

Türkiye 2023 Genel Seçim Sürecinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Avrupalı Dergi Kapaklarında Sunumu

 Hacı MORTAŞ*

* Dr.,
Erciyes Üniversitesi,
hmortas@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7238-5569

Gönderilme/ Received

17.01.2024

Kabul Tarihi/ Accepted

07.03.2024

Yayın Tarihi/Published

31.03.2024

Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye genel seçim sürecinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Avrupalı dergi kapaklarında nasıl işlendiğini ve verilen mesajların nasıl ve ne yönde sunulduğunu ortaya koymaktır. Bu kapsamda, seçime az bir süre kala yayımlanan Avrupa'nın önde gelen beş önemli dergisi (The Economist, Der Spiegel, L'Express, Profil ve Le Point) amaçlı örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Seçilen dergilerin kapakları, nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimden yararlanılarak incelenmiş ve Roland Barthes'in düzanlam (denotation) ve yananlam (connotation) boyutundan çözümlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analizlerde, kapaklarda hem görsel hem de dilsel ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Çoğunlukla tehlikenin bir metafor olarak sunulduğu kapaklarda, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın demokrat olmadığı, Putin gibi yayılmacı bir otokrat olduğu ve bu seçimle iktidarının sona ereceği mitlerinin inşa edildiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye Seçim Süreci, Cumhurbaşkanı Erdoğan, Dergi Kapakları, Avrupalı Dergiler, Göstergebilim.

*Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

**Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

****Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Mortaş, H. (2024). Türkiye 2023 Genel Seçim Sürecinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Avrupalı Dergi Kapaklarında Sunumu. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 137-157. doi: 10.59534/jcss.1421224



Presentation of President Erdogan on European Magazine Covers During Türkiye 2023 General Election Process



Hacı MORTAŞ*

* Ph.D.,
Erciyes University,
hmortas@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7238-5569

Gönderilme/ Received

17.01.2024

Kabul Tarihi/ Accepted

07.03.2024

Yayın Tarihi/Published

31.03.2024

Abstract

The aim of this study is to reveal how President Erdogan was depicted on European magazine covers during Türkiye general election process and how and in what direction the messages were presented. In this context, five leading European magazines (The Economist, Der Spiegel, L'Express, Profil and Le Point), published shortly before the election, were determined using the purposeful sampling method. The covers of the selected magazines were examined using semiotics, one of the qualitative research methods, and an attempt was made to analyse them from the denotation and connotation dimensions of Roland Barthes. In the analysis, it was determined that both visual and linguistic expressions were used on the covers. It has been determined that on the covers, where danger is often presented as a metaphor, myths are built that President Erdogan is not a democrat, that he is an expansionist autocrat like Putin, and that his power will end with this election.

Keywords: Türkiye Election Process, President Erdogan, Magazine Covers, European Magazines, Semiotics.

Giriş

Geçmişten bugüne farklı şekillerde yapılagel seçimler, halkın egemenliğine dayanan yönetim biçimlerinin önemli göstergelerinden biridir. Ülkemizde yapılan seçimler de halkın egemenliğine dayanmaktadır. Hem cumhurbaşkanı hem de milletvekilleri beş yılda bir halk tarafından seçilmektedir. Yaklaşık çeyrek asır önce halk tarafından seçilen Recep Tayyip Erdoğan ve partisi halen iktidarını sürdürmektedir. Gerek iktidar ve gerekse muhalefet açısından 2023 Türkiye Genel seçimleri büyük önem taşımaktadır. Bir taraftan iktidar elindeki yönetim yetkisini kaybetmeyi istemezken, diğer taraftan muhalefet yönetim yetkisini almayı arzulamaktadır. Seçim süreci, ülke içerisinde olduğu kadar ülke dışında da dikkatle takip edilmektedir. Bunun için halkın tercihini etkileyebilecek birçok araç ve yöntem başvurulmaktadır. Bu araçlardan bir tanesi de haber dergileridir.

Günümüzde birçok bilgi, televizyon, gazete, dergi ve diğer bilgi aktarma kaynakları vasıtası ile elde edilmektedir. Dergiler dahil bu kaynaklar, zaman zaman gerçek bilgiyi aktarma yerine kamu bilincini yönlendirme, bir başka ifade ile algı oluşturma araçları haline dönüşebilmektedir. Şöyle ki, çeşitli kaynaklardan gelen bilgiler, duyum ve algı düzeylerinde olmaktadır. Duyumlar işlenmemiş, algılar ise işlenmiş bilgiler içermektedir. Duyum, duyular vasıtasıyla elde edilen izlenim iken, algı elde edilen bilgilerin duyular aracılığı ile toplanması, yorumlanması ve anlamlandırılmasını içeren zihinsel bir süreçtir. Algı yönetimi ise kaynaktan gönderilen bilginin hedef kitlenin duygu, düşünce ve davranışlarını etkilemek için yapılan tüm çabaları kapsamaktadır (Cabioğlu ve İşeri, 2015, s. 2). Bilgi ilk olarak algıda işlenmektedir. John Locke'ın dediği gibi “algılama bilginin giriş kapısı” niteliğindedir (Locke, 2017, s. 133). Dolayısıyla seçmenler oy verecekleri kişileri seçerken, algı süreçleri seçim alanındaki kişiler hakkındaki bilgileri (görüntüler, resimler, açıklamalar) yorumlayarak karar vermelerini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Böylece bilgi, insanların zihinleri ve sosyal davranışları üzerinde etkili bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer kaynaklar gibi dergiler de seçimlerle ilgili seçmenlere bilgiler sunan önemli bir kaynak niteliğindedir. Dergilerin en önemli parçası da dergi kapaklarıdır. Dergi kapakları, okuyucular için bilgiye ulaşılan ilk yer konumundadır. Dışarıdan bakıldığında içeriği ile ilgili önemli ipuçları veren bir tasarımdır. Bu tasarım vasıtasıyla okuyucu ile etkili bir iletişim kurulmakta ve devam ettirilmektedir. Bunun için tasarlanan kapağın okuyucuyu kendine çekmesi, dilsel ve görsel açıdan etkileyici olması gerekmektedir. Verilmek istenen mesajlar, sunum ve içerik açısından seçmenlerin karar vermelerinde önemli bir rol oynayabilmektedir. Elbette bütün seçmenlerin kararlarını kesin değiştirme yetisine sahip olduğu söylenemez. Ancak kararların pekiştirilmesi ya da zayıflatılması yönünde az ya da çok etkide bulunması mümkündür.

Literatüre bakıldığında, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın dergi kapaklarında sunumunu inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Fakat sınırlı sayıda da olsa benzer çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Bunlar arasından Sadono ve Amina (2023), “The Fight for the 2024 Presidential Election within the PDIP within the Framework of Temporal Semiotics (Roland Barthes' Semiotics

Study on the Cover of the May 2021 Edition of Tempo Magazine)” isimli çalışmalarında 2024 Endonezya seçim sürecinde PDI-P’nin (Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan) kendi içerisindeki yarışı Tempo dergisi kapağı üzerinden incelemiştir. Parti içerisindeki adaylık yarışının nasıl görüldüğünü anlamaya yönelik yapılan çalışmada, Tempo dergisi tarafından siyasi ve kültürel kayırmacılık üzerinden inşa edilen bir mitin, karikatürize bir söylemle resmedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Klumpp (2023) ise, “Exploring the Distinction Between Populism through and by the Media from a Visual Perspective: Representations of German Politicians on Magazine Covers of Der Spiegel and Compact” isimli çalışmasında Alman politikacıların dergi kapaklarındaki görselleştirilmelerini karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Yapılan incelemede, dergi kapaklarında iletilen görsel mesajlarla siyasetin zihinlerde nasıl canlandırıldığı ve popülizmin medya tarafından aktif olarak nasıl teşvik edildiği ortaya konulmuştur. Bunlarla birlikte dergi kapaklarında kadın ve moda imgelerini inceleyen araştırmaların yanı sıra değişik açılardan farklı yöntemlerle yapılan çalışmalar da görülmektedir. Bu çalışmada ise 2023 Türkiye genel seçim sürecinde Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Avrupalı dergi kapaklarında nasıl sunulduğuna dair bulguların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, amaçlı örneklem yöntemi ile belirlenen dergilerin (*The Economist*, *Der Spiegel*, *L’Express*, *Profil* ve *Le Point*) kapakları Roland Barthes’in düzanlam (denotation) ve yananlam (connotation) boyutunda göstergibilimsel olarak analiz edilmiştir.

