme potansiyeli yüksektir.

Bu amaçla makalede sanat disiplini içinde değerlendirilen ve görsel sanat ürünü olarak dergi kapakları konu edilmiştir. Bu yönde The Economist Dergisi'nin 2018 yılbaşı kapağı stratejibilim izleği olarak araştırılmış ve "akademik çözümlenmesi" yapılmıştır. Akademik çözümlenmesinde Alman asıllı sanat tarihçisi profesör Erwin Panofsky'in "sanat eleştiri yaklaşımı" kullanılmıştır.

Buna göre makale üç ana bölüm halinde düzenlenmiştir: Birinci bölümde gazetecilik faaliyetleri ve dergi kapakları hakkında temel bilgiler verilirken, ikinci bölümde derginin neden akademik bir çalışmaya konu olduğu ve stratejibilimi için nasıl derginin değerlendirilmesi gerektiği açıklanmıştır. Son bölümde ise The Economist Dergisi'nin 2018 Yılbaşı kapağının strateji açısından analizi ve bulgularla zenginleştirilmiş bir analizi yapılmıştır. Çözümlemede derginin stratejibilim için mutlak bir kapsam oluşturmadığı ve bilgi kaynağı olması için daha fazla bilimsel çalışmaya ihtiyaç olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Stratejibilim, Dergi Kapağı, The Economist Dergisi, Erwin Panofsky.

Makale Türü: Araştırma

Jel Sınıflandırması: M1, M10, Z.

DOI: 10.29131/uiibd.1117904

Geliş tarihi: 17.05.2022/ **Kabul Tarihi:** 06.06.2022/ **Yayın Tarihi:** 20.06.2022

CAN MAGAZINE COVERS BE THE MAIN ORIENTATION OF STRATEGOLOGY?: AN ATTEMPT AT ANALYSIS ON THE ECONOMIST MAGAZINE

Abstract

As a late and young discipline, strategology has an interdisciplinary feature. Many disciplines are involved and/but interventions from the arts discipline are rare. However, the evaluation potential of the art discipline for strategology is high.

For this purpose, magazine covers, which are evaluated within the art discipline and as a visual art product, are discussed in the article. In this direction, the strategology main orientation of the 2018 New Year's cover of The Economist Magazine was researched and its "academic analysis" was made. German-born art historian professor Erwin Panofsky's "art criticism approach" was used in his academic analysis.

Accordingly, the article is organized in three main parts: In the first part, basic information about journalism activities and magazine covers is given, while in the second part, why the magazine is the subject of an academic study and for the strategology how the magazine should be evaluated is explained. In the last part, the analysis of The Economist Magazine's 2018 New Year's cover in terms of strategy and an analysis enriched with findings were made. In the analysis, it was seen that the journal did not create an absolute scope for strategology and more scientific studies were needed to be a source of information.

Key Words: Strategology, Magazine Cover, The Economist Magazine, Erwin Panofsky.

Article Type: Research

Jel Classification: M1, M10, Z.

Received: 17.05.2022/ **Accepted:** 06.06.2022/ **Published:** 20.06.2022

* Assoc. Prof. Süleyman Demirel University, Business Administration Department, gurcanpapatyadu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9647-5662>

Kaynak gösterimi için:

PAPATYA, G. (2022). Dergi Kapakları Stratejibilim İzleği Olabilir mi?: The Economist Dergisi'ne dair Bir Çözümleme Denemesi. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8(1), 5-33. DOI: 10.29131/uiibd.1117904

Makale Hakkında Birkaç Not

Makale düşüncesi ve düzeni için şu konular hakkında açıklamalar yapılabilir:

- Makale düşüncesi öncelikle birbirine bağlı iki hareket noktasına bağlı düzenlenmiştir: Birincisi stratejibilim bilgisinde olması gereken, ve/fakat aramak durumunda bırakılan bir bakış arayışı. İkincisi, sanatı stratejibilim alanında açıkça değerlendirme yaklaşımı. Çünkü hem sanatın hem bilimin en nihai amacı gerçeğin peşine düşmektir. Gerçek, sanatta veya bilimde farklı değildir. Bu nedenle stratejibilimi sanattan ve sanatı stratejibilimden yalıtarak ele alma makul ve gerçekçi olmaz.
- Makalede dergi kapaklarını sadece bir sanat kabulü içinde değil, aynı zamanda bilimsel araştırma konusu olarak stratejibilim açısından değerini inceleme ve çözümlenmesini yapma hedeflenmiştir. Böylece stratejibilim ana temaları, konuları ve başlıkları çevresinde, alanbilgisinde farklı bakışın nasıl yürütüleceği somut şekilde gösterilmeye çalışılmıştır. Yanısıra makalede stratejibilim bilgisi genişletilerek ele alınmış ya da sadece iş/letme dünyasına ilişkin değil, yaşamın her alanına dair bilginin nasıl değerlendirilebileceği de imlenmiştir. Bu amaçla sanatın, özellikle görsel sanatlar açıdan dergi kapaklarının, stratejibilim kapsamında nasıl bilgi kaynağı ve izlek olabileceği tartışılmıştır.
- Makalede, inceleme konusu olan ve ifade, imge ve sembolleri içeren dergi kapak tasarımı bir “sanat eseri yaratımı” ve yapanın da “sanatçı” olduğu kabul edilmiştir. Dolayısıyla, sanatçıya sipariş etme veya ücret mukabili kapak tasarımı, çizimi ve kurgusu yapma eleştirisi zorlanmamıştır. Ancak sanatın kişi ile sınırlı olmadığı, kurumsal olarak “kurumsal sanatçılık” yapılabileceği açıklaması zorlanmıştır. Bu nedenle dergi kapağını tasarlayan ve yapan sanatçının “kurumsal kişiliği” olduğu varsayılmış, dergi kapağının çözümlenmesinde “sanat kuramları ve teknikleri” esas alınmış ve dergi kapağını yapan kişiler de “kurumsal sanatçı” olarak benimsenmiştir.
- Makalede dergi kapağı olarak The Economist Dergisinin kapakları incelenmiştir. Dergi tercinde özellikle Türkiye’de ulusal medya anlatıları, dergi kapaklarına yönelik yapılan yorumlar ve yarattığı etkiler gerekçe olmuştur. Dolayısıyla dergi kapağının gerek Türkiye medyasında tartışma odağı yapılması ve yapılan birçok yorumun yerindeliğinin görülmesi, gerekse stratejibilim açısından bir izlek olup olmadığının araştırılması öncelenmiştir. Bu amaçla yayınlanmış dergi sayıları içinde amaçlı seçilmiş 2018 yılına ait yılbaşı kapağının çözümlenmesi yapılmıştır. O halde “2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağı” dolayımından derginin stratejibilim ilgisi izlenmiştir. İlave olarak “artırılmış çözümlenme” yoluyla da derginin 2018 yılı yılbaşı kapak yorumları, 2018 yılı öncesi-sonrası dergi yılbaşı kapaklarıyla karşılaştırılmış ve yorum tutarlılıklarına bakılmıştır.
- Makale 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağı üzerinde yer alan görseller [ifade, imge ve semboller], önerilen yaklaşım ve yöntembilim çerçevesinde, eserin oluşu, sanatçı düşünceleri, sanatın ve sanat eserinin şekillenmesine yol açan, olay ve olgular dönem, zaman ve mekan ilişkisi, geçmiş plan (retrospektif-geriye dönük) etkileri, stratejibilim izleğine dair [uygulanan kuram, yöntem ve teknikler bağlı] çözümlenmesi zorlanmıştır.

İmla ve Üslup için Açıklayıcı Not.

1. Makale boyunca, nokta dışındaki atıflar -daha ziyade *bkz. ve/veya ayrıca bkz.* biçimli- ana bilgiyi destekleyici, nokta içinde atıflar, alıntılama ya da tanımlayıcı ve çeviri atıfları biçiminde iki yönlü verilmiştir. “*ayrıca bkz.*” etkilenmekle birlikte, doğrudan alıntılanmayan, ilgili, yararlı ve/dahi, zikredilmesi gereken ve ana bilgiyi destekleyici kaynaklar olarak belirtilmiştir. Ancak bu ya kitap/makale bütünü veya bir bölümü/sayfa araları şeklinde yazılmıştır.
2. Makale metninde [] şeklinde yazımlar, metin bütünlüğünde anlam pekiştirici, () içinde kelime, terim, deyim vs. İngilizce mütetekabili olarak verilmiştir. Özgün ya da üzerinde durulması gereken kavramsallarda, ya “tırnak” içinde veya *eğri (italik)* olarak yazılmıştır.
3. Makalede ardi ardına kullanılan ve kesme işareti ile ayrılan bağlaçlara yönelik sözgelimi ve/fakat, ve/dahası, öte yandan/belki, ancak/o halde vs. yazımı ve kullanımı makale boyunca özelleştirilmiş ve özgül bir üslup şeklinde yer verilmiştir. Kesme işaretiyle ayrılan dergi/cilik, mecmua/cılık, iş/lev veya iş/ekonomi vs. ile kanı(t)lar gibi yazım şekli her iki halde de okunabileceğine yönelik vurgulanmıştır. Bu yazım ve kullanım tercihi, hem elit, entelektüel ve akademik, hem de yeni düşünme olanaklarını göstermek için yapılmış ve okuyanlara dikkat çekmek amacıyla yazar tarafından önerilmiştir.
4. Makalede stratejibilim birleşik yazımı, bu alanın bilimsel gücünü ve olgunlaşma sürecindeki heyecanını vurgulamak için tercih edilmiştir.

Giriş

Stratejibilim bilgisi ve yükselişi çok yönlü bir kavrayış gerektirir. Yani alanbilgisinin oluş ve buluş yönü çok çeşitli şekillerde karmışımıza çıkar. (bkz. Hoskisson, Hitt, Wan, Yiu, 1999: 417-456) Bu kavrayış için farklı disiplinlerden, bilimlerden, yaklaşımlardan, yöntemlerden, tekniklerden vs. yararlanma yönü zorlanır. (bkz. Payne, 2001: 149-169) Çünkü/ancak bu sayede açık alanbilgisini görmek, kuramları, yöntemleri ve uygulamaları görünür hale getirmek mümkün olur. (bkz. Barca, 2005: 7-38; Furrer, Thomas, Goussevskaia, 2008: 1-23)

Stratejibilim kapsamına dair çok sayıda öneri yapılabilir ve yapılan öneriler ikna etmekten ziyade stratejibilimin yerini göstermeye yönelik ele alınabilir. (bkz. Duman, Kalemci, Çakar, 2005: 57-72) Bu amaçla makalede görsel sanatlardan biri olarak dergi kapaklarının stratejibilim açısından değerini bakmak ve dünya dergiciliğinde etkili olduğu düşünülen "The Economist Dergisi"nin her yılbaşı tasarladığı kapak çözümlenmesi konu edilmiştir. Dergi kapağı çözümlenmesi *magazine*¹ olanın ötesinde, bilimsel olarak önerilen yöntem bilim ve yaklaşım çerçevesinde, stratejibilim için bir bilgi kaynağı olup olmayacağı gerekçesi üzerinden yürütülmüştür. Belki/bu sayede dergi kapaklarının uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, siyaset bilimi, iş/ekonomi dünyası vs. çok farklı sosyal bilimler düzeyinde ele alınması, yapılan yorumların, keşfedici ve tanımlayıcı tartışılması ve profesyoneller için "türev bir bilgi piyasası" yaratıp yaratmadığına dair sorgulamasının yapılması da mümkün olacaktır.

Makale, strateji alanbilgisini görmek ve açıklamak için, amaçlı seçilmiş 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağının biçimsel yapısını ve organik bütünlüğünü oluşturan temel öğelerin, ilkelerin, kompozisyonun ve düzenlenmelerin çözümlenmesi amaçlamaktadır. Çözümlemede 2018 yılı dergi yılbaşı kapağı üzerinden yapılan yorumların 2017 ve 2019 yılbaşı kapak yorumlarıyla öncesini-sonrasını açıklama gücü yaratıp yaratmadığının da izlenmesi hedeflenmektedir.

1. Dergicilik ve Dergi Kapakları

Genel kültür ansiklopedisi Ana Britannica'da dergi/cilik şöyle tanımlanır: "Dergi, düzenli aralıklarla yayımlanan, belirli bir ya da birkaç ilgi alanına ilişkin haber, makale, deneme, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazıları, çeşitli edebi ürünleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren ve genellikle resimli olan basılı yayınlara verilen addır" (Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi, C. 7, 1997: 162). O halde dergi; (a) düzenli aralıklarda, (b) belirli bir alanda, (c) çeşitli yazı türlerini içeren, (d) genellikle resimli, ticari ve basılı süreli yayındır. Bu faaliyet bütününe de "dergicilik" denir. Ancak bu yönlü dergicilik akademik ve bilimsel dergicilik ile aynı şekilde düşünülmez. Yapılan tanım kapsamı daha çok "mecmua/cılık" faaliyeti olarak adlandırılan, reklam alan, parayla satılan, ticari faaliyet kapsamında bakılan, kapağı ile ilgi çeken bol görselli yayınlar olarak ayrıştırılması gerekir. (bkz. Tufan, 2018: 84-97)

Bu noktada dergi/cilik faaliyetlerini, bilimsel bilgiler içeren ya da bilimsel veriler içermeyen şekilde düşünmek daha makul olacaktır. Temelde bilimsel bilgiler içeren ve bilimsel bilginin paylaşılmasına yönelik 1663-1668 yılları arasında Hamburg'da yayımlanan "Örnek Aylık Düşünceler Dergisi (Almancası= Erbauliche Monats-Unterredungen)" ilgi tutulur (Donsbach, 2008; ayrıca bkz. Suiçmez, 2009: 5-8). Bu aynı zamanda genel bağlamda ilk dergi/cilik faaliyeti olarak ileri sürülür. Bilimsel veriler içermeyen, daha çok eğlendirmeye yönelik ve meraklılarına çeşitli bilgileri bol görsellerle veren magazin içerimli dergiler ise, 1672 yılında yayınlanan

¹ Burada etimolojik olarak Arapça *magazine* kelimesi, içinde eşyaların depolandığı (anbar) yer veya satış yapılan dükkân (mağaza) anlamından farklı, ayağa düşürülen ve değersizleştirilen bilgi anlamında kullanılmıştır.

“Mercure Galant Dergisi” olarak sunulur. (bkz. Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi, C. 10, 1997: 44-45 Bacaksız, 2010: 71-73; Bıçakçı, 2013: 3). İlk kez “Magazine” kelimesini de kullanan dergi, 1781 yılında ABD’de yayımlanan “The Gentlemen’s Magazine” olarak verilir. (bkz. <https://global.britannica.com>; ayrıca bkz. Koçabaşoğlu, 1984; Suiçmez, 2009)

Dergi kapağı ve tasarımı bilimsel bilgiler içeren ya da içermeyen her iki durum için de büyük önem taşır. Dergi kapağı özellikle bilgiyi belirli bir şekle sokarak iletme, yayma, kamuoyu oluşturma ve insan algılarını oluşturma ve yönlendirme hedefini gerçekler. Burada asıl vurgulanması gereken dergi kapaklarının modern anlamıdır. Bu durum 20. yüzyılın başlarında modern sanat akımlarının etkisiyle gelişen ve yeniden tanımlanan sayfa yerleşim tasarımı (Layout Design) çalışmaları ile açıklanır (bkz. <http://graphicdesign.about.com>) ve buna dair iki etkinleştirmenin altı çizilebilir: (bkz. Bektaş, 1992: 145-146; Şenocak, 2014: 17-18; Zedeli, 2014: 13) Birincisi “Arts/Crafts hareketi” (Özpolat, 2013: 23-24). İkincisi mimari ve endüstriyel tasarımda “Biçim İşlevi İzler (From Follows Function)” ilkesel sözü ile hayat bulan “Bauhaus Okulu” etkisidir. İkinci konuya bağlı dergi sayfa tasarımlarında sayılar arasında bütünlük oluşturmak adına şablonlar kullanma veya “hizalama [grid] yöntemi” ilave edilebilir.²

Günümüz internet teknolojisi ile birlikte basılı değil, *baskın platform* olan siber-uzay platformu etkisiyle dergiler ve dergi kapak tasarımları, hem estetik hem de ticari zekânın ürün olarak [sözgelimi dijital sanat üretimlerini non-fungible token-NFT teknolojisi ile dönüştürme örneklerindeki gibi] gelişimini sürdürmektedir. (bkz. Gönenç, 2013) Dolayısıyla dergilerin bu durumları, dergi kapaklarının sanatsal ve akademik araştırma konusu olma ve yapma düşüncesini teşvik etmektedir. Bu alanda yapılmış çalışmaları yazınlarda izlemek mümkündür. (bkz. Sevindik, 2016: 73-84)

Belki burada şu konuların altı çizilebilir: Dergi kapağı kendinden beklenen albeni görevini yerine getirmek için doğrusal *amaç-araç (teleolojik-teleologic) ilişki* gözetken yaratıcı bir girişimdir. O halde açık-kapalı ifadeler, görseller, semboller, ikonlar vs. belli amaç için kullanılır. Bu nedenle dergi kapaklarına dair algıları yönlendirme, zihinleri biçimlendirme ve/hatta bedenleri düzenleme gibi zenginleştirilmiş eleştirileri, en az muhtemel ve doğal olarak yapılması umulan bir durum olarak görmek de gerekir. İkinci konu, kapak tasarımlarının bir albeni oluşturması kadar alfabe düzeni olduğudur. Alfabeği öğrenme ve kavrama, bir olayı açıklama veya belirli koşulları biçimlendirme görevini etkiler. Yaratılan etki ve bu etkiyi sürdürme için de [yasal veya yasal olmayan] kural ve kaideler tüm cepheleri ile zorlanır.

Buradan gidildiğinde dergi kapak tasarımı sadece bir görsel anlatım içermez. (bkz. Bıçakçı, 2013) Süretilik gösteren ve ortak düşünme/davranış koşullarına yön veren bir zihniyet ifadesini de önümüze getirir. Bu durum Alman biçimsel sosyolog [görece sosyal tabakalaşma kuramcısı] Theodor Geiger’in (1891-1952), zihniyeti ideoloji ile eşitleme fikri ve ideolojiyi “zihniyet metası” olarak ele alan düşünsel-ruhsal tavrıyla ilişkilendirilebilir. İdeoloji, bilgi gerçekliğinin dışına düşme veya aşkınlık durumu oluşturur. Ölçülebilir, nicel olarak indirgenebilir. O halde ideoloji toplumsal yaşamın içeriğidir, ve/fakat özü değildir. Her ideoloji, yaratılan, iletilen, kabul edilen, dönüşen ve toplumsalın işleyiş bütününe ifade eder. Metalaşan ve yaygın değiş-tokuşu olan kapasitedir. Ancak bu tamamen toplumsalın kabul mekanizmalarıyla [biz olma hali] ilgili ve biçimsel bir içerim olmaktan öte değildir.³ Böylece

² Teknik olarak dergi sayfa tasarımında yüzey küçük karelere bölünerek, görsel unsurların simetrik ve yalın olarak konuşlandırılması olan grid yöntemde, Bauhaus ekolü bakışının önemli bir katkı sağladığı söylenebilir. bkz. Zedeli, 2014: 4-13.

³ Burada fazla tartışmaya girmeden Geiger’e dair Frankfurt Okulu beylik görüşlerini sunan Alman düşünür profesör Max Horkheimer (1895-1973) ve profesör Theodor W. Adorno (1903-1969)’nun çözümlenmeleri verilebilir: Geiger bir ideolojiyi veya buna dair söylemin bilgi değerinden ziyade, görgül doğrulama veya yanlışlama tarzını ve konusunu olanaksız kıldığından söz eder. Doğru olmayan bir söylem tabii ki ideolojiden bağımsız olabilir. Söylem esasta görgül olarak reddedilmez, ve/fakat ispatlanabilir bir varsayım içeriyorsa ideolojik olur. Bu ya

biçimselleşmiş sanatsal ürünlerin topluştırılması özlenmiş olur.⁴ Dolayısıyla, dergi kapakları bir sanat ürünü olmanın ötesinde, ideolojik-biçimsel ürünler olarak da değerlendirilmesi mümkündür. (bkz. Eagleton, 2005)

Bu bağlamda bilimsel incelemeye tabi tutulan dergi kapaklarına dair şu cümleler kurulabilir: Dergi kapakları izleyenleri derginin önelediği ideoloji içine sokma ve sınırlandırma amacını açıkça vurgular, üstü örtülmez ve/dahi bireysel hak ve özgürlük kullanımını engellemez, bireysel tercih olarak görür. Ancak tüm bu durumlar açıkta olanın da tartışılmaz olmadığını ifade etmez. Eğer tartışılmaz ise, dergi kapağına odaklanarak mutlak bilgi ve gerçeklik sorgulaması yapılmadan yapılmış gibi kabul edilmesi de önemli bir sorun olabilir. Çünkü dergi kapağında [belli bir ideoloji çerçevesinde] mutlak bilgi ve gerçeklik, verilen şekilde değil, yeniden üretmeye yönelik sunulur. Dolayısıyla dergi kapağının bambaşka düzen ve/dahi ötesi için bir *gerçeklik üretimi* olduğu göz ardı edilemez. Ancak gerçeklik üretimi “gerçeğin perdelenmesi” tartışmasını da beraberinde getirir ve yapılacak daha sonra perdelemenin gerçeği şekline dönüşür. Hatta gerçeği oluşturduğu düşünülen perde hep “apaçık” olarak vurgulanır. Yani apaçık yaşandığı düşünülen gerçeklik katmanlı bir şekilde perdelenmiş olabilir. O halde dergi kapaklarında gizli veya saklı arayışlar, birbirine dönüşen ve sarmalanan şekilde sürgitlenmiş olarak bulunur.

