

GÖRSEL RETORİK VE GÜÇ TEMSİLİ: MİLLİ SAVUNMA ÜNİVERSİTESİ AFİŞİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Bedriye Karadağ¹, Gökhan Bak², Erhan Can³, Mevlüt Altıntop⁴

Özet

Bu çalışma, Milli Savunma Üniversitesi (MSÜ) tarafından 2025 öğretim planı için hazırlanan tanıtım afişinin göstergebilimsel analizini yaparak, afişin görsel retorik ve güç temsili açısından nasıl bir ideolojik anlam evreni oluşturduğunu incelemektedir. Sembolik açıdan görsel ve yazılı unsurlar, renk kullanımı ve diğer kompozisyon öğeleri Roland Barthes'ın denotatif ve konotatif göstergebilimsel modeli çerçevesinde ele alınmış, afişin iletmeye çalıştığı mesajlar çözümlenmiştir. Yapılan göstergebilimsel analiz, afişin denotatif ve konotatif anlamlarını değerlendirerek, askeri propagandanın ulusal kimlik inşasındaki rolünü ortaya koymaktadır. Çalışmanın sonuçları, askeri afişlerin bir tanıtım aracı olmaktan öte, toplum üzerinde ideolojik algı oluşturma potansiyeline sahip önemli stratejik iletişim unsurları olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda askeri söylemin görsel unsurlar üzerinden nasıl yapılandırıldığı, hangi mesajların öne çıkarıldığı ve izleyici üzerinde nasıl bir etkinin amaçlandığı ortaya koyulmuştur. Sonuç olarak analizi yapılan MSÜ tanıtım afişinin yalnızca bir bilgilendirme aracı değil, aynı zamanda toplumsal algı ve ideolojik inşaa sürecinin önemli bir parçası olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Görsel Retorik, Güç Temsili, Askeri Afiş, Milli Kimlik.

VISUAL RHETORIC AND REPRESENTATION OF POWER: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE NATIONAL DEFENSE UNIVERSITY POSTER

Abstract

This study conducts a semiotic analysis of the promotional poster prepared by the Milli Savunma Üniversitesi (National Defence University) for the 2025 education plan and examines how the poster creates an ideological universe of meaning in terms of visual rhetoric and power representation. Symbolically, visual and written elements, the use of colour and other compositional elements are analysed within the framework of Roland Barthes' denotatif and konotatif semiotic model, and the messages that the poster tries to convey are analysed. The semiotic analysis reveals the role of military propaganda in the construction of national identity by evaluating the denotative and connotative meanings of the poster. The results of the study show that military posters are not only promotional tools but also important strategic communication elements that have the potential to create ideological perceptions on society. In this context, it has been revealed how military discourse is structured through visual elements, which messages are emphasised and what kind of impact is aimed on the audience. As a result, it has been seen that the Milli Savunma Üniversitesi promotional poster analysed is not only an informative tool, but also an important part of the process of social perception and ideological construction.

¹ bedriyekaradag001@outlook.com, 0009-0003-9691-4367, Milli Eğitim Bakanlığı

² gokhanbak2010@hotmail.com, 0000-0003-4520-0930

³ erhancan1995@gmail.com, 0009-0000-4014-5544

⁴ mevlutaltintop@hotmail.com, 0000-0002-1731-9064, Erciyes Üniversitesi

Keywords: Semiotics, Visual Rhetoric, Representation of Power, Military Poster, National Identity.

Giriş

Görsel iletişim, kamuoyu algısının şekillendirilmesinde ve ideolojik söylemlerin pekiştirilmesinde güçlü bir araçtır. Özellikle askeri kurumlar, kurumsal meşruiyetlerini güçlendirmek, ulusal güvenlik söylemini desteklemek ve otoriter bir kamuoyu imajı oluşturmak amacıyla görsel materyalleri stratejik olarak kullanmaktadır. Askeri afişler sadece bilgilendirme amacı taşıyan görseller değil, aynı zamanda otorite, kimlik ve disiplin gibi kavramları simgesel olarak ileten ideolojik araçlardır. Nitekim görsel iletişim, görünen her şeyin algısal bir olgu içinde paylaşılması süreci olarak tanımlanmakta ve etkili bir iletişimin belirli kurallar çerçevesinde şekillendiği vurgulanmaktadır (Kavuran ve Özpolat, 2016, s. 267). Bu bağlamda, askeri afişlerin içeriği ve tasarımı, belirli bir ideolojik çerçevede anlam üretimini yönlendiren görsel kodlarla şekillendirilmekte ve hedef kitlenin algısını istenilen doğrultuda yapılandırmaktadır. Görsel iletişim sürecinin başarısı, kullanılan metotlara ve mesajın izleyiciler tarafından nasıl algılandığına bağlıdır. Bu çerçevede, askeri kurumlar, simgeler, renkler ve kompozisyonlar gibi görsel unsurları bilinçli bir stratejiyle kullanarak, kamuoyu üzerinde güçlü bir söylem inşa etmektedir.

Bu çalışma, Milli Savunma Üniversitesi'nin (MSÜ) 2025 yılı öğrenci tercihi için tasarlanan tanıtım afişini göstergebilimsel bir bakış açısıyla ele alarak, görsel retorik ve güç temsili kavramlarının afiş kompozisyonunda nasıl yapılandırıldığını incelemektedir. Görsel iletişim stratejileri ve propaganda arasındaki ilişki göz önünde alınarak yapılan bu çalışmada yöntem olarak Roland Barthes'ın (1915-1980) göstergebilimsel analiz bağlamında “denotatif ve konotatif anlam modeli” temel alınmıştır. Ayrıca MAXQDA programı aracılığıyla afişteki görsel ve yazılı unsurlar kodlanarak haritalandırılmış anlamsal açıdan yoğunluk düzeyleri ve aralarındaki ilişki ortaya koyulmuştur. Bu yönüyle araştırma, afişte yer alan görsel ve yazılı unsurları çözümleyerek askeri propagandanın nasıl kurgulandığını açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın temel savı, afişin yalnızca askeri bir kariyeri teşvik etmekle kalmayıp, aynı zamanda ulusal kimliği ve askerlik mesleğinin ideolojik anlamını pekiştiren bir söylem sunduğudur.

Çalışmada öncelikle araştırmanın amaç, önem, kapsam ve sınırlıklar ile metodolojisi açıklanacak açıklanacaktır. Daha sonra propagandanın askeri olarak kullanımı ve göstergebilim ile ilgili literatür incelenecektir. Üçüncü aşamada analiz bulguları sunularak afişte yer alan denotatif, konotatif ve mitolojik anlamlar çözümlenecektir. Sonuç kısmında ise, yapılan analiz bulguları ile birlikte askeri görsel retorikğin geniş kapsamlı etkileri tartışılarak gelecekteki araştırmalara yönelik öneriler sunulacaktır. Araştırmanın özgün katkısı, askeri propaganda afişlerini göstergebilimsel bir perspektiften ele alarak, görsel retorikğin ulusal kimlik inşasındaki rolüne dair yeni bir çerçeve sunmasıdır. Literatürde, Batılı ülkelerin görsel propagandaları üzerine kapsamlı çalışmalar bulunmasına karşın Türkiye'deki askeri görsel iletişim stratejileri üzerine yapılan akademik çalışmalar sınırlıdır. Türk askeri afişlerinin ideolojik ve kültürel bağlamda nasıl bir söylem ürettiğini analiz eden bu çalışmanın sözü edilen eksiklik için katkı sunması beklenmektedir.

1. ÇALIŞMANIN AMACI, ÖNEMİ, KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Görsel unsurlar bugünün dünyasında ideolojik söylemin aktarılması ve toplumsal algının inşasında güçlü araçlar olarak işlev görmektedir. Özellikle askeri propaganda bağlamında afişler, askerlik mesleğini kutsallaştırma, ulusal birlik duygusunu pekiştirme ve askeri kurumlara yönelik algı şekillendirme işlevi taşımaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, MSÜ'nün tanıtım afişinde kullanılan görsel ve metinsel unsurların ideolojik söylem üretip üretmediğini analiz etmektir. Çalışma, eğitim amacıyla kurulan bir askeri kurum olan

MSÜ'nün tanıtım afişinin Türkiye'deki askeri söylem üretimine yönelik özgün bir akademik çalışma yoluyla anlaşılmasına katkı sunduğu için önemlidir. Ayrıca, askeri propagandadaki görsel stratejilerine yönelik gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak teşkil edeceğine yönelik öngörü de çalışmanın önemini artırmaktadır.