1. Türkiye Genel Seçimleri ve Erdoğan

Seçim, “kanunlar, yönetmelikler uyarınca bir veya daha çok aday arasından belli birini veya birkaçını seçme” işidir (TDK Çevrimiçi Sözlük, 2023). Yani çoğunluğun içerisinde belirlenenlerin ayrılması işlemidir.

Seçimler, yönetilenlerin yönetenlerini seçtikleri bir araç olarak kabul görmektedir. Bu araç, yönetenlerin davranışlarını etkileme gücüne sahip olup, yönetenleri hem ödüllendirme hem de cezalandırma şeklinde sonuçlar doğurabilmektedir (Ginsberg ve Stone, 1987, s. 3). Yönetilenlere yönetenleri deneme, denetleme ve değerlendirme olanağı veren seçimler (Öztay, 2020, s. 18), her ne kadar bazı düşünürler tarafından demokrasinin kalbi olarak nitelendirilse de (Heywood, 2018, s. 309), esasen bir nefes gibidir. Belirli aralıklarla yapılarak demokratik toplumlara bir tazeleme ve bir yenileme fırsatı vermektedir. Mevcut yönetenlerin değiştirilmesini ya da pekiştirilmesini sağlayan çok önemli görev üstlenmektedir.

Ülkemizde de diğer demokratik toplumlarda olduğu seçimler yapılmakta ve yönetenler yönetilenler tarafından belirlenmektedir. Ancak seçimler ülkemizin yönetimi için olduğu kadar dış ülkeler ve gruplar için de büyük önem taşımaktadır. Seçilen yöneticiler Türkiye için bir fırsat olarak görülebileceği gibi başka ülkeler için de bir fırsat olarak görülebilmektedir. Bunun için her ülke, çeşitli vasıtaları kullanarak bir çaba içerisinde girmektedir. Bu vasıtaların başında da medya yöneticileri gelmektedir. Schiller ‘a göre medya yöneticileri, insanların tutum ve davranışlarını belirlemede önemli rol oynamaktadır. Gerçeğin kusurlu olarak algılanmasına neden olan medya yöneticileri, esasen birer zihin yöneticileri olarak işlev görmektedir. Bunlar toplumun en akıllı bireyleri arasından seçilmektedir. Öyle ki topluma hakim azınlığın çıkarları için

çoğunluğun desteğini kazanan yönlendiriciler, toplumun büyük çoğunluğunun belirlenmiş kalıplar içinde kalmaları ve yanlışlıkla kalıp dışına çıkmamaları için yönlendirme faaliyetlerini sürdürmektedir. Yönlendirmenin sosyal bir kontrol aracı olarak kullanıldığı bu sistemde, insanlar bir yandan ödüllere diğer yandan zenginlik umudu aşlarıyla kendilerine bağlanmaktadır (Schiller, 2022, s. 11-15).

Yaklaşık çeyrek asır önce yapılan seçimlerde yöneten olarak yönetilenlerin desteğini hak kazanan Recep Tayyip Erdoğan, günümüze kadar kesintisiz yöneten pozisyonunu korumayı başarmıştır. Ancak bu süreçte Erdoğan, ülke dışındaki bazı çıkar grupları tarafından istenmeyen kişi olarak değerlendirilmiştir. 2023 Türkiye genel seçim sürecinde bu durum açıkça ortaya konulmuştur. Bunun nedeni Prado'ya (2023) göre, "Türkiye konumu ve eylemleri nedeniyle önemli bir jeopolitik aktör" olmasında yatmaktadır. Dolayısıyla Prado, Türkiye seçimlerinin de başta komşuları olmak üzere özellikle batılı ülkeler nezdinde etkileri olacağı gerçeğinden hareket etmektedir. Benzer şekilde Ghosh (2023) da 2023 yılında dünya genelinde birçok seçim olacağını ancak bunlar arasından en önemlisinin Türkiye genel seçimleri olacağını vurgulamaktadır. Bunun sebebini ise dünya genelinde birçok ülkenin jeopolitik ve ekonomik hesaplamalarının Türkiye seçim sonuçlarına göre şekilleneceğine bağlamaktadır. Ghosh'a göre, birçok politik kararda özellikle Avrupa Birliği (AB) ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile sorun yaşayan Erdoğan'ın gitmesi, Batılı ülkeleri memnun edecek bir durumdur. Erdoğan için bir tespit de Hearst tarafından yapılmıştır. Hearst'a göre (2023), "şeytani gücün her türlü" Erdoğan'ın omuzlarına yüklenmiş durumdadır. Erdoğan hem bir otokrat olarak etiketlenmekte hem de Müslüman olduğu için de Avrupa demokrasisi için bir tehdit olarak görülmektedir. Batı'nın Erdoğan'a düşmanlık göstermesinin esas nedeninin otoriterlik ya da özgür basına yönelik baskılar olmadığını belirten Hearst, gerçek nedenin Erdoğan'ın Türkiye'yi güçlü bir silahlı kuvvetlere sahip, kendisine biçilen rolü kabul etmeyecek bağımsız bir devlet haline getirmesi olduğunu vurgulamaktadır. Bütün bu değerlendirmeler Batı'nın, medya yöneticileri vasıtasıyla seçime açıktan taraf olma ve nüfuz etme konusunda Türkiye seçimlerine yakın ilgi gösterdiklerine işaret etmektedir.

2.Dergi Kapakları

Dergi, Türk Dil Kurumu çevrim içi sözlükte, "siyaset, edebiyat, teknik, ekonomi vb. konuları inceleyen ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayın; bülten, mecmua" (TDK, 2023) şeklinde tanımlanırken, Britannica'da "süreli yayın olarak da adlandırılan dergi, düzenli aralıklarla (gazeteler hariç) üretilen, genellikle resimli, basılı veya dijital olarak yayımlanan metinler (denemeler, makaleler, öyküler, şiirler) koleksiyonu" (2023) olarak ifade edilmektedir. Bu tanımlarda özellikle dergilerin çeşitli kategorilerde, belirli aralıklarla ve birçok içerikle hazırlanarak, basılı ya da dijital olarak yayımlandığı vurgusu ön plana çıkmaktadır.