Nihayetinde dergiler “pazarlanabilir bir gelecek”in rezervini niteler ve *geleceğin manipülasyonu* olarak ilgi çeker. Bu ilgi genişleme potansiyeli olan bir pazara bağlanır. Pazarda geleceği üretmek, diğerlerinin talepleriyle gerçekleşir. Böylece/bir bakıma *zihni manipülasyonları* gerçekleştirme olanakları sınanır. Belki burada bütün söylenecekler dergi ve dergi kapaklarına yönelik sarf edilebilecek kurgusal ifadeleri anlam verebilir, tartışmaya açabilir. Ancak her tartışmanın eleştirel ve diyalektik bir bakışı karakterize edeceği yadsınmaz.

Tüm bunlar stratejibilimde eleştirel ve diyalektik bir bakışı geliştirme yolu olarak önerilen *şeytanın avukatlığını yapma* düşüncesi ile tanıtılır ve bilgi üretiminde önemli bir referans noktası oluşturur.⁵ O halde bu aşamadan sonra makale, eleştirel ve diyalektik bakışı anlamlandırma ve açıklama gücü olduğu kabulü ile yürütülebilir.

ifade edilen kendisinin bilgi gerçekliği dışına düşmesi [aşkınlık] durumudur veya bir gerçeklik konusu söylemi onun belirleyici özellikleri dışında bazı şeyler olarak ifade edilmesine kaynak oluşturur. Geiger’i izlediğimizde zihniyet biçimsel sosyolojinin ölçülebilir, nicel olarak indirgenen bir “ideoloji”yi niteler. Bu toplumun özünü oluşturmaz, ve/fakat toplumsal yaşamın içeriğidir. Yani ideoloji kutsal bir öğreti değil, bilakis yaratılan, iletilen, kabul edilen, dönüşen ve toplumsalın işleyiş bütünüdür. Bunun için sanat ve sanata bağlı kutsallıklar öncelenir. O halde ideoloji topluştırılmış sanatsal veya inancaşsal vs. bir yaşamdır. Metalaşabilecek ve yaygın değiş-tokuşu olabilecek kapasitedir. Bu tamamen toplumun kabul mekanizmaları ile ilgilidir. Bir bakıma biz olma düşüncesine yönelik, biçimsellik içerimidir. Ancak nesnel bağlar dikkatten uzak tutulup grup kavramının temeli olarak bilimsel dilin kullanıldığı durumlarda “biz” bilinci eksik bırakıldığından, bu “biz” salt ortak bilinç, yani bir öznellik olarak anlaşılır. bkz. Horkheimer, Adorno, 2011; ayrıca bkz. Güllülü, 1988.

⁴ Bu bağlamda imgelerin görsel anlatımları ötesinde “imgelerin her yerdeliği” postülasıyla meşruluk kazandırmaya yönelik *imge-tabanlı iletişim* [sanal gerçeklik] süreçlerinden söz edilir. İngiliz disiplinlerarası profesör Ron Burnett (1947-) “İmgeler Nasıl Düşünür?” kitabında, hem zihinsel süreçlere ışık tutmak, hem de bu süreçleri resmetmek için bilincin karmaşık kültürel ve biyolojik topolojisi tanımlar ve yeni bir boyut üzerinde durur: Zihnin iş görme biçimlerini resmetme ve bunların kodlarını çözme. Bunun için zihin, beden ile beyin arasındaki ilişkinin ve bilincin bütün öğelerini bir dizi kültürel ve toplumsal ortam ve ürün ile nasıl etkileşime girdiğine dair sorgulamasını yapar. Ayrıca imgeleri bir bilişim (enformasyon-information) olarak yorumlama nesnelere, empati ve yaratıcılık odakları ve dünyaya açılan pencereler şeklinde nasıl iş/lev gördüğünü araştırır ve imge çözümlemesini mümkün oldukça çok bakış açısıyla kaynaştırır. Temelde sanal gerçekliğin imgeler, algılar, duygular ve düşünceler arasındaki ayrımları ortadan kaldırdığına dair oluşan sonucu paylaşmaya hazırlanır. Bunu kültürel perspektifte izleyicilerin/kullanıcıların imgelerle geliştirdiği ilişkilere, basitleştirilmiş uyarılara ve etki anlayışlarına bağlı tanıtılar. Bu nedenle imgelerin sadece insanların birbirleriyle etkileşime girme biçimlerini değil, bu etkileşimin mahiyetini de değiştiren, sürekli olarak genişlemekte olan bir ekoloji olarak yorumlar. bkz. Burnett, 2006: 19-27.

⁵ Aksi bir görüş de izlenebilir: Yani yapılan eleştirel ve diyalektik bakış, *fikri yoksunlaşma* yolu da olabilir. Daha açık bir deyişle, sözgelimi dergi kapağına bağlı yapılan eleştirel ve diyalektik bakış, bağımlı yapma, güdümlü düşünme veya fikri esir alma şeklinde bir kapsamı destekleyebilir. Bu fikrin bir adım sonrası Theodor Adorno'nun “negatif diyalektik” kavramını tersten okunmasıyla eşleştirilebilir. Yani mutlak olmasa da dayatılan veriler ile zihni zapt etme, teleolojik olmayan bir eylemsizlik içine düşme durumu oluşturabilir. bkz. Adorno, 2016; ayrıca bkz. Kosik, 2015.

2. Akademik İnceleme Konusu Olarak Dergi Kapakları

Görsel sanatlarda *eleştirel ve diyalektik bakış*, eser üzerinden yapılan bir bilgi edinme ve açıklama sürecini açıklar. Ancak sanat eseri üzerinden yürütülen ve yapılandırılan akademik eleştiri ve diyalektik bakışı çağa, döneme, sanatçıya ve topluma bağlı fikri, fiziki ve fiili olarak ilişkilendirmek kolay olmaz. İlişkilendirmek çok yönlü eseri algılama, çözümlenme, yorumlama ve yargı verme yetisi gerektirir. Bu nedenle eleştiri ve diyalektik bakış duyarlılık, uzmanlık ve tarafsızlık gerektiren bir değerlendirme, yorum ve çözümlenme türüdür (Boydaş, 2007: 37-38). Böylece somut olandan hareketle soyut bilgi araştırma olanağı mümkün olur.

Dergi kapaklarına dair ele alınan ve sanatsal düzeyde yaygın olarak kullanılan eleştirel ve diyalektik bakış, İsviçreli sanat tarihçisi eğitimci Heinrich Wölfflin'in (1864-1945) önerdiği tekniğin, Alman asıllı sanat tarihçisi profesör Erwin Panofsky'in (1892-1968) tamamlayıcı çalışmalarıyla çerçevelenebilir. (bkz. Wölfflin, 2015; Panofsky, 2012) Wölfflin bir sanat eserini biçim-içerik ayrımını göz ardı ederek yaptığı çözümlenmeyi, genel olarak sanat eserinin [bizzat kendisinin] betimlenmesine yönelik düşünür. Bu nedenle eserin niteliklerini belirlemek için beş ulamdüzey (kategori-category), birbirini ve/dahi karşıtını tamamlama önerisi şeklinde düzenler. Daha sonra Panofsky, Wölfflin'in beş karşıt-çift ölçütüne [çizgiselden gölgesele geçiş, düzlemsellikten derinliğe geçiş, kapalı şekilden açık şekle geçiş, çokluktan birliğe geçiş, nesnelere mutlak belirliliği ve oranlı belirliliğe geçiş] bağlı, sanat eserinin çözümlenmesini [sanatsal unsurların/motiflerin tespiti] biçim, konu ve içerik eklemeli olarak geliştirir. (bkz. Altuner, 2014: 49-72; ayrıca bkz. Cömert, 2010: 17-18) Panofsky'in eklemeli bu çözümlenme önerisi sanat eserini daha anlaşılır hale getirme ve bütünü görme açısından güçlü bir çözümlenme olacağı düşünülebilir. Dolayısıyla bugün bu çözümlenme yaklaşımı sanat eserini çözümlenme yollarından biri olmaktadır. Bu yol *geçişkenli tümevarım ve tümdengelim yöntemi* yani, her temel yaklaşımın kendi içinde önce parçadan bütüne, sonra tekrar bütünden parçaya dönüşlü çözümlenme talimatları, sanat eserini salt biçimsel/görünen tarafı değil, ziyadesiyle mana [anlama], mantık [anlatma] ve anlatım [açıklama] özelliklerinin bir bütün halinde görünürlüğünü içerir. Yani bir sanat eserinin yansıttığı gerçeklik, açık veya örtülü birçok biçimle birlikte ele alınması gerekliliği imlenir.

Panofsky, bir sanat eserini birbirini takip eden ikonik, ikonografik ve ikonolojik [ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi] üç adımlı öneri yapar. Bu öneride anlamı kavramaya yönelik sırasıyla betimleme, kanıtlama ve yorumlama vurguları izlenir: (bkz. Tükel, 2005: 9-10; ayrıca bkz. Tablo 2)

- *İkonik çözümlenme [doğal anlam-ön ikonografik betimleme]*: Bu adımda sanat eserine olgusal ve ifadesel anlam olarak iki yönlü bakılır, ve/fakat birlikte ele alınır: Birincisi eserde görülen biçimler, tanıdığımız nesnelere benzetilerek arasındaki ilişkilerin ve biçimlerin hangi hareket içinde yer aldığına yönelik *olgusal anlam*; ikincisi eserde tanımlanan nesnelere bizde uyandırdığı duygular, ifadeler ile ortamın [sakin, kasvetli ya da huzurlu olup olmadığı gibi] bizdeki izdüşümlerine yönelik *ifadesel anlam* (Cömert, 2010: 15-16; Panofsky, 2012: 2). Her iki anlam sanat eserinde [sembol, ikon, simgeler vs. arasında] betimlenmiş şekilde bulunur.
- *İkonografik çözümlenme [uzlaşmalı anlam]*: Bu adımda eserde betimlenen ifadeler, biçimler, temalar, kavramlar, anlamlar, başvuru referanslar [gündelik pratik deneyimlerimizin dışına çıkarak] çözümlenir. Çözümlenmede öykülemeler ve bir düşünce veya davranışın daha rahat kavrayışını oluşturma ve güçlendirmeye yönelik simgesel ve metaforik canlandırmaya yönelik alegoriler önemsenir. Böylece çözümlenmede zorlanan kısımların ve gündelik-pratik deneyimlerin ikna edici şekilde açıklanması

gözetilir. Özellikle eserde motifler, imgeler, öyküler, metaforlar vs. kavrayışı destekleyen alegorilerin bir arada neden kullanıldığı ve arasındaki ilişkilerin nasıl olduğu, mitik ve mistik çözümlemesi eleştirel olarak yapılır ve kaynaklar, belgeler, bulgular, kitaplar, yazılar, bilgiler vs. veya tüm elgeler ile eleştirel kanıtlaması sağlanır. Böylece eserde motiflerin, imgelerin, öykülerin, metaforların veya ifadelerin en doğru şekilde tanımlaması yapılır (Panofsky, 2012: 29). En doğruya dair erişilen uzlaşmalı anlam ile ikincil anlam üretilir. Yani sanat eserinde kullanılan öğeler, sözgelimi çizgi, renk ve harfler veya sembol, ikon ve imge temsillerin köklerine inilir ve kompozisyon içinde betimlenir, tanımlanır ve bağlanılır.

- *İkonolojik çözümleme [içerik-asıl anlamıyorum]:* Bu adım eserin anlamına, anlaşılmasına, açıklanmasına ve nihayeti yargıya varılmasına dair bir sentez oluşturmaya dönüktür. Sentez “asıl anlama [içeriğe]” ulaşmak için [bir dönemi, bir ulusu, bir sınıfı, bir dini, bir felsefi anlayışı sanatçı kişi/lik tarafından] yapılan yorumlama faaliyetidir. Burada eserin içeriği kadar, bunu yorumlayan kişinin kapasitesi, bilgisi ve davranışı da dikkate alınır. Eğer dönem anlayışı, yönelişi ve misyonu veya kişi düşünceleri, davranışları ve duyguları bütün olarak sürece katılırsa, yargının isabeti ve doğruluğu desteklenir. Aksi halde bozuk ve eksik bir vargı olduğu kabul edilir. Bozukluk ve eksiklik genellikle dönem şaşırması, zihniyet felci, bütünü iskalama olarak gerekçelenir. İkonolojik yorum eseri yorumlayan kişi davranışı, temel ve artırılmış değerlendirme yapma kapasitesi, eser hakkında yapılan başka araştırmaların tahlili, tarihsel kayıtlar ve faaliyetler izlekleri ile ilişkilendirme konusunu işaret eder. Burada bir önceki adımın başarısı, etkili ve belirleyici olur. Diğer bir deyişle, önceki adımlarda sağlanan bilgilerin son adıma sağladığı girdi, sağlanan ve birleştirilen bilgi ile erişilen yargının doğruluğunu ve isabetini bütünler. Böylece içsel anlam çözümlenir. Yani sanat eserini çevreleyen dönemsel koşullar, kültürel nitelikler, sanatçı kişiliği ve bu ortamda doğan eserin anlamı ikonolojik olarak tanımlanmış olur.

Bu bağlamda makalenin bundan sonraki aşamasında, ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi ardaşık, katmanlı ve birbirini tamamlayan adımlar örnek The Economist Dergisi yılbaşı kapağı üzerinden gösterilecek ve geliştirilen yöntembilim çerçevesinde açıklaması yapılacaktır.

3. The Economist Dergisi Yılbaşı Kapağı Çözümlemesi

Dergi kapakları bir sanat ürünüdür. Bir sanat ürünü olarak dergi kapaklarının çözümlemesinde hangi ölçütler kullanılacağı bilimsel bir bakış gerektirir. Rastgele, uluorta ve bilinçsiz yapılan yaklaşım ve bilimsel esaslara uygun olmayan, ölçütsüz çözümler kafa karışıklığı yaratır. Belki dergi kapakları çözümlenmesinde medya destekli konuşmalar, ikna etmeye yönelik tahliller, bağlı izler ve etkiler bilimsel dikkate sunulmuş olabilir. Ancak dikkate sunulmuş olanın belirli bir bilimsel bakış, yaklaşım ve yöntemle dayalı nesnel tahlillere ve tenkitlere ulaşması gerekir. Bu yönde anlama, anlamlandırma ve yorum becerisi yeterli değildir.

Dergi kapakları yaşanan gerçekleri veya gerçek yaşantıdaki olayları, olguları ve koşulları olduğu gibi aktarmaz veya dergi kapağı sanatçıları yaşam gerçeklerini farklı şekilde düzenler ve eleştirel bakışı ile diyalektik şekilde aktarır. İzleyenin bunu görmesi ve kapağın fikri ve hissi yapısına ulaşması için, derginin fiziki düzenlemesini, fikri altyapısını ve fiili durumunu “analitik bir biçimde” ele alması beklenir. Bu sayede sanatçının düzenlediği kapak [bilışsel eksiklik ve kırılmalı bilimsel etkinlik de olsa] yine düzenlenebilir bir boyut kazanır. Bu düzenleme anlama, anlamlandırma ve yorumlama ekseninde eleştirel bir yönelimdir. Bir bakıma özlenen bilimsel etkinlik, yoruma ve eleştiriye açık olarak yeniden düzenlenmiş olur.

Ancak dergi kapaklarının veya kapaklarda kullanılan görsellerin [ifadelerin, imgelerin ve sembollerin] çözümlenmesi için gündelik yaşamın içinde tanıdık, bildik ve paylaşılan nesnelere, ifadeler, imgeler ve semboller [biçimsel niteliklerin] dışına çıkmak gerekir. Çünkü dergi kapakları kendini aştığı, sürekli yeniden kendini üretecek bakış açısını gösterdiği sürece sanat ürün olur. Sanat ürününü değerlendirme, izleyicilerin yaşam çevrimleriyle eşleşmesi ve birlikte gelişmesi, değişmesi ve/hatta dönüşmesiyle gerçekleşir.

Öte yandan hiçbir sanatçı sadece biçimsel nitelikleri vererek sanatını sunmaz. Sanat ürününün kendisi gerek sanatçının gerek izleyicisinin üstünde, ötesinde ve ilerisinde bir anlamlandırma ve yoruma dair eleştirel bir alan açması beklenir. Ancak bir sanat ürününü anlamlandırma ve yorumlama veya eleştirme ölçüsü de akademik bilgi, deneyim ve görgü gerektirir. (edebi metinlerine yönelik örnek için bkz. Özdemir, 1997)

Makalenin bu uygulama kısmında, “The Economist Dergisi” yılbaşı kapağının stratejibilimde bilgi kaynağı ve izleği olup olmadığına veya nasıl olması gerektiğine ilişkin bilimsel bir yaklaşım ve yöntembilim üzerinden tanıtlaması ve kanıtlanması yapılacaktır. Böylece bilimsel bilgi kanallarının farklı şekillerde olabileceği, bilimsel bakış ve yaklaşım [nesnel] esasının farklı disiplinlerden nasıl beslenerek yapılacağı gösterilecektir.⁶

3.1. Yöntembilim

Yöntembilim için sanat tarihçisi ressam profesör Leyla Varlık Şentürk (1966-)'ün “Analitik Resim Çözümlenmeleri” (bkz. Şentürk, 2012) adlı kitap temel alınmış ve 20. yüzyılın başında özellikle modern sanat tarihinin gelişmesinde rol alan Heinrich Wölfflin (1864-1945) ve Erwin Panofsky'in (1892-1968) ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi uygulaması esas alınmıştır.⁷ (bkz. Tablo 2)

Tablo 2: Dergi Kapağı Çözümleme Biçimi Özümü

Çözümleme biçimi	Açıklama
İkonik (biçimsel) çözümleme biçimi	Görselin veya sanat ürününün Heinrich Wölfflin tarafından oluşturulan ilkeler ile nesnel özelliklerinin çözümlenmesini kapsar. Çözümlemede karşı-çiftlerden oluşan beş temel ilke [çizgisel-gölgesel, düzlem-derinlik, kapalı form-açık form, çokluk-birlik ve belirlilik-belirsizlik] ile eserin veya görselin sınırları verilerle, betimleme yapılır.
İkonografik çözümleme biçimi	Görselin veya sanat ürününün konu ve anlamları, kompozisyonunu oluşturan biçimleri, tema ve kavramlar arasındaki etkileşim ve bağı, imgeleri çözümlenecek öykü ve alegorilerin çözümlenmesini kapsar. Bu bağlamda eserin “öyküsel çözümleme”, imgesel, dinsel, mistik veya mitolojik anlatımlar ile eleştirel kanıtlanması yapılır.
İkonolojik çözümleme biçimi	Görsel veya sanat ürününün fiziki özelliklerinden öte geçmiş-planı (restrospektifi-geçmişe bakışlı) ya da yapıldığı dönemin fikri, felsefi, dini veya kültürel nitelikleri, esere olan etkisi veya katkısı, sanatçının kişiliğini esere yansıması ya da eserin yaratıldığı çağ/dönem kültürü, ideolojisi ve zihniyetinin çözümlenmesini kapsar. Böylece eserin yapıldığı dönem, toplum ve kültürel üretim, sanatçının ve eserin üzerinden yorumlanır. Hatta bir adım ilerisinde, sanatçının değişik dönemlerde yaptığı eserlerin, dönemsel etkilerinin karşılaştırılması da yapılır.

