

Klasik Türk Edebiyatı Roman Kapaklarında Başlık ile Görsel İmge Arasındaki İlişki (Gösterge Çözümlemesi)

The Relationship Between Title and Visual Image in Novel Covers of Classical Turkish Literature (Semiotic Analysis)

Nezihe Kara ¹ 

Araştırma Makalesi
Research Article

Geliş tarihi/Received:
12.03.2025

Son revizyon teslimi/Last revision received:
21.09.2025

Kabul tarihi/Accepted:
14.08.2025

Yayın tarihi/Published:
29.11.2025

Atıf/Citation:

Kara, N. (2025). Klasik Türk edebiyatı roman kapaklarında başlık ile görsel imge arasındaki ilişki (gösterge çözümlemesi). *TAM Akademi Dergisi*, 4(2), 193-210.

<https://doi.org/10.58239/tamde.2025.02.006.x>

DOI:

10.58239/tamde.2025.02.006.x

Öz

Diğer sosyal bilim alanlarında olduğu gibi edebiyatta da imgenin belirgin ve belirleyici bir işlevi vardır. İşlevsel bir gösterge olan görsel imge roman kapaklarında görülebilen ilk dikkat çekici işarettir. Yazınsal tür olarak romanın kapağını oluşturan dilsel ve görsel imgeleri doğru okumak gerekir. Bu çalışmada Türk edebiyatına ait klasik roman kapaklarında başlık ile görsel imge arasındaki ilişki dilbilim ve göstergebilim bağlamında incelenecektir. Bir imge çözümlemesi olarak çalışmanın temel amacı, öncelikle çalışmanın birinci aşamasında klasik Türk romanları itina ile seçilecek ve örnek teşkil eden bu emsal roman kapakları değer ve işlevleri bakımından farklı sınıflara ayrılacaktır. Daha sonra, ikinci aşamada klasik Türk romanları arasında belirginlik ve çeşitlilik ilkeleri gözetilerek başlık ve resimler, gösterge ve imge açısından anlamları çözümlenerek analitik olarak yorumlanmaya çalışılacaktır. Çalışmanın bir diğer amacı da roman kapaklarındaki başlık ile resimler arasındaki ilişkinin tutarlı ya da uyumlu olup olmadığına bakmaktır. Böylece edebî imgenin tam olarak ne ifade ettiğini sorgulayarak - iletişim bağlamında- hem romanın içeriği açısından hem de okurların nazarındaki etkisi ve gücü ortaya konulacaktır. Sonuç olarak, "tamlayan-tamlanan" ilişkisi bağlamında başlık ile görsel imgenin roman ile bütünleşik olarak (en az romanın içeriği kadar) önemli göstergesel ve göndergesel değer ve işleve sahip olduğu somut roman kapağı örnekleri üzerinden gözlemlenmiştir. Araştırmanın kuramsal ve yöntemsel çerçevesine gelince, daha ziyade Barthes (1979), Eco (1988) ile Joly (2011) ve Wirth (2013) gibi Fransız Dilbilim - Göstergebilim ilişkili kuram ve yöntemlerinden yararlanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Başlık, Görsel İmge, Göstergebilim, Klasik Roman Kapakları, Türk Edebiyatı

¹ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Öğr. Gör. Dr., karanezihe@yahoo.fr, ORCID ID: 0000-0003-0003-6487

ABSTRACT

As in other social science fields, the image has an evident and decisive function in literature. As a functional indicator, the visual image is the first striking sign that can be seen on novel covers. As a literary genre, it is necessary to read the linguistic and visual images that make up the covers of novels correctly. In this article, the relationship between title and visual image on the covers of classical novels of Turkish Literature will be analyzed in the context of linguistics and semiotics. As an image analysis, the main purpose of the study is to carefully select classical Turkish novels in the first stage of the study, and these exemplary precedent novel covers will be divided into different classes in terms of their value and functions. Then, in the second stage, by observing the principles of clarity and diversity among the classical Turkish novels, titles and pictures will be analytically interpreted by analyzing their meanings in terms of sign and image. Another aim of the study is to analyze whether the relationship between titles and pictures on novel covers is consistent or coherent. Thus, by questioning what exactly the literary image expresses in the context of communication, both in terms of the content of the novel and its effect and power in the eyes of the readers will be revealed. As a result, in the context of “complement-completed” relationship, it has been observed through concrete novel cover examples that the title and visual image have important semiotic and referential values and functions integrated with the novel (at least as much as the content). As for the theoretical and methodological framework of the research, the theories and methods of French Linguistics and Semiotics such as Barthes (1979), Eco (1988) and Joly (2011) and Wirth (2013) will be utilized.

Keywords: Classical Novel Covers, Semiotics, Title, Turkish Literature, Visual Image

Extended Abstract

In this article, the relationship between title and picture, i.e. ‘visual image’ on the covers of classical novels of Turkish Literature will be analyzed semiotically. Title and picture are the most important indicators that make up the covers of novels; we should consider these two indicators as ‘images. As an image analysis, another aim of this study is to analyze whether the relationship between the title and the picture on the novel covers is consistent or harmonious. On the other hand, the reasons for the consistency or inconsistency relationship will be investigated with an interdisciplinary pragmatic approach (linguistics/ semiotics/literature) and explanations will be made accordingly. In this framework, why the author or editor makes such a choice will also be questioned. According to what criteria do we choose a novel we want to read? Do we first look at the title or the cover image? At the end of the study, we aim to clarify these questions as much as possible. For this purpose, in the first stage of the study, classical Turkish novels will be carefully selected, and these exemplary novel covers will be divided into different classes. Then, in the second stage, by observing the principles of clarity and diversity among these selected novels, the titles and pictures will be interpreted in terms of sign and image. In doing so, the elements that make up the cover design will be taken into consideration: title, color, line, shape, etc. On the other hand, as stated in the introduction, the relationship between the title and the picture will also be considered and evaluated. As for the theoretical and methodological framework of the research, the theories and methods of contemporary French Linguistics and Semiotics will be utilized. These are mainly Joly's (2011) and Worth's (2013) visual image theory and the analytical analysis of images and signs. The two main indicators that make up novel covers, the title and the visual, are important elements that help the novel and especially its cover to remain in the memory even if the story of the novel is not remembered in detail years later.