1.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Çalışmada, her ne kadar askeri bir kurum olsa da, askeri alanda bir yükseköğretim kurumunun tanıtım afişi incelenmesi çalışmanın kapsam ve sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla eğitim kurumu dışındaki askeri yapılanmalar için bir genelleme yapılırken dikkatli olunmalıdır. Ayrıca yalnızca tek bir afiş incelenmiş olup, farklı dönemlerde yayımlanmış MSÜ afişleri kapsam dışı bırakılması da çalışmanın diğer sınırlılığdır. Bu durum araştırmanın belirli bir zaman dilimindeki görsel söyleme odaklanmasını sağlamış ancak askeri propaganda söyleminin zaman içindeki seyrini inceleme imkânını kısıtlamıştır. Son olarak, çalışmanın yalnızca Türkiye bağlamında üretilen bir afişi ele alması söz konusu faaliyet ve etkiyi yerel düzeyde analiz etmesine neden olmuştur ve bu durum araştırmanın bir başka sınırlılık düzeyini oluşturmaktadır. Buradaki sınırlılıkları, çalışmanın amaç ve önemini besleyecek şekilde ortaya koyabilmek için metodolojik açıdan aşağıdaki süreç takip edilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Sosyal bilim alanındaki nitel çalışmalara arasında önemli bir yeri olan göstergebilimsel analiz yöntemi, görsel unsurların anlam üretme süreçlerini inceleyen disiplinlerarası bir yöntem olarak, ideolojik söylemleri çözümlemede etkili bir araç sunmaktadır. Çalışmada yöntem olarak, göstergebilim analiz bağlamında Roland Barthes'ın "Denotatif ve Konotatif Analiz Modeli" kullanılmıştır ve aşağıda araştırmada kullanılan yöntemsel çerçeve açıklanmıştır.

2.1. Araştırma Deseni

Bu araştırma, betimsel ve yorumlayıcı bir nitel araştırma modeli benimseyerek yürütülmüştür. Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz modeli temel alınarak, MSÜ tanıtım afişinin ideolojik, kültürel ve retorik bileşenleri incelenmiştir. Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi, afişlerdeki sembolik içerikleri ve anlam katmanlarını incelemeye odaklanmaktadır. Barthes'a göre, afişler izleyici üzerinde etki oluşturmak için denotatif (doğrudan, düz) ve konotatif (dolaylı, kültürel) anlamlar barındıran semboller kullanmaktadır (Barthes, 1977). Barthes'ın yaklaşımı doğrultusunda, görsel ve metinsel unsurlar denotatif ve konotatif düzeylerde ele alınmıştır. Ayrıca, afişin mitolojik anlam katmanları da değerlendirilerek, ulusal kimlik ve askeri propaganda söylemi açısından nasıl bir yapı sunduğu analiz edilmiştir.

2.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın verileri, belge analizi yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada kullanılan MSÜ 2025 tanıtım afişi, askeri propaganda ve ulusal kimlik inşasına yönelik bir örneklem olarak değerlendirilmiş ve göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Afişin incelenmesi sürecinde:

Görsel bileşenler (renkler, semboller, figürler, mekânsal düzenleme),

Metinsel unsurlar (sloganlar, anahtar kelimeler, temalar),

Bağlamsal unsurlar (afişin üretildiği tarihsel ve toplumsal bağlam) detaylı şekilde değerlendirilmiştir.

2.3. Veri Analizi Yöntemi

Araştırma kapsamında göstergebilimsel analiz kullanılarak, afişteki görsel ve metinsel unsurlar incelenmiştir. Bu analiz, Barthes'ın denotatif, konotatif ve mitolojik anlam çerçevesi temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Göstergebilimsel analiz, afişte yer alan semboller, renk kullanımı ve kompozisyon öğelerinin nasıl bir anlam düzeni oluşturduğunu ve bu unsurların ideolojik mesajları nasıl ilettiğini açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Göstergebilimsel analiz, üç aşamalı bir inceleme sürecine dayanmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Göstergebilimsel Analiz İçin Kodlama Aşamaları

Kodlama Aşaması	Açıklama
Denotatif (Yüzeysel) Anlam	Afişte yer alan temel görsel ve metinsel unsurların doğrudan anlamlarını tanımlama sürecidir. (Örn: Asker figürü → Disiplin ve otorite)
Konotatif (Kültürel ve İdeolojik) Anlam	Görsellerin ve metinlerin kültürel kodlarla ilişkisini inceler. (Örn: Ay-yıldız → Ulusal birlik, vatanseverlik)
Mitolojik (Derin) Anlam	Afişte kullanılan imgelerin tarihsel ve toplumsal hafızayla nasıl bütünleştiğini analiz eder. (Örn: Asker figürü → Kahramanlık miti, fedakârlık)

2.4. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Bu çalışmada, göstergebilimsel analiz sürecinde sistematik bir yaklaşım benimsenmiş ve görsel unsurlar belirlenen kategoriler çerçevesinde tutarlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Barthes'ın göstergebilim modeli temel alınarak afişin farklı bileşenleri ayrıntılı olarak incelenmiş, anlam katmanları disiplinli bir analiz süreciyle çözümlenmiştir. Bu doğrultuda, metodolojik bütünlük sağlanmış ve analiz sürecinin akademik tutarlılığı korunmuştur.

2.5 Etik İlkeler

Bu çalışma, akademik etik kurallarına uygun olarak yürütülmüş olup, kullanılan tüm görsellerin analizleri yalnızca bilimsel amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, çalışmada herhangi bir kurum veya kişiye yönelik önyargılı veya yönlendirici yorumlardan kaçınılmıştır. Araştırmada, etik kurul onayı gerektirecek herhangi bir insan katılımına dayalı veri toplanmamıştır. Bu yöntemsel çerçeve doğrultusunda yapılan analizler, MSÜ tanıtım afişinin ideolojik ve kültürel anlam katmanlarını ortaya koyarak, görsel retorikğin askeri propaganda bağlamındaki rolünü daha iyi anlamamızı sağlayacaktır.

2.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni, askeri propaganda ve tanıtım afişleri üzerine yapılan akademik çalışmaları kapsamaktadır. Örneklem olarak, Milli Savunma Üniversitesi'nin 2025 yılı için hazırladığı tanıtım afişi seçilmiştir. MSÜ, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne subay ve astsubay yetiştiren stratejik bir kurum olup, tanıtım afişleri hem kurumsal kimlik oluşturma hem de gençleri askeri kariyere yönlendirme açısından önem taşımaktadır.

Örneklem seçiminde aşağıdaki kriterler göz önünde bulundurulmuştur:

-Temsiliyet: MSÜ afişi, Türkiye'de askeri eğitim kurumlarının ideolojik ve görsel söylem üretme biçimlerini yansıtan önemli bir propaganda aracıdır.

-Görsel Retorik Unsurlarının Yoğunluğu: Afiş, asker figürü, ulusal semboller (ay-yıldız), renk paleti, askeri araçlar (tank, uçak, gemi) gibi çok katmanlı göstergeler içermektedir.

-Kurumsal ve İdeolojik Mesajın Gücü: Afiş, disiplin, otorite ve ulusal kimlik gibi kavramları doğrudan veya dolaylı olarak pekiştiren bir görsel anlatı sunmaktadır.

-Küresel Karşılaştırma Potansiyeli: Türkiye’de askeri propaganda üzerine yapılan akademik çalışmalar sınırlı olup, bu afişin analizi, Türkiye’nin askeri retorik stratejilerinin Batılı ve Doğulu ülkelerle nasıl örtüştüğünü veya ayrıştığını anlamaya katkı sunacaktır.

Bu bağlamda, MSÜ tanıtım afişi, askeri propaganda ve ulusal kimlik inşası sürecini incelemek için temsil gücü yüksek bir örneklem olarak değerlendirilmiştir.

