

Grafik Anlatıda Temsil ve Hiciv: The New Yorker Örneği

İbrahim Halil Özkirişçi¹

Grafik Anlatıda Temsil ve Hiciv: The New Yorker Örneği

Öz

Bu çalışma, *The New Yorker* dergisinin kapak tasarımlarını temsil, anlatı ve hiciv ilişkisi bağlamında incelemektedir. Çalışma sahası olarak *The New Yorker*'ın seçilme nedeni, kapak tasarımını süreklilik taşıyan, bağımsız ve eleştirel bir görsel söylem alanına dönüştürmüş öncü bir yayın olmasıdır. Nitel çözümleme sonucunda, derginin kapaklarında güncel toplumsal ve siyasal meselelerin doğrudan betimleme yerine metafor, ironi, kültürel gönderme ve görsel yoğunlaştırma aracılığıyla işlendiği saptanmıştır. Bulgular, hicvin bu örneklerde eleştirel bir ton ürettiğini ve temsilin anlam alanını genişlettiğini göstermektedir. Bu yönüyle *The New Yorker* kapakları, grafik anlatının eleştirel düşünce ve görsel okuryazarlıkla kurduğu ilişkiyi görünür kılan güçlü örneklerdir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Grafik Anlatı, Temsil, Hiciv, Görsel Kültür

Representation and Satire in Graphic Narratives: The Case of The New Yorker

Abstract

This study examines the relationship between representation, narrative, and satire within the context of graphic design. Representation is approached as a process of meaning production shaped by ideological, cultural, and historical layers rather than a simple depiction of visible objects. Narrative organizes these representational structures into a coherent discursive framework, while satire enables the critical questioning of social structures through irony. The findings indicate that, in these examples, satire generates a critical tone and broadens the semantic scope of representation. The study analyzes the cover designs of *The New Yorker*, published since 1925, to explore how satire and representation are constructed in graphic narratives in relation to sociopolitical contexts.

Keywords: Graphic Design, Graphic Narrative, Representation, Satire, Visual Culture

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Paper Type: Research Article

1. Giriş

Sanatsal üretim, bireyin anlam kurma ve bunu görünür kılma çabasıyla ilişkili bir alan olarak düşünülebilir. Bu üretim, farklı mecralarda ve anlatım araçlarında biçimlenir. Bu araçlar arasında, görsel kültür içinde gelişen imgesel anlatımlar dikkat çekici bir yerde durmaktadır. “İnsanlığın varoluş biçiminin bütünü ile birlikte” duyularla algılama ve kendini örgütlendirme biçiminin de tarihsel koşullara bağlı olarak değiştiği ifade edilmektedir (Benjamin, 2018, s. 56). Bu saptama, görsel kültürü sabit bir estetik alan yerine, algı, tarih ve toplumsal deneyimle birlikte dönüşen bir anlam çevresi olarak ele almayı mümkün kılar. İmge üretiminin oldukça eski dönemlere uzandığı söylenebilir; mağara resimlerinden günümüz dijital tasarım pratiklerine uzanan bu çizgi, insanın deneyimlerini kaydetme, aktarma ve görünür kılma çabasıyla ilişkili görülebilir. Bu çerçevede imge, salt görünür olanı taşıyan bir yüzey değil, üretildiği bağlamın izlerini barındıran bir anlatım ögesi olarak değerlendirilebilir. Nitekim

¹ Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü, hozkirisci@gantep.edu.tr,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3797-0698>

imgeler, o kültürün yaşayışı ile örülmüş görsel ağda, görünen ile görünmeyen arasında güçlü bir bağ kurarak toplumsal yaşama ilişkin veriler sunar (Şakar, 2017, s. 10). Dolayısıyla imgenin okunması, basit bir görme işleminin ötesinde çağrışımların, göndermelerin ve bağlamsal ilişkilerin çözümlemesini gerektirir. Bu durum, dergi kapaklarını görsel iletişimin yoğunlaştırılmış örnekleri arasında görülmesini mümkün kılar. Sınırlı bir yüzeyde anlamı sıkıştırmaları, güncel olaylara kısa sürede görsel karşılık üretmeleri ve çoğu kez metinden görece bağımsız biçimde okunabilmeleri, bu mecrayı araştırma açısından elverişli bir yere konumlandırmaktadır.

Hiciv, kişi, kurum ya da toplumsal yapılardaki çelişkileri alay, yergi ve eleştiri üzerinden görünür kılan bir anlatım biçimi olarak tanımlanmaktadır (Karataş, 2004, s. 200). Kavramın etimolojik arka planı da kötuleme, yerme ve alaya dayanan bir anlam alanına işaret etmektedir (Öngören, 1983, s. 138; Baypınar, 1978, s. 31-32). Grafik anlatı içinde hiciv; karşıtlık, abartı, ironi ve görsel yer değiştirme gibi araçlarla etkisini artırabilmektedir. Bu nedenle dergi kapakları, hicvin görsel dile nasıl dönüştüğünü incelemek için uygun bir zemin sunmaktadır. Çalışma sahası olarak *The New Yorker* dergisinin seçilmesi, bu yayının uzun bir zaman aralığı boyunca kapaklarını güncel toplumsal ve siyasal meseleler karşısında görsel yorum alanı olarak kullanmasından kaynaklanmaktadır. Derginin kapaklarında metafor, kültürel gönderme, sembolik yoğunlaştırma ve hicivsel kurgu düzenli biçimde izlenebilmektedir. Bu süreklilik, temsil, anlatı ve hiciv ilişkisini tekil tasarımlar üzerinden değil, editoryal bir gelenek içinde değerlendirme olanağı vermektedir. Araştırma, *The New Yorker* kapaklarında temsil, anlatı ve hicvin nasıl kurulduğu ve bu üç unsurun sosyopolitik bağlamla nasıl ilişkilendirildiği sorularına yanıt aramaktadır. Çalışmanın temel amacı, seçilen kapaklar üzerinden grafik anlatının eleştirel ve kültürel işleyişini görünür kılmaktır.

Bu amaç doğrultusunda çalışma, yorumlayıcı bir çerçevede kurgulanmış nitel bir araştırmadır. İlk aşamada temsil, imge, anlatı ve hiciv kavramlarına ilişkin kuramsal çerçeve kurulmaktadır. Sonraki bölümde, *The New Yorker*'ın farklı dönemlerden seçilmiş kapakları görsel yapı, anlatı stratejileri ve bağlamsal göndermeleri bakımından çözümlemekte. Sonuç bölümünde ise elde edilen bulgular bir araya getirilerek grafik anlatıda hiciv ve temsil ilişkisinin hangi görsel mekanizmalar üzerinden işlediği tartışılmaktadır.

2. Yöntem

Bu araştırma, yorumlayıcı nitel araştırma yaklaşımı içinde, görsel metinlerin hermenötik çözümlemesine dayalı olarak tasarlanmıştır. Çalışmada kapaklar, tek ve değişmez anlam taşıyan nesneler şeklinde ele alınmamış; üretildikleri tarihsel bağlam, görsel kuruluşları ve dolaşıma girdikleri editoryal çevre içinde okunan görsel metinler olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın sahasını *The New Yorker* dergisinin kapak geleneği oluşturmaktadır. Bu sahaya yönelmenin nedeni, derginin uzun bir zaman aralığı boyunca kapaklarını güncel toplumsal ve kültürel meseleler karşısında görsel yorum alanı olarak kullanması ve hiciv, temsil ile anlatı ilişkisini süreklilik içinde izlemeye elverişli bir birikim sunmasıdır.

Çözümleme birimleri, çalışma sahası içinden araştırma sorusuyla doğrudan ilişkili altı birimden oluşturulmuştur. Bunlar, 1925 ve 2025 tarihli iki kapağın birlikte ele alındığı karşılaştırmalı birim; 2017, 2020, 2021 ve 2025 tarihli *Eustace Tilley* yeniden yorumlarının oluşturduğu seri birim; ayrıca 1993, 1994, 2013 ve 2022 yıllarına ait dört bağımsız kapaktır. Bu birimler belirlenirken dört ölçüt esas alınmıştır: temsil, anlatı ve hiciv ilişkisini açık biçimde görünür kılmaları; yayımlandıkları dönemin toplumsal ya da kültürel bağlamıyla ilişkilendirilebilir olmaları; görsel örgütlenmelerinin ayrıntılı çözümlemeye elverişli olması; çalışma içinde farklı dönemleri ve farklı anlatı stratejilerini birlikte temsil etmeleri. Benzer görsel stratejiyi tekrar eden, araştırma sorusuna sınırlı katkı sunan ya da bağlamsal çerçevesi çalışmanın içeriği ile yeterli düzeyde bağ kurulamadığı düşünülen kapaklar çözümlemeye dahil edilmemiştir.

Veri seti, makalede yer verilen kapak görselleri ile bu kapakların yayımlandığı dönem, sanatçı, konu ve editoryal bağlamına ilişkin metinsel bilgilerden oluşturulmuştur. Veri tasnifi sürecinde her kapak önce temel künyesiyle tanımlanmış; ardından tekrar, güncel olaya gönderme, toplumsal gerilim, kamusal figür kullanımı, sanat tarihsel gönderme ve kurumsal simge dönüşümü gibi başlıklar altında gruplandırılmıştır. Çözümleme süreci dört aşamada yürütülmüştür. İlk aşamada her kapağın tarih, sanatçı, konu ve kısa bağlam bilgisi kaydedilmiştir. İkinci aşamada kompozisyon, renk, figür kullanımı, bakış yönü, tipografi, kadraj ve görsel vurgu noktaları incelenmiştir. Üçüncü aşamada kapakta yer alan mecaz, ironi, gönderme, karşıtlık ve anlatı yoğunlaştırması değerlendirilmiştir. Son aşamada ise bu bulgular, kapağın yayımlandığı dönemin toplumsal bağlamı ile ilişkilendirilerek parça-bütün ilişkisi içinde yeniden yorumlanmıştır. Böylece kapakların anlamı, görsel biçim ile bağlam arasındaki etkileşim üzerinden okunmuştur. Araştırma, görsel veriyi tanımlama, sınıflandırma ve yorumlama aşamalarını bir araya getiren nitel bir görsel metin çözümlemesine dayanmaktadır. Bu doğrultuda yöntem, grafik anlatıyı biçimsel özelliklerle sınırlamayan; onu kültürel bağlam, anlatı stratejisi ve hicivsel kurgu üzerinden açıklamaya çalışan bir araştırma biçimi olarak kurgulanmıştır.