For this reason, authors and editors generally prefer to choose a visual image that is consistent and compatible with the content of the novel along with the title. Both the title and the visual image may contain explicit, concrete or implicit meaning, which is called ‘manifest meaning’, as well as hidden meaning. These are also categories that correspond to the concepts of ‘deep image’ on the one hand and ‘surface/subtle image’ on the other. In the field of semiotics, the image, which seems to be static at first glance, but actually has a very dynamic/evolving structure, is considered as a means of communication: In this respect, this phenomenon is described as the ‘silent word’. As French semioticians (such as Joly and Wirth) say, in this respect, it is possible to say that the image is ultimately a ‘silent language’. A cover image may not be truly effective if it is only colorful and depicts various visual figures. In other words, the visual effectiveness of a novel cover (in the eyes of the reader) cannot be explained only by its colors, lines and the drawing it consists of. There are also many other parameters. In addition to the graphic, decorative and choreographic structure, which are known to be important, other influential factors are that the image should provoke the reader to think, be in-depth and comprehensive, appeal to the social memory by bearing socio-cultural traces and be cognitively permanent (depicting the image). Only in this case, we can talk about a rich, effective and even focalizing image. When we talk about literature and subjectivity, it is not correct to characterize an image as positive or negative. The novel is a matter of personal choice and pleasure. At the end of the novel, each reader will definitely make his/her own self-evaluation in terms of criticism and commentary on the novel as well as the image. In short, like the choice of novel, the qualitative evaluation of the image is also a subjective phenomenon. In conclusion, we would like to conclude our study with 2 key words that we find important in the novel with its title, image and story: ‘to affect and to be affected’. Here, the “actant” is the image (to affect), and the “acted” is, as always, the reader (to be affected), in his/her eyes and memory, through the filter of thought and reflection. Finally, we hope that this research will not only make a modest contribution to the field of ‘sign analysis’ in Linguistics and ‘image analysis’ in Semiotics, but also serve as a small source of inspiration for those who wish to study novel covers in world literature.

Giriş

Diğer sosyal bilim alanlarında olduğu gibi edebiyatta da imgenin belirgin ve belirleyici bir işlevi vardır. İşlevsel bir gösterge olarak görsel imge roman kapaklarında görülebilen ilk dikkat çekici işarettir. Hatta sadece sosyal bilimlerde değil, hayatımızın her alanında farklı biçimlerde görebildiğimiz imgelerin önem ve değeri yadsınamaz. İmgeler sessiz ama anlamlı işaretlerdir; dilsel işaretlerin aksine imgeler sessiz konuşan göstergelerdir. Bu nedenle, göstergebilimciler tarafından sessiz söz olarak değerlendirilirler. Hayatın her alanında, hayata anlam katan bir imge ile karşılaşmak mümkündür. Bilhassa edebiyat ve sanatta yoğun bir imge kullanımı söz konusudur. Bu makalede 19. Yüzyıl Türk edebiyatına mensup klasik romanlarda kapak imgesi “başlık – resim” ilişkisi bağlamında ele alınacaktır. Disiplinlerarası alan çalışması olarak “Dilbilim – Göstergebilim” çerçevesine giren bu çalışmamızı bir *yazınsal imge çözümlemesi* bağlamında değerlendirebiliriz. Başlık ve resim, roman kapaklarını oluşturan en önemli göstergelerdir; bu iki göstergelyi de “imge” olarak değerlendirmeliyiz.

Roman kapakları, okurların eserle ilk tanıştıkları yerdir; bu yönüyle de romanın birinci *göstergesi* ya da *imgesi* (fr. signe, marque, image, icône)¹ olarak bir çeşit künyesi, kimliği niteliğinde olduğu söylenebilir. Birçok okurun dış kapaktan ve içerdiği başlık ve/veya resimden olumlu ya da olumsuz etkilenerek okuyacağı romanı buna göre seçtiği bilinen bir gerçektir. İkinci gösterge/ime çoğunlukla romanın arka kapağında bulunan eserle ilgili kısa özetleyici bilgidir. Her kapağın, romanın içeriğini yansıtıp yansıtmadığı tartışılabilir, dolayısıyla da okunacak romanın seçimini sadece dış kapağa göre yapmak acele bir karar gibi görünse de bu bir gerçektir. Evvela şu hususu belirtmekte fayda var; bu çalışmada Türk roman kapaklarını seçerken toplumda herkes tarafından kabul görmüş gerek yazar gerekse eser bakımından döneminde tanınmış, meşhur olan ve prototip ya da emsal diye nitelendirilebilecek olanları seçmeye özen gösterdik. Kısacası, roman kapaklarından hareketle imgeyi okumaya, yani göstergebilimsel tabiriyle *imge okuması* yapılmaya çalışılacaktır (fr. lecture de l'image).

Görsel imge nedir, ne işe yarar? Edebî imgeyi nasıl okumalıyız? Okumak istediğimiz bir romanı neye, hangi ölçütlere göre seçeriz? Bu ölçütler nelerdir, nasıl belirlenir? Çalışmanın sonunda bu sorulara yanıt aranacaktır. Bu soruları aydınlatabilmek için dilbilim ile göstergebilim alanlarını ilişkilendirilecektir.

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın başlıca amacı roman kapaklarındaki başlık ile resimler arasındaki ilişkinin tutarlı ya da uyumlu olup olmadığına bakmaktır. Diğer yandan, *tutarlılık* ya da *tutarsızlık* (fr. cohérence/incohérence) ilişkisinin sebepleri (dilbilimsel ve göstergebilimsel bir yaklaşımla) ayrıntılı bir şekilde araştırılacak ve buna yönelik açıklamalar yapılacaktır. Bu çerçevede, yazar veya editörün neden böyle bir seçim yaptığı da ayrıca sorgulanacaktır. Okumak istediğimiz bir romanı neye, hangi kriterlere göre seçeriz? Bu kriterler nelerdir? Bunlardan bir okur olarak gerçekten etkilenir miyiz? Çalışmanın sonunda bu soruları mümkün olduğunca aydınlatabilmeyi hedefliyoruz. Böylece « dilin gücü mü, yoksa imgenin hâkimiyeti mi? » sorusuna mümkün olduğunca ışık tutmaya çalışacağız. Diğer yandan, İmgebilim alanında yaptığımız literatür taramasında *Türk roman kapakları* üzerine -görebildiğimiz kadarıyla- bir imge çalışmasına rastlayamadık. Bu çalışma ile bahse konusu araştırma sahasına mümkün mertebe dikkat çekmeyi tasarlıyoruz.

Kuram ve Yöntem

Araştırmanın kuramsal ve yöntemsel çerçevesine gelince, daha ziyade Fransız Dilbilimi ve Göstergebilimi/İmgebilimi kuram ve yöntemlerinden yararlanmayı düşünüyoruz. Bu nedenle, alanla ilgili bazı özel terimlerin Fransızca ve/veya İngilizce karşılığı parantez içinde verilecektir. Dilbilim alanı için: « dilsel gösterge ve ileti » analizi çerçevesinde F. Saussure'un (1985) *gösterge dizgesi* (fr. système de signe) ile R. Jakobson'un (1963) *iletişim modeli* (fr. modèle de communication) kuramları başlıca kaynaklarımız olacaktır; özellikle bu iletişim modelindeki *dilin işlevlerinin* «imgeni işlevlerine» uygun ve uyarlanabilir olup olmadığına bakılacaktır. Göstergebilim alanı için: M. Joly (2011, 2015) ve J. Wirth'un (2013) "Görsel imge nedir?" kuramı ve "İmge ve işaretlerin analizi" yöntemine başvurulacaktır. Ayrıca, klasik göstergebilimciler de dikkate alınacaktır: J.A. Greimas'ın (1976) « Gösterge modeli », Ch.S. Peirce'in (1978) « Uygulamalı göstergebilim » ve R. Barthes'in (1979) « İmge ve gösterge » üzerine yapmış oldukları değerlendirmelerden de faydalanılacaktır.

¹ Çalışmada Fransız dilbilimi ve göstergebilimi kuram ve yöntemi kullanıldığından, alanla ilgili kullanılan özel terim ve kavramların Fransızca karşılıkları parantez içinde verilecektir.