2.7. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırma, aşağıdaki temel varsayımlar üzerine inşa edilmiştir:

-Görseller ideolojik bir söylem üretir. Askeri afişler, sadece bilgilendirici değil, aynı zamanda ideolojik ve politik mesajlar taşıyan iletişim araçlarıdır. MSÜ’nün tanıtım afişi, askeri kimliği ve ulusal birlik anlayışını pekiştiren belirli bir söylem üretmektedir.

-Görsel retorik hedef kitleyi etkileyen güçlü bir araçtır. Afişlerde kullanılan renkler, semboller ve kompozisyon unsurları, izleyicinin algısını yönlendirme potansiyeline sahiptir. Bu çalışma, görsel retorik’in askerlik mesleğini kutsal ve prestijli bir olgu olarak sunmada nasıl kullanıldığını analiz etmektedir.

-Göstergebilimsel analiz yöntemi, görsellerin derin anlam katmanlarını ortaya çıkarabilir. Barthes’ın göstergebilim modeli, bir afişin yüzeysel (denotatif) anlamının ötesine geçerek, içerdiği kültürel ve mitolojik katmanları analiz etmeye olanak tanır. Afişte kullanılan asker figürü, renk paleti ve sloganlar, yalnızca görsel bir kompozisyonun parçası değil, aynı zamanda askeri kimliği ve ulusal gücü pekiştiren ideolojik araçlardır.

-Askeri afişler, toplumsal hafızayı ve ulusal kimliği şekillendirme gücüne sahiptir. Askeri kurumlar, tarih boyunca propaganda afişleriyle toplumsal hafızayı inşa etmiş ve ulusal kimlik anlayışını güçlendirmiştir. Bu bağlamda, MSÜ afişi Türkiye’nin askeri tarihine ve kolektif kimlik inşasına yönelik belirli göndermeler içermektedir.

3. LİTERATÜR TARAMASI VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde propaganda, propagandanın tarihsel seyri ve afişlerin propaganda aracı olarak kullanımı konularına değinilmiştir. Ayrıca araştırmayla ilgili benzer çalışmalardan örneklerle anlam kuvvetlendirilmiştir.

3.1. Propaganda ve Tarihsel Seyri

Propaganda kelimesi Latince “propagare” kelimesinden türemiştir ve “(bir öğreti, düşünce veya inancı) başkalarına tanıtmak, benimsetme ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışma” anlamına gelmektedir (TDK, 2005, s. 1827). Propaganda, bir topluluğun düşünce, davranış, tutum ve görüş ve eğilimlerini etkilemek, kontrol altında tutmak veya değiştirmek için yayınlanan her türlü bilgi, belge ve öğretilerdir (Tarhan, 2003, s. 36). Propagandanın ortaya çıkışı, bir savaş tekniği olması bakımından insanlık tarihi kadar eskilere götürülebilir fakat sistemli şekilde kullanımı Birinci Dünya Savaşı sırasında İngilizler tarafından uygulanmıştır (Avşar, 2004, s. 11). Yazılı olarak ilk kez kullanımı Katolik Kilisesi’nin 1622 yılında kurduğu “Congregatio de Propaganda Fide” (İnancı Yayma Cemaati) ile olmuştur. Protestan Reformist hareketin giderek güçlenmesine karşın Katolik Hristiyanlık anlayışını yayma amacını taşımaktadır (Pratkanis ve Aronson, 2008, s. 12).

Propaganda kavramı ilk kullanıldığı dönemlerde dini öğretilerin yayılması için kullanılmıştır ve salt olumlu bir anlam taşımaktadır. Zamanla belirli bir düşünceyi, inancı veya tutumu geniş kitlelere benimsetme amacı güden iletişim faaliyetlerini tanımlayan bir kavram haline gelmiştir. Bu süreç içinde hedef kitleyi ikna etmek ve yönlendirmek için bilgi üzerinde çarpıta ve yanıltma amacıyla kullanılmaya başlanmış (Altıntop ve Bak, 2023, s. 5) ve salt olumlu anlamı yok olmuştur.

Günümüzde propaganda, sadece siyasi alanda değil, aynı zamanda ticaret, reklamcılık, halkla ilişkiler, iletişim, sinema ve sosyal medya gibi birçok farklı alanda da kullanılmaktadır. Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte, propaganda teknikleri de yenilenerek dijital platformlar üzerinden daha sofistike formlarda kullanılmaya başlanmıştır. Kimine göre olumlu anlam verilirken kimine göre olumsuz yanıyla anılmaktadır (Pomerantsev, 2021, s. 13-16). Bütün bu gelişmeler propagandanın kitlelere ulaşmasının önünü açarak etkisini arttırmıştır. Yukarıda sayılan alanların dışında propagandanın en güçlü kullanıldığı alanların başında askeri ve istihbarat faaliyetleri gelmektedir.

3.2. Askeri Propagandanın Kullanımı

Askerî propagandada görsel retoriğin stratejik bir araç olarak kullanımı, ideolojik söylemlerin pekiştirilmesi ve kamuoyu algısının yönlendirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ilk başta İkinci Dünya Savaşı'na pasif olarak katılmış ve İngiltere ve Fransa'nın başını çektiği Batı blokunu desteklemiştir. Fakat kısa süre sonra hem Almanların sertleşen tavrı hem de Japonya'nın ABD'ye yönelik saldırıları ABD'nin aktif olarak savaşa girmesine neden olmuştur. Bu süreçte ABD'nin savaşa girmesinin önündeki en büyük engel toplumun aksi yöndeki eğilimidir. Dönemin ABD hükümeti toplumsal eğilimi savaşı desteklemeye yönelik değiştirmek için özel bir yapı oluşturmuş ve bu yapının faaliyetleri arasında üretilen propaganda afişleri toplumsal eğilimi hükümetin istediği şekilde değiştirmede önemli bir katkı sunmuştur (Boyras ve Cantürk, 2014, s. 496-498). Savaş esnasında ABD ve Japonya arasındaki mücadelede her iki ülke hem kendi vatandaşını bir arada tutarak devleti desteklemek hem de “düşmanı” yıpratmak için propaganda afişlerini faal olarak kullanmıştır. Bu dönemin en önemli propaganda gücü olarak gösterilen Almanya “üstün ırk” ideolojisinin toplumsal etkisini arttırmak amacıyla propaganda afişlerinden faydalanmıştır (Çeken ve Ersan, 2022, s. 479-480). Savaşın hemen ardından Soğuk Savaş döneminde, propaganda afişleri özellikle ABD ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) tarafından, kapitalizm ve komünizm arasındaki mücadeleyi görselleştiren etkili bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Bu süreçte, SSCB doğrudan ve güçlü bir görsel dil benimserken, ABD daha dolaylı, bilinçaltına yönelik mesajlarla propaganda faaliyetlerini yürütmüştür. Siyasi, askerî ve kültürel anlamda meşruiyet inşa etme işlevi gören bu afişler, spor, uzay yarışı ve ulusal kimlik temaları üzerinden toplumsal algıyı şekillendirmeye yönelik stratejik bir söylem oluşturmuştur (Balkan, 2023). Dolayısıyla, propaganda afişleri yalnızca bilgilendirici öğeler değil, aynı zamanda toplumu harekete geçirecek ve/veya birlikte tutacak kolektif bilinç ve ideolojik çerçeve oluşturmada etkili olan politik araçlardır.

Türkiye gibi gündemi oldukça yoğun olan ülkelerde kamuoyunun algısını yönlendirme ve ulusal güvenlik söylemini güçlendirme açısından medya ve görsel temsil biçimleri kritik bir işlev üstlenmektedir. Günümüzde oldukça etkin hâle gelen yeni medya kapsamına giren tüm uygulamalar kriz anlarında bilginin hızla yayılmasını sağlamakla birlikte, dezenformasyon ve yalan haberlerin dolaşıma girmesi nedeniyle kurumlar için ciddi bir risk oluşturmaktadır. Yalan haberlerin kriz yönetimi süreçlerinde daha zorlayıcı bir hale geldiği ve bu tür durumlarla başa çıkabilmek için önceden belirlenmiş stratejik kriz iletişimi planlarının oluşturulmasının gerekliliği vurgulanmaktadır (Akpulat, 2019). Bu bağlamda, kriz iletişimi stratejileri ve medya araçlarının kullanımı, ulusal güvenlik söylemlerinin pekiştirilmesi ve kamuoyunun algısının yönlendirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu çerçevede, askeri kurumlar tarafından üretilen görsel materyaller, ulusal güvenlik söylemini pekiştiren stratejik iletişim araçları arasında yer almaktadır.

