



**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI**

**KADINA YÖNELİK ŞİDDET KONULU AFİŞLERİN
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**

**O. Oktay BARKIN
1430402503**

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Mehmet ÖZKARTAL

ISPARTA - 2017

T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANATDALI

Bu tez 15/06/2017 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından Oy Birliği/Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir.

DANIŞMAN

Doç. Dr. Mehmet ÖZKARTAL

ÜYE

Yrd. Doç. Dr. Aydın ZOR

ÜYE

Doç. Yusuf KEŞ

İmza:

İmza:

İmza:

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Doç. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ
SDÜ Güzel Sanatlar Enstitü Müdürü

Bu çalışma.....tarafından desteklenmiştir.

Proje No:

SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları aldığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim (15/06/2017).



O. Oktay BARKIN

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında kadına yönelik şiddetin ülkemizde ve dünyada büyük oranda artmış olması ve buna bağlı olarak sosyal afiş tasarımlarıyla hedefine ulaşmaya çalışan tasarım öğelerinin, izleyicisinde nasıl etkiler meydana getirdiği, grafik tasarım açısından göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir.

Öncelikle tez konusunu seçerken isteklerimi göz önünde bulunduran, karşılaştığım zorlukları bilgi ve tecrübesi ile aşmamı sağlayan tez danışmanım Doç. Dr. Mehmet ÖZKARTAL'a ve grafik tasarım alanında beni sosyal tasarımlar yapmaya teşvik eden ve pozitif eleştirileriyle niteliğimi artırmamı sağlayan hocam Doç. Dr. Yusuf KEŞ'e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca kaynaklara ulaşmama yardımcı olan Uzm. Çağatay GEZER'e, tez sürecinde desteğini hiç esirgemeyen Öğr. Gör. Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ'e, tüm eğitim hayatımda hep yanımda olan annem Nur BARKIN'a, beni teşvik eden ve destekleyen başta eşim Derya BARKIN olmak üzere, tüm sevgili aileme teşekkürü bir borç bilirim.

O. Oktay BARKIN
ISPARTA, 2017

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KADINA YÖNELİK ŞİDDET KONULU AFİŞLERİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

O. Oktay BARKIN

Süleyman Demirel Üniversitesi
Güzel Sanatlar Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

Danışman: Doç. Dr. Mehmet ÖZKARTAL

Kadına yönelik şiddet, Türkiye’de ve dünyada önemli bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Devlet yönetimleri, sivil toplum kuruluşları ve özel kuruluşlar, kadına yönelik şiddet sorununa çözüm bulabilmek adına birçok çalışma yürütmektedir. Bu çalışmalarda en çok başvurulan araçlardan biri de, sosyal afişlerdir. Sosyal afişler; kâr amacı gütmeyen, bireyleri doğru olanı yapmaya yöneltten, toplumsal kaygı taşıyan, bireylere yardım eden ve onları aydınlatan afişlerdir. Sosyal fayda odaklı bu afişler, amaçlarını yerine getirirken birtakım göstergeleri kullanırlar ve bu göstergeleri kullanırken de toplumsal uzlaşmış kodlardan, metonomiden, metafordan ve mitlerden faydalanırlar. Bu etkili iletişim araçları, kadına yönelik şiddetin azalmasında, hatta sonlanmasında önemli derecede rol oynamaktadır. Afiş tasarımlarında semiyotik birimlerden etkin ve doğru yararlanma, istenilen anlam aktarımının başarısı açısından oldukça önemlidir. Ayrıca, kullanılan göstergelerin iletilmek istenen anlamların dışında, başka yan anlamlar da oluşturma ihtimali, bir problemin varlığının işareti olabilir. Bu nedenle göstergebilimsel analiz oldukça önem arz etmektedir. Bu önemden hareketle bu çalışmada da kadına yönelik şiddet konulu afişler, göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiş ve bu alana katkı sağlayacağı düşünülen öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Kadına Yönelik Şiddet, Afiş, Göstergebilim.

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

SEMIOLOGICAL ANALYSIS OF POSTERS FOR VIOLENCE AGAINST WOMEN

O. Oktay BARKIN

**Süleyman Demirel University
Institute of Fine Arts
Department of Graphic Design**

Supervisor: Assoc. Doç. Dr. Mehmet ÖZKARTAL

Semiological Analysis of Posters For Violence Against Women

Violence against women continues to be an important problem in Turkey and in the world. State administrations, non-governmental organizations and private organizations are conducting many studies to find solutions to the problem of violence against women. Social posters are one of the most referenced tools these studies. Social posters are designed nonprofit, directing the person to do the motive right things, socially minded, helping individuals and illuminating them for design. These banners, which are social-oriented, use a number of indicators while fulfilling their purposes and benefit from social consensual codes, metonymic, metaphor and myths while using these displays. These effective means of communication play an important role in reducing or even ending violence against women. Effective and correct utilization of semiotic units in poster design is very important in terms of the success of the desired transfer of meaning. In addition, the possibility that the used indicators create other side meanings other than the meanings to be conveyed may be a sign of the existence of a problem. For this reason, the semiological analysis is very important. With this in mind, in this study, posters on violence against women were analyzed by semiotic method and suggestions that are thought to contribute to this field are presented.

Keywords: Violence, Violence against women, Poster, Semiotics

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER	vi
TABLolar	vii
RESİMLER	viii
GİRİŞ	xi
I. BÖLÜM	
1. ŞİDDET	1
1.1. Şiddet Türleri ve Şiddeti Yaratan Nedenler	1
1.2. Kadına Yönelik Şiddet	2
1.2.1. Kadına Yönelik Şiddetin Türleri ve Boyutları.....	3
1.2.2. Dünyada ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet.....	4
1.3. Kadına Yönelik Şiddetin Nedenleri ve Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğini Besleyen Faktörler	6
1.3.1. Kültür ve Dilin Etkisi.....	7
1.3.2. Sosyo-Ekonomik Faktörler	8
1.3.3. Eğitim Düzeyi	8
1.3.4. Toplumsal Cinsiyete Dayalı İş Bölümü.....	9
1.3.5. Şiddetin Rol/Model Alınması ve Patriyarkal (Ataerkil Yapı)	10
1.4. Kadın-Erkek Eşitliği ve Pozitif Ayrımcılık	11
1.5. Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi ve Erkek İşbirliği	12
II. BÖLÜM	
2. AFİŞ	13
2.1. Dünyada ve Türkiye’de Afiş	14
2.2. Afiş Türleri	25
2.2.1. Ticari Afişler (Adversiting)	25
2.2.2. Kültürel Afişler	27
2.2.3. Sosyal Afişler.....	28
2.3. Tasarım Alanında Sosyal Sorumluluk	29
2.3.1. First Things First Manifestosu	30
2.3.2. Kyoto Tasarım Bildirgesi.....	33
III. BÖLÜM	
3. GÖSTERGEBİLİM (SEMİYOLOJİ)	34
3.1. Gösterge ve Türleri	35
3.2. Göstergelerin Anlamlandırılması	41
3.2.1. Düz Anlam (Denotation).....	42
3.2.2. Yan Anlam (Connotation).....	42
3.2.3. Kodlar	42
3.2.4. Mitler.....	43
3.2.5. Metonomi (Düz Değişmece).....	43

3.2.6. Metafor (Eğretileme)	44
3.2.6.1. Kavramsal Metafor (Conceptual).....	44
3.2.6.2. Yön Metaforu (Orientational)	44
3.2.6.3. Varlıksal Metafor (Onkolojik)	45
3.2.6.4. Dilsel Metafor	45
3.2.6.5. Görsel Metafor	45
3.3. Göstergelerin Anlamlandırılma Biçimleri	47
3.3.1. Dizisel Boyut (Paradigm)	48
3.3.2. Dizimsel Boyut (Syntagm)	49
3.3.3. Sentaktik Düzey (Syntax)	49
3.3.4. Semantik Düzey	49
3.3.5. Pragmatik Düzey.....	50
IV. BÖLÜM	
4. KADINA YÖNELİK ŞİDDET KONULU AFİŞLERİN	
GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ VE UYGULAMA PROJESİ.....	51
4.1. Şiddet Görüntülerinin Gösterildiği Kadına Yönelik Şiddet	
Konulu Afişlerin Göstergebilimsel Analizi	51
4.1.1. Nicolas Gillon'a ait Afişin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	51
4.1.2. Himanshi Shah'a ait Afişin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	57
4.1.3. Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'a ait Afişinin Göstergebilimsel	
Çözümlemesi.....	61
4.1.4. Alexandro Palombo'ya ait Afişin Göstergebilimsel	
Çözümlemesi	65
4.2. Şiddet Görüntüleri Kullanılmadan Tasarlanan Kadın-Erkek	
Eşitsizliğinin Gösterildiği Afişler	73
4.3. Araştırma Kapsamında Tasarlanan Örnek Afişler	80
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
KAYNAKÇA	95

ŞEKİLLER

Şekil 1: “Dilsel göstergede araba örneği” (Çiçek, 2014:212).....	37
Şekil 2: “Peirce’ın üçlü ayrımı” (Echtner, 1999:48).	38
Şekil 3: “Peirce’ın üçlü modeli için kırmızı ışık örneği” (Mudaly, 2014:2)	38
Şekil 4: “Dilsel ve dildışı gösterge sistemi” (Karakul, 2014:35).....	41
Şekil 5: “Metaforun Görselleştirilmesi” (Proctor, 2005:70).	46
Şekil 6: “Saussure’ nin anlam öğeleri” (Özmutlu, 2009:27).	48



TABLÖLAR

Tablo 1: Nicolas Gillon'a ait "Tue Amo" afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.....	52
Tablo 2: Nicolas Gillon'a ait "Tue Amo" afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar	56
Tablo 3: Himanshi Shah'a ait "Domestic Violence" afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.....	58
Tablo 4: Himanshi Shah'a ait "Domestic Violence" afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar	60
Tablo 5: Şahir Zag ve Kalpesh Patankar'ın "Bitch" afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.....	62
Tablo 6: Şahir Zag ve Kalpesh Patankar'ın "Bitch" afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar	64
Tablo 7: Alexandro Palombo'ya ait "Stop Violence Against Women" afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.....	66
Tablo 8: Alexandro Palombo'nun "Stop Violence Against Women" afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar	68

RESİMLER

Resim 1: M.Ö. 2300, Afiş amaçlı tasarlanan Sümer kanunlarının yazıldığı kil tablet (Tepecik, 2002:72).	14
Resim 2: Jules Cheret'in "La Biche au Bois" adlı oyun için hazırladığı afiş (Judge, 09.08.2016).	16
Resim 3: Jules Cheret'in "Bal du Moulin Rouge" için hazırladığı afişi (Hamilton, 2008:66).	17
Resim 4: Lautrec'in afiş sanatında çığır açan "La Goulue au Moulin Rouge" afişi (Bektaş, 1992:22)	17
Resim 5: Henri de Toulouse Lautrec'in "Divan Japonais" adlı afişi (Bektaş, 1992:23)	18
Resim 6: Henri de Toulouse Lautrec'in "Jane Avril" adlı afişi (Bektaş, 1992:23)...19	
Resim 7: İlançılık Kollektif Şirketi'nin Ferah Tiyatrosu için hazırladığı afiş (Vardar, 2012).	19
Resim 8: 1919'da Atatürk Samsun'a çıktıktan sonra bastırılan "İslam Kurtarıcıları" afişi (www.lojistik tarihi.com, [04.01.2017])	20
Resim 9: 1931 yılında "İstanbul Sokaklarında" filmi için yapılmış afiş (https://eskisehirhaber.wordpress.com, [04.01.2017]).	21
Resim 10: 1934 yılında "Bataklı Damın Kızı" filmi için yapılmış afiş (http://www.turknostalji.com [04.01.2017])	21
Resim 11: 1938'de "Aynaroz Kadısı" filmi için yapılmış afiş (http://www.turknostalji.com [04.01.2017])	21
Resim 12: 1939'da "Bir Kavuk Devrildi" filmi için yapılmış afiş (http://www.turknostalji.com [04.01.2017])	22
Resim 13: 1953 yılında Prof. Gevher Bozkurt tarafından hazırlanan "Halıcı Kız" filmi için yapılmış afiş (https://eskisehirhaber.wordpress.com, [04.01.2017]).....	22
Resim 14: İhap Hulusi'nin Spor Toto teşkilatı için hazırlanmış olduğu bir afiş (Tepecik, 2002:73).	23
Resim 15: İhap Hulusi Görey'in Sümerbank afişi (https://tr.pinterest.com, [17.02.2017]).....	24
Resim 16: 1973'te Mengü Ertel'e ait 1. İstanbul Festivali afişi (http://gmk.org.tr, [17.02.2017]).....	24
Resim 17: Adolfo Murillos'a ait reklam afişi (https://designschool.canva.com, [18.02.2017]).....	25
Resim 18: Yaratıcı Yönetmen Marco Gpe önderliğinde tasarlanan otomobil reklamı afişi (https://designschool.canva.com, [23.02.2017]).	25
Resim 19: Jung von Matt 'a ait "Bir Lego Yarat" reklam afişi (https://designschool.canva.com, [18.02.2017]).	26
Resim 20: J.Wolter Thomson (JWT) Firması'nın yaratıcı yönetmenlerinden; Russell Heubach, Şefik Haddad, SM Ziyad önderliğinde Tarek Samaan tarafından tasarlanan yara bandı afişi (https://designschool.canva.com, [23.02.2017]).	26
Resim 21: Mengü Ertel'e ait tiyatro afişi (www.menguertel.com, [22.02.2017])	27
Resim 22: Fons Hickman'a ait Film Festivali afişi (www.fonshickmann.com, [22.02.2017]).....	27
Resim 23: Ali Tomak'a ait Barış temalı afiş (pinterest.com,[17.02.2017])	28
Resim 24: Yunan Grafik Tasarımcıları Derneği tarafından tasarlanan anti ırkçılık afişi (https://designschool.canva.com, [23.02.2017]).....	28

Resim 25: Yaratıcı Yönetmenler; Ralf Heuel, Patricia Pätzold, Ralf Nolting, Sanat Yönetmeni/İllüstrator; Julia Elles ve Metin Yazarı; Laura Müller-Rosbach tarafından Grabarz&Partner Ajansı'nda yapılan "Çocuk İstismarı Suçtur" sosyal kampanya afişi (www.lurkmore.com, [27.02.2017]).	29
Resim 26: Giulia Papetti ve Alessandra Bonomo'ya ait kadın hakları sosyal kampanya afişi (www.behance.net, [27.02.2017]).	29
Resim 27: The Guardian Gazetesinde yayımlanan "First Things First" manifestosu (kengarland.co.uk, [21.12.2016]).	31
Resim 28: Charles Sanders Peirce (1839-1914) (wikipedia.org, [09.03.2017]).	35
Resim 29: Ferdinand de Saussure (1857-1913) (Yüksel, 2012:97).	35
Resim 30: Atatürk zeybek oynarken (www.tufak.org, 17.03.2017).	39
Resim 31: Caras İonut, (2014). Dijital Fotoğraf (Boynukalın, 2014:45).	47
Resim 32: Nicolas Gillon'a ait kadına yönelik şiddeti önleme afişi "Tue Amo" (Votron, 2014).	51
Resim 33: Himanshi Shah tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş (www.behance.net, [14.04.2017]).	57
Resim 34: Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'a ait kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş (adsoftheworld.com, [14.04.2017]).	61
Resim 35: Alexandro Palombo'nun Gwyneth Paltrow'lu kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarladığı afiş (McLean, 2015).	65
Resim 36: Agnes Kan'ın aile içi şiddeti önlemek üzere tasarladığı afiş "Dream Girl" (Kan, 2015).	69
Resim 37: Connie Y. Chan'ın aile içi şiddeti önlemek üzere tasarladığı afiş "Human Rights" (Chan, 2011).	70
Resim 38: Memac Ogilvy tarafından tasarlanan Kral Halid Vakfı desteği ile gerçekleştirilen aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş "Human Rights" (Ogilvy, 2015).	70
Resim 39: Yaratıcı yönetmen Andy Greenaway ve Richard Copping önderliğinde tasarlanan "Sözlü Suistimaller" afişi (theinspirationroom.com, [15.04.2017]).	71
Resim 40: Georgios Mardas'ın kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarladığı afiş "Ona gülümsemeden yaşar mıydın?" (psiimpact.com, [26.07.2011]).	71
Resim 41: Marco Jeurissen'in aile içi şiddeti önlemeye yönelik tasarladığı afiş (Dalmasso, 2017).	72
Resim 42: JWT Ajasının, Portekiz APAV Mağdur Desteği Derneği için hazırladığı ve João Espírito Santo tarafından tasarlanan, aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş "Sessizlik Acıtır" (www.creativeadawards.com, [15.04.2017]).	72
Resim 43: Aurora Deltell tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Gender Equality Now" (Deltell, 2012).	73
Resim 44: Hünel Özgür'ün cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik tasarladığı afiş "Eden elmasından bu yana" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).	74
Resim 45: Carlos Arias tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Happy" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).	74
Resim 46: Raouia Boularbah tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Equality Now" (pinterest.com, [15.04.2017]).	75
Resim 47: Marie Osscini tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "La Papesse" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).	75
Resim 48: Elias Riedmann tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Stand Up" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).	76