Dergiler, içinde bulunduğu toplumların siyasal düşüncelerini anlamada diğer yayınlar gibi önemli bir işlev görmektedir (Yapar Gönenç, 2007, s. 64). Dergileri kendi bulunduğu ülke ve toplum bünyesinde ele almak gerekmektedir. Çünkü mevcut ortamın fikri yapısının dergilere yansması kaçınılmaz olduğundan, her dergi yayımlandığı dönemin aynası gibidir, söz konusu dönemle ilgili önemli

bilgiler vermektedir. Dergi kapakları da dergilerin önemli parçalarından biridir. Dolayısıyla dergi kapaklarına, özellikle bilginin amacına uygun bir şekilde daha küçük boyutlara indirgenerek içerik hakkında hedef kitleyi yönlendirme rolü verilmektedir. Kendinden beklenen görevi yerine getirebilmesi için önemli bir girişim olan dergi kapakları, sadece görsel bir sunum içermemektedir. Esasen amaç araç ilişkisi içerisinde zihinleri biçimlendirme ve algı oluşturma ifadelerini de hedef kitleye sunmaktadır. Bu bağlamda açık ya da gizli ifadeler, görseller, semboller belirli bir amaç için dergi kapaklarında kullanılabilir. Bu tasarımlarla verilmek istenen mesajların pazarlanarak hedef kitlenin yönlendirilmesi için ilgi çekilmek istenmekte ve oluşan taleple istenen amaç ve hedefe ulaşma girişimi gerçekleştirilmektedir (Papatya, 2022, s. 8-9). Derginin özelliklerini gösteren, çekiciliğini artıran ve okuyuculara kendisini tanıtan kapaklar, derginin dikkate alınması gereken en önemli parçası olarak ifade edilebilir (Sadono ve Amina, 2023, s. 3-4). Çünkü kapaklar, derginin içerisindeki bilgileri kısa, öz, ilgi çekici, beklentileri karşılayan ve merak uyandıran bir yapıda tasarlanmaktadır. Kapak üzerine konulan görsel ve dilsel ifadeler, okuyuculara ilgilendikleri bir konu olduğunu daha ilk görüşte algılamalarına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla okuyucuları kendine bir mıknatıs gibi çekerek dergiye yönelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca kendi içeriğini dışa yansıtma görevi üstlenen dergi kapakları, adeta kendi reklamlarını da kendileri yapmış olmaktadır (Bignell, 2002, s. 59). Rakipleriyle neredeyse bir yarış içerisinde. Dergi kapaklarını görenler veya okuyanlar aynı zamanda birer taşıyıcı durumunda olduklarından bir başkasına aktarma potansiyellerine de sahiptir.

3.Yöntem

2023 Türkiye genel seçim sürecinde dergi kapakları, dünya genelindeki seçmenleri yönlendirmeyi amaçladığı ve bu amaca ulaşabilmek için mevcut iktidarın lideri Recep Tayyip Erdoğan'ı farklı biçimlerle göstererek Türk ve dünya toplumlarına kendi idealleri doğrultusunda dayatmalarda bulunduğu ve bunu pekiştirmeye çalıştığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda seçmenleri kendi istek ve arzularına uygun tercihlere katılmak ve Erdoğan'dan uzaklaşmaya ikna etmek için harekete geçildiği görülmektedir. Buradan hareketle Erdoğan'ın sunumunun dergi kapaklarında nasıl işlendiğinin ve verilen mesajların nasıl ve ne yönde olduğunun incelendiği bu çalışmada, amaçlı örneklem yöntemi ile seçilen dergi kapakları göstergebilimden yararlanılarak çözümlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada belirlenen dergi kapakları, Erdoğan'ın sunulmasında nasıl ve ne amaçla kullanıldığı nitel araştırma yöntemlerinden biri olan göstergebilimden yararlanılarak incelenmiş ve Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımı üzerinden analizi yapılmıştır. 20. Yüzyılın başlarında Charles Sanders Peirce ve Ferdinand de Saussure'ün çalışmaları ile ortaya çıktığı belirtilen göstergebilim (Sığırcı, 2020, s. 27), diller, normlar ve belirtkeler gibi gösterge dizelerini inceleyen (Guiraud, 1994, s. 17), göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasını konu edinen bilim olarak ifade edilmektedir (Fiske, 1996, s. 62). Ancak günümüzde kendisini oluşturan kelimelerden daha öte bir boyut kazandığı (Rifat, 2009, s. 11), özellikle Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın yaptığı çalışmaların katkısıyla da önemli gelişmeler sağlandığı belirtilmektedir (Kılıçbeyli, 2021, s. 39).

Barthes, göstergebilimi başına gelen bir serüven olarak görmektedir. Hayranlıkla başlayan bu serüven, bilimsellik evresiyle devam etmekte ve metin evresiyle de son bulmaktadır. Bu serüvenin sonunda Barthes, kendinden önce yapılan araştırmaları filtre ederek kendi açısından göstergebilimin özünü oluşturduğunu savunmaktadır (Barthes, 1997, s. 12-15). Saussure'den esinlenerek ilerleyen Barthes, göstergebilim ilkelerini yapısal dilbilimden hareket ederek; dil ve söz, gösteren ve gösterilen, dizge ve dizim, düzanlam ve yananlam şeklinde ikili karşıtlıklar biçiminde dört başlıkta incelemektedir (Barthes, 1979, s. 2). Dil ve söz ayrımının sınıflandırılarak göstergebilimsel geçiş yapılmasının değişikliği de beraberinde getireceğini savunan Barthes, bu düşüncesini moda çözümlenmesiyle dile getirmektedir. Sadece görsel olarak bir dergide yer olan giysinin gerçekte göstergelerden oluşan bir bütün olduğunu belirten Barthes, her gösterge için hem iç hem de bir dış ilişkiden söz etmektedir. Giyilen her bir giysinin özdeşleşme ve modayı takip etme bağlamında işlevleri olduğunu vurgulayan Barthes, göstergebilimin yapılan her bir etkinliğin dil dışındaki anlamlama işleyişinin belirlenmesini amaçladığını ileri sürmektedir (Sığırcı, 2020, s. 32-33). Anlamlama, göstergedeki, gösterenle gösterilen arasındaki ilişkinin kurulma sürecine işaret etmektedir (Erkman, 1987, s. 63). Barthes'ın modelinde ön plana çıkan gösteren ve gösterilen kavramlarının esasen gösterge kavramının iki ayağını oluşturduğu anlaşılmaktadır. Burada gösteren anlatım (biçim), gösterilen ise içerik (kavram) düzlemini temsil etmektedir (Barthes, 1997, s. 41). Göstergeler, anlatım/biçim vasıtasıyla içeriğe gönderme yapmaktadır. Mesela /e/v/ harflerinden oluşan /ev/ kelimesi vericinin ağzından çıktığında, ses dalgaları halinde önce alıcının kulağına, sonrada zihnine ulaşmaktadır. Verici ve alıcı aynı dili konuştuklarında, alıcı gelen şifreyi çözerek ev olarak anlamaktadır. Burada işitme imgesi gerçek bir evden ziyade zihinde oluşan ev kavramına gönderme yapmaktadır. Görsel bir gösterge olduğunda durum görsel bir imge olmaktadır. Ev kelimesi ses göstergesinin bir biçimi olarak karşımıza çıkmakta ve zihinde daha önceden var olan /ev/ kavramını çağrıştırmaktadır (Erkman, 1987, s. 39-40). Dolayısıyla içerik/kavram ile anlatım/biçim birbirleriyle bağlantılı olmak durumundadır. Gösterge, kendisinden başka bir şeye gönderme yapan ve duyularımızla kavrayabileceğimiz bir olgudur (Fiske, 1996, s. 63), bir uyarıcıdır (Guiraud, 1994, s. 39). Örneğin ter bir göstergedir (Barthes, 2014, s. 24). Bedenin maruz kaldığı bir durumu yansıtmaktadır. Depoda ne kadar yakıt kaldığını gösteren alet, trafik işaretleri, çeşitli resimler, kelimeler hepsi birer göstergedir (Erkman, 1987, s. 10). Bütün bu örnekler kastedilen şeylerin yerlerine geçen göstergelerdir. Ancak bu göstergelerin önceden tanınması ya da bilinmesi gerekmemektedir. Tanınmayan ya da bilinmeyen göstergelerin iletişimsel bir nitelik taşıması mümkün değildir. Gösterenin iki bağlantısal unsurundan biri gösterilendir. Gösterilen, göstergeyi kullanan kişinin bundan anladığı şeye denmektedir (Barthes, 1997, s. 43). Bir başka ifade ile gerçek dünya olgu ve nesnelere gösterilen, bunların zihinlerde oluşan izdüşümüne de gösteren denilmektedir. Gösteren, nesneye eşit olmayıp onun yerini tutmaktadır (Erkman, 1987, s. 64). Gösterenin ortak duyuşal yani herkes tarafından bilinen anlamına gönderme yapan kavram düzanlam, gösterenin duygularla ve kültürel değerlerle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimleyen kavram da yananlam olarak ifade edilmektedir. Düzanlam neyin, yananlam nasıldır yanıtı vermektedir (Fiske, 1996, s. 116-117). Peki bir metin bir başka ifade ile bildiri anlam bakımından