3. Görsel Sanatlarda Anlatı, Temsil, İmge ve Anlam Üzerine

Sanat tarihi, insanlığın kendisini, çevresini ve ilişkilerini anlamlandırma çabasının görsel temsiller aracılığıyla sürdürüldüğü bir anlatılar bütünü olarak okunabilir. Sanatın temsil boyutunun güncelliğini koruduğu ve bugün de en çok tartışılan konular arasında yer aldığı belirtilmektedir (Alp, 2013, s. 40). Bu nedenle sanatın neyi temsil ettiği, bu temsilin hangi araçlarla kurulduğu ve nasıl anlam kazandığı soruları, estetik tartışmalar kadar tarihsel ve kültürel okumalar bakımından da önem taşır. Bu açıdan temsil, gösterimin ötesine geçen; bilgi üretimi, aktarımı ve yorumlama süreçleriyle ilişkili bir yapı olarak düşünülebilir. Temsil, sanat alanında, temsil ettiği şeyin kendisiyle özdeş olmayan; ona aracılık eden bir kurulum olarak ele alınmaktadır. Hayatın doğrudanlığının algılamaya engel olduğu şeyleri temsilin gün ışığına çıkarabildiği ifade edilmektedir (Farago, 2006, s. 27). Bu yaklaşım, temsilin görünenin kopyasını üretmekle sınırlı kalmadığını; doğrudan kavranamayan, örtük ya da sezgisel olanı görünür kılabildiğini düşündürmektedir. Bu bakımdan sanat yapıtları, estetik nesneler olmalarının ötesinde, üretildikleri kültürel çevrenin izlerini ve anlam katmanlarını taşıyan yapılar olarak da ele alınabilir.

Antik çağlardan günümüze sanatın neyi temsil ettiği sorusu, onun hangi yollar ve araçlar üzerinden temsil kurduğundan bağımsız değildir. Temsil edilen ile temsil aracı arasındaki ilişki, gerçekliğin nasıl tanımlandığına ve bu gerçekliğin hangi ölçütlerle aktarılacağına bağlı olarak tarihsel dönemlere göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle temsil dili, kimi dönemlerde doğrudan ve betimleyici; kimi dönemlerde dolaylı, simgesel, soyut ya da kavramsal biçimlerde ortaya çıkmıştır (Alp, 2013, ss. 43-44). Böylece temsil, sanat yapıtının biçimsel kuruluşu kadar, ait olduğu dönemin düşünsel çerçevesi, kültürel kodları ve gerçeklik anlayışıyla da ilişkilenen bir alan olarak düşünülebilir.

Antik Yunan filozoflarının temsil anlayışları, sanatın erken dönem teorik zeminini oluşturmuştur. Platon, gerçekliğin duyularla algılanan dünyada değil, idealar dünyasında olduğunu savunurken; sanatın bu ideaların yansıması olduğunu ileri sürmüştür. Ona göre sanat, gerçekliğin bir kopyasının kopyasıdır ve dolayısıyla hakikatten uzaklaşmış bir düzlemi temsil eder (Rosenthal & Yudin, 1972, s. 373). Buna karşın Aristoteles, sanatı doğanın taklidi olarak tanımlamış ve onun eğitici ve katartik bir işlev taşıdığını savunmuştur. Bu iki yaklaşım arasındaki temel fark, sanatın gerçeklik ile kurduğu ilişkinin doğasında yatar. Platon için sanat aldatıcı bir kopya iken, Aristoteles için öğretici ve anlam üretici bir pratiktir. Sanat tarihinde temsilin gerçeklikle ilişkisi çoğu zaman “benzetme” (mimesis) kavramı etrafında şekillenmiştir. Özellikle Rönesans döneminde, perspektifin geliştirilmesi, anatomik doğruluğun sağlanması gibi teknik ilerlemeler, sanatın temsil gücünü doğaya en yakın biçimde yeniden üretme yönünde evrilmiştir (Tunalı, 1983). Bu bağlamda sanatçı, doğayı gözlemleyen, analiz eden ve onu yeniden düzenleyen bir temsilci konumuna gelmiştir. Ancak bu temsil, dışsal gerçekliğin

yansıtılmasıyla sınırlı kalmamış; idealize edilmiş bir estetik düzen içinde yeniden kurulmuştur. Modernizmle birlikte temsilin doğasında önemli bir kırılma yaşanır (Denkel, 1998). Artık sanatçı, doğayı olduğu gibi betimlemek yerine, onu kendi öznel deneyimi, sezgisi ve duygusu aracılığıyla yeniden üretmeye başlar. Tuval, dış dünyanın bir kopyası olmaktan çıkarak, sanatçının iç dünyasının, düşüncesinin ve ruhsal durumunun bir yansımasına dönüşür. Bu noktada temsil, sadece dış gerçekliğin değil, iç dünyanın, soyut kavramların, sezgilerin ve bilinçaltının temsili halini almaktadır. Bu bağlamda sanat, salt bir yansıtma eylemi değil, aynı zamanda yeni anlamlar üretme süreci olarak tanımlanmaktadır (Todorov, Focroulle, & Legros, 2012).

Sanatta temsil, tarihsel koşulların değişimiyle birlikte çok boyutlu bir nitelik kazanmıştır. Bu çok boyutluluk, yalnızca estetik kaygıların ötesinde sosyopolitik bağlamların da temsilin biçim ve içeriğini etkilemesine neden olmuştur. Özellikle Ortaçağ'da sanat, dini bir anlatı aracı olarak işlev gördüğü ölçüde temsili, tanrısal hakikatlerin aktarımına indirgemıştır. Bu dönemde perspektif, zaman ve mekân algısı tanrısal düzenin bir yansıması olarak tasvir edilmiş; bireysel ifade biçimleri geri planda kalmıştır (Daşcı, 2011). Rönesans ile birlikte ise bireyin öne çıkması, hümanist düşüncenin temsile dahil olması ve doğa gözlemine dayalı betimlemeler, sanatsal temsilin yeniden inşasını beraberinde getirmiştir. Temsilin tarihsel gelişimi göz önüne alındığında, sanatın yalnızca estetik bir faaliyet değil; aynı zamanda düşünsel, ideolojik ve kültürel bir etkinlik olduğu açıktır. Bu yönüyle temsil, sadece görsel bir deneyim sunmaz; aynı zamanda izleyiciyi tarihsel, felsefi ve kültürel bir sorgulama sürecine dahil etmektedir (Güven, 2009).

Görsel sanatların anlam inşasında merkezi bir konuma sahip olan imge kavramı ise tarihsel ve kültürel bağlamlarda farklı biçimlerde yorumlanmış ve temsil konusunun güçlü bir bileşeni konumundadır. Sanat, sadece estetik bir üretim biçimi değil, kültürel ve düşünsel kodların ifade aracı olarak da tanımlanabilir. Bu temsiliyet sürecinin özünün ise imgelerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “imge” şu şekilde tanımlanır: “Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya. Genel görünüş, izlenim, imaj. Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, hayal, imaj. Duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, hayal, imaj” (Türk Dil Kurumu, 2025). Bu tanım, imge kavramının yalın görsel bir öğeye indirgenemeyeceğini, zihinsel bir süreçle ilintili olduğunu gösterir. Batı dillerindeki karşılıkları –Fransızca “image”, İspanyolca “imagen”, Latince “imago”– ise bu kavramın kökenindeki düşünsel arka planı ve zihinsel temsil işlevini vurgulamaktadır. Osmanlıcada imge karşılığı olarak kullanılan “remz” kelimesi de bu doğrultuda hem işaret hem anlam yönüyle imgeyi tanımlamaktadır. İmgenin yorumlanabilirliği hem bireysel algının, hem de kültürel kodların etkisiyle şekillenmektedir. İmaj kavramı, bir olaya, nesneye veya duruma ilişkin zihinde oluşan görüntülerin eleştirel izdüşümüdür. Bu bağlamda imaj, bireyin inançları ve yaşam görüşleri doğrultusunda şekillenen bir zihin haritasının görsel dışavurumudur. Sanatçılar, bu zihinsel imgeler aracılığıyla anlamlara “seyahat” eder; nesne ya da olayları birer göstergelere dönüştürerek yapıtlarında, yeni anlam katmanları inşa ederler. Bu süreçte imge, gösterenin temel yapı taşı olarak karşımıza çıkar (Albayrak, 2020).