Resim 49: Roozbeh Jafarzadeh tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Female or Male” (Jafarzadeh, 2012).....	76
Resim 50: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş, (http://eydb.aile.gov.tr , [16.04.2017]).	77
Resim 51: J. Howard Miller tarafından hazırlanan afiş (wikipedia.org, [20.04.2017]).....	78
Resim 52: 1914’te Almanya’da feminist hareketi başlatmak için tasarlanan Kadın Hareketi afişi (wikipedia.org, [20.04.2017]).....	78
Resim 53: Bolivyalı sanatçı, Michelle Andrea Luque’nin “Kadın Hakları Mücadele Günü” afişi (www.posterfortomorrow.org, [20.04.2017])......	79
Resim 54: Kadın Oy Toplama Birliği ve Ulusal Kadın Partisi’nin işbirliği ile hazırlanan afiş (Truong, 2015).	79
Resim 55: Shepard Fairey’in “Güç ve Eşitlik” afişi (Aiello, 2017).	80
Resim 56: Şiddet görüntüsü kullanmadan kadına yönelik şiddetin eleştirildiği afiş	81
Resim 57: Şiddet görüntüsü kullanmadan, kadının erkin baskısı altında susmak zorunda bırakıldığını eleştiren afiş	82
Resim 58: Şiddet görüntüsü kullanmadan, kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş.....	83
Resim 59: Şiddet görüntüsü kullanmadan, ataerkil baskının ifade edildiği afiş.	84
Resim 60: Şiddet görüntülerinden uzak, kadının ev ile erkeğin ise dışarıyla ilişkilendirilmesinin eleştirildiği afiş	85
Resim 61: Şiddet görüntüleri kullanmadan, kadına yönelik baskının ifade edildiği afiş.....	86
Resim 62: Ataerkil yapıyı bilerek veya bilmeyerek destekleyen kadınların eleştirildiği afiş.....	87
Resim 63: Kadın-erkek eşitliği için pozitif ayrımcılığın, bu eşitlik sağlanana kadar gerektiğini vurgulayan afiş.....	89
Resim 64: Kadının patriyarkalın üstesinden gelebileceğini ifade eden afiş.....	90
Resim 65: Kadının güçlü gösterildiği afiş	91

GİRİŞ

Şiddet; insanlığın varoluşundan bugüne varlığını sürdürmüş ve sürdürmeye devam etmektedir. Şiddet olarak tanımlanan uygulamalar, bazen bir bireyi, bazen de toplumun bir bölümünü baskı altına alabilmek veya baskı altında tutabilmek için gerçekleştirilen, fiziksel veya ruhsal müdahalelerdir (Köse ve Beşer, 2007:115). İktidarların halkı için alınması gereken tedbirleri almaması, topluma baskı uygulaması ya da toplumun iktidarlara baskı uygulaması da yine şiddet kapsamında değerlendirilmektedir.

Kadına yönelik şiddet ise; cinsiyet ayrımcılığıyla kendini gösteren, geçmişten bugüne kullanılan toplumsal dille, mitlerle, dogmatiklerle ve ataerkil yapıyla devamı sağlanan eylemlerdir. Ötekileştirilen kadın, toplum içerisinde ikinci sınıf vatandaş haline getirilerek, patriyarkalın kendi çıkar ve hevası yüzünden bastırılmış ve ezilmiştir. Nitekim bu durum, toplumun bütün bireyleri tarafından normalleştirildiği gibi, kadınlar için de içselleştirilen bir durum haline dönüşmüştür. Evde, iş hayatında erkeğin gölgesinde bırakılan kadın, ataerkil kontrolün devamı adına zaman zaman şiddete maruz kalmıştır. Maalesef mevcut sosyal veya ekonomik konumunu devam ettirme zorunluluğu yaşayan kadın, şiddetin yeniden üretilmesine ve nesilden nesile aktarılmasına göz yummak mecburiyetinde bırakılmıştır.

Kadına yönelik şiddetin sonlanması için çok sayıda önleyici çalışma olmasına ve şiddetin durdurulması konusu sürekli gündemde tutulmasına rağmen, şiddetin bir türlü önlenememesi hatta etkisini artırarak devam ettirmesi, bu tez konusunun belirlenmesindeki en temel etkidir. Zira şiddet konusuna dikkat çekmek, şiddeti azaltmak hatta durdurmak, sosyal tasarımcıların ve onların tasarladığı afişlerin başlıca sorunudur.

Afişler, yararlandıkları görsel ve dilsel göstergelerle, hedef kitlesine iletmek istediği mesajı kolaylıkla aktarabilmektedir. Ancak, bu anlam aktarımı sırasında kullanılan göstergelerin, hedef kitle belleğinde, mevcut anlamlarının yanı sıra, başka imgeler oluşturma, başka göndermeler yapma tehlikesi söz konusu olabilmektedir. Kadına yönelik şiddet gibi çok titizlikle ele alınması gereken konuları işleyen sosyal içerikli afişlerin üretim sürecinde, kullanılan göstergelerin izleyicinin belleğine nasıl bir anlam aktarımı oluşturabileceği mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır.

Tüm toplumlar için büyük bir sorun olan kadına yönelik şiddet konusuna dikkat çekmek için gerek devlet yönetimlerince gerek sivil toplum kuruluşlarınca gerekse de özel kuruluşlarca birçok önleyici çalışmalar yapılmaktadır. Bu önleyici çalışmalarda kullanılan en önemli argümanlardan biri de sosyal afişlerdir. Afişlerin göstergebilimsel yöntemle analiz edildiği bu çalışmada, kadına yönelik şiddetin sonlanması için tasarlanan afişlerin, izleyici kitlede nasıl bir etki meydana getirdiği ya da getireceği ve şiddeti azaltmada hatta sonlandırmada, bu afişlerin ne denli etkili olabileceği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda yürütülen bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; şiddetin ve kadına yönelik şiddetin, türleri, boyutları ve nedenleri genel hatları ile ele alınırken, cinsiyet ayrımcılığı ve erkek işbirliğine de değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; afiş konusu incelenmiş ve bu doğrultuda dünyada ve Türkiye’de kullanılan afişlerin literatür taraması yapılarak, alanında öne çıkan afiş örneklerine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde; göstergebilim, türleri, anlamlandırılması ve anlamlandırılma biçimleri açıklanmıştır. Göstergebilimin kimya, fen, hukuk, spor, tıp ve bunun gibi birçok bilim dalını kapsayacak şekilde geniş bir alana sahip olmasından dolayı, literatür taramaları ve yapılan göstergebilimsel analizler, grafik tasarım alanıyla sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise; kadına yönelik şiddeti durdurmak üzere tasarlanan afişler, göstergebilimsel yöntemle analiz edilerek, bu tasarımların izleyicisi üzerinde nasıl etkiler bırakmış olabileceği tespit edilmeye çalışılmış ve araştırma sonuçlarına göre alternatif afiş tasarımları sunulmuştur.

I. BÖLÜM

1. ŞİDDET

Literatürde şiddet; insanlığın varoluşuyla birlikte, nedensiz veya bir nedenden dolayı tüm canlıların maruz kalabildikleri olumsuz tutum ve davranışlar olarak tanımlanmakla birlikte, kişi ya da toplumun bir kısmının gücünü sindirmek bazen de tamamen yok etmek için uygulanan ruhsal veya fiziksel, kontrollü veya kontrolsüz davranışlar olarak da ifade edilmektedir (Köse ve Beşer, 2007:115).

Kocacık ise şiddeti; kendi isteklerini yaptırmak için baskı ve güç kullanmak suretiyle, ruhsal ya da bedensel acı vermek, yaralama, darp, işkence, saldırı ve kaba kuvvet uygulamak olarak tanımlamaktadır (Kocacık, 2001:1-2).

Dünyada toplumların yapısı ve yaşanan konjonktüre bağlı olarak farklılıklar gösterebilen şiddet, çözümlenmesi güç olmakla birlikte sıklıkla karşılaşılan bir sorundur. Temelini saldırganlık duygusunun oluşturduğu şiddet, toplumsal yaşayış içerisinde öğrenilmektedir (Ünsal, 1996:29-30). Erten, toplum içerisinde yaşanan bu şiddetin, saldırı şiddetinin çözümlenebilmesi için, derece ve çeşitliğiyle ilgili inceleme yapılması gerektiğini belirtmektedir (Erten, 1996:143). Toplumsal ve sosyal bir varlık olan insan için, şiddet çoğu zaman bir çözüm yolu olarak kullanılmış, öyle görülmüş ve kabul edilmiştir.

1.1. Şiddet Türleri ve Şiddeti Yaratan Nedenler

Şiddet olgusu psikolojik, ekonomik, fiziksel, cinsel ve ihmal edilmeyi de kapsayan, sosyal ve çok boyutlu davranışlardır. Bu davranış türlerine göre, eyleminin meydana geldiği sosyal ilişkiler örgüsüne bağlı olarak; özel ve kolektif seviye olarak sınıflandırılabilir (Akkaş ve Uyanık, 2016:35; Uluocak vd., 2014:12). Bireyler arasında yaşanan ve çoğunlukla aile içinde karşılaşılan özel şiddet, kendi içinde cürümsel ve cürümsel olmayan şiddet olmak üzere iki çeşittir (Özerkmen, 2012:6).

Cürümsel şiddet; ölümlü sonuçlanan (cinayet, suikast, zehirlenme gibi) ve ölümlü sonuçlanmayan (bedensel ve cinsel) şiddet olarak iki türdür. Cürümsel olmayan şiddet ise; intihar, intihara teşebbüs ve kazaları kapsamaktadır.

Kolektif şiddet ise; vatandaşların iktidara, iktidarın vatandaşlara veya savaş olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir (Özerkmen, 2012:6). İster kolektif isterse özel şiddet türü olsun, somut şiddet davranışlarının tümünün hukuki yaptırımını sağlamakla

beraber, iş kazalarının da siyasal iktidardan gelen şiddet türlerine dâhil edilmesi ve toplumda iş güvenliği ve özgürlük kriterinin birbirine eş tutulması doğru bir yaklaşımdır (Ünsal, 1996:32; Özerkmen, 2012:6). İktidarlar, her bireyin iş güvenliğinden ve özgür bir yaşam sürmesinden sorumludur ve bu konuda toplumuna her zaman hesap verebilir olmalıdır. Dolayısıyla, yönetimlerin bu ortamı bireyler için sağlamadıkları ya da sağlayamadıkları durumlarda, bunun bir iktidar şiddeti olarak adlandırılması yanlış olmayacaktır.

Şiddete neden olan etkenler göz önünde bulundurulduğunda, toplumun uzlaşma içerisinde olmadığı yönetim biçimlerinin ve adaletsiz uygulamaların huzursuzluğa, bununla beraber de halkın iktidara ya da iktidarın halka şiddetine yol açacağı söylenebilir.

1.2. Kadına Yönelik Şiddet

Kadın-erkek arasındaki çeşitli güç dengesizliklerinden meydana gelen, kadının temel hak ve özgürlüklerinin ihlal edilmesi ile ortaya çıkan kadına yönelik şiddet, tüm toplumların önleyebilmek için mücadele verdiği ancak bir türlü istenen sonucun alınmadığı ciddi bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Akkaş ve Uyanık, 2016:36).

Kadına yönelik şiddet; sözel, ekonomik, ruhsal, cinsel, fiziksel olmak üzere kadın üzerinde herhangi bir zarar meydana gelmesine yol açan, cinsiyete dayalı kamusal veya özel alanda gerçekleşen, kadının özgürlüğünü kısıtlamaya yönelik her türlü baskı ve tehdit olarak tanımlanmaktadır (Güngörmüş vd, 2014:54). Kadına yönelik şiddet çalışmaları, kadınların en çok yakın partnerleri tarafından şiddete maruz kaldıklarını (Akkaş ve Uyanık, 2016:37), toplumun ataerkil yapısıyla belirlenmiş güç ilişkisi ve kadının bu eşitsizliğe dayanan aile içindeki konumundan dolayı gördüğü şiddete karşı boyun eğmesine neden olmaktadır (Gödelek, 2005:102).

Toplum tarafından kabul gören cinsiyete dayalı ayrımcı yaklaşımlar, kadının tutum ve davranışlarını kontrol altında tutarak patriyarkalın devamını sağlamaktadır. Toplumsal değerlere göre aile bütünlüğünün devam ettirilmesi, inanç yapısında bu bütünlüğü korumanın gerekliliği nedeniyle, aile içinde (özel alanda) gerçekleşen şiddet olayları gizli tutulmakta (Akkaş ve Uyanık, 2016:37; Acar, 2013:196) ve buna bağlı olarak kadınların maruz kaldıkları şiddeti içselleştirmeleriyle derinleşen bu sorunların tespiti, boyutları ve çözüm yollarının bulunması güçleşmektedir.

1.2.1. Kadına Yönelik Şiddetin Türleri ve Boyutları

Toplumun her kesiminden ve her yaş grubundan kadınlar, yaşamlarının belirli zamanlarında şiddetin farklı yoğunluk ve türleriyle karşı karşıya kalmaktadır. Kadına yönelik şiddet, türleri bakımından; cinsel, ruhsal (psikolojik), ekonomik, fiziksel ve sözlü olmak üzere dört grupta toplanmaktadır (Tathioğlu, 2015:197; Güngörmüş vd., 2014:54).

Fiziksel şiddet; tokat, yumruk, tekme atma, ısırma, sürükleme, yanıcı bir maddeyi vücuda değdirme, çevreye zarar vererek korkutma, sopa vb. objelerle dövme, silahla yaralama şeklinde görülmektedir (Açıkel, 2009:8). Fiziksel şiddet, türleri içerisinde en sık karşılaşılan şiddet türüdür (Gürkan vd., 2009:125). Kadınların yaralanmasına, hatta sakat kalmasına kadar varabilecek hasarlara neden olan ve ardından psikolojik bozukluklara yol açan bu şiddet türü, bazen ölümlerle de sonuçlanmaktadır (Açıkel, 2009:9-10). Toplum tarafından belirlenen rolü devam ettirmeyen, bu düşünceyi benimsemeyen, kendine farklı bir yol çizen kadınlar ise, çevrelerinden tepki görmekte, dışlanmakta, en iyi ihtimalle psikolojik baskıya uğramaktadırlar (Gülpınar vd., 2013:38).

Cinsel şiddet; cinsel ayrımcılık ifade eden söylemler, imalar, şakalar, istenmeyen temaslar, karşı cinsin istemediğini açıkça ifade etmesine rağmen yinelenen teklifler (flört), fiziki zorlamalar (Solmuş, 2005:2-3) şeklinde görüldüğü gibi, cinsel ilişkiye zorlama veya ilişki sırasında karşı cinsin hoşuna gitmeyen tutum ve davranışlar sergileme, cinsel bölgelere saldırı, ensest ilişkiye veya fuhuşa zorlama gibi şekillerde de görülmektedir (Açıkel, 2009:8).

Psikolojik şiddet; kişiyi üzme, incitme, korkutma, baskı altında hissettirme gibi durumlarda ortaya çıkan bir şiddet türüdür (Büyükbayram vd., 2013:46) ve sonucunda bireylerin ruh sağlığının bozulmasına neden olmaktadır. Eş ile iletişimi kesmek, surat asmak, karşı tarafın kendini ifade etmesini engellemek, kişinin güven ve saygısını yitirmesine neden olacak davranışlarda bulunmak, devam eden eleştiriler, katı kurallar içerisinde hapsetmek, kıskançlık ve çevreyle olan bağlantısını koparmak, psikolojik şiddet için verilebilecek örnekler arasında sayılabilir (Köse, 2007:117).

Sözel şiddet; karşı cinsin zaaflarıyla dalga geçme, küçültücü sözler söyleme, küfür, hakaret, bağırma, korkutma, “siz hep böylesiniz” gibi genellemeler yapma şeklinde görülmektedir. Bu davranışlar bireyin kendini baskı altında hissetmesine ve

kendine olan güvenini yitirmesine neden olmaktadır (Açıkel, 2009:9). Erkekler namuslarını korudukları düşüncesiyle uyguladıkları sözel şiddetin de normal olduğu düşüncesini taşımaktadırlar (Işık vd., 2009:21). Özgüven kaybı yanında birçok ruhsal sorunu da beraberinde getiren sözel şiddet, bazı durumlarda, acı derecesi bakımından fiziksel şiddetin de önüne geçerek, bireylerde ömür boyu kapanmayan derin, duygusal yaralara neden olmaktadır.