3.3. Göstergebilim Çözümleme Yöntemi

Göstergebilim, gösteren ve gösterilenin oluşturduğu göstergelerin doğasını, anlamlandırma süreçlerini ve bağlı olduğu yapısal kuralları inceleyen disiplinlerarası bir bilim dalıdır

(Saussure, 2001, s. 46). Tüm bilim dallarına metodolojik bir çerçeve sunarak, yaşamın her alanında semboller arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin toplumsal bağlamdaki anlamlarını analiz etmektedir. Böylece, insan etkileşimlerini ve dünyadaki olguları yorumlamaya yönelik kapsamlı bir perspektif sağlamaktadır (Sığırcı, 2016, s. 10). Göstergebilim, yalnızca dilsel göstergeleri değil, işaret dili, toplumsal normlar, giyim, beslenme ve diğer kültürel pratikleri içeren geniş bir semiyotik sistemi incelemektedir (Vardar, 2001, s. 84). Bu bağlamda, söylem çözümlemesinin kapsamına giren tüm analiz biçimlerini ve dilbilimin ele aldığı anlamlandırma süreçlerini kendi kuramsal çerçevesi içinde değerlendirmektedir (Günay, 2018, s. 107).

Göstergebilim, göstergeler arasındaki yapısal ilişkileri belirleyerek rastgele yorumlamaların önüne geçmekte ve özellikle medya metinlerinin derinlemesine incelenmesine olanak tanımaktadır (Rifat, 2011, s. 20-22). Bu yönüyle, her türlü içeriği ve bağlamı dikkate alarak, anlam üretim mekanizmalarını belirleyen bir gösterge sistematığı oluşturmaktadır (Barthes, 2012, s. 27). Aynı zamanda, bireylerin çevrelerini göstergeler aracılığıyla algıladığını ve bu göstergeler üzerinden anlam inşa ettiğini kabul ederek, insan-metin ilişkisini çözümlemeye odaklanmaktadır (Erkman Akerson, 2016, s. 18). Bu süreçte, göstergelerin nasıl yorumlandığını analiz eden göstergebilim, anlam kaymalarını ve yanlış anlaşılımları önleyici bir yöntem olarak işlev görmektedir (Güz vd., 2002, s. 156). Özellikle medya ve iletişim çalışmalarında, göstergebilimsel çözümleme, yüzeysel bir yaklaşıma dayanan içerik analizinden farklı olarak, daha derin ve kapsamlı bir inceleme imkânı sunmaktadır (Parsa ve Parsa, 2012, s. 171-172).

Göstergebilim üzerine yapılan literatür taramasında, siyasi içerikli metinlerdeki anlam katmanlarının göstergebilimsel analiz yöntemiyle ele alındığı ve bu alandaki çalışmaların literatüre önemli katkılar sunduğu görülmektedir. Bu bağlamda, afişler yalnızca estetik unsurlar barındıran iletişim araçları değil, aynı zamanda ideolojik ve politik söylemleri pekiştiren görsel kodlar olarak işlev görmektedir.

2022 yılında yapılan bir araştırmada, afişlerin propaganda sanatında hedef kitleyi belirli bir ideoloji etrafında yönlendirmede stratejik bir araç olduğu ortaya koyulmuştur (Duydu, 2023). Araştırmada, afişlerin yalnızca bilgilendirme işlevi taşımadığı, aynı zamanda toplumsal hafızayı yönlendiren ve belirli ideolojik mesajları pekiştiren propaganda araçları olduğu vurgulanmıştır. Özellikle, savaş dönemlerinde devletlerin orduya katılımı teşvik etmek ve halk desteğini sağlamak amacıyla afişleri propaganda aracı olarak kullandıkları belirlenmiştir. Benzer şekilde, MSÜ tanıtım afişi de askeri kimliği ve ulusal birlik söylemini pekiştiren bir propaganda aracı olarak işlev görmektedir. Afişte yer alan askeri semboller, renkler ve kompozisyon unsurları, bireylerin algısını belirli bir ideolojik çerçevede şekillendirmek amacıyla bilinçli olarak tasarlanmıştır.

Reklam fotoğraflarına ilişkin 2005 yılında yapılan bir araştırmada, bu görsellerin yalnızca ürün ve hizmet pazarlamakla kalmayıp, bireylere özdeşleşebilecekleri rol-modeller ve kimlikler sunduğu belirlenmiştir (Kula Demir, 2005). Reklamcıların, belirli kültürel ve ideolojik temsilleri bilinçli bir şekilde ilettikleri ve bireylerin kimlik inşasında bu imgelerden faydalandıkları ortaya koyulmuştur. Benzer şekilde, MSÜ tanıtım afişi de bireylere askerliği bir meslek ve kimlik olarak sunan belirli görsel ve ideolojik temsiller içermektedir. Barthes'ın "ideolojilerin yan anlamlarda gizli olduğu" önermesi çerçevesinde ele alındığında, MSÜ tanıtım afişinde kullanılan asker figürü, ay-yıldız ve askeri araçlar gibi semboller, yüzeyde yalnızca görsel bir anlatım sunmanın ötesinde, belirli ideolojik ve ulusal kimlik mesajlarını da taşımaktadır.

2024 yılında yapılan bir diğer araştırmada, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarının estetik, kültürel ve duygusal boyutları analiz edilmiştir (Kaya, 2024). Görey'in afişlerinde sadelik ve netlik ilkelerini ön planda tuttuğu, renk, kompozisyon ve tipografi kullanımının anlaşılır bir biçimde sunulduğu belirlenmiştir. Araştırmada, Görey'in eserlerinin estetik normların

ötesinde, Türkiye'nin kültürel ve toplumsal dönüşümünü de yansıttığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, MSÜ tanıtım afişi de ulusal kimlik inşası ve ideolojik propaganda süreçleriyle iç içe geçmiş bir görsel iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir.

2024 yılında yapılan bir araştırmada, Sergei Parajanov'un "Narin Rengi" filmi, göstergebilimsel analiz çerçevesinde incelenmiş ve filmin görsel ve sembolik dili aracılığıyla kültürel ve politik kimlikleri nasıl inşa ettiği ortaya koyulmuştur (Aytaş ve Demir, 2024). Araştırmada, dini ritüeller, ikonografi ve mitolojik anlatılar gibi sembolik öğelerin izleyicilere çok katmanlı bir anlam sunduğu ve belirli ideolojik mesajları pekiştirdiği belirlenmiştir. Benzer şekilde, MSÜ tanıtım afişi de belirli semboller ve görsel unsurlar aracılığıyla ulusal kimlik ve askeri otoriteyi temsil etmekte, askeri disiplin ve vatanseverlik söylemini pekiştirmektedir.