Gösterge kavramı, görsel sanatlarda olduğu kadar gündelik yaşamda da iletişimsel işleviyle ön plana çıkmaktadır. Sanat tarihinde sanatçılar, duygu ve düşüncelerini ifade etmek için göstergelere başvurmuş ve doğrudan anlatımdan ziyade dolaylı, çok katmanlı anlamlarla estetik söylem üretmişlerdir. Bu anlamlandırma sürecinde göstergebilim, Ferdinand de Saussure, Charles S. Peirce ve Jacques Derrida gibi düşünürlerin katkılarıyla bir çözümleme aracı haline gelmiş; Saussure’ün gösterge kuramında ise her gösterenin, fiziksel olarak algılanabilen “gösteren” (signifier) ile onun çağrıştırdığı düşünce ya da kavramı ifade eden “gösterilen”den (signified) oluştuğu belirtilmiştir (Rifat, 2019). Barthes, bu ayrımı daha da geliştirerek gösterenlerin anlatım düzlemini, gösterilenlerin ise içerik düzlemini oluşturduğunu ifade eder (Barthes, 2005, s. 47). İzlekten çıkarılan anlamlar da, düz anlam,

yan anlam ve derin anlam olarak üçe ayrılmaktadır. Düz anlam, izleyicinin ilk bakışta algıladığı şeyken; yan anlam, bireyin kültürel arka planına göre değişen çağrışımları içerir. Derin anlam ise çoğu zaman metaforlar ve simgeler aracılığıyla iletilen, kültürel kodların en yoğunlaştığı düzlemdir (Acartürk, 2019; Albayrak, 2020, ss. 134-135). Bu bağlamda yukarıda özetlenmeye çalışılan bu çok katmanlılık, üretinin tek başına estetik bir biçim sunmadığını; zihinsel bir çözümleme sürecini de başlattığını göstermektedir. Bu durum, imgenin bir temsilden ibaret olmadığını; aksine yorumlara açık bir anlamlar sistemi olduğunu ortaya koymaktadır. Anlatı, temsil, anlam ve imge arasındaki bu ilişkiyi, düşünce tarihi, kültür, demografi, siyaset ve sanat gibi birçok konuyu bünyesinde barındıran ve beslenen, devingen bir denklem olarak tanımlamak mümkündür.

4. Hiciv ve Grafik Dil

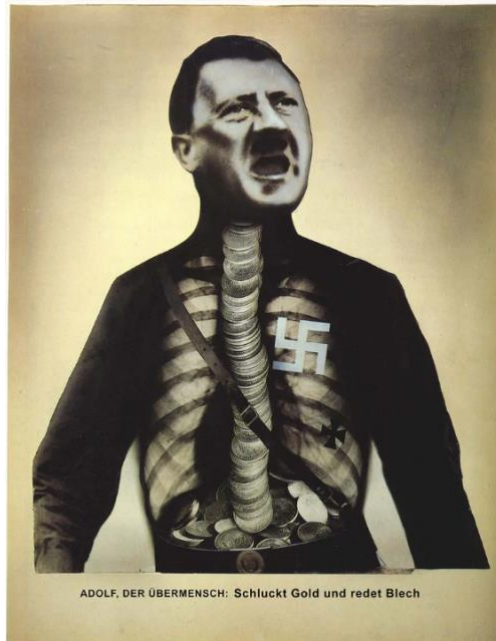
Sanat disiplinleri tarihsel süreçte her ne kadar ayrı kategoriler altında incelenmiş olsa da, özlerinde taşıdıkları anlam üretme ve aktarım işlevleri onları çoğu zaman birbirinden beslenen, etkileşim hâlinde olan pratiklere dönüştürmüştür. Edebiyat, sinema, resim, tiyatro ya da grafik tasarım gibi alanlar, kimi zaman diğer disiplinlerden kavramsal ya da biçimsel öğeler ödünç alarak, kendi anlatı biçimlerini zenginleştirmişlerdir. Özellikle ifade araçlarının çeşitliliği arttıkça, anlatım biçimleri arasındaki sınırlar da giderek belirsizleşmiş; bir sanat disiplini, diğerinin estetik veya eleştirel araçlarını kullanarak kendi dilini yeniden kurabilmiştir. Bu bağlamda grafik tasarımın da edebiyatla karşılıklı bir etkileşim içinde olduğu, özellikle hiciv gibi eleştirel anlatı biçimlerinde ortak bir anlam zemini paylaştığı söylenebilir.

Hiciv; “yergi, kara mizah, taşlama” gibi karşılıklarla açıklanmakta ve “çoğunlukla bir kişiyi, kurum ya da topluluğu / toplumu alay ederek eleştirmek, yermek, aşağılamak ve gülünç düşürmek kastıyla yazılan, genellikle manzum olan metinler” şeklinde tanımlanmaktadır (Karataş, 2004, s. 200). Hiciv, içerdiği alaycı tonun yanı sıra tarihsel ve kültürel bağlamdaki işleviyle de özgün bir edebi tür olarak değerlendirilir. Kavram olarak hiciv, “zemmetmek, kötülemek, hor görmek, çekiştirmek” gibi anlamlar taşır ve bu bağlamda Türkçeye “yergi” olarak çevrilmiştir. Ancak bu çeviri, hicvin taşıdığı tüm anlam boyutlarını karşılamada yetersiz kalmaktadır (Öngören, 1983, s. 138). Batı edebiyatındaki karşılığı ise “satir”dir. Hiciv ve satir kavramları, dilsel yönlerinin ötesinde tarihsel ve kültürel kökenleri itibarıyla da farklı geleneklerden beslenir. Bu doğrultuda, Batı’da hicvin kökeni sıklıkla antik Roma edebiyatına dayandırılır. “Satire” sözcüğünün, antik Yunan’daki “satyre” oyunlarından türediği yönündeki iddialar tartışmalı olmakla birlikte, etimolojik olarak Latince “satura” teriminden türediği konusunda genel bir görüş birliği vardır. O. Weinrich, “satire” teriminin Yunanca değil, özgün biçimiyle Latin kökenli olduğunu ve Batı edebi geleneklerine Latince aracılığıyla geçtiğini savunur (Weinrich, 1962, s. 287). “Satura” kelimesi, Latince’de “çeşitli meyvelerle dolu bir kap” ya da “rengarenk bir tas” anlamına gelmektedir. Romalı şair Ennius, İ.Ö. 200’lü yıllarda yazdığı didaktik ve eğlenceli şiirlerine çeşitlilik içerdikleri için “saturae” adını vermiştir. Hiciv türünün edebiyattaki modern biçimini şekillendiren ilk önemli isim ise Lucilius’tur. Lucilius, hiciv içerikli alaycı şiirlerini “saturae” olarak adlandırmış ve bu şekilde kavrama yeni, edebi bir anlam kazandırmıştır (Baypınar, 1978, s. 31).

Edebiyatta hiciv yazarı, toplumdaki aksaklıkları, adaletsizlikleri, çelişkileri ve insan doğasına dair hoşnutsuzlukları hiciv yoluyla görünür kılmayı amaçlar. Hicvi diğer eleştirel türlerden ayıran temel özellik, mizah öğesinin baskınlığıdır. Hiciv yazarı, eleştiri oklarını yönelttiği kişi ya da kurumu teşhir etmekle yetinmez; onları komik, hatta gülünç hale getirerek “yerin dibine sokmayı” hedefler (Baypınar, 1978, s. 32). Bu yolla hiciv, ciddi meseleleri alaycı bir üslupla sunarak düşündürmeyi hedeflemektedir. J. Brummack (Brummack, 1971, s. 282), hicvin üç temel boyutta değerlendirilebileceğini öne sürmektedir: bireysel yön, toplumsal yön ve estetik yön. Bireysel boyut; öfke, nefret ve kişisel intikam gibi duygularla ilişkilidir. Toplumsal boyut ise hicvin bir düzenleme, uyarı ya da korkutma amacı taşıyan eleştirel işlevini ifade eder. Estetik boyut ise hicvin anlatı araçlarıyla biçimsel değer kazandığını vurgular. Bu üçlü yapı, hicvin bireysel bir duygu boşalımı ya da sosyal bir eleştiri olmasının ötesinde

estetik bir strateji olduğunu ortaya koymaktadır. Friedrich Schiller, hicvi “gerçeğin ideale olan zıtlığını belirginleştirme çabası” olarak tanımlar. Bu tanıma göre hicivci, göstermek istediği bu çelişkiyi çeşitli anlatı araçlarıyla açığa çıkarmak zorundadır. Schiller’e göre hicvin dilsel ve görsel anlatımında kullanılan temel araçlar şunlardır: doğrudan anlatım (direkte Aussage), dolaylı anlatım ya da alay (Ironie), abartma (Übertreibung), karikatürize etme (Verzerrung), çift anlamlı sözcükler (Doppeldeutigkeit), grotesk unsurlar (Grotesk) ve metaforlar (Methapher) (Baypınar, 1978, s. 33). Bu teknikler aracılığıyla hiciv, bir yergi biçimi olmanın ötesine geçerek estetik(dilsel) anlamda biçimlendirilmiş bir söylem haline gelmektedir. Bu bağlamda, hiciv ve grafik sanatlar iş birliğini, düşünsel eleştirinin, estetik kaygılarla, imgesel bir dil ile inşa edilen bir anlatı şekli olarak tanımlamak mümkündür.

John Heartfield’in “Adolf, the Superman” isimli çalışmasının, grafik tasarım ve görsel hicvin birleşimi anlamında etkili bir örnek olarak görmek mümkündür (Görsel 1). John Heartfield, 20. yüzyılın en önemli politik grafik sanatçılarından biri olarak, özellikle 1930’lu yıllarda Almanya’daki faşist yükselişe karşı geliştirdiği fotomontaj teknikleriyle tanınmıştır. Asıl adı Helmut Herzfeld olan Heartfield, adını İngilizceleştirerek, savaş yanlısı milliyetçiliğe karşı tutumunu daha isim düzeyinde ilan etmiştir (Weitz, 1997). Heartfield’in 1932 yılında Arbeiter-Illustrierte-Zeitung (AIZ) dergisinde yayımlanan “Adolf, der Übermensch: Schluckt Gold und redet Blech” (Süpermen Adolf: Altın Yutar ve Kalay (Teneke Kutu) Fıskırtır) adlı çalışması, dönemin siyasal iklimine yönelik en güçlü görsel hiciv örneklerinden biri olarak öne çıkar (Heartfield, 2024). Heartfield bu görselde, Adolf Hitler’i bir röntgen filmi görünümü ile betimlemiştir. Görselin üst kısmında Hitler’in klasik bir pozda halka seslendiği görünürken, alt kısmında ise göğüs boşluğunda yukarıdan aşağıya akan altın külçeleri betimlenmiştir. Bu altınlar, onun ekonomik olarak büyük sermaye çevreleri tarafından desteklendiğini simgelerken, Hitler’in ağzından çıkan ifadelerin “teneke” (boş, içi kof sözler) olduğu belirtilmiştir. Görselin alt başlığında “altını yutar, teneke konuşur” anlamına gelen bir ifade yer almaktadır. Burada tasarımcı gerçekte olduğunu düşündüğü durumu hicveden bir dille, Hitler’in görünürde halkçı bir figür gibi konuştuğu, ancak aslında sermaye destekli bir propaganda makinesi olduğu vurgulanmaktadır.