nasıl olmaktadır? Öncelikle her bildirinin bir anlatım (gösteren) ve bir içerik (gösterilen) düzleminin olduğunu belirtmek gerekir. Örneğin “Astra ile altın gibi pişiriniz” bildirisini alan bir kişi, bu pişirmenin altına benzer bir ürün ortaya çıkaracağına güveni söz konusudur. Çünkü bu bildiri de hem anlatım (gösteren) hem de içerik (gösterilen) düzlemi bulunmaktadır. Bu noktada birinci bildiri, düz anlam bildirisini kabul edilmektedir. İkinci bildiri ise gerçekte söylenmese de “Astra” yağının mükemmel olduğu belirtilmektedir. Bu gösterilen bildirinin özünü oluştururken, gösteren ise birinci bildirinin tamamıdır. Dolayısıyla ikinci bildiri, birinci bildirinin yan anlamını oluşturmaktadır. Bu noktada birinci bildiri, ikinci bildiriye daha doğal hale getirerek, ikinci bildirinin amacını ortadan kaldırmakta ve sıradan bir çağrı görünümünü vermektedir (Barthes, 1997, s. 162-165). Bu durum son derece büyük bir öneme sahiptir.

Bahse konu kavramlara ek olarak metafor, metonimi, mit ve simge kavramlarının da son zamanlarda daha görünür olduğunu belirtmek gerekir. Anlatımı daha güçlü kılmak için bir durumu başka bir şekilde açıklamak amacıyla kullanılan metafor (Kılıçbeyli, 2021, s. 40), insanların dünyayı nasıl algıladıklarını ve olaylarla ilgili ne düşündüklerini açık bir şekilde ifade etmektedir. Dilin vazgeçilmez bir unsuru olan metafor, bir dildeki nesnelere verilen isimlerin anlam açısından genişlemesi ve gerçek anlama yakın veya bazı yönlerden benzer özellikler gösteren nesnelere belirtmek için kullanılmaktadır. Bu noktada gerçek anlam ile yeni anlam arasında çağrışımların bulunması metaforu oluşturmaktadır (Urgancı, 2018, s. 147). Örneğin gül sevginin, zetindalı barışın birer metaforu olarak kabul görmektedir. Oysa bu kavramlar arasında doğrudan herhangi bir bağ bulunmamaktadır. Ancak bazı benzeşimlerden esinlenerek zihinlerde bir ilişki oluşturulmaktadır (Güven, 2014, s. 20). Geleneksel bakış açısından farklı olarak dilin yanı sıra düşünce ve eylemde de metaforların bulunduğunu tespit eden Lakoff ve Johnson, gündelik hayatta düşünülen ve eylemde bulunan terimlerin de esasen metaforik olduğunu savunmaktadır. Bu durum “Tartışma Savaştır” kavramsal metaforu ile açıklanmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2015, s. 28). Bu metaforda öncelikle tartışma ve savaş kavramları düşünce olarak eşleştirilmektedir. Daha sonra savaş kavramı ile yakın ilişkisi olan savunmak, saldırmak, hedeflemek, yok etmek, yenmek, yenilmek, ateş etmek, yerle bir etmek, strateji, mevzi, cephe, hücum gibi birçok savaş terimi üretilmektedir. Bu noktada metaforlar, kavramsal ve onların birer yansıması olan dil metaforları olmak üzere iki ayrı sınıflandırma altında değerlendirilmektedir. Savaşta edinilen bilgiler, taşıma ile birleştirilmektedir (Dinçer, 2017, s. 770). Dolayısıyla bu metafor, gündelik dilde kullanılan “iddialarınız savunulamaz, eleştirileri doğrudan hefeni buldu, argümanını yerle bir ettim, onunla asla bir taşırmada galip gelemedim” gibi dilsel ifadelerle yansımaktadır. Yapılan tartışmada kazanma ve kaybetme, saldırma ve savunma, strateji, mevzi değiştirme, hücum hattı oluşturma gibi düşünsel eylemlerin çoğu savaş kavramı ile hayat bulmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2015, s. 28-29).

Duyguların ifade edilmesinde metafor gibi metonimi de önemlidir. Metafor ve metonimi biribirinden ayırmak bazen güç olmaktadır. Çünkü aralarında birbirlerini bütünleyen bir ilişki söz konusudur (Dinçer, 2017, s. 771). Metonimi aralarında belirli bir bağ kurulabilen hususlarda birinin diğerini çağrıştırması

için kullanılmaktadır (Kılıçbeyli, 2021, s. 40). Metaforda çoğunlukla benzerlik ilgisi söz konusu iken, metonimide benzerlik dışında içerik-içeren, parça-bütün, iç-dış, eser-yazar gibi ilgiler de kullanılmaktadır. Örneğin “Çayı ocağa koyar mısın?” derken çay içerik, çaydanlık içeren pozisyonunu alarak aktarma yapılmaktadır (Köse, 2019, s. 249). “Ankara Avrupa Birliği üyelik müzakereleri başlıyor” örneğinde ise parça olan Ankara bütün olan Türkiye’nin yerine geçmektedir (Güven, 2014, s. 20). Dolayısıyla metaforlar iki farklı olgunun yer değiştirmesiyle oluşurken, metonimiler aynı düzlem üzerinde birbirleriyle kurulan bağlar sonucunda oluşmaktadır (Arslan, 2016, s. 56). Simge ise bir şeyi ifade eden semboldür (Kılıçbeyli, 2021, s. 40). Üzerinde uzlaşma sağlanmış bulunan göstergelere simge denilmektedir. Örneğin matematik ya da kimya dallarında kullanılan simgeler, üzerinde uzlaşmış bir anlamı ifade ettiği için birer simgedir. Aynı şekilde terazi işareti de adaleti simgelemektedir. Burada önemli olan husus, belirtilen şeyin insanlar tarafından aynı anlamı çıkarma noktasında bir uzlaşmanın olmasıdır (Rifat, 2009, s. 32). Mit, kültürel unsurlar arasındaki öykülerin açıklanması olarak ifade edilmektedir (Çakı, 2018, s. 68). Kültürün içerisindeki gerçekliğe gönderme yapan mitler, esasen bir meşrulaştırma görevi görmektedir. Mitler, yananamları barındırmakta ve göstergebilimin ikincil düzenini oluşturmaktadır. Birincil düzlemdeki gösterge, ikincil düzlemdeki mitlerin göstereni olabilmektedir. Mitlerde zamana bağlı olarak değişimler gözlenebilmektedir. Örneğin son zamanlarda kadınların çalışma hayatında yer almasına yönelik yapılan çalışmalarla birlikte çalışan başarılı kadın miti ön plana çıkmaktadır (Ataman Yengin, 2012, s. 16).

Çalışma, yukarıda çizilen kavramsal çerçeve ışığında incelenerek ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

3.1.Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı, dergi kapaklarında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın nasıl ve ne yönde sunulduğunu ortaya koymaktır.

3.2.Çalışmanın Önemi

Çalışma, bir ülkenin kaderini etkileyebilecek seçimlerin öncesinde propaganda amaçlı kullanılan dergi kapaklarının rolünün açıklanması, seçim süreçlerinde yaşanan propaganda faaliyetlerine ışık tutması ve ne tür mit, metafor ve metonimilerden yararlandığının belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır.