Bağlam ve Sözceleme Durumu

Öncelikle şunu ifade edelim: Bu araştırmada *Türk edebiyatı romanlarıyla* (klasik eserler ve başyapıtlar) sınırlı kalınacağı için belirli bir *bütünce derlemesi* (fr/ing. corpus) üzerinde durulacaktır, dolayısıyla bu araştırmanın bütünce temelli bir durum çalışması olduğunu söyleyebiliriz. Klasik roman derken eserin yayın tarihinden ziyade toplumda kabul görmüş herkes tarafından tanınan bilinen başyapıtları kastediyoruz. Emsal olarak seçilen romanlar daha ziyade başyapıt olarak değerlendirilen, “Yaşar Kemal, Orhan Kemal, Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Reşat Nuri Güntekin... gibi felsefeci diye tabir edilen topluma yön veren büyük düşünürler mensup olduğu büyük edebî akımlara öncülük etmiş yazarlar tarafından kaleme alınan eserlerdir. Ki bu eserler dünya edebiyatında halen geçerliliğini koruyan ve okunmakta olan, birçok dile çevirisi yapılmış “ölümsüz” diye nitelendirilen, bu yönüyle toplumda iz bırakmış eserlerdir. Bu açıdan bakıldığında, bu eserlere “klasik başyapıt” denmesinin en temel nedeni de budur. Diğer yandan, imge çalışmaları bağlamsal olmalıdır, yani *sözceleme durumu* (fr. situation d’énonciation) bellidir; önceden seçilen somut bütünce (roman kapağı), bir roman ve hikâyesinden hareketle başlık ve imge ilişkisi ile ilgilidir.

Söz ve söylemde olduğu gibi imgelerde de *sözceleme* (fr. énonciation)² vardır çünkü dilsel yapılar gibi imgeler aracılığıyla da iletişim kurulabilir. Burada, imge ve başlık başta olmak üzere romanın diğer tüm öğelerini kullanmak suretiyle, yazarın okurlarına hitap etme, omlarla bir paylaşma niyeti ve duygusu söz konusudur. Dolayısıyla yazar hem *dilsel* (fr. linguistique, langagier) hem de *dilsel olmayan* (fr. non-linguistique) yani *dildışı unsurları* (fr. extralinguistique) birlikte ve ilişkilendirerek kullanır.

Başlık ve Kapak Resmi

Başlık ve resim, roman kapaklarını oluşturan en önemli göstergelerdir; bu iki farklı nitelikteki göstergeyi *imge* (fr. image) olarak da değerlendirebiliriz. Bu iki temel göstergenin biri *dilsel gösterge* (fr. signe linguistique), diğeri ise *dildışı* (fr. extralinguistique) yani görsel göstergedir. Bu çalışmada, klasikleşmiş Türk Roman kapaklarında yer alan başlık ile *görsel imgenin* (fr. image visuelle) yani resmedilen göstergenin ilişkisi dilbilim ve göstergebilim bağlamında incelenecektir. Daha açık bir ifadeyle, klasik romanlar içinde belirginlik ve çeşitlilik ilkeleri gözetilerek başlık ve resimler yorumlanmaya çalışılacaktır. Bu amaçla seçilen örnek roman kapakları farklı sınıflara ayrılacaktır. Burada roman kapaklarıyla ilgili sayısal verilere yer verilmeyecek, aksine istatistiksel yaklaşım yerine niteliksel, analitik ve yoruma dayalı bir araştırma yapılacaktır.

1. İmge Nedir? İmgenin Gücü ve Etkisi

Öncelikle, etimolojik açıdan (kökenbilim) kelime kökenine bakıldığında, İngilizce ve Fransızcada kullanılan «image» terimi (tr. imge) Latince resim anlamına gelen «imago» kelimesinden türetilmiştir (Joly, 2011). TDK Sözlülüğüne (www.sozluk.gov.tr) baktığımızda «imge» kavramının şu şekilde tanımlandığını görmekteyiz:

1. Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey; hayal.
2. Genel görünüş; imaj.
3. *Ruhbilimi*. Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri; hayal, imaj.

² Berke Vardar'ın (2002) *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğünde* bu terim “sözceleme” olarak geçse de günümüz dilbiliminde sıklıkla “sözcelem” terimi olarak da kullanılmaktadır.

4. *Ruhbilimi*. Duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesneler ve olaylar; düş, hayal, imaj.

Bu tanımlarda, imgenin « zihin, hayal » kavramlarının yanı sıra «Ruhbilimi» ile ilişkilendirilmesi dikkat çekicidir. Aslında bu kavramlar imgenin en temel özelliklerini yansıtmaktadır. Joly (2011) ve Wirth (2013) gibi günümüz göstergebilimciler imgenin gücünün önemine odaklanmak suretiyle vurgu yaparlar. *İmgenin gücü* (fr. force/pouvoir de l'image) tanımından ve ileride anlatacağımız farklı niteliklerinden anlaşılacaktır. En önemli gücü, tasvir özelliği ile birlikte öznellik değeri (analitik eleştiri ve yoruma açık olması) gibi etkili işlevlerinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra, *iletişimin düzlemi* ne olursa olsun, sesli, yazılı yahut da sessiz iletişimde bazen bir kelimenin yapamadığını tek başına bir tek "imge" yapabilir; buna göstergebilimde "imgenin gücü" dolayısıyla "imgenin etkisi" (fr. effet de l'image) diyoruz.

Bizim ileride ele alıp inceleyeceğimiz "etkili imge" (fr. image effective) kavramı tam da bu bakış açısı ve yaklaşımdan ileri gelmektedir. Bu bakış açısından hareketle, Jakobson'un (1963) iletişim kuramında bahsettiği *dilin işlevlerinden* (fr. fonctions du langage) esinlenerek, imgenin gücü ve etkisini gösteren bir takım *iletişimsel işlevleri* de mevcuttur. Bunlar imgenin bazı değerlerinin işleve dönüşmesinden ibaret olup, imge ulamlarını oluştururken bize ışık tutacaktır:

1. *İletisel işlev* (fonction de message),
2. *Etkisel işlev* (fonction effective),
3. *Betimleyici işlev* (fonction descriptive),
4. *Anlatım işlevi* (fonction expressive),
5. *Göndergesel işlev* (fonction référentielle),
6. *Odaklama işlevi* (fonction focalisante).

1.1. İmge – Hayal İlişkisi : İmgebilim/Göstergebilim

Başka bir deyişle, imge insanın zihninde oluşan, hayal dünyası ile ilişkili bir ruhbilim ve göstergebilim olgusudur. *İmge – hayal* (fr. imagination) ilişkisi göz ardı edilmemesi gereken çok önemli bir dikotomidir (ikili ilişki kavramı)³ : Fransızca ve İngilizcede "image – imagination" dikotomisinin kullanılması hem etimolojik olarak hem de bilimsel olarak teyit edilmiştir. Türkçede ise "imge" kavramından hareketle etimolojik olarak işaret bilimi anlamına gelen *imgebilim* yani göstergebilim (fr. sémiotique, ing. semiotics) kavramı türetilmiştir. Duygu, düşünce ve zihinle⁴ yakından ilişkili olduğundan dolayı imge çalışmaları doğal olarak insanı doğrudan ilgilendiren *İnsan ve Sosyal Bilimler* (fr. sciences humaines et sociales) ve *Bilişselbilim* ya da kısacası *Bilişbilim* (fr. science cognitive) alanı ve araştırma sahasına dâhildir. Bihassa "hayal" olgusu ile ilişkilendirilmesi ve bahse konu *çok yönlü ve çok boyutlu*, insanı etkileyen, farklı diyalara alıp götüren etkili niteliklerinden dolayı çeşitli imgelerin *derin yapılarını* "edebiyat" başta olmak üzere *görsel, edebî ve sanatsal estetiğin* her manada bulunduğu "sanat, şiir ve müzik" alanlarında ziyadesiyle görmek mümkündür.