Şekil 1. John Heartfield, “Adolf, the Superman”, 1932.

Kaynak: (Heartfield, 1932).

Shepard Fairey’nin 1989 yılında başlattığı Obey Giant kampanyası, çağdaş grafik tasarımda hiciv temelli politik söylemin güçlü örneklerinden biri olarak kabul edilebilir. Kampanyanın merkezinde yer

alan görsel (Görsel 2.), profesyonel güreşçi André the Giant'ın abartılı ve stilize edilmiş portresi ile altına yerleştirilen büyük puntolu "OBEY" (itaat et) ifadesinden oluşur (Le Monde, 2024; Shepard F., 2024). Bu çalışma ilk bakışta klasik bir propaganda afişini andırır da, içerdiği anlamlar açısından bu yapıyı ters yüz eden ironik bir mesaj içermektedir. Fairey, izleyiciyi bu görselle görece estetik düzlemde olduğu kadar düşünsel düzlemde de yüzleşmeye zorlamaktadır. Grafik dil açısından bakıldığında, yüksek kontrast, merkezi kompozisyon ve baskın tipografi gibi propaganda afişleri ile benzerlik gösteren öğeler, burada hicivsel bir parodiye dönüşmektedir. Görselin kamusal alanda sticker, poster ve duvar resmi olarak tekrar tekrar kullanılması, propaganda sistemlerinin algı bombardımanı etkisine bir gönderme yaptığını düşündürür. Fairey'nin çalışması, medya ve iktidarın birey üzerindeki sembolik gücünü alaycı bir biçimle görünür kılmaktadır. Bu bağlamda Obey Giant, bir sokak sanatı ürünü olmanın ötesinde, grafik tasarım aracılığıyla geliştirilen ideolojik bir hiciv stratejisi olarak değerlendirilmelidir.



Şekil 2. Shepard Fairey, "Obey", 1989.

Kaynak: (Obey Giant, 2025).

Eserleri ile uluslararası tanınırlığa sahip diğer bir örnek, gerçek kimliğini saklayan ve sokak sanatını politik hicivle birleştiren İngiliz grafiti sanatçısı Banksy'dir. Napalm adlı çalışmasında, 1972 yılında Nick Ut tarafından çekilen Vietnam Savaşı'na ait bir fotoğrafı kullanarak derin bir eleştirel söylem geliştirmiştir. Orijinal fotoğrafta çıplak ve yanan Kim Phuc, kapitalizmin ve popüler kültürün iki ikonu olan Mickey Mouse ve Ronald McDonald'ın arasında, el ele tutuşmuş şekilde yeniden kurgulanır. Böylece savaşın insanlık dramına dair görüntüsü, kapitalist tüketim kültürünün maskotu haline gelmiş iki sembolle birlikte sunulur bir hiciv yaratılmaktadır (Banksy, 2025; MyArtBroker, 2025). Görseldeki ironik karşıtlık dikkat çekicidir: Mickey ve Ronald gülen yüzlerle temsil edilirken, Kim Phuc hâlâ çığlık atmaktadır. Figürler arasında yaratılan bu grotesk karşıtlık, Kim'in gri tonlarla sunulan vücut dili ile Mickey ve Ronald'ın renkli, stilize görünüşleri savaşın gerçekliğine dair dramatik bir çarpışma yaratmaktadır. Kompozisyonun merkezine yerleştirilen çocuk figürü, izleyicide hem vicdanî hem de estetik bir rahatsızlık uyandırmaktadır. Banksy'nin sıklıkla kullandığı stencil (şablon) tekniği, bu çalışmada da grafiksel netliği sağlayarak, renk kontrastları ve ikonik figürler aracılığıyla izleyiciye doğrudan ve etkili bir mesaj iletmektedir. Çalışma, kapitalizmin savaş politikalarıyla nasıl iç içe geçtiğini

hiciv yoluyla ifşa eden etkili bir grafik tasarım örneğidir. Görselde kullanılan ironi, grotesk öğeler ve güçlü simgesel yapı, izleyiciyi estetik bir yüzeyin ardındaki politik yapıyı sorgulamaya zorlar.



Şekil 3. Banksy, "Napalm", 2004.
Kaynak: (Banksy, 2004).

Günümüzde hicvi ve illüstratif grafik anlatıyı birleştiren bir diğer figür ise Joan Cornellà Vázquez'dir. 1981'de Barcelona'da doğmuş bir İspanyol karikatürist ve illüstratördür. Barcelona'daki Güzel Sanatlar eğitiminin ardından La cultura del Duodeno, El Periódico, Ara, El Jueves ve The New York Times gibi yayınlarda çizimler yapmıştır. 2009'da ilk albümü Abulio isimli çalışmasıyla Josep Coll Ödülü'nü kazanmıştır. 2012 yılında kendisinin siyah beyaz çizimlerinden oluşan Fracasa Mejor, 2013'te Mox Nox, ardından Zonzo, Sot ve Everyone Dies Alone gibi önemli çalışmaları serbest yayın şeklinde yayımlanmıştır. Ayrıca 2016'da Wilco adlı müzik grubunun Schmilco adlı albüm kapağını görsel tasarımcı Stefania Lusini ile birlikte gerçekleştiren sanatçı, uluslararası platformlarda tanınan bir isim hâline gelmiştir (Cornellà, 2025).



Şekil 4. Joan Cornellà, "Untitled" (2022) (solda), "Selfie Gun" (2024) (sağda).
Kaynak: (Cornellà, 2025).



Şekil 5. Joan Cornellà'nın Çalışmalarından Örnekler.
Kaynak: (Cornellà, 2025).

Joan Cornellà'nın çalışmalarının, günümüz toplumunun bireyi tüketen yapısına yönelik eleştirel bir içerik taşıdığı söylenebilir. Sanatçı, modern yaşamın sıradanlaşmış trajedilerini absürt bir mizah anlayışıyla işleyerek mesajını, izleyiciye rahatsız eden bir üslupla iletmektedir. Gündelik hayatın en sıradan unsurları iş yaşamı, aile, başarı kültürü, kişisel gelişim mottoları, Cornellà'nın görsellerinde grotesk bir kılığa bürünmektedir. Özellikle iş hayatının bireyin gelişimine katkı sağladığı iddiasını hicveden çalışmaları, bu sistemin bireyde yarattığı yabancılaşmayı ve içsel çöküşü açıkça gözler önüne sermektedir. "Slave of the Month" isimli çalışmasında (Görsel 5.), çalışan bireyin maruz kaldığı sistematik sömürüyü ironik bir ödüllendirme işleyişi ile maskelerken, "The Harder You Work, The More You Hate Your Miserable Life" çalışmasında (Görsel 5.), klasik başarı mottolarını hiciv unsuru olarak kullanarak ifadenin içini boşaltmaktadır. Cornellà bu eleştiriye, kimi zaman çizgi roman estetiğinde ilerleyen kısa anlatılarla, kimi zaman ise tek karelik sahnelerde yoğunlaştırılmış bir metafor yoluyla yapar. Çizimlerinde her zaman yer alan düz renkli arka planlar, figürlerin yapay gülümsemeleri ve parlak tonlarla çizilmiş yüzeyler, tasarımlarının rahatsız edici etkisini artırmaktadır. Renk paleti genellikle pastel tonlardan oluşur; ancak bu tercih, içerdiği karanlık mesajlarla bilinçli bir kontrast oluşturmaktadır. Figüratif anlatımı tercih eden sanatçı, yüzeyde sade ama anlamca katmanlı bir dil geliştirir. Karakterlerin büyük çoğunluğu birbirine benzeyen, neredeyse anonim figürlerdir. Bu anonimliğin, bireyin toplumsal sistem içindeki silinmişliğine işaret ettiği söylenebilir. Joan Cornellà'nın

tarzı, modern görsel anlatının çarpıcı hiciv örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Sanatçıyı, çağdaş anlatı içinde, eleştirel illüstrasyonun güçlü bir temsilcisi olarak konumlandırmak mümkündür.

5. The New Yorker Örnekleri

Bu bölümde, grafik anlatı ve hiciv ilişkisi çerçevesinde, özellikle The New Yorker dergisinin kapak görselleri üzerinden disiplinler-arası anlam dünyasında temsil, anlam ve anlatının nasıl işlediği analiz edilmiştir. Bu bağlamda, kapak ve illüstrasyon düzeyinde hiciv, grafik anlatının bir bileşeni olarak ele alınmış; problemin kurgusal ve ideolojik boyutları sanatçı/tasarımcının anlatı dili üzerinden çözümlenmiştir.