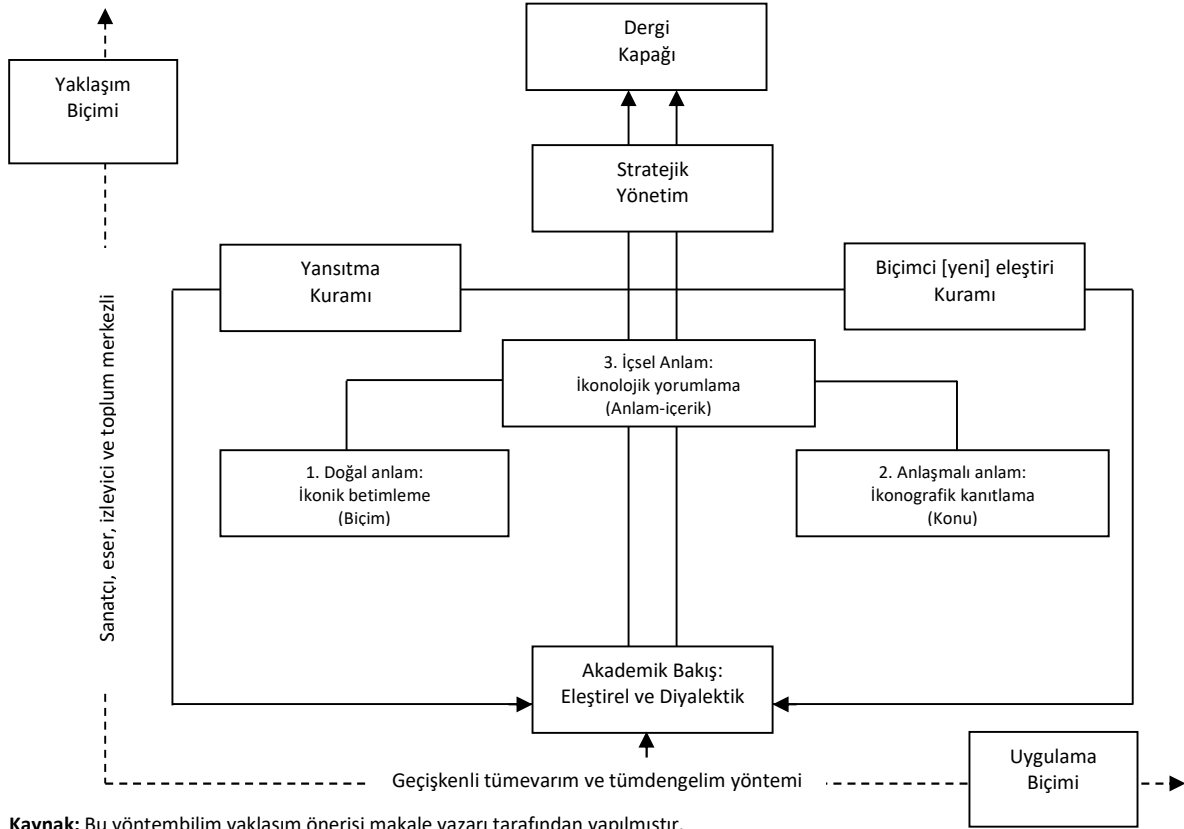
Kaynak: bkz. Şentürk, 2012.

⁶ Bu vesileyle makaleyi, bizi bizzat sanatın içine koyup onurlandıran, anlam-değeri kavramada eylemselliğe davet eden, önderlik yapan ve temelleyen saygıdeğer ilkökul öğretmenim Aysel Karaca, klasik Türk sanatları ustası ressam müzisyen Ahmet Yakupoğlu, müzisyen ressam Rağıp Elifoğlu, kültür tarihçisi müzisyen akademisyen Mehmet Nuri Uygun, Karagöz ve orta oyun ustası müzisyen bestekâr Rıza Tekin Uğural ile Doğan Karaoğlu, Zeki Ermumcu, Mehmet Ali Elifoğlu, Mustafa Kalyon, Erhan Altıntaş, Selam Aziz Erdem ve/dahi Kütahya'nın kültürel iklimini yaşatan ve taşıyan, isimlerini saymakta zorlanacağım çok değerli sanatçılara, entelektüellere ve akademisyenlere armağan ediyorum.

⁷ 1915 yılında “Sanat Tarihinin Temel Kavramları (Almanca, Kunst geschichtliche Grundbegriffe)” adlı eser ile İsviçreli sanat tarihçisi profesör Heinrich Wölfflin (1864-1945) Rönesans ve Barok eserlerin çözümlenmesi için karşı-çiftlerden oluşan beş temel ilke [çizgisel-gölgesel, düzlem-derinlik, kapalı form-açık form, çokluk-birlik ve belirlilik-belirsizlik] ile tüm sanat eseri incelenmelerinde kullanamayacağı görülmüş, buna bağlı Alman asıllı Amerikalı sanat tarihçisi profesör Erwin Panofsky, bir resim eserinin algılanabilmesi için, üç ayrı evre nitelemiştir. Bu evrelere bağlı Panofsky *ikonolojik çözümleme biçimi* geliştirmiştir. İkonolojik çözümleme biçiminde önce eserin derinliğine inmeden, görseli betimleme, sınıflandırma yapılır. Ancak görsel betimleme ötesinde sanat eserini anlamaya yönelik derin çalışmaları önceler. Bunun için biçimsel olarak incelenen eser, daha sonra eser hakkında yazılı bilgi, belge ve metinlere bağlı görselin tarihsel süreçte diğer örneklerle karşılaştırarak yorumlamaya geçilir. Çözümlemede dönem kaynakları, sosyo-kültürel yapısı, sanatçının üslubu derinliğine incelenir. Bu nedenle ikonolojik çözümleme biçimi, çok yönlü kaynakların değerlendirilmesine dair *kültürel bir okuma* sürecidir. bkz. Wölfflin, 2015; Wölfflin, 1968: 131-145; San, 1968: 147-150; Panofsky, 2012; Panofsky, 2013; Panofsky, 2015; ayrıca bkz. Cömert, 2010; Zedeli, 2014.

The Economist Dergisi yılbaşı kapağı çözümlemesinde ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi kapsamında yöntembilim odakları da şu şekilde tasarlanmıştır: (a) Yaklaşım biçimi, (b) uygulama biçimi [kuram, yöntem ve teknikler]. (bkz. Şekil 1)

Şekil 1. Dergi Yılbaşı Kapağı Çözümleme Yöntembilim



Kaynak: Bu yöntembilim yaklaşım önerisi makale yazarı tarafından yapılmıştır.

(a) **Yaklaşım Biçimi:** Temelde dergi yılbaşı kapağına yaklaşım biçimi, izleyici ve eser ilişkisi açısından almak mümkündür. Buna göre dört alt yaklaşım biçimi söz konusu edilebilir: Sanatçı merkezli, eser merkezli, izleyici merkezli, toplum merkezli. Her sanat eseri gibi dergi kapakları da bu dört alt yaklaşıma bağlı açıklanabilir. (bkz. Tablo 1)

Tablo 1: Dergi Kapağı Çözümleme Yaklaşımları

Yaklaşımlar	Açıklama
Sanatçı merkezli yaklaşım	Bu yaklaşım biçimi daha çok sanatçının "yaratma ilkesi"ne bağlı ifade edilir. Bu ifade sanatçının her şeyi gören, yansıtan ve gösteren bir mitos ve üretilen sanatı da bu önkabulle kutsallaştırma çabası eşlik eder. Sanatçıyı dikkate almayan yorumlama eksik olur. Yaklaşımda, idealist felsefe içerimli dışavurumcu ve psikanalist çözümlere başvurulur. Bu nedenle sanat eseri tanımlarken sanatı yapanın da tanımı yapılmalıdır.
Eser merkezli yaklaşım	Bu yaklaşımda eserde görülen sözgelimi biçim, düzen ve kurgu öncelenir. Eser dışı bir anlatım referansı aranmaz. Sadece eserde yer verilen örüntüler, ilişkiler, bağlamlar ve önemlikler irdeler. Eseri bizzat ifade/dil olarak kabul eder. Eserin yorumu ise açık veya örtük olabilir. Yaklaşımda eserin estetik ve yapı üzerinden anlamını erişmek esastır. Antropologların, göstergebilimcilerin, dilbilimcilerin etkisi izlenebilir.
İzleyici (alımlayıcı) merkezli yaklaşım	Bu yaklaşımda izleyici-eser arasındaki iletişim ile açığa çıkan duygu ve çıkarımlar esastır. Burada eserin çok-anlamlılığı ve farklı yorumlara açıklığı ya da izleyici öznesi söz konusudur. Diğer bir deyişle, izleyici eseri sadece biçimlerden, kurgudan oluşan sentetik yapısını değil, aynı zamanda kendisinde yaratığı etkiye bağlı ele alır. Bu durum izleyicinin yaratıcı ve keşif gücünü işaret eder. Bir anlamda eserin yeniden yeniden üretimi ile eserde yer alan boşlukların doldurulması imlenir.
Toplum merkezli yaklaşım	Bu yaklaşım, deterministik ve Marksist iki kuram çerçevesinde ifade edilir: Yansıtmacılık ve Marksist kuram. Yansıtmacılık, dünyada görünenleri sanat eserine yansıtma, benzetme veya taklidini öngörür. Görünen dış gerçeklik, insan, doğa veya yaşamdır. Tıpkı Platon'un ayna metaforuna ilişkin sanatçı dış gerçekliğe ayna tutar. Marksist kuram ise, sanat eseri "toplumsal gerçeklik" temelinde, propaganda ve yeniden üretim araçlarıdır. Gerçeklik ise iyi-kötü, doğru-yanlış veya güzel-çirkin diye seçimlerimize bağlı ele alınamaz. Tarafsızlık esastır.

Kaynak: bkz. Ötügen, 2008: 159-178.

Bu yaklaşımlara bağlı dergi yılbaşı kapağını çözümlerken, salt tek bir yaklaşım ile değerlendirme bazı eksiklikler yaratabileceği düşünülerek, *eklektik*, ve/fakat akademik eleştiri kapsamı sürekli korunarak çözümlene yapılmıştır.

(b) Uygulama Biçimi: Makalede *geçişkenli tümevarım ve tümdengelim yöntemi* esas alınmış ve dergi yılbaşı kapağı [tıpkı bir sanat eseri gibi sanat olgusunun varlığını kavrama konusunda], iki farklı ve birbirine bağlı sanat kuramları ve biçimleri ile çözümlene yapılmıştır.

Dergi yılbaşı kapağının çözümlenmesinde plastik-değerin anlam-değeri ile nasıl bir araya getirildiğine ilişkin eşzamanlı iki kuram kullanılmıştır.⁸

- Birincisi dergi kapağını, biçimsel özellikleri ve kapağın dış dünya [izleyici] ile olan ilişkileriyle açıklamaya yönelik “yansıtma kuramı”. Bu görüneni olduğu gibi yansıtma [yüzeysel gerçeklik], geneli, tümeli ya da özü yansıtma, ideal gerçekliği, düzeltilmiş gerçekliği yansıtma şeklinde sanatçı bakışı ve eser temelinde üç şekilde izlenmiştir. (*ayrıca bkz. San, 1985: 26-33*)
- Diğeri de, dergi kapağı görselinden hareketle anlamlandırmaya ve yorumlamaya yönelik “biçimci [yeni] eleştiri kuramı”. Bu kuram görselin ötesini-berisini anlamak ve açıklamak için izleyici ve toplum merkezli bir şekilde benimsenmiştir.

Bu bağlamda [şekil 1’de izlenen yotembilime bağlı] 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağının çok yönlü *verili alımlama* ile kapağa anlam veren anlayış çerçeve, görselin gerisinde yer alan anlayış ve düşünceler eşgüdümlü çözümlenmesi denenmiştir.

3.2. 2018 The Economist Dergisi Yılbaşı Kapağının Çözümlemesi: Bulguların Değerlendirilmesi

Bu bölümde 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağına dair çözümlenmeye geçmeden The Economist Dergisi hakkında bilgi verilerek, daha sonra dergi kapağının çözümlenmesi yapılacaktır.

3.2.1. The Economist Dergisi Hakkında

“Serbest ticaret ve serbest piyasa” koşullarında uluslararası politika, işletme, finans, bilim ve teknoloji hakkında yorumlayıcı, tartışmacı ve analitik makale, haber, görüş ve fikir sunan Dergi, The Economist Group’un bir parçası ve internet ortamında “The Economist portalı” sorumlusu olarak, güçlü ve yaygın editoryal ekibe sahiptir. Kurumsal logosu, 1843’te yayınlanan ilk sayının kapağında kullanılan gotik yazı, 1959’da İngiliz gravürçüsü, tipograf ve ressam Reynolds Stone (1909-1979) tarafından yapılan tasarım ile aynı şekilde yer verilmektedir.⁹

Dergi “insanların şaşkırtıcı bulduğu” The Economist’e dair bazı sorular ile kendini ana web sayfasında şöyle tanımlar: (*bkz. <https://www.economist.com>*) Perşembe günleri saat 18:00-19:00 GMT (Greenwich Mean Time) arasında basılan Dergi, 1843’ten bu yana kendini “siyasi,

⁸ Daha ziyade edebi/yazılı eserlere dair söz edilen ve görsel sanatlar için de kullanılan bu kuramlar farklı ve çeşitli şekillerde ifade edilir. Sözelimi sanatçıyı merkeze alarak sanatı yapan sanatçının kendisi olduğunu ifade eden “anlatımcı sanat kuramı”; izleyiciyi merkeze alarak sanatın izleyicide uyandırdığı estetik beğeni ya da coşkularla sanatı açıklamaya çalışan “duygusal etki kuramı”. Makalede daha ziyade sanat eserini merkeze alan iki sanat kuramından hareket edilecektir. Böylece (şekil 1’e bkz.) sadece sanatın özü sanat eserinin kendisinde saklı olduğunu ve sanat eserine özgü yapıların incelenmesi gerektiğini savunan biçimci sanat kuramı yanında, sanat eserinin geri planını araştıran, anlam veren yansımacı [yeni eleştiri] kuramı birlikte/eşgüdümlü değerlendirme yapılacaktır. Kuramlara dair geniş bilgi için *bkz. Moran, 2002*.

⁹ Dergi, ekonomik ve politik ekol “London School of Economics” kısaca LSE geleneğini izler. LSE, 1895 yılında Fabian Derneği üyeleri olan Beatrice ve Sidney Webb tarafından kurulmuştur. Antropoloji, iktisat, işletme, hukuk, siyaset, uluslararası ilişkiler, felsefe, sosyoloji, tarih gibi sosyal bilim alanlarında, 30’dan fazla lisans, 120’den fazla lisansüstü programı vardır. Ancak en önemli özelliği dünya siyasetini yönlendirmesidir. Bugüne kadar 37 devlet yöneticisi ve 13 Nobel ödüllü akademisyen yetiştirmiştir. Harvard Üniversitesinden sonra dünyada sosyal bilim alanında ikinci okul olarak izlenir. *bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/Londra_Ekonomi_Okulu*

edebi, genel ve sürekli bir gazete” olarak nitelendirir. (bkz. The Economist, 1 September 2013, <https://www.economist.com>) Bu nedenle dergi kendini “dergi formatında İngilizce bir gazete (an English newspaper in magazine format)” olarak ifade eder. Gazetede yer alan görüşler ve yorumlar ile her hafta ticari ve politik temel olaylar ele alınır. Reklamları farklı olarak, aynı editoryal olayı paylaşan ve altı ülkede aynı anda basılan dergi, dünyanın belli başlı ülke şehirlerinde satılmaktadır. Bazen çalışmalarda ve dergi kapakları farklı olsa da haber, görüş ve fikirleri aynı şekilde yer verir. Ancak İngiltere okuyucularına dair her hafta ülke haberlerine ayrılmış birkaç sayfa daha ilave yapılır.

Dergi özellikle vurguladığı manşetler ve başlığındaki sözcük öbekleri, izleyicilere verdiği imalar, uyguladığı metaforlar, kullandığı aliterasyon (yineleme) ve/hatta küfürler de dahil olmak üzere yaptığı *kelime oyunları* ve kullanımı dikkat çeker. (dergide yer alan metaforlar anadili İngilizce olmayanların anlamasını zorlanmaz. bkz. Alexander, 1986: 159-177)

Dergi editoryal isimsiz yazılara çokça yer verir. Bunu açık toplantılarda [genellikle makaleler hakkında] *zansız işbirliği* için önemser. Anonimliğin temel nedenini de 1938’den 1956’ya kadar editör olan Geoffrey Crowther atıf yaparak, “yazılanın, yazandan daha önemli olduğu inancı” olarak belirtir. Hatta bunu “kendinden çok daha büyük bir şey’in hizmetçisi” olarak ifade eder. Editörel bağımsızlığı, mütevellî heyetinin varlığı ile güvence altına alındığını vurgular. Özel bir işletme olsa da, özelliğini her lahza imler ve/hatta açıkça kendini *ayrıcalık, ihtişam ve öngörülebilirlik düşmanı* olarak görür. (bkz. The Independent 26 February 2006)

Bir taraftan uluslararası siyasette Ronald Reagan ve Margaret Thatcher gibi muhafazakâr figürleri veya Vietnam işgali olayını desteklerken, diğer taraftan ölüm cezası veya yeniden biçimlendirme (reform) ve *sömürge sonlandırma (dekolonizasyon)* veya daha yakın zamanda silah kontrolü gibi geniş yelpazede ele alınan sosyal içeriklere ve konulara küresel ölçekte destek verdiğini ifade eder. Bunun için sade, anlaşılır, açık ve yalın bir dile, etkileyici ve etkileşimli ortak konuşmalara olan inancını vurgular.

Eylül 1843’te İskoç asıllı İngiliz James Wilson tarafından kurulan dergi, bugüne kadar kurucu ilkelere sadık kalarak, siyasi, politik, küresel sorunlar ve ilhamlar üzerinde durur.¹⁰ Ayrıca dergi [paradoksal bir şekilde] muhafazakâr değil *liberal fikirlere* olan bağlılığını korur ve serbest piyasaya, politik ve ekonomik işbirliğine dönük enternasyonalizme ve hükümetin özellikle de pazar işlerine asgari müdahalesini inanır. (derginin bu serüveni için bkz. <https://www.birgun.net/haber/liberal-manifesto-tarihi-maddecilik-ve-insan-haklari-231318>) Bunu bir habere atıf yaparak, medeniyet ve ahlakı tüm dünyaya yaymak için “görünür bir ajanda” olarak benimser. Hatta kapitalizmin babalarından İskoç kökenli İngiliz ekonomi filozofu Adam Smith’in “görünmez el”i gibi, bireylere, topluma, dünyaya ve geleceğe katkı sağladığını imler. 1843’te yaşayan Mısır üreticisi Wilson üzerinden hikâyelendirerek anlatır.

Radikalliği gözeten dergi, “Pearson PLC, The Financial Times Limited” üzerinden Ağustos 2015’e kadar % 50 hissesine sahipken, 2015 yılında 287 milyon sterlin karşılığı ve % 4,7 oranındaki hisselerini % 43,4’e yükseltmek için Agnelli ailesine satışı farklı şekillerde

¹⁰ Stratejibilim profesörleri İsviçreli Felix Oberholzer-Gee, Amerikalı N. Anand Bharat ve Lizzie Gomez’in 2010 yılında “Harvard Business Review” için hazırladığı örnek olay çalışmada, 1843 yılında bir ithalat tarifesi sistemi olan “Mısır Yasaları”nın yürürlükten kaldırılması konusunu ilerletmek için, İngiliz işadamı ve bankacı James Wilson tarafından kurulduğunu ifade eder. Mısır yasalarının yürürlükten kaldırılmasına yönelik The Economist platformunda Wilson, 13 maddelik öneri verir. Günün koşullarında “sosyalist bir yaklaşım” olarak düşünülür. bkz. Oberholzer-Gee, Bharat, Gomez, 2010: 1-23; Gönenç, 2013 içinde; Güvenç, Türkiye’de ve Dünyada Ekonom Dergiciliği: 90-91; ayrıca bkz. McLellan, 1985: 242.

değerlendirilir.¹¹ Ayrıca şirket küçük hissedarları Cadbury, Rothschild (% 21), Schroder, Layton ve/dahi bazı mevcut personel ve eski personel hissedar olması dikkat çeker. Bunun gerekçesi “dergi politikalarının sürekliliği için” olarak verilir. Bu arada dergi dünya siyasetine özellikle Amerika’ya olan ilgisini gizlemediği açıkça izlenmektedir. Bu nedenle dergi Amerika ilgisini güçlendirmeyi “büyük sorum” olarak imler.