Yapılan literatür taramasında MSÜ afişinin göstergebilimsel analizine odaklanan bir çalışmaya rastlanmamış olup, bu alandaki boşluğu doldurarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Sonuç olarak, MSÜ tanıtım afişinin göstergebilimsel açıdan incelenmesi, Türk askeri söyleminin görsel temsiller aracılığıyla nasıl yapılandırıldığını anlamak açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma, Türkiye'de askeri propaganda ve ulusal kimlik inşasının görsel söylem yoluyla nasıl şekillendiğini değerlendirmekte ve afişin ideolojik işlevini ortaya koymayı hedeflemektedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

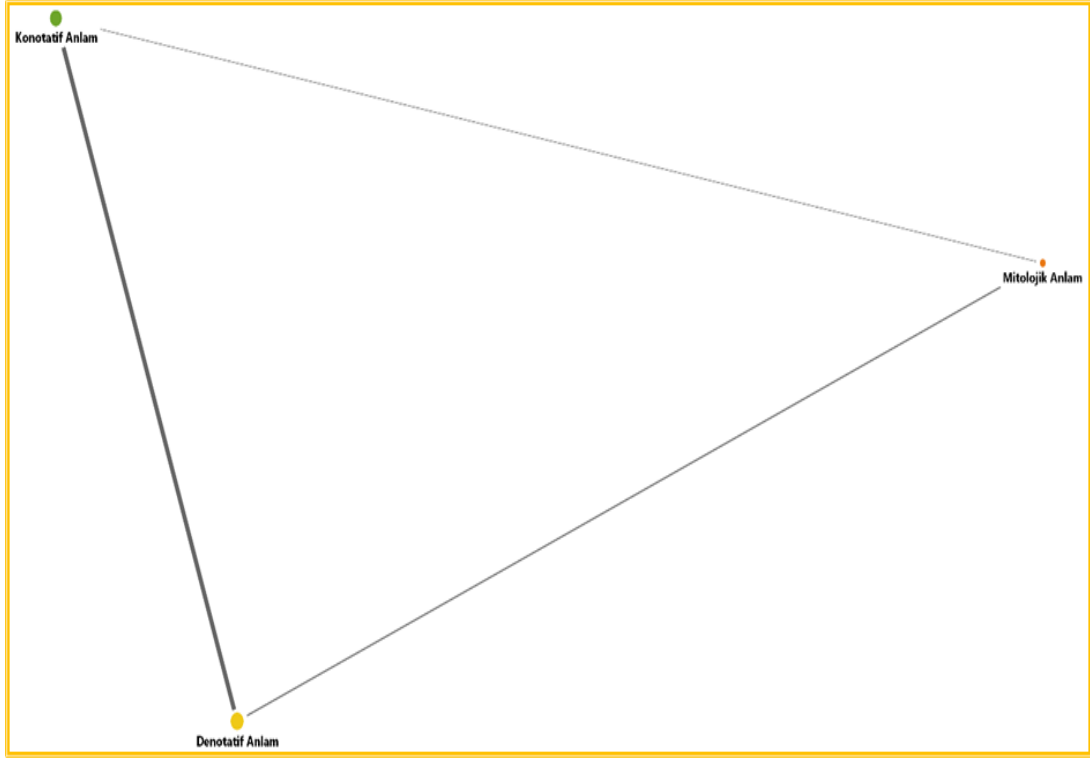
Bu bölümde, MSÜ tanıtım afişinin (Şekil 1) göstergebilimsel analiz sonuçları sunulmaktadır. Afişte yer alan görsel ve metinsel unsurlar denotatif, konotatif ve mitolojik analizler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, afişin ulusal kimlik, askeri otorite ve vatanseverlik gibi kavramları nasıl ilettiği açıklanmaya çalışılmıştır.



Şekil 1. MSÜ Tanıtım Afişi

MSÜ tanıtım afişinin denotatif, konotatif ve mitolojik ilişki ve ağırlığını saptayabilmek için MAXQDA programı aracılığıyla kodlanarak yapılan kod kesişim analizi afişin genel bir çerçevesini sunmaktadır. (Şekil 2) Kod kesişim haritası, kodlanan alanlar arasındaki kesişimler üzerinden anlamsal ilişkiyi göstermektedir. Örneğin bir metinde "ağaç" ve "insan" kodlarının çok kesişmesi aralarında anlamsal bir ilişki olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Haritadaki çizgilerin kalınlığı kesişim sıklığını, mesafe de ortak kesişmelerin metindeki uzaklık-yakınlık ilişkisini koymaktadır. Kodların haritada yakın

konumlanması ilişkinin yoğunluğu, uzak konumlanması zayıflığı anlamına gelmektedir (Altıntop, 2023, s. 273).



Şekil 2. Kod Kesişim Haritası

Kodlama, Tablo 1’de açıklanan “Göstergebilimsel Analiz için Kodlama Aşamaları” bağlamında yapılmıştır. Afiş üzerindeki görsel unsurların ilgili kısımları, acıkmadaki unsurlarla kodlanarak anlam dünyaları arasındaki ilişki ağı ölçülmeye çalışılmıştır. Şekil 2’deki kod kesişim haritasına göre afişteki en fazla kesişim denotatif (düz) ve konotatif (derin) anlam arasında gerçekleşmiştir. Bu, afişte kullanılan tipografi ve doğrudan nesne olarak düz ve/veya ilk anlamıyla kullanılan görsel unsurların kültürel açıdan derin anlam uzamı olduğu manasına gelmektedir. Tipografik olarak “Türkiye”, “millî”, “şan”, “şeref”, “saygın” kelimeleri bunun bir örneğidir. İkinci örneği ise, bayrak, ay, yıldız, teçhizatlı asker, üniformalı Atatürk, uçak, gemi, silah gibi savaş araçları gibi görsel unsurlardır. Ayrıca ordu ile ilişkilendirilen kurumların logoları da buradaki anlamı pekiştirmektedir. Burada düz anlamıyla kullanılan tüm yazılı ve görsel unsurların sosyo-kültürel bağlamda sembolik açıdan geniş bir anlam dünyası bulunmaktadır. Bu iki kodun haritadaki birbirine yakınlığı da buradaki anlamı pekiştirmektedir. Mitolojik anlam ile kodlanan kısımlar nispeten daha az ve diğer iki kodun uzağında kalmış görünmektedir. Mitolojik anlam kodunun daha yakınında konumlanan ve daha fazla kesişim içinde olduğu kod denotatif anlam kodu olduğu görülmektedir. Bu da düz anlamıyla kullanılan tipografik ve görsel unsurların mitolojik açıdan da bir anlamsal uzama sahip olduğunu göstermektedir. Mitolojik anlam kodu, konotatif anlam kodu ile daha uzak konumlanmış ve daha az kesişimde bulunmuştur. Sosyo-kültürel anlamın mitolojik anlam ile daha az etkileşim içinde olduğu anlamına gelmektedir. Afişteki noktalar kodlamanın oranını göstermektedir. Buna göre kodlama oranı fazladan aza doğru sıralama denotatif anlam, konotatif anlam ve mitolojik anlam şeklindedir. Genel bir değerlendirme yapılırsa, buradaki üç anlam katmanının birbirini beslediği ama daha çok denotatif anlama yönelik kullanımın ağırlıklı olarak yer verildiği görülmektedir.

4.1. Denotatif Analiz

Denotatif analiz, afişte yer alan görsel ve metinsel unsurların doğrudan, yüzeysel anlamlarını ele almaktadır. Afişte öne çıkan asker figürü, disiplin ve otoriteyi doğrudan temsil eden merkezi bir unsurdur. Askerin duruşu, yüz ifadesi ve üniforması, profesyonellik ve güven mesajları vermektedir. Arka plandaki ay-yıldız sembolü, Türkiye'nin ulusal kimliğini ve egemenliğini temsil eden temel sembollerden biri olarak, doğrudan vatanseverlik duygusunu çağrıştırmaktadır. Tank, uçak ve gemi gibi askeri araçlar, Türkiye'nin askeri kapasitesine vurgu yaparken, renk paleti ise bilinçli bir tercihle resmi ve ideolojik mesajları desteklemektedir. Tablo 2 bu görsel unsurların temel işlevlerini özetlemektedir.