³ En önemli "dikotomi dizgesi" yapısal dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure tarafından 1916 yılında "Cours de linguistique générale" (Genel dilbilim dersleri) başlıklı eserinde ortaya konulmuştur. Dilbilimin temelini oluşturan ve alana yön verdiğinden halen kullanılmakta olan başlıca dikotomileri şunlardır : "dil – dil yetisi" (langue – langage), "dil – söz", (langue – parole), "signifiant – signifié" (gösteren – gösterilen), "diachronie – synchronie" (artzaman – eşzaman), vs.

⁴ Zihin/duygu/düşünce deyince, N. Chomsky'nin (1968) "Dil ve Zihin" (fr. langage et pensée) başlıklı eseri akıllara gelmektedir ki bu başyapıt Dilbilim alanında *dil ile düşünceyi* ilişkilendiren temel başvuru kaynaklarındandır.

1.2. İmgenin dilbilimsel tanımı

Öncelikle “imge” kavramını anlayabilmek için daha geniş kapsamlı bir kavram olduğu bilinen gösterge (fr. signe) kavramına bakmakta yarar vardır. Bu dilbilimsel anlayış çerçevesinde Berke Vardar’ın (2002) Dilbilim Terimleri Sözlüğüne bakıldığında, «imge» kavramı yerine «im» kavramını görmekteyiz. Bu kavram da gösterge kavramına gönderilmiştir. Gösterge ise şu şekilde tanımlanmıştır:

Gösterge/işaret: (alm. zeichen, fr. signe, ing. sign). Genel olarak bir başka şeyin yerini alabilecek nitelikte olduğundan kendi dışında bir şey gösteren her türlü nesne, varlık ya da olgu; özel olarak, dilsel bir gösterenle bir gösterilenin birleşmesinden doğan birim, (*İm* de denir). Dil bir göstergeler dizgesidir. İmer, Kocaman ve Özsoy’un (2013) Dilbilim Sözlüğünde «im» ya da «imge» kavramlarına yer verilmediği gibi, gösterge tanımında da gönderme yapılmamıştır.

1.3. İmge Nasıl Bir Göstergedir?

Her imge bir gösterge olabilir, ancak her gösterge bir imge olmayabilir. Bunun sebebi nedir? Bu durum gösterge ile imgenin bir kısım özelliklerinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Bunları açıkladığımızda ortaya çıkacaktır. Gösterge ve imge gönderen/gösteren ise gönderdiği şey (anlam) gönderilen/gösterilendir. Değeri, işlevi ve etkisine istinaden, gösterge ve imge 3 farklı görünüme/görünüşe (fr. aspect) bürünebilir:

1. ikon (icône) : gösterilenle benzerlik ilişkisi,
2. işaret (indice) : gösterilenle dolaysız ilişki,
3. sembol (symbole) : gösterilenle uzlaşımsal ilişki.

2. İmge ve Öznellik Olgusu

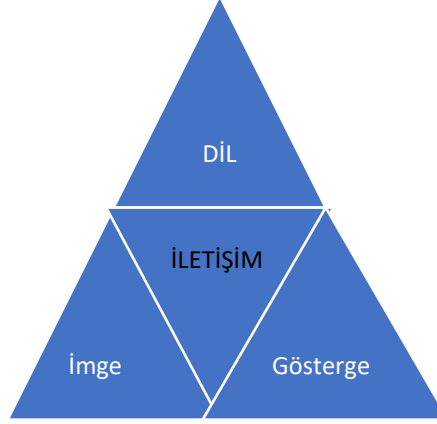
TDK’nun Türkçe Sözlüğüne tanımlarına bakıldığında, imgenin öznel bir niteliği olduğunu söyleyebiliriz. Başka bir deyişle, imgede “öznellik” olgusunu şu şekilde değerlendirebiliriz:

- İmgenin içeriği ve değeri ona bakan, onu gören bireyin kişisel bakış açısına göre yapacağı değerlendirme ve yoruma bağlıdır.
- Bireyin kullanımına ve değerlendirmesine bağlı olduğuna göre, nasıl ki dilde öznellikten bahsediyorsak, aynı şekilde imgede de öznellikten bahsedebiliriz.
- Zira «dil» farklı göstergelerin yanı, çeşitli imgelerden de oluşmaktadır. Buradan hareketle, farklı imge ulamlarından söz etmek gerekir.

2.1. Dil - İmge - Gösterge Piramidi

İmgenin öznelliğini açıklayabilmek için öncelikle dilin öznelliğinden bahsetmekte yarar var. Bu açıdan bakıldığında, dilde öznellikte varsa, imgede de öznellik vardır; zira “dil ve imge” insana özgü yani insan kaynaklı olduğundan, birbirine bağlı iki ana olgudur ve birbirinden bağımsız düşünülemez. Dilin bileşenleri (fr. composants linguistiques) açısından bakacak olursak; imge ve gösterge, Dili oluşturan, hatta onu tamamlayan en temel unsurlardır. Dolayısıyla bu unsurları Dilin bileşenleri olarak değerlendirmek gerekir. İmge ile gösterge birbiriyle ilişkili olsa da farklı unsurlardır. Dilin bu iki bileşeni arasındaki temel fark şudur: Genel olarak « gösterge » başlıca iki parametreye ayrılır: dilsel göstergeler (söz, sözcük, sözce...) ve dildışı göstergeler (ses, prozodi, telaffuz ve konuşma...) olmak üzere ikiye ayrılır. Oysa « imge » bireyin gördüğü bir göstergeden hareketle kafasında bilişsel olarak

oluşan/oluşturulan algıdır. Yani gördüğü bir gösterge, bir işaretten yola çıkarak bireyin kafasında bir resim oluşur; kafada, hafızada kendiliğinden doğal olarak *bilişsel süreçte* (fr. processus cognitif) oluşan bu resmin adı imgedir. Batı dilbilim ve göstergebilimde kavramsal karşılığı ve ödünç kelime olarak Türkçede de « imaj » (ing/fr. image) kavramı kullanılmaktadır. Bilişsel resim/imge bakımından bakıldığında ise: İmaj olarak bilinen imgenin başlıca özelliği bilişsel yapısıdır (fr. structure cognitive). İletişimin en önemli üç devingen parametresini bir piramit şeklinde tasvir edebiliriz:



Şekil 1: İletişimin “Dil-İmge-Gösterge” Piramidi

2.2. İmge – Zihin ilişkisi

İmge–zihin (fr.image-esprit/raison) ilişkisi açısından bakıldığında, öncelikle imgenin *görsel(lik)* ve *özel(lik)* (fr. visualité/subjectivité) niteliklerinin daha çok öne çıktığını görüyoruz. Bundan dolayı *görsel imge* (fr. image visuelle) kavramı ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle imgenin diğer niteliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Zihinsel temsil (fr. représentation mentale)
- Bilişsel algı (fr. perception cognitive)
- Yorumlayıcı/yorum yönü (fr. interprétatif)
- Eleştirel/eleştiri yönü (fr. critique)
- Analitik (fr. analytique)

Bu özellikler imgenin « Öznellik » (fr. subjectivité) tarafını tüm yönleriyle açıklayan, destekleyen ve betimleyen temel olgulardır. Başka bir ifadeyle, imgenin neden öznel olduğunu anlamak ve anlatmak için yukarıda ifade edilen temel özelliklerini öne sürmek yeterli olacaktır. Zira imgenin temelini bu *yapıcı/yapısal özellikleri* (fr. traits/aspects constructifs) oluşturmaktadır.