The New Yorker, 21 Şubat 1925 tarihinde Harold Wallace Ross ve eşi Jane Grant tarafından Manhattan'da kurulan bir Amerikan haftalık dergi olarak bilinmektedir. Ross'ın editörlüğü (1925–1951) süresince dergi, başlangıçta “on beş centlik bir mizah gazetesi” olarak tanımlansa da, kısa sürede entelektüel düzeyde bir yayın çizgisi geliştirmiştir. Ayrıca dergi, kurucusu Harold Ross'un ifadesiyle “Not for the old lady in Dubuque” şeklinde tanımlanmakta; bu da, yayının sıradan Amerikan taşrasını değil, entelektüel, sofistike ve kültürel açıdan donanımlı bir okuyucu kitlesini hedeflediğini göstermektedir. Jane Grant, aynı zamanda New York Times muhabiri olarak üstlendiği finansal ve fikrî destekle derginin kuruluşunda kritik bir rol oynamıştır. Derginin tipografi ve görsel kimliğinde ise Rea Irvin'in Eustace Tilley karakteri ve özel yazı tipi –“Irvin type”– önemli katkılar sunmuştur (Gopnik, 2025). Zaman içinde The New Yorker, sadece New York'un kültürel yaşamına odaklanmakla kalmayıp kısa öykü, inceleme, eleştiri, şiir ve çizgi karikatür gibi edebi türlerde zengin içerikler sunarak ulusal ve uluslararası platformda seçkin bir mecra haline gelmiştir. Bu başarısını, yanlış içeriğin yayınlanmaması adına bilginin gerçekliğinin kontrolü anlamına gelen (Fact-checking, 2025) titiz “factcheck” anlayışından alan dergi; Truman Capote, Vladimir Nabokov ve Alice Munro gibi dünya edebiyatının önde gelen yazarlarını sayfalarında ağırlamıştır. Ayrıca 2014–2025 dönemi içinde kazandığı sekiz Pulitzer Ödülü, entelektüel ciddiyetinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Dergi, 47 sayı/yıl formatında yayımlanmakta olup kültürel eleştiri, toplumsal gözlemler ve hicivli karikatür geleneğiyle benzer dergiler arasında ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. The New Yorker, kurulduğu 1920'lerin Amerika'sında caz kültürü, kentleşme, tüketim ve toplumsal dönüşümle anılan Jazz Age döneminden günümüze, keskin gözlem, nükteli dil ve entelektüel mizahla örülü bağımsız bir yayın geleneği inşa etmiştir. Dergi, hem akademik hem de popüler kültür yayıncılığı içinde kendine özgü bir stil ve düşünsel derinliği temsil eder. Yüz yılı aşkın süredir metin ile görsel, ciddi eleştiri ile mizahı ustaca harmanlayarak ideolojik tartışmaları form ve içerik üzerinden kurgulayan özgün bir alan yaratmıştır (The New Yorker, 2025).

The New Yorker dergisi, ilk sayısını 21 Şubat 1925 tarihinde yayımlamış ve kapağında daha sonra “Eustace Tilley” adıyla ikonlaşacak olan figürü kullanmıştır. Rea Irvin tarafından tasarlanan bu karakter, Viktorya dönemi aristokratlarını andıran ince yapılı, frak giymiş, yüksek yakalı bir erkek figürüdür. Tilley'in dikkat çeken özelliklerinden biri de tek gözünü monocle (mercek) ile büyüteç gibi kullanarak havada uçuşan bir kelebeğe odaklanmasıdır. Bu tasarım, gözlem, dikkat, eleştirel mesafe ve kültürel incelik gibi The New Yorker'ın temsil ettiği yayın politikalarının görsel bir metaforu hâline gelmiştir. Figür, ironik biçimde hem entelektüel bir tavır hem de Amerikan üst sınıfına yönelik hafif bir alayı içinde barındırmaktadır (Gopnik, 2025). Rea Irvin'in çizdiği bu figür, aslında Dandy tipi bir karikatürdür ve dönemin Amerikan orta sınıfına hitap eden sıradan dergi kapaklarının aksine daha sofistike, neredeyse Avrupa merkezli bir mizah anlayışının ipuçlarını taşır. 2025 yılı ise derginin yüzüncü kuruluş yılına tekabül etmektedir. Bu vesileyle dergi, Şubat ayında yayımladığı özel sayısında ilk kapağını birebir aynı biçimde tekrar kullanarak nostaljik ve simgesel bir jestte bulunmuştur. 100 yıl sonra aynı görseli yeniden üretmek, derginin köklerine duyduğu saygıyı ve grafik tarihindeki sürekliliği vurgulayan anlamlı bir tercih olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte “Eustace Tilley”, bir kapak karakteri olmanın ötesinde, *The New Yorker*'ın kurumsal kimliğinde ve okur belleğinde yer etmiş bir grafik anlatı aracıdır. Tilley, yıllar içerisinde bir simge olmanın ötesine geçerek adeta bir kültürel persona hâline gelmiş,

derginin yıllık özel sayılarında düzenli olarak farklı sanatçılar tarafından yeniden yorumlanmıştır (Maslin, 2024; Harvey, 2017).



Şekil 6. The New Yorker 1925 Kapağı (solda), The New Yorker 2025 Kapağı (sağda).
Kaynak: (Irvin, 1925).

Zaman içinde Eustace Tilley figürü, *The New Yorker*'ın görsel tarihindeki yerini aşarak Amerikan medya kültürünün parodiye açık, yeniden üretilebilir bir ikonuna dönüşmüştür. Görsel 7'de, kapağın yıllar içinde pek çok farklı bağlamda yeniden tasarlanması, bu figürün esnek bir anlatı aracı hâline geldiğini göstermektedir. 2017 yılında, Tilley figürü Kiril alfabesiyle yazılmış "The New Yorker" anlamına gelen "Нью-Йоркер" başlığı altında Vladimir Putin'e benzetilerek yorumlanmıştır. Bu tasarımı, dönemin küresel siyasi atmosferinde Rusya ile Amerika Birleşik Devletleri arasındaki ilişkiye dair eleştirel bir yorumun görsel ifadesi olarak okumak mümkündür. 2020'de ise Tilley figürü bir maymun olarak çizilmiş, bu da insan davranışlarının içgüdüsel ve evrimsel yönlerine dair ironik bir hiciv örneği sunmuştur. 2021 tarihli versiyonda ise figür, elinde tuttuğu şırıngaya odaklanarak COVID-19 pandemisi sırasında geliştirilen aşıya atıfta bulunur; arka planda yer alan minyatür sahnelerde maske takan bireyler, evde kalma çağrıları ve sosyal izolasyon gibi detaylar aracılığıyla dönemin toplumsal deneyimi görsel dile taşınmaktadır. 2025 yılına ait farklı sanatçılar tarafından yeniden yorumlanan versiyonlarda ise bu figür, bir kurbağa, bir kadın ya da stilize bir soyut portre olarak karşımıza çıkmakta, cinsiyet, kimlik ve çevresel dönüşüm gibi çağdaş temalara uyarlanarak farklı bağlamlarda yeniden anlam kazanmaktadır. Burada dikkat çekici olan husus, ilk kapağın neredeyse bir şablon gibi kullanılmasıdır. Orijinal pozisyon (baş hafif sola dönük, monocle ile odaklanmış bakış ve ince figür) korunmakla birlikte, içeriğin bağlamı tamamen güncellenmiştir. Bu durum, *The New Yorker*'ın grafik anlatıda hem süreklilik hem de dönüşüm arayan yapısal stratejisini yansıtır. Figüratif temsillerin sabit bir formda kalmakla birlikte her defasında farklı bir toplumsal söyleme açılması, derginin hiciv ve anlatı gücünü görsel düzeyde de sürdürdüğünün bir göstergesi olarak okunabilir.



Şekil 7. Farklı Yıllarda Yapılmış “Eustace Tilley” Çıkışlı The New Yorker Kapakları.
Kaynak: (Conde Nast Store, t.y.).

Tasarımcı Jack Hunter’ın 2013 Haziran sayısı için hazırladığı kapak dikkat çekmiştir (Görsel 8). Çalışma, Françoise Mouly ve Nadja Spiegelman’ın küratörlüğünü üstlendiği Blown Covers isimli bağımsız çevrimiçi platforma sunduğu tasarımıyla sayının kazanan kapak tasarımı olarak seçilmiştir. “Eşcinseller” temasıyla gerçekleştirilen bu yarışmada Hunter, dönemin Amerikan başkanı Barack Obama’nın eşcinsel evliliğe dair gelişen görüşlerini ve Yüksek Mahkeme’nin DOMA’yı (Defense of Marriage Act) iptal etmesini konu olarak seçmiştir (ABC News, 2013; Slate, 2013).

Kapakta, Bert ve Ernie karanlık bir odada, televizyon karşısında birbirlerine sokulmuş biçimde tasvir edilmiştir. Televizyon ekranında görülen ise ABD Yüksek Mahkemesi hâkimlerinin silüetidir. Bu imge, DOMA kararına doğrudan bir atıfta bulunmakta ve mahkemenin eşcinsel evliliği yasal olarak tanıma sürecindeki rolünü simgelemektedir. Figürlerin arka planda karanlık bir atmosferde sunulması, bu kişisel anı daha mahrem ve duygusal hale getirmektedir. Bert ve Ernie karakterleri ise çocukluk kültürüne ait masum figürler olarak tanınsa da, yıllardır süregelen “birlikte yaşama” pratikleri, Hunter tarafından ironik bir şekilde romantik ortaklığa dönüştürülerek kullanılmıştır. Bu da popüler kültürle politik söylemin kesiştiği noktada güçlü bir hiciv üretmektedir. Özellikle renk kullanımı bakımından sıcak ve nötr tonların birlikte kullanılması, hem duygusal sıcaklığı hem de kurumsal mesafeyi aynı kompozisyonda sunmayı başarmaktadır. Hunter bu bağlamda, çizgi film karakterleri Bert ve Ernie’yi simgesel figürler olarak konumlandırarak, aynı cinsiyetten bireyler arasındaki romantik birlikteliklerin kamusal alandaki görünürliğini hicivsel bir dille sorgulamıştır.



Şekil 8. Jack Hunter, The New Yorker 2013 Haziran Kapak Tasarımı.
Kaynak: (Hunter, 2013).