3.3.Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

14 Mayıs 2023 Türkiye genel seçim sürecinde Erdoğan’ın sunumu ile ilgili Avrupa’daki tüm dergi kapakları çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Ancak tüm dergi kapaklarına ulaşmanın olanağı bulunmadığından dolayı çalışmada örneklem kullanılması yoluna gidilmiştir. Bu amaçla, amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak seçime iki haftadan az bir süre kala yayımlanan Avrupa’nın önde gelen ve köklü geçmişe sahip beş önemli dergisi inceleme kapsamına alınmıştır.

3.4.Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın sadece üç Avrupalı dergi üzerinden yürütülmesi ve çalışma ile ilgili elde edilen bilgi ve bulgularla genellemeler yapılması çalışmanın sınırlılığını

oluşturmaktadır. Bununla birlikte çalışmanın Barthes'ın düz anlam, yan anlam ve mit kavramları üzerinden ele alınması da diğer bir sınırlılığı oluşturmaktadır.

3.5. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında; Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın dergi kapaklarında sunulmasında hangi metaforlar kullanılmıştır? ve hangi mitler inşa edilmeye çalışılmıştır? sorularına cevap aranmıştır.

4. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde *The Economist*, *Der Spiegel*, *L'Express*, *Profil* ve *Le Point* dergi kapakları göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmektedir. Analize geçmeden önce dergilerle ilgili kısa bilgiler sunmanın yararlı olacağı düşünülmektedir.

The Economist

İskokç bir şapka üreticisi tarafından 1843 yılında ticari amaçla kurulan *The Economist*, Londra merkezli haftalık olarak yayımlanan bir haber dergisidir. Siyaset ve ekonomi hakkında haberler yayımlayan dergi, dünya geneline yayılarak küresel bir marka haline dönüşmüştür. Son yıllarda büyük bir değişimle dijitalleşen dergi, iş dünyası ve diğer karar vericilere yol göstermek amacıyla ülke analizleri ve tahminleri yayımlamaktadır ([The Economist Group, 2023](#)). Coğrafi olarak altı kıtayı kapsayan 14 ülkede ofisler açarak faaliyetlerini sürdüren derginin 1,182,000 abonesi ve 61,4 milyon sosyal medya takipçisi bulunmaktadır ([The Economist Group \(TEG\) Annual Report 2023, s. 3](#)).

Der Spiegel

II. Dünya Savaşı sonrası Almanya'yı yöneten İngiliz askeri idaresi, kendi idealleri doğrultusunda eğitmek amacıyla Alman vatandaşların politik gelişmelerden haberdar olabilmesi için bir haber dergisi çıkarılmasını kararlaştırmıştır ([Ulus, 1989, s. 33](#)). Merkezi Hamburg'da bulunan haftalık bir Alman haber dergisi olan *Der Spiegel*, yayın hayatına yaklaşık ikinci dünya savaşının bitiminde (1946) başlamıştır. Zamana bağlı olarak gelişimini sürdüren dergi, Almanya'nın en etkili dergilerinden biri haline dönüşmekle kalmayıp başka ülkelere de yayılmıştır ([Kontulainen, 2008, s. 8](#)). Avrupa'nın önde gelen dergileri arasında kendine yer bulan dergi, geniş okuyucu kitlesi ile oldukça popüler görülmektedir. Uzun sayılabilecek bir geçmişe sahip olan dergi, büyük tirajlara ulaşmış durumdadır ([Mesaroš, 2015, s. 17-18](#)). Dergi, yaklaşık 76 yıllık bir süre içerisinde multimedya şirketine dönüşmüştür. Yeni digital *Spiegel* "Bu dünyaya ayna tutuyoruz" sloganı ile devam etmektedir. 25 Ekim 1994 yılında çevrimiçi olarak yayına ilk başlayan dergi olmuştur ([Spiegel Gruppe, 2023](#)).

L'Express

1953 yılında Amerikan *Time* dergisini model alarak kurulan dergi, Fransa'nın önde gelen haftalık haber dergilerinden birisidir ([Britannica, 2023](#)). Merkezi Paris'te bulunan derginin 70 yıllık geçmişinde yayımının engellenmesi, bölünme ve el değiştirme gibi çalkantılı süreçler görülmektedir. Aynı şekilde tirajlarında da inişli çıkışlı bir süreç yaşayan dergi, son yıllarda ekonomi, politika ve uluslararası konulara odaklanarak bir istikrar yakalamış durumdadır ([Wikipedia, 2023](#)).

Profil

Avusturya'nın en önemli haber dergisi olarak kabul edilen dergi, 1970 yılında kurulmuştur. Merkezi Viyana'da bulunan dergi, haftalık olarak basılmakta ve Avusturya genelinde dağıtılmaktadır. Liberal bir eğilimi olan derginin 2019 verilerine göre yaklaşık 60 bin tiraja sahip olduğu belirtilmektedir (Euro Topics, 2024).

Le Point

Eylül 1972 yılında bir grup gazeteci tarafından kurulan dergi, Fransa'nın önde gelen haftalık olarak yayınlanan haber dergilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Merkezi Paris'te bulunan derginin 2020 verilerine göre yaklaşık 290 bin baskı sayısına ulaştığı belirtilmektedir. Kendisine Time ve Newsweek'i örnek olarak alan dergi, muhafazakar ve merkez sağ eğilimli bir duruş benimsemiş görünmektedir (Wikipedia, 2024).

4.1.The Economist Dergisinin Kapak Analizi

The Economist dergisinin 6 Mayıs 2023 tarihli kapağı düz anlam boyutunda incelendiğinde, görselden ziyade dilsel ifadelerin kullanıldığı görülmektedir. Beyaz bir zeminde hazırlanan kapağın ortasında siyah kalın yazı tipi büyük harf ve puntolarla "THE MOST IMPORTANT ELECTION OF 2023" (2023'ün en önemli seçimi) ifadesi dikkat çekmektedir. Bu ifadenin sağ ve sol kenarlarında dört adet yuvarlak etiket yer almaktadır. Bu etiketlerden birinin üzerinde Türk Bayrağı, diğerlerinde ise "SAVE DEMOCRACY" (demokrasiyi kurtar), "VOTE" (oy ver), "ERDOGAN MUST GO" (Erdoğan gitmeli) kodları bulunmaktadır. En alt satırda ise kırmızı renkte "TURKEY AND THE FUTURE OF DEMOCRACY" (Türkiye ve demokrasinin geleceği) yazısı görülmektedir.

Resim 1: The Economist Dergisi Kapağı



Kaynak: <https://www.economist.com/>

Dergi, bu baskısında kapağını beyaz bir zemin olarak belirlemiştir. Bu zemin üzerinde zıtlık oluşturan siyah ve kırmızı renkler kullanılmıştır. Renkler, kişinin ruhunda anlamlı ve kesin bir bilgi oluşturabilmektedir. Görsellerin yazı ile desteklenmesi ise doğru yorumlanmasını kuvvetlendirmektedir. Kapak anlam boyutunda incelendiğinde, 2023 yılında dünyanın birçok ülkesinde seçim olacağı fakat bu seçimler arasında en önemlisinin Türkiye’de yapılacak seçim olduğu vurgulanmaktadır. Simge olarak Türk bayrağının kullanıldığı kapakta, “demokrasiyi kurtar” ifadesi tehlike ve felaket metaforu olarak sunulmuştur. Böylece Türkiye’de halkın egemenliğine dayanmayan kötü bir yönetimin olduğu, demokrasinin olmadığı, bunun sebebinin de Erdoğan olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla oy verin Erdoğan gitsin ve demokrasi de kurtulsun mesajı verilmektedir. Bir başka ifade ile Erdoğan’ın demokrat olmadığı otokrat olduğu ima edilerek bir meşrulaştırma yapılmaktadır. Türkiye ve demokrasinin geleceği ifadesinde Türkiye, Türk halkının metonimi olarak kullanılmaktadır. Sade bir görünüm sergileyen kapakta verilmek istenen mesajlar açık ve net bir şekilde gösterilmektedir.