Renkler, eski dönemlerden bu yana simgesel bir iletişim aracı olarak kullanılmış ve insanları duygusal, sosyolojik ve ruhsal açıdan etkilemiştir. Farklı kültürlerde değişen anlamlar taşıyan renkler, insan ilişkilerinde de çeşitli sembolik değerler kazanmıştır (Sığırcı, 2014, s. 178). Beyaz renk; temizlik, masumiyet ve saflıkla özdeşleşmiştir. Ancak, Batı kültüründe pozitif anlamlar taşıırken, Çin kültüründe yas ve matemi simgeler. Aynı zamanda beyaz, sağlık ve hijyenle de ilişkilendirilmekte olup, özellikle tıp ve temizlik sektörlerinde güven verici bir renk olarak tercih edilmektedir. Askeri bağlamda ise, barış ve teslimiyet sembolü olarak kullanıldığı görülmektedir. Mavi renk ise huzur, mutluluk ve barış hissi uyandırırken, aynı zamanda sonsuzluk ve umudun bir göstergesi olarak kabul edilir. Ayrıca, soğukkanlılığı ve mantıksal düşünmeyi desteklediği düşünülen mavi, resmiyet ve otorite ile de ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle, askeri ve kurumsal yapıların logolarında sıkça kullanılan bir renk olup, ciddiyet ve güven duygusunu pekiştirmektedir. Deniz ve gökyüzü ile özdeşleşen mavi, özgürlüğü ve sınırsızlığı çağrıştırmakla, askeri hava ve deniz kuvvetlerinin kimliğini güçlendiren bir renk olarak öne çıkmaktadır. Kırmızı renk ise genellikle dikkat çekme, uyarı ve harekete geçirme amacıyla kullanılmakta ve bunun yanı sıra aşk ve cinselliği çağrıştıran güçlü bir simge niteliği taşımaktadır (Parsa ve Parsa, 2012, s. 48-49). Aynı zamanda savaş, mücadele ve cesaretin bir göstergesi olarak da değerlendirilen kırmızı, askeri afişlerde güç ve dinamizm vurgusunu artırmaktadır. Bayraklarda sıklıkla tercih edilmesinin sebebi, millet bilincini uyandırması ve kolektif enerjiyi harekete geçirme gücüdür. Kırmızı, adrenalin seviyesini yükselten ve psikolojik olarak izleyicide harekete geçme isteği uyandıran bir renktir. Altın rengi, ihtişamın ve statünün bir sembolüdür (Çabuk, 2012, s. 49). Ayrıca güç, zafer ve otoritenin göstergesi olarak da değerlendirilmektedir. Tarih boyunca kraliyet, liderlik ve yüksek statü ile ilişkilendirilmiş olan altın rengi, askeri bağlamda madalya ve nişanlar ile üstün başarıyı ve şerefi temsil etmektedir. Bu bağlamda, afişteki altın detaylar, sadece prestiji değil, aynı zamanda askeri hiyerarşi içerisindeki yüksek rütbeleri ve komuta gücünü de yansıtmaktadır.

Afişte sağ üst köşede Mustafa Kemal Atatürk'ün askeri üniformalı fotoğrafına yer verilmiş olmasının denotatif anlamı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu olarak ona verilen değer ve önemi vurgulamaktadır. Bu fotoğraftaki üniforma disiplini ve kurucu değerlere bağlılığı simgelemektedir.

Tablo 2. MSÜ Tanıtım Afişinde Kullanılan Görsel Unsurlar ve Anlamları

Görsel Unsur	Açıklama
Asker Figürü	Disiplin, otorite ve askeri gücün temsili. Askerin duruşu ve yüz ifadesi, güçlü ve kararlı bir imaj sunar.
Ay-Yıldız Sembolü	Ulusal kimliği ve vatanseverliği simgeler. Türkiye'nin bağımsızlık ve egemenlik vurgusunu güçlendirir.
Tank, Uçak,	Türk Silahlı Kuvvetleri'nin üç kuvvetinin bütüncüllüğünü gösterir.

Görsel Unsur	Açıklama
Gemi	Savunma sanayisinin gücünü ve teknolojik kapasitesini temsil eder.
Mavi Tonlar	Resmiyet, güven ve moderniteyi temsil eder. Askeri disiplinin yanı sıra kurumsallığı da destekler.
Kırmızı Detaylar	Ulusal kimlik ve vatanseverlik duygusunu pekiştirir. Aynı zamanda dikkat çekici ve harekete geçirici bir işlev görür.
Altın Renk Kullanımı	Prestij, otorite ve askeri statünün vurgulanması. Komuta gücünü ve yüksek askeri rütbeleri temsil eder.

4.2. Konotatif Analiz

Konotatif analiz, afişin yüzeysel anlamlarının ötesine geçerek, kültürel ve ideolojik bağlamdaki çağrışımları incelemektedir. Asker figürü, yalnızca bir birey değil, askerliğin bir ideoloji olarak kutsallaştırıldığı ve toplumda bir rol model olarak sunulduğu bir temsil biçimidir. Disiplinli duruşu ve üniforması, askerin yalnızca fiziksel bir varlık değil, aynı zamanda milletin güvenliğini sağlayan bir özne olarak ele alındığını göstermektedir. Ay-yıldız sembolü, doğrudan bir ulusal sembol olmasının yanı sıra, askeri söylem içinde vatan savunmasının kutsallığı ve devletin askeri gücünün ideolojik temelleriyle ilişkilendirilmiştir. Ulusal birlik ve beraberlik duygusunu güçlendiren bir simge olarak kullanılan bu sembol, halkın devlete olan bağlılığını ve kolektif aidiyet hissini pekiştirmektedir. Afişte yer alan tank, uçak ve gemi gibi askeri unsurlar, Türkiye'nin savunma gücünü ve modern ordusunu simgelemektedir. Bu unsurların afişte dikkat çekici bir biçimde konumlandırılması, hem caydırıcı bir güç mesajı hem de ulusal güvenlik algısının bilinçaltında pekiştirilmesini sağlamaktadır. Mavi tonlar, devlet otoritesine ve kurumsal güce duyulan güveni temsil etmektedir. Kurumsallık ve profesyonellik vurgusu, izleyicinin askeri yapıyı sadece fiziksel bir güç olarak değil, aynı zamanda devlet düzeninin bir teminatı olarak görmesini sağlamaktadır. Kırmızı detaylar, Türk kimliği ve milliyetçilik ile doğrudan ilişkilidir. Bayrağın rengiyle özdeşleşen kırmızı, kolektif hafızada bağımsızlık mücadelesiyle güçlü bir bağ kurmakta ve duygusal bir aidiyet hissi oluşturmaktadır. Tablo 3, afişteki görsel unsurların kültürel ve ideolojik çağrışımlarını özetlemektedir.

Afişin sağ üst köşesindeki Mustafa Kemal Atatürk'ün askeri üniformalı fotoğrafı konotatif açıdan analiz edildiğinde, kompozisyona üstten bakışının koruyucu ve yüzündeki olumlu ifadenin onaylayıcı bir anlam taşıdığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3. MSÜ Tanıtım Afişindeki Görsel Unsurların Kültürel ve İdeolojik Çağrışımları

Görsel Unsur	Kültürel ve İdeolojik Çağrışımlar
Asker Figürü	Kahramanlık, fedakârlık ve vatan savunması fikrini pekiştirir. Askeri disiplin ve otoritenin kutsallaştırılmasını temsil eder.
Ay-Yıldız Sembolü	Tarihsel süreklilik, devlet otoritesi ve ulusal birlik. Devlete bağlılık ve aidiyet duygusunu güçlendirir.
Tank, Uçak, Gemi	Askerî kapasite, modern ordu imajı ve caydırıcılık unsuru. Türkiye'nin savunma stratejisi ve askeri gücünün sembolü olarak konumlandırılır.

Görsel Unsur	Kültürel ve İdeolojik Çağrışımlar
Mavi Tonlar	Devlet gücü ve otoriteye bağlılık. Resmiyet, kurumsallık ve profesyonelliği destekleyen bir unsurdur.
Kırmızı Detaylar	Türk kimliği ve milliyetçilik. Bağımsızlık mücadelesinin hatırlatıcısı ve ulusal aidiyetin güçlendirilmesi.