1840 yılından bu yana Avrupa ve Amerika’da okuyucularına yönelik düşünülen dergi, 1997’de İngiliz okurlarına yönelik *yeni bir vizyon* belirlemiştir. Diğer bir ifade deyişle “ABD’yi yeniden adlandırmıştır.” Ancak bu halde bile dünyada önemli bir okuyucu kitlesine sahip olmuştur. Bugün derginin tirajı 1.4 milyon üzerinde, bunun beşte dördten fazlası Britanya dışında yer almaktadır. Amerikan tirajı toplamın yarısından fazlasına karşılık gelmektedir.

The Economist Group dergide yayınlanan yoruma açık, tartışmaya müsait ve “analitik” makaleler, haberler, görüşler ve fikirler [hatta sıkıcı olmaktan uzak istatistikler bile] “ilgi ve heyecan verici” olmasını temel amaç olarak benimsemektedir. Dünyada yaşanan sosyal, siyasi, ekonomik vs. uluslararası sorunlar ile bilim ve teknolojiye dair küresel konuların farklı sunum tarzları üzerinde durmaktadır. Dönem dönem açtığı özel dosyalar, tanıttığı kitaplar ve anonim makaleler ile dikkat çekmek istemektedir. Özellikle “İş Dünyasında Tanınmış Kişiler Hakkında Yüz Değeri” tanıtılması ve “gelecekçi (fütürist- futurist) yazma yarışmaları” ile dergi bilim, uzay, bilişim, iletişim, enerji, çevre, sosyal, ekonomik, teknolojik, yenilik, iş süreci yeniliği vs. özel, sınırsız ulamdüzeyli “Economist Yenilik Ödülleri”ne sponsorluk yapması izlenebilir. (bkz. <https://www.economist.com>)

3.2.2. 2018 The Economist Dergisi Yılbaşı Kapağı Çözümlemesi

Çözümleme önce dergi, sanatçı ve ilişkileri görme açısından dergi kapağına dair temalar dergi, sanatçı ve kapak görseli merkezli daha sonra kapak, izleyici ve etkileri/yansımaları görme açısından izleyici ve toplum merkezli açıklanabilir: (bkz. Tablo 3; ayrıca bkz. 2018 kapağı için Fotoğraf 1)

İlk bakışta 2018 Dergisi yılbaşı kapağı birtakım ikonlar, semboller ve imgeler ile tertibi, yan yana getirilen diğer ikonlar, semboller ve imgeler, [benzer] renk tercihleri ile ticari yönü dikkat çeker (bkz. Sevindik, 2016: 73-84; 2018 Dergi yılbaşı kapağı analitiği için ayrıca bkz. Ek 1. Dergi Kapakları için Bazı Analitikler)

Ayrıca 2018 The Economist Dergisi yılbaşı sayısında yer alan konuk yazarlar ilginçtir: Lordlar kamarası üyesi İskoç Muhafazakâr düşünce başkanı Ruth Davidson, ABD senatörü John McCain, Rusya’da muhalif lider Alexei Navalny, Kanada dışişleri bakanı Chrystia Freeland, Butan başbakanı ve politikacı Tshering Tobgay, Japon siyasetçisi ve Tokyo valisi Yuriko Koike, Çin merkezli toplumsal, politik ve ekonomik konuları ele alan Caijing dergi baş editör ve kurucusu Hu Shuli, Hong Kong hükümet yetkilisi ve Başkanı Carrie Lam, İsrail başbakanı Binyamin Netanyahu, Mozambikli politikacı Graça Machel, İngiliz yatırımcı ve iş adamı Richard Branson, Uganda insan hakları aktivisti ve antropolog Stella Nyanzi, Disney CEO’su Bob Iger, Tayvanlı iş adamı girişimci Kai-Fu Lee, biokimyager, bilişsel bilimlerde ve genom CRISPR teknolojilerinin mucidi Feng Zhang ve Hollandalı mimar ve “Volume Magazine” adlı derginin kurucusu Rem Koolhaas.

¹¹ The Guardian’ın haberine göre Pearson hisselerinin çoğunu, Agnellis’in yönettiği yatırım şirketi olan Exor’a satma hamlesi, medya varlıklarının hanedanlığına sahip olma geleneği olarak ifade edilir. Bu durumun tartışması, “satışın bir zorunluluk” olarak nitelenmesine kadar gider. bkz. West, The Guardian, 15 August 2015.

Tablo 3: 2018 Dergisi Yılbaşı Kapağı ile ilgili 12 Tema Açıklaması

Tema Kapsamı	Tema Açıklama	Özleştirilmiş Tema
Trumpizm versus Macronizm	Trump ile Macron arasında açık-kapalı yaşanan rekabet ve dünya görüşlerindeki keskin farklılıklar ortaya çıkacak. Başkan Donald Trump, içeriye dönük Amerika gündemine odaklanırken, Emmanuel Macron, rekabette kaybedilen işçileri koruyan ve girişimciliği artıran yeni bir küreselleşme yanlısı "sosyal sözleşme" vaadi ile ortaya çıkacak. Macron, en çok "Progressive Era" ile ilişkilendirilen Amerikan başkanı Teddy Roosevelt'in günümüze düşen izdüşümü olarak görünecek.	Farklı dünya görüşleriyle yeni küresel algı inşa etme
Seçim oyun değiştiricileri: Brezilya, Meksika, İtalya ve ABD orta vade seçimleri	Latin Amerika'nın iki ülkesi Brezilya ve Meksika'da 12 yılda bir kez yapılan seçimlerin aynı zamana denk gelmesi, bölgenin en büyük seçimlerinde ülke seçmenlerinin siyasi yenilenme ve yaşanan yolsuzluğun sona erme talepleri gölgesinde yapılacak. Öte yandan İtalya'daki seçim, ülkenin ekonomik iyileşmesini sınırlayacağına dair düşünceleri gerektirecek. Amerika'da Demokratlar, Donald Trump'ın olası görevden alınmasına yol açan Temsilciler Meclisine karşı zafer kazanma umutlarını korumaya devam edecek.	Yenilenmiş siyasi talepleri ve vizyon tercihlerini çoğaltma
Eko-politik spor kokteyli: Güney Kore Kış Olimpiyatları ve Rusya Federasyonu'nda Dünya Kupası	Dünyada Güney Kore Kuzey Olimpiyatları veya Kış Olimpiyatları ile Rusya Federasyonu, FIFA Dünya Kupası olarak iki küresel yarışma başlayacak. Rusya Batı ile ilişkilerinde hassas bir zamanda FIFA Dünya Kupası organizasyonu ve Vladimir Putin cumhurbaşkanı olarak bir dönem daha seçim için yarışacak. Her iki olayda da, spor eko-politik ekseni gerçekleşecek.	Yarışma imajlarını ve spor ile yaşanan politik rekabeti geliştirme
Japonya, Küba ve Suudi Arabistan liderleri uzun zamandır hoşça kalıyor	Japonya imparatoru Akihito, yayılmaya hazırlanacak. Küba'nın Başkanı Raul Castro, Suudi Kralı Salman'ın istifası seslendirilecek. Ancak Venezuela'daki Nicolas Maduro gibi yeniden liderliklerini korumaya çalışacak.	Yeni liderlik içeriklerini oluşturma
Senkronize küresel ekonomik büyüme	Dünya ekonomisinde on yıldan sonra iyi olma umudu aranacak. Geçen on yıldan sonra 2018 yılında gerçek toparlanmaya çalışılacak. Dünya ekonomisi her sekiz ila on yılda bir durgunluğa girme eğilim telafi ülke finans politikalarında devletçiliğe ve sıkı uygulamalara itecek.	Ekonomide resesyona karşı alternatif dünya ekonomisi düşüncesini vurgulama
Küresel kritik diplomasi: Sıkıntı zamanı ve Brexit, NAFTA ve Kuzey Kore rolleri	İngiltere ve Avrupa Birliği arasında boşanma anlaşması Fraught Brexit, 2018 sonbaharında, gerektiğinde meclislerde onaylanacak. Böylece NAFTA'nın Donald Trump'ın korumacı itişinden kurtulabildiğini sinanacak. Belki hepsinden önemlisi Trump'un, Kuzey Kore'nin nükleer gücüne karşı vereceği karar olacak.	Siyasi ve ekonomik blokajlar ve devlet korumacılığını öne alma
Kısaltmaların yürüyüşü: GDPR, MiFID2, COP24, GNH, Remote ID, 5G, AI vd.	Veri konusunda yeni Avrupa kuralları (GDPR) ve finans (MiFID2, PSD) kurallarının yürürlüğe girmesi, Polonya'da iklim değişikliği konferansı (COP24) ve Paris anlaşmasıyla birlikte ilerleme stoklarını oluşturacak. Bu arada Çin Butan, "gayri safi milli mutluluğunu" işletmeye almak için ilginç bir deney başlatacak, kilit teknolojideki gelişmeler ile yeni nesil mobil teknoloji (5G) Kış Olimpiyatları'nda ilk kez sahneye çıkacak, yapay zeka (AI) gittikçe daha fazla alana girecek.	Coğrafyayı ve insanı yeniden tanımlama
Techlash (teknolojik yeniliğe karşı gelişen çokyönlü antipati ve geliştirilen politikaları savunma)	Siyasiler dijital uygulamaları önemserken, teknoloji arayüzleri, Facebook, Google ve Amazon üzerinde dönen ceza, düzenleme ve rekabet kuralları daha sert yorumlanacak. Antitrost dönem gelecek. Şeffaflık konusunda daha geniş bir baskı olacak ve dijital ortam uygulamaları yakından izlenecek ve techlash tercihi görülecek.	Dijital devrim uygulamalarına hız verme
Ligler: Asya ülkeleri zirvesi	Asya ülkeleri 2018 yılında futbolda olmasa da diğer birçok alanda dünya şampiyonu olacak. Çin Butan'ın ekonomik büyüme lig sıralamasında üstte olacak. İtalya UNESCO listesindeki dünya mirası koruma açısından bir numara olmak için Çin ile yarışacak ve Hindistan dünyanın en yüksek heykeli "Vallabhbhai Patel" tamamlamak için çalışacak.	Çin ve Hindistan'ın dünya ekonomisindeki belirleyici rolünü vurgulama
Bebek doğumları	Yeni yıl eğilimleri olarak, dünyanın dört bir yanında doğan bebek sayısındaki düşüş ve demografide yaşlı nüfus artacak. Gelişmiş ülkelerin yaşadığı demografik sorunlar devam edecek.	Aranan demografik yapılanma
Yeni maceralar: Uzay ve deniz araştırmaları	Özel alan girişimleri artacak. SpaceX'in Ay'a turist gönderme planı görüciye çıkacak. Tüketicilerin büyük boy ve spor otomobillere gösterdiği tercih ve yeni araç üretimlerin üstlenmesine yol açacak. Bu arada denizcilik eğilimi, sadece denizin üstünde uçak gemisiyle değil, suyun altına da yönelecek.	Yaratılan yeni araç tipolojisi ve uzay sosyolojisi yapma
Tıp: Yeniçağın ayak sesi	Yeni yıl tıbbi, kök hücre ve DNA tedavileriyle gerçekleştiği yıl olacak. En önemlisi dünyada yeni bir ilaç olarak ilk RNA girişim ilacının onayı alınacak. Gelişmeler aynı zamanda gen terapileri ve gen düzenleme ile de gelecek. Şanslı bir şekilde, çocuk felcini ortadan kaldırılmasıyla birlikte eski bir çağ sona erecek.	Gelecek tıbbi/ilaçları yaratma
Yılın Sözü: Supercalifragilisticexpialidocious [belki, anlamı bozmak adına yapılan anlamsızlık]	Yeni yılda, Emily Blunt'un başrolünü üstlendiği "Mary Poppins Returns" filmi, kadına dair gerekçeli siyaseti önleyecek, ve/fakat kadınların orta zamanda hızla etkisi artacak.	Ana erkil yapı arayışı ve cinsiyet temelli anlayışı dönüştürme

Kaynak: Tablo <https://www.prnnews.com/news-releases/the-world-in-2018-from-the-economist-highlights-key-global-themes-to-watch-for-next-year-300558659.html> dan makale yazarı tarafından değerlendirilmiştir. Değerlemede "gelecek zaman" vurguları korunarak verilmiştir.

Bu durum genel olarak dergi kapaklarını "sadece bir kapak" olmaktan çıkarak, *zihinsel-okuryazarlık* koşulunu sağlamayı gerektirmektedir, yani dergide yer alan yazı başlıkları farklı okumalar yapmak beklenebilir. Böylece kapakta kullanılan resim, yazı veya fotoğraflara bakışı geliştirme, anlamlandırma ve yorumlama dayanağı oluşur.

The Economist dergisi yılbaşı kapağının *ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi* uygulaması ve çözümlemesi şu şekilde yapılabilir: (bu paralelde ülke kurum ve kuruluşların hazırladığı raporlar da izlenebilir. (bkz. Spanish Institute for Strategic Studies, 2018)

- **İkonik [önikonografik betimleme veya doğal: olgusal, ifadesel anlam] çözümleme:** 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağı latince *yazısız resim* [pictus ve gram'dan oluşan *pikdogram*] kelimelerinden türetilmiş yani sözcük, kavram veya yazıdan ziyade imgesel şekilde düzenlenmiştir. Pikdogramlar bir olayı, olguyu ve durumu veya davranışı, düşüncüyü ve duyguyu çeşitli görseller ya da sembolik ipuçları (ikonlar) yoluyla yazısız açıklayan grafiksel unsurlardır. (bkz. Bkz. Ambrose, 2011) Görsellerin

en yalın gösterimi ile bir olay, olgu ve durum veya davranış, düşünce ve duygu tanımlanır ve bağ oluşturulur. Buradan bakıldığında Piktogram'ın görevi de görsellere gömülü belirli bir mesajı iletme, ilişki kurma, algıyı yönlendirme ve anlayışı oluşturmak olarak karşımıza çıkar. (*bu konuda yaratıcı tez için bkz. Bursa, 2019*) Bu itibarla piktogramın salt anlamda bir gösterge olarak sanatın kapsamını aşar. (*bkz. McLuhan, 1999*)

Ayrıca piktogramlarda mesajı aynı görselle ortak algılanma, ve/fakat farklı bir anlayışa erişme veya yöneltme gayreti, görselin canlılığını gösterme açısından düşünülebilir. O halde piktogramlar ikonun, sembolün ve imgenin bizzat kendisi olur ve mesaj anlamın imgesi olarak biçimlenir. Ancak piktogramlar ile sunulan mesaj, konuşma ve yazı dillerinden ayrı bir özelliğe sahiptir. Bu itibarla 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağı ile muhatap olanlar farklı bir algı içinde, ve/fakat ortak anlayış muhatabıdır. Böylece yalın ve düz olarak kurulan piktogram iletişimi esasta gözetilen ortak anlayışı farklı algı yaratma bağlamında sağlamış olur. (*bkz. Mijksenaar, 1997*)

Öte yandan/belki 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağında piktogram ile mevcut bir anlam seti hem kapak ilgisini, hem de içerik ipuçlarının vermeye yönelik oluşu, farklı yorumların ve yapılmasını çeşitli algıların oluşmasını doğallaştırır ve bu algı ve yorumlar mesaj canlılığı ve anlam sürekliliği açısından vurgulanabilir. Ancak burada farklı yorumların abartılı ve aşırı yapılabilir olma durumu da söz konusudur.¹² Bundan kaçınmak da zordur. Yine de 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağında kullanılan resim yazılarının, ikonların, sembollerin, imgelerin veya piktogramların anlambilim (semantics) açısından dikkatle seçildiği söylenebilir.

- **İkonografik [uzlaşmalı: ikincil, yan anlam] çözümleme:** 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağında kullanılan resim yazılar, ikonlar, semboller, imgeler veya piktogramlar doğal ve açıkça “bilinçaltı müdahale” şeklinde düşünülebilir. Derginin menşei ve zihniyet haritaları dikkate alındığında, egemen sermayeye yön verme ve ticari faaliyetleri gerçekleştirme konusunda yapılabilecek olumsuz yorumu da dışlamaz ve dergi kapağının “2018’e dair öngörülere [veya ironik anlatıyı göstermek için kehanetlere]” dair [bilimsel olmayan] kanı(t)lar verdiği düşünülebilir.

Hatta 2018 dergi yılbaşı kapağı ilk bakışta iki yönlü bir çağrışım verebilir: Birincisi kapakta kullanılan piktogramların sembolik yazı “[ölü dilde olsa] *hiyeroglif* öykünerek düzenlenmesi”. Kapağı okunmak için mevcut bir alfabenin olduğunu ve bir dilin öğrenilmesi gerektiğini ifade eder. Yani öğrenilmesi gereken bir dil alfabeti olduğunu imler. Dil alfabeti de bir gizlilik gönderimi içermez, ve/fakat açık ve kolay anlamlandırma yapacağı yönünde bir kapsamı da önermez. İkincisi, internet teknolojisi ile hayatımıza girmiş ve her geçen gün yenilerinin eklendiği *ideografi* veya “emojiler ve sosyal medya çağrışımları”. İdeografi kullanımı, öğrenilmesinden daha basittir. Ancak kullanılan emojiğin ayrı bir dil olduğu ve geleceğin evrensel [özellikle sembolik duygu] dilini yaratmaya dönük potansiyelinin de olduğu düşünülebilir. Ayrıca her kullanılan ideografi önerilerinin onay sorumlusu (unicode consortium) bulunduğu altı çizilmelidir. O halde her iki yönün apaçık geçmişi ve geleceği ifadelendirme gücü yüksek bir düşünce verdiği düşünülebilir. Belki burada iki yöne

¹² Temelde yorumbilim (hermeneutik), felsefi ve eleştirel düşünme [yolu] ile eşleşir. Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, Gadamer, ve/dahi Hirsch, Betti, Ricoeur, Bauman vs. gibi düşünürler temsil eder. Felsefi ve eleştirel düşünme, *sağlamalı yorumlama* demektir. Süreci baltalayan ve hataya yönlüten, önyargılar, safsatılar ve psikolojik kaynaklı olumsuzlukları etkisizleştirmek ise, yorumbilimin temel görevi olarak karşımıza çıkar. Yorumbilim için *bkz. Bauman, 2017; Arslan, 2002a; Arslan, 2002b; Polmer, 2008; Özlem, 1998.*

üçüncü bir yön daha eklemek mümkündür. Özellikle bu yön görünüşte *ezoterik*, mistik tarafı anlamlandırma ve açıklama dayanağı olma açısından vurgulanabilir: Derginin 2018 yılbaşı kapağında bulunan görselleri veya ikonları, sembolleri ve imgeleri “bir matrissel yapı olarak ortaya koyma”. İkonlar, semboller ve imgeler birbiri ile ilgili, birlikte okunması gereken ve birbirini takip eden matris şeklinde verilmektedir. 7X9 bu matriste toplam 49 tane ikon kullanımı dikkati çeker.¹³ Her biri birbirinden farklı ve aynı renkte blok ikonlar halindedir. Matris yaklaşımına göre, bir bütün olarak her bir hücre, en yakın hücreye evrilecek şekilde kurulur ve bu kurulum ilişkilendirilmeye uygundur. İlişki dikey, yatay ve çapraz şeklinde kurulabilir. Bu bağlamda 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağı yorumlarının, açık olanı kapatmaya ve esrarlı hale dönüştürmeye (mystification-mistifikasyon) dair ezoterik ve mistik bir alan yarattığı söylenebilir. Bu yönün, diğer yönlerin açık tarafını gizleme ve mistik veya ispatlanamaz ve/hatta aldatmaya ilişkin yapıldığı düşünülebilir.

- **İkonolojik [yorum ve içsel-asıl anlam] çözümleme:** 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağı apaçık yorum yapmaya dair bir içerik barındırır. İçerik, “asıl anlam” çevresini niteler. Sözü gelişi bir sanat eseri bir ulusun, bir dönemin, bir sınıfın, bir inancın veya bir felsefi anlayışın, bir sanatçının kişiliği tarafından nitelenmiş durumunu yansıtır. Ancak bu nitelendirme hem sanatçının hem de sanat ürününün beğeni yerine daha ileride bir düşünceye taşındığında gerçek bir bütünlük kazanır. O halde eserin, insanın diğer etkinlikleriyle uyum içinde bir ilişkiye sokulması mümkün olur. Gerçekleştirilen bu etkinlik “ikonolojik yorum”dur (Cömert, 2010). 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağının ikonlar, semboller ve imgeler ile yapılandırılması, bir taraftan çözümlenmeye diğer taraftan birleştirilmeye yönelik yoruma ihtiyaç yaratır. Bu nedenle sanat tarihçisi, yazar ve çeviribilimci profesör Bedrettin Cömert’in (1940-1978) ifadesi ile ikonolojide yapılan yorum bir “birleştirme yöntemi” olur. Doğru bir ikonolojik yorum, doğru ikonolojik çözümleme ile gerçekleşir (Cömert, 2010: 18).