1993 Şubat sayısı kapağı, çizgi roman sanatının önde gelen temsilcilerinden olup özellikle Maus adlı eseriyle edebiyat ve görsel anlatı arasında hibrit çalışmalara imza atan bir sanatçı olan Art Spiegelman’a aittir. Spiegelman, grafik roman dilini politik ve tarihsel temalarla birleştiren cesur yaklaşımlarıyla tanınmaktadır. The New Yorker için tasarladığı 1993 Şubat kapağı, dönemin New York’undaki sosyal gerilimlere dair bir problemi gündeme getirmektedir. Kapakta, siyah bir kadın ile Yahudi bir erkek (Hasidik bir erkek) romantik bir öpücük sahnesi içinde yeniden yorumlanmıştır. Dönemin siyasi ve sosyal atmosferinde bu tasarım oldukça tartışmalı bulunmuş; dergi editörü Tina Brown, kapakla birlikte “önce eşi görülmemiş” bir editörden not ekleyerek Spiegelman’ın niyetini okuyuculara doğrudan aktarmıştır. Spiegelman, bu öpücük imgesinin New York’a bir Sevgililer Günü kartı gibi olduğunu ve topluluklar arasındaki bir başka anlamlı yakınlaşma biçimi umduğunu ifade etmiştir (Finnegan, 2017). Spiegelman bu çalışması, dönemin Crown Heights bölgesinde siyah ve Yahudi topluluklar arasında tırmanan ırksal gerginlik ve çatışmalara dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Tasarımcının, bu imgeyi provokatif bir karşıtlık yaratmaktan öte sembolik bir öpücükle birbirinden uzak duran toplulukların uzlaşması umudunu görselleştirmek üzere kullandığı görülmektedir. Çalışma, aynı zamanda, Doğu Almanya’daki Berlin Duvarı’na yapılmış olan ve iki liderin öpüşmesini gösteren “My God, Help Me to Survive This Deadly Love” adlı ikonik mural sanat eserine de göndermede bulunur (“My God, Help Me”,

2025). Her iki görselde de ideolojik ve toplumsal ayrışmaları aşan bir temasın ifadesi, sembolik bir öpüşme üzerinden politik bir hicivle aktarılmaktadır.



Şekil 9. Art Spiegelman, The New Yorker 1993 Şubat Kapak Tasarımı.
Kaynak: (Spiegelman, 1993).

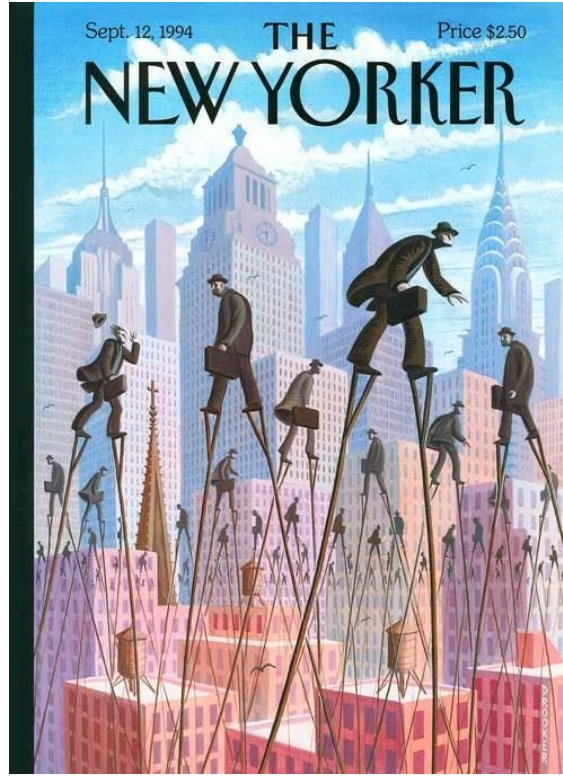
Ağustos 2022 Kapağı, Françoise Mouly tarafından tasarlanmıştır (Görsel 10.). Mouly, The New Yorker dergisinde sanat editörlüğü görevini uzun yıllardır sürdürmüş, aynı zamanda RAW gibi deneysel çizgi roman dergileriyle işbirliği içinde çalışmıştır. Ağustos 2022 tarihli kapakta, Leonardo da Vinci'nin ikonik Mona Lisa tablosunun manipülasyonu aracılığıyla bir mesaj verilmeye çalışılmıştır. Klasik kompozisyonun merkezine yerleştirilen Mona Lisa'nın yüzü bu kez tamamen bir elin ardına gizlenmiştir. Mouly'nin bu müdahalesi, Louvre Müzesi'nde Mona Lisa'ya yapılan vandalist eylemlere karşı bir göndermeyi taşımaktadır. 2022 yılında bir ziyaretçi elindeki pastayı ünlü tabloya fırlatıp, yere gül yaprakları dökmüştür. Eylemci, "Dünyayı düşünün. Gezegeni yok etmeye çalışanlar var. Bütün sanatkarlar gezegeni düşünün, onun için bunu yaptım." ifadelerini kullanmıştır (Anadolu Ajansı, 2022). Bu sebeple kapak görselindeki Mona Lisa, eliyle karşıdan gelen bir aksiyonu durdururmuşçasına tasvir edilmiştir. Çalışmanın, derginin geleneksel mizahına paralel bir dil ile sembolik bir hiciv kullanarak istenen mesajı ilettiği izlenmektedir.



Şekil 10. Françoise Mouly, The New Yorker 2022 Ağustos Kapak Tasarımı.
Kaynak: (Kunz, 2022).

Eylül 1994 kapağı Eric Drooker imzası taşımaktadır (Görsel 11). Manhattan'ın East Village semtinde yetişmiş Amerikalı grafik sanatçı, ressam ve çizgi roman yazarıdır. Özellikle Flood! A Novel in Pictures (1992) ve Howl: A Graphic Novel gibi eserlerle tanınmış ve The New Yorker için birçok çarpıcı kapak tasarımı üretmiştir. Drooker'ın görsel yaklaşımı, Frans Masereel ve Lynd Ward'ın siyah-beyaz dramatik tarzıyla benzeşmektedir. 1990'lardan itibaren hem politik temalı afişler hem de grafik romanlarla, toplumun farklı zümrelerini metaforik bir dil ile görselleştirmiştir (Kushner, 2016).

Eric Drooker'ın "Life at the Top" (1994) başlıklı kapağı, New York'un simgesel gökdelenlerinin üzerinde ince, uzun perçinli değnekler üzerinde yürüyen takım elbiseli figürlerle dikkat çeker. Bu figürler, kentin finans mahallesinde faaliyet gösteren anonim beyaz yakalıları temsil ederken, fiziksel yükseklikleri aracılığıyla metaforik bir "üst tabaka, üst akıl, üst bakış" vurgusu oluşturmaktadır. Şehrin üstüne çıkmak burada yükseklikle ilgili bir pozisyonun ötesinde ekonomik, sosyal ve siyasal güç yapılarına dair bir üstünlük arzusunu simgelemektedir. Lakin bu yükselme, figürlerin dengesiz yürüyüşlerinden ve rüzgarla olan ilişkilerinden anlaşılacağı üzere kırılgan ve sürdürülemez bir çaba içindedir. Drooker'ın bu kapaktaki görsel dili, kapital dünyanın sürekli bir dengesizlik ve kaygı haline işaret etmektedir. Her biri neredeyse birbirinin kopyası olan ve aynı üniformayı giymiş karakterlerin anonimliği, bireyselliğin kapitalist sistem içinde silinmesini ve bireylerin üretken makineler olarak konumlandırılmasını simgelemektedir. Figürler, hem yukarıdan şehre bakmanın verdiği sözde üstünlük hissini yaşamakta hem de dengesiz pozisyonları nedeniyle sürekli bir düşüş tehdidiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu zıtlık, görsel anlatımda sistemin kendi içinde yarattığı yapısal paradoksa da vurgu yapmaktadır. Güç ve istikrar arayışı, aslında kırılgan bir denge üzerinde yükselmektedir. Bu bağlamda tasarım, neoliberal kapitalizmin ve ortaya çıkardığı iş gruplarının 1990'lı yıllardaki yükselişine karşı bir hiciv sunmaktadır. Drooker, tasarımıyla, The New Yorker'ın hiciv geleneğini sürdürürken, izleyicinin belleğine de, bu sistemsel yapılara eleştirel bir gözle bakması noktasında soru işaretleri bırakmaktadır.



Şekil 11. Eric Drooker, The New Yorker 1994 Eylül Kapak Tasarımı.
Kaynak: (Drooker, 1994).

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada etik kurul izin belgesine gerek olmamıştır.

Yazarların Makaleye Olan Katkıları

Yazarın makaleye katkı oranı %100'dür.

Destek Beyanı

Araştırmada herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Çıkar Beyanı

Çalışmada kişi veya kurumlar ile herhangi bir çıkar çatışması mevcut değildir.

6. Sonuç

Bu çalışma, sanatsal ifadenin temel araçlarından olan temsil, anlatı ve hiciv kavramlarının, The New Yorker dergisine ait kapaklar üzerinde nasıl işlevselleştiğini incelemiştir. Seçilen örnekler, hem görsel biçim hem de ideolojik ve kültürel bağlamlar açısından ele alınmış; grafik tasarımın estetik bir form olmanın ötesinde eleştirel ve anlatısal bir araç olarak nasıl işlediği gösterilmiştir. Özellikle The New Yorker'ın kapak tasarımları, çağın sosyo-politik yapısına görsel düzeyde tepki veren ve izleyicisiyle karmaşık bir iletişim ağı kuran örnekler olarak değerlendirilmiştir. Derginin yüz yıla yakın yayın serüveninde, ele alınan kapaklar, birer grafik anlatı ürünü olarak hicivsel yaklaşımın ve simgesel temsillerin güçlü bir görsel dile dönüştüğü yoğun anlam katmanlarıyla öne çıkmaktadır.