4.2.Der Spiegel Dergisinin Kapak Analizi

Der Spiegel dergisinin 5 Mayıs 2023 tarihli kapağı düz anlam boyutunda incelendiğinde, Alman Şansölyesi Angela Merkel’in Türkiye’yi ziyareti sırasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile İstanbul’daki Yıldız Sarayı’nda yapılan görüşmeden hatırlanan altın varaklı koltuk görülmektedir. Erdoğan’ın bu koltukta oturuşunu gösteren üzerinde işlem yapılmış bir fotoğrafı resmedilmiştir. Fotoğrafın göbek hizasına büyük harf ve puntolarla “DER UNBESIEGBARE” (yenilmez) sözel ifadesini yerleştiren dergi, hemen altında “Aufbruch order Chaos? (Yeni bir başlangıç mı yoksa karışıklık mı?) Was passiert, wenn Erdoğan verliert” (Erdoğan kaybederse ne olur?) kodunu kullanmıştır. Kırmızı bir zemin üzerine resmedilen koltuğun bazı noktalardan çatladığı ve kırıldığı da gösterilmiştir.

Resim 2: Der Spiegel Dergisi Kapağı



Kaynak: <https://www.spiegel.de/> Erişim Tarihi:11.05.2023

Kapak yan anlam boyutunda incelendiğinde, Alman Şansölyesi Angela Merkel'in Türkiye'yi ziyareti sırasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile İstanbul'daki Yıldız Sarayı'nda yapılan görüşmeden hatırlanan altın varaklı hilalli koltuğun özellikle seçildiği anlaşılmaktadır. Çünkü tarihi öneme sahip Osmanlı imparatorluğunu hatırlatan bu koltuğun bir metonimi olarak kullanıldığı görülmektedir. Bir simge olarak kullanılan hilalli koltuk ile imparatorluğa ve hilafete gönderme yapılmaktadır. Burada Erdoğan'ın halifeliğe ve sultanlığa özlem duyduğu ima edilmektedir. Ancak yapılacak seçimin siyasi bir sarsıntıya yol açacağı ve bu özlemin koltuk üzerinde gösterilen çatlama, kırılma ve dökülme işaretleri ile gerçekleşmeyeceği mesajı verilmektedir. Savaş, kavga ve anarşi metaforunun işlendiği kapakta unbesiegbare (yenilmez) sözel ifadesinin olumsuzluk belirten "un" ekinin de çatlamış ve bir kısmının kırılıp dökülmüş olması ile aslında Erdoğan'ın yenilmez olmadığı yenilebilir olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Fakat Erdoğan'ın yenilmesi halinde koltuğunu kolay kolay bırakmayacağı ve ülkede karışıklık çıkacağı ima edilmektedir. Bu durum alt satırlarda yer alan "kaos" vurgusundan açık bir şekilde anlaşılmaktadır. Dahası Erdoğan'ın yüzündeki sert bakışlı ifadesi ve arka fondaki kırmızı renk ile kanlı bir hesaplaşmanın olacağı da gösterilmektedir.

4.3.L'Express Dergisinin Kapak Analizi

L'Express dergisinin 4 Mayıs 2023 tarihli kapağı düz anlam boyutunda incelendiğinde, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yukarı ve uzaklara bakan bir portresi görülmektedir. Kapağın rengi turuncu olarak belirlenmiş ve Erdoğan'ın resmi arka plana alınmıştır. Dolayısıyla Erdoğan'ın yüzünün ve gözünün büyük kısmı da turuncu rengine dönüştürülmüştür. Hemen başın üzerinde büyük harflerle ve küçük puntolarla EUROPE, RÉFUGIÉS, MOYEN-ORIENT... (Avrupa,

mülteciler, Ortadoğu) ifadeleri bulunurken, alın üzerinde küçük harf büyük puntolarla “Erdogan, le risque du chaos” (Erdoğan, kaos riski), ifadesi dikkat çekmektedir. Bizim bakış açımıza göre sol omuz üzerinde ise küçük harf ve küçük puntolarla “Turquie: l’élection de tous les dangers” (Türkiye: Tüm tehlikelerin seçimi), ve “Son pacte avec Poutine” (Putin ile yaptığı anlaşma) ifadeleri yer almaktadır.

Resim 3: L’Express Dergisi Kapağı



Kaynak: <https://www.lexpress.fr/> Erişim Tarihi: 11.05.2023

Kapak yan anlam boyutunda incelendiğinde, zemin için turuncu rengin özellikle seçildiği anlaşılmaktadır. Çünkü, turuncu rengin sıcaklığı temsil etmesi ve tehlikeye işaret etmesi, metaforik bir yaklaşımla Erdoğan için bu seçimin zor ve sıkıntılı geçeceğine göndermede bulunmaktadır. Sıcaklıkla aslında karışıklık ve çatışma kast edilmektedir. Özellikle göz ve çevresinde yapılan efektlerle hüzünlü, çaresiz ve acınası bir bakış resmedilerek Erdoğan’ın artık sonbahar mevsimine girdiği ve iktidar için her an her şey olabileceği miti inşa edilmektedir. Alın üzerinde büyük puntolarla yazılan “risk” ve “kaos” sözel ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir. Bununla birlikte Türkiye, Avrupa, Ortadoğu ve mültecilerin metonomi olarak sunulduğu kapakta, Recep Tayyip Erdoğan’ın Rusya lideri Vladimir Putin ile yaptığı anlaşmanın (Akkuyu Nükleer Enerji Santrali, S-400 Hava Savunma Sistemi vb.) Avrupa için bir tehlike oluşturduğuna, Erdoğan’ın seçilmesi halinde Suriyeli göçmenlerin Avrupa’ya gidebileceğine ve Ortadoğu’da bulunan ülkelerin kendi açılarından karışabileceğine de işaret edilmektedir. Tüm bu dilsel ve görsel ifadeler birlikte düşünüldüğünde çıkarımların birbirlerini tamamladığını söylemek mümkündür.

4.4.Profil Dergisinin Kapak Analizi

Profil dergisinin 7 Mayıs 2023 tarihli kapağı düz anlam boyutunda incelendiğinde, Türk bayraklı bir kapak tasarlandığı, bayrakta bulunan hilalin alt ince uç kısmına Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın parmaklarıyla tutunmuş aşağı doğru sarkan boydan bir resmi görülmektedir. Kapak üzerine büyük harflerle siyah olarak “ERDOĞANS SCHICKSALSWAHL” (Erdoğan'ın Kader Seçimi) hemen altına beyaz renklerde büyük harf ve biraz daha büyük puntolarla “WERDEN WIR IHN ENDLICH LOS?” (Sonunda O'ndan kurtulacak mıyız?) ifadeleri kodlanmıştır. Alt satırlarda ise siyah renkte, büyük harflerle ve nispeten küçük puntolarla “WAS SICH TÜRKEN HIER UND DORT ERHOFFEN” (Türkler burada ve orada neler umuyor) ifadeleri bulunmaktadır.