Öte yandan 2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağının sanatsal olarak “kurumsal sanatçılık” noktasında tek boyutlu bakış açısı (kübizm-temsile dayalı sanat) kadar, koyu-açık renklerin, tonlamaların ve açık-kapalı formların verildiği (fovizm-saf renk kullanıma dayalı sanat), abartılı renk ve biçimlerde, çoğunlukla renkler arasında uyuma bağlı (orfizm) öznel deneyim, düşünce ve inançların [genel olarak ekspresyonist] kışkırtıcı ve çatışmacı yönü özlediği izlenmektedir. Ancak *surrealist sanat anlayışını* da andıran dergi yılbaşı kapağının iç mantığı, gelecekçi ve/ziyadesiyle içe yönelik anlam (ezoterik-esoteric, inward meaning) çağrışımlarıyla ilgisini dinamik tuttuğu söylenebilir.

Ayrıca 2018 dergi yılbaşı kapağı tasarımının yorum genişliği yaratan görseller ve geçmişe ilişkin bilgilerle zenginleşen verilmesi, sembolik okumalara kapı açtığı söylenebilir. (bkz. Hall, 2009) Dolayısıyla, kapakta birçok ikonik ve sembolik öğe birlikte harmanlanarak, fanteziye ve fanatizme varacak şekilde kullanılması, kendine özgü bir anlatım ve ifade tarzı yaratmaya dönük izlenmektedir. Bu anlamda dergi kapağını sanat ürünü olarak konumlandırma, kullanılan görsellerin dili ve teknik ifadesi ile bir üslup yarattığına dair güçlü bir anlam sunulduğu düşünülebilir.

¹³ Belki bu noktada sembolizm ve nümerolijiyeye dair açıklamalar ilgi çekebilir. Çünkü sembollerin ve rakamların tek yönlü açıklanmayacağı iddia edilir. Ancak sözcüğe düşmemek için, *kültürel antropoloji* açısından bazı bilimsel çalışmalar izlenebilir. Bu yönde sosyal antropolog ve Türkolog profesör Amnemie Schimmel’in kitabı için bkz. Schimmel, 1993; ayrıca bkz. Eliade, 1991.

3.3. Artırılmış Çözümleme: 2018 Öncesi-Sonrası Dergi Yılbaşı Kapakları ve Stratejibilim İzleği

Artırılmış çözümleme (augmented analytics) çözümlemeyi daha derinleştirme, içgörülere erişme ve stratejik konulara odaklanma olanağı veren [teknolojik tabanlı] karşılaştırmalı, “ileri veri analitiği” uygulamasıdır.¹⁴ Bu analitiğe bağlı dergi yılbaşı kapaklarının *stratejibilim izleğinin* rahatlıkla izlenebileceği ve dayanak oluşturacağı söylenebilir.

3.3.1. 2018 Yılı Öncesi ve Sonrası Dergi Yılbaşı Kapakları

Bu aşamada hem fikritakip ve ifadeleri geliştirme, hem de stratejibilim için bulgularını yeniden çözümleme ve izleği görme noktasında 2018 yılı öncesi ve sonrası dergi yılbaşı kapaklarının artırılmış çözümlemesi şöyle yapılabilir: (bkz. Ek 2. 2017 ve 2019 Dergi Kapak Temaları Açıklaması)

Fotoğraf 1: 2017, 2018 ve 2019 Yılı The Economist Dergisi Yılbaşı Kapakları



2018 öncesi-sonrası dergi yılbaşı kapak yorumlarında ziyadesiyle yaşanan kriz belirtilerine ve ağırlıklarına göre din, siyaset, ekonomi ve teknoloji gibi kapsamlar üzerinden, sosyo-ekonomik, eko-ideolojik, tekno-siyasi, teo-kültürel veya topyekûn *gelecekbilim* ulamdüzeylerini izlemek mümkün. O halde dergi yılbaşı kapaklarına ve yapılan yorumlara bağlı benzer ve ortak temalar kodlanarak şu ulamdüzeyler karşımıza çıkar:¹⁵

- Ulamdüzey 1: Yaşanan ekonomik değişimin toplum/lar üzerinde çok yönlü etkilerine dönük *sosyo-ekonomik*.
- Ulamdüzey 2: Bio-çevre ve geo-evren ilişkilerine ve etkilerine dönük *eko-ideolojik*.
- Ulamdüzey 3: Teknoloji tabanında dünya siyasasının kontrol edilmesine ve düzenlemesine dönük *tekno-siyasi*.
- Ulamdüzey 4: Yaşamı ve hayatı şekillendiren inanç ve değer sistemlerine dönük *teo-kültürel*.

¹⁴ Temel olarak *artırılmış çözümleme* atlanmış ve gizlenen verilerin yapay zekâ destekli çözülmesini içeren bir kavramdır. Bu makalede artırılmış çözümleme ile teknoloji tabanı paranteze alınarak, açık verilerin karşılaştırmalı açıklanmasını yapmak hedeflenmektedir. *Karşılaştırmalı açıklamalar*, “durumsal mantık”ta benzer yönlere dikkat çekme ve öncesi-sonrası için rahat yorum ve kolay açıklama yapma konusunda bir çerçeve verir. ayrıca bkz. LaPlante, 2019; Vaughan, 2020.

¹⁵ Burada her ulamdüzey sabit gözükabilir, ve/fakat kendi içinde değişkendir, katmanlaşabilir. Bu nedenle dergi kapak yorumları çoğu kez aşırıya dönük ve spekülasyon yapmaya müsait bir görünüm arz eder. Belki, bu sayede yapılmasını istenen tartışma ve manipülasyon amacına erişmiş olur.

Buna göre karşılaştırmalı dergi yılbaşı kapak yorumları tematik olarak şu şekilde (bkz. tablo 4) verilebilir:

Tablo 4: 2017, 2018 ve 2019 Yılı yılbaşı kapağı ve Ulamdüzey olarak Karşılaştırmalı Yorumu

Ulamdüzey	2017 Yılbaşı Kapağı	2018 Yılı Yılbaşı Kapağı	2019 Yılı Yılbaşı Kapağı
Sosyo-ekonomik (SOS)	SOS 1–Trump etkisi: Adalet tarot kartında, siyasi, dini ve ekonomik savaşların zor da olsa kapitalizm üzerinden ifade etme. SOS 2-Küresel yönetim mücadelesi: Kader çarkı tarot kartında, Kıta Avrupası (Almanya, Hollanda, Fransa) veya AB geleceğini belirleyen seçimler, yönlendiren düşünce ve ataerkil yönetime dönüşüm.	SOS 1-Kadın rolü: İngiltere’de kadının oy hakkı yüzüncü yıldönümü ile eşleşen “Mary Poppins Dönüyor” filmi veya Ana erkil yapı arayışı. SOS 2-Dünya demografisi: Gelişmiş ülkeler için yeni doğanların azalması, yaşlı nüfusun artması veya aranan demografik yapılanma. SOS 3-Ekonomik sıçramalar: Çin ve Hindistan özelinde Asya ülke ekonomilerinin yükselişi veya Çin ve Hindistan’ın dünya ekonomisindeki belirleyici rolü. SOS 4-Amerika-Avrupa arasındaki rekabet: Trump ve Macron arasında çatışmaların evrimi veya farklı dünya görüşleri, yeni küresel algı. SOS 5-Dünya seçimleri: Brezilya ve Meksika ile İtalya’daki seçimler. Hem AB’nin geleceği, hem Amerika kıtası ülkelerinin Trump ile ilişkileri evrimi veya yenilenmiş siyasi talepler, vizyon tercihleri. SOS 6-Spor organizasyonları: Güney Kore Kış Olimpiyatları ve Rusya Dünya Kupası. Her iki ülkenin jeo-politik bağlamını değerlendirme veya yarışma imajları ve spor ile yaşanan politik rekabet. SOS 7-Ülke yönetim düzenleri: Suudi Arabistan, Japon, Venezuela ve Küba ülke yönetimleri ve konjektürel ilişkilerin evrimi, ve/dahi lider pozisyonlarını sinama veya yeni liderlik içerikleri. SOS 8-Küresel ekonomi: Dünya finansal krizleri sinama veya Ekonomide resesyona karşı alternatif dünya ekonomisi düşüncesi. SOS 9-AB geleceği: İngiltere’nin birlikten çekilmesi ve Trump ile yaşanan Amerika ekonomisi, ilişkileri veya eko-politik blokajlar ve devlet korumacılığı.	SOS 1-Küresel yönetim mücadelesi: Trump ve Putin yüzleri ve dünya enerji sektörü [boru hatları] üzerinden yaratılan krizlere ve [burnu uzamış pinokyo ile] illuziyona bağlı küresel yönetim düşüncesi. Bu arada panda ikonunda verilen sevimsiz ve öfkeli yüz, Çin’in küresel yüzü. SOS 2-İngiltere: İngiltere bayraklı köpek, AB çıkarak, Amerika ile birlikte hareket etmesi. SOS 3-Seçim Sandıkları: Güney Afrika ve Fransa’ya dair iki seçimi belirleyici politik ölçüt “ideolojik ve ırkçı söylemeler” vurgusu. SOS 4-Küresel adaletsizlik: Adaletin gücünü elinde tutan ve ekonomileri yönlendiren eğlence, spor, ileri teknoloji sektörler aracılığıyla bozulan bütün için, yaratılan sanal denge ve yasa uygulama önerileri.
Eko-ideolojik (EKO)	EKO 1-Eko-sistem ve iklim: Ölüm tarot kartında, geleceğe dair insanın düdüden gelen katastrofik eylemlerine karşı doğa endişelerini giderecek teo-stratejik umut.	EKO 1-Ekosistem ve iklim değişikliği: Kötümser öngörüler için birlikte hareket, Polonya’da iklim değişikliği konulu konferans (COP24) ve Paris anlaşmasının geleceği veya Coğrafya ve insanı yeniden tanımlama.	EKO 1-Yaşam felsefesi: Maddi-fiziki dünyayı önceleyen, “tek tip yaşam tarzı” düşüncesi ve kusursuz “Vitruvius Adamı” kusurlu hale getirmeye dair DNA çalışmaları ve seküler ruhun yeniden üretimi. EKO 2-Vulkanoloji: Dünya üzerinde volkanların tektonik hareketleri ile doğa ve iklim olayları bağlantılı izleme. EKO 3-Nesli tehdit altında olan hayvanlar Pangolin ve Panda: Beslenme, habitat vurgularına bağlı, doğanın/ekosistemin regülatörü ve ekosistemin barometreleri olarak izleme.
Tekno-siyasi (TEKNO)	TEKNO 1-Dijital ve bilimsel gelişmeler: Büyüücü tarot kartında, öğeleri [metaverse, 3D] ve sonuçları (ölümsüz olma, tanınma) ile yaşanan yeni endüstri devrimi. TEKNO 2-Gelecek sektörü: Yıldızlar tarot kartında, Hollywood yıldızları ile vurgulanan magazinden gerçeğe, Uzaybilimi.	TEKNO 1-Kilit teknoloji olarak yapay zeka: Dünya çapında yapılan organizasyonlar sözcümlü Olimpiyat Kış Oyunları’nda yeni nesil mobil teknoloji (5G) kullanımı veya insanı yeniden tanımlama TEKNO 2-Sosyal Medya düzenlemeleri: Dünya çapında sosyal medya kullanımının kullanımı ve buna dair sözcümlü Facebook, Google ve Amazon gibi kapsamlara dair antitröst uygulamalar. TEKNO 3-Dijital veri koruma ve finans: Veri koruma konusunda yeni Avrupa kuralları (GDPR) ve finans (MiFID2, PSD) veya dijital devrim uygulamalarına hız verme. TEKNO 4-Gelecek sektörleri: Uzun seyahatlere yönelik girişimler ve otomotiv, deniz taşıtları sektörü veya yaratılan yeni araç tipolojisi ve uzay sosyolojisi. TEKNO 5-Tıp ve Sağlık teknolojisi: DNA çözümleme, düzenleme, gelişen ilaç sektörü ve gen terapisi, ve/fakat yaşama dair aratan endişeler veya gelecek tıbbın/ilaçları yaratma.	TEKNO 1-Yeni insan üretim teknolojisi: Leylek ile gelen bebek üretme teknolojisi ve doğu üzerinden ticareti, ve/fakat ebeveynleri olmayan bir yaklaşım önerisi. TEKNO 2-Gelecek sektörleri: Sanal artırılmış gerçeklik (VR) ile oluşan hakikat kaybını “Vitruvius Adamı” üzerinden açıklama. Ayrıca Vinci’nin uçan makinesi ve ile yeni yaşam olanakları ve pragmatik hedefler için aya seyahat savaşları ve uzay teknolojisi ile dünya genelinde elektrikli arabaların yaygınlaşması ve doğunun bunu baskılaması. TEKNO 3-Yüz tanıma teknolojisi: Gittikçe artan dijital gelişme karşısında, mükemmel teknoloji vurguları.
Teo-kültürel (TEO)	TEO 1-İki kutupluluğa dönüş: Kule tarot kartında Din [haç ikonu] ve politikanın [Rusya bayrağı ve orak-çekiç] belirleyiciliğinde teo-politik düzlem. TEO 2-Kültür betimlemeleri: Dünya tarot kartında, kültürel ikonlar [sanat, edebiyat ve eğlence manivelası] ile verilen benzerlik ve yaratıcı metafizik [kutsal, dini vs.] ilişki boyutu. TEO 3-Sosyo-politik ve teo-ekonomik izlek: Keşiş tarot kartında, sosyo-politik gelişmeler ile yaşanan kaosta birlik, yapı ve kurumlara dair bir kurtarıcı özlemi.		TEO 1-Yeni aktörler ve dünya teo-politikası: Gandhi [fil ikonunda filin dişleri yükseliş grafiği gibi verme] ile Hindistan, yeni din inşası ile metafizik şair Walt Whitman [deneyüstü, tanrıyı insanla birleştiren] ve Angelina Jolie [göçmeleri dikkat çeken] ile yeni değerler eğitimi. TEO 2-Sosyo-politik ve teo-ekonomik izlek: Hıristiyan teoloji anlatısı “Mahşerin Dört Atlısı” ile “kıyamet felaketlerini getiren haberciler”. Felaketler, kan, savaş, salgın ve ölüm ile gelen teolojik “Argemedon (Armageddon-Kıyamet savaşı)” ile Mesih beklentisi.

Açıklama: “Tablo 3: 2018 Dergisi Yılbaşı Kapağı ile ilgili 12 Tema Açıklaması” ve Ek 2. “2017 ve 2019 Dergi Yılbaşı Kapak Temaları Açıklamaları”na bağlı makale yazarı tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4’de karşılaştırmalı yılbaşı kapak yorumları stratejibilime dair dil, tema ve *anlamyorum* (hermönötik-hermeneutics) açısından yedi ölçüt üzerinden yürütmek mümkündür: ¹⁶

- Stratejibilimi somut bütünlükler ile ele alma, soyutlama yoluyla bütünlükleri tanımlama ve sorun, konu ve amaç veya olay, olgu ve durum bilgisini soyutlama ve yeniden somutlanmayla oluşan döngüsel süreci izleme [bütünsellik].
- Stratejibilimi çokyanlılıklar ile ele alma, bütünü çepçevre kavranma ve sorunu, konuyu ve amacı veya olayı, olguyu ve durumu çok yanlı tanıtlama [çokyanlılık].
- Stratejibilimi bağımlılık ile ele alma, her sorun, konu ve amacı, başkaca birçok sorun, konu ve amaca veya olay, olgu ve durum ile ilişkisini görme ve sorun, konu ve amacı veya olay, olgu ve durumu bağlı inceleyerek “tam açıklama” olanağı yaratma [bağımlılık].
- Stratejibilimi devinimsellik ile ele alma, geçmiş, güncel ve gelecek ilişkisini niteleme ve sorun, konu ve amaç veya olay, olgu ve durumun ötesi-berisini izleme ve bağlam oluşturma [devinimsellik].
- Stratejibilimi çelişkenlik ile alma sorunu, konuyu ve amacı veya olay, olgu ve durum ile yaşanan çelişkileri tanıtlama ve çelişkilerin nelerle neden ve nasıl etkileşerek, hangi yöne doğru evrilebileceğini izleme [çelişkenlik].
- Stratejibilimi değişkenlik ile ele alam evrimi anlama, kimi açık kimi kapalı sorunu, konuyu ve amacı veya olayı, olguyu ve durumu sürekli içeriklendirme ve/böylece değişkenliği zorunlu sonuç olarak ortaya koyma [değişkenlik].
- Stratejibilimi gelişkinlik ile ele alma devinim ve değişmenin zorunlu sonucu olarak sorunu, konuyu ve amacı veya olayı, olguyu ve durumu basitten karmaşığa, alttan üste ya da aşağıdan yukarıya oluşan düşük-yüksek düzeyli ilişkileri görme [gelişkinlik].

Ölçüt tanımlarına göre, The Economist Dergisi’nin 2018 yılbaşı dergi kapağı temel alındığında, 2017 ve 2019 dergi yılbaşı kapakları ile karşılaştırmalı-ağırlıklı çözümlenmesi şu şekilde yapılabilir:

Tablo 6: Dergi Yılbaşı Kapaklarının 7 ölçüt üzerinden Karşılaştırılmalı Çözümleme

İlişki yapısı/ Özellikler	2017 Dergisi	2019 Dergisi	Değerlendirme
Bütünsellik	Güçlü	Zayıf	Dergi yılbaşı kapakları yüksek düzeyli soyutlama için somuta göndermeler yaparak vurgulanmıştır. Özellikle 2019 dergi yılbaşı kapağı bütünselliği zayıf izlenmiştir.
Çokyanlılık	Güçlü	Güçlü	Dergi yılbaşı kapakları çok anlamlı tanıtlamaya sahip ikonlardan yararlanma yönü güçlü şekilde vurgulanmıştır. Karşılaştırılan her iki yılın dergi yılbaşı kapağında güçlü şekilde izlenmiştir.
Bağımlılık	Güçlü	Zayıf	Dergi yılbaşı kapakların tam açıklaması için, her şeye bağlama bir fırsat verir şekilde, ve/fakat tam açıklamayı eksiltmeye dönük vurgulanmıştır. Özellikle 2019 dergi yılbaşı kapağında bu durum zayıf olarak izlenmiştir.
Devinimsellik	Güçlü	Güçlü	Dergi yılbaşı kapakları önü ve arkası arasını izleme konusunda çok güçlü bir devinimsellik vurgulanmıştır. Karşılaştırılan her iki yılın dergi yılbaşı kapağında güçlü şekilde izlenmiştir.
Çelişkenlik	Güçlü	Güçlü	Dergi yılbaşı kapakları yorumu güçlendirmeye dair çelişkileri alabildiğince kullanımı, dağınık bir yoğunlaşma ile vurgulanmıştır. Karşılaştırılan her iki yılın dergi yılbaşı kapağında oldukça güçlü şekilde izlenmiştir.
Değişkenlik	Güçlü	Güçlü	Dergi yılbaşı kapaklarında kullanılan ikonlar, benzer temaları çağrıştıran bir nitelikte vurgulanmıştır. Karşılaştırılan her iki yılın dergi yılbaşı kapağında güçlü şekilde izlenmiştir.
Gelişkinlik	Güçlü	Güçlü	Dergi yılbaşı kapakları basit, yalın ikon ve ifadeler ile her yönlü güçlü bir gelişkinlik içinde vurgulanmıştır. Karşılaştırılan her iki yılın dergi yılbaşı kapağında güçlü şekilde izlenmiştir.

Açıklama: Güçlü-zayıf değerlendirme, Ek 2. “2017 ve 2019 Dergi Yılbaşı Kapak Temaları Açıklamaları”na bağlı makale yazarı yapmış ve tanımlanmıştır.

