



Kadın Liderlerin İmaj Yönetimi: Mahinur Özdemir Göktaş ve Kamala Harris'in Instagram Hesaplarının Göstergebilimsel Analizi

Image Management of Women Leaders: Semiotical
Analysis of Mahinur Özdemir Göktaş and Kamala
Harris' Instagram Accounts

Mustafa AKBAYIR¹, Aslıhan AKBAYIR²

¹Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Antalya
• mustafaakbayir@akdeniz.edu.tr • ORCID > 0000-0001-9489-3767

²Bağımsız Araştırmacı, Antalya
• m.aslihandumlu@gmail.com • ORCID > 0000-0003-0017-5815

Makale Bilgisi/Article Information

Makale Türü/Article Types: Araştırma Makalesi/Research Article

Geliş Tarihi/Received: 17 Kasım/November 2024

Kabul Tarihi/Accepted: 24 Nisan/April 2025

Yıl/Year: 2025 | **Cilt-Volume:** 5 | **Sayı-Issue:** 1 | **Sayfa/Pages:** 1-32

Atıf/Cite as: Akbayır, M., Akbayır, A. "Kadın Liderlerin İmaj Yönetimi: Mahinur Özdemir Göktaş ve Kamala Harris'in Instagram Hesaplarının Göstergebilimsel Analizi" Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi 5(1), Haziran 2025: 1-32.

Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Aslıhan AKBAYIR

Yazar Notu/Author Note: "Bu çalışma "MUNZUR INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH AND INNOVATION CONGRESS"te 6-7 Ağustos 2024 tarihinde özet bildirisi olarak sunulmuş olup çalışmanın genişletilmiş hali yayımlanmıştır."

KADIN LİDERLERİN İMAJ YÖNETİMİ: MAHİNUR ÖZDEMİR GÖKTAŞ VE KAMALA HARRİS'İN INSTAGRAM HESAPLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

ÖZ

Siyaset, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yansımalarının bulunduğu alanlardan birisidir. Eril hegemonyanın hâkim kılındığı siyasal alanda kadınların lider olarak var olabilesini çeşitli faktörler belirlemektedir. Toplumda kadının hane içindeki sorumlulukları, eğitim alanındaki eşitsizlik ve hâkim eril dil kadının siyasal alanda öteki olarak konumlandırılmasına zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla siyasal alanda kadın lider imajı sorunlu olarak tanımlanmaktadır. Gelişmiş ülkeler kategorisindeki ABD siyasetinde dahi kadın liderler eril hegemonya paralelinde siyasal imajlarını inşa etmektedir. Çalışmanın amacı, kadın siyasi liderlerin imajının eril çerçevede inşasının örneklendirilmesidir. Bu yüzden çalışma içerisinde amaçlı örneklem kullanılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kabinesinin tek kadın üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş ile Amerika Birleşik Devletlerinin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı Kamala Harris'in Instagram hesapları örneklem içerisinde yer almaktadır. Bu açıdan örneklem olarak seçilen kadın liderlerin kişisel Instagram hesapları üzerinden Haziran 2024 tarihli son 10 paylaşımı Roland Barthes'in görüşleri doğrultusunda göstergebilimsel analiz ile incelenmiştir. Bu çalışmada yapılan değerlendirmeler, gelişmiş ülkelerde bile kadın liderlerin siyasal imajlarını eril bir çerçevede inşa ettiklerini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyaset, Kadın Lider, Sosyal Medya, İmaj, Göstergebilim.



IMAGE MANAGEMENT OF WOMEN LEADERS: SEMIOTICAL ANALYSIS OF MAHİNUR ÖZDEMİR GÖKTAŞ AND KAMALA HARRİS' INSTAGRAM ACCOUNTS

ABSTRACT

Politics is one of the areas where gender inequality is observed. Various factors determine women to exist as leaders in the political field where male hegemony dominates. In society, women's responsibilities in the household, inequality education and the dominant masculine language prepare the ground for the positioning of women as the other in the political field. Therefore, the images of women leaders in the political arena are defined as problematic. Even in the politics of the United States, a country among developed nations, women leaders are constructing their

political images in parallel with masculine hegemony. The aim of the study is to exemplify the construction of the images of female political leaders within a masculine framework. Therefore, purposive sampling was used in the study. The Instagram accounts of Family and Social Services Minister Mahinur Özdemir Göktaş, the only female member of the Presidential Cabinet of the Republic of Türkiye, and Kamala Harris, the first female Vice President of the United States of African-American origin, are included in the sample. The last 10 posts of the women leaders selected as a sample dated June 2024 via their personal Instagram accounts were examined by semiotic analysis in accordance with the views of Roland Barthes. The evaluations conducted in this study have determined that even in developed countries, female leaders construct their political image in accordance with a masculine framework.

Keywords: Politics, Female Leader, Social Media, Image, Semiotics.



GİRİŞ

Uzlaşların ve çatışmaların bir arada harmanlandığı siyaset, kamuoyunun yönlendirilmesinde çeşitli dinamikleri içermektedir. Bu dinamikler içerisinde yer alan kamuoyu oluşturma ve imaj yönetimi ise rızanın tekrar üretildiği yapılara işaret etmektedir. Günümüzde sosyal medyada siyasal imaj yönetimi dinamiklerinin dolaşımı çok daha kolay ve etkindir. Bu yüzden siyasi liderler sosyal medyanın niteliklerinden faydalanarak toplumsal bellekte daha kalıcı olma ve güvenilirlik kazanma yarışına girmektedir.

Siyaset, eril söylemlerin hegemonyası altında kalarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin merkezi yapılarından birisini sunmaktadır. Tekeli'nin (1991, s. 121) çalışmasında kadınların demokratik bir şekilde siyasal alana katılamadığı belirtilmektedir. Bu noktada erkeklerin siyasi sürece hâkim olduğuna ve siyasi normların erkekler tarafından belirleniyor olmasına ayrıca dikkat çekilmektedir. Bu yüzden kadın liderler, siyasal alanda ve temsil süreçlerinde eril kodların yansımalarıyla sınırlı alanda hareket etmek zorunda bırakılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu bu durum siyasal sürecin eşitliğe dayalı işlerlik kazanmasının önüne ket vurmaktadır. Siyasal yapı içerisinde yer alan kadın liderlerin imaj inşasında eril kodları benimsemek durumunda kalması, eril normların devamını sağlamak noktasında dikkat çekici bir unsur sayılmalıdır.

Toplumsal cinsiyet kalıplarına dayalı olan eril normlar ve kodlar, geçmişten günümüze süregelen kadınların var olma sürecindeki yerleşik yargılardır. Bu noktada eril normlardan ve kodlardan kısaca bahsetmek yararlı görülmektedir. Biyolojik kadın ve erkek cinsiyet tanımlarının ötesinde erillik ve dişillik yargıları toplumda-

ki yazılı olmayan kurallardır. Bu noktada Bourdieu “*Eril Tahakküm*” (2015, s. 42-44) kitabında eril olan ile dişil olan arasındaki farklardan açıkça bahsetmektedir. Eril ve dişil gerekliliğinin esasları yasaya bağlı kurallar gibi doğallaştırılmıştır. Eril olanda şeref meselesinin varlığı, dürüstlüğü gerekliliği olan dik duruş, yüze doğrudan bakış, mekânda daha fazla yer kaplayan duruşlar, sert olmak, güçlü durmak gibi çeşitli dinamikler söz konusu iken dişil olanda itaat gerekliliklerinden kam-bur duruş, kıyafetle bedeninin saklanması, yüksek topuk ya da elleri dolduran çantalar yerine pantolon, ceket ve alçak topuklu ayakkabıların tercihi, uysallık, şefkat, samimiyet, içe çekilen göbekler, birleştirilen bacaklar, hoşgörü gibi farklı unsurlar görünür olmaktadır. Ahlaki kısıtlılık ve ölçülü olma özellikle kadını dar kalıplarda yaşamaya mecbur bırakmaktadır.

Siyasi lider imaj çalışmalarında renklerin dili de önemli görülmektedir. Örneğin kadın siyasi liderler imajlarında genellikle soğuk renk tonlarını tercih etmek durumunda kalmaktadır. Bu bağlamda Kavasoğlu (2021, s. 2) renklerdeki “sıcak ve soğuk” ayrımının “uyaran ve yatıştırıcı”, “güneş ve ay”, “dişi ve erkek” olarak sınıflandırıldığından bahsetmektedir. Bir rengin sıcak (sarı içeren)-soğuk (mavi içeren) olarak farklı tanımlamalar içermesi kültür ve cinsiyet gibi olguların gerekliliğine göre değişim gösterebilmektedir. Dolayısıyla her renk tonu farklı anlamlar çağrıştırmaktadır (Kavasoğlu, 2021, s. 17).

Kadın siyasi lider imajı hakkında yapılmış çalışmalara atıfta bulunan Erdil ve Üste (2024, s. 104) söz konusu çalışmalarda kadın liderin başarıya ulaşabilmesinin yolunun erillikten geçtiği fikrinin yaygın olduğunu belirtirken; Connell (1998, s. 141) birbirinden farklı değerlerden beslenmiş olsalar dahi devletin cinsiyet rejiminin eril aklın çerçevesinde inşa edildiğini belirtmektedir. Erkek bedeninin görülmesi haricinde erkeklik, iktidarı sağlamakla ilişkilidir. Siyasal alanda yaratılan farklı erkeklik ve kadınlık görünimleri birbirlerine paralel, bağımsız ya da karşıt şekillerde yerleşik hâle getirilerek var olan sistem sağlamlaştırılmaktadır. Siyaset, söz konusu konumlandırmaların daha önceden belirlendiği alanlardan birisidir. Siyasal alanda siyasetçinin somut hâli her ne kadar erkek bedeninde görülse de eril tahakküm sadece erkeklerin değil aynı zamanda kadınların da söz konusu tahakküm yapılarını desteklemesiyle devamlılığını sağlamaktadır (Balamir & Ak-yüz, 2019, s. 95). Pınarcıoğlu’na (2017, s. 19-20) göre güç dengelerinin ve rekabetin olduğu siyasal alan, erkek normlarına göre belirlenmektedir. Bu nedenle siyasette var olmak ve yükselebilmek isteyen kadınlar ya siyaset yapmamakta yani rekabete girmemekte ya da eril siyasi düzene uyum sağlamayı tercih etmektedir.