4.3. Mitolojik Analiz

Mitolojik analiz, afişte kullanılan görsel unsurların tarihsel ve kültürel bağlamda nasıl anlamlandırıldığını incelemektedir. Afişteki unsurlar yalnızca günümüz askeri gücünü temsil etmekle kalmayıp, aynı zamanda tarih boyunca inşa edilen kahramanlık, vatan savunması ve ordu geleneği gibi kavramlarla da ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda, afişin sunduğu mesaj, yalnızca modern ordu imajını güçlendirmekle kalmayıp, geçmişten günümüze uzanan bir askeri mitolojiyi yeniden üretmektedir. Asker figürü, tarih boyunca Türk kültüründe “kahraman asker” miti ile özdeşleştirilen, fedakârlık ve vatanseverliğin timsali olarak toplumsal bellekte önemli bir yer tutan bir unsurdur. Osmanlı döneminde “Gaza Ruhu” olarak tanımlanan savaşçı ideolojisi, Mehmetçik kavramıyla Cumhuriyet döneminde de devam etmiş ve Türk askerinin fedakârlık, cesaret ve bağımsızlık mücadelesindeki rolü kolektif hafızada kutsal bir konuma yerleştirilmiştir. Günümüzde de asker figürü, bu tarihsel sürekliliğin bir yansıması olarak toplumsal bellekte yaşatılmakta ve ulusal kahramanlık anlatısının bir parçası olarak kurgulanmaktadır. Ay-yıldız sembolü, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e uzanan bağımsızlık mücadelesinin en güçlü temsillerinden biri olarak, ulusal kimlik ve devlet otoritesinin sürekliliğini vurgulamaktadır. Ancak bu sembol yalnızca modern dönemde değil, Türk mitolojisinde de kutsal gök cisimleriyle ilişkilendirilerek devletin gücünü ve ilahi bir düzeni temsil eden bir simge olarak kullanılmıştır. Eski Türk devletlerinde bayrak ve sancaklarda ay ve yıldız motiflerine yer verilmesi, bu sembollerin kolektif bilinçte devletin sürekliliği ve bağımsızlığın değişmez göstergeleri olarak kabul edildiğini göstermektedir. Tank, uçak ve gemi gibi askeri unsurlar, modern ordunun caydırıcılığını ve gelişmişliğini yansıttasının yanı sıra, Türk ordusunun tarih boyunca sürekli bir güç ve otorite unsuru olarak algılanmasına katkıda bulunan “yenilmez ordu” mitinin bir devamı niteliğindedir. Osmanlı’nın güçlü kara ordusu, donanması ve modern savaş teknolojilerini benimseyerek askeri gücünü sürekli yenilemesi, tarihsel süreçte bu mitin inşasını desteklemiştir. Günümüzde, savunma sanayisindeki teknolojik gelişmelerle birlikte modern savaş araçlarının afişte vurgulanması, askeri gücün yalnızca fiziksel caydırıcılık değil, aynı zamanda ulusal gurur ve bağımsızlıkla ilişkilendirilen bir unsur olduğunu göstermektedir. Tablo 4, afişteki görsel unsurların mitolojik ve tarihsel bağlamdaki anlamlarını özetlemektedir.

Tablo 4. MSÜ Tanıtım Afişindeki Görsel Unsurların Mitolojik ve Tarihsel Anlamları

Sembol	Tarihsel ve Kolektif Hafızadaki Anlamı
Asker Figürü	Osmanlı’dan günümüze Türk ordusunun kahramanlık mitinin devamı. “Mehmetçik” kavramıyla özdeşleşerek fedakârlık, cesaret ve vatan sevgisinin sembolü olmuştur.
Ay-Yıldız Sembolü	Osmanlı’dan Cumhuriyet’e kadar ulusal bağımsızlığın göstergesi. Türk mitolojisinde kutsal gök cisimleriyle ilişkilendirilen semboller olarak, devletin

Sembol	Tarihsel ve Kolektif Hafızadaki Anlamı
	sürekliliğini temsil eder.
Tank, Uçak, Gemi	Türk ordusunun modernleşme sürecindeki evrimini temsil eder. Askerî gücün “yenilmezlik” ve “caydırıcılık” miti ile ilişkilendirilmesi, savunma sanayisinin milli güç sembolü olarak algılanmasını sağlamaktadır.

4.4. Afişin Çok Katmanlı Anlamı

Göstergebilimsel analiz çerçevesinde, Roland Barthes’ın modeline göre bir görselin tek bir anlam düzeyine indirgenemeyeceği kabul edilmektedir. Barthes’a göre, görseller denotatif, konotatif ve mitolojik olmak üzere üç katmanda anlam üretir. Her bir katman, izleyicinin sosyo-kültürel geçmişi, ideolojik duruşu ve bireysel algısına bağlı olarak farklı şekillerde yorumlanabilir. Bu bağlamda, MSÜ tanıtım afişinde kullanılan görsel ve metinsel unsurlar, ulusal kimlik, askeri disiplin ve modernleşme söylemleri etrafında şekillenirken, aynı zamanda izleyiciye bağlı olarak farklı anlamlar üretebilecek çok katmanlı bir yapıya sahiptir.

Barthes’ın modeline göre denotatif düzeyde, asker figürü, disiplin, otorite ve kahramanlık kavramlarını doğrudan yansıtmaktadır. Bu düzeyde, görsellerin yüzeysel ve genel anlamı ön plandadır; asker, sadece bir birey değil, kurumsal bir yapının temsilcisi olarak algılanır.

Konotatif düzeyde, bu figür izleyicinin ideolojik konumuna ve tarihsel perspektifine bağlı olarak farklı çağrışımlar üretebilir. Örneğin, asker profesyonel bir askeri temsiliyetin parçası olarak görülebileceği gibi, askeri otoritenin ve düzenin simgesi olarak da algılanabilir. Asker figürünün duruşu, yüz ifadesi ve üniforması, bu konotatif anlamları destekleyen kodlar olarak işlev görmektedir.

Mitolojik düzeyde ise, asker figürü tarihsel kahramanlık anlatıları ve askeri mitlerle ilişkilendirilmektedir. Türk kültüründe “Mehmetçik” mitiyle özdeşleşen asker kavramı, bağımsızlık mücadelesi, vatan savunması ve fedakârlık gibi unsurlarla bütünleşerek kolektif hafızadaki askeri anlatıların yeniden üretildiği bir alan yaratmaktadır. Bu bağlamda, afişte sunulan asker figürü, yalnızca bugünün değil, aynı zamanda geçmişin askeri kimliğiyle bağlantılı bir söylem oluşturmaktadır.

Benzer şekilde, ay-yıldız sembolü, ulusal birlik ve vatanseverlik duygularını pekiştiren bir unsur olmakla beraber, tarihsel referansları ve kolektif hafızadaki yeri nedeniyle farklı anlamlar üretebilir. Denotatif düzeyde, bir ulusal sembol olarak bağımsızlık ve devlet otoritesini temsil eder. Konotatif düzeyde, izleyiciye bağlı olarak, ulusal gurur ve milliyetçilik gibi duyguları harekete geçirebilir. Mitolojik düzeyde ise, Türk bayrağında yer alan ay ve yıldızın, Osmanlı ve eski Türk devletlerinden itibaren kullanılan kutsal sembollerle ilişkili olduğu düşünüldüğünde, devletin tarihsel sürekliliğini ve egemenliğini temsil eden güçlü bir mitolojik kod taşıdığı görülmektedir.

Askeri araçlar (tank, uçak ve gemi) ise, ülkenin savunma kapasitesini temsil etmenin yanı sıra, modernleşme ve teknolojik gelişmişlik algısını da güçlendirmektedir. Denotatif düzeyde, bu unsurlar askeri gücün göstergesi olarak işlev görmektedir. Konotatif düzeyde, bu araçlar askeri güç ve uluslararası caydırıcılıkla özdeşleştirilerek, devletin güvenlik politikalarının bir yansıması olarak okunabilir. Mitolojik düzeyde ise, tarihte güçlü ordulara sahip olmanın medeniyetin devamlılığı için kritik olduğu anlayışıyla, askeri araçlar modern çağın “kahramanlık” ve “yenilmezlik” mitosunu pekiştiren unsurlar olarak değerlendirilebilir.

Bu analiz, afişin yalnızca tek bir anlam katmanına indirgenemeyeceğini, aksine ideolojik söylem ve görsel retorikğin iç içe geçtiği çok katmanlı bir anlatı sunduğunu göstermektedir. Görsel bileşenlerin bilinçli bir şekilde seçilmesi, izleyicinin algısını yönlendiren stratejik bir

iletişim biçimi olarak değerdendirilebilir. Bu çerçevde, MSÜ tanıtım afişi, askeri kurumsallık ve ulusal kimlik arasında güçlü bir bağ kurarak, izleyiciye disiplin, otorite ve güvenlik hissi aşlamaktadır.