Ek 2’de “2017 ve 2019 Dergi Yılbaşı Kapak Temaları Açıklamaları” ile verilen ve Tablo: 2017, 2018 ve 2019 Yılı yılbaşı kapağı ve ulamdüzey olarak *karşılaştırmalı yorumu*, bir şekilde The

¹⁶ Bu ölçütler, stratejibilim birikimine bağlı makale yazarı tarafından sistematize edilmiş, önerilmiş ve izlenmiştir.

Economist Dergisi'nin *gündem oluşturma* amacını sağladığı ve tutarlı bir dergi kapak tasarımı ile gözetilen görevin desteklendiği görülmüştür. (bkz. Terkan, 2005) En azından görünüşte benzer tartışmalar yapma kapsamı yarattığı, kaynak oluşturduğu, örtülü mesajlar verdiği ve belli bir tartışma düzeyini işlek tutma hedefini gerçekleştirdiği söylenebilir. Daha somut olarak 2018 yılına ait dergi kapağının gündem oluşturma yönü, değerlendirmeler ve verilen argümanlara bağlı 2019 yılı olaylar izlendiğinde benzer ulamdüzeyde üzerinden yapıldığı ifade edilebilir.

Ayrıca karşılaştırma düzeyinde, 2017 ve 2019 yılı dergi yılbaşı kapaklarına dair kullanılan sembollere yapılan yorumların, anlamlarına dair uzlaşma yaratıp yaratmadığı izlendiğinde, güçlü bir vurgu olduğu görülmüştür. Bu vurgu iki şekilde yorumlanabilir: Birinci olarak insan zihninde dergi yılbaşı kapaklarında kullanılan görsellerin aynı şekilde [anlamsal ve ikonolojik uzlaşma yarattığı] değerlendirilmesi ve sonucun görülmesi. İkinci olarak dergi yılbaşı kapaklarında güçlü vurgular yapmaya dair koşulların manipülasyona çok açık olması. Kuvvetle muhtemel ikinci yorum, [magaziner] dergi/cilik mantığına daha uygun gözükmektedir. Yani, dergi sahipleri ve kapak sanatçıları tasarımlarında, yakalanan doğal [somut] temsiller ile her kesimden insan zihninde dergi kapaklarına dair muhtemel uzlaşmalı yorumlar yapma olanağı yaratmaya dönük, güçlü ve profesyonel bir hareket gözetmekte ve bu durum dergiyi ilgi odağı haline getirmektedir.

Ancak şu da vurgulanabilir: Dergi yılbaşı kapaklarında kullanılan görsellere [ikonlar, semboller, imgeler vs.] ve yazılara bağlı yapılan yorumlar, ağırlıklı olarak mitik, mistik ve metafizik sürücüler olarak tasarlanması, insan "anlayışını ve bilişini şaşırtma (mistifikasyon-mystification)" ve "enkötücül (katastrofik-catastrophic)" olanı düşünceye çağırmaktadır. Böylece değerlerin, anlamların, fikirlerin vs. yeniden içeriklendirme için içinin boşaltılmasına yönelik düşünceleri işlek tutulmakta ve tartışmaların odaklarının görülmesini engel olmaktadır.¹⁷ Bu itibarla/belki derginin yapılan tartışmalarla "bilgiye ilgi kapasitesi" ekleme motivasyonu sağlama amacı gerçekleşmiş olduğu söylenebilir.

Tüm söylenenler toparlandığında The Economist Dergisi yılbaşı kapaklarının stratejik bir kaynak oluşturma potansiyeli taşıdığı, değerlendirme olanağı yarattığı ve yapılan fazla/zorlamalı yorumlar ile potansiyeli güçlendirildiği vurgulanabilir. Hatta bu değerlendirmelerin internet olanakları ile *toplumsal psikolojiyi* kullanışlı hale getirmek, olmayacakları olacak şekilde vererek güçlü illizyonlara ve manipülasyonlara neden olabilir ve/dahi illizyonlar ve manipülasyonlar katmerli olarak [zihin kontrolü olarak] uygulanabilir görülmektedir.¹⁸ (bkz. Özkaya, 2013; Brown, 2012; ayrıca bkz. Gezgin, 2021)

3.3.2. The Economist Dergisi Yılbaşı Kapağının Stratejibilim İzleği

The Economist Dergisi yılbaşı kapak çözümlemesinde dergi kimlik bilgileri, önerdiği değerler bütünü, ilişki örgüsü, görsel malzeme, kurgu ve anlam yüklerinin nasıllığı sunulan kapağın organik [biçimsel-anlamsal] bütünlüğünü anlamak ve kavramak için önceliklidir. Böylece söz konusu çözümleme ölçütleri ile daha farklı dergi kapaklarının stratejibilim kapsamında çözümleme olanağı teklif edilebilir.

¹⁷ Bu yönde Fransız filozof Jean Baudrillard'ın (1929-2007) tabiriyle "kötülüğün şeffaflığı" kavramı tanımlamak için gösterilebilir. Baudrillard artık kötülüğün giz için değil, iyiliğin üretimi için aşikâre edildiği bir dönemde kötülüğün yeniden üretimine önyak olan düşünceyi seslendirir. Böyle olunca, kötünün iyiyi üretme durumu [diyalektiği] olacağını düşünür. bkz. Baudrillard, 1993; ayrıca bkz. Baudrillard, 2005.

¹⁸ Burada söylenenler sözdebilimi (pseudoscience) açık edilebilir. Ancak makalede salt ve mutlak dergi yılbaşı kapaklarının sözdebilim yönünü tartışmaktan ziyade, kapağı neden ve nasıl yapıldığına yönelik düşünme ve bilimsel inceleme konusu yapma daha makul bir yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Sözdebilim için bkz. Batuhan, 1996; Miandji, 2019.

Makalede incelemeye konu edilen 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağı, dergi tarafından “sipariş ve uzlaşma yaratmaya dönük anlatım” özelliği yüksek bir niteliğe sahip olma amacına eriştiği söylenebilir. Ancak kapakta kişisel/kurumsal yaklaşım öğelerinin gizli etkileri olduğu abartısı da görülebilir. Doğal olarak kapağın biricikliğini sağlama konusunda kişisel/kurumsal dokunuşlar uzlaşmalı anlamlandırma olanağı yaratmaya dönük düşünülebilir. Kapak materyallerine yüklenen anlamlar, kullanılan ikonlar, semboller ve imgeler sanatçının *yeni anlam arayışı ve alternatifler sunma kapasitesi* olarak “sanatta yaratıcılık” ve dergiyi var etme koşulları açısından altı çizilebilir. Doğal olarak bu durumun dergi yılbaşı kapağını izleyen ve inceleyen kişilerde anlam-değer tartışmasını şiddetlendiği ve yorumsama yeteneğini artırdığı söylenebilir. Ancak bu yorumlara maruz kalanlarda ve/veya tabi olanlarda kafa karışıklığı yarattığı da düşünülebilir.

2018 The Economist Dergisi yılbaşı kapağı stratejibilim kapsamında *konjonktürel yönetim*¹⁹ ısrarı korunmakta ve biçimlendirilmektedir. Ayrıca dergi kapağı sadece/genel izleyen ve inceleyen kişileri bilgi vermek ve eğitmek için değil, aynı zamanda yönlendirmek ve/hatta şekillendirmek amacıyla, dahası şiparişlenmiş ortak akıllı, üst akıl yaratmaya dönük maniplatif bir tasarım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tasarım zorlamalı sofistike sosyolojik uygulama *toplum mühendisliği*²⁰ veya öteki üzerinden varlığı gösterme, inşa etme ve şekillendirme kapsamında açıklanabilir: Dergi menşei, ülke anlayışı, zihniyet kökleri, zihin haritaları ve sanatçı tercihi, özgül doğrusunu dikte etme, öngörme ya da kehaneti dünyaya çağırma, yansıtma ve yayma açısından etkinleştirilir. Bu şekilde dergi egemen anlayışın sürekliliği ve sürdürülebilirliği için görevini layıkıyla yerine getirdiği düşünülebilir. Ancak her halde dergi kapaklarının [yapılan yorum bolluğuna bağlı] dünya konjonktürünü yansıtma ve gerçekleştirme konusuna tam ve/dahi yeterli bilgileri muhafaza ettiği söylenemez. Çünkü derginin gelecekbilim temsil gücü, sanatçısı tarafından yapılmış olsa da onu ve/hatta derginin kendini de aşan bir algıya hizmet etmek durumu vardır. Muhtemelen dergiyi ve dergi kapak sanatçısını aşanın eksik bilgi içerimi de kaçınılmaz durmaktadır. Bu nedenle yapılan yorumlar ve yüklenen anlamlar ile gelişen tartışma, *algı oluşturma ve yönetme* çerçevesinde sanatçının başarısı olarak ele alınabilir. (bkz. Merleau-Ponty, 2012; ayrıca bkz. Gültekin, 2020) Bu durum hem ironik olarak açık bilginin örtülü çözümlenmesine, hem de romantik olarak algıların değiştirilmesine ilişkin düşünülebilir. O halde dergi yılbaşı kapakları genel bir bilgi vermenin ötesinde stratejik alana taşmaktadır. Bu durumda belirsizlik, bulanıklık ve karmaşıklık veya *eksiltmiş bilgi* içinde genel ifadelerle koşulan bir *komple üretim* gücü verir ve geleceğe yönelik blokajları da artırır. Diğer bir deyişle *biliş düzenleme yeterliliği sınaması* ve elverişli yeni gerçeklik üretimi denemeleri gerçekleştirilmiş olur. O halde, her deneme gerçeklerden uzaklaşma ve yeni bir gerçeklik [komple] provası olarak karşımıza çıkar.

Bu açıdan 2018 dergi yılbaşı kapağı, konjonktür, algı ve komple teorileri ile sarmalanmış stratejibilim kapsamının mayınlı tarafını açığa çıkarmaktadır. O halde konjonktür, algı ve komple

¹⁹ Konjonktürel yönetim gelecekteki gelişmelerle ilgili güçlü kestirimleri yapma ve bütünü etkileme olanağı olarak yazarca vurgulanmıştır.

²⁰ Sosyolojik ve politik bilim yazınında “toplum mühendisliği” hakkında farklı görüşler, kuramsal denemeler ve uygulamalar izlenebilir. Sözgelimi sağduyunun filozofu İngiliz akademisyen Sir ünvanlı Karl Raimund Popper (1902-1994) “toplum mühendisliği”ni, toplumu dönüştürmeye dair yararlı ve tedrici/evrimci bir bakış olarak zikreder ya da Alman kuramcı ve sosyolog Ferdinand Tönnies’e (1855-1936) göre toplum mühendisliği, daha fazla özgürlük, refah ve mutluluk ve daha iyiye doğru akıllı tercih olabilir. Ancak bu makalede toplum mühendisliği Popper ve Tönnies yaklaşımlarıyla değil, 1894 yılında Hollandalı Sanayici Jacob Cornelis (Jacques) van Marken (1845-1906) tarafından verilen anlamda, topluma doğrudan müdahale olarak yıkıcı [negatif] değerlendirme şeklinde ele alınmıştır. bkz. Popper, 1989; Tönnies, 1905: 569-688; Tolman, 1909.

teorileri stratejibilim açısından ilgi çekici ve yüksek düzeyli yaratıcı düşünce işi olarak görülebilir.²¹ Yine de bu noktada dergi yılbaşı kapağını anlamak, okumak, değerlendirmek veya vargıda bulunmak için, holistik, diyalektik ve eleştirel mekanizmaların açık olması şarttır.

Özellikle eleştirel bakış, 2018 dergi yılbaşı kapağın doğru ve/veya yanlış olmayan yönlerini tanıma, gerçekçi değerlendirmeler yapma, tanıtma ya da açıklama yönü geliştirilecek diğer bakışlara yardımcı olur. O halde 2018 dergi kapağı yapısının ve içeriğın var oluşsal değerlerini bulup ortaya çıkarmak mümkün olur. Yani 2018 dergi yılbaşı kapağını değerlendirmek, açıklamak ve yorumlamak kısaca keşfetmek ve en doğru vargıya erişmek adına, izleyen ve inceleyen arasında doğru ilişkilendirmeyi yapma ve sağlama olanağı oluşur.

Son olarak dergi yılbaşı kapağının incelenmesi, değerlendirilmesi ve yorumlanması için kullanılan holistik, diyalektik ve eleştirel parçalanmaz bakışın etkisi dört yönlü artırılabilir: (bkz. Şentürk, 2012) Birincisi dış dünyaya ve topluma dönük bakış, ikincisi kapağa yapan sanatçıya dönük bakış, üçüncüsü izleyiciye ve inceleyene dönük bakış ve son olarak kapağı kendisine dönük bakıştır. Neticede parçalanmaz bakış, hem bilimsel ve entelektüel, hem de stratejik ve gelecekçi bir bilgi bölüğüne yönelik geliştirilmiş ve/böylece kapağı çok yönlü değerlendirme olanakları zorlanmış olur. Bu şekilde şimdi ile geçmiş-gelecek arasında ilişkinin doğru şekilde kurulması, zorlamanın haklılığını sağlamaya dönük gerekece oluşturabilir.

Sonuç

Stratejibilim kapsamında 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağının bilgi kaynağı ve izleği olduğu varsayımına bağlı yapılan çözümleme kararı ifade etmek için, başlangıçta şu saptamayı netleştirmek gerekir: The Economist dergisi profesyonellik gereklerini üst düzeyde sağladığı ve etkili uygulamalar yaptığı ve/hatta eleştirel teori, psikanaliz, varoluşçuluk vs. entelektüel gelenekleri birleştirerek değiştiren bağdaşmacı (senkretik-syncretic) *neo-marksist bakış açısını* yürüttüğü izlenmektedir. Çokça etki odaklı metayı ideale, nesneyi fikre veya somutu soyuta dönüşümü vurgulamaktadır. Böylece dergi farklı entelektüel geleneklere seslenerek, birbirine zıt olan düşünce, inanç ve öğretileri birleştirme, kaynaştırma, kıyaslama ve dönüştürme ile yorum sürerliliğini gerçekleştirmektedir. (bkz. Adorno, 2007)

Ne var ki, 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağında yer verilen ikonlara, sembollere ve imgelere dair iddialı üst düzey risk alan “yorum” içerimi sunduğu pek söylenemez. Diğer bir deyişle 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapağında görünenlerden hareketle, bilinmesi gerekenleri “tam ve bütünsel açıklamaya dair yaklaşım esası” sağlandığı söylenemez. Belki yalınkat ifadeyle 2018 The Economist dergisi yılbaşı kapakları eğlenceli magaziner yorum yapma fırsatı yarattığı söylenebilir. Dolayısıyla [bilimsel yaklaşım esası korunarak] genel itibarıyla The Economist dergisi yılbaşı dergi kapaklarını yorumlamak için *üst düzey analist*

²¹ Komplolar (conspiracy), yüksek bilgi ve beceri gerektirir. Yani geçmişten günümüze olayların, belli olgular ve durumlar ile görünürlüğünü farklı bağlantılar şeklinde ele alan komplolar ve bunu dünya çapında tartışma konusu yapan komplomistler (conspirateurs) sıradan değildir. Stratejibilim açısından komplo uygulamaları iki yönlü bakılabilir: Birincisi “Foucault’un Sarkacı (Foucault’s Pendulum)” ile Umberto Eco veya “Da Vinci Şifresi (The Da Vinci Code)” ile Dan Brown gibi edebi kişilerin eserlerine [gizli cemiyetler, uzaylılar, ezoterik inançlar vs. üzerinden], ikinci “Tarihin Sonu ve Son İnsan (End of History and the Last Man)” ile Yoshihiro Francis Fukuyama (1952-) veya Samuel Phillips Huntington (1927-2008) Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması (The Clash of Civilizations and the Re-establishment of World Order) gibi siyasi kişilerin düşman üretme, düşmanlığı inandırmaya yönelik politik eylemlerine [siyon protokolleri, islamofobi, bankerler vs.] dair. En yalın ifade ile birincisine kurmaca, ikincisine manipülasyon olarak bakılabilir. Ancak/genellikle komplolara ikinci yönden, “saldırı amaçlı ve emperyal odak üretimi” olarak dolap, ihanet, yalan vs. ile bir kült yaratma ya da iyi-kötü arasında yaşanan kavganın, kötünün [yaygın ifade ile şeytani] avantaj sağlama yönelimli olumsuz ele alındığı söylenebilir. O halde komplolara inananların genelde kaybeden gruba mensup olduğu ve kaybedişlerine meşruiyet verme gerekçesi olarak öne sürülür. Öte yandan her ne kadar karşı-komplo öngörüsü açık olsa da, her halde komplo yazmak ciddi bir iştir. Komplolara farklı açıdan yaklaşan Castillon’a göre, komplolar “şeytan”ın sokulduğu ülkelerde, zihniyetlerde ve toplumlarda görülmesi şaşırtıcı değildir. Ancak her ne yönlü tartışılrsa da komplolarda tartışılmayacak yön, komploların yeni gerçeklik yaratmaya veya eski gerçekliğe dönmeye yönelik [tarihi yeniden yazma ve çağdaş dönemin olgusu olarak] yüksek bir beceri [profesyonellik] gerektirir. Karşılaştırmalı okumalar için bkz. Castillon, 2007; ayrıca bkz. Mütercimler, 2005; Mütercimler, 2007.

olmaya gerek olup olmadığı da tartışılabilir. Yani yorum vurguları bilenen, semptomik ve/çoğunlukla siyasi, ekonomik, sosyal, dini ve ekosisteme dair ortak ve ilgi çekici temalar ile önemsenmesi veya manipülasyona yatkın konular, olaylar, durumlar vs. üzerinden yapılması, olağanüstü bir yaklaşım taşımaz. Az-çok ilgili oluşturan ve ilginç bilgi peşine düşen kişiler, The Economist dergisi yılbaşı kapaklarına yönelik eksik veya aşırı yorum kapasitesi yaratabilir ve/hatta rahatlıkla olası manipülasyonları görebilir. Öte yandan The Economist dergisi yılbaşı kapaklarıyla daha çoğunu değil de eksiltmiş, manipülasyona uygun bilginin azını vererek, artı bir profesyonellik icra ettiği söylenebilir. O halde dergi yılbaşı kapaklarına dair eksik veya aşırı yorum kapasitesini canlı tutarak, “gündem olma veya oluşturma” misyonunu ve/ziyadesiyle “komplo yapma” amacını gerçeklediği izlenebilir.

Genel itibarıyla The Economist dergisinin açıkça edindiği vizyon, misyon ve kurumsal çalışma koşulları her konuyu ele alıp değerlendirme potansiyeli, ve/fakat bugünden gelecek özelemleri ve umutları farklı biçimlerde [bu durum daha çok katastrofik olarak] kapağa yerleştirdiği ve eleştiriye yönelik süreçlendiği ve Zizek’in tabiriyle “olumsuzla oyalanma” pozisyonunu yarattığı söylenebilir.²² (bkz. Zizek, 2011) Bu bağlamda The Economist dergisinin vizyonu ve misyonu gerçekleştirmeye yönelik algı yaratma önkabulü, yadsız bir dergicilik faaliyeti yaptığını işaret edebilir. Dergi yılbaşı kapağının Türkiye gündeminde [çok olmasa da/belki uluslararası alanda] aporetik düzeyde tartışılması da bunu gerekçeler. Çünkü/o halde dergi kapağı fenomeni çözümü değil, onun ötesinde bir varlık ve mahiyet tartışması yapılır. (bkz. Tunalı, 1960) Bu nedenle kapakların tipik ve mutlak stratejibilim izleği ve bilgi kaynağı oluşturduğu yönünde karar vermek için aceleci olmamak, ihtiyatlı davranmak ve daha çok, güçlü bilimsel araştırmalar yapmak gerektiği görülür.

Özetle hem aporetik düzlemde hem de stratejibilim düzlemde The Economist dergisi yılbaşı kapaklarına [veya özeldir 2018 The Economist dergisi kapaklarına ilişkin] dair şu sonuç cümleleri üzerinden fazlasının tartışılması düşünülmelidir:

- The Economist dergisi yılbaşı kapakları bilinenlerden ve görünenlerden hareketle, bilinmesi gerekenleri bilmeye dair imlenen özgürlük alanı, bilinmesine gerekli olmayanla vermeyi [Zizek’in tabiriyle] “olumsuzla oyalama” diyalektiğini manipüle etmektedir.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları düşünce ve duyguları etkileme ve kitlesel davranışları yönlendirme kapasitesini ve yaklaşımını açık-örtülü anlatım unsurlarıyla güncel tutmaktadır.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları mistik, mitik, metafizik, çokça dini ve doğa anlayışıyla soyut düşünceleri, fiziki ve fiili olarak somuta yükleme şeklinde bağdaşmacı bir yolu izlemektedir.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları sürekli uzlaşmalı anlam arayışını sanat arayüzüyle karıştırarak, yorum ve eleştiri kapasitesini zorlamaktadır.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları salt biçimsel-strateji [piktogramlara] değil, eleştirel ve yorum genişliği yaratmaya ve farklılaştırmaya yönelik psiko-stratejik uygulamaları gerçeklemektedir.