Çalışmanın amacı, kadın siyasi lider imajının eril çerçevede inşa edildiğinin örneklendirilmesidir. Bu yüzden çalışma içerisinde amaçlı örneklem kullanılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kabinesinin tek kadın üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş ile Amerika Birleşik Devletlerinin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı Kamala Harris’in Instag-

ram hesapları örneklem içerisinde yer almaktadır. Siyasette lider imajı inşası hem liderin dış görünüşüyle ilgili unsurları hem de liderin zekâ, dürüstlük ve güçlülük gibi çeşitli kişisel özelliklerini öne çıkaran diğer unsurları kapsamaktadır. Bu noktada çalışmanın yönteminde siyasi liderlerin dış görünüşüne dayalı imajı üzerinde durulmuştur. Çalışmanın ele alındığı zaman diliminde verilerin güncel olabilmesi ve çalışmaya sınırlılık getirilebilmesi için kadın siyasi liderlerin kişisel Instagram hesaplarından paylaştıkları Haziran 2024 tarihli son 10 gönderileri Roland Barthes'in literatüre kazandırdığı göstergebilimsel analiz biçimiyle tartışılmıştır.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda Mahinur Özdemir Göktaş'ın siyasi imaj yönetiminin bağlı olduğu partiye uygun olarak gelişim gösterdiği söylenebilir. Göktaş'ın, muhafazakâr kadın siyasi lider imajında diğer erkek siyasi liderler ile eşit konumlandırılması dikkat çekmektedir. Göktaş'ın kadın siyasi lider imajında hem kadınsı hem de erkeksi çerçeve hâkimdir. Göktaş, Instagram hesabı üzerinden kadınlarla ve çocuklarla ilgili paylaşımlarda bulunmaktadır. Kamala Harris'in bağlı bulunduğu partinin vizyon ve misyonlarına uygun olarak kadın ve alternatif kimlikler (LGBTQ vb.) konularına ağırlık verdiği görülmektedir. Çalışmada söz konusu duruma karşılık Harris'in imajında da hem kadınsı hem de erkeksi yansımaların bulunduğu görsel bir imaj sergilenmektedir. Bunun bir sonucu olarak gelişmiş ülkeler kategorisinde gösterilen ABD (Investopedia , 2024) siyasetinde de kadın liderlerin siyasi imajında eril olandan vazgeçilemediği görülmektedir.

SIYASİ ALANDA TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ

Siyasetin kesin bir tanımı bulunmamasına karşı genel ifadeyle toplumda yaşanan uzlaşmazlıklara çözüm yolu olarak görülen bir alan olduğu kabul edilmektedir. Başka bir yorumla siyaset, bireylerin hayatlarını düzenlemek, korumak ya da değiştirmek için başvurduğu faaliyetler bütünüdür (Heywood, 2006, s. 22). Heywood'un açıklamasından yola çıkarak siyasetin, uzlaşmazlıklarla beraber kapsamlı değerlendirilmesi gereken yapıları içerdiği söylenebilir.

Siyasal faaliyetler alanında yer alan toplumsal cinsiyet eşitsizliği farklı dinamiklerde görünür kılınmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, biyolojik yünden ifade edilen kadın ve erkek olmanın çok daha ötesinde yer alan fikirlere işaret etmektedir. Kadın ve erkek olmanın fizyolojik özelliklere sahip olabilmenin yanı sıra toplumsal anlam taşıdığı da belirtilmektedir. Kadın ve erkeğin toplumsal olanda anlaşılması ve yorumlanması gerekliliği toplumsal cinsiyet anlayışını ortaya çıkarmaktadır (Dökmen, 2014, s. 11). Kamusal alan ve özel alan içerisinde kadının ve erkeğin konumlandırılışı toplumsal cinsiyet eşitsizliği tartışmalarını körükleyen önemli yapı taşlarını oluşturmaktadır. Ataerkil toplumlardaki kalıp yargılar ve stereotipler, kadının ev içine hapsolmasını olumlayarak, iyi bir anne ve iyi bir eş özellikleriyle birlikte iş yaşamında görünür olamayacağını vurgulamaktadır. Toplum

içerisindeki kalıp yargılar, kadının namuslu ve namussuz olarak yaftalanmasında ön plana çıkarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmektedir (Bora, 2012, s. 186). Toplumda namuslu ve namussuz yargılarıyla sıkıştırılmış bir hayatı kucaklamak zorunda kalan kadınlar, eril hâkimiyetin bulunduğu noktalarda görünürlük kazanamamaktadır. Söz konusu noktaların merkezinde bulunan siyaset ise hegemonik dilin yeniden ürettiği alanlar arasındadır.

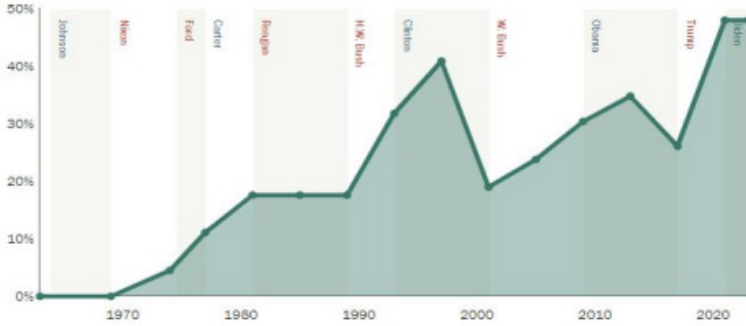
Siyasal alana demokratik katılımını çeşitli sebeplerden dolayı sağlayamayan kadınlar söz konusu yarışın baştan mağlubu ilân edilmektedir. Çünkü kadının hane içinde üstlendiği sorumluluklar, eğitim farkı ve ekonomik eşitsizliği, kadının siyasal alanda ötekileştirilerek, siyasal alandan uzak kalmasına neden olmaktadır. Ayrıca erkeklerin politikada sayıca ve güç bakımından baskın olmasından dolayı politik kuralların erkekler tarafından belirleniyor oluşu da dikkat çekmektedir. Yaratılan kurallar eril düzenle örtüştüğü için kadınlar bu çemberin içerisine alınmamaktadır. Dolayısıyla kadınlar dışlanmaktadır (Tekeli, 1991, s. 121). Siyasal alanda varlığını sürdüren toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve kadın, erkek arasındaki temsil dengesindeki tutarsızlığın günümüzde gelişmiş demokrasilerde bile siyasetteki yansımaları tartışılmaktadır (Cengiz , Doğan, & Karabağ, 2021, s. 10).

Birleşmiş Milletlerin IPU-UN Women 2023 haritasına göre küresel ölçekte daha fazla kadın, politik karar mekanizmasında yer almıştır. Fakat bu olumlu gelişmeye rağmen toplumsal cinsiyet eşitsizliği geride bırakılamamıştır. “Siyasette Kadın 2023” haritasına göre dünya genelinde kadın milletvekillerinin 2021’deki oranları %25,5 iken %26,5’ a yükselmiştir. Ayrıca 2021’de parlamentoda yer alan kadın meclis başkanları %20,9’dan, %22,7’ye yükselmiştir. Kadınların bakanlıklardaki temsiliyetleri düşük görülmekle birlikte kadın liderler çevrede %32, kamu yönetiminde %30 ve eğitimde %30 oranında bakan olarak yer alabiliyorken toplumsal cinsiyet eşitliği, aile, çocuk ve eğitim hakkı gibi alanlarda lider olabilmektedirler. Erkekler ise ekonomi, savunma, iç işleri ve adalet gibi bakanlıklarda hâkimiyetini devam ettirmektedirler (Birleşmiş Milletler, 2023). Birleşmiş Milletlerin hazırladığı rapora göre de kadınlar küresel ölçekte önemli pozisyonlara getirilmekte ve bu kadınların sayılarında da artış görülmektedir. Ancak kadınlar hane içerisindeki görevlerine benzer şekilde siyasal alanda var olmaktadır. Çevre, eğitim, kadın, aile, çocuk, toplumsal cinsiyet eşitliği alanlarında yükseliş gösteren kadınların, eril düzenin hâkim olduğu adalet, iç işleri ya da ekonomi gibi bakanlıklarda sayıca az olması dikkat çekmektedir.

Pew Araştırma Merkezi’nin (Schaeffer, 2023) sunduğu raporlara göre 2023 yılında 118. Kongre başlangıcında ABD Senatosu’nda görev alan toplam 25 kadın yer almıştır. Söz konusu sayı bir önceki 26 kadın senatörün altında yorumlanmıştır. Toplam 25 kadın senatörden 16’sı Demokrat, 9’u Cumhuriyetçi olarak görev almıştır.

ABD Kabinesindeki Kadınlar

Kadınların elinde tuttuğu Kabine veya Kabine düzeyindeki pozisyonların yüzdesi



Grafik 1. ABD Kabinesindeki Kadınlar

Eski Başkan Joe Biden'ın kabinesi, kabine düzeyi olarak gösterdiği 25 pozisyon-
dan 12'sini kadınlara ayırmıştır. Söz konusu durum %48 oranıyla ABD tarihinin
en yüksek kadın temsil oranıdır. Biden yönetimindeki kabinde ilk kez başkan yar-
dımcılığı, hazine bakanı ve ulusal istihbarat direktörü kadınlar tarafından yöne-
tilmiştir. Ayrıca Biden'ın kabinesinde dört beyaz kadın, dört siyahi kadın, bir As-
ya-Amerikalı, bir Hispanik, bir Amerikan yerlisi ve çok sayıda farklı ırktan kadın
yer almaktadır (Schaeffer, 2023). Grafik 1'de ABD kabinesindeki kadınların sayı-
larına bakıldığında yıllara göre değişen bir yapı ortaya çıkmaktadır. 1990'lı yıllar-
dan sonra kabindeki kadınların sayısında yıllara göre artış gözlemlense de 2000'li
yıllarda tekrardan düşüşe geçmiştir. Eski Başkan Joe Biden kabinesinde kadınların
sayısında ABD siyasetindeki en yüksek sayılara ulaşılmıştır. Pew Araştırma Mer-
kezi'nin (Horowitz & Goddard, 2023) sonuçlarına göre kadınlar; ABD siyasetinde
cinsiyet eşitsizliğine uğradığını ve siyasete katılımında çeşitli engellerle karşılaştı-
ğına işaret etmektedir. ABD seçmenlerinin %65'i başkan adayının beyaz bir erkek
olması durumunda daha fazla destekleyeceklerini belirtmiştir. %35'lik daha küçük
bir kesim ise beyaz bir kadın lidere olumlu bakmaktadır. Ek olarak halkın çoğunlu-
ğu siyahi bir kadın-erkek, hispanik kadın-erkek ya da Asyalı bir kadın-erkek lideri
daha dezavantajlı görmektedir. ABD'deki kadın seçmenlerin %63'ü kadınların si-
yasal alanda daha az etkin olduğunu belirtirken erkeklerin %42'si kadınların siya-
sal alanda yeterli sayıda yer aldığını belirtmektedir.

Türkiye'de 1935 ile 2023 yılları arasında cinsiyete göre milletvekili sayısı ve
Meclisteki temsil oranlarına bakıldığı zaman 2018 yılında toplam 600 milletvekili
sayısı içerisinde kadınların 104 sayısı ile en fazla temsil oranına sahip olduğu gö-
rülmektedir. Bu sayı 2022 yılında toplam 579 milletvekili sayısı içerisinde 100'e
inmiştir. Ayrıca Türkiye'de 1980 ile 2022 arasında cinsiyete göre Bakan sayılarına

bakıldığı zaman kadınların en fazla 2 sayısına ulaşabildikleri görülmektedir. Buna karşılık erkeklerin 17-36 arasında değişen sayıyla bakanlıkta yer aldıkları belirtilmektedir. 2022 yılında cinsiyete göre Bakan sayılarında erkekler 16, kadınlar 1 olarak yer almıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023, s. 139-140). Ek olarak TBMM’de grubu bulunan partilerin kadın ve erkek milletvekili sayı ve oranları görselde yer aldığı gibidir:



Şekil 1. TBMM’de grubu bulunan partilerin kadın ve erkek milletvekili sayı ve oranları (TBMM, 2023).

TBMM’de kadın ve erkek liderlerin dağılımına bakıldığında Adalet ve Kalkınma Partisi’nin 50 kadın lider sayısı ile birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Ayrıca Şekil 1’de meclis içerisindeki kadın sayısının erkek sayısından oldukça az olduğu da görülmektedir. Söz konusu dağılım kadının meclis içerisinde görünür kılındığını ifade etmeye çalışsa da erkek egemen dinamiklerin varlığına işaret etmektedir.

Küresel ölçekte, Amerika’da ve Türkiye’de kadının siyasal alandaki temsiline ve oranlarına bakıldığında genellikle yıllara göre artış gözlemlenmektedir. Ancak söz konusu artış kadının siyasal alandaki konumunda önemli bir değişikliği sağlayamamıştır. Siyasal alanda kadınların sayıları yükselirken erkek sayılarında herhangi bir azalma görülmemektedir. Siyasal alanda erkekler genel toplamda ya sayılarını korumakta ya da arttırmaktadır. Dolayısıyla siyasal alanda kadınlar erkekler kadar kendilerine yer bulamamakta ve belirli bakanlıklarda (aile, eğitim, kadın, toplumsal cinsiyet eşitliği vb.) var olmaya çalışmaktadır.

SİYASAL ALANDA KADIN LİDER İMAJİ

Siyasal alanda önemli olan olgu, egemenliğe sahip olarak otoriteriyi sağlamak ve iktidarın siyasal alanda güçlenmesinin önünü açmaktır. Bu yüzden siyasette etkin bir mekanizma olarak sayılan kamuoyu; siyasilerin ve bağlı bulundukları partilerinin değer, vizyon ve misyonlarının aktarıldığı alanları kapsamaktadır. Dolayısıyla kamuoyu gücünü arkasına almak isteyen siyasi lider, aktifliğini söz konusu alan üzerinden sorgulamaktadır. Bu sebeple liderin; samimi, özgüvenli, yaratıcı zekâ sahibi, dürüst, canlı, insanlarla haberleşebilen ve benzeri niteliklerle donanmış olması beklenmektedir. Lider, toplumunu yakından tanımalı ve duygularına da seslenebilmelidir. Ancak bu sayede liderin başarısından söz edilebilmektedir (Keskin & Sönmez, 2015, s. 347). Liderden beklenen ve istenen niteliklere sahip olması onun başarısına etki edebildiği gibi yaratılan imajının olumlanması da önemlidir.

Kadın siyasi lider imajı, toplumsal kodlarda kadının nasıl ve ne şekilde kurgulandığıyla ilişkilidir. Bunun yanı sıra toplumlardaki kadın-erkek cinsiyeti arasındaki dengeyi/dengesizliği de doğrudan/dolaylı bir şekilde gözler önüne sermektedir. Güdek (2016: 53), toplumsal rollerde kadının edilgen, tüketen ve özel alan içerisinde kavramsallaştırıldığını belirtmektedir. Erkek ise kültürü kuran, yönlendiren, etken, özgür ve kamusal alan bağlamında tanımlanmaktadır. Erkeğin söz konusu olan toplumsal durumu, onun hegemonyasına dayanmaktadır. Toplumsal cinsiyete dayalı meydana getirilen kavramsallaştırmalar ise eril söylemi oluşturmaktadır. Dolayısıyla lider, genellikle “erkek” ya da “erkeksi” olanla bağdaştırılan kavramların başında gelmektedir. Bu yüzden de çoğunlukla siyaset alanına “eril” olanın egemen olduğu görülmektedir. Dolayısıyla siyasette, söylemsel edinimler erillik üzerinden gelişmektedir.

Siyaset, kadınların ve erkeklerin eşit olduğundan yola çıkarak kadınlara özde değil, sözde vaatler sunmaktadır. Bu bağlamda siyasi alanda kadın ve erkek eşitsizliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Küresel düzende kadın siyasi liderlerin, erkek siyasi liderler kadar güvenoyu sağlayamadıkları görülmektedir. Bazı istisnai durumlar (Tansu Çiller, Yuliya Timoşenko, Angela Merkel, Margaret Thatcher, vb.) söz konusu olsa da genellikle kadın siyasi liderler, siyasette yeterince yer alamamaktadır. Mecliste ya da parti içi görevlendirmelerde erkekler tarafından pasif hale getirilen kadınlar, siyasal yaşamın etkin kısmında görünür olamamaktadır. Başta aile, toplumsal çevre ve parti içindeki eşitsizliklerle karşılaşan kadın siyasi liderler, ataerkil söylemler üzerinden “kendisini var etme” çabasına girmektedir. Foucault (2011: 38) söylemin, gizli kalmış baskı sistemlerini ürettiğinden bahsetmektedir. Her dönemin, her iktidarın kendisini muhafaza ve revize eden söylemi bulunmaktadır. Dolayısıyla mevcut güçle bağlantılı olan söylemin karşısında yer alabilmek için iktidarın söylemlerine paralel yeni söylemler ve edinimler oluşturulması gerekmektedir. Bu yüzden de kadın siyasi liderler, erkek siyasi liderlerin karşısında benzer imajlarla konumlandırılmaktadır.

Siyasal anlamda imaj, seçmenleri doğrudan etkilemenin önemli araçları arasında gösterilmektedir. İmaj, politik iletilerin sembolizmi etrafında üretilen insan zihninin ürünü olarak tanımlanmaktadır. Bu şekliyle imaj hem sembolik iletiye verilen cevap hem de seçmenlerin söz konusu ileti üzerindeki düşünselliklerini ima etmektedir (Bennet , 2000, s. 164-165). Bir anlamda siyasal imaj yönetimi, siyasilerin bağlı bulunduğu partilerin imajlarına kendi yetilerini katması ve seçmenlerin de söz konusu imaja biçtiği rol şeklinde tanımlanabilir. İmaj yönetiminde sözel unsurlar kadar sözel olmayan görsel unsurların oluşturulması imajın seçmen zihinlerindeki kalıcılığını arttırmaktadır. İmajda sözel olmayan unsurlar; görünüş, iletişim tarzı, beden dili, duruş ve ün olarak belirtilmektedir. Görünüş daha çok dış görüntü ile alakalı unsurları yansıtmaktadır. İletişim tarzı özellikle hitabetle yakından ilgilidir. Beden dili, jest ve mimiklerin yerinde kullanılmasıyla ilişkilidir. Duruş, beden dili içerisinde değerlendirilmese de adayın sahip olduğu pozisyonu betimlemektedir. Ün ise adayın özgeçmişinin niteliğini ortaya koyarak kamuoyunun dikkatini çekmeyi sağlamaktadır (Devran, 2004, s. 199-200). Siyasette lider imajının yaratılmasında dikkat çeken söz konusu unsurlar, liderin kamuoyu karşısında sahip olması gereken niteliklerine odaklanmaktadır. Siyasi lider imajı en temelde iki dinamik üzerinde yükselmektedir. Bunlardan ilki liderin dış görünüşünü temel alan görselliğe dayalı imaj diğeri ise liderin güç, zekâ, dürüstlük, güvenilirlik gibi kişisel niteliklerine dayalı imaj çalışmalarıdır (Uztuğ, 1999, s. 45).

Siyasette lider imajının sunumunda kullanılan görseller, siyasi imajın temel yapı taşı olarak değerlendirilmektedir. Siyasal kampanya süreçlerinde kullanılan görsel öge (fotoğraf) siyasinin hem kişisel nitelik hem de partisiyle olan bağınyı yansıtan imaj yapıcı unsurdur. Örneğin fotoğrafın çekildiği mekân gibi sözel olmayan unsurların da dikkate alınmasıyla sembollerin doğru yerleştirilmesi imaj yaratma süreçlerinde önemli sayılmaktadır (Uztuğ, 2007, s. 334-337). Bu noktada 1984 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçları örnek olarak verilebilir. Rosenberg ve McCafferty'nin (1987, s. 33-34) de belirttiği gibi 1984 yılı Amerikan seçimlerinde fotoğrafın siyasi imaj oluşturmadaki etkileri üzerine odaklanılmıştır. Buna göre fotoğrafların doğru ve etkili bir şekilde kullanılmasıyla hem siyasi aday imajına hem de seçim sonuçlarına olumlu ya da olumsuz etki edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Siyasette etkin olarak kullanılan fotoğraflar siyasi liderin imaj çalışmasıyla kamuoyunu doğrudan etkileyebilmektedir. Örneğin Ronald Reagan kendi imaj inşa sürecinde fotoğrafı etkin ve başarılı bir şekilde kullanmıştır (Devran, 2004, s. 201).

Siyasi imaj yönetiminde kadın siyasi imajı tartışmalı görülmektedir. Çünkü siyasal imaj yönetiminde kadın liderler, siyasi imajlarını yine erkeksi olan üzerinden inşa etmektedir. Bunun sonucunda toplumda farklı toplumsal cinsiyet rolleri birbirini ötekine göre konumlandırır hâle gelmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak iktidar ilişkilerinde erkek, bakan özne şeklinde kavranmaktadır. Erkek bedeni her

zaman belli olmamasına karşın erkeklik, iktidar kurmanın temel mekanizmasını ortaya koymaktadır. Toplumda bulunan hiyerarşik ilişkiler bütünü farklı erkeklik ve kadınlık unsurları ile bunların yansımalarına içkin olarak birbirine paralel ya da karşıt ilişkileri doğurarak söz konusu sistemin köklerini beslemektedir (Coşkun & Akyüz, 2019, s. 96).

Eril kodların toplumsal normlarla desteklenmesi ve kendisini her zaman yenileyebilmesi, erkeklik kıstaslarının siyasal imaja da sirayet etmesine neden olmaktadır. Örneğin kadın siyasal lider, erkek siyasal lider karşısında sadece kadın olduğu için giydiği güçsüzlük kostümünü ancak eril çerçevede yok etmeye çalışmaktadır. Genel yargıların destekleyici rolüne karşılık kadın siyasal lider imajını erkeksilik üzerinden oluşturmaya çalışarak karşı hamlelerini yine eril düzen kıstasında sınırlandırmaktadır. Kadın siyasal liderin, genel yargılar çerçevesinde kıyafet seçimi, kıyafetlerinde tercih ettiği renk kodları, saç kesimi, saç rengi, takı tercihi, ayakkabı tercihi, beden dilini kullanırken üzerinde durduğu normlar ve benzeri pek çok etken eril çerçevede sunulmaktadır. Sonuç olarak siyasal alan içerisinde yer alan kadın liderler, seçmenler karşısında güvenoyu kazanmak ve kamuoyu pratiklerini oluşturmak için siyasal imajlarını yine eril kodlar üzerinden üretmek durumunda kalmaktadır.

SIYASAL İMAJ YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Siyasilerin kamuoyu oluşturmak için başvurduğu yöntemlerden birisi olan imaj yönetimi, günümüzde geleneksel medya hâricinde sosyal medyada daha sık görülmektedir. Sosyal medyada daha fazla kişiye ulaşma imkânı olduğundan siyasiler ağırlıklı olarak, fotoğraf imgelerini sosyal medya aracılığıyla seçmenin erişimine sunmaktadır. Bu konuda Barthes (2014: 148-149), siyasal liderin fotoğraflarında adayların bütün edinimlerinden; ailevi, düşünsel ve cinsel durumlarına kadar seçmene yansımakta olduğunu ve hatta adayın fotoğrafları aracılığıyla aday ile seçmen arasında bir bağ kurulabileceğinden bahsetmektedir. Bu durumun sonucunda siyasilerin seçmeni ile arasındaki bağın kopmaması ve diğer seçmenlerle yeni bağların kurulabilmesi için görsel imajın üzerinde önemle durulması gerektiği konusu açıktır.

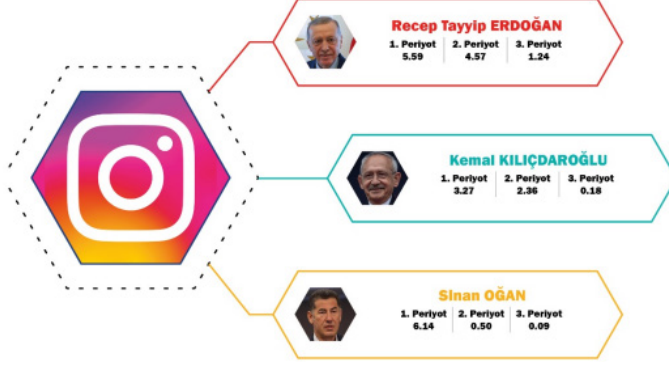
Sosyal medyanın kitleleri bir araya getirme işlevi demokratik katılım süreci açısından da önem arz etmektedir. Yoğun katılımcısı bulunan sosyal medya, günümüzde siyasal katılım eylemlerinin gerçekleştiği mecralar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla eş zamanlılık ve zaman-mekân sınırsızlığı bireylerin bir araya gelmeden herhangi bir fikir etrafında birleşerek kamuoyu oluşturmada rol oynamaktadır (Aktan, 2017, s. 112). Siyasiler sosyal medyayı, ürettikleri içerikler aracılığıyla hem kendilerinin hem de bağlı bulundukları parti yapılarının misyon ve vizyonlarını iletmek, aynı zamanda rakiplerine karşı propaganda yapmak için kullanabilmektedir. Bu şekliyle siyasiler, geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyada

seçmenleriyle interaktif iletişim kurabilen aktörler hâline gelmektedir (Bostancı, 2014, s. 88). Sosyal medya, siyasette hem seçmenlerin hem de siyasilerin etkin katılımıyla yeni olanakları beraberinde getirmektedir. Özellikle imaj yönetiminde kullanılan unsurların akılda kalıcılığını sağlamak için kullanılan sosyal medya, siyasi görsellerinin önemli bölümünü oluşturmaktadır.

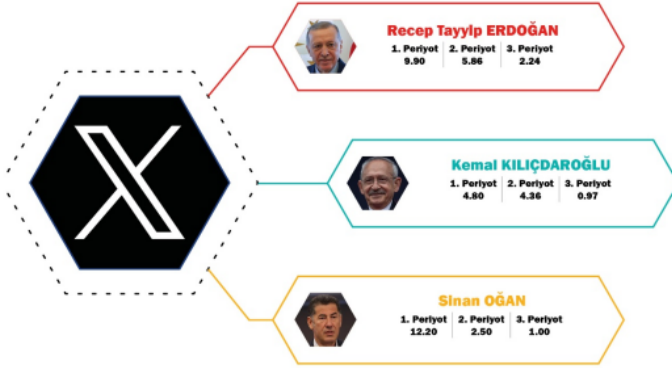
Video ve fotoğraf gibi çeşitli görsellerin üretilip aynı zamanda seçmene sunulduğu mecralardan birisi olan sosyal medya, lider imajının geniş kitlelere ulaştırılabilmesinde, liderin tanınırlığının ve akılda kalıcılığının artırılabilmesinde rol oynamaktadır. Örneğin 4 Kasım 2008 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başkanlık seçim sürecinde Barack Obama'nın faaliyetleri önemli görülmektedir. Güler ve Ülker'in de (2010, s. 100) ifade ettiği üzere söz konusu seçim kampanyası sürecinde rakip olarak siyasal alanda mücadele veren Hillary Clinton, John McCain ve Barack Obama seçim kampanya süreci yürütmüştür. Barack Obama diğer iki rakibine kıyasla farklı bir seçim stratejisi izleyerek başarıyı yakalayabilmiştir. Obama'nın seçim kampanyasında tavrı, tutumu ve seçmeni de kampanya süreçlerine dahil etmesi siyasal faaliyetini başarıya taşımıştır. Dönemin Demokrat başkan adayı olan Obama, kendi web sitesi olan, "<http://my.barackobama.com/page/content/hqblog>" üzerinden blog açmış ve seçmenlere doğrudan seslenebilme fırsatı yakalamıştır. Obama, söz konusu kampanya sürecinde dijital teknolojilerin fırsatlarından yararlanması ve sosyal ağları etkin kullanması sonucunda başarıya ulaşmıştır (Vural ve Bat, 2009, s. 2756-2758).

Amerika Birleşik Devletleri'nde 2020 başkanlık seçimi sürecinde sadece Ocak ve Mayıs aylarında Donald Trump'ın 40,87 milyon dolar Facebook'a, 23,53 milyon dolar da Google'a siyasi reklam harcamaları yaptığı bilinmektedir. Joe Biden ise 15,29 milyon dolar Facebook, 7,65 milyon dolar da Google siyasi reklam harcaması göstererek dördüncü sırada yer almaktadır (Statista, 2020). ABD 2020 başkanlık seçimlerinde Facebook ve Google siyasi reklamları için harcanan rakamlar, internetin ve sosyal medyanın siyasiler için ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır. Seçmenlere seslenmek ve propaganda yapmak için girilen seçim yarışında geleneksel medya haricinde internet tabanlı ortamları tercih eden siyasi liderler, söz konusu alanlardan her kesime erişmeye çalışmaktadır. Siyasilerin internet ve sosyal medyayı kullanımının örneklendirilmesinde yine çeşitli verilere ulaşmak mümkündür. Örneğin 2020 yılında resmi sosyal medya hesaplarında paylaşım yapan ABD kongre üyesi senatörlerin %99'u X'te ve %100'ü Facebook aracılığıyla paylaşım yaparken, %92'si YouTube ve %86'sı Instagram hesapları üzerinden paylaşımlarda bulunmuştur (Statista, 2022).

Türkiye’de 2023 yılında gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adayların sosyal medya üzerinden paylaşımları görseldeki gibidir:



Şekil 2. Adayların Günlük Ortalama Gönderi Sayıları (Karaca , 2024, s. 152).



Şekil 3. Adayların Günlük Ortalama Gönderi Sayıları (Karaca , 2024, s. 152).

Şekil 2’deki veriler odağında Instagram üzerinden 1. periyotta en az paylaşımı yapan Kemal Kılıçdaroğlu olurken en fazla paylaşım yapan Sinan Oğan olmuştur. 2. periyotta en az paylaşımı Sinan Oğan yaparken en fazla paylaşımı Recep Tayyip Erdoğan yapmıştır. 3. periyotta ise en az paylaşım sayısını Sinan Oğan elinde tutarken en fazla paylaşımı yine Recep Tayyip Erdoğan’ın yaptığı görülmektedir. Şekil 3’te X üzerinden yapılan paylaşım için 1. periyotta Sinan Oğan en fazla gönderi paylaşırken Kemal Kılıçdaroğlu’nun en az gönderi paylaştığı görülmektedir. 2. periyotta en fazla gönderi sayısına Recep Tayyip Erdoğan erişirken, Sinan Oğan en

az gönderi sayısına sahiptir. Son olarak 3. periyotta Kemal Kılıçdaroğlu en az gönderi paylaşım sayısına sahipken Recep Tayyip Erdoğan'ın en fazla gönderi sayısına yükseldiği görülmektedir.

Seçmenleri kazanma çabasında olan siyasilerin bu konudaki en önemli aracı sosyal medyadır. Debord'un bahsettiği gibi günümüz gösteri toplumlarında gösteriye dönüşen siyaset, varlığını sosyal medya üzerinden yürütmektedir. Geleneksel medyadan sınırlı sayıda seçmene ulaşıldığı günümüz dijital çağında, nüfus oranlarının yeni dilimini oluşturan Z kuşağı siyasi seçimlerde göz ardı edilemeyen hedef kitledir. Bu yüzden sosyal medyanın gücünden yararlanarak imaj yönetimini oluşturan siyasiler imajlarına daha fazla seçmene ulaşma, propaganda yapma ve seçmenleri yönlendirme işlevlerini yüklemektedirler. Karşılıklı etkileşim olanaklarını sağlayan sosyal medya, siyasilerin seçmenlere doğrudan erişmesini olanaklı kılarken, aynı zamanda seçmenlere seslerini duyurma imkânı vaat ederek ifade özgürlüğünü pekiştirmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, kamusal alanın çevrimiçi yansıması olarak tanımlanabilmekte ve kitleleri siyasi katılım anlamında dönüştürebilen mecralar şeklinde ifade edilebilmektedir.

YÖNTEM

Eril hegemonyanın hâkim olduğu alanlardan birisi olan siyasal alanda kadın lider imajı tartışmalı olarak görülmektedir. Literatürde ifade edildiği üzere erkek düzeni içerisinde var olmaya çalışan kadın siyasi liderler, imajlarını eril olan üzerinden inşa etmek durumunda kalabilmektedir. Lider imajında liderin hem dış görünüşüyle ilgili unsurların hem de kişisel özelliklerini yansıtan zekâ, dürüstlük, güçlülük vb. unsurların var olduğu gerçeğinden hareketle bu çalışmada belirli bir sınırlamaya gidilmesi için lider imajında dış görünüme dair unsurlara odaklanılmıştır. Bu noktada kadın liderlerin siyasal imaj çalışması fotoğraflar üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada kadın siyasi lider imajının eril çerçevede inşa edildiği art alan bilgisinden hareket edilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın amacı, kadın siyasi liderlerin imajının eril çerçevede inşa edildiğinin örneklendirilmesidir. Bu yüzden çalışma içerisinde amaçlı örneklem kullanılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kabinesinin tek kadın üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş ile Amerika Birleşik Devletlerinin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı Kamala Harris'in Instagram hesapları örneklem içerisinde yer almaktadır. Kadın siyasi liderlerin kişisel Instagram hesaplarından paylaştıkları Haziran 2024 tarihli son 10 gönderileri (çalışmanın yapıldığı zaman diliminde çalışmaya sınırlılık getirilmesi için) Roland Barthes'ın literatüre kazandırdığı göstergebilimsel analiz şematığı ile incelenmiştir. Örneklemen kesinleştirilmesi için Instagram ve Facebook'un aynı şirket çatısı altında birleştirildiği (Shead, 2019) gerçeğinden de hareketle Instagram gönderileri üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.

Göstergebilim, göstergeleri ve gösterenleri farklı bir açıdan ele almaya yarayan, karmaşık sistemlerin bütününe işaret eden analizlerin başında gelmektedir. Göstergebilim analizlerinde kullanılan farklı metotların ve yorumlamaların olduğu bilinmektedir. Bu noktada Roland Barthes, göstergebilime üst dil aracılığıyla yaklaşarak anlamların çözümlenmesinde yeni bir boyut kazandırmıştır. Gösterge sistemleri, gösteren ve gösterilenden oluşmaktadır. Buna karşılık göstergebilim, dil-söz, gösteren-gösterilen, dizge-dizim, yan anlam-düz anlam ilkelerinden meydana gelmektedir (Barthes, 1979, s. 1). Barthes'ın göstergebilimsel analizinde metafor ve metonimi öğelerinin metinlerde keşfedilmesi ve analiz bütününde okunması anlamın derinleşmesini sağlamaktadır. Kod, göstergelerin ne açıdan düzenlendiğini ve nasıl ilişkilendirildiğini açıklayan sistemlerdir (Fiske, 2003, s. 16). Metafor, bilinmeyen şeylerin bilinen başka bir şey açısından ifade edilmesidir. Örneğin yüksek ahlâk, uykuya yatma ve benzerleri (Fiske, 2003, s. 124-125). Metonimi, parçanın bütünü temsil ettiği sistemlerdir. Örneğin fotoğraflanan sokak bir kentin tüm yönlerini bir karede anlatabilmektir (Fiske, 2003, s. 127). Göstergebilim, anlam evrenindeki bütün temsilleri, kodları ve aynı zamanda simgeleri yorumlayabilmek için tercih edilmektedir. Pierre Guiraud'un (1994) ifade ettiği şekliyle göstergebilim anlam evrenini çözmeyi amaçlamaktadır. Hem anlam oluşumları hem de anlamlarındırma gibi soyut durumların yorumlanabilmesinde göstergebilimsel çözümleme kapsamlı bir alan sunmaktadır. Bu noktada çalışmanın yöntemini inşa eden göstergebilim, çalışma kapsamında gizli kalmış soyut anlamların açığa çıkarılmasını ve bulguların derinlemesine yorumlanması için seçilmiştir.

Analiz ve Bulgular

Analiz ve bulgular bölümünde, çalışmanın yöntemi ortaya koyulmakta ve sonuçları irdelenmektedir. Değerlendirmelerde Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nde tek kadın kabine üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş ile Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı Kamala Harris'in Haziran 2024 tarihli son 10 gönderileri ele alınmıştır. İncelemeye tabi tutulan gönderiler fotoğraflardan oluşmaktadır (Bunun haricindeki video, yazı ve benzeri gönderiler anlamlı bir sonuç göstermediğinden ve çalışmanın konu çerçevesine dâhil edilmediğinden değerlendirme kapsamına alınmamıştır). Söz konusu gönderilere Roland Barthes'ın literatüre kazandırdığı göstergebilimsel analiz biçimi uygulanmıştır. Analiz yapılırken teknik kodlar içerisinde değerlendirilen renk, örneklem olarak seçimi yapılan Mahinur Özdemir Göktaş ve Kamala Harris'in kıyafetlerinde kullanılan renkleri betimlemektedir.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), çocuk, erkek.	Mahinur Özdemir Göktaş'ın koruyucu aile evine yaptığı ziyaret, fotoğraf karesiyle sunulmuştur.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Geniş Çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Beyaz, Mavi	Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş'ın erkek çocuğun omuzuna elini atması kadın siyasi lider olarak samimiyetini ve devletin gücünü vurgulamaktadır.	Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş'ın başörtüsü İslamiyet'i çağrıştırmaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı).	Bilim Kurulu toplantısında konuşma yapan Mahinur Özdemir Göktaş'ın kürsüdeki görüntüsüne yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Bel çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Krem, Gri, Lacivert	Göktaş, kıyafet tercihinde kullandığı soğuk tonlardaki renklerle birlikte kadın siyasi lider olarak mesafeli duruşunu pekiştirmektedir.	Göktaş'ın konuşmasını gerçekleştirdiği kürsünün ön tarafında yer alan kırmızı-beyaz sembol, T.C Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına aittir.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), erkekler.	TBMM'de Ak Parti Grup toplantısına katılan Mahinur Özdemir Göktaş'ın ve erkek siyasi liderlerin görseline yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Geniş çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Krem, Gri	Görselde Göktaş'ın, kıyafetinde soğuk tonları kullanması mesafeyi hatırlatılırken aynı zamanda kadın siyasi lider olarak erkek siyasi liderlerin arasındaki eşit yükselişi vurgulanmaktadır. Göktaş, erkek siyasi liderlerle ön sırada konumlandırılmıştır.	Göktaş'ın başörtüsü İslamiyet'i çağrıştırmaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), erkek.	Görselde, Mahinur Özdemir Göktaş'ın AJET Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat ile yaptığı iş birliği protokolünün imzalanması yer almaktadır.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Bel çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Beyaz, Krem	Söz konusu görselde Göktaş, Bolat'ın sağında konumlandırılmıştır. Görselde Göktaş'ın ve Bolat'ın yan yana konumlandırılması erkek ve kadın eşitliğini vurgulamaktadır. Göktaş'ın kıyafetindeki sadelik öne çıkarken aynı zamanda aktığı kolye, aksesuar olarak kadın imajıyla bağdaştırılmaktadır.	Görseldeki masanın üzerinde yer alan Mahinur Özdemir Göktaş'ın adının yazdığı isimlikte yer alan sembol, T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına aittir.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), erkek.	Mahinur Özdemir Göktaş (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı) ile Cezayir Enerji ve Madenler Bakanı Muhammed Arkab ile görüşmesinden kesite yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Geniş çekim Aydınlatma: Yayıp Işık Renk: Krem, Siyah	Göktaş ve Arkab'ın aynı seviyede olması önemlidir. Ayrıca koltukların konumu, liderlerin orta noktada buluştuğuna işaret edebilir. Göktaş'ın kıyafetinin rengi resmiyeti temsil ederken, yüksek topuklu ayakkabısı kadın imajını yansıtmaktadır.	Görselde iki bayrak görülmektedir. Birincisi al renkli zemin üzerinde beyaz hilâl ve yıldız ile oluşmuş Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bayrağı ikincisi ise yeşil beyaz zemin üzerine kırmızı hilâl ve yıldızla sahip Cezayir bayrağıdır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), erkekler.	Mahinur Özdemir Göktaş'ın (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı) 55. Cezayir Uluslararası Fuarı'nın açılışındaki görüntüsüne yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Krem, Siyah, Bordo	Göktaş'ın tercih ettiği ceket, gömlek ve başörtüsünün renklerinde hem sıcak hem de soğuk renkler kullanarak tezatlık oluşturulmuştur. Söz konusu karede Göktaş'ın kadın siyasi lider olarak erkek siyasi liderler ile yan yana ve eşit şekilde konumlandırılması önemli görülmektedir.	Göktaş, broşunun hemen altında konumlandığı T.C. Cumhurbaşkanlığı forsuyla da Cumhurbaşkanlığı Kabinesindeki tek kadın siyasi lider oluşunu vurgulamaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), kadınlar, erkekler.	Mahinur Özdemir Göktaş'ın (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı) Cezayir Demokratik Halk Cumhuriyeti Başbakanı Nadir Larbaoui ile bir araya gelişi gösterilmektedir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Beyaz, Krem, Gri	Göktaş söz konusu ziyarette kıyafet tercihini soğuk tonlardan yana kullanarak mesafeli yanını göstermektedir. Ayrıca siyasi lider olarak giydiği yüksek topuklu ayakkabı kadın imajını pekiştirmektedir. Görseldeki koltukların karşılıklı konumlandırılışı rekabeti akıllara getirmektedir. Bu noktada Göktaş'ın beden dili, iletişime açık mesaj vermekte ve kendinden emindir. Ek olarak Göktaş'ın diğer erkek siyasi liderler ile bir arada ve yan yana konumlandırılışı önemli görülmektedir.	Görselde iki bayrak görülmektedir. Birincisi al renkli zemin üzerinde beyaz hilâl ve yıldız ile oluşmuş Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bayrağı diğeri ise yeşil beyaz zemin üzerine kırmızı hilâl ve yıldızla sahip Cezayir bayrağıdır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), erkekler.	Görsel, Türkiye-İspanya Sekizinci Hükümetler Arası Zirve kapsamındaki toplantıdan bir görüntüdür.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Siyah, Gri	Söz konusu gönderide Mahinur Özdemir Göktaş'ın ve mevkidaşının ayakta yan yana konumlandırılması siyasi lider eşitliği açısından önemlidir.	Fotoğrafta, al renkli zemin üzerinde görülen beyaz hilâl ve yıldızlı Türkiye Cumhuriyeti Devleti bayrağıdır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), kadın.	Görsel, Mahinur Özdemir Göktaş'ın (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı) Bakanlık merkez teşkilatında çalışanlar ile bayramlaşmasını içermektedir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Diz çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Beyaz, Siyah, Kırmızı	Görselde Göktaş'ın, söz konusu bakanlık çalışanı kadın ile samimi fotoğrafı yer almaktadır. Bu fotoğraf ile Göktaş, kadınların her zaman yanında olduğunu ve onları desteklediğini vurgulamaktadır.	Fotoğrafta, al renkli zemin üzerinde beyaz hilâl ve yıldız ile görülen bayrak Türkiye Cumhuriyeti Devleti bayrağıdır. Aynı zamanda görselde T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı sembolü de yer almaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı), çocuklar, gençler.	Mahinur Özdemir Göktaş'ın (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı) çocuklarla/gençlerle bayramlaşması yer almaktadır.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Bel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Siyah, Kırmızı	Göktaş, söz konusu sofrada eşitliği gözeterek bayram sofrasını adeta bir aile sofrasına dönüştürmüştür. Aynı şekilde çocuklarla konuşurken beden dilini konuştuğu kişiye doğru eğilerek yönetmesi hem samimiyetini hem de ilgisini vurgulamaktadır.	Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş'ın başörtüsü İslamiyet'i çağrıştırmaktadır.

Sonuç olarak Mahinur Özdemir Göktaş'ın Haziran 2024'teki son 10 gönderisi incelendiği zaman kadın siyasi lider imajında gücü, eşitliği, samimiyeti ve sadeliği ön plana çıkardığı görülmektedir. Göktaş'ın kadın ve çocuklarla paylaştığı gönderilerde ilgili, samimi, mutlu ifadeleri Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı olarak görevinin misyon ve vizyonlarıyla örtüşmektedir. Göktaş'ın erkek siyasi liderler içerisindeki imaj yönetiminde mesafeli, kendinden emin ve tebessümlü oluşu dikkat çekmektedir. Ayrıca erkek siyasi liderler arasındaki gönderilerde Göktaş'ın eşit seviyede konumlandırılması ve temsili kadın siyasi lider olarak eril düzen içerisindeki kabulü noktasında önemlidir. Ancak Göktaş'ın siyasi lider olarak kıyafet tercihinde soğuk renkleri kullanması, pantolon, gömlek ve ceket tercihi erkek imajını yansıtmaya noktasında eleştirilebilir. Türk siyasetinde Cumhurbaşkanı kabinesindeki tek kadın siyasi lider olarak var olan Göktaş, Birleşmiş Milletlerin IPU-UN Women 2023 haritasındaki verilerle paralel şekilde aile, çocuk, kadın ve benzeri alanlarda görevlendirilmiştir. Söz konusu bu durum kadının siyasal alanda kısıtlı yükselişini hatırlatmaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), kadınlar.	Görselde, Kamala Harris'in kadınlarla ilgili yaptığı konuşmadan kesitine yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Geniş çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Beyaz, Gri	Harris'in kıyafet tercihinde pantolon, gömlek ve ceket tercih etmesi dikkat çekmektedir. Söz konusu kıyafetler soğuk tonlara aittir. Yüksek topuklu ayakkabı ise Harris'in kadın imajını desteklemektedir. Harris'in, Arizona eyalet bayrağının önünde konumlandırılması aslında ABD'nin her alanındaki resmi temsilcisi olduğunu vurgulamaktadır.	Fotoğrafta arka planda konumlanan üç bayrak dikkat çekmektedir. Bunlardan ikisi kırmızı, beyaz ve mavi renklerden oluşan Amerika Birleşik Devletleri'nin bayrağı iken diğeri Arizona eyalet bayrağıdır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Görselde, herkes için eşit haklar ve adalet üzerine yaptığı konuşmasında Harris'in görüntüsüne yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Bel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Beyaz, Gri	Harris, kıyafetinde soğuk renk tonlarını kullanırken saç kesimi uzun olmayan modeli desteklemektedir. Aksesuar olarak küpe ve kolye tercih eden Harris, kadın imajını desteklemektedir. Harris'in avuç içinin yukarı doğru dönük olması güveni temsil etmektedir.	-

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Görselde, Joe Biden (Eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı) ve Kamala Harris'in konuşurken görüntüsüne yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Diz çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Krem	Harris'in, beden yönünün Biden'a dönük olması ilgi noktasını belirtmektedir. Ayrıca Harris'in ellerinin açık olarak konumlanması iletişime açık ve güvenilir oluşunu vurgulamaktadır. Kıyafet tercihlerinde ceket ve pantolon takımı kullanan Harris, erkeksi bir lider imajı çizmektedir.	-

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Görselde, Joe Biden (Eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı) ile Kamala Harris'in kürsüden yansıyan fotoğrafına yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Siyah, Gri	Söz konusu görüntüde Biden ve Harris'in kürsüde yan yana konumlandırılması, kadın siyasi liderin eşitliği noktasında önemlidir.	Fotoğraftaki kürsünün üzerinde yer alan sembol Amerika Birleşik Devletleri'nin devlet mührünü temsil etmektedir.

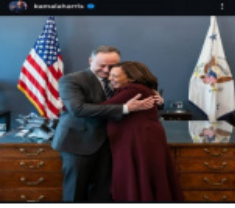
Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Harris'in bağlı bulunduğu Demokrat Parti'nin vizyon ve misyonlarıyla ilişkili olarak alternatif kimlikleri desteklediği bilinmektedir. Görselde Kamala Harris elindeki bayrakla onur yürüyüşünü desteklemektedir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Krem	Söz konusu karede Harris'in resmi giyinmediği, pantolon-cekete takımını tercih etmediği ve aksesuarlarını ön plana çıkardığı görülmektedir. Bu durum Harris'in halkın içerisinde resmi duruşunu geri plana aldığını belirtebilir. Yine Harris'in avuç içinin görülmesi güveni ve samimiyeti temsil etmektedir.	Fotoğrafta Harris'in elinde LGBTQ+ temsil eden şemsiye bayraklardan, geleneksel onur bayrağı bulunmaktadır.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), kadınlar, erkekler.	Göstergede, Kamala Harris'in kalabalık ile bir araya geldiği fotoğrafına yer verilmiştir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Krem, Gri	Harris'in, kalabalıkla -çoğunluğu kadınlar- bir arada olmaktan mutlu olduğu söz konusu samimi görüntüde dayanışma yükseltilmektedir.	-

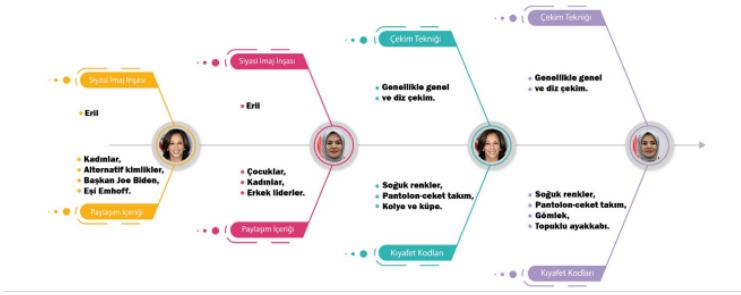
Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Görselde, Joe Biden (Eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı) ve Kamala Harris'in yan yana yürürken görüntüsü yer almaktadır.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Diz çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Krem, Gri	Harris, koyu renk pantolon-cekete takımıyla resmiyeti hatırlatmaktadır. Harris'in beden dilinde başının eski eski Başkan Biden'a hafif dönük olması, ilgi odağını vurgulamaktadır.	Fotoğrafta Harris ve Biden'ın taktığı broş Amerika Birleşik Devletleri'ni temsil etmektedir.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkekler, kadınlar.	Görsel, “Juneteenth” adı verilen Afroamerikan kölelerin azad edilmesini kutlayan federal bayramın resmi tatil olarak onaylanmasını içermektedir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Genel çekim Aydınlatma: Yapay Işık Renk: Krem, Lacivert	Harris’in söz konusu günün tatil olarak onaylanmasını beklerken siyahi bir kadının elini tutması ve diğer eliyle omzuna sarılması dikkat çekmektedir. Söz konusu fotoğraf Harris’in siyahileri desteklediği ve onların yanında olduğu mesajını vermektedir.	Fotoğraftaki masanın üzerinde yer alan sembol Amerika Birleşik Devletleri devlet mührünü temsil etmektedir.

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), kadın.	Görsel, “Juneteenth” kutlamalarını göstermektedir.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Diz çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Krem, Lila	“Juneteenth” federal bayramın resmi tatil ilan edilmesi ile söz konusu karede Kamala Harris siyahi bir kadınla samimi şekilde görüntülenmiştir. Bu durum Harris’in beden dilinde samimiyet, memnuniyet ve mutlulukla ilişkilendirilmiştir.	-

Gösterge	Gösteren	Gösterilenler
	Kadın siyasi lider (Eski Amerika Birleşik Devletleri başkan yardımcısı), erkek.	Görselde, Kamala Harris ve eşi Douglas Emhoff'un fotoğrafına yer verilmektedir. Harris, söz konusu karede eşinin babalar gününü sarılarak kutlamaktadır.
Teknik Kodlar	Metafor	Metonimi
Çekim Ölçeği: Diz çekim Aydınlatma: Doğal Işık Renk: Bordo	Harris, eşi Emhoff'un kollarında konumlandırılmıştır. Gösterge, erkeğin hegemonik gücünün ikonik bir göstergesi sayılabilir. Siyasi lider olarak gücünü ispatlayan Harris'in de bir erkeğin korumasına ihtiyacı olduğu betimlenmektedir. Harris'in sıcak renk tona sahip bir kıyafet tercih etmesi kadın imajını yükseltmektedir.	Fotoğrafın arka planında Amerika Birleşik Devletleri bayrağı ile Amerika Birleşik Devletleri devlet mührünü temsil eden kel kartal sembolü vardır.

Sonuç olarak Kamala Harris'in Haziran 2024'teki son 10 gönderisi incelendiği zaman kadın siyasi lider imajında mesafe, samimiyet ve sadeliği ön plana çıkardığı görülmektedir. Harris genel olarak siyahilerle, kadınlarla, eski Başkan Joe Biden ya da eşi Douglas Emhoff ile gönderi paylaştığı görülmektedir. Harris'in, Mahinur Özdemir Göktaş'ın aksine çocuklarla ilgili gönderisi bulunmamaktadır. Harris, paylaştığı gönderilerde güler yüzlü ve samimi poz vermektedir. Ayrıca Harris, eski Başkan Joe Biden haricinde başka erkek siyasi liderlerle gönderi paylaşmamıştır. Harris, genel olarak lider imajını soğuk renkleri kullanarak pantolon-cekettakiyle inşa ettiği için eril bir imaja sahiptir. Söz konusu bu durum Harris'in bağlı olduğu Demokrat Parti'nin misyon ve vizyonlarıyla çelişkili görülmektedir. Temelinde alternatif kimliklerin (LGBTQ vb.), temsillerin ve kadın haklarının ön plana çıktığı bir partiye bağlı lider olarak yükselen Harris'in siyasi imaj inşasında erkeksi olan baskındır. Harris'in paylaştığı gönderilerde sadece eşi Emhoff ile birlikte olan da kıyafet renk tercihlerinde sıcak tonları kullandığı görülmektedir.



Şekil 4. Mahinur Özdemir Göktaş ve Kamala Harris'in Karşılaştırmalı Siyasi İmajına Bakış

SONUÇ

Siyasi yapıda yıllar içerisinde değişen olgularla birlikte kadınların siyasal alanda kendilerine yer bulmaları azımsanamayacak düzeye ulaştırmıştır. Örneğin Siyasette Kadınlar: 2023 (Birleşmiş Milletler) başlıklı raporda da yer alan verilere göre dünya genelinde %11,3'ü devlet başkanı olarak kadın liderler ön plana çıkarken %9,8'inde hükümet başkanı olarak kadın lider yer almaktadır. Söz konusu bu durum 10 yıl öncesinde %5,3 ile %7,3'e denk gelmektedir. Ayrıca dünya genelinde 2021'deki verilere göre kadın milletvekillerinin %25,5'den %26,5'a ve parlamento-daki kadın meclis başkanlarının sayısının %20,9'dan %22,7 oranlarına yükselmiş olduğu görülmektedir. Fakat kadınların siyasal alanda elde ettikleri olumlu gelişmeler günümüzde yeterli bulunmamaktadır. Çünkü kadınlar siyasal alanda hâlen eşit düzeyde temsil edilememekte ve siyasette kadın-erkek eşitliği konusunda yeterince adım atılmamaktadır. Dolayısıyla siyaset mekanizmasındaki toplumsal cinsiyet eşitsizliği demokratik siyasi katılımların ve süreçlerin önünde bir engel olarak durmaktadır.

Siyasetin eril düzende olması, eril nüfusun yoğun olmasıyla doğru orantılı görülse de söz konusu alana girmek isteyen kadınların çeşitli sebeplerle siyasette yer alamadığı bilinmektedir. Çadır'ın (2011, s. 5) çalışmasında kadınların siyasal alanda eşit temsil hakkı yakalayamadığı; Eroğlu ve Cansever'in de ifade ettiği gibi (2023, s. 415) eril olan siyasal alanda kadınların sayıca yükselişe geçmesine rağmen söz konusu durumun tartışılabilir olarak kaldığı; Şahin, Şenocak ve Boduroğlu'na (2024, s. 422) göre ise kadınların hem ekonomik hem de eğitim alanındaki eşitsizliklerden kaynaklı siyasal alanda yeterince yer bulamadığı belirtilmektedir. Özellikle toplumdaki normlar ve yargılar kadınların siyasal alandan uzak durmasına ya da uzaklaştırılmasına zemin hazırlamaktadır. Kadının hane içi rolleri onun kamu düzeninde alacağı roller üzerinde engel teşkil etmektedir. Ayrıca bir şekilde siyasette yer alabilen kadınların ise çoğunlukla eril düzen çerçevesinde hareket ettiği ve kadın kimliklerini arka planda tutarak var olmaya çalıştığı

görülmektedir. Siyasal alana bir şekilde dâhil olmayı başarmış kadın liderlerin ise seçmenlerin odağında yer alabilmek için imajını yine eril çerçeve üzerinden inşa ettiği görülmektedir. Altında'ın da (2009, s. 363) ifade ettiği üzere siyasal alana girmeyi başarmış kadınlardan birisi olan Tansu Çiller, lider örneği çalışmalarında erkeksi tanımlanmakta ve kadın kimliğini arka planda tuttuğu belirtilmektedir.

Gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler dâhilinde kadın liderlerin siyasal alanda eril düzene ayak uydurarak kendini var etmeye çalışması söz konusu çalışma özelinde tartışılmıştır. Çalışmanın odak noktasını oluşturan söz konusu bu durumda kadın siyasi liderlerin imajının eril çerçevede inşa edildiğinin örneklendirilmesi amaçlanmıştır. Bu yüzden çalışmada amaçlı örneklem olarak seçilen Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kabinesinin tek kadın üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş ile Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı Kamala Harris'in kişisel Instagram hesaplarından paylaştıkları Haziran 2024 tarihli son 10 gönderileri Roland Barthe's'in literatüre kazandırdığı gösterebilimsel analizle irdelenmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kabinesinin tek kadın üyesi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı Mahinur Özdemir Göktaş, Ak Parti'nin vizyon ve misyonlarına uygun imaj yönetimi inşa etmektedir. Göktaş, paylaştığı gönderilerde muhafazakâr kadın lider kimliğiyle siyasal alanda diğer erkek siyasi liderler ile eşit konumda temsil edilmektedir. Bu noktada muhafazakâr kadının siyasal alanda eşitliğe dayalı yükselişi vurgulanmaktadır. Ayrıca Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı olan Göktaş'ın görevinin sorumluluğuyla kadın ve çocuk konularında çeşitli paylaşımlarda bulunduğu belirlenmiştir. Göktaş'ın Instagram gönderilerinde en çok kadınlarla ve çocuklarla ilgili paylaşımları öne çıkarken aynı zamanda diğer erkek siyasi liderler ile eşit konumlandırıldığı görselleri de dikkat çekmektedir. Göktaş, imaj yönetiminde muhafazakâr kıyafet tercihiyle öne çıkarken aynı zamanda taktığı broş ve giydiği yüksek topuklu ayakkabıyla kadın kimliğini yansıtmaktadır. Ancak pantolon-cekete takım tercihi ve soğuk renk tonlarını kullanmasıyla imajının eril çerçeveye uyumlu olduğunu söylenebilir. Dolayısıyla bu noktada Göktaş'ın siyasi lider imajının hem kadınsı hem de erkeksi öğelerle harmanlanarak inşa edildiği belirtilebilir. Ek olarak Cumhurbaşkanı Kabinesindeki tek kadın siyasi olarak yükselen Göktaş'ın, aile ve sosyal hizmetler alanındaki bakanlık görevini sürdürmesi Birleşmiş Milletlerin IPU-UN Women haritasındaki (2023) veriler paralelinde siyasal alandaki eril düzenin yansıması olarak değerlendirilebilir.

Demokrat Parti içerisinden Kamala Harris, Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk Afroamerika kökenli kadın Başkan Yardımcısı olma özellikleriyle ön plana çıkmaktadır. Harris'in genel olarak siyasal alanda partisinin vizyon ve misyonlarıyla uyumlu olarak alternatif kimlikleri (LGBTQ vb.) ve kadın haklarını desteklediği bilinmektedir. Bunun yanı sıra Harris, genellikle pantolon-cekete takım giymeyi tercih etmekte ve soğuk renk tonlarını bir arada kullanmaktadır. Harris, söz konu-

su tercihlerle beraber abartısız makyajıyla kimi zaman mesafeli duruşuyla, orta boy saç kesimi ve sabit saç şekli ile siyasi imajının eril çerçeveye uyumlu sağladığı söylenebilir. Ancak Harris'in takmayı tercih ettiği kolye ve küpesiyle, neşeli oluşuyla ve giydiği yüksek topuklu ayakkabısıyla da kadın kimliğine sahip çıkmaya çalıştığı belirtilebilir. Dolayısıyla Harris'in siyasi lider imajında da hem kadınsı hem de erkeksi dinamiklerin bir arada kullanıldığı ifade edilebilir. Ek olarak Harris'in Instagram gönderilerinde kadın, siyahi kişi/ler, eşi Douglas Emhoff ve eski Başkan Joe Biden ile paylaşım yaptığı görülmektedir. Harris, Göktaş'ın aksine çocuklarla ya da diğer erkek siyasi liderler ile bir arada bulunduğu herhangi bir paylaşım yapmamıştır.

Yapılan analizler ve değerlendirmeler sonucunda, kadının siyasal alanda var olması ülkelerin gelişmişlik düzeyleriyle doğrudan ilişkili görülse de gelinen son noktada gelişmiş ülkelerde dahi kadın siyasi liderlerin rakibi olan erkek siyasi liderler karşısında kamuoyu desteğini alabilmek için eril düzen çerçevesinde hareket ettiği söylenebilir. Bu noktada kadın siyasi liderlerin genellikle pantolon, ceket ve gömlek takımları tercih ederken aynı zamanda kısa ve koyu renk saç tonlarını kullanması kadın kimliklerinin geri planda tutulmaya çalışıldığını göstermektedir. Bu yüzden söz konusu çalışmada kadın liderlerin siyasi imajlarını eril çerçeveye uygun biçimde inşa ettiği desteklenmektedir. Ancak kadın siyasi liderlerin kullandığı yüksek topuklu ayakkabı ve aksesuarlar, eril düzen içerisinde kadın kimliklerini korumaya çalıştığının göstergesi olarak değerlendirilebilir. Çalışma özelinde örneklem olarak seçilen Mahinur Özdemir Göktaş'ın ve Kamala Harris'in siyasi lider imajında kadınsı ve erkeksi niteliklerin bir arada sunulması eril çerçeveden uzaklaşmadığını göstermektedir. Foucault'un da ifade ettiği gibi (2011: 38), siyasette mevcut güçle ilişkili normların karşısında olabilmek için iktidar normlarına paralel bir şekilde yeni dinamikler oluşturulması gerekmektedir. Kadın siyasi liderler, erkek siyasi liderlerle benzer imaj çalışması yapmaktadır. Dolayısıyla toplumda var olan dişil ve eril kendisini birbirini üzerinden var etmektedir.

Çalışmadan bağımsız olarak siyasette yer alan kadın liderlerin "erkek gibi" olması toplumsal normlarla ilgili olan eril gücü, rekabeti ve güvenilirliği hatırlatsa da söz konusu alanda yer alan ve "erkek gibi" olmayan kadın siyasi liderlerden de bahsetmek gerekmektedir. Örneğin Vogue Türkiye'de (Alphan, 2010) ele alınan bir yazıda siyasette yer alan kadınlar ve moda ilişkisine değinilmiştir. Bu noktada "*kadın gibi politikacı*" başlıklı yazıda pek çok isim bulunmaktadır. ABD Eski Dışışleri Bakanı Condoleezza Rice'in deri çizmeler, uzun paltolar vb. kıyafet tercihleriyle dikkatleri üzerine çektiği ve daha sonradan yapılan baskılar neticesiyle de tayyör giymek durumunda kaldığı yazılmıştır. Yine aynı şekilde Hillary Clinton'ın her ne kadar ceket ve pantolon giydiği belirtilse de söz konusu kıyafet tercihinde canlı renkleri kullanarak erkeksi olandan uzak durmaya çalıştığı belirtilmektedir. Florida Eyalet Genel Sekreteri Katherine Harris'in makyajının abartılı olması, ABD Temsilciler Meclisi'nin Başkanı Nancy Pelosi'nin renkli ve tüylü marka kıyafetleri, Pittsburgh'un Belediye Meclisi'ne seçilen ilk Afro-Amerikalı kadın Valerie McDo-

nald Roberts'ın “pembeyi çok severim ama toplantılarda giymem. Çünkü kimsenin ne şeker demesini istemem”; vekil Mary Bono'nun “hepimiz ciddiye alınmak istediğimiz için seksi algılanmak istemiyoruz” sözleri ve nice kadın siyasi liderlerin imajlarında kadınsı olmak istedikleri ancak sistemin ve medyanın söz konusu duruma izin vermediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla çalışmada öneri olarak konunun daha kapsamlı çalışılabilmesi için alternatif olarak sunulan farklı kadın siyasilerin sosyal medyadaki imaj yönetimleri karşılıklı olarak irdelenebilir. Bu noktada siyasette “kadın gibi lider” olan/olmak isteyen ve söz konusu noktada adım atan kadın siyasi liderlerin içerisinde bulunduğu koşulların neden ve sonuçları göstergebilimsel yönetime ek olarak derinlemesine mülakat gibi farklı analizlerle de beslenmelidir.

Yazar Katkı Oranları

Çalışmanın Tasarlanması (Design of Study): MA(%50), AA(%50)

Veri Toplanması (Data Acquisition): MA(%50), AA(%50)

Veri Analizi (Data Analysis): MA(%50), AA(%50)

Makalenin Yazımı (Writing Up): MA(%50), AA(%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu (Submission and Revision): MA(%50), AA(%50)

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2017). *Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılımı Etkisi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alphan, M. (2010). Kadın Gibi Politikacı. 01.10, 2025 tarihinde <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kadin-gibi-politikaci-jazfx3bjj0aN6pndtW-C5g#> adresinden alındı
- Altındağ, Y. (2009). Erkek Siyasetin 'Erk'Siz Dublörleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 351-367.
- Balamir, C. B., & Akyüz, S. (2019). Dünya Siyasetinin Kadın Liderleri ve Siyasal Erkeklikler: Göstergebilimsel Bir Okuma. *Kadın/Woman* 2000, 20(2), 91-110.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilimin İlkeleri*. (B. Vardar, & M. Rifat, Çev.) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Bennet, W. L. (2000). *Politik İllüzyon ve Medya*. (S. Say, Çev.) İstanbul: Nehir Yayınları.
- Birleşmiş Milletler. (2023). *Siyasette Kadınlar Haritası 2023*. Birleşmiş Milletler Türkiye. 07.20, 2024 tarihinde <https://turkiye.un.org/en/224323-women-politics-map-2023> adresinden alındı
- Bora, A. (2012). Toplumsal Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık. 175-187. (K. Çayır, & M. Ayan, Derleyiciler) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bostancı, M. (2014). Siyasal İletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 84-96.
- Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm*. (B. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Cengiz, B., Doğan, G., & Karabağ, G. (2021). *Türkiye'de Kadının Siyasete Katılımı: Siyasal Hayatta Karşılaşılan Engeller ve Deneyimler*. İstanbul Politik Araştırmalar Enstitüsü.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. (C. Soydemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Coşkun, B. B., & Akyüz, S. (2019). Dünya Siyasetinin Kadın Liderleri ve Siyasal Erkeklikler: Göstergebilimsel Bir Okuma. *Kadın/Woman* 2000, 20(2), 91-110.
- Çadır, M. (2011). Kadının Siyasal Yaşama Katılımında Siyasi Parti Kadın Kollarının Rolü (TBMM'de Grubu Bulunan Siyasi Partiler Bağlamında Ankara İli Örneği). Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Devran, Y. (2004). *Siyasal Kampanya Yönetimi*. İstanbul : Odan İletişim Yayınları .

- Dökmen, Z. Y. (2014). *Toplumsal Cinsiyet, Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erdil, D., & Üste, R. (2024). Modernizmden Modern Ötesi Sürece: Kadın ve Liderlik. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 103-137.
- Eroğlu, H., & Cansever, N. (2023). Dünya'da Siyasal Alanda Kadın Liderler. O. Erkmen, & G. Gafurova (Dü.), *International Istanbul Modern Scientific Research Congress-V* içinde (s. 404-417). İstanbul: IKSAD.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. (M. Yalçın, Çev.) Ankara: İmge Yayınları.
- Güler, G. E., & Ülker, E. (2010). Politik Pazarlama ve Örnek Bir Olay İncelemesi: Barack Obama. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(2), 93-107.
- Heywood, A. (2006). *Siyaset*. (B. Kalkan, Dü., B. B. Özipek, B. Şahin, M. Yıldız, Z. Kopuzlu, B. Seçilmişoğlu, & A. Yayla, Çev.) Ankara: Liberte Yayınevi.
- Horowitz, J. M., & Goddard, I. (2023). *Women and Political Leadership Ahead of the 2024 Election*. Pew Research Center. 07 21, 2024 tarihinde <https://www.pewresearch.org/social-trends/2023/09/27/women-and-political-leadership-ahead-of-the-2024-election/> adresinden alındı
- Investopedia. (2024). *Top 32 Developed and Developing Countries*. 01 26, 2021 tarihinde <https://www.investopedia.com/updates/top-developing-countries/> adresinden alındı
- Karaca, M. F. (2024). 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Sosyal Medya Kullanımı: Instagram ve X Üzerine Bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, İNİJOSS*, 13(1), s. 136-175.
- Kavasoğlu, B. R. (2021). *Renk*. Ankara: İksad Yayınevi.
- Keskin, S., & Sönmez, M. F. (2015). Liderler ve Takipçileri: Siyasi Parti Liderlerinin Twitter Performansları ve Takip İlişkisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(1), 339-362.
- Pınarcıoğlu, N. Ş. (2017). Eriş Siyasette Kadın Temsili (Mi?). *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 7(1), 2-24.
- Rosenberg, S. W., & McCafferty, P. (1987). The Image And The Vote Manipulating Voters' Preferences". *Public Opinion Quarterly*, 51, 31-47.
- Schaeffer, K. (2023). *Kadın Liderlere İlişkin Veriler*. Pew Research Center. 07 21, 2024 tarihinde <https://www.pewresearch.org/social-trends/fact-sheet/the-data-on-women-leaders/> adresinden alındı
- Shead, S. (2019, 01 18). *BBC*. BBC NEWS: <https://www.bbc.com/news/technology-50838013> adresinden alındı
- Statista. (2020). *Presidential candidates' political ad spend on Facebook and Google U.S. 2020*. 01 09, 2021 tarihinde Statista Web Sitesi: <https://www.statista.com/statistics/1025108/presidential-candidate-political-ad-spend-facebook-google-us/> adresinden alındı
- Statista. (2022, 12 20). *Percentage of U.S. Congress members who posted on official social media accounts in 2019*. 01 09, 2021 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/958794/congress-members-posted-official-social-media-accounts-usa/#statisticContainer> adresinden alındı
- Şahin, M., Soyocak, S., & Boduroğlu, G. (2024). Kadınların Siyasal Temsilde Yaşadıkları Sorunlar ve Engeller Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Politik Ekonomik Kuram*, 8(2), 402-424.
- TBMM. (2023). TBMM'de Grubu Bulunan Partilerin Kadın ve Erkek Milletvekili Sayı ve Oranları. 07 21, 2024 tarihinde <https://www.tbmm.gov.tr/sandalyedagilimi> adresinden alındı
- Tekeli, Ş. (1991). Kadınların Siyasetten Dışlanmışlıklarının 55 Yıllık Öyküsü. N. Arat (Dü.). içinde İstanbul: Cem Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). *Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri-2022*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- Uztuğ, F. (1999). *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmaji*. Ankara: MediaCat Yayınları.
- Uztuğ, F. (2007). *Siyasal İletişim Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Vural, A. B., & Bat, M. (2009). Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri ve Blog Kullanımı: 2008 Amerika Başkanlık Seçimlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Journal of Yasar University*, 4(6), 2745-2778.

IMAGE MANAGEMENT OF FEMALE LEADERS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF MAHİNUR ÖZDEMİR GÖKTAŞ AND KAMALA HARRİS'S INSTAGRAM ACCOUNTS

Extended Abstract

There is no definite definition of politics. However, politics is seen as a means of resolving conflicts in society. The social gender inequality observed in the political sphere is explained in different ways. Gender inequality refers to concepts that

goes beyond the biological expressions of being male or female. The positioning of men and women in both public and private spheres leads to debates on gender inequality. Women, who are forced to adopt a life constrained by the judgments of honor and dishonor in society, cannot gain visibility in areas dominated by male supremacy. Politics, which is at the center of these areas, is one of the fields where hegemonic discourse is reproduced. Therefore, women cannot find a place in politics as much as men and are often assigned to specific ministries. These ministries typically include those related to family, education, women, and gender inequality.

The political image of a female leader is related to how and in what way social codes are constructed. The image of a female political leader can provide insights into the imbalances between male and female genders in society. Conceptualizations based on gender reconstruct the masculine discourse. As a result, the concept of leadership is generally associated with “masculinity.” The political field is predominantly occupied by “masculine” elements. Women are often marginalized, suppressed, and excluded from the active part of political life by men in parliamentary and intra-party appointments. Female political leaders, who face inequalities within their families, social circles, and political parties, construct their political image through patriarchal discourses. Therefore, to challenge the dominant discourse associated with the ruling power, it is necessary to create new counter-discourses and images. For this reason, the political image of women is considered a significant issue in discussions of gender inequality. In political image management, female political leaders often have to construct their image within a masculine framework. Consequently, men and women in society build their gender roles through the perception of the “other.”

Social media plays an important role in image management, one of the methods politicians use to gain public trust. The ability of social media to bring masses together is also crucial for the democratic participation process. Social media, with its large user base, has become one of the platforms where political participation activities take place today. It creates new opportunities within the political sphere through the active participation of both voters and politicians. At this point, social media is used to ensure the memorability of elements employed in political image management. Thus, social media tools play a role in constructing a significant portion of political visuals. Nowadays, politicians reach voters through social media. Social media, as a platform where various visual materials such as videos and photographs are produced and presented to voters, actively contributes to the dissemination of the political leader’s image to a broad audience. It is used to enhance the recognition and memorability of political leaders. Providing an opportunity for mutual interaction, social media enables politicians to directly reach voters. At the same time, it offers voters the chance to make their voices heard by politicians, the-

reby strengthening freedom of expression. Consequently, social media is described as the online reflection of the public sphere. Social media tools can be considered as platforms capable of transforming masses in terms of political participation.

The aim of this study is to exemplify that the image of female political leaders is constructed within a masculine framework. Therefore, female political leaders are at the forefront of the study. The research focuses on the only female cabinet member of the Republic of Turkey, Minister of Family and Social Services Mahinur Özdemir Göktaş, and the first Afro-American female Vice President of the United States, Kamala Harris. Their Instagram accounts were selected as a purposeful sample. The research is limited to the last 10 posts shared by these female political leaders on their personal Instagram accounts in June 2024. The samples were analyzed using Roland Barthes' semiotic analysis schema. It is known that different methods and interpretations are used in semiotic analysis. At this point, Roland Barthes introduced a new dimension to meaning analysis by approaching semiotics through the concept of metalanguage.

In the literature, the presence of women in the political sphere is seen as directly related to the level of development of countries. However, the analyses and evaluations conducted in this study have determined that even in developed countries, female political leaders operate within a masculine framework. At this point, the fact that female political leaders generally prefer pantsuits, jackets, and shirts, along with short and dark-colored hairstyles, and cold-colored outfits indicates that female identities are being pushed into the background. The study found that female leaders construct their political image in accordance with a masculine framework. However, their use of high heels and accessories can be interpreted as an attempt to maintain their female identity within the masculine order. The presentation of both feminine and masculine characteristics in the political images of Mahinur Özdemir Göktaş and Kamala Harris demonstrates that they cannot escape the masculine framework. As Foucault stated (2011: 38), in order to oppose the existing power norms in politics, new dynamics must be created parallel to the power norms. Female political leaders engage in image management similar to their male counterparts. Therefore, femininity and masculinity in society define themselves in relation to each other. As suggested in this study, a more comprehensive examination of the topic can be conducted by comparatively analyzing the image management of different politicians on social media and investigating how voters perceive political images. Finally, this study is expected to serve as a resource for future research.

Keywords: Politics, Female Leader, Social Media, Image, Semiotics.