Ekonomik şiddet; daha çok, paranın ve diğer ekonomik kaynakların kadını kontrol altında tutabilmek adına uygulandığı bir şiddet türüdür. Kadının çalışmasını engelleme, istemediği bir işi yaptırma, çalışan bir birey ise, iş yaşamında ilerlemesine mani olma veya iş yaşamını kötü etkileyecek sorunlar çıkarma, gelirine, mal varlığına el koyma, az para verme, yiyecek, içecek, giyecek ihtiyaçlarını almasına müsaade etmeme, sağlık haklarından faydalandırmama, evin ekonomik giderleri ile ilgili eşinin fikrini sormama şeklinde örneklendirilebilir (Gürkan, 2009:125). Çalışmayan kadınların sıklıkla yaşadıkları ekonomik şiddet, çalışan ve ekonomik gücü olan kadınların da karşılaştıkları şiddet türüdür. Çalışan kadınlar genellikle, eve eşlerinden daha fazla gelir getirdikleri için bu problemle karşılaşmaktadırlar.

Bireye acı veren, onu ruhsal ve sosyal yönden sorunlara iten (Güler, 2005:52; Karataş ve Kılıçaslan, 2013:111) kadına yönelik şiddet boyutunun iyi anlaşılması ve bununla beraber çözümler geliştirilmesini kolaylaştırmak için, kim tarafından nasıl ve nerede uygulandığının ortaya çıkarılması gerekmektedir (Çakır vd., 2012:12). İktidarlar ve sivil toplum kuruluşlarının, kadına yönelik şiddetin boyutlarını tespit etmeleri ve geliştirilen çözüm yolları, şiddetin hayatımızın bir parçası haline gelmesini engelleyerek, toplumun güvensizlik ortamından uzaklaştırılmasını sağlayacaktır. Bununla birlikte sosyal, kültürel, ekonomik gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun, dünyanın her yerinde çoğalarak devam eden kadına yönelik şiddet olayları, tespit edilen birçok tür ve farklı boyutuyla, kadınların baş etmeye çalıştığı önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.2. Dünyada ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet

İnsanlık tarihiyle birlikte var olan ve toplumsal gelişmişlik düzeyiyle doğru orantılı olarak azalması beklenen şiddet, aksine, toplumsal gelişmeye paralel olarak boyut değiştirerek varlığını sürdürmektedir. İnsanlığın varoluşu ile birlikte şiddete en çok maruz kalan bireyler de kadınlar olmuşlardır.

Arkeolojik araştırmalar, kadınların yaşamış olduğu fiziksel şiddetin 3000 yıl öncesinde başladığını göstermektedir. Kalıntılarda erkek mumyaların kemiklerinde % 9-20 arasında kırıklara rastlanırken bu oran kadınlarda % 30-50 arasındadır. Erkeklerdeki kırıkların büyük sebebinin savaş kaynaklı olduğu düşünülürse, kadınlardaki kemik kırıklarının sebebinin ne olduğunu tahmin etmek çok da güç olmayacaktır (Aslan, 1998:4-13; Erbek, 2004:197; Dişsiz ve Nevin, 2008:52; Hatunoğlu, 2014:441-442). Kadınların karşılaştığı bu sorunlar geçmişte yaşandığından çok farklı olmamak üzere günümüzde de devam etmektedir.

Kadınların şiddete maruz kaldığı bu kötü tablo hemen hemen her toplumda ve toplumun her katmanında görölmektedir. 2002’de Dünya Sağlık Örgütü, 1994’de Yoshihama ve Sorenson, 2005’de Krahe, Bieneck ve Möller tarafından (Aktaran: Page ve İnce, 2008:82-83), yapılan araştırmalar, kadınların % 10’u ile % 69’unun hayatlarının bir bölümünde eşleri tarafından fiziksel saldırıya maruz kaldığını göstermektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2002; Yoshihama ve Sorenson, 1994; Krahe, Bieneck ve Möller, 2005).

Türkiye’de yapılan son araştırmalarda ise; kadınların hayatının herhangi bir döneminde şiddete maruz kaldığını ifade edenlerinin oranı % 39’dur. Maalesef kadınların yaşadığı şiddetin büyük bölümü, en çok güvende olmaları gereken aile içinde gerçekteşmektedir (Karınca, 2011:25). Bununla beraber T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü’nün 2009 yılında yaptığı araştırmalarda ise; Türkiye’deki kadınların % 39’unun fiziksel şiddete, % 15’inin cinsel şiddete maruz kaldığı, Adalet Bakanlığı’nın 2010’da yaptığı araştırmalarda ise; kadınların % 42’sinin iki şiddet türünden en az biriyle karşı karşıya kaldığı tespit edilmiştir. Emniyet Genel Müdürlüğü ve Jandarma Komutanlığı’ndan aktarılan verilere göre de; 2010’un ilk 7 ayında 226 kadının öldürüldüğü bildirilmiştir. Bianet’in 2011 araştırmasında resmi olmayan kayıtlarına göre ise; 257 kadının öldürüldüğü, en az 102 kadın ve 59 kız çocuğuna tecavüz edildiği aktarılmıştır (Karal ve Aydemir, 2012:24).

Kadına yönelik şiddet olaylarının, din, töre, namus, gelenek gibi kavramlar içerisinde değerlendirilmesi, toplumun büyük bir bölümü tarafından, tartışılması neredeyse imkânsızlaşan bir kısır döngüye dönüştürölmüştür. Dünyada ve Türkiye’de kadına yönelik şiddet araştırmalarının sonuçlarına bakıldığında, şiddetin varlığı ve

şiddete gösterilen tepki açısından gerek dünya genelinde gerekse Türkiye’de arzu edilenin çok gerisinde bir tablo ile karşı karşıya kalındığı görülmektedir.

1.3. Kadına Yönelik Şiddetin Nedenleri ve Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğini Besleyen Faktörler

Türkiye’de son zamanlarda sıkça tartışılan ve bununla ilgili düzenlemelere gidilmesine rağmen, net adımlar atılmayan kadına yönelik şiddetin, varlığını sürdürmesinin birçok nedeninin söz konusu olduğu görülmektedir.

Toplumsal yaşamın çeşitli alanlarında kadınların yaşadığı şiddet olaylarının en gözle görünür nedeni cinsiyet ayrımcılığıdır (Tatlıoğlu, 2015:195). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini anlatabilmek ve mevcut sosyal yapıyı değiştirebilmek için çalışan feministler, cinsiyet politikaları ve iktidar ilişkileriyle yeniden üretilen ataerkil sistemin ve erkek egemen yapının karşısında her zaman dik bir duruş sergilemişlerdir. Tarihsel ve toplumsal tanımlamalarda karşılaşılan kadın-erkek arasında erkeği merkeze yerleştiren kültür ve bu kültürün araştırılıp soruşturulması, feminizmin ortak tartışma konusu olmuştur (Güçlü, 2012:116; Kırca, 2001:28; Aktaş, 2013:68).

Demir ve Nam, Türk Medeni Kanunları’nda; erkeğin ikamet edilen yer, çocuklar, mülkiyet ve bunun gibi konularda yasal olarak belirtilmiş bir otoriteye sahip olduğunu ifade etmişlerdir (Demir ve Nam, 2014:215). Dolayısıyla kadının ikinci planda tutulmaya çalışıldığı bu sistemin yasalarla da korunduğu görülmektedir. Toplum içerisinde ikinci planda tutulmalarının yanı sıra kadınlar daha birçok problemle de başa çıkmaya çalışmaktadırlar. Bunlardan bir tanesi de “çocuk gelinler” diye adlandırılan erken yaşta evlilik problemidir. Erken yaşta evlilikler, şiddetin tetiklenmesine, yeniden üretilmesine neden olduğu gibi, erkek egemen yapı sebebiyle çocuk yaşta şiddete tanık olma, aile içi sorunları çözememe ve depresyon gibi birçok ruhsal sorunları da beraberinde getirmektedir (Kula, 2009:10-11). Bu sorunun varlığı, aile içinde güvence altında olması gereken bireylerin tam tersine aile içinde tehlike altında yaşadığını gözler önüne sermektedir.

Ayrıca, kadınların mecbur bırakıldıkları, onların sorumluluğu olarak kabul edilen davranışları yapmaya yanaşmadıklarında, bu durum ataerkil yapıya bir başkaldırı, itaatsizlik, asilik, namussuzluk olarak adlandırılarak şiddetle cezalandırılmaktadır. Bu cezalandırmaların altında ise; kültür ve dilin etkisiyle

beraber, sosyo-ekonomik faktörler, eğitim düzeyi, toplumsal cinsiyete dayalı işbölümü ve ataerkil yapı yatmaktadır.

1.3.1. Kültür ve Dilin Etkisi

Gündelik yaşantımızda sıklıkla kullandığımız kültür kavramının en veciz tanımı, tabiatı insanlaştırmaktır (Boydaş, 2012:35). Toplumda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlar kullanılarak aktarılan, iletilen her şeydir (Marshall, 1999:442). Kültür, toplum içerisindeki bireyleri ortak bir geçmişte, dil, din, sanat, bilim vb. gibi konularda bir araya getiren, uyumlu bir yaşam biçimidir. Toplumların temel taşıdır ve onları diğer toplumlardan ayıran belirleyici özelliğidir. Ortak kültür, toplumun ihtiyaçlarına göre şekillenerek, ahlak, inanç, örf, adet ve yasalarla oluşur (Tathioğlu, 1998:i; Coşgun, 2012:839). Kısaca, bir toplumun düşünce birliği, sanatsal varlığı ve geleneksel yaşayışıyla ortaya çıkan davranışların tümüdür.

Şiddetin üretilmesinde önemli bir etken olan dil; aynı toplumda yaşayan insanların anlaşabilmelerini sağlayan doğal bir iletişim aracıdır. Milletlerin en karakteristik özelliklerinden biridir. Dilin kaynağı çok eskilere dayanır ve kültüre bağlı olarak gelişmiş, kendinden doğan kuralları vardır. Toplumun ortaklaşa meydana getirdiği ve kullandığı dil, sosyal bir kurum olduğu gibi aynı zamanda canlı bir varlıktır (www.turkedebiyati.org, [18.04.2017]). Toplumların anlaşmasını sağlayan dil öte yandan, kendi içinde yer etmiş kadına yönelik olumsuz ifade biçimleri ile şiddetin normalleştirilmesine neden olmada önemli bir rol oynamaktadır. “Saçı uzun aklı kısa, kızını dövmeyen dizini döver, kadına mı gidiyorsun kamçını unutma, kadının karnından sıpayı sırtından sopayı eksik etme, kız kocaya oğlan hocaya” gibi dile girmiş olan ifade biçimleri, kadına yönelik olumsuz bakış açılarının ve şiddetin içselleştirilmesinin önemli bir etkeni olarak ortaya çıkmaktadır (Can, 2014:17; Aydın ve Çam, 2016:231). Kadına yönelik şiddetin sona ermesi için, bu çağa yakışmayan ve kadınların hak etmedikleri, onları ötekileştiren atasözü ve deyimlerin gerek eğitim-öğretim kaynaklarından gerekse söylemlerden çıkarılması veya yeniden gözden geçirilmesi bir ihtiyaç olarak görülmektedir (Aşan ve Demir, 2015:194). Kadını küçümseyen, önemsizleştiren bu kötü söylemlerden kurtulmak, geleceğin güçlü ve adil dünyasının inşasında büyük pay sahibi olan kadınlar ve onların yetiştirdiği kız ve erkek çocukların, başarılı, sağlıklı ve huzur içerisinde yaşamalarını temin edecek son derece önemli bir husus olarak ele alınmalıdır.

1.3.2. Sosyo-Ekonomik Faktörler

Kadına yönelik şiddeti etkileyen unsurlardan biri olan sosyo-ekonomik faktörler, kadının toplum içerisindeki rolü, statüsü ve haklarının ihlal edilmesinin bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınların yaşadığı sosyo-ekonomik kaynaklı mağduriyetin temeli, cinsiyet ayrımcılığıyla birlikte, temel evlilik ve aile içi kurumlarda aranır (Nagla, 1991:64; İçli, 1994:10). Erkeğin kişisel donanım yetersizliği ve gerçek ile bağdaşmayan beklentileri, şiddetin sosyo-ekonomik kışkırtıcıları olarak karşımıza çıkan bir diğer unsurdur (Moroğlu, 2013:95).

Yüzyıllar boyunca eviyle sınırlanan kadın, ailesine ve topluma üretim bakımından destek olmaya uzak kalmamasına rağmen, ekonomik olarak tamamen erkeğe bağlı bir yaşam sürmüştür. Erkek, ekonomik olarak üretken görüldüğü toplum önünde değer kazanmakta; kadınsa erkeğe bağımlı yaşadığı gibi, evde yaptığı işin ekonomik bir getirisi olmamasından dolayı değersizleştirilmektedir. (Bütün, 2010:13). Kadınların huzurlu bir şekilde yaşam sürebilmesi için, yaptıkları işin karşılığını, gerek ekonomik gerekse takdir olarak almaları sağlanmalıdır. Bununla birlikte, birbirini destekleyen ve birbirine bağlı hareket eden eşlerin yaşadığı ailelerde, kadın aleyhine eşitsiz olan geleneksel yapıdan farklı olarak, dengenin eşitliğe doğru değişim gösterdiği fark edilmektedir (İmamoğlu, 1994:34; Günay ve Bener, 2011:160). Ayrıca kadın-erkek eşitliğinin ve kadınların erkeğe bağımlılıktan kurtulmasının, ülkelerin gelişmişlik düzeyindeki artışla doğru orantılı olduğu da gözlemlenmektedir. Ülkelerin bu gelişmişlik düzeyine ulaşması için de ülkedeki eğitim düzeyi ve okur-yazarlık oranının artması önem arz etmektedir.

1.3.3. Eğitim Düzeyi

Kadına yönelik şiddetin yaşanmasını birebir etkileyen unsurlardan biri olan eğitim düzeyi (Kocacık ve Doğan, 2006:748; Efe ve Ayaz, 2010:27) kadınların haklarını öğrenmeleri, haklarına kavuşmaları ve eşitlik mücadelesi verebilmeleri bakımından önemlidir. Kadınların eğitim düzeyleri hangi seviyede olursa olsun şiddete maruz kaldıkları görülmüş fakat eğitim düzeyi arttıkça kadınların şiddete karşı sessiz kalmadıkları ve bununla başa çıkma yollarını diğer kadınlara oranla daha kolay başardıkları görülmüştür. Kadınlarda kendine olan saygının ve kendine olan güvenin artmasında önemli bir faktör olan eğitim (Demirbulak, 2008:5; Efe ve Ayaz, 2010:27), kadınların yaşadıkları şiddet sorunları karşısında farklı seçenekleri

görebilmeleri ve akla dayalı kararlar verebilmeleri bakımından da son derece önemli bir etmendir. Kadına yönelik şiddetin önlenmesinde kadın bireylerin eğitim seviyelerindeki artışın büyük önemi olduğu gibi, erkek bireylerin de eğitim düzeylerinin artırılması eşitsizliğin giderilmesi açısından son derece önemlidir.

Türkiye’de lise veya daha üstü eğitime sahip olan erkeklerin oranı %28 iken kadınlarda bu oran %19 seviyelerindedir. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu gibi kırsal bölgelerde bu fırsat eşitsizliğinin daha da ağır boyutlarda olduğu görülmektedir (T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ve Hacettepe Üniversitesi, 2015:60). Eğitim sistemindeki toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesi için (Karal, 2012:10) insan hakları ve anayasa çerçevesinde uygulanan yasa ve faaliyetlerle, eşit eğitim şartlarının oluşması, özgürlüklerine kavuşmuş kadın bireylerin yetişmesine ve aynı zamanda kadınların toplum içerisindeki statülerinin değişmesine, pozitif yönde katkı sağlayacaktır.

1.3.4. Toplumsal Cinsiyete Dayalı İş Bölümü

Cinsiyet eşitsizliğinin ayrı boyutlarını ortaya çıkaran, sağlık, eğitim, sosyo-ekonomik ve cinsiyete dayalı iş bölümü gibi unsurlardan beslenen kadına yönelik şiddet; her dönemde toplumsal bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Karal, 2012:1). Cinsiyetçi yaklaşım, salt teknik işlerin ayrıştırıldığı bir iş bölümü olmayıp, ayrıcalıkların ve ayrımcılığın içinde bulunduğu yapıları barındırmaktadır (Bütün, 2010:13). Ülke genelinde yapılan araştırmalara göre; kadınların iş gücüne % 28 oranında katılabildikleri görülmektedir. Bununla beraber, kadınların iş hayatından uzak tutulmasında sosyal politikaların önemi dikkat çekmektedir. Bu durumun kadınların lehine gelişme göstermesi için yine kadınlara yönelik yapılacak uzun ömürlü ve bütüncül politikalara ihtiyaç vardır (Karal, 2012:13-14). Kız ve erkek çocuklarının tüm haklardan eşit faydalandırılması, kızların da ekonomik özgürlüklerine kavuşmalarının desteklenmesi, cinsiyet ayrımının yaşanmaması bakımından önemli olduğu gibi, eşitsizliğin ortadan kalkması için, kadın ve erkeğin birbirlerini adil sorumluluk bilinciyle desteklemeleri ve bu düşünceyle yaşam tarzlarını şekillendirmelerinin gerektiği görülmektedir.