Resim 4: Profil Dergisi Kapağı



Kaynak: <https://www.profil.at/> Erişim Tarihi: 11.05.2023

Kapak yan anlam boyutunda incelendiğinde, simge olarak Türk bayrağının kapak zemini olarak kullanıldığı görülmektedir. Erdoğan'ın Bayrakta yer alan hilalin alt ucundan parmak ucuyla tutunan fotoğrafı, her ne kadar dine yani İslama tutunarak siyasete devam etse de düştü düşecek algısı oluşturılmaya yönelik olduğu şeklinde yorumlanabilir. Burada hilal, İslam dinin metonimi olarak sunulmaktadır. “Sonunda O'ndan kurtulacak mıyız?” ifadesinde tehlike ya da kötü bir durumu atlatma metaforu kullanılmaktadır. Hem Avusturya'da hem de Türkiye'de yaşayan Türkler olumlu ya da olumsuz bir umut içerisinde olabilir. Ancak Erdoğan'ın daha fazla dayanamayacağı ve “kader seçimi” ifadesi ile Erdoğan'ı kaçınılmaz bir sonun beklediği mitinin inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkmaktadır.

4.5. Le Point Dergisinin Kapak Analizi

Le Point dergisinin 4 Mayıs 2023 tarihli kapağı düz anlam boyutunda incelendiğinde, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yana bakan, kapağı dolduracak şekilde yakınlaştırılmış, eli çenesinde ve düşünceli bir portresi görülmektedir. Fotoğraf yakın çekim ve kapağı dolduracak biçimde yerleştirilmiştir. Bize göre derginin sol üst kısmında küçük puntolarla “Menaces de guerre, expansionnisme, haine de l'Occident...” (Savaş tehditleri, yayılmacılık, Batı nefreti) ifadeleri yer alırken, hemen altında büyük puntolarla “Erdogan L'autre Poutine” (Erdoğan, diğer Putin) ifadesi dikkati çekmektedir. En altta ise daha küçük puntolarla “Les enjeux géopolitiques d'une élection” (Seçimin jeopolitik sorunları) ifadesi bulunmaktadır.

Resim 5: Le Point Dergisi Kapağı



Kaynak: <https://www.lepoint.fr/> Erişim Tarihi: 11.05.2023

Kapak yan anlam boyutunda incelendiğinde, kapağın bize göre sol üst kısmında yer alan “savaş tehditleri, yayılmacılık, Batı nefreti” ifadeleriyle Erdoğan'ın da Batı'dan nefret eden, savaş tehditleri yaparak yayılmacı bir kimlik taşıyan Putin gibi bir kişilik olduğu mitinin işlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Putin için kendi zihin dünyalarında oluşturdukları otokrat ve imparatorluk peşinde koşan olumsuz kişilik algısının Erdoğan'a yüklenmek istendiği anlaşılmaktadır. Burada saldırganlık bir metafor olarak kullanılırken, Putin otokratlığın bir metonomi olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla yapılacak seçimin çok önemli olduğu ve Erdoğan'ın kazanması halinde jeopolitik açıdan kendileri için birçok sorunu da bebarerinde getireği ima edilmektedir. Yüz hatlarını belirgin kılan düşünceli bir bakışla resmedilen Erdoğan'ın, esasen yorgun, bitkin ve sıkıntılı bir halde seçim sürecine girdiği mesajı da verilmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma, 2023 Türkiye genel seçim sürecinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Avrupa'nın önde gelen The Economist, Der Spiegel, L'Express, Profil ve Le Point haftalık haber dergilerinde nasıl ve ne yönde sunulduğunu araştırmıştır. Araştırmanın nispeten küçük bir örnekleme dayanması ve dergi kapaklarındaki görsel ve dilsel ifadelerle odaklanması bakımından sınırlı sonuçlar ürettiğini söylemek gerekmektedir. Ancak üretilen potansiyel etkiler dikkate alındığında bu durum, normal olarak değerlendirilmekte ve gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir bakış açısı sunmaktadır.

Çalışma, dergi kapaklarını incelemenin potansiyelini göstermiştir. İncelenen dergilerin, söz konusu dönemde kendi amaç ve hedefleri doğrultusunda algı oluşturmak ve yönlendirme yapmak gibi bir çaba içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim The Economist dergisinin kapağında 2023 yılında dünyanın birçok ülkesinde seçim olacağı ancak diğer seçimlerden ziyade Türkiye'de yapılacak seçimlerin çok önemli olduğuna dikkat çekilerek, Türkiye'de halkın egemenliğine dayanmayan kötü bir yönetimin olduğu, demokrasinin olmadığı ve bunun sebebinin de Erdoğan olduğu miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Tehlike ve felaket metaforunun kullanıldığı kapakta, oy verin Erdoğan gitsin ve demokrasi de kurtulsun şeklinde telkinde bulunulmuştur. Diğer yandan altın varaklı hilalli koltuğun metonimi olarak kullanıldığı Der Spiegel dergisinde de Osmanlı İmparatorluğu'na ve hilafete gönderme yapılarak esasen Erdoğan'ın halifelğe ve sultanlığa özlem duyduğu, bunun gerçekleşmemesi için herkesin elinden geleni yapması gerektiği çağrışımında bulunulmuştur. Savaş, kavga ve anarşi metaforunun kullanıldığı kapakta, Erdoğan'ın yenilmez olmadığı, yenilebilir olduğu miti verilmeye çalışılmıştır. Erdoğan'ın yenilmesi halinde koltuğunu bırakmayacağı dolayısıyla Türkiye'nin karışacağı hatta kanlı bir hesaplaşmanın olabileceği iması yapılmıştır. Turuncu renkte tasarlanan L'Express dergisi kapağında ise, tehlike bir metafor olarak kullanılmıştır. Sıcaklığa ve tehlikeye işaret eden turuncu renkle esasen karışıklık ve çatışma kast edilmiştir. Özellikle Erdoğan'ın artık son yönetim dönemine girdiği ve bundan sonra bazı olayların olabileceği miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte Erdoğan'ın Rusya lideri Putin ile yaptığı Akkuyu Nükleer Enerji Santrali ve S-400 Hava Savunma Sistemi anlaşmalarının Avrupa için birer tehlike olduğuna, Erdoğan'ın tekrar seçilmesi halinde Suriyeli göçmenlerin Avrupa'ya gidebileceğine ve Ortadoğu'nun kendi açılarından karışabileceğine de işaret edilerek buna göre hareket edilmesi telkininde bulunulmuştur. Benzer şekilde Profil dergisi de "Sonunda O'ndan kurtulacak mıyız?" ifadesiyle tehlike bir metafor olarak sunulmuştur. Hilalin alt ucundan parmak ucuyla tutunan fotoğrafı ile Erdoğan'ın daha fazla dayanamayacağı ve "kader seçimi" ifadesi ile Erdoğan'ı kaçınılmaz bir sonun beklediği mitinin inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Son olarak Le Point dergisi kapağında da Erdoğan'ın Batı'dan nefret eden, savaş tehditleri yaparak yayılmacı bir kimlik gösteren Putin gibi bir kişilik olduğu mitinin işlenmeye çalışıldığı anlaşılmıştır. Saldırganlık bir metafor olarak kullanılırken, Putin de otokratlığın bir metonimi olarak sunulmuştur.