²² Belki “emperyal vizyon ve misyon” çerçevesinde yapıldığı düşüncesi veren dergi kapak tasarımının uygarlıklar, kültürler, uluslar ve inanç sistemleri arasında sürgütlenmesi, sanki geçmişte sözgelimi Amerikalı siyaset bilimci profesörler Samuel Phillips Huntington’un “Medeniyetler Çatışması (Clash of Civilisations)” ve Yoshihiro Francis Fukuyama’nın “Tarihin Sonu ve Son İnsan (The End of History and the Last Man)” öngörülerıyla güdümlü “sanal bir gündem” ısrarı olduğu düşünülebilir.

- The Economist dergisi yılbaşı kapakları yorum ve eleştiri kapasitesini çoğaltmaya dair kullandığı ifadeleri, ikonları, sembolleri, imgeleri vs. bilimsi dönüşüm [gizlilik uygulamaları (okült) ve bilim dışı içerimleri] olarak dinamik tutmaktadır.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları doğa, sevgi, barış, demokrasi, özgürlük, insan hakları vs. gibi evrensel olguları/algıları tersten distopik ve katastrofik bir kapsamda [Baudrillard'ın öngörüsü] okutarak, kötünün iyiyi üreteceği düşüncesini imlemektedir.
- The Economist dergisi yılbaşı kapakları kullandığı her türlü ifade, ikon, sembol ve imge vs. profesyonel şekilde öngördüğü amacını gerçekleştirmek ve zihinsel yönlendirmek ve toplumsal zihin haritaları biçimlendirmek için dönüştürmektedir.

Sonuca dair Anekdot: Makalenin sonucuna *apolojik* şu iki anekdotu düşmek ve temennilerde bulunmak yeridir: Birincisi makaleyi düşünme, bilimsel araştırma konusu yapma ve yazmaya yönelik *disipliner yetkinlik*, tartışılabilir. Disipliner yetkinlik hem görsel sanatlarda, hem de *stratejibilimde müktesabat* gerektirir. Yani salt kitabiyat veya teori okuma ötesinde yapıp-eylemeler beklenir. İkincisi makalede *magazine* değer atfetmek, bilimsel/akademik çözüme ve *yöntembilim önermesi*, tartışılabilir. Yöntembilgisiz hem bilginin sağlamlasını yapmak, hem de geçerli yoruma erişmek mümkün değildir. Yani anlamıyorum ilgilemeden daha fazla bilimsel kültür ve akademik sorum ister.

Kaynaklar

- Adorno, T. (2016). Negatif Diyalektik (çev. Şeyda Öztürk). İstanbul: Metis Ya.
- Adorno, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi (çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel). İstanbul: İletişim Ya.
- Alexander, R. J. (1986). Article Headlines in The Economist: An Analysis of Puns, Allusions and Metaphors, *Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik*, 11, 2: 159-177.
- Altuner, H. (2014). Marc Chagall'ın "Ben ve Köy" Adlı Eserinin Akademik Eleştiri Yöntemiyle İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 54, 2: 49-72.
- Ambrose, G. (2011). Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü (çev. Bilge Barhana). İstanbul: B. 2, Literatür Ya.
- Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi (1997). <https://global.britannica.com>.
- Arslan, H. (2002b). Hermeneutik ve Hümaniter Disiplinler. İstanbul: Paradigma Ya.
- Arslan, H. [der.] (2002a). Retorik Hermeneutik ve Sosyal Bilimler. İstanbul: Paradigma Ya.
- Bacaksız, T. (2010). Medya Okuryazarlığı Dersinde Gazete ve Dergi Kullanımı: İzmir'de Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilerin Gazete ve Dergi Okuma Alışkanlıklarına Olan Etkisi. Ankara: Gazi Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Barca, M. (2005). Stratejik Yönetim Düşüncesinin Evrimi: Bilimsel bir Disiplinin Oluşum Hikayesi, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 7-38.
- Batuhan, H. (1996). Bilim ve Şarlatanlık. İstanbul: B. 3, YKY. Cogito No. 20
- Baudrillard, J. (1993). Kötülüğün Şeffaflığı: Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme (çev. Emel Abora, Işık Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 117/61.
- Baudrillard, J. (2005). Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği (çev. Oğuz Adanır). Ankara: Doğubatı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). Hermenötik ve Sosyal Bilimler (çev. Hüseyin Oruç). İstanbul: Ayrıntı Ya.
- Bektaş, D. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Ya.
- Bıçakçı, B. (2013). Dergi Kapak Tasarımlarında Tipografik Öğelerin Analizi ve Görsel Algı İlkelerine Göre Değerlendirilmesi. İstanbul: Arel Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Boydaş, N. (2007). Sanat Eleştirisine Giriş. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Brown, J. A. C. (2012). Beyin Yıkama (çev. Behzat Tanç). İstanbul: Boğaziçi Ya.

- Burnett, R. (2006). İmgeler Nasıl Düşünür? (çev. Güçsal Pusar). İstanbul: Metis Ya.
- Bursa, Ü. (2019). Hat Sanatının Seramik Form ve Yüzeylerdeki Çağdaş Yorumu ve Kişisel Uygulamalar. Ankara: Hacettepe Ün. Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı.
- Castillon, C. J. (2007). Dünyanın Efendileri: Bir Komplo Teorisi Tarihi (çev. Sakıp Murat Yalçın). İstanbul: Koridor Ya. No. 65.
- Cömert, B. (2010). Mitoloji ve İkonografi. Ankara: B. 3, De Ki Basım Ya.
- Donsbach, W. [edt.] (2008). The International Encyclopedia of Communication. Oxford: Blackwell içinde; King, A., "International History of Magazines": 2748-2752.
- Duman, Ş. A., Kalemci, R. A., Çakar, M. (2005). Türkiye’de Stratejik Yönetim Alanının Kapsamını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Yönetim Araştırmaları Dergisi, 5, 1: 57-72.
- Eagleton, T. (2005). İdeoloji: Bir Giriş (çev. Muttalip Özcan). İstanbul: Ayrıntı Ya.
- Eliade, M. (1991). İmgeler Simgeler (çev. Mehmed Ali Kılıçbay). Ankara: Gece Ya.
- Furrer, O., Thomas, H.A., Goussevskaia, A. (2008). The Structure and Evolution of the Strategic Management Field: A Content Analysis of 26 years of Strategic Management Research, International Journal of Management Reviews, 10 (1): 1-23.
- Gezgin, U. B. (2021). Psikolojiden Sanata Doğru: Sanat Psikolojisi ve Ötesi. İstanbul: Töz Ya.
- Gönenç, A. Y. [edt.] (2013). Dergicilik Üzerine. İstanbul: Koyu Kitap No. 06/02.
- Güllülü, S. (1988). Toplumsal Tabakalaşma Teorileri ve Theodor Geiger. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Gültekin, M. (2020), Algı Yönetimi ve Manipülasyon. İstanbul: B. 11, Pınar Ya. No. 375.
- Hall, M. P. (2009). The Secret Teachings Of All Ages (edt. Mario Lampic). San Francisco, USA: H.S. Crocker Company, Incorporated.
- Horkheimer, M., Adorno, T. W. (2011). Sosyolojik Açılımlar (çev. M. Sezai Durgun, Adnan Gümüş). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Hoskisson, R. E., Hitt, M. A., Wan, W. P., Yiu, D. (1999). Theory and Research in Strategic Management: Swings of a Pendulum, Journal of Management, 25 (3): 417-456.
- http://graphicdesign.about.com/od/layout/a/grid_system.htm
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Londra_Ekonomi_Okulu
- <https://www.birgun.net/haber/liberal-manifesto-tarihi-maddecilik-ve-insan-haklari-231318>
- <https://www.economist.com>
- Koçabaşoğlu, U. (1984). Cumhuriyet Dergiciliğine Genel Bir Bakış: Türkiye’de Dergiler, Ansiklopediler. İstanbul: Gelişim Yayınları.
- Kosik, Karel (2015). Somutun Diyalektiği: İnsan ve Dünya Sorunları Üzerine Bir İnceleme (çev. Ezgi Kaya). İstanbul: Yordam Ya.
- LaPlante, A. (2019). What is Augmented Analytics?. USA: O'Reilly Media, Inc.
- McLellan, D. (1985). Karl Marx: His Life and Thought. London: The Macmillan Press.
- McLuhan, M. (1999). Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsan Oluşumu (çev. Gül Çağalı Güven). İstanbul: Yapı Kredi Ya.
- Merleau-Ponty, M. (2012). Alginın Fenomolojisi (çev. Emine Sarıkartal, Eylem Hacımuratoğlu). İstanbul: İthaki Ya. No. 1230.
- Miandji, A. (2019), Türkiye’de Sözdebilim Uygulamaları Üzerine Bir Çalışma. Ankara: Ankara Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Mijksenaar, P. (1997). Visual function: An Introduction to Information Design. New York: Princeton Architectural Press.
- Moran, B. (2002). Edebiyat Kuramları ve Eleştiri. İstanbul: İletişim Ya.

- Mütercimler, E. (2005). *Komplo Teorisi*. İstanbul: Alfa Ya. No. 1575/69.
- Mütercimler, E. (2007). *Akıl Oyunları*. İstanbul: Alfa Ya. No. 1819/84.
- Oberholzer-Gee, F., Bharat, N. A., Gomez, L. (2010). *The Economist: Harvard Business School Case*, *Harvard Business Review*, (July): 1-23
- Ötgün, C. (2008). *Sanat Yapıtına Yaklaşım Biçimleri*, *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1, 2 (Aralık): 159-178.
- Özdemir, E. (1997). *Eleştirel Okuma*. Ankara: Ümit Ya.
- Özkaya, Ö. (2013). *Zihin Kontrol: İnsan Beynini Kontrol Altına Alma Yöntemleri*. İstanbul: Pegasus Ya.
- Özlem, D. (1998). *Bilim, Tarih ve Yorum*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Özpolat, K. (2013). *Görsel İletişim Tasarımı Bağlamında Bir Eğitim Dergisi Tasarımı İçin Öneri*. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Panofsky, E. (2012). *İkonoloji Araştırmaları: Rönesans Sanatında İnsancıl Temalar* (çev. Orhan Düz). İstanbul: Pinhan Ya.
- Panofsky, E. (2013). *Perspektif-Simgesel Bir Biçim* (çev. Yeşim Tükel). Ankara: Metis Ya.
- Panofsky, E. (2015). *Gotik Mimarlık ve Skolastik Felsefe* (çev. Erşn Akyürek). İstanbul: Kabalıcı Ya.
- Payne, S. L. (2001). *Applying More Integrative Potentials for IDS Program Planning and Development*, *Issues in Integrative Studies*, 19: 149-169.
- Polmer, R. E. (2008). *Hermenötik* (çev. İbrahim Görener). İstanbul: Ağaç Kitapevi Ya.
- Popper, K. (1989). *Tarihselciliğin Sefaleti* (çev. Sabri Orman). İstanbul: İnsan Ya.
- San, İ. (1968). *Heinrich Wölfflin: Hayatı ve Eserleri*, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1, 1: 147-150.
- San, İ. (1985). *Sanat ve Eğitim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Ya.
- Schimmel, A. (1993). *The Mystery Of Numbers*. New York: Oxford University Press.
- Sevindik, O. (2016). *Dergi Kapak Tasarımlarının Sosyolojik Bağlamda Değerlendirilmesi ve Tecimsel Yönü*, *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 1, 1 (Kış): 73-84.
- So What's The Secret of The Economist?, *The Independent*. London. 26 February 2006.
- Spanish Institute for Strategic Studies (2018). *Strategic Panorama 2018*, Ministry of Defense, Spanish Official Publications Catalogue (March). [INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
8 \(1\) 2022, 5-33](http://publicacionesoficiales.boe.es/Suiçmez, M. (2009). Dergi Haberciliği ve Nokta Dergisi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.</p><p>Şenocak, A. (2014). <i>Dergi Tasarımında Tasarım Sorunları ve Tasarımda Doğruluk İlkeleri</i>. İstanbul: Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.</p><p>Şentürk, L. V. (2012). <i>Analitik Resim Çözümlenmeleri</i>. İstanbul: B. 1, Ayrıntı Ya. No. 626/30.</p><p>Terkan, B. (2005). <i>Gündem Oluşturma: Medya ve Siyasi Gündem Üzerine Bir Çalışma</i>. Konya: Tablet Ya. No. 45.</p><p>Tolman, W. H. (1909). <i>Social Engineering: A Record of Things Done By American Industrialists Employing Upwards of one and One-half Million of People</i>. New York: McGraw-Hill Book Company.</p><p>Tönnies, F. (1905). <i>The Present Problems of Social Structure</i>, <i>The American Journal of Sociology</i>, 10 (5): 569-688.</p><p>Tufan, G. (2018). <i>Pazarlama Aracı Olarak Dergi Kapakları, Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi</i>, 1, 1 (Mart): 84-97.</p></div><div data-bbox=)

- Tunalı, İ. (1960). Felsefenin Işığında Modern Resim. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Ya. No. 12 Fen Edebiyat Fakültesi Araştırma Serisi 7.
- Tükel, U. (2005). Resmin Dili, İkonografiden Göstergelime. İstanbul: Homer Ya.
- Vaughan, D. (2020). Analytical Skills for AI and Data Science, USA: O'Reilly Media, Inc.
- West, K. (2015). The Economist Becomes A Family Affair, The Guardian, 15 August 2015.
- Why does The Economist Call Itself A Newspaper?, The Economist, 1 September 2013. <https://www.economist.com/the-economist-explains/2013/09/01/why-does-the-economist-call-itself-a-newspaper>
- Wölfflin, H. (1968), Sanat Tarihinin Temel Kavramları Yakın Zamanlarda Sanattaki Üslup Gelişmesi Sorunları (çev. İnci San). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 1, 1: 131-145.
- Wölfflin, H. (2015). Sanat Tarihinin Temel Kavramları (çev. Ahmet Cemal). İstanbul: Hayalperest Ya.
- Zedeli, A. R. (2014). İnfografiklerin Görsel ve İçeriksel Açıdan Dergi Tasarımındaki Yeri. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Zizek, S. (2011). Olumsuzla Oyalanma (çev. Hakan Gür). Ankara: İmge Ya.

Ek 1: Dergi Kapağı için Bazı Analitikler

Dergi kapağı çözümlenmelerinde farklı yaklaşımlar öngörülebilir. Bu yönde en bilinen analitik 6 madde ile özetlenebilir:²³

Kapak görselleri: Görünen gerçeklikle iç gerçekliğinin birlikteliğini gösterir. Varlık dünyasında olan ve görünen [biçimi, boyutları ve yönleri] ikonlar, sadece kapağın biçimsel tarafını oluşturmaz, aynı zamanda anlamlandırma dili oluşturur. Bir bakıma dergi sahiplerinin ve sanatçıların kullandıkları dili ve kapağın altyapısını oluşturan plastik değeri ifade eder. Bu açıdan kapağın, organik bütünlüğü ve yapısı iki yönlü müstakil bir varlık olarak kendini göstermiş olur. Yapılacak çözümlenme kapağa atfedilen değeri keşfetmek, değerlendirmek ve açıklamak için yardımcı olur. Ancak buna yönelik kapak biçiminin, kimlik bilgilerini ve ikonografik açılımı ifade edilmelidir.

Kapağın kimlik bilgileri (ikonografik bilgisi): Yapılacak yorumlar için yardımcı ve yol gösterici olur. Bunun için, kapağın adı, resmin adı, tekniği, boyutları, konusu, üretme dönemi, yapıldığı tarih ve özgünlüğüne dair bilgiler öncelenir.

Kapak sanatçısı: Sanatçının özgün tavrı, kapak tasarım dilini keşfetmeye yardımcı olur. Sanatçının özgün tavrı çözümlenmeyi zorlaştıracaktır, ve/fakat düşünmeyi güçlendirecektir. Bu nedenle, eserin görünende plastik değeri, ortaya konan ve savunulan doğrular ile erişilen anlam-değeri vurgulama ve aktarma çabası ve kaygısı taşır. Ayrıca kapaktan yola çıkarak, seçilen konu, teknik, yenilik, beğeni ve tavır, politik duruş vs. tercih edilen kapağın etkisini ele almada yol gösterici olur.

Kapağın Konusu: İçeriğin belirlenmesi, dergi içeriğini yansıtmaya ölçütüdür. Bu nedenle kapak bir vitrindir. Vitriyi yapmak için, iyi düşünmek ve profesyonel davranmak kaçınılmazdır. Burada sanatçının kişisel tutumları, beğenileri, politik duruşu vs. yanında, özgünlüğü ve özgürlüğü kadar derginin temel ilkeleri dikkate alınır. Kapak albenisinde biçimsel, plastik, teknik, estetik ve mistik yönler işlevsel hale getirebilir. Ancak sadece kapak ile derginin gölgelenmemesi gerekir. Görsel bilgilendirme, akademik bilgilendirmenin önüne geçmesi, dergi, sanatçı ve kapak tasarımına dair yapılacak olumsuz spekülasyonları desteklemiş olur.

Kapağın ait olduğu dönem: Kapağın ait olduğu dönem karakteri, bir önceki yıla dair okumalar yapmayı gerektirebilir. O halde siyasal, kültürel, sosyolojik ve ekonomik vs. değişimler/dönüşümler ele alınır. Elbette bu değişimlere/dönüşümlere nasıl yaklaşmak gerektiği, özgülük içermelidir. Çünkü kapak dergi-sanatçı-toplum arasında bağlantı kurma, geliştirme ve genişletme konusunu anlamada yardımcı olur. Öte yandan dönem bilgileri kapağın içerik ve teknik incelenmesini kolaylaştırır; üslup ve anlatım tarzını kavramayı destekler. Özellikle yapılacak anlamlandırma ve yorumlarda kapağın yeniden üretimi de sağlanır.

Kapağın plastik değeri: Kapağın varoluş gerçeğini bulmaya ve organik bütünlüğünü kavramaya ilişkin plastik değeri, hem biçimsel hem de biçimsel olmayan tarafı anlama ve açıklama konusuna yardımcı olur. Plastik değer, kompozisyon düzeni, kurgu, yüzey görsel düzenlenmesi, denge, renk, ışık, form, mekân, zaman kavramı ve ne ya da neler olduğunu veya plastik öğeler ve arasındaki ilişki, bir araya getiriliş biçimi, eşgüdümü, paralelliği veya sentezini gösterir.

Buna göre yıllara bağlı “Dergi yılbaşı kapakları için analitikler” aşağıdaki gibi değerlendirilebilir.

Tablo-a: 2017, 2018 ve 2019 Dergi Yılbaşı Kapakları için Analitikler

Analitik ölçüsü	Yıl			Değerleme cümlesi
	2017 yılı yılbaşı kapağı	2018 yılı yılbaşı kapağı	2019 yılı yılbaşı kapağı	
Kapak görselleri	İyi	Mükemmel	İyi	Anlamlandırma dili ve alfabeti
Kapağın kimlik bilgileri (ikonografik bilgisi)	Tam	Tam	Tam	Yorumlama kapasitesi
Kapak sanatçısı	Tutarlı	Tutarlı	Tutarlı	Sanatçının özgünlüğü
Kapak Konusu	Din, siyaset, ekonomi ve teknoloji	Din, siyaset, ekonomi ve teknoloji	Din, siyaset, ekonomi ve teknoloji	Dergi içeriğini yansıtmaya
Kapağın ait olduğu dönem	Yansıtıyor	Yansıtıyor	Yansıtıyor	Döneme ait değişimler/dönüşümler
Kapağın plastik değeri	İyi	Mükemmel	İyi	Plastik öğeler ve arasındaki ilişki, bir araya getiriliş biçimi, eşgüdümü, paralelliği ve sentezi

Açıklama: Bu değerlendirme “Dergi Yılbaşı Kapak Temaları” ve “Dergi Kapak Analitik Ölçüleri”nin çıkarılması ile makale yazarı tarafından yapılmıştır.