Bu analiz süreci doğrultusunda, afişin ulusal kimlik, askeri otorite ve vatanseverlik söylemini nasıl güçlendirdiğı ortaya koyulmuştur. Merkezi konumda yer alan asker figürü, disiplin, otorite ve hazırlıklılığı temsil ederken, arka plandaki ay-yıldız motifi, ulusal kimlik ve devlet gücünü vurgulamaktadır. Afişte kullanılan renk paleti, bilinçli bir tercihle ulusal ve askeri kimliğı pekiştiren bir yapı oluşturmuştur. Mavi tonlar modernite ve resmiyeti, kırmızı ise ulusal kimliğı ve vatanseverliğı öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda yapılan göstergebilimsel analiz, afişin yalnızca bir bilgilendirme aracı olmadığını, aynı zamanda ideolojik bir söylem oluşturma sürecinin bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır. Görsel retorik unsurlar, afişin askeri kimliğı kutsallaştıran ve ulusal birlik duygusunu pekiştiren bir iletişim aracı olarak işlev gördüğünü göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Milli Savunma Üniversitesinin (MSÜ) tanıtım afişi üzerinden Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz modeli çerçevesinde bir inceleme sunarak, afişin çok katmanlı anlam yapısını ortaya koymayı amaçlamıştır. Analiz, afişin yalnızca kurumsal bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda belirli ideolojik ve ulusal kimlik söylemlerini inşa eden bir iletişim aracı olarak kurgulandığını göstermektedir.

Barthes'ın modeline göre, afişteki görsel unsurların denotatif, konotatif ve mitolojik düzeyde anlam üretme sürecine tabi olduğu görülmüştür. Denotatif düzeyde, afişin temel unsurları olan asker figürü, ay-yıldız sembolü ve askeri araçlar, izleyiciye doğrudan disiplin, otorite ve ulusal birlik gibi mesajları iletmektedir. Konotatif düzeyde, bu unsurlar askerî düzenin, ulusal savunma politikalarının ve militarist bir kimlik inşasının görsel temsilcileri olarak şekillenmektedir. Mitolojik düzeyde ise, afişin tarihsel ve kültürel hafızayı canlandırarak, kahramanlık, fedakârlık ve ulusal bağımsızlık gibi anlatıları yeniden ürettiğı belirlenmiştir.

Çalışmanın bulguları, asker figürünün merkeze yerleştirilmesinin yalnızca bireysel bir temsil olmadığını, aynı zamanda askerliğin kolektif bilinçte kutsallaştırılan bir ideolojiye dönüştüğünü göstermektedir. Ay-yıldız sembolünün arka planda kullanılması, ulusal kimlik ve devlet otoritesine vurgu yaparken, askeri araçların varlığı, Türkiye'nin askeri gücünü ön plana çıkaran bir güven algısı oluşturmaktadır. Renk paleti, özellikle mavi ve kırmızı tonları, izleyicinin duygusal tepkilerini yönlendirme amacı taşımaktadır. Bu bağlamda, Barthes'ın göstergebilimsel modeli çerçevesinde yapılan analiz, afişin tek bir anlam düzeyine indirgenemeyeceğini, aksine çok katmanlı ve ideolojik bir anlatı sunduğunu ortaya koymuştur. Afişteki görsel unsurlar, bireysel algıyı yönlendiren bir stratejinin parçası olarak, askeri disiplini, otoriteyi ve ulusal kimliğı pekiştiren semboller olarak işlev görmektedir.

Bu çalışma askeri görsellerin yalnızca estetik unsurlar olmadığını, aynı zamanda güçlü ideolojik mesajlar taşıyan iletişim araçları olarak değerdendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle tarihsel süreç içindeki değışimler incelenerek askeri imgelerin ve propaganda unsurlarının Barthes'ın göstergebilimsel çerçevde nasıl anlam üretmeye devam ettiğini anlamaya katkı sağlamaktadır. Gelecekte de çalışmada kullanılan analiz modeli kullanılarak yapılacak araştırmalara referans olacaktır. Böylece, görsel retorik, ideolojik söylem ve ulusal kimlik inşası arasındaki ilişki anlaşılacak ve daha derinlikli olarak değerdendirme imkânı oluşacaktır.

KAYNAKÇA

- Akputat, F. (2019). *Yalan haberler ve sosyal medyada kriz iletişimi yönetimi* (Yüksek Lisans Tezi). Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altıntop, M. (2023). İletişim Yayınları'nın kent ve konut konulu kitap kapaklarının göstergebilimsel analizi. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 135(267), 255-284.
- Altıntop, M., & Bak, G. (2023). Medya, kamuoyu ve ideoloji. In A. Çatalcalı Ceylan & S. Batal (Eds.), *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Uluslararası Araştırma ve Derlemeler - Cilt II* (ss. 1-12). Ankara: Serüven Yayınları.
- Avşar, S. (2004). *Birinci Dünya Savaşı'nda İngiliz propagandası*. Ankara: Kim Yayınları.
- Aytaş, M., & Demir, Y. (2024). Sergei Parajanov sineması ve kültürel ikonografi: Narın Rengi (1969) filminin göstergebilimsel analizi. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(16), 159-180. <https://doi.org/10.55004/tykhe.1423853>
- Balkan, S. (2023). Kitle iletişim aracı olarak afiş ve Soğuk Savaş dönemine etkileri. *Ulakbilge*, 84, 391-403. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-10-84-01>
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (2012). *Göstergebilimsel serüven* (M. Rifat & S. Rifat, Çev.; 6. bs.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Boyras, B., & Cantürk, A. (2014). Amerika Birleşik Devletleri örneğinde İkinci Dünya Savaşı dönemi askeri propaganda posterleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 496-503.
- Çabuk, D. (2012). Cosmopolitan reklamlarında anlam yapıları ve ideoloji. *Global Media Journal Turkish Edition*, 3(5), 40.
- Çeken, M. B., & Ersan, M. (2022). II. Dünya Savaşı döneminde propaganda afişleri: ABD ve Almanya örneği. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 72, 477-488. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-10-72-05>
- Duydu, M. (2023). Siyasi iletişim sürecinde afiş tasarımı ve görsel propaganda. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(86), 478-485. <https://doi.org/10.17755/esosder.1175848>
- Erkman Akerson, F. (2016). *Göstergebilime giriş*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Günay, V. D. (2018). *Söylem çözümlemesi* (2. bs.). İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Güz, N., Küçükdoğan, R., Sarı, N., Küçükdoğan, B. & Zeybek, I. (2002). *Etkili iletişim terimleri*. İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Kavuran, T. & Özpolat, K. (2016). Görsel iletişim aracı olan dergilerin tasarlanma süreci. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 267-275.
- Kaya, S. E. (2024). İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarının içerik ve duygu analizi ile değerlendirilmesi. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication-TOJDAC*, 14(4), 809-825. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1509316>
- Kula Demir, K. (2005). Kimliklere ayna tutan reklam fotoğrafları. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 237-251.
- Milli Savunma Üniversitesi (2025). 2025-MSÜ Tanıtım Afişleri. <https://msu.edu.tr/sayfadetay.aspx?SayfaId=3491&ParentMenuId=3>
- Parsa, S. & Parsa, A. F. (2012). *Göstergebilim çözümlemeleri* (3. bs.). İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

- Pomerantsev, P. (2021). *Bu propaganda değil: Gerçeğe karşı savaş maceraları*. İstanbul: Mundi Kitap.
- Pratkanis, A. R., & Aronson, E. (2008). *Propaganda çağı: İknanın gündelik kullanımı ve suistimali*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Rifat, M. (2011). *Homo semioticus ve göstergebilim sorunları* (2. bs.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saussure, F. de. (2001). *Genel dilbilim dersleri* (B. Vardar, Çev.). İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2014). Göstergebilimsel yaklaşım: Yazılı basın sloganlarının incelenmesi. A. Güneş (Ed.), *İletişim araştırmalarında göstergebilim: Yazınsaldan görsele anlam arayışı* içinde (ss. 155-182). Konya: LiteraTürk Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim uygulamaları: Metinleri, görselleri ve olayları okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tarhan, N. (2003). *Psikolojik savaş* (3. bs.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2005). *Türkçe sözlük* (Cilt 2, 10. bs.).
- Vardar, B. (2001). *Dilbilim: Temel kavram ve ilkeleri*. İstanbul: Multilingual Yayınları.