Bu bağlamda medya ve siyaset alanında karar vericilerin arasında örtülü bir çıkar ilişkisi olduğunu söylemek gerekmektedir. Bunun sonucunda da algı oluşturmak, kamuoyunu ikna etmek ve ülkeleri kendi çıkarları doğrultusunda

yeniden tasarlamak gibi hizmetler üretilmektedir. Bu gerçeğin gözden kaçırılmaması önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Arslan, S. (2016). Grafik Tasarım Öğretiminde Göstergebilimsel Çözümlemenin Kullanılması: Kitap Kapağı Üzirene Örnek Çözümler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ataman Yengin, D. (2012). Mekanikleşen Birey: Arçelik Örneğinin R.Barthes'a Göre Çözülmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication- TOJDAC*, Sayı: 2(1), s.13-21. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/138300>
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (Çev.Berke Vardar, Mehmet Rifat). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barthes, R. (1997). *Göstergebilimsel Serüven*. (Çev.Mehmet Rifat, Sema Rifat). 3. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bignell, J. (2002). *Media Semiotics an Introduction*. Second Edition, Manchester: Manchester University Press. https://kupdf.net/download/media-semiotics-an-introduction-2nd-ed-by-john-nathan-bignell_58db9162dc0d60e10f897136_pdf (Erişim Tarihi: 19.10.2023)
- Britannica (2023). <https://www.britannica.com/biography/Jean-Jacques-Servan-Schreiber> (Erişim Tarihi: 25.10.2023)
- Britannica (2023). <https://www.britannica.com/topic/magazine-publishing> (Erişim Tarihi: 21.07.2023)
- Cabioğlu, M.T. and İşeri, S.Ö. (2015). Methodological Approach in Perception Management. *Open library Journal*, 2: e1699. <http://dx.doi.org/10.4236/oalib.1101699>
- Çakı, C. (2018). Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 5 (1). Bahar/Spring: 59-79.
- Der Spiegel (2023). <https://www.spiegel.de/> (Erişim Tarihi:11.05.2023)
- Dinçer, A. (2017). Korku: Dili, Kavramlaşması, Kültürel Boyutu. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, Sayı: 6/2, s.769-798. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/323385>
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık. <https://docplayer.biz.tr/197473883-Gostergebilime-giris.html>
- Euro Topics (2024). <https://www.eurotopics.net/tr/148756/profil#> (Erişim Tarihi: 28.02.2024)

- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. Süleyman İrvan). 1. Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ghosh, B. (2023). The World's Most Important Election in 2023 Will Be in Turkey. The Washington Post. January 9, 2023. https://www.washingtonpost.com/business/energy/the-worlds-most-important-election-in-2023-will-be-in-turkey/2023/01/09/ac2cf916-8fe3-11ed-90f8-53661ac5d9b9_story.html (Erişim Tarihi: 19.09.2023)
- Ginsberg, B. ve Stone A. (1987). *Do Elections Matter?*. 2nd Edition. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315289373> (Erişim Tarihi: 27.07.2023)
- Guiraud, P (1994). *Götergebilim*. (Çev. Mehmet Yalçın). 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Güven, A. (2014). Gezinin Dili: Göstergebilimsel Bir İnceleme. *İnsan&İnsan*, Sayı:2, s.19-29. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/261378>
- Hearst, D. (2023). *Turkey elektions: Why Europe is desperate to see Erdogan löse*. Middle East Eye.11 Mayıs 2023 <https://www.middleeasteye.net/opinion/turkish-elections-europe-erdogan-lo-se-wants-why> (Erişim Tarihi: 18.09.2023)
- Heywood, A. (2018). *Siyaset*. (Çev. Fahri Bakırcı). 19. Baskı, Ankara: BB101 Yayınları
- Kılıçbeyli, E.H. (2021). Nazi Basımında ABD'deki Yahudiler: Fliegende Blätter Mizah Dergisi Üzerine İnceleme. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4 (1), s.33-64.
- Klumpp, L. (2023). Exploring the distinction between populism through and by the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of Der Spiegel and Compact. *Visual Communication*, 0 (0). <https://doi.org/10.1177/14703572231173079> (Erişim Tarihi: 29.12.2023)
- Kontulainen, E. (2008). Anglizismen im Deutschen. Eine Untersuchung des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. *Examensarbete för filosofie kandidatexamen*. Stockholm: Stockholms universitet, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:199936/FULLTEXT01.pdf> (Erişim Tarihi: 20.10.2023)
- Köse, S. (2019). Eski ve Orta Türkçe Metinlerinde Ad Aktarmasına Dayalı Kıyafet Adları. *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi*, Sayı:48, s.245-268. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/849317>
- L'Express, (2023). <https://www.lexpress.fr/> (Erişim Tarihi: 11.05.2023)
- Lakoff G. ve Johnson M., (2015). *Metaforlar Hayat, Anlam ve Dil*. (Çev.Gökhan Yavuz Demir). İstanbul: İthaki Yayıncılık.
- Le Point, (2023). <https://www.lepoint.fr/> Erişim Tarihi: 11.05.2023
- Locke, J. (2017). *İnsan Anlığı Üzerin Bir Deneme*. (Çev. Vehbi Hacıkadiroğlu). 2. Baskı. İstanbul: Kabalcı Yayıncılık

- Mesaroš, D. (2015). The Frequency of Anglicisms in The German News Magazine Der Spiegel. *Undergraduate thesis*. Rijeka: University of Rijeka Faculty of Humanities and Social Sciences. <https://repository.ffri.uniri.hr/islandora/object/ffri%3A392/datastream/PDF/view> (Erişim Tarihi: 20.10.2023)
- Öztay, O.H. (2020). *Yerel Seçim ve Siyasal Tercih*. Ankara: Astana Yayınları. <https://ws1.turcademy.com/ww/webviewer.php?doc=86965> (Erişim Tarihi: 31.07.2023)
- 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), ss.5-33. DOI: 10.29131/uiibd.1117904
- Prado, M. (2023). Why the most important elections of 2023 are in Turkey. Do Better. 10 Mayıs 2023 <https://dobetter.esade.edu/en/elections-turkey-important-2023-democracy> (Erişim Tarihi: 19.09.2023)
- Profil, (2023). <https://www.profil.at/> Erişim Tarihi: 11.05.2023
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. 3.Baskı, İstanbul: Say Yayınları. <https://docplayer.biz.tr/7237445-Gostergebilimin-abc-si.html>
- Sadono, T.P., Amina, N.W.R. (2023). The Fight fort he 2024 Presidential Election within the PDIP within the Framework of Tempo (Roland Barthes' Semiotics Study on the Cover of the May 2021 Edition of Tempo Magazine). *Journal of Law and Sustainable Development*, 11 (9), e1172. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i9.1172> (Erişim Tarihi: 27.12.2023)
- Schiller, H. (2022). *Zihin Yönlendirenler*. (Çev.Cevdet Cerit). 4.Baskı. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2020). *Göstergebilim Uygulamaları: Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtını ve Olayları Okuma*. 3. Baskı, Ankara: Seçkin. <https://ws1.turcademy.com/ww/webviewer.php?doc=72014> (Erişim Tarihi: 04.07.2023)
- Spiegel Gruppe, (2023). Die Geschichte der Spiegel Gruppe. <https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie> (Erişim Tarihi: 23.10.2023)
- The Economist Group, (2023). <https://www.economistgroup.com/about-us> (Erişim Tarihi: 19.10.2023)
- The Economist Group (TEG) Annual Report 2023, (2023). https://assets.ctfassets.net/2h5kbjx7tvqe/7lX2OwBxJK1RTsl6u94qri/6572bcdce2248efa7d13ee0fdb5b875/TEG_Annual_Report_2023.pdf (Erişim Tarihi: 19.10.2023)
- The Economist, <https://www.economist.com/weeklyedition/archive?year=2023> (Erişim Tarihi: 11.05.2023)
- Türk Dil Kurumu Çevrim İçi Sözlükleri, (2023). <https://sozluk.gov.tr/>
- Ulus, S. (1989). Batı Alman Basını ve Örnek "Der Spiegel". *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler

Enstitüsü.

<https://katalog.marmara.edu.tr/veriler/yordambt/cokluortam/C/B/E/B/C/T0040400.pdf>

Urgancı, H. (2018). Atabetü'l Hakayık'ta Ad Aktarımı. *Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt:3, Sayı:1, s.145-158. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/521941>

Wikipedia The Free Encyclopedia, (2023). <https://en.wikipedia.org/wiki/L'Express> (Erişim Tarihi: 27.10.2023)

Wikipedia The Free Encyclopedia, (2024). https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Point

Yapar Gönenç, A. (2007). Türkiye'de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 0 (29), ss. (63-78). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/212194>