²³ Bu değerlendirme Şentürk, 2012: 18-27 arası bilgi örgülerine bağlı yapılmıştır.

Ek 2: 2017 ve 2019 Dergi Kapak Temaları Açıklaması

A- 2017 ile Dergi Kapağı: 2017 ile dergi kapağında, gizil ve örtülü ifadeleri barındıracağı ve yorum kapasitesi bulunacağı düşüncesi sırasıyla “The Tower, Judgement, The World, The Hermit, Death, The Magician, Wheel of Fortune ve The Star” başlıklarını taşıyan ve yorum olanağı veren Tarot kartları kullanılmıştır. İlk bakışta kapakta, 1, 3, 4, 5, 6, 7 kartları durağan izlenmektedir. Sadece “2 (Judgement) ve 8 (The Star)” kâğıtları oynak tutulmuştur ve dergi silme kapakta uzay içinde “Planet Trump” diye bir vurguya yer verilmiştir.

Tablo-b: 2017 ile Dergi Kapağı: 8 Tema Açıklaması

Tema	Açıklama-Yorum
1. Kule (The Tower)	Siyah bulut, şimşek ve kale ikonları dikkat çeker. Kale şimşek ile şak olmuş ve W görseli vurgulanıyor. Şak olmuş ve yıkılmış kalenin bir tarafında orak-çekeçten oluşan Bolşevik bayrağı altında, diğer tarafta Haç ikonlu ile bir ordu. İki kutuplu betimlemede, dini ikon ile teolojik, bayrak sembolü ile politik savaş izleri verilmektedir. Bu nedenle gelecek savaşlarının teo-politik düzlemi sunduğu izlemi bulunuyor.
2. Adalet (The Judgement)	Dünya, Amerika bayrağı, kartal figürlü asa, üç yönü gösteren taç ve Trump dikkat çeker. Dünya genelinde Trump etkisi [elinde tuttuğu üç yönü gösteren taç ve doğu-batı ülkelerine hükmetmeye yönelik kartallı asa] ve kapitalizmin odağı Amerika bayrağının üzerinde [bayrak Asya ve Avrupa üzerine dökülmüş] oturduğu görülüyor. Asa ve taç, dini ve politik vurgular barındırırken, küresel-konsolide protestanlık [İngiltere ekseninde] veya evanjelik [ABD odaklı] amaçlar için bir mücadele öngörüsü izlenmektedir. Kâğıt oynaklığı ve sallantılı olarak sunulması buna yönelik görülüyor.
3. Dünya (The World)	İnanç, din ve kültür sembolleri dikkat çeker. Dünya üzerinde piramit [ABD dolarının kutsal iması], Yunan-Roma tapınakları, maskeler, kutsal kitap birbirine bağlı ele alınırken, çerçeveli resimler ve açık okumaya dair kitap bağımsız verilmiş görülüyor. Kutsal ve dini merkezler betimleniyor. Aynı zamanda bu merkezlerin yerleşik ve birbirine bağlı [bir anlamda tek din, tek ekonomi ve tek devlet anlayışı gibi] ve/dahi bir metafizik ilişki boyutu verilmektedir. Maskeler ve çerçeveli [Alman reformist ressam ve Luteryan Albrecht Dürer’in kendi otopotresi] resimler, sanat, edebiyat ve eğlence manivelasını işaret ediyor.
4. Keşiş (The Hermit)	Yüksek tepe, gece, yıldızlar, fener tutan keşiş, dağlar, pankartlı kalabalık, yarılmış bir dünya resmi dikkat çekiyor. Hakim bir tepede elinde asa, pelerinli, yalnız ve fener tutan [yol gösteren] hermit [inzivaya çekilen kişi], kaz adımları ile gecenin ve dağların içinden gelen, daha çok ekonomik içerikli ellerinde “hayır, dur [bazılarında kurumsal yapı ve birliklere sözcüğü TTIP-Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı, AB-Avrupa Birliği’ne red anlamında çarpı atılmış]” pankartları taşıyan ve düzenli bir yapıda yürüyen küreselci hareketi [sarı yelekli gibi] görülüyor. Ellerinde taşınan pankartlar açıkça protestoyu [bu aynı zamanda kaosu] ve hakim tepede elinde fener [gerçek Tarot kartında fenerin içinde yol göstermeye ve aydınlatmaya dair Yahudilikte siyon yıldızı olduğu düşünülürse] kurtarıcı beklentisi (Mesih) vurgulanıyor. Bu önceki kâğıtları desteklemeye yönelik teo-politik stratejinin nasıl taktik ve eylem ile gerçekleştirileceğini sunuyor.
5. Ölüm (Death)	Mantar duman, eli tirpanlı, beyaz at üstünde iskelet, kurumuş toprak, sinekler, ölen balıklar, izler, gökten inenler dikkat çekiyor. Kâğıtta nükleer bir patlama tasviri önplanda olsa da, bu potansiyelin geçmişe yönelik değil geleceğe yönelik [ufuk 3. kart “The World”da da görülecek şekilde] olduğu görülür. İskelet veya ölüm ikonu bunu gerçekleştirilmeye dair. Yeryüzünde kıtlık izleri, ölümü ifade etmeye ve umudu gökten süzülen uçan dünyadışı varlıklardan bekleyen teo-politik süreç takip edildiği görülüyor.
6. Büyücü (The Magician)	Asa, aziz, sonsuzluk işareti, yeni endüstri devrimi işaretleri metaverse ve 3D sistemi dikkat çekiyor. Yaşanan çağın büyüüsü, elindeki asa ve sonsuzluk özlemi ile azizin metaverse bağlı 3D sisteminde seri üretimleri görülüyor. Bu sadece bina olarak izlenirse de, asıl vurgulanan bunun insan elinde gerçekleşen [djital] bir mucize [bilimsel gelişmeler] olduğu betimlemesidir. Ölümsüzlüğün peşinde olan insanın ölümsüzlük ya da tanrılaşma projesi olarak izleniyor.
7. Kader Çarkı (Wheel of Fortune)	Çarkifelek ve buna bağlı Almanya, Hollanda ve Fransa bayrakları ile sarılı 3 [2’si kadın] insan, seçim sandığı ve gök gürlütülü hava dikkat [sağ-milliyetçi eğilimler ve patiler] çekiyor. Çarkifeleğe bağlı Kıta Avrupa’nın 3 ülkesinde yapılacak seçimleri/düzeni etkileyecek kararlar dışında, Almanya bayrağına dokunan kara bulutlardan gelen şimşek ile ataerkil yönetim ve düzenin yeniden belirleyici olan durumlar ve yönetici konuları betimleniyor. Bir anlamda Avrupa birliğinin geleceğine dair uyarıları sunuluyor.
8. Yıldızlar (The Stars)	Uzay, yıldızlar ve Mars yüzeyi dikkat çekiyor. 14 genç büyük [yani sıra 10 tanede küçük-resimsiz] yıldızdan birinin kayması [veya kuyruklu yıldız] izleniyor. Uzay çalışmalarına dair bilimsel gelişmelerin artması ve/dahi uzayın magazinleşmesi [yıldızların içinde Hollywood yıldızlarını anırtması] Hollywood bilimi ile yapılabileceği düşündürüyor. Uzay ve Mars’a dair çalışmaların artacağı ve kolonileşme için insan türlerinin bakımlı-ünlü starlar ile ele alınacağı sunuluyor.

Açıklama: Bu değerlendirme makale yazarı tarafından düzenlenmiştir.

Özel Not: Tarot kartları destesi 78 karttan oluşur. Düzeybilgi olarak ikiye ayrılır: Arkana Majör ve Arkana Minör. Arkana Minör kartları asalar, kupalar, paralar ve kılıçlar dört sınıfa ayrılır. Arkana Majör kartlarda ise bir sınıf bulunmaz. Arkana Majör kartları “Trump kartları” olarak bilinir ve 2017 Dergi kapağında, sağda “Planet Trump” ifadesi yazılmıştır.

B- 2019 ile Dergi Kapağı

2019 dergi kapağında ilk bakışta ilgisiz duran çok sayıda semboller bir “kompozisyon” şeklinde izlenmektedir, ve/fakat kompozisyonu nasıl okunması gerektiğine dair zorlanılan bir nitelik gösterir.²⁴ Göze çarpan 2020 yılında 500. ölüm yılı dönümü dair Leonardo da Vinci temasıdır. Dergi kapağının göz odağına Leonardo Da Vinci’nin (1492) günlüğünde çizili ve Antik Mısır ve Yunan keşfi “altın oran”ı verdiği düşünülen eskizi “vitruvius adam (Antik Romalı Mimar ve yazar olan Marcus Vitruvius Pollio’nun eserine atfen mükemmel insan vücudu temsili) yer alır.

Kapağın ortasında ve ölçek olarak büyükçe yerleştirilen, tamamı olmayan, kare (maddi-fiziksel dünyayı) temsili (orjinalinde daire -manevi-ruhsal alan- içinde yer alırken) ile kapakta yarım dünya ile ikame edilen “Vitruvius Adamı” göbek altından kesilerek verilmektedir. Ancak Vitruvius Adamı’nın tam olarak verilmemiş olması, makro kozmozu yansıtan insanın sadece maddi dünyaya dair sunuşu dikkat çeker.

²⁴ Sembollerin gizini yaratmak için verilen tertip ve istif, “ruhsal mühendislik” olarak düşünülebilir. Amaç ortak bir ruhsallık olduğu varsayımından hareket etmeksizin, hakim bir düşüncenin manipülasyonunu sağlamak olarak görülebilir. Bu durum bilimsel bir ölçü olmaksızın, bilgiyi bilimsel olarak vurgulamanın olanaksızlığını imler ve istidada göre bilginin bilimselliği ve tertip kabiliyeti olduğu tanıtılmaya çalışılır. Sembollerin ardaşık halleri, sağ-sol veya yan yana duruşu, mütecanis nispetleri, çizgiler, yazılar, karakterleri, nesnelere, ilişkilendirmeler vs. kusurlu hale getirilen bütünün kusursuzluğuna erişme noktasında yorum kapasitesi araştırılır.

Dahası dergi kapağında salt semboller, simgeler, ikonlar değil yazılar, cümle spotları, ve/fakat Da Vinci'nin sıklıkla kullandığı "ayna tekniği" ile tersten verilmektedir. Doğal olarak bu teknik kullanımı, kapağın gizemini ve yorum kapasitesini artırmaktadır. Ancak ayna tekniği ile yazıların tersten yazılması bazı konular sözgelimi gizli cemaatler/cemiyetler veya ezoterik inanç/büyü gibi kapsamlar ile ilişkiselliği manipülasyona yol açar.

Tablo-c: 2019 ile Dergi Kapağı: 6 Tema Açıklaması

Tema	Açıklama-Yorum
1. Vitruvius Adamı	Dergi kapağında verilen "Vitruvius Adamı" iki yönlü bakılabilir: Birincisi Vitruvius Adamı'nın gözünde sanal artırılmış gerçeklik (VR) gözlüğü ve elinde çeşitli nesnelere [kenevir yaprağı, beyzbol topu, akıllı telefon ve terazi] dikkat çeker. Kenevir ilaç şirketlerini ya da uyuşturucu maddeyi, beyzbol topu spor ve eğlenceyi, akıllı telefon geleceği ve teknolojiyi, terazi adalet ve dengeyi işaret eder. Burada özellikle terazi dengesinin [4'e karşı 5 kişi toplam 9 olarak] bozulması sorunu izlenmektedir. Kare içinde maddi-fiziki dünyayı belirleyen ve terazinin kendi lehine bozan 5 kişiyi ağırlığı şeklinde ve VR ile gerçek ile gerçek olmayanın iç içe verme bir adaletsizlik ve hakikat kaybını vurgular. Başkaca "tek tip yaşam tarzı" düşüncesini verir. İkincisi Vitruvius Adamı vücudunda bulunan iki dövmeye: Ön kolunda DNA çift sarmalı, diğeri de kalbin üzerinde "#MeToo". Geçmişte dövmeye psikolojik olarak daha çok hastalıklardan uzak tutma, kötü ruhlara karşı koruma vs. amaçlı ruhsallık ile ele alınmasına karşın, kapakta bu ruhsallık izlenmez. Özellikle Vitruvius Adamı'nın hem bedeninin tam olarak verilmesi, hem de ruhsallığı niteleyen dairenin içinde yer almaması fiziği kusurlu hale getirmektedir. Bu nedenle Vitruvius Adamı kusurlu olarak, seküler ruhun yeniden üretimini sunar.
2. Yüzler	Dergi kapağında, Trump, Putin, Gandhi ve/dahi Angelina Jolie yüzleri dikkat çeker. Dergi kapağının sağ üst tarafında Vinci'nin çizimlerinde altın oranı vurgulamaya dönük yapılan çizim "Yüz Tanıma (facial recognition)" ifadesi ile verilmektedir. Yüz tanıma sistemlerine yapılan atfı da, Donald Trump ile paralel gösterilir. Arada yanardağ simgesi düşünce rutinini bozar. İkinci dikkat çeken "Putin'in boru hatları" yazısı eşliğinde Vladimir Putin yüzüdür. Bu 2019 yılında tamamlanacağı planlanan Rusya-Almanya ekseninde doğalgaz boru hattı "NordStream 2" işaret eder. Açıkça olmasa da, Rusya'nın enerji hâkimiyeti ve boru hatları üzerinden olası bir enerji krizi şeklinde verilmektedir. Üçüncü yüz, 2019 doğumunun 150. yıldönümünde Gandhi, iplik kırığının başında geleneksel giyimini ile verilir. Bu Gandhi üzerinden (diğer sembol Fil ile) Hindistan idealini sunar. Aynı zamanda Amerika edebiyatını uluslararası düzeye getiren, entelektüalizme karşı gelişen transdantalizm (deneyüstüçülük-tanrının birliğine ve mikrokozmos olarak insana ile eşleşen fikir akımının öncüsü ismi) şair Walt Whitman'ın (1819-1892) resmi yer alır. "Lara Croft: Tomb Raider" ile altın oranı nitelemeye dair anne-babası da sinema oyuncusu olan Amerikalı sinema aktrisi Angelina Jolie ise, "Mona Angeline" ile verilmektedir. Jolie'nin dünyada yaşanan kitlesel insan göçlerine dikkat çekmeye dönük BM Mülteciler Ajansı Göç Paktı'nı tanıtmış yüzü ve diplomatik özel elçisi olarak seçimi, üç farklı nitelikte evlilik yaşayan, 3 biyolojik ve Kamboçyalı, Etopyalı, Vietnamlı 3 çocuğu [toplam 6 çocuk] evlat edinen Jolie ile ciddi olayın magazinleşmesine ve kanıksanmasına dair yer verilir. Lobicilik faaliyetleri için magazin yüz Jolie'nin "altın oranı" temsilci olarak sunulduğunun altı da çizilebilir.
3. Pinokyo	Putin'in arkasında, Gepetto Usta'nın sihirli bir odundan yaptığı, yalan söylediği zaman burnu uzayan, İtalyan yazar Carlo Collodi'nin 1881 yılında yazdığı ünlü çocuk masal kahramanı pinokyo (pinocchio) burnu uzamış olarak sunulur. Devri dahil pinokyo'nun bilinçaltı çalışmalarında kullanıldığı iddiaları ötesinde, yalanın görünen şekli burnunun uzaması bir meşruiyeti işaret eder. Dergi kapağında Putin'in doğalgaz boru hattıyla ilgili veya çeşitli boyutlarda [politik ekonomide] yalanların olabileceği ve arkada gülen pinokyo sembolü ile burnu uzun verilmesi sorun oluşturmayacağını verir.
4. Mahşerin Dört Atlısı	Putin'in hemen altında dikkat çeker. "Mahşerin Dört Atlısı" Hıristiyan teoloji anlatısıdır ve "kıyamet felaketlerini getiren haberciler"dir. Daha çok [gerçekte renklerle bağlı ifade edilir] kan, savaş, salgın ve ölüm ile açıklanır. Teolojik olarak Dünya'nın sonuna yönelik tanrıyı "Argemodon (Armageddon-Kıyamet savaşı)"na bir zorlama olarak anlatılır. Bu savaş Mesih beklentisi eşliğinde tamamlanır. Yani 2019 bir felaket yılı olduğu ve kurtarıcı beklentisi imajı perçinlenir.
5. Leylek	Dünya haritası ve Vitruvius Adamı üstünde, okyanus üzerinden uçan ve gagasında torba taşımaya dikkat çeker. Leylek ve torba, klasik anlatıda çocukların ebeveynlerine nasıl olduklarına karşı verdiği cevabı anıttır. İlk bakışta bebek veya müjdeli haber, ve/fakat ebeveynleri olmayan bir yaklaşım beklentisi verir. Torba üzerinde barkod yer alır. Barkod sıkıştırılmış verilerin rakamlar [okunabildiği şekilde 7372718839] ve paralel çizgilerle evrensel sembolizmi olan otomatik tanımayı ve ticari bir olayı (daha çok sipariş teknolojik üretim bebekler) işaret eder. Leyleğin uçuşunun Trump, fil ve pangolin ile aynı yönde olması, müjde olcaksu doğudan geleceği şeklinde sunulur.
6. Kapaktaki diğer semboller şu şekildedir	Vinci'nin uçan makinesi: Kapağın tepesinde aya doğru bir ok işareti ile verilen uçan makine ile ilgili verilmektedir. Yeni yaşam olanakları için marsın kolonileşmesi gibi aya dair pragmatik hedefleri işaret eder. Yani 2019 yılı uzay teknolojisi ile başat bir yıl olarak, "aya seyahat" edebiyatının sağlaması vurgulanır. Uçan makine: Kapağın sol başında "Bilinmeyen Yerlerin Yeni Ufku (new horizons to ultima thule)" spotu ile verilen "uçan makine" dikkat çeker. Yazısı ile birlikte ele alındığında açıkça bir vizyon (NASA'nın yeni ufuklar projesine yönelik) verilir. Bu keşfi, yaratıcılığı, yeniliği ve uzay teknoloji savaşlarını vurgular. Fil: Uçak makinesinin altında yer alan fil, Hindistan'ı temsilidir. Filin dişlerini yükseliş grafiği olarak verme, gelecek rekabetinde Hindistan'a dair kurumsal bir yöne dikkat çeker. Volkan: Ay ile bir bütünlük sağlayan manzarada volkanik dağ, ay ile birlikte ele alındığında tektonik hareketlere dair doğa ve iklim olaylarının izlenmesi gerektiğini (volkanolojiyi) işaret eder. Yani 2019 yılında aktif olan volkanik dağların bir sorun olduğuna dikkat çeker. Pangolin ve Panda: İki nesli tehdit altında hayvan: Sol alta Malayca toparlanan böcekçil, daha çok karınca ve termitler ile beslenen, sert keratin pullar ile kaplı, nesli tehdit altında olan ve geleneksel Çin tıbbında (pulları ve etleri) ilaç yapımında kullanılan memeli antik çağlardan gelen yalnız hayvan pangolin; derginin tam ortasında Çin ile özdeşleşmiş memeli, sevimli, yalnız, az hareket eden ve nesli tehdit altında olan neredeyse 12 saatini bitkisel bambu ile beslenmeye ayıran saldırgan olmayan panda verilir. Hayvan seçiminde, sözgelimi bambu varlığına bağlı açlık, beslenme ve üreme eşleştirmesi bulunur. Her iki hayvan da doğanın/ekosistemin regülatörü ve ekosistemin barometreleri olarak izlenir. Ancak her şeyden önce Çin ile özdeş olan bu iki hayvan türü, özellikle pandanın sevimsiz ve öfkeli yüz ifadesi ile dünyanın gücü olarak Çin'in zorlanacağı şeklinde sunulur. Seçim Sandıkları: Güney Afrika ve Fransa'ya dair iki seçim sandığı dikkat çeker. Dünyada seçilmiş olan iki ülke seçimin belirleyici politik ölçütü olarak "ideolojik ve ırkçı söylemler" olacağı, birinin Afrika'da diğerinin Avrupa'da sonuçların dikkatle izlenmesi gerektiği sunulur. Elektrikli araçlar: Dünya genelinde elektrikli arabaların yaygınlaşacağı ve doğunun burada baskın olacağı vurgulanır. Köpek: Kuzey Amerika kıtasının üstünde oturan ve İngiltere bayraklı köpek "Britanyanın ötesi Brexit" spotu ile verilir. Artık İngiltere Kıta Avrupası'ndan çıkacağı ve Amerika ile birlikte hareket edeceği şeklinde verilir.

Açıklama: Bu değerlendirme makale yazarı tarafından düzenlenmiştir.