İnceleme sürecinde belirginleşen önemli bulgulardan biri, hicvin politik ve sosyal problemlere dair grafik sanatlar yoluyla geliştirilen muhalif söylemlerde merkezi bir yer tuttuğudur. The New Yorker,

tarihsel olarak bir magazin yayınının ötesinde kültürel ve entelektüel refleksleri yansıtan, eleştirel bir mecra olarak biçimlenmiştir. Bu kapakların izleyiciyle kurduğu iletişimde etkili olan bir diğer unsur ise görsel okuryazarlık düzeyidir. Hedef kitlenin kültürel birikimi, medya bilgisi ve görsel analiz yetkinliği, bu tasarımların anlaşılabilirliğini ve etkisini doğrudan belirlemektedir. Özellikle çok katmanlı hiciv, mecaz, gönderme ve ironi gibi grafik anlatı öğeleri, görsel okuryazarlığın gelişkin olduğu toplumsal kesimlerde daha güçlü bir etkiye sahip olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, görsel okuryazarlığın alıcı taraf kadar üretici için de belirleyici bir faktör olduğu açıktır. Grafik sanatlarda üretim kalitesinin, görsel okuryazarlık düzeyinin yükselmesiyle ilişkili olabileceği; imge üretimi sürecinde izleyici zekâsını gözetken, bağlamsal açıdan güçlü anlatıların tercih edilebileceği öngörülmektedir. Dergi kapağı tasarımı, çoğu zaman geleneksel bir mecra olarak değerlendirilse de, içeriksel derinliği ve eleştirel potansiyeli sayesinde modern medyada hâlâ etkili bir görsel iletişim biçimi olarak işlev görmektedir. Dergi kapaklarının tasarımı, görsel bir ilgi aracının ötesinde sosyo-kültürel anlam üretimi açısından stratejik bir zemin sunmaktadır. Özellikle The New Yorker gibi editoryal titizliği yüksek yayınlarda kapak tasarımları, estetik beğenin ötesinde politik farkındalık yaratmayı da hedefleyen içeriklerle örülmüştür. Bu durum, grafik tasarımın eleştirel düşünceyle nasıl iç içe geçebileceğine dair güçlü bir örüntü sunmaktadır. Yapılan analizler, anlatı, temsil ve hiciv unsurlarının grafik sanatlar düzleminde doğru biçimde konumlandırıldığında büyük bir etki gücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma grafik anlatı bağlamında temsil ve hicvin görsel kültürdeki dönüşümünü anlamaya yönelik bir katkı sunmaktadır. Dergi kapağı gibi sınırları belirli ama potansiyeli yüksek bir mecra üretilen işler, izleyiciyle görsel düzlemin ötesine geçen düşünsel bir etkileşim kurarak geniş çaplı anlam evrenleri yaratabilmektedir. Bu bağlamda, hiciv kavramının grafik tasarımda anlatıya, düşünsel bir derinlik kazandırma aracı olarak değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada etik kurul izin belgesine gerek olmamıştır.

Yazarların Makaleye Olan Katkıları

Yazarın makaleye katkı oranı %100'dür.

Destek Beyanı

Araştırmada herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Çıkar Beyanı

Çalışmada kişi veya kurumlar ile herhangi bir çıkar çatışması mevcut değildir.

Kaynaklar

ABC News. (2013). *Bert and Ernie cuddle over Supreme Court ruling*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://abcnews.go.com/blogs/headlines/2013/06/bert-and-ernie-cuddle-over-supreme-court-ruling> adresinden alındı.

Acartürk, G. (2019). *İllüstrasyonda görsel göstergelerin anlatılması ve mesaj: Gürbüz Doğan Ekşioğlu* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ordu Üniversitesi, Ordu.

Albayrak, A. (2020). Görsel sanatlarda imge kavramı. *Balkan Müzik ve Sanat Dergisi*, 2(2), 133-163. <https://doi.org/10.47956/bmsd.799645>

- Alp, K. (2013). Sanatın temsili ve postmodern sanatta temsil sorunu. *Art-E Sanat Dergisi*, 6(12), 40-61.
- Anadolu Ajansı. (2022). *Pariste sergilenen Mona Lisa tablosuna pastalı saldırı*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/pariste-sergilenen-mona-lisa-tablosuna-pastali-saldiri/2601122> adresinden alındı.
- Banksy. (2025). *Banksy*. Erişim 16 Nisan 2026 tarihinde <https://banksy.co.uk/> adresinden alındı.
- Banksy. (2004). *Napalm. Artsy*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://www.artsy.net/artwork/banksy-napalm-126> adresinden alındı.
- Baypınar, Y. (1978). Hiciv kavramı üzerine bir inceleme. *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 29(1-4), 31-37.
- Benjamin, W. (2018). *Pasajlar* (A. Cemal, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Brummack, J. (1971). *Zu Begriff und Theorie der Satire*. DVjs. Sonderheft. <https://doi.org/10.1007/BF03376186>
- Conde Nast Store. (t.y.). *Conde Nast: Where editorial becomes fine art*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://condenaststore.com/> adresinden alındı.
- Cornellà, J. (2025). *About us*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://joancornella.net/en/content/4-about-us> adresinden alındı.
- Daşçı, S. (2011). Ortaçağ Avrupa resminde mimarinin kullanımı. *Sanat Tarihi Yıllığı*, 15, 131-147.
- Denkel, A. (1998). *Nesne ve doğası*. İstanbul: Göçebe Yayınları.
- Drooker, E. (1994). *Life at the top*, Erişim 30 Nisan 2026 tarihinde <https://www.drooker.com/new-yorkers/> adresinden alındı.
- Fact-checking. (2025). *Wikipedia*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://en.wikipedia.org/wiki/Fact-checking> adresinden alındı.
- Finnegan, L. (2017). 'New Yorker' covers? *Watercolor me unimpressed. The Outline*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://theoutline.com/post/1541/the-new-yorker-covers-are-bad> adresinden alındı.
- Gopnik, A. (2025). *The editorial battles that made The New Yorker*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://www.newyorker.com/magazine/2025/02/17/the-editorial-battles-that-made-the-new-yorker> adresinden alındı.
- Güven, H. N. (2009). Leonardo da Vinci'nin anatomi çalışmalarının sanat yaşamına katkısı, *Süleyman Demirel Üniversitesi Yaşam Dergisi*, 2(1), 22-24.
- Harvey, R. C. (2017). *The true history of Eustace Tilley. The Comics Journal*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://www.tcj.com/the-true-history-of-eustace-tilley/> adresinden alındı.
- Heartfield, J. (2024). *John Heartfield. Wikipedia*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde https://en.wikipedia.org/wiki/John_Heartfield adresinden alındı.
- Heartfield, J. (1932). *Adolf the Superman: Heartfield's famous portrait of Adolf Hitler swallowing money from supporters to spout fascist garbage*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://www.johnheartfield.com/John-Heartfield-Exhibition/john-heartfield-art/heartfield-posters-aiz/adolf-the-superman-hitler-portrait> adresinden alındı.
- Hunter, J. (2013). *Moment of joy. Conde Nast Store*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://condenaststore.com/featured/moment-of-joy-jack-hunter.html> adresinden alındı.

- Irvin, R. (1925). *New Yorker February 21st, 1925. Conde Nast Store*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://condenaststore.com/featured/new-yorker-february-21st-1925-rea-irvin.html> adresinden alındı.
- Karataş, T. (2004). *Ansiklopedik edebiyat terimleri sözlüğü* (2. bs.). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kunz, A. (2022). *No photos please. Fine Art America*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://fineartamerica.com/featured/no-photos-please-anita-kunz.html?product=metal-print> adresinden alındı.
- Kushner, E. (2016). *New Yorker artist Eric Drooker: A small giant in our midst*. Erişim 30 Nisan 2026 tarihinde <https://www.berkeleyside.org/2016/12/12/new-yorker-artist-eric-drooker-a-small-giant-in-our-midst> adresinden alındı.
- Le Monde. (2024). Shepard Fairey alias Obey: *L'extrême droite détourne de son sens une image qui symbolise la fraternité et le vivre-ensemble*. *Le Monde*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2024/06/17/shepard-fairey-alias-obey-l-extreme-droite-detourne-de-son-sens-une-image-qui-symbolise-la-fraternite-et-le-vivre-ensemble_6240966_4500055.html adresinden alındı.
- Maslin, M. (2024). *A century of restlessness: What it means to be a New Yorker cartoonist*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://lithub.com/a-century-of-restlessness-what-it-means-to-be-a-new-yorker-cartoonist/> adresinden alındı.
- MyArtBroker. (2025). *10 Facts About Banksy's Napalm*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://www.myartbroker.com/artist/banksy/10-facts/10-facts-about-banksys-napalm> adresinden alındı.
- My God, Help Me to Survive. (2025). *Wikipedia*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde https://en.wikipedia.org/wiki/My_God,_Help_Me_to_Survive_This_Deadly_Love adresinden alındı.
- Obey Giant. (2025). *Obey Giant / The art of Shepard Fairey*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://obeygiant.com/> adresinden alındı.
- Onursoy, S. (2017). Görsel kültür ve görsel okuryazarlık. *Selçuk İletişim*, 10(3), 13–27.
- Öngören, F. (1998). *Cumhuriyetin 75. Yılında Türk Mizahı ve Hicvi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rifat, M. (2019). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Rosenthal, M. & Yudin, P. (1972). *Materyalist felsefe sözlüğü* (A. Çalışlar, Çev.). İstanbul: Sosyal Yayınevi.
- Shepard F. (2024). *Shepard Fairey*. *Wikipedia*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Shepard_Fairey adresinden alındı.
- Slate. (2013). *Bert and Ernie on New Yorker Cover for Gay Marriage: A Terrible Way to Commemorate DOMA Repeal*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://slate.com/culture/2013/06/bert-and-ernie-on-new-yorker-cover-for-gay-marriage-a-terrible-way-to-commemorate-doma-repeal-photo.html> adresinden alındı.
- Şakar, C. (2017). *İmge, gerçeklik ve kültür*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Spiegelman, A. (1993). *Valentine's Day. The New Yorker*. Erişim 15 Nisan 2026 tarihinde <https://www.newyorker.com/magazine/1993/02/15> adresinden alındı.