1.3.5. Şiddetin Rol/Model Alınması ve Patriyarkal (Ataerkil Yapı)

Kişilere ve nesnelere yönelik düşmanlık ve öfke duygusuyla ortaya çıkan şiddet (Budak, 2003:712), genellikle model alma yoluyla öğrenilmektedir. Çocuklar, aile büyüklerini model aldıkları gibi, arkadaş ve öğretmenlerini de örnek alabilmektedirler. Öğretmenlerinin kırıncı ve aşağılayıcı sözler söylemesi, tokat atma gibi davranışlar sergilemesi, öğrenciler tarafından benimsenebilecek, onların üzerinde şiddetin makul bir davranış olduğu kanaatini oluşturabilecektir (Pişkin, 2012:22).

Bireyin, toplumsal hayata geçmesinde en etkili kurum ailedir. Çocuklar tüm aile üyelerini dikkatle gözlemler ve onların davranışlarını kendine model alır. Bu davranışların iyi veya kötü olduğunun analizini henüz yapamayan ailenin küçük fertleri, yapılan tüm bu davranışları doğru kabul ederler. Sorunlarını konuşarak halleden, sağlıklı bir ortamda yetişmiş bireyler, büyüyüp kendi ailelerini kurduklarında yaşadıkları sorunları yine aynı şekilde çözme yoluna gideceklerdir (Sarpkaya, 2012:33; Can, 2014:16). Dolayısıyla bireylerin sosyal hayatını etkileyecek aile ortamında, küçük yaşlardan itibaren şiddete maruz bırakılmaması veya şiddete şahit olmamaları, gelecek hayatlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri bakımından önemlidir.

Patriyarkalın bir sonucu olarak, toplum tarafından doğuştan üstün olduğu düşünülen ve çeşitli nedenlerle şiddete teşvik edilen, erkek stereotip ile donatılmış genç erkekler, şiddetin yeniden üretilmesinde ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir izleve sahiptirler (Arıkan, 1998:52; Can, 2014:16). Bununla birlikte kadının, toplum içerisinde baskı altına alınması, sindirilmesi ve böylece ikinci planda tutulabilmesinin, şiddetin devamına ve yeniden üretilmesine etki eden faktörlerden olduğu da anlaşılmaktadır. Ataerkil baskıyla birlikte, iktidarların da kadına yönelik şiddeti önlemek üzere kararlı tutumlar sergilememeleri, şiddeti kaçınılmaz hale getirmektedir. Kadını ötekileştiren bu cinsiyetçi ayırım, kadın, erkek, genç, yaşlı, toplumun her kesiminin, konu üzerinde neredeyse hiç düşünmeden hayata geçirdiği ve rol/model alma yolu ile kuşaktan kuşağa aktardığı ataerkil bir yapıyı meydana getirmiştir.

1.4. Kadın-Erkek Eşitliği ve Pozitif Ayrımcılık

Eşitlik, toplum içerisinde hak ve imkânların herkese aynı düzeyde paylaşılmasıdır. Ayrım gözetmemek, hak tanımak ve hakkı olanı vermek demektir. Eşitlik, bu hakların verilmesi, imkânların tanınması ve yasakların uygulanması gibi süreçlerde, kişilerin toplumsal özelliklerine, konum ve durumlarına bakılmadan karar verilmesidir (Ünlü, 2009:5).

Pozitif ayrımcılık ise, farklı alanlarda eşit haklara sahip olamayan kadınlara diğer gruplarla eşit olanaklar sunmaya yönelik pozitif adımların atıldığını ifade eden bir terimdir (Sincharoen ve Crosby, 2001:69; Besler ve Oruç, 2010:31).

İlkkaracan pozitif ayrımcılığı; pozisyonun gerektirdiği eğitim, birikim, donanım, beceri ve deneyimlere sahip olan kadın ve erkeklerin oluşturduğu eşitler arasından, cinsiyeti nedeniyle kadın olanın tercih edilmesi şeklinde tanımlamaktadır (İlkkaracan, 2014:369-383).

Sadece cinsiyetlerinden dolayı, sosyal, politik ve ekonomik alanlardan dışlanan kadınların bu sorunlarına bir nebze çözüm olabilmek için ortaya çıkan (NTV Haber Sitesi, 2005; Ünlü, 2009:17) pozitif ayrımcılık uygulamalarının devreye girmesi ve parlamentoda eşit derecede temsil hakkına sahip olmaları önemli bir avantaj sağlayacaktır. Tam anlamıyla demokratik bir hukuk devleti olabilmek her türlü ayrımcılığın önlenmesi ile mümkün olabilecektir (Laçiner vd., 2013:26-27). Farklı oldukları gerekçesiyle cinsiyet ayrımcılığına maruz kalan kadınların, kaybettikleri haklarının geri verilmesi ve yaşatılan eşitsizliğin ortadan kaldırılması için demokratik fırsat eşitliği sağlayan politikalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Siyasette ve iş hayatında kadına yönelik uygulanmak istenen kotalara karşı olanlar, bu kotaların nitelik sorunu yaratacağını, fırsat eşitliğine ve rekabetçi ortama zarar vereceğini ifade ederek kadınların eşit temsil hakkını ertelemektedirler. Kotaları sözde kabul edenler de anayasal talepleri görmezden gelerek mevcut kotaları uygulamamak için çaba sarf etmektedir (Gül, 2008:viii). Bu uygulamanın fırsat eşitliği ve rekabet ortamına zarar vermesi için kadın ve erkeğin eşit konumda bulunması gerekmektedir. Oysaki kadınlar erkeklerle eşit koşullarda değildir. Dolayısıyla kota uygulamaları kadınların siyasi temsil hakkını artırmak, onları toplum içerisinde layık oldukları konuma getirmek için uygulanacak geçici bir yöntemdir. Bu uygulama kadın-erkek eşitliği sağlandığında uygulamadan kaldırılacak, böylece fırsat eşitliğine

zarar verilmeyecektir. Feministler, eşitliğin sağlanması adına yaptıkları mücadelelerinde, çoğunluğu ataerkil düşünceye sahip ve bunu normalleştirmiş toplumlar içerisinde, yalnız kalmakta hatta yanlış anlaşılmaktadırlar.

1.5. Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi ve Erkek İşbirliği

Kadının zayıf, aciz ve erkeğe bağımlı olduğunu düşünen ve onu ötekileştiren ataerkil yapının önüne geçebilmek, dolayısıyla buna bağlı olarak şiddetin önüne geçebilmek için, önce kadınlar görmezden gelinmemeli ve kadına uygulanan ayrımcılığın varlığı kabul edilmelidir. Bu ayrımcılık sonucu ortaya çıkan kadına yönelik şiddet olayları, dünyanın birçok bölgesinde sıklıkla görülmektedir ancak bazı ülkelerde ise hiçbir şiddet unsuruyla karşılaşmamaktadır. Bu durum da kadına yönelik şiddetin önlenemeyeceği şeklindeki düşünceleri boşa çıkardığı gibi (World Health Organization, 2002:9; Yetim ve Şahin, 2008:51) ümit de vermektedir. Dolayısıyla toplumsal ve bireysel bilinç uyandırmak, duyarlılığın artmasını sağlamak için, yazılı ve görsel basında yapılacak kampanyaların önemi ortaya çıkmaktadır (Allen ve Raghallaigh, 2013:270-271; Körükçü vd., 2012:409).

Devlet kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan proje ve kampanyalara; kadınların da erkeklerle eşit konumda olduğu duygusunu aktarabilecek, ayrıcalıklarını kaybetme korkusu taşımayan, egolarından arınmış erkek destekçilerin de dâhil edilmesi önem arz etmektedir. Böylece şiddetin son bulması, kadınlara faydanın yanı sıra erkeklere de faydalar sağlayacak, erkekler toplum içerisindeki davranışları konusunda daha duyarlı hale gelmelerinin yanı sıra, aile içerisinde de daha sağlıklı ilişkiler kurmaya gayret edeceklerdir. Dolayısıyla yasa koyucuların aldığı, şiddeti önleyici tedbirlerin yanında, erkek işbirliğinden faydalanılması eşitsizliğin giderilmesine ve kadına yönelik şiddetin önlenmesine önemli katkılar sağlayacaktır.

II. BÖLÜM

2. AFİŞ

Genel anlamıyla ası veya resimli duvar ilanı olarak adlandırılan afiş, Fransızca “affiche” kelimesinden Türkçe’ye geçmiş, halkın rahatlıkla görebileceği yerlere asılan, bir ürünü tanıtmak veya bir düşünceyi aktarmak adına tasarlanan çalışmalar olarak tanımlanmaktadır. Afiş, İngilizce’de “poster”, Almanca’da ise “plakat” şeklinde kullanılmaktadır (Ağsakallı, 2014:8; Selçuk, 2015:15). Büyük Larousse Ansiklopedisi’nde: “Reklam ya da propaganda yapmak, bir duyuruyu iletmek amacı ile halka açık yerlere asılan, genellikle resimli, basılı kâğıt; duvar ilanı” olarak açıklanmıştır (Büyük Larousse, 1986:124-125).

Bektaş’a göre ise afiş; bir haberi bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda köy, kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyurulardır (Bektaş, 1992:34).

Sosyal, kültürel ve siyasal duyuruların da halka ulaştırılmasında önemli bir araç niteliğine sahip olan afişler, dünya genelinde uzun yıllardan beri süregelen sosyal sorunları irdeleyen tasarımlar dışında, kısa ömürlü tanıtım materyalleri olmuşlardır. (Tepecik, 2002:74). Dolayısıyla, geçmişten bugüne kadar süregelen ve sürekli olarak gündemi meşgul eden sosyal sorunlarla ilgili olarak tasarlanan afişler, kısa ömürlü değil, aksine uzun ömürlü çalışmalar olacaklardır. İzleyicisinin rahatlıkla anlayabileceği, toplumsal uzlaşmış kodlardan yararlanılarak meydana getirilmiş bir kadına yönelik şiddeti önleme afişi, bu problem ortadan kalkana kadar etkisini yitirmeyecek ve istenildiği an tekrar izleyicisinin karşısına çıkarılabilecektir.

Afişler, bir ürünü veya düşünceyi hedef kitlesine aktarmak amacıyla tasarlansalar da bu amaçlarının yanısıra anlamsal bütünlüğü olan birer sanat eserleridir. Halkın çoğunluğu tarafından bilinen (Alaman, 2014:i), toplumsal kodlardan ve semiyolojik birimlerden faydalanarak meydana getirilen afişler, bir anlam bütünlüğü içerisinde iletmek istediği fikri, basılı ya da interaktif medya aracılığı ile izleyicisiyle buluşturmayı başarmaktadır. Afiş tasarımı, bahsi geçen öğeleri kullanmak suretiyle, hedef kitlesinin hafızasına, en kısa yoldan ve en etkili şekilde ulaşmaya çalışma sürecidir. Afiş tasarımlarının sürecinin etkili, estetik, akılda kalıcı ve ikna edici olabilmesi için nasıl bir yöntem uygulanacağını tartışan kuramlar olduğu

gibi, afişin bütününün analiz edilmesini tartışan da anlamlandırma kuramları mevcuttur (Alaman, 2014:i). Tüm bu tartışılan kuramlar içerisinde analizi yapılan afişlerin, göstergebilimin içerisinde değerlendirilerek ve analiz süzgecinden geçirilerek halka sunulması, afişin mesajının etkili ve doğru ilemesine önemli katkılar sağlayacaktır.

2.1. Dünyada ve Türkiye’de Afiş

İlk çağ toplumlarından bu zamana insanlar, birlikte yaşamalarının en önemli ihtiyacı olan iletişime gereksinim duymuşlardır. (Köksal, 2014:5). Bu iletişimi sestene başka anlaşma yöntemleriyle de geliştirmiş, işaret ve resimleri haberleşme simgesi olarak kullanmışlardır (Özkartal, 2009:56). Bu iletişim ihtiyacı ile iletilmek istenen duygu ve düşünceler, farklı kavramlarla, zaman zaman farklı teknikler kullanarak görsel bir ifade yolu bulmayı başaran grafik sanatların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Yeraltı, 2005:171).

Bu görsel ifade yollarını kullanarak ve tanıtım amacı güderek hazırlanmış afişleri, ilk çağ toplumlarında bile görmek mümkündür. Ürünlerini daha iyi tanıtabilmek ve satış yapabilmek amacı ile Anadolu’da MÖ.4000 yıllarında yaşamış olan Asurluların, ticaret yaptıkları topluluklara (Tepecik, 2002:72) çivi yazısı denilen ve yazının temelini oluşturan hiyeroglif yazı yazmak suretiyle afiş hazırladıkları görülmektedir (Özkartal, 2009:56). Yapılan bu kil tabletler (Resim 1) afişin ilk örnekleri sayılabilir (Tepecik, 2002:72).



Resim 1: M.Ö. 2300, Afiş amaçlı tasarlanan Sümer kanunlarının yazıldığı kil tablet (Tepecik, 2002:72).

Roma İmparatorluğu’nda gladyatör savaşları ve sirk oyunları gibi etkinlikler, tahtadan levhalar üzerine yazılarla duyurulmaktaydı. Bu iletişim araçları da afişin, Roma dönemi örnekleri arasında sayılabilir (Dinçeli vd., 2016:398). İhtiyaçlar

sonucunda ortaya çıkan bu uygulamalar, afiş sanatının her seferinde biraz daha ilerlemesine katkı sağlayan unsurlar olmuşlardır.

1450 yıllarında ise Gutenberg'in matbaa makinesini bulmasıyla birlikte, kitle iletişimi ve bugün anladığımız biçimde reklamcılıkta yeni bir dönem başlamıştır. Böylece el ilanları ile daha geniş halk kitlelerine ulaşabilme olanağı doğmuştur (Ünsal, 1984:21; Fidan, 1998:20; Özen, 2006:17). Matbaanın bulunması, afişin kitlelere daha kolay duyurulabileceği anlamına geldiğinden bu icadı, afişin gelişim sürecini pozitif etkileyen önemli faktörler arasında saymak yerinde olacaktır.

Afişlerin çoğaltılmasıyla beraber afiş koleksiyoncularının ortaya çıkması, afiş tasarımları için geleneksel bir pazar meydana getirmiş; resim, gravür, litografi, serigrafî gibi ilk baskılar değerlendirilmeye başlanmıştır. Gelişen baskı teknikleriyle duvarlar üzerinde görülmeye başlanan bildiri ve duyuruları, afiş tarihi bakımından başlangıç kabul etmek (Köksal, 2014:6) yanlış olmayacaktır.

Tüm bu gelişmelerle birlikte, Doğudaki ve Batıdaki sanatçıların bir şekilde iletişime geçerek, çalışmalarında birbirlerinden etkilenmiş olmalarını, dünyadaki afiş sanatının ilerlemesini sağlayan bir diğer önemli faktör saymak mümkündür. Buna bağlı olarak Doğuda kâğıdın bulunmasıyla birlikte matbaa mürekkebi kullanılarak ukiyo-e tarzında ağaç baskılar yapılmaya başlanması ve Doğu-Batı arasındaki ilişkilerin artmasıyla da bu tekniğin batıya gelmesi sağlanmıştır. Sonrasında ise, endüstri devrimi gerçekleşmiş ve bununla beraber ambalaj ve endüstriyel tasarım gibi yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Artan fabrikalaşma, toplumun ihtiyaçlarını gidermede etkin rol oynarken (Köksal, 2014:5) giderek insan sıcaklığı ve duyarlılığından uzak, bir kalıbın dışına çıkamayan, birbirinin taklidi olan soğuk nesnelere hayata girmeye başlamıştır (Çevik, 2015:78). Bu durum bazı aydın ve sanatçıların rahatsız olmasına neden olmuştur (Köksal, 2014:5). Bu duygusuzluk durumunun giderilmesi için, 19. Yüzyılın ikinci yarısında İngiltere'de bazı aydın ve sanatçılar önderliğinde Arts and Crafts Hareketi başlatılmış ve bununla birlikte Bauhaus okulları da açılmıştır. Bu yaklaşımlar, endüstriyel üretimin yarattığı olumsuzluklar karşısında, ortaçağın zanaatçı ruhunu yeniden canlandırmış, böylelikle birçok mimar ve tasarımcının yetiştirilmesine de zemin hazırlamıştır (Beyhan, 2011:52). Bauhaus Okulları, Arts and Crafts ve Art Nouveau gibi sanat hareketlerinin, afişin gelişmesinde farklı ve çok önemli katkıları olmuştur (Tepecik, 2002:72). Kültürel varlıkları tahrip eden önemli

hususlardan biri olan sanayileşmeye karşı tepkiyle (Zor ve Karip, 2014:148) ortaya çıkan bu sanat hareketleri, makinalaşmanın ve insana dair hislerin köreltilmesinin karşısına geçerek, mekanikleşen afiş sanatının da kaybettiği duyguyu geri kazanmasının önünü açmışlardır.

19. yüzyıl Fransa'sında basın özgürlüğü yasasıyla afişlerin, resmi ilan alanları ve kilise dışındaki yerlere de asılabileceğinin izni verilmiştir (Tepecik, 2002:72). Bu basın özgürlüğü izni, afişin tabulardan uzaklaşarak toplum gözünde değer kazanmasına ve kitlesine daha kolay ulaşmasına katkı sağlayan önemli bir gelişme olmuştur.

Yine bu dönemin ünlü sanatçılarından ve modern afişin babası olarak nitelendirilen tasarımcı Jules Cheret, litografik afişlerin, sadece duyuru yapmak için kullanılan tipografik afişlerin yerini alabilmesi için uğraşmıştır. İlk afişi, “Kutsal Sarah” takma adıyla anılan, tiyatro aktristi Sarah Bernhart'ın oynadığı “La Biche au Bois” adlı oyun için Paris'te 1866 yılında açtığı basımevinde hazırladığı monokromatik tasarımıdır (Resim 2). Bu afişle Cheret resimli afişin öncüsü haline gelmiştir (Bektaş, 1992:18-19).



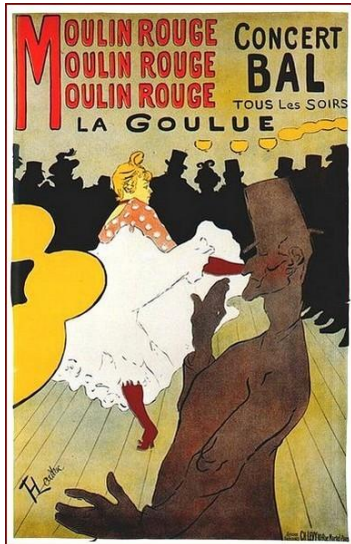
Resim 2: 1866'da Jules Cheret'in “La Biche au Bois” adlı oyun için hazırladığı afiş (Judge, 2016).

Bu dönem afişleri litografi baskı tekniğiyle yapılmıştır. Bu tekniğinin getirdiği avantaj ve renkli baskının verdiği estetik zenginlikle bütün yeteneklerini gösteren sanatçılar, afişlerinde bütün hünerlerini sergilemişlerdir. Jules Cheret'ten sonra dikkatleri çeken en önemli isim Toulouse Lautrec'tir. Bununla beraber, Frank Lloyd Wright ve Charles Rennie Machintosh'ta afişte illüstrasyonu kullanan diğer grafik tasarımcılar olmuşlardır (Keş, 2001:40).



Resim 3: 1891’de Jules Cheret tarafından tasarlanan “Bal du Moulin Rouge” afişi (Hamilton, 2008:66).

Jules Cheret, Toulouse Lautrec’in “La Goulue au Moulin Rouge” tasarımı ile (Resim 4) afiş sanatında yeni bir çığır açtığını ifade etmiştir. Günümüzde dahi beğeniyle izlenen bu afiş, dinamik motiflerle meydana getirilmiştir. Yüzeysel planında, sarı oval lambaların altındaki izleyiciler silüetler halinde oluşturulmuştur. Bunların önünde ve sahnenin tam ortasına doğru hareket eden, şeffaf ve yırtmaçlı iç çamaşırıyla, vücudunu kıvrak bir şekilde hareket ettirebilen ünlü kan-kan dansçısı Valentine yer almaktadır (Bektaş, 1992:22).



Resim 4: Lautrec’in afiş sanatında çığır açan “La Goulue au Moulin Rouge” afişi (Bektaş, 1992:22).

Toulouse Lautrec, genç yaşta kötürüm kalmış ve kendini tamamen sanatına adanmıştı. Degas’ın tasarım ve kontur anlayışına, Japon Sanatına, Empresyonizme

büyük hayranlık duyan Lautrec, desenlerini oluşturmada Paristeki “la belle époque”un gece hayatını izlemiş ve bir gazeteci gibi mesaj veren, illüstratif üslubuyla tasarımlarını oluşturmuştur (Bektaş, 1992:23). Lautrec çalışmalarında, üslup olarak karikatüre varacak yüz hatları ve sarı ışıkla aydınlatılmış dramatik planlar kullanmayı tercih etmiştir. Mimik ve jestleri gizlemediği ve genellemelerden uzak tuttuğu çalışmalarına yeni bir bakış açısı getirerek, Uzak Doğu’nun basit ama abartılı tasvirlerini, anlamlı ve önemli dinamiklere dönüştürmüştür (Felbinger, 2005:87; Çığır, 2012:28).

Lautrec gibi önemli sanatçıların bu afiş çalışmalarını ortaya çıkarabilmesinde kuşkusuz en büyük pay Art Nouveau akımıdır ancak, Art Nouveau akımının doğmasında en önemli unsur da tabii ki Japon Ukiyo-e sanatıdır. Dolayısıyla en büyük pay sahibi, Ukiyo-e sanatçısı olarak tüm dünyaca bilinen “Büyük dalga” eserinin sahibi Katsushika Hokusai’dir. Ayrıca Van Gogh, Claude Monet, Paul Gauguin, Gustav Klimt gibi birçok batılı sanatçının eserlerinde, Hokusai ve Hiroshige’den etkilendiği hatta taklitle varacak benzerliklerin olduğu dikkati çekmektedir.

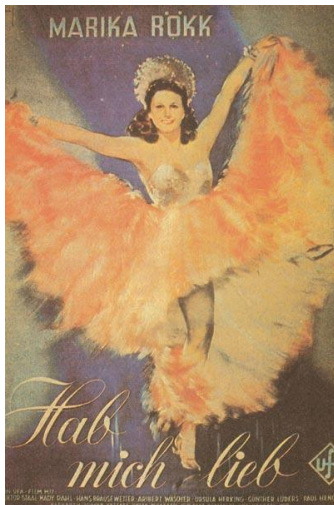


Resim 5: Henri de Toulouse Lautrec’in “Divan Japonais” adlı afişi (Bektaş, 1992:23).



Resim 6: Henri de Toulouse Lautrec'in "Jane Avril" adlı afişi (Bektaş, 1992:23).

Ülkemizde ise ilk afiş örnekleri matbaanın ve tiyatronun yaygınlaşması, sinemanın doğuşu ve gelişmesi ile kendini göstermiştir. Türkiye’de ilk grafik tasarım ürünlerinin, 1909 yılında İlançılık Kollektif Şirketi’nin kurulmasıyla başladığı görülmektedir. Ancak İlançılık Kollektif Şirketi, döneminde iyi cirolara ulaşmış fakat ilan komisyonculuğunun ötesine gidememiştir. Yurt dışından gelen tüketim siparişlerini de hazırlayan bu ajans tarafından Ferah Tiyatrosu için hazırlanan, Almanca afişin, ülkemizde yapılmış bilinen ilk afiş (Resim 7) olduğu söylenebilir (Yalur, 2014:9). Ancak, gerek afişteki sanatçının dans türü ve giyimi, gerekse afişteki Almanca metinler göz önünde bulundurulduğunda yurt dışındaki bir afiş çalışmasına benzemektedir.



Resim 7: İlan Kollektif Şirketi tarafından Ferah Tiyatrosu için tasarlanan afiş (Vardar, 2012).

Daha bize özgü olduğunu söyleyebileceğimiz afiş, Kurtuluş Savaşı döneminde tasarlanmış (propaganda afişi), 1919'da Samsun'da bastırılmış olan üzerinde Osmanlıca “Halâskârân-ı İslâm” yani “İslam Kurtarıcıları” (www.lojistiktarihi.com Tarih, [04.01.2017]), yazan afiştir (Resim 8). Afişin en üstünde Mustafa Kemal Atatürk'ün fotoğrafı ve iki yanında Türk Bayrakları bulunmaktadır. Mücadelenin diğer yönetici kahramanları ise afişin kenarlarına sırasıyla dizilmiştir. En farklı detay da afişin tam ortasına yerleştirilmiş elinde süngü, üzerinde Türk Bayrağı bulunan kadın figürüdür. Kadın elips bir dairenin içerisinde, çevresinden yeşil yapraklar çıkmaktadır ve önünde bulunan haritanın üzerine elindeki süngüyü kararlılıkla koymuştur. Anlaşıldığı üzere kurtuluşa kadınlardan istenen desteği, kadının ne denli değerli ve önemli olduğunu göstermek istemektedir. Ayrıca kadının çevresinden yayılan yeşil yapraklar da dünyanın ancak kadınlarla birlikte güzelleştirilebileceğine etkili bir gönderme yapmaktadır.



Resim 8: 1919'da Atatürk Samsun'a çıktıktan sonra bastırılan “İslam Kurtarıcıları” afişi (www.lojistiktarihi.com, [04.01.2017]).

Muhsin Ertuğrul'un yönetmenliğini yaptığı Türk sinema tarihinin ilk sesli filmi olan (müzikal dram) “İstanbul Sokaklarında” filmi için yapılmış olan afiş (Resim 9), 1931 yılında tasarlanmış, bilinen ilk sinema afişidir (https://eskisehirhaber.wordpress.com, [4.01.2017]).

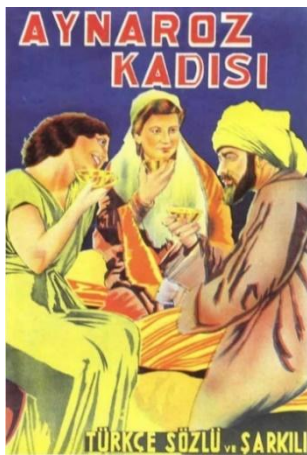


Resim 9: 1931 yılında “İstanbul Sokaklarında” filmi için yapılmış afiş (<https://eskisehirhaber.wordpress.com>, [04.01.2017]).

Bu afişi, 1934 yılında yine Muhsin Ertuğrul’un yönettiği filmlerin afişi olan; “Bataklı Damın Kızı”, “Aynaroz Kadısı” (1938), “Bir Kavuk Devrildi” (1939) ve “Halıcı Kız” (1953) afişleri izlemiştir (<https://tr.wikipedia.org>, [21.02.2017]).



Resim 10: 1934 yılında “Bataklı Damın Kızı” filmi için yapılmış afiş (www.turknostalji.com, [04.01.2017]).



Resim 11: 1938’de “Aynaroz Kadısı” filmi için yapılmış afiş (www.turknostalji.com, [04.01.2017]).



Resim 12: 1939’da “Bir Kavuk Devrildi” filmi için yapılmış afiş (www.turknostalji.com, [04.01.2017]).



Resim 13: 1953 yılında Prof. Gevher Bozkurt tarafından hazırlanan “Halıcı Kız” film afişi (https://eskisehirhaber.wordpress.com, [04.01.2017]).

Afiş sanatı, sanayinin büyümesiyle birlikte ilerlemiş fakat asıl gelişimini Cumhuriyet döneminde göstermiştir. Cumhuriyet döneminin afiş sanatçıları, Latin ABC’sini başarıyla kullanan; Münih Fehim, Mithat Özar, Kemal Temizan ve İhap Hulusi’dir. Münih Fehim daha çok kitap resimlemeleriyle ilgilenmiş bu alanda da oldukça başarılı olmuştur (Tepecik, 2002:73). Paris’te eğitim alan Özar, 1924-1927 yıllarında Beyoğlu’ndaki atölyesinde, sinemaların kapılarına büyük boylarda sinema afişleri tasarlamıştır. Ayrıca Mithat Özar’ın Güzel Sanatlar Akademisi sergi afişi ve Florya afişi akademik ortamda yaratılan ilk sanatsal ve profesyonel afiştir (Yalur, 2014:10). Kemal Temizan da Almanya’da eğitim görmüş, desen ve tipografi bakımından güçlü, döneminin iyi işler çıkaran tasarımcılarından. Uluslararası ödülleri bulunan Temizan, afiş dışında kitap ressamlığı gibi çeşitli alanlarda da çalışmış olan başarılı bir sanatçıdır (Tepecik, 2002:73; Yalur, 2014:10).

Grafik sanatı tarihi içerisinde anılması gereken sanatçılardan biri de Atıf Tuna'dır. Tuna, Tekel idaresi için yaptığı afişte 1960 yıllarına oranla, yazıyı daha iyi çözümlenmiştir. 1938'de Samsun sigarası amblemi ve tüm diğer ambalaj tasarımlarını da kendisi yapmıştır. Tuna, sadece bu tasarımlarla değil, amblem, posta pulu konularında kazandığı birincilik ve mansiyon ödülleri ile de tanınmaktadır (Yalur, 2014:11; Ertosun, 2014:67).

Cumhuriyet döneminde ise, en fazla grafik tasarım ürünü veren ve buna bağlı olarak da en çok tanınan sanatçısı İhap Hulusi Görey'dir. Görey, Almanya'da Ludwig Hohlwein atölyesinde eğitim görmüştür (Tepecik, 2002:73). Kullandığı karakterler ve işlediği konularla, genç Türkiye Cumhuriyeti'ni ve ilkelerini toplumun benimsemesinde çok önemli bir rol oynamıştır. İhap Hulusi Görey, 1924'den itibaren ülkemizde kurulan ticari işletmeler, sanayi tesisleri ve sosyal kurumlar için çok sayıda resimleme ve tasarım yapmış, Türkiye'de çağdaş grafik tasarımın öncüsü olarak kabul edilmiştir (Tepecik, 2002:73). Bunun yanı sıra güçlü desen ve kompozisyon anlayışıyla, son derece titiz ve disiplinli çalışan Görey, tasarımlarında hocası Hohlwein'in tarzını benimsemiştir.

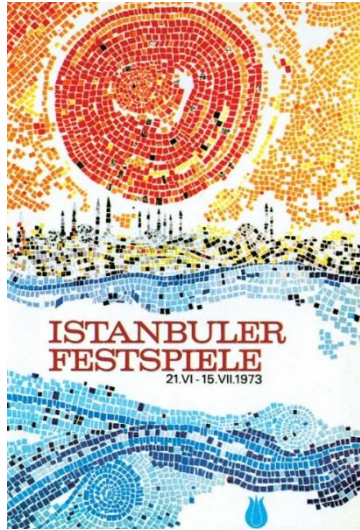


Resim 14: İhap Hulusi'nin Spor Toto teşkilatı için hazırlamış olduğu bir afiş (Tepecik, 2002:73).



Resim 15: İhap Hulusi Görey'in Sümerbank için yaptığı bir afiş (Pinterest, [17.02.2017]).

İhap Hulusi Görey'den sonra yetişen grafik sanatçıları, yine ülkemizin kültürel değerlerini, çağdaş yorumlarıyla, geleneksel motiflerden de faydalanarak yurt dışına taşıyabilmişlerdir. Bu tasarımcılar, yaptıkları özgün çalışmalarla Türk Sanatının dünya ile buluşmasını ve bütünleşmesini sağlamışlardır. Bu çalışmalar arasında; Emin Barın'ın tipografik çalışmaları, Mengü Ertel'in modern ve başarılı kültürel afişleri, Yurdaer Altıntaş'ın Karagöz-Hacivat tiplerine dayanan eserleri sayılabilir (Tepecik, 2002:73-74). Bu sanatçılar, Türkiye'de afiş sanatının gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahip olmuşlardır.



Resim 16: 1973'te Mengü Ertel'in 1. İstanbul Festivali için hazırlamış olduğu afişi (<http://gmk.org.tr>, [17.02.2017]).

2.2. Afiş Türleri

Günümüzde afişler, sadece asıldığı yerlerle sınırlı kalmayıp, sergi salonları, sanat dergileri ve bianellerde de yer almaktadır. Artık gündelik hayatımızla bütünleşmiş, ev ve ofislerimizin tamamlayıcı unsurları olmuşlardır (Ağsakallı, 2014:10). İnsanlar, gelişen farklı teknolojilere rağmen afişten başka yollar aramaya yönelmemiş tam tersine gelişen teknoloji ortamı, afişin etkisini ve güçlenmesini sağlamıştır (Ceylan, 2015:71). Afişler, toplumun sıklıkla bulunduğu ortamlarda, metro ve otobüs duraklarında, billboard ve megalightlarda, bina dış cephelerinde, vitrinlerde ve alış-veriş merkezi gibi kapalı mekanlarda kullanılarak hedef kitlesine ulaşmaktadır.

Afişler sergilendikleri mekâna göre; iç mekân ve dış mekân olarak ayrılırlarken, içeriklerine göre de; Ticari, Kültürel ve Sosyal olmak üzere üçe ayrılırlar (Ağsakallı, 2014:10).

2.2.1. Ticari Afişler (Adversiting)

Bir ürünü veya bir hizmeti tanıtmaya yönelik yapılan afişlerdir. Hedef kitlesini istenen şekilde etkilemek ve yönlendirebilmek için tasarlanırlar. Bu afişler izleyicisinde, tanıtımı yapılan ürün veya hizmeti alma, bir firma ise o firmayı tercih etme isteği uyandıran afişlerdir. Ticari afişler kendi aralarında, kurumsal reklamcılık afişleri ve endüstri afişleri (moda, gıda, turizm) olmak üzere iki gruba ayrılırlar (Yalur, 2014:41-42).



Resim 17: Adolfo Murillos'a ait reklam afişi (<https://designschool.canva.com>, [18.02.2017]).



Resim 18: Yaratıcı Yönetmen Marco Gpe önderliğinde tasarlanan otomobil reklamı afişi (<https://designschool.canva.com>, [23.02.2017]).



Resim 19: Jung von Matt 'a ait "Bir Lego Yarat" reklam afişi (Canva Design Reklam Afişi (<https://designschool.canva.com>, [18.02.2017])).

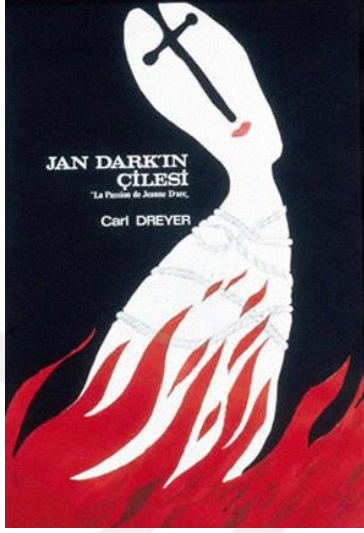


Resim 20: J.Wolter Thomson (JWT) firması yaratıcı yönetmenlerinden; Russell Heubach, Şefik Haddad, SM Ziyad önderliğinde Tarek Samaan tarafından tasarlanan yara bandı afişi (<https://designschool.canva.com>, [23.02.2017])).

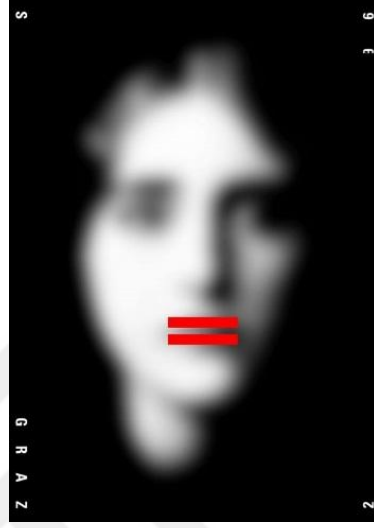
Halkın bir reklamı beğenmesi ve o ürünü seçmesi için, karmaşık ve anlaşılması zor tasarımlar yapmaktan uzak durulmalıdır. Ticari afişler hedef kitlelerini, gösterilen ürüne ihtiyaçları olduğuna dair inandırarak, bu ürünün kendi ihtiyaçlarını gidereceği konusunda da ikna ederler. Afiş, böylece iletmek istediği mesajını izleyicisine aktarmış ve amacına ulaşmış olur (Ağsakallı, 2014:12). Ayrıca hedef kitlenin daha çok, dinlendiği ve kendisini rahat hissettiği ortamlarda gösterilen bu afişler, iletişimin etkisini de artırmayı amaçlamaktadır.

2.2.2. Kültürel Afişler

Sanatsal ve kültürel etkinliklerin duyurulduğu ticari kaygı gütmeyen afişlerdir. Bu afişler toplumu; müzik ve spor organizasyonları, sinema, tiyatro, festival ve sergi gibi etkinlikler konusunda bilgilendirirken (Deliduman ve Çakmak, 2017:318) aynı zamanda da yapılacak etkinliğe hedef kitlelerini davet ederler.



Resim 21: Mengü Ertel'e ait Tiyatro Afişi (www.menguertel.com, [22.02.2017]).



Resim 22: Fons Hickman'a ait Film Festivali Afişi (www.fonshickmann.com, [22.02.2017]).

Afiş türleri içerisinde sektörden en çok etkilenen afiş türü sinema afişleridir. Sinema afişlerinin doğuşu ve gelişimi film endüstrisiyle birlikte olmuş, grafik sanatların sinemada görülmesine ilk önce film afişlerinde rastlanmıştır. Bu süreçte meydana getirilmek istenen film için verilen emeğin afiş tasarımlarına da yansıtılmış olması, sinema afişlerinin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Daha çok 1950'li yıllarda sanatçılar sinema afişinin gelişmesi için büyük bir çaba içerisinde girmişlerdir. Bu çabalar sonucu, kimi yapımcı ve yönetmenler afiş tasarımlarında, filmin ana temasını tek bir görüntüde özetlemek için çalışmışlar ve (Marşap, 2013:41-43) böylelikle daha nitelikli afişlerin ortaya çıkmasına katkı sağlamışlardır.

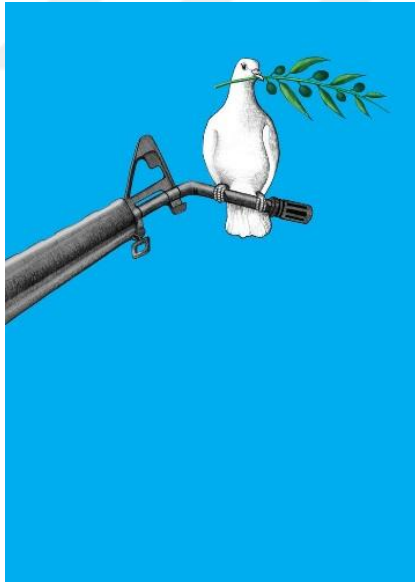
Fotoğraf ve sinemada yaşanan tüm bu ilerlemeler, bu sanat dallarıyla güçlü bir bağ kurmuş olan grafik tasarımı, dolayısıyla afiş sanatını derinden etkilemiş ve gelişmesini sağlamıştır (Atiker, 2013:39). İlerleyen teknolojiyle kullanımı yaygınlaşan, ilgi çekici fotografik dijital manüplasyonlar, afişin mesajını aktarmasında ve filmlerin anlatım gücünü desteklemede önemli bir yere sahip olmuş,

hem sanatsallığı hem de işlevsellikleriyle (Larter, 2008:76) toplumun ilgisini çekebilmeyi başarmışlardır.

2.2.3. Sosyal Afişler

Bir düşünce ya da amaçtan yola çıkarak hedef kitlede tutum geliştirme, davranış yaratma, bu tutumu sürdürme ya da değiştirme amacıyla hazırlanan afişlere sosyal afişler denir (Çoknaz vd., 2013:4).

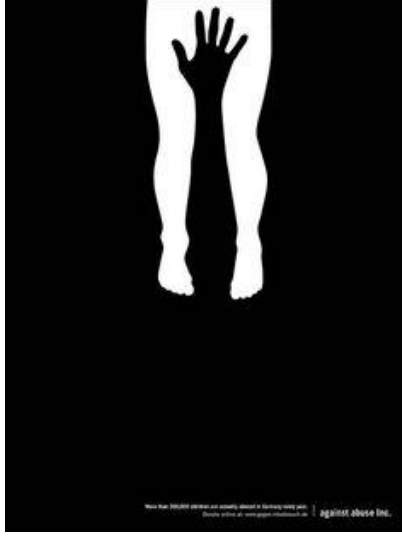
Sosyal afişler, politika, eğitim, sağlık, trafik, çevre bilinci gibi konularda halkı doğru yönlendirmek, uyarmak ve bilinçlendirmek için tasarlanırlar. Reklam ürünlerinin malzeme veya reklam yapma usûlünü eleştiren anti-reklamlar, devlet adamlarının veya politikacıların tutumlarını eleştiren ve bunlara karşı duruş sergileyen anti-politik afişler de yine sosyal afişler içerisinde değerlendirilirler (Ağsakallı, 2014:20). İlgi alanı çok geniş olan bu afişler, ticari kaygı taşımazlar sadece insanlık yararına sosyal kaygıları vardır. Sosyal afişler, kullanılan toplumsal kodlar sayesinde, dünyanın her yerinde yaşamakta olan insanlara hitap ederek, onların doğru düşünmesine, doğru olanı yapmasına katkı sağlamaktadırlar.



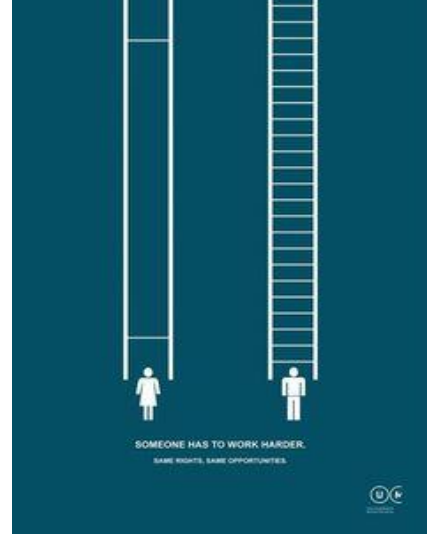
Resim 23: Ali Tomak'a ait Barış temalı afiş (pinterest.com, [17.02.2017]).



Resim 24: Yunan Grafik Tasarımcıları Derneği tarafından tasarlanan anti ırkçılık afişi (designschool.canva.com, [23.02.2017]).



Resim 25: Yaratıcı Yönetmenler; Ralf Heuel, Patricia Pätzold, Ralf Nolting Sanat Yönetmeni/İllüstrator; Julia Elles ve Metin Yazarı; Laura Müller-Rossbach tarafından Grabarz&Partner Ajansı'nda yapılan “Çocuk İstismarı Suçtur” sosyal kampanya afişi (www.lurkmore.com [27.02.2017]).



Resim 26: Giulia Papetti ve Alessandra Bonomo'ya ait kadın hakları sosyal kampanya afişi (www.behance.net, [27.02.2017]).

2.3. Tasarım Alanında Sosyal Sorumluluk

Sorumluluk, bireyin kendi yetki alanında bulunan durumlarda, kendi aklı ve özgür iradesiyle yine kendi tutum ve davranışlarının sonuçlarını üstlenmesidir (Türk Dil Kurumu, 1992:1328; Dokuzlar, 2015:273).

Sosyal sorumluluk ise kısaca, toplumdaki bireylerin ya da grupların birbirleriyle olan ilişkilerinden doğan ve yasalarla gelen zorunlulukların ötesinde, insan ve toplum sevgisiyle gerçekleştirilen (Vulaş, 1996:59), zaman içerisinde toplumun kültürel yapısıyla oluşmuş sorumluluk duygusudur.

Kişi veya kişilerde sorumluluk kavramının oluşabilmesi için hesap verme mekanizmasının olması gereklidir. Hesap verme zorunluluğu olmayan durumlarda sorumluluk kavramı da olmayacaktır. Toplum içerisinde kültür, bireyin yükümlü olduğu konularda denetlemeyi toplumdan bekler ve topluma karşı olan mesuliyetten ötürü hesap verebilmeyi sağlar (Bardakçı, 2005:1-5; Bir, 2008:14; Akgül, 2010:96-97). Sosyal sorumluluk, toplumsal ölçütlere uygun davranmak (Gülsoy, 1999:497) kaygısıyla; kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını, bir amaç için birlikte yaşamaya yönlendirir ve olumlu sonuçlarını hep birlikte paylaşmamızı sağlar

(Sarıca ve Yüksel, 2012:62). Sosyal sorumluluk kavramı literatürde karşımıza kurumsal sosyal sorumluluk olarak da çıkabilir.

Kurumlar da yine kişiler gibi yaşadıkları toplum içerisinde ulusal ve uluslararası bağlamda sosyal ve ekonomik sorumluluklara sahiptir. Bu sebeple davranışlarını gerçekleştirirken, attıkları adımların toplumsal sonuçlarını düşünerek hareket etmeleri gerekmektedir (Vural ve Coşkun, 2011:62; Büyükyılmaz ve Fidan, 2015:366). Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden işletmelerin toplumdan aldığı bir kısmını topluma geri vermesi küresel iş dünyasında yükselen bir değer olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmelerin kamu önündeki saygınlığı arttığı gibi (Nalbant, 2005:193), sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmelerin de, toplumun tepkisiyle karşı karşıya kalmaları, saygınlıklarını yitirmeleri ve buna bağlı olarak da maddi kayıplar yaşamaları söz konusu olabilmektedir.

Sosyal sorumluluk bilincinin artırılabilmesini sağlayan en önemli unsurlardan biri de sosyal afiş tasarımlarıdır. Sosyal afişler buldukları çağa uygun olarak ve toplumsal sorumluluk bilinciyle tasarlanırlar. Dolayısıyla ticari afişlerin de bu bilinçle üretilmesi ve gerçekleştirilen projelerin sosyal sorumlulukla yürütülmesi gerekmektedir. Bu duygularla tasarım alanında sosyal sorumluluk bilinci, ilk olarak Ken Garland önderliğinde yayınlanan "First Things First" manifestosu ile oluşturulmuştur.

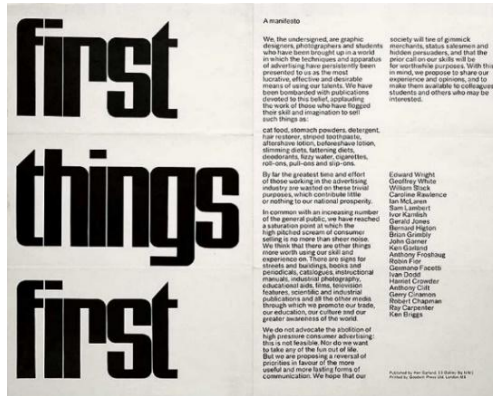
2.3.1. First Things First Manifestosu

21.yy'da gözle görülür bir biçimde kaynakların azalması, olumsuz çevresel faktörlerle ekolojik dengenin bozulması, 1960'ların sonuna doğru sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasının nedeni olmuştur (Dokuzlar, 2015:273). Tam anlamıyla bir savaş karşıtı olan yazar, fotoğrafçı ve eğitimci Ken Garland, 1950'li yılların başlarında Central School of Arts and Crafts'de tasarım okuduktan sonra altı yıl boyunca Design Dergisi'nin sanat editörlüğünü yapmıştır (Kalman, 1998:34-36).

Ken Garland, grafik tasarımcılara ve tüm görsel iletişimcilere, sosyal sorumluluklarını hatırlatmak üzere 1964 yılında Londra'da, "First Things First" manifestosunu yayınlamış ve bu manifesto tasarım alanında ilk sosyal sorumluluk hareketi olarak tarihe geçmiştir (Benuğur, 2014:207). First Things First Manifestosu, tasarımın sadece bilgilendirme amaçlı, mekanik olarak çoğaltılan bir nesne olmasından

çok, duyguları olan ve sorumluluk bilinciyle üretilmesi gereken bir iletişim aracı olduğuna dikkatleri çekmekteydi. 29 Kasım 1963’de Endüstriyel Sanatçılar Derneği’nin toplantısında tarihi metni yazan Ken Garland, bu metni Çağdaş Sanatçılar Enstitüsü’nde toplantı salonunda okumuştur. First Things First Manifestosu; 22 ünlü grafik tasarımcı ve tipograf tarafından imzalanmış, aralarında grafik tasarımcıların, sanatçıların, eğitimcilerin, fotoğrafçıların, genç tasarımcı ve öğrencilerin bulunduğu 400 kişiyle de desteklenmiştir (Resim 27). 1964 yılının Ocak ayında 400 adet basılan ve The Guardian Gazetesi’nde tam sayfa olarak yayınlanan manifestonun tam metni şöyledir (Benuğur, 2014:207);

“Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar ve öğrenciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili alan olarak sunulduğu bir dünyada yetiştirildik. Bu inancı destekleyen, yetenek ve hayal güçlerini kedi maması, mide ilacı, deterjan, saç bakım ürünleri, çizgili diş macunu, tıraş sonrası losyonu, tıraş öncesi losyonu, zayıflama rejimleri, şişmanlama rejimleri, deodorant, maden suyu, sigara vs. satmak için kullananların işlerinin takdir gördüğü yayınların bombardımanına uğradık. Reklam sektöründe çalışanlar, ulusal refahımıza az ya da hiçbir katkısı olmayan birtakım amaçlar uğruna, fazlasıyla zaman ve enerji harcıyorlar. Tüketim dalgasının kuru gürültüden ibaret sesi, toplumda sayısı giderek artan insanların olduğu kadar bizleri de bir doyma noktasına getirdi. Uğruna yetenek ve tecrübelerimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar olduğuna inanıyoruz; sokak ve binalar için işaretler, kitap ve süreli yayınlar, kataloglar, kullanım kılavuzları, endüstriyel fotoğraflar, eğitim araçları, filmler, televizyon programları, bilimsel ve endüstriyel yayınlar gibi, ticaretimizi, eğitim düzeyimizi, kültürümüzü ve dünya görüşümüzü geliştirmeye yönelik diğer alanlar. Tüketici reklamlarının ortadan kalkmasını savunmuyoruz. Böyle bir şey tatbik edilemez. Hayatı zevkli kılan yönlerinden arındırmak istemiyoruz. Önerimiz, iletişimin daha yararlı ve kalıcı biçimleri lehine, önceliklerimizi yeniden sıralamak. Umudumuz, toplumumuzun tüccarlardan, statü satıcılardan ve kandırılmaktan sıkılıp, bizim yeteneklerimizi daha anlamlı amaçlar uğruna kullanması. Bütün bunlar ışığında, tecrübe ve fikirlerimizi paylaşmayı teklif ediyor, meslektaşlarımızın, öğrencilerin ve ilgili herkesin kullanımına sunuyoruz” (Kalman, 1998:35).



Resim

27: The Guardian Gazetesinde yayımlanan “First Things First” manifestosu (kengarland.co.uk, [21.12.2016]).

Fransızca ve Almancaya da çevirilen ve birçok iletişim kanalıyla duyurulan manifesto (Benuğur, 2014:208) zaman içerisinde etkisini yitirmiştir. Ken Garland, manifestoyu 1999 yılında yine “First Things First/2000” ismiyle canlandırmıştır. Bu manifestoyla tasarımcılar; tüketim toplumunun istek ve beklentileri için değil, kültürel, sosyal ve çevresel problemlerin çözümü gibi kalıcı, yararlı, demokratik hedefler doğrultusunda hareket etmeleri yolunda teşvik edilmişlerdir (Scalin ve Taute, 2012:30-31; Dokuzlar, 2015:273). Kamplaşmalara neden olan bu 2000 Manifestosu, grafik tasarımcıların, toplumun sosyal ihtiyaçlarına eğilmek zorunluluğu olup olmadığı tartışmasını yaratsa da aralarında; Jonathan Barnbrook, Irma Boom, Ken Garland, Milton Glaser, Steven Heller, Ellen Lupton, Erik Spiekermann, Andrew Howard, Rudy Vanderlans gibi tanınan 33 grafik tasarımcı, görsel iletişimci ve sanat yönetmeni tarafından imzalanmıştır (Bakçay, 210:25; Benuğur, 2014:209). Fakat bu manifestolarla hedeflenen; tasarımcıların, olduğu gibi ticari tasarımlar yapmasına mani olmak değil, yaptıkları tasarımların önemine, toplum için yapabileceklerine, insani ve bilinçli bir bakış açısı oluşturabilme güçlerinin var olduğuna, dikkat çekme yönündeydi (Barnbrook, 2008:43). Bu manifesto ile kısaca; tasarımcıların, sosyal tasarımlara da eğilmelerinin gerektiği ayrıca ticari tasarımlarını yaparken de sosyal sorumluluk bilinci taşımalarının önemli bir unsur olduğu ifade edilmeye çalışılmıştır.

2014 yılında Cole Peters tarafından içeriği güçlendirilen manifesto, 1964 ve 1999 yıllarında yayınlanan manifestolardan farklı olarak sadece profesyonel tasarımcılara hitap etmeyi düşünmemiş, yaşam ve toplumla bütünleşmiş, daha geniş kitlelere ulaşabilmeyi hedeflemiştir. İçerik olarak modernist bir ideoloji olan bu manifesto, 21 grafik tasarımcı ile imzalanarak evrensel bir hacim kazanmıştır (Scalin ve Taute, 2012:30-31; Dokuzlar, 2015:273). Toplumun büyük çoğunluğuna hitap eden bu manifestolar, bireylerin sosyal sorumluluğun artmasını ve tasarımcıların tanıttıkları ürünlerin, çevresel zararını en aza indirmeye çalışmasını sağlamıştır (Danış, 2010:73). Böylece, nitelikli, insanlık yararını ön planda tutan yaratıcı tasarımlar meydana getirilebilecek ve sürdürülebilir bir dünyanın kapıları aralanmış olacaktır.

2.3.2. Kyoto Tasarım Bildirgesi

Tasarım alanında sosyal sorumluluk bilincinin topluma kazandırılabilmesi için, eğitim-öğretim programlarına ders ve proje olarak konulması, toplum içerisindeki bireylerin niteliğinin artırılması bakımından son derece önem arz etmektedir. Buna bağlı olarak ortaya çıkan, insan ve doğa merkezli sanatsal, yaratıcı ve sürdürülebilir tasarım anlayışını, evrensel sorumluluk bilinciyle yayınlayan çok önemli adımlardan biri de “Kyoto Tasarım Bildirgesi”dir (Benuğur, 2014:210).

Toplumun sağlıklı bir şekilde gelişmesi isteniyorsa, o zaman bireylerin çocukluk çağından itibaren gelişim sürecine pozitif etki sağlayacak olan sosyal sorumluluk eğitiminin, aileden başlamak üzere, eğitim hayatına da dâhil edilmesine açık bir şekilde ihtiyaç vardır. Bu sosyal sorumluluk bilinci, kişilerin tutum ve davranışlarının, bütün bir sosyal sistemi etkileyeceğini bilmeleri ve ona göre hareket etmeleri konusunda dikkatli davranmaları duygusunu geliştirecektir (Şencan, 1987:120; Torlak, 2013:11).

2008 yılında önemli ağılardan biri olan Cumulus (International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media) tüm dünyadan sanat, tasarım, basın yayın ve iletişim organlarını bir araya getirerek, Japonya Kyoto’da düzenledikleri konferansla “Kyoto Tasarım Bildirgesi”ni imzalamışlardır. Böylece Cumulus’a bağlı okulların tümü, küresel sosyal sorumluluk paylaşımında üzerlerine düşen görevi yerine getireceklerini kabul ettiklerini taahhüt ederek (Selamet, 2012:129) küresel sorumluluk sahibi olmanın önemine dikkat çekmişlerdir.

2008’de Kyoto Tasarım Deklarasyonu’nda da ekolojik ve sosyal sorunların artmasıyla tasarım ve tasarım eğitimi için yeni imkânlar, yeni talepler meydana geldiği belirtilmiştir (Turhan, 2011:127). Deklarasyona göre, tasarım kavramı yeniden tanımlanmalı ve tasarımcılar da sürdürülebilir gelecekte söz sahibi olacak çözümler geliştirmek yolunda yeni roller üstlenmeli, bununla birlikte aileden başlayarak eğitim hayatlarında tüm bireylere sosyal sorumluluk bilinci aşılanmalıdır.

III. BÖLÜM

3. GÖSTERGEBİLİM (SEMİYOLOJİ)

Göstergebilim, toplum yaşamı içerisinde ele alınan gösterge dizgelerini inceleyen, göstergelerin ve onların nasıl işlediğine dair yapılan araştırmadır (Vardar, 2001:86; Fiske, 2003:62). Göstergeleri dilsel ya da görsel ayrımı yapmadan inceleyen bir bilim dalı olan göstergebilim, aslında görünenin gerçeğin kendisi olmadığından hareketle, gerçekte neyin gösterilmek istendiğini araştırarak, anlamlı bir bütün oluşturan ve temsili olan her şeyi inceler. Göstergebilim araştırma yaparken kendi terimler sistemini kullanarak, gözlemlerini bilimsel bir dille açıklar (Guiraud, 1994:12; Çiçek, 2014:215).

Fransızca *linguistique* (dilbilim) ve *semiologie* sözcüklerinden yola çıkılarak kullanılmaya başlanılan terim, Türkçe’de ise “göstergebilim” şeklinde yer almıştır. Göstergebilim terimi göstergeleri inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır fakat terimin günümüz faaliyet alanı, kendini meydana getiren “gösterge” ve “bilim” kelimelerinin anlamı toplamından daha fazla ve farklı bir boyuta sahip olmuştur (Rifat, 2009:11).

Aristo’dan bu yana birçok düşünürün ifade ettiği gibi, dil insanı diğer varlıklardan ayıran önemli bir özelliktir. Dil, bir bildirişim aracıdır ve sosyal hayatın önde gelen öğesidir. Dilbilimin modern anlamda kurucusu olarak nitelendirilen Ferdinand de Saussure tarihte kendisinden önce gelen düşünceyi değiştirmiş, dilin bir sistem olduğunu ileri sürerek, dilbilim nesnesine özgün bir bakış açısı getirmiştir. Bu yaklaşımları, sosyal bilimlerin pek çok alanında kullanılmıştır (Bircan, 2015:44). Dili bir göstergeler dizgesi olarak ele alan Saussure, dilin toplumsallığı gibi (Köktürk ve Eyri, 2013:123) konular üzerine sıklıkla araştırmalar yapmıştır. 20. yüzyılın gereksinimlerine cevap veren göstergebilimin gelişmesinde Saussure ve Peirce’in katkılarının yanı sıra yapısalcılığın kaynağını oluşturan Rus Biçimcilerin katkısı da büyüktür (Ergeç, 2015:55).

Göstergebilimin en önemli ismi olan Peirce (1839-1914) ve Saussure’in (1857-1913) her ikisinin de aynı dönemlerde ancak birbirlerinden haberi olmadan göstergebilimin temellerini attıklarını görülebilir. Mantıkçı olan Peirce pragmatizmin de kurucusudur. Peirce, ilk kez “semiotic” terimini kullanmış ve göstergeler kuramını

tasarlamıştır (Vardar, 2001:86; Dervişcemaloğlu, 2010:3). Peirce, incelemelerinde mantığı göstergebilimin bir başka adı olarak kabul etmiştir. Saussure’ın incelemeleri ise, toplumsal niteliklidir ve amacı göstergelerin toplumdaki yaşamını ele almaktır (Vardar, 2002:106-107). Ancak Peirce, daha kapsayıcı bir kuram meydana getirmiştir. Peirce’ın ortaya koyduğu bu tasarımlar bugün dahi araştırmacılara ışık tutmaktadır.



Resim 28: Charles Sanders Peirce (1839-1914), (wikipedia.org, [09.03.2017]).



Resim 29: Ferdinand de Saussure (1857-1913), (Yüksel vd., 2012:97).

Göstergelerin ve bu göstergelerin nasıl işlediğini araştıran göstergebilimin daha iyi anlaşılabilmesi için, göstergebilimin temel konusu olan “gösterge”nin anlaşılması gerekmektedir.

3.1. Gösterge ve Türleri

Gösterge, eski Yunanca’da işaret anlamına gelen en fazla da tıp dilinde kullanılagelmiş “semeion” sözcüğüne dayanır (Sivas, 2012:528-529). Bir şeyin gösterge olabilmesi için, ilişkili olduğu bir şeyin yerini tutması ve usumuzda anlıksal imge oluşturması gereklidir (Keş, 2005:43). Bununla beraber gösterge kavramını ilk

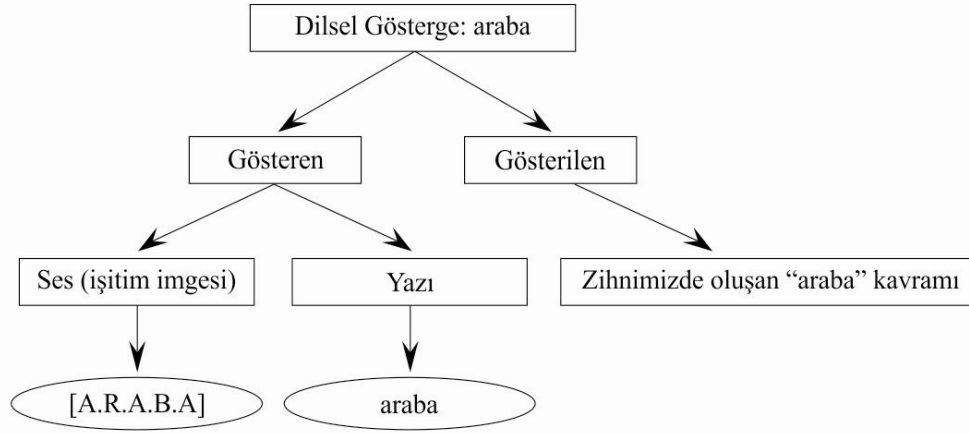
defa çağdaş düşüncede bilimsel olarak ele alan Saussure'dır. Yapısalcılığı gösterge kavramı üzerinden temellendirmiştir. Saussure, dilbilimin bir görevi olduğunu düşünerek, tüm dillere ulaşmaya çalışmış, onları betimlemiş, dilin evrimini araştırmış ve tüm dillerde de evrensel bir şekilde dilin yasalarını bulmaya ve dilbilimin sınırlarını çizmeye çalışmıştır (Bircan, 2015:45).

Genel anlamıyla, sözsüz iletişimin başlıca ögesi olan gösterge, kendi dışında bir başka şeyi temsil eden ve buna bağlı olarak temsil ettiği şeyin de yerini alabilecek niteliğe sahip olan, nesne, biçim, olgu vb. gibi her tür somut belirtecilerdir (Özmutlu, 2009:27). Dolayısıyla sözcükler, işaret ve simgeler ve buna benzer her şeyin bir gösterge olduğu kabul edilmiştir.

Göstergeler, izleyicisinin gözünde gösterge olarak kabul edilmeli ve fiziksel yani duyarlarla kavranabilir olmalıdır. John Fiske, bunu açıklarken, açık artırmayı yöneten müzayedeciye kendi kulak memesini çekmek suretiyle, fiyat artışının sağlanabilmesi örneğini vermiştir. Kulak memesi burada, kulağını çeken kişi ile müzayedeci arasında anlam aktarımını sağlayan ve fiyat artırımına gönderme yapan bir gösterge görevi görmüştür (Fiske, 2003:63).

Saussure'a göre gösterge, gösteren ve gösterilenden oluşur. Gösterge kavramı, çevre terimler arasında bir çekişmeye neden olmaz. Saussure, anlam aktarıcı bağlantıyı ifade ederken, bir nedensellik içermesi gerekliliğini düşündüğü için, simgeyi hemen yana iterek gösteren ve gösterilen ya da bir işitsel imgeyle bir kavramın tanımladığı göstergeyi benimsemiştir. Saussure, gösteren ve gösterilen terimlerini bulana kadar, gösterge ile gösterilen kavramları birbiri ile karıştırılma eğilimindeydi. Saussure ise, bunların karışmamasına son derece dikkat ediyordu (Barthes, 2009:44-47). Çünkü göstergenin somut yönüyle (gösteren), soyut yönünün (gösterilen) birbirinden ayrılması gerekliliği önem arz etmekteydi.

Her dil göstergesi birbirinden ayrılmayan iki düzlemin varlığını zorunlu kılar. Bunlar dilbilimciler tarafından gösteren ve gösterilen diye adlandırılırlar (Rifat, 1992:10; Çiçek, 2014:215). Bunlardan birincisi gözle gördüğümüz yazı ve işittiğimiz sestir. İkincisi ise, bu yazı veya işitim simgesinin zihnimizde oluşturduğu anlam, kavram veya çağrışımdır. Farklı türevleri de olan gösterge, gösteren ve gösterilen, Şekil 1'de şu şekilde açıklanmıştır:



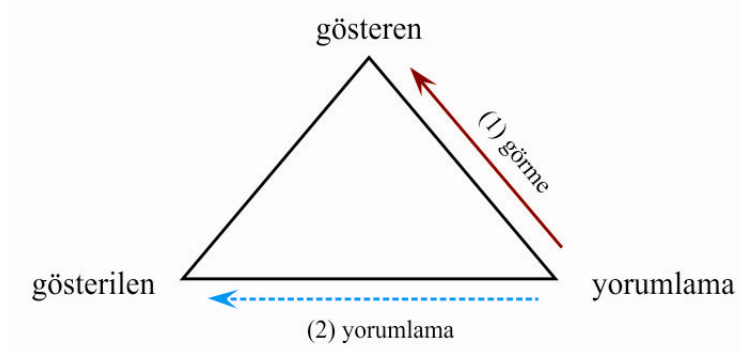
Şekil 1: Dilsel göstergede "araba" örneği (Çiçek, 2014:212).

"ARABA" sözcüğü ister kulağa gelen bir ses ister kâğıt üzerine yazılı olsun, kendisine bağlı zihinsel bir kavramı vardır. Bazı kişisel farklılıklar dışında zihinlerde oluşan araba kavramları hemen hemen birbirinin aynıdır. Ayrıca kavram gerçekte var olan bir nesnelere sıfatıyla ilişkili olduğu için, açık biçimde algılanabilecek kadar aşikârdır. Ancak herkesin zihninde oluşan kavram doğal olarak farklılıklar gösterebilir (Yüksel, 2012:100). Örnek olarak; araba kelimesini gören veya duyan bir kişinin zihninde kırmızı bir araba canlanırken, diğer kişinin zihninde mavi bir araba canlanabilir. Aynı dili kullanmamıza ve dışsal gerçekliğin aynı parçasına bakmamıza rağmen bu farklılıklar yaşanabilir. Buradaki farklılıklar, sözcüklerimizi bu gerçekliklere bağladığımız kırmızı ve mavilik kavramlarından ileri gelmektedir (Yüksel, 2012:100).

Peirce (1984) bir "gösterge" veya "representamen"i (temsilci, yorumlamaya sunulmuş işaret, simge), bir kişi için herhangi bir şeyin yerini tutan şey olarak tanımlamıştır. Yönelik olduğu kişinin belleğinde, eşdeğer veya daha geniş anlamda bir gösterge yaratabilir. Zihinde yaratılan bu gösterge, ilk gösterenin yorumlayıcı şeklinde adlandırılabilir. Bu gösterge, nesnesinin yerini her açıdan değil, representamenin temeli dediğimiz bir tür anlam yükü kavramı aktarmak açısından tutmaktadır (Özmkas, 2009:36).

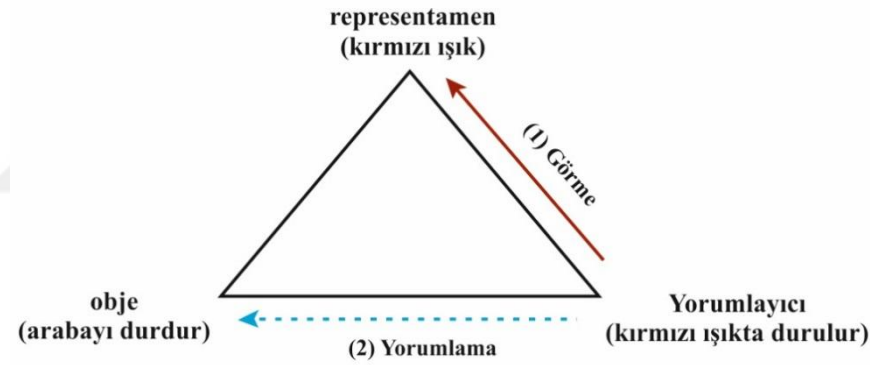
Peirce göstergeyi, gösterenin gönderme yaptığı şeyi ve gösterenin kullanıcılarını, üçgenin üç köşesi gibi görmüş, her köşenin birbiriyle yakından ilişkili olduğunu ve herbirinin diğerleriyle bağlantıları açısından anlaşılabilirliğini ifade etmiştir (Fiske, 2003:63).

Göstergebilimi sistemli olarak ilk inceleyen ve göstergebiliminin kurucusu olarak kabul edilen Peirce, modelini (Şekil 2) basitçe şöyle açıklamaktadır:



Şekil 2: Peirce'in üçlü ayrımı (Echtner, 1999:48).

Bu üçlü ayrımın daha iyi kavranabilmesi için, yine Peirce'in üçlü ayrımından yararlanılarak uygulamalı bir örnek verilebilir.



Şekil 3: Peirce'in üçlü modeli için kırmızı ışık örneği (Mudaly, 2014:2).

Bir göstergenin gösterge olarak nitelendirilmesini, üzerinde toplum tarafından uzlaşmış olmasından anlayabiliriz. Örneğin trafikte, kırmızı ışık tehlikeyi temsil etmek ve tehlikeyi iletmek için kullanılır. Dolayısıyla toplum içerisinde, trafik kavşaklarında durulması gerektiğini en iyi ifade edecek rengin kırmızı olduğu düşünülmüş ve uzlaşmış bir gösterge olarak tercih edilmiştir. Kırmızı ışık (gösteren) gösterildiği andan itibaren artık bir (representamen) temsilcidir (Mudaly, 2014:2). Kırmızı ışık görülür ve izleyici tarafından yorumlanır. İzleyicinin (yorumlayıcı) yorumu kırmızı ışıkta durulması gerektiği yönündedir ve araç (gösterilen) durdurulur. Peirce bu üçlü modelinin dışında göstergeleri öbekler halinde sınıflandırmıştır.

Peirce'in bu buluşu göstergebilimin dil dışında birçok alana daha uyarlanabilmesini sağlamıştır (Çakar, 2010:37). Peirce, sınıflandırdığı öbekleri üç gruba ayırmıştır.

Birinci öbek; göstergenin nasıl olduğuyula ilgilidir ve nitel, tikel, kavramsal gösterge türlerini kapsar. Nitel gösterge (qualisign) duyu organlarımızla duyumsanan niteliktir. Örneğin bir kırmızı leke nitel göstergedir, ancak kırmızı algısı yorumlanırsa bu nitel gösterge tikel göstergeye dönüşür. Tikel göstergeler (sinsign), bir varlığa, bir belirtiye ya da duruma gönderme yapan göstergelerdir. Kavramsal göstergeler ise genellemelerdir (Akerson, 2005:112; Özcan, 2007:10; Çakar, 2010:37-38). Bu göstergelerin, Atatürk'ün zeybek oynadığı fotoğrafla açıklanabilmesi mümkündür.



Resim 30: Atatürk zeybek oynarken (www.tufak.org.tr, [17.03.2017]).

Mustafa Kemal Atatürk'ün zeybek oynadığı fotoğrafta (Resim 30) bulunan ton farklılıkları “nitel göstergeyi”, fotoğrafın Atatürk olarak yorumlanması “tikel göstergeyi” ve bu fotoğrafı Atatürk'ün geleneksel oyunlarımıza sahip çıkması şeklinde yaptığımız değerlendirme ise “kavramsal gösterge”yi ifade eder (Çakar, 2010:38).

İkinci öbek; en çok yararlanan, nesne ve gösterge ilişkisinin ön plana çıkmasını sağlayan öbektir. Bu öbek, görüntüsel gösterge, belirti ve simge olmak üzere üçe ayrılmıştır: Görüntüsel Gösterge (icon): Genellikle görsel sanatlarda kullanılır, bu göstergenin özelliği temsil ettiği şeye benzemesidir. Belirti (index): Bağlantıları neden-sonuç ilişkisine dayanan göstergelerdir. Dumanın ateşin varlığının belirtisi olduğu gibi. Simge (symbol): Temsil ettiği şeyle ilişkisini uzlaşma ve benzerlik ilişkisiyle kurar. Bir sözlükteki sözcükler üzerinde o dili konuşanlar tarafından uzlaşılan kavramlardır. Bu kavramlar aynı zamanda kural ve genelleme oluştururlar. Kalp sembolünün aşkı (Akerson, 2005:106; Çakar, 2010:38), yuvarlak üzerine

yerleştirilmiş ok işaretinin erkeği ve yuvarlak altına yerleştirilmiş artı işaretinin ise kadını simgelemesi gibi.

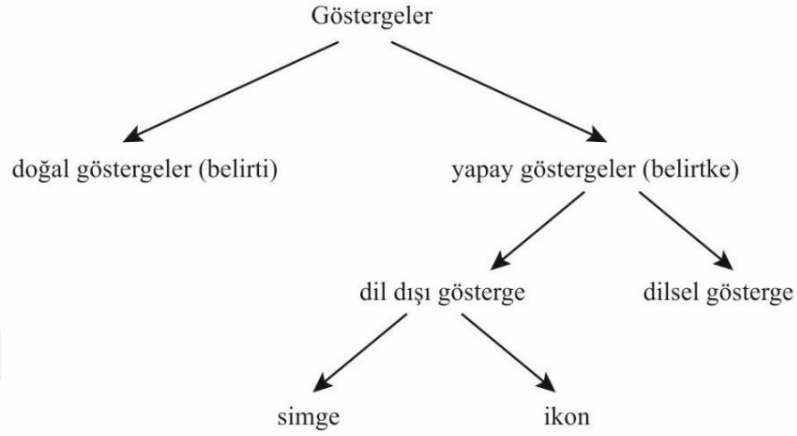
Üçüncü öbek; gösterge ile yorumlayıcı arasında kurulan ilişkiye dayanır. Öbek, terim, önerme ve sav türlerini içerir. Terim (rheme): Doğru ya da yanlış bir değer taşımayan, tek başına kullanıldığında ise, bir genellemeyi ifade eden sözcüklerdir. Dolayısıyla tek başına kullanılan her sözcük bir terimdir şeklinde düşünülebilir. Önerme (dicisign): Bilgilendirme amaçlı ve birden fazla terimin biraraya gelmesiyle oluşan göstergelerdir. Fakat önermelerin verdiği bilginin doğru veya yanlış olduğu kanıtlanamaz. Bazı tümceler önerme niteliği taşırlar. Sav (argument): Önermelerden daha karmaşık neden-sonuç ilişkisi içinde biraraya getirilen göstergelerdir. Bu önermedeyse bir savın doğru veya yanlışlığı akıl yürütülerek ispat edilebilir. Bu örneklendirilecek olursa; “Bulut” sözcüğü bir terimdir ve genellemedir. Tek başına doğru veya yanlış olduğu tartışılmaz. “Şemsiyemi yanıma alıyorum” tümcesi bir önerme ve her sözcük bir terimden meydana gelmiştir. Eğer bu tümce uzatılır; “Şemsiyemi yanıma alıyorum, havada siyah bulutlar dolaşiyor, yağmur yağarsa ıslanmak istemiyorum” denilirse bu bir akıl yürütmeye dayalı bir sav olur (Akerson, 2005:106-107; Özcan, 2007:12).

Göstergeler; Doğal Göstergeler (belirti), Yapay Göstergeler (belirtke) olarak ikiye ayrılır:

Doğal Göstergeler (belirti), doğada var olan bağlantılara ve olgular arasındaki neden-sonuç ilişkilerine dayanan, bireylerin dolaysız olarak algıladığı göstergelerdir (Türkcan ve Girmen, 2012:243). Bu göstergeler anlam aktarma görevi görmez ve insanlar arası iletişimde kullanılmaz. Doğayla insan arasında tek yönlü bir iletişim vardır. Neden-sonuç ilişkisiyle doğal bir olayın anlamlandırılması söz konusudur (Özcan, 2007:14). Belirtinin doğasında bildirişim kaygısı bulunmaz. İnsanlar yüzyıllardan beri gözlemleri ve edindikleri deneyimleriyle belirtilerden farklı iletiler çıkarmışlardır. Bulutlu bir gökyüzü, yağmur yağacağına dair doğal bir bildirişim yansıtmaz fakat insanoğlu geçmiş deneyimleriyle, bulutlu havanın ardından yağmurun yağdığını görerek, bunu düşüncesinde canlandırmaktadır (Karakul, 2014:10).

Yapay Göstergeler (belirtke), bir uzlaşma ve saymaca sonucu yapay olarak insan eliyle oluşturulmuş göstergelerdir (Özcan, 2007:16; Karakul, 2014:10). Toplumsal uzlaşma sonucu oluşurlar ve belli anlamlar aktarma amacı taşırlar.

Gökyüzündeki bulutlar, yağmurun yağacağını açıklamak için meteoroloji uzmanıyla iletişim kurmayı amaçlamaz. Fakat bu belirti, plajdaki görevliyi plaja kırmızı bayrak dikmeye yönlendirebilir. Bu bayrak göstergesi göstergesel düzlemde, istemli ve yapay yolla, doğal bir belirtiyeye karşın oluşturulmuş bir belirtkedir (Günay, 2004:62; Özcan, 2007:16; Karakul, 2014:10).



Şekil 4: Dilsel ve dildışı gösterge sistemi (Karakul, 2014:35).

Keş, göstergelerin doğal ve yapay olarak ayrılmasının yanı sıra duyuşal açıdan; görsel işitsel, kokusal, tadımsal, dokunsal olarak da incelenebileceğini, ayrıca duyu organlarının dışında da; mekânsal, zamansal, toplumsal konum ve statü göstergeleri ve kalıplaşmış göstergeler olarak da ele alınabileceğini belirtmiştir (Keş, 2005:44).

3.2. Göstergelerin Anlamlandırılması

İnsanın, içinde bulunduğu dünyayı yorumlaması ve anlamlandırması hayati derecede önemlidir. Örneğin trafikte işaretlerin ne anlama geldiğinin ve ne gibi fonksiyonları olduğunun bilinmesi, kazaların önlenmesi açısından yaşamsal önem taşımaktadır (Keş, 2005:46). Anlamlandırma süreci, dilsel ya da dil dışı bir ögenin alıcıya ses veya görüntü olarak iletilmesi ile başlar. Kaynağından iletilen dilsel ya da dil dışı öge, alıcının zihninde toplumsal bir uzlaşım ile analiz edilir ve anlamlandırılır. Bu anlamlandırma kişilerin yaşadıkları topluma, bilgi ve deneyimlerine göre farklılıklar gösterebilir. Bu anlamlandırmanın "düz anlam" ve yan anlam olmak üzere iki düzeyi bulunmaktadır.

3.2.1. Düz Anlam (Denotation)

Anlamlandırmanın birinci aşaması olan düz anlam, bir sözcük, işaret ya da imgenin doğrudan anlamına denir. Düz anlam, göstergenin gerçek dünyadaki nesnenin zihnimizdeki yansımasıdır ve göstergenin toplumdaki ortak duyuşsal anlamına gönderme yapar (Becer, 1999:39; Özgür, 2017:37). Düz anlam, nesnelere belleğimizde oluşturduğu yansımalarıdır. Tüm göstergelerin belirli bir düz anlamı bulunur. “Elma” sözcüğü işitildiğinde elmanın zihinde şekillenmesi gibi (Keş, 2005:47).

3.2.2. Yan Anlam (Connotation)

Yan anlam, göstergenin kullanıcılarının duygu, heyecan ve kültürel değerleri ile buluşmasıyla meydana gelen betimlemedir ve bu anlamın öznelliğe doğru kaymasıdır. Bu durumda yorum, yorumlayıcıdan etkilendiği kadar gösterge ya da nesneden de etkilenir (Özgür, 2017:38). Sanat ve edebiyat yapıtlarında sıklıkla kullanılan ve çok önem arz eden yan anlam için; “Sanatı sanat yapan yan anlamlardır” denilebilir (Akerson, 2005:111; Tığlı, 2012:35; Özcan, 2007:54). Buna örnek olarak; “Benim ay yüzlüm” cümlesi verilebilir. Türk toplumunda “ay” sözcüğünün güzellik, canlılık ve parlaklık yan anlamlarını doğurması sebebiyle, kullanılan ifade kısa yoldan anlatımı çok zengin bir hale getirecektir (Keş, 2005:47). Aktarılmak istenen düşünceyi, izleyiciye daha etkili bir şekilde iletmeyi başardığından, özellikle afiş tasarımlarında yan anlam kullanımı daha yaygındır.

3.2.3. Kodlar

İçinde göstergelerin düzenlendiği, insanların birbirleriyle iletişime geçebilmesini sağlayan, kültür yargılarının etkili olduğu, toplumun ortak uzlaşımalarıyla kurulmuş ve düzenlenmiş işaretlerden meydana gelen sistemlerdir. Bu kodlar, aktarılan mesajın alıcı verici tarafından aynı biçimde algılanmasını sağlar (Özmutlu, 2009:36). Böylece iki taraf arasındaki iletişimi sağlayan kodlar (İmançer ve Özel, 2014:9), hayatın her alanında çevreyle iletişim kurulabilmesi ve hayatın kolaylaştırılması bakımından insanlığın hizmetindedir. Toplum tarafından uzlaşmış olan veya toplum bireylerince kabul edilen kurallarla yönetilen tüm görünüşleri “kodlanmış” diye nitelenebilir. Örneğin; yabancı bir şehirde araba kullanırken gidilecek yönün problemsiz bir şekilde bulunabilmesi ve nasıl hareket edileceğinin bilinmesi, kurallar bütünü olan kodlar sayesinde mümkündür (Fiske,

1996:91). Beyazın toplumlarda saflığı, temizliği, aydınlığı çağrıştırması da toplumsal koda başka bir örnektir. Her geçen gün daha da gelişen teknoloji, bilgiye hızlı ulaşım (Zor ve Yüksel Kirişcan, 2016:12), tasarım, başarı hikâyeleri vb. gelişmeler, yeni toplumsal kodların ortaya çıkışını etkileyecek unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

3.2.4. Mitler

Mit kültürlerde, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünüşlerinin açıklanması ya da anlaşılmasını sağlayan öyküdür (Fiske, 2003:118). Mitler, geleneğe bağlı olarak yayılan, toplumların hayal gücüyle etkisi biçim değiştiren ve toplumun inanışlarını, alışkanlıklarını, kültürünü kökten etkileyen, nesnelliği kanıtlanmamış olan yaygın inanışlardır (Özmutlu, 2009:31). Bu mitler, yaşam, ölüm, insanlar, tanrılar, iyiler, kötüler ve evrenin doğuşu ile ilgili alegorik anlatımlı halk hikâyeleridir. Günümüzdeki mitler ise erillik, dişilik, başarı ve bilim hakkındadır (Çobaner, 2013:221). Bu hayal ürünü mitler olmadan, bir halkın kültürünü, tarihini anlamak mümkün değildir. Mitler, toplumlar tarafından nesilden nesile aktarılan köklü inançları açıklayan, gösterge ve semboller olarak ifade edilmektedir. Bütün toplumların kendine ait bir yaratılış miti vardır. Türklerin yaratılış miti de Ergenekon Efsanesi'dir (Özmutlu, 2009:31). Göktürklerin türeyişini anlatan, en büyük Türk destanlarından biri olan Ergenekon Destanı, yüzyıllarca Türk toplumunun yaşamına etki ettiği gibi, günümüzde hala gelenek göreneklerde etkisini hissettirmektedir.

3.2.5. Metonomi (Düz değişmece)

Düz değişmece, bir şeyi anlatırken o şeyin yerine yine ona ait bir bölümün, bir