3. İmgeleri Sınıflandırma: İmge Uamları

Jakobson’un (1963) iletişim modeli/kuramı açısından bakıldığında, dil ve imge iletişimde birbirini tamamlayan olgulardır; kaldı ki, imge de tıpkı dil, söz ve söylem gibi bir çeşit iletişim aracıdır, dolayısıyla gönderici ve alıcısının olduğu bir etkileşim içinde belirli bir zaman/mekân içinde yer alan iletişimsel bir araçtır. Sadece edebiyatta değil, genel tabirle hayatın her alanında mevcut olan imgeyi yanlış anlamak ve yorumlamak iletişimi olumsuz yönde etkileyebilir, hatta iletişimsizliğe yol açabilir. Dil ve söylemde var olan farklı kategorileri imgede görmek ve bu kavrama uyarlamak mümkündür. Birkaç örnek vermek gerekirse şu belirgin *dil ve söylemi* sıralayabiliriz:

- İletişim dili/söylemi → iletişim imgesi
- Edebî dil/söylem → edebî imge
- Siyasî dil/söylem → siyasî imge
- Akademik dil/söylem → akademik imge
- Reklam dili/söylemi → reklam imgesi
- İktisat dili/söylemi → iktisat imgesi

Elbette dil, söylem ve imge ulamları bunlarla sınırlı değildir; bu kategorileri çoğaltmak pek tabii ki mümkündür.

3.1. Edebiyatta İmge Olgusu: “Yazınsal İmge”

Edebî ya da yazınsal imge (fr. image littéraire), edebiyatta kullanılan ve genellikle romanın içeriğiyle ilgili olması beklenen edebî değeri ve işlevi olan bir imge türüdür. Edebî imge genellikle roman kapaklarında yer alır. Roman kapaklarındaki edebî imgeleri değerlendirirken, resim ya da fotoğrafın roman kapağı formatında aşağı yukarı bir kare veya dörtgen şeklindeki çerçeve içinde bulunan tüm özellikleri dikkate alınmalıdır. İmgeyi imge yapan niteliksel bileşenler «çerçeve, renk, çizgi, şekil, dekor... » gibi resmi görsel olarak ortaya koyan, gerek göstergesel gerekse de imgesel özellikleri olan çeşitli unsurlardır.

Diğer yandan, yazınsal imgeler bize edebiyat akımları hakkında da bilgi verir. Kesin olmamakla birlikte, yazınsal bir imgenin tasarımına bağlı olarak “Klasikçilik, Romantizm, Varoluşçuluk, Doğalcılık, Gerçekçilik, Gerçeküstücülük, İzlenimcilik” arasında hangi edebî akıma yakın yahut da meyilli olabileceği konusunda bir ipucu verebilir. Örnek vermek gerekirse, Yaşar Kemal’in “İnce Memed” imgesi (şekil.3) gerçek olaylardan yola çıkılması itibarıyla daha çok Gerçekçilik akımına, oysa Orhan Kemal’in “Hanımın Çiftliği” (şekil 3) ile Mehmet Rauf’un “Eylül” imgeleri (şekil 4) aksine Romantizm akımına meylettğini söyleyebiliriz.

4. Roman Başlığı: “Başlık” Nedir?

“Başlık” bir eserin içeriğini yansıtan ya da içerikle ilgili bilgi, fikir, ipucu veren ve onun bir nevi kimliğini oluşturan önemli bir unsurdur. Roman kapaklarındaki başlıkları incelediğimizde, farklı dilsel yapılarla karşılaşırız. Bazı başlıklar tek kelimeden oluşurken, bazıları birden fazla kelimeden oluşabiliyor. Romanın başlığı genellikle hikâyenin içeriğini yansıtmaktadır: Buna dilbilimde sözceleme durumu denir. Sözceleme durumu kabaca romanın genel bağlamını teşkil eder. Bazen romanın kahramanı, bazen de zaman ya da uzamla ilgili bilgi verebilir ki buna dilbilimde sözceleme yeri ve zamanı diyoruz. Başlıklar kısaca şu bilgilerden birini ya da nadir de olsa birden fazlasını verebilmektedir. Bunlara « somut/açık başlık » ya da dolaysız başlık anlamına gelen “belirtik başlık” (fr. titre explicite) diyebiliriz.

4.1. Edebiyatta Başlık Olgusu: “Yazınsal Başlık”

Bir edebî tür olarak romanda başlık kavramına edebî ya da yazınsal başlık kavramını kullanabiliriz. Yazarın tercihi ve kaleme aldığı esere binaen, yazınsal bir başlıkta şu unsurlar ile ilgili ek ve tamamlayıcı bilgiler yer alabilir. Bu ek bilgilendirici unsurlara “imgesel bileşenler” (fr. composants imagées) adını verebiliriz :

1. Romanda geçen hikâye, olayla ilgili bilgi → sözceleme durumu.
2. Romanın kahramanı ve/veya diğer kişilerle ilgili bilgi → sözcelemede söz-eylem sahibi konuşan ve eyleyen özne(ler).
3. Zaman ve/veya uzamla ilgili bilgi → sözceleme yeri ve zamanı.

Bazı yazarlar roman ile doğrudan ilgili bilgi vermektense, romanı okuduktan sonra sadece fikir vermek değil, okuru düşünmeye sevk edecek türden başlık seçerler: Buna da « örtük/gizli başlık » veya « dolaylı başlık » (fr. titre implicite) diyebiliriz. Başlığın en önemli özelliklerinden birisi, belki de en önemlisi okurun hafızasında yıllarca kalıcı olabilmesidir. Klasik romanlarda başlıklar daha ziyade akıllarda yıllar boyunca kalıcı olabilmektedir. Bu romanların toplumda iz bırakmasında, elbette öncelikle hikâyenin yanı sıra kapaklarında yer alan başlık ve görsel imgenin de belirgin bir rolü bulunmaktadır.

4.2. İlişkisel Dizge : Başlık – İmge İlişkisi

Başlık ile imge, özellikle edebî bir roman kapağı için adeta etle tırnak gibidir. Birbirinden bağımsız değil aksine tamamlayıcı unsur olarak birlikte değerlendirilmelidirler. Biri olmadan diğeri olmaz. Ancak bununla birlikte, nadir de başlıksız ve/veya görsel imgesiz romanla karşılaşmaktayız. En az bir göstergenin olması beklenir. İkisinin de olmadığı bir roman var mıdır? Doğrusu, çok zor gibi görünse de araştırmak lazım. Peki, başlıksız romanın anlamı ne olabilir? Yazar burada herhangi bir başlık dayatmaya karşı olabilir ve okurları düşünmeye sevk etmek amacıyla «herkes kendi başlığını koyabilir» iletisini verebilir. Ki burada da gizli ya da tabiri caizse kapalı bir iletişimden söz etmek mümkündür..



Şekil 2: Yazar – Başlık – İmge Üçgeni

4.3. Görsel İmgesiz Roman : Ø imge

Görsel imgesiz roman kapağı ne anlama gelir? Öncelikle şunu belirtmeliyiz ki, imgenin olmaması da kendi başına bir imgedir çünkü iletişimsel bir sebebi vardır. Başlığın olmaması gibi imgeyi sınırlamamak, düşünceye açık bırakmak niyetiyle yazar burada değerlendirmeyi okurların tercihinin bırakmış olabilir yahut da kapaktaki beyaz boşluk imgesinin de yoruma açık olmasını isteyebilir: Birine beyaz sayfa verip doldurmasını beklemek gibi... Benzetme yoluyla, imgeyi bir söz, bir tümce gibi düşünecek olursak, tümcenin sonuna nokta yerine üç nokta koymakla kıyaslayabiliriz...

4.4. Roman Kapağın Oluşumu: 3 Bileşenli Yapı

Bir roman kapağının oluşumunu yukarıdan aşağı doğru şu 3 katmanlı dinamik yapı gerçekleştirir: 1. Yazarın adı/soyadı, 2. Romanın başlığı, 3. Görsel imge (resim). Okur gözünü yukarıdan aşağı doğru yönlendirir ve sonunda görsel imgeye yani resmedilen imgeye odaklanır.

YAZARIN ADI/SOYADI
BAŞLIK
GÖRSEL İMGE

Şekil 3: Roman Kapağının Bölümleri

5. Roman Kapaklarında İmge Uamları

Roman kapaklarında *başlık-resim ilişkisi* bağlamında baktığımızda, 5 farklı imge ulamından bahsedebiliriz. Bunlar sırasıyla şunlardır: 1. Odaklayıcı kapak imgesi, 2. Etkili kapak imgesi, 3. Az etkili kapak imgesi, 4. Yazar resimli kapak imgesi (öz-imge), 5. Resimsiz beyaz imge (Ø imge). Kategorilere göre seçilen roman kapaklarında *başlık - imge uyumu* hem *görsel* hem de *anlamsal açıdan* bu sınıflandırma altında incelenecektir.

1. Odaklayıcı kapak imgesi
2. Etkili kapak imgesi (etki-imge)
3. Az etkili kapak imgesi
4. Yazar resimli kapak imgesi (öz-imge)
5. Resimsiz beyaz imge (Ø imge)

Şekil 4: Roman Kapağında İmge Uamları

5.1. Odaklayıcı Kapak İmgesi

Odaklayıcı kapak imgesi, resimdeki renk ve çizgilerin (çizim) kullanımı açısından okurun gözünde çapıcı olabilecek, doğrudan romanın hikâyesine odaklama yapan imge sınıfıdır. Örnek olarak, 19. Yüzyıl klasik yazarlarımızdan Yaşar Kemal'in meşhur "İnce Memed" (1955-1987)⁵ ile Orhan Kemal'in romanı "Hanımın Çiftliği" (2009-2011) romanının kapak imgelerini verelim.⁶

⁵ Parantez içinde zikredilen tarihler roman kapağının değil, ilgili romanın ait olduğu dönemi tam yansıtmak amacıyla ilk yayınlanma tarihleridir



Görsel 1: Yaşar Kemal ile Orhan Kemal'in Roman Kapağı İmgeleri

Bu odaklayıcı imgede başlık ile görsel imge uyumu (fr. cohérence) göze çarpmaktadır. Klasik roman kapakları arasında emsal olarak seçilen bu görsel imge örneklerini farklı yazar ve roman bakımından çoğaltmak elbette mümkündür. Biz burada önemli bulduğumuz en dikkat çekici olanları seçtik.

5.2. Etkili Kapak İmgesi

Etkili kapak imgeleri okurun gözünde ve hafızasında bir etki yaratabilecek, yıllar sonra hatırlanabilecek nitelikte olanları kapsar. Aşağıdaki Mehmet Rauf'un "Eylül" romanı imgelerini inceleyecek olursak; bu etkili imgelerde başlık ile görsel imge uyumsuzluğu dikkat çekmektedir. Diğer bir deyişle, bu roman imgesi açısından bir olumsuzluk teşkil etmez lakin okuyucu romanı okumadan evvel kafasında başlık ile resmedilen görsel imge arasında öncül bir bağ kurmakta zorluk çekebilir.



Görsel 2: Mehmet Rauf Kapak İmgeleri

5.3. Az Etkili Kapak İmgesi

Az etkili kapak imgelerinde resmedilen görsel renk ve çizim açısından okurun gözünde iz bırakmayabilir. Bu anlamda, imgenin niteliği öznel olmakla birlikte, görselin etki faktörünün (odaklayıcı ve etkili imgelere nazaran) nispeten düşük olduğunu söyleyebiliriz. Bu tip roman kapaklarında resmedilen görsel imge, ilk bakışta okurun gözündeki “etkileycilik” olgusu bağlamında genellikle renksiz ve biraz sönüktür.

A.H. Tanpınar, S. Ali ve R.M. Ekrem imgeleri: Klasik yazarlarımızdan’ın Ahmet Hamdi Tanpınar “Saatleri ayarlama enstitüsü”, (1954-1961) Sabahattin Ali’nin “Kuyucaklı Yusuf” (1937) ve Recaizade Mahmut Ekrem’in “Araba sevdası” (1897-1898) başlıklı romanlarını “az etkili imge” kapağına örnek olarak verebiliriz. Başlık – imge uyumu açısından bakıldığında, örneklerimizde olduğu gibi bu az etkili imgelerde başlık ile görsel imge uyumu somut değil, daha ziyade soyut olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle, bu uyum öznel niteliktedir yani bu tamamen okurun bakışına bağlıdır. Bu romanın kapak imgelerinin *az etkili* olmasında kapaklarda bulunan resmin biraz renksiz oluşunun da etkisi olduğunu söyleyebiliriz.



Görsel 3: A.H. Tanpınar, S. Ali ve R.M. Ekrem imgeleri

5.4. Yazar İmgeli Roman Kapağı: “Öz-İmge”

Romanı kaleme alan yazarın resminin oluşu kapak imgeleridir. *Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve Halide Edip Adivar kapak imgeleri:* Aşağıdaki görsellerde olduğu gibi, bazı klasik romanlarda yazarın bizzat kendi resminin olduğu kapaklarla karşılaşırız. Bu tarz yazar imgeli kapaklarda başlık ile imge arasında “yazar–eser ilişkisi” açısından bağlantı olsa da herhangi bir uyum gözetilmez. Örneklerimiz yine önemli klasik yazarlarımızdan Yakup Kadri Karaosmanoğlu’nun toplumda iz bırakan “Kıralık Konak” (1862) ve “Yaban” (1932) ile Halide Edip Adivar’ın “Sinekli Bakkal” (1935-1936) isimli ölümsüz eserleridir.



Görsel 4: Y. K. Karaosmanoğlu ve H. E. Adivar İmgeleri

5.5. Resimsiz Kapak İmgesi: Ø İmge

Resimsiz kapak imgesinde herhangi bir şekil, çizgi ya da resim yoktur. Bu tip roman kapakları genellikle beyaz renklidir ama farklı renkli düz resimsiz kapaklarla da karşılaşabiliyoruz. Bu kategoride, roman yazarlarımızdan Halid Ziya Uşaklıgil'in "Mai ve Siyah" (1897) ile Reşat Nuri Güntekin'in "Çalıkuşu" (1967) roman kapak imgelerini ele alalım. Uşaklıgil ve Güntekin imgelerini inceleyecek olursak, aşağıdaki resimsiz roman kapak örneklerinde, başlık – imge uyumu yok ya da belirsizdir. Başka bir ifadeyle, bu tür roman kapaklarında başlık ile görsel imge ya da resim “yazar-eser” ilişkisi bakımından bir anlam⁷ teşkil etse de “başlık-imge” bağlamındaki ilişki uyumsuzdur (fr. non-cohérent, incohérence).



Görsel 5: Uşaklıgil ve Güntekin roman kapağı imgeleri

⁷ Kısaca “anlam” (fr. sens) derken aslında burada göstergebilimsel çerçevede imgesel olarak “anlamsal gönderge” kavramını kastedilmektedir (fr. référence sémantique, signification référentielle).

Tablo 1: Türkçe– Fransızca Dilbilim/Gösteribilim Terimcesi

FRANSIZCA TERİM	TÜRKÇE TERİM
Algı	Perception
Algı/temsil oluşumu	Représentation
Anlatım işlevi	Fonction expressive
Belirteç	Marque
Belirtici	Marqueur
Belirtik anlam	Explicite
Belirtik başlık	Titre explicite
Belirtik imge	Image explicite
Betimleyici işlev	Fonction descriptive
Bilişbilim	Science cognitive
Bilişsel süreç	Processus cognitif
Bütünce/derlem	Corpus
Derin imge	Image profonde
Devingenlik	Dynamisme
Dildışı yapı	Extralinguistique
Dilsel bileşenler	Composants linguistiques
Dilsel gösterge	Signe linguistique
Dilin işlevleri	Fonctions du langage
Dilsel olmayan	Non-linguistique
Edebî imge	Image littéraire
Etkili imge	Image effective
Etkisel işlev	Fonction effective
Gizli anlam	Sous-entendu
Gizli imge	Image sous-entendue
Görsel imge	Image visuelle
Görsel unsur	Visuel(le)
Görme eylemi	Visualisation
Görsellik	Visualité
Gösterge	Signe
Gösterge dizgesi	Système de signe
Göstergebilimsel okuma	Lecture sémiotique
Hayal/Düş	Imagination
İkili/ilişkili terim	Dichotomie
İkon/İkonik	İcône/İcônique
İletisel işlev	Fonction de message
İmge/İmgesel	Image/Imagée
İmge çözümlemesi	Analyse d'image
İmge okuması	Lecture d'image
İmgenin değeri	Valeur de l'image
İmgenin dili	Langage de l'image
İmgenin etkisi	Effet de l'image
İmgenin gücü	Force/pouvoir de l'image
İmgenin işlevi	Fonction de l'image
İmgesel bileşenler	Composants images
İmge çözümlemesi	Analyse de l'image
İmge okuması	Lecture de l'image
İmgesel sözceleme	Énonciation imagée
İşaret	Indice
Odaklama işlevi	Fonction focalisante
Odaklayıcı imge	Image focalisante
Örtük anlam	Implicite
Örtük başlık	Titre implicite

Örtük imge	Image implicite
Öznellik	Subjectivité
Pragmatik okuma	Lecture pragmatique
Roman başlığı	Titre de roman
Roman kapağı	Couverture de roman
Sembol	Symbole
Sessiz söz/söylem	Parole muette
Sözceleme imgesi	Image énonciative
Tutarlılık/uyum	Cohérence
Tutarsızlık	Non-cohérence/incoherence
Yazınsal imge	Image littéraire
Yüzeysel imge	Image de surface

Sonuç

Edebiyatta roman kapaklarını süsleyen imgeler *estetik bir görsel* sunarak okura belirli bir enerji ve sinerji verir. Bu nitelikli yönleriyle bu özel sanatsal göstergeler, okuru derin düşünmeye iterek romanın içeriği hususunda ilgi uyandırır ve okumasını sağlar. Okur bu sayede imge ile başlamak üzere romanın *derin yapısına* doğru keyifli bir edebî yolculuğa yelken açar... Bazen bir kelimenin veremediği etkiyi *görsel bir imge* fazlasıyla verebilir; bu durum görsel imgenin ne kadar *etkili ve güçlü* olabileceğini gösterir. Bu araştırmada görsel imgenin etkisi ve gücünü somut örneklerle göstermeye çalıştık. Bunun yanı sıra, romanlarda başlığı (resimle bağ kuran) hem dilsel hem de dildışı yani *görsel bir imge* olarak değerlendirdik, zira başlıkları da görerek okuruz. Roman kapaklarını oluşturan iki temel gösterge olan “başlık ve görsel” (fr. *visualité, visuel*) yıllar sonra romanın hikâyesi ayrıntılı olarak hatırlanmasa da romanın ve özellikle kapağının hafızalarda kalmasına vesile olan önemli unsurlardır. Bu sebeple genelde yazarlar ve editörler başlık ile romanın içeriğine tutarlı ve uyumlu olabilecek bir görsel imge seçmeyi tercih ederler. Sadece başlığın etkili olması yeterli olmayabilir, bunun yanı sıra görsel imgenin de okurun gözünde önemli bir işlevi olduğunu yadsıyamayız. Göstergebilim ve dilbilim penceresinden bakıldığında, başlık ile imge uyumu ya da uyumsuzluğu roman kapaklarının önemli bir diğer sorunsalıdır. Bazen bir sözcüğün yapamadığını görsel bir imge fazlasıyla yapabilir. Roman kapaklarında bulunan resim bir görsel imge olarak buna en güzel göstergedir.

Gerek başlık gerekse de görsel imge, açık, somut anlamına gelen “belirtik anlam” (fr. *explicite*) veya “örtük anlam” nitelikli (fr. *implicite*) olabildiği gibi “gizli anlam” (fr. *sous-entendu*) da ihtiva edebilir. İstatistik açıdan gösterge olarak başlık ve görsel imge niteliğinin kullanım sıklığı ile ilgili elimizde sayısal veriler yok ancak kabaca klasik eserlere nazaran çağdaş romanlarda başlık ve/veya kapak imgesinde gizli anlamı olan örtük imgeye daha çok rastlamaktayız. Fakat bu durum klasik romanlarda örtük imgenin az yahut nadir olduğu anlamına gelmez. Bu konuyla ilgili ayrı bir çalışmaya ihtiyaç vardır. Göstergebilim alanında, ilk bakışta statik/durağan gibi görünse de aslında oldukça dinamik/devingen bir yapısı olan imge bir iletişim aracı olarak değerlendirilir: Bu yönüyle bu olguya «sessiz söz» (fr. *parole muette*) yakıştırmaları yapılır. Analitik yoruma, eleştiriye ve öznelliğe açık olması da bu niteliğinden kaynaklanmaktadır.

İmgeleri Okumak (Resim Okuması)

Söylem çözümlemesinden hareketle “imge çözümlemesi” olgusunun varlığını düşündüğümüzde “imgeler” de *dil ve söylem* gibi olmasa da farklı bir teknikte göstergebilimsel bir yaklaşımla okunması gerektiği sonucuna vardık. Bilişsel süreçte gelişen bu göstergebilimsel olguyu bakış ve gözleme dayalı “göstergebilimsel okuma” (fr. *lecture sémiotique*) anlamına gelen “pragmatik

okuma" (fr. lecture pragmatique) olarak değerlendirebiliriz. Buradan imgenin de kendine has özgün bir dili olduğu sonucuna varıyoruz: "imgenin dili" (fr. langage de l'image). Daha ziyade *görsel imgelerin değeri ve işlevinin* (fr. valeur et fonction de l'image) değerlendirmesi niteliğinde olan bu okuma süreci neticesinde roman kapak imgesinin örneğin romanın içeriği, dönemi, hikayesi, kahramanı, zaman ve uzam gibi edebî hususların yanı sıra, yazarın hangi edebî akıma mensup olduğu hakkında okura bir ön bilgi olarak fikir verir. Bu bakış açısı çerçevesinde, günümüz Fransız göstergebilimcilerin dedikleri gibi (Barthes, Eco, Joly ve Wirth gibi), bu yönüyle imgenin de neticede "sessiz bir dil" olduğunu söylemek mümkündür. Makalemizin başında verdiğimiz Çinli filozof, eğitimci ve yazar Confucius'un (M.Ö. 551 – M.Ö. 479) sözüne dönecek olursak, "bir imge bin kelimeye bedeldir" söylemi bu anlamda daha iyi anlaşılacaktır. Sadece rengârenk olması ve resmedilen çeşitli görsel figürlerle bir kapak imgesi gerçek manada etkili olmayabilir. Bunun yanı sıra, bir imge (sosyolojik, kültürel, felsefî ve bilişsel açıdan) farklı nitelikleri bir arada barındırması gerekir. Başka bir deyişle, bir roman kapağının (okurun gözünde) görsel açıdan etkili olabilmesi sadece renkleri, çizgileri ve oluşan çizimiyle açıklanamaz. Bunun yanında birçok parametre vardır:

Önemli olduğu bilinen grafik ve dekoratif yapı ile imgenin okuru düşünmeye sevk etmesi, derinlikli ve kapsamlı olması, sosyo-kültürel izler taşımasıyla toplumsal hafızaya hitap etmesi ve bilişsel açıdan kalıcı olması da (imgeyi tasvir eden) diğer etkili faktörlerdir. Ancak bu durumda, zengin, *etkili* ve hatta *odaklayıcı imgeden* bahsedebiliriz.

Roman ve İmgenin Öznelliği ve Özgünlüğü

Edebiyattan ve öznellikten söz edilince, haliyle bir imgeyi olumlu/olumsuz şeklinde nitelendirmek doğru değildir. Roman kişisel bir seçim ve haz meselesidir; herkes kendi edebî tadına, zevkine uygun romanı ve imgeyi eşzamanlı olarak seçecektir. Dolayısıyla, her okur romanın sonunda, romanın yanı sıra imge ile ilgili eleştirel ve yorumsal bakımından kendi öz değerlendirmesini mutlaka yapacaktır. Bu değerlendirme okurlara bırakılmalıdır. Kısacası, roman seçimi gibi imgenin nitel değerlendirilmesi de öznel bir olgudur.

Sonuç olarak, başlık ile görsel imgenin roman ile bütünleşik olarak (en az romanın içeriği kadar) önemli göstergesel ve göndergesel değer ve işleve sahip olduğu somut roman kapağı örnekleri üzerinden gözlemlenmiştir. Tamlayan öğeler olan kapak göstergeleri (başlık ve görsel imge) ile birlikte tamlanan romanın önemli bulduğumuz şu 2 anahtar kelime ile bu çalışmamızı tamamlamak isteriz: «etkilemek ve etkilenmek». Burada eyleyen imge (etkilemek), eylenen ise her zaman olduğu gibi okurdur (etkilenmek), onu gözünden ve hafızasında, düşünce ve düşünme süzgecinden geçer. Zira bir romanı okuyan, anlamlandıran, değerlendiren ve yeri geldiğinde onu eleştiren okuyucu kitlesidir. Neticede, bu araştırmanın Dilbilimde "gösterge incelemesi" ve bilhassa Göstergebilimde "imge çözümlemesi" (fr. analyse de l'image) alanına bir mütevazı bir katkı sunması bir yana, dünya edebiyatında roman kapakları üzerine çalışmak isteyenlere az da olsa bir ilham kaynağı olmasını dileriz.

Kaynakça

- Bally, Ch. (1972). *Cours de linguistique générale*. Paris: Éditions Payot.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim ilkeleri* (Çev. B. Vardar). Multilingual.
- Benveniste, E. (1967). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Éditions Gallimard.
- Benveniste, E. (1995). *Genel dilbilim sorunları* (Çev. E. Öztokat). Yapı Kredi Yayınları.
- Chomsky, N. (2011). *Dil ve zihin* (Çev. A. Kocaman) (3. bs.). Bilgesu Yayınları.
- Chomsky, N. (2011). *Le langage et la pensée* (Çev. L.-J. Calvet). Coll. Petite Bibliothèque Payot. Payot.
- Culioli, A. (1990). *Pour une linguistique de l'énonciation* (Tome 1). Ophrys.
- Dupriez, B. (2003). *Gradus: Les procédés littéraires*. Coll. Poche. Hachette.
- Eco, U. (1988). *Le signe, histoire et analyse d'un concept*. Éditions Labor.
- Greimas, A. J. (1976). *Maupassant – La sémiotique du texte: Exercices et pratiques*. Seuil.
- İmer, K., Kocaman, A. & Sumru, Ö. (2013). *Dilbilim sözlüğü*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Jakobson, R. (1963). *Essais de linguistique générale* (Çev. N. Ruwet). Éditions de Minuit.
- Joly, M. (2011). *L'image et les signes*. Armand Colin.
- Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*. Armand Colin.
- Maingueneau, D. (1994). *L'énonciation en linguistique française*. Hachette.
- Peirce, Ch. S. (1978). *Écrits sur le signe*. Les Éditions du Seuil.
- Saussure, F. (1985). *Genel dilbilim dersleri* (Çev. B. Vardar). Birey–Toplum Yayınları.
- Saussure, F. (1991). *Cours de linguistique générale* (Coll. Grande Bibliothèque Payot; 1. bs. 1915). Éditions Payot.
- Vardar, B. (2002). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*. Multilingual.
- Wirth, J. (2013). *Qu'est-ce qu'une image?* Éditions Librairie Droz S.A.