The New Yorker. (2025). Magazine archive. Erişim 16 Nisan 2026 tarihinde <https://www.newyorker.com/archive> adresinden alındı.

Todorov, T., Focroulle, B., & Legros, R. (2012). *Sanatta bireyin doğuşu* (E. Özdoğan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Tunalı, İ. (1983). *Felsefenin ışığında modern resim*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Türk Dil Kurumu. (2025). *Güncel Türkçe Sözlük*. Erişim 20 Aralık 2025 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.

Weinrich, O. (1962). *Römische Satiren*. Hamburg: Rowohlt Verlag.

Extended Summary

This study examines the relationship between representation, narrative, and satire within the context of graphic design, and argues that these concepts operate together as key mechanisms of meaning production in editorial visual communication. The central assumption is that graphic design is not merely a formal or aesthetic practice; it is a culturally situated mode of communication in which images organize stories, circulate ideological positions, and invite critical reflection on social realities. In this framework, representation is approached not as a neutral depiction of visible objects but as a layered process shaped by historical, cultural, and political conditions. Narrative provides the structural logic through which representational elements become coherent and interpretable, while satire introduces an ironic and critical register that destabilizes dominant norms, exposes contradictions, and enables the questioning of power relations. Consequently, graphic design appears as a communicative medium that simultaneously carries aesthetic value, intellectual argumentation, and ideological implication.

The study is grounded in debates from visual culture studies, emphasizing that images are central to contemporary public life and that they actively shape how events, identities, and social structures are perceived. Visual culture is treated not as a passive accumulation of visuals but as an arena in which meaning is continuously produced and contested. Images do not simply reflect “what is”; they contribute to how reality is framed, naturalized, and debated. From this perspective, graphic design artifacts—especially magazine covers—function as visual texts that circulate within public discourse and condense complex meanings into a limited surface. They often rely on symbolic associations, metaphor, and intertextual references rather than explicit verbal explanation. This makes visual literacy crucial: viewers must interpret, infer, and connect cultural codes to decode what the image proposes. Satirical imagery, in particular, depends on this interpretive participation, because its critical force frequently emerges from recognition of context and the detection of irony.

Methodologically, the research adopts a qualitative, interpretive approach. Instead of measuring effects quantitatively, it prioritizes contextual reading and conceptual analysis in order to clarify how meaning is constructed. The corpus consists of selected cover designs from The New Yorker, published continuously since 1925 and internationally recognized for its distinctive tradition of editorial illustration. The New Yorker is especially suited to this inquiry because its covers typically function as independent visual statements rather than promotional devices. In contrast to many commercial magazines that employ explicit headlines, celebrity portraits, or direct text-based cues, The New Yorker often presents covers that demand interpretation and operate as visual arguments. The magazine’s cultural status and its collaboration with respected illustrators and designers further strengthen its relevance as a case through which to explore how representation, narrative, and satire are mobilized in graphic communication.

The theoretical framework integrates discussions of representation in visual arts and communication with semiotic and cultural approaches to meaning-making. Representation is conceptualized as a system of signs through which reality becomes intelligible within a given culture. It is shaped by conventions that determine what counts as visible, legible, or important. In semiotic terms, images operate through multiple layers: they may carry denotative meaning (what is literally shown) while simultaneously activating connotative meaning (cultural associations and ideological implications). Within this system, the graphic designer is not simply arranging visual elements but selecting and transforming signs in ways that guide interpretation. Narrative, accordingly, is not limited to sequential storytelling; it is the principle that structures meaning relations across visual elements, producing a coherent “reading path” even within a single image. A magazine cover can imply temporal sequence, causal logic, conflict, and resolution through composition, symbol choice, and contextual reference, allowing a single frame to evoke a larger storyworld.

Satire functions as the study’s primary lens for examining critical meaning in visual narratives. Here, satire is not understood as humor alone but as a rhetorical strategy that uses irony, juxtaposition, parody, exaggeration, and visual dissonance to critique social norms and reveal contradictions. In graphic design, satire frequently emerges when familiar signs appear in unexpected contexts, generating tension between what the viewer assumes and what the image suggests. This tension invites reflection and can destabilize “common sense” ideological framings. The study argues that satire strengthens the narrative capacity of graphic design by introducing ambiguity and interpretive openness: rather than transmitting a single closed message, satirical images encourage viewers to negotiate meaning, recognize underlying assumptions, and develop critical distance from dominant representations.

To situate editorial satire within a broader visual tradition, the study references influential examples from political art and contemporary illustration. John Heartfield’s photomontages demonstrate how photographic realism can be reconfigured into ideological critique through cutting, recombination, and reframing; the image becomes a means of exposure rather than affirmation. Shepard Fairey’s “Obey” project illustrates how propaganda aesthetics can be appropriated and re-signified to comment ironically on authority and obedience. Banksy’s street art often constructs satire by colliding consumer icons with motifs of violence and militarization, revealing contradictions within political spectacle and capitalist normalization. Joan Cornellà’s illustrations push satire toward grotesque discomfort, staging absurd narratives that critique success culture, social indifference, and systemic violence. These examples collectively underscore that satire in graphic communication can operate through both overt caricature and subtle symbolic displacements, and that its critical function is inseparable from cultural context.

The core analysis then turns to *The New Yorker* covers as cases of graphic narrative in which representation and satire respond to sociopolitical conditions. The magazine’s covers are approached as visual essays that address contemporary debates through metaphor, allusion, and symbolic compression. A key component of *The New Yorker*’s visual identity is Eustace Tilley, introduced on the magazine’s first cover and repeatedly reinterpreted over time. Tilley functions as a sign of continuity and institutional memory, yet also serves as a flexible representational template that can be updated to reflect contemporary issues. This recurring icon illustrates a crucial semiotic point: signs are not fixed containers of meaning; they are reactivated through context. By preserving a recognizable figure while altering its framing, *The New Yorker* sustains tradition and simultaneously renews its critical relevance.

Selected covers demonstrate the magazine’s reliance on intertextuality, cultural memory, and visual irony. A widely discussed example depicts Bert and Ernie—figures associated with childhood

innocence—watching television together, indirectly referencing debates around same-sex marriage. Representation operates here through recontextualization: non-political cultural icons are repositioned as symbols within contemporary ideological conflict. Narrative is constructed through intimacy, domestic setting, and implied temporality, inviting the viewer to infer a broader sociopolitical moment beyond the depicted scene. Satire emerges from the contrast between the characters’ “innocent” cultural status and the political controversy they are made to signify. The cover’s critical effect depends on the viewer’s ability to recognize both the characters and the referenced public debate, showing how satirical design relies on shared cultural knowledge and interpretive competence.

Other covers similarly reveal how representation can unsettle categories of identity and belonging. An example associated with Art Spiegelman employs an interracial kiss to confront social division, prejudice, and polarized public discourse. The image’s apparent simplicity intensifies its rhetorical force: a single gesture is made to carry a dense network of historical and contemporary associations. Satire functions through inversion, staging intimacy where social narratives often presume separation or hostility, thereby exposing contradictions between public moral rhetoric and persistent discriminatory realities. In such cases, narrative is not told through multiple panels but condensed into a symbolic event that invites viewers to reconstruct conflict, context, and meaning implications.

The study also addresses covers that appropriate canonical artworks or widely recognized cultural icons in order to comment on contemporary issues such as cultural heritage, vandalism, and media spectacle. When a familiar icon is altered, representation becomes a site of contestation: the act of visual intervention itself becomes meaningful. Narrative emerges through the implied event of disruption, while satire can critique attention economies and the sensational framing of cultural value. In these examples, editorial illustration operates as a form of cultural argument in visual form. Rather than explaining an issue discursively, the cover stages it symbolically, allowing critique to appear through association, recognition, and affect.

Another thematic axis concerns economic inequality and corporate power. Metaphorical illustrations that depict precarious figures on skyscrapers translate abstract systems into tangible visual narratives. Representation condenses socioeconomic structures into legible metaphors of instability and risk; narrative is built through implied movement and tension; satire appears in the exposure of contradictions within the ideology of success, where upward mobility is inseparable from vulnerability. These covers demonstrate how graphic design can make invisible structures visible by transforming systems into symbols, thereby enabling editorial illustration to function as critical public communication.

Across the analyzed examples, the study emphasizes that *The New Yorker* often constructs meaning not through direct depiction but through allegory, metaphor, and the repurposing of shared symbols. Satire operates as a method of destabilizing the “naturalness” of dominant narratives and revealing ideological common sense as constructed rather than inevitable. By leveraging viewer knowledge and interpretive labor, these covers transform looking into reading: meaning is inferred, debated, and negotiated rather than immediately consumed. The findings therefore position editorial cover design as a form of public reasoning that translates sociopolitical tensions into visual propositions and contributes to the negotiation of collective values and identities within the public sphere.

At the same time, the study underlines that satirical visual communication is not universally legible. Because satire relies on culturally specific references and codes, its interpretability varies across audiences and contexts. The critical effect of a satirical cover may shift according to political sensibilities, media environments, and familiarity with the referenced issues. This variability does not

weaken satire's function; instead, it highlights that graphic narratives are relational and contingent, shaped by the interaction between design strategies and reception conditions.

In addition to its empirical contribution, the study offers methodological and pedagogical implications for graphic design research. First, it shows that magazine covers can be approached as dense visual texts in which meaning arises from the interaction between formal decisions—composition, color relations, typographic presence or absence, and visual hierarchy—and broader cultural codes. This supports interpretive and semiotic reading practices in design scholarship, particularly for artifacts that rely on ambiguity and metaphor rather than explicit verbal cues. Second, it clarifies that satire in graphic narratives operates not only through overt caricature but also through subtle strategies such as intertextual quotation, symbolic condensation, and controlled incongruity. These strategies require active interpretive participation, indicating that the communicative power of satirical design is inseparable from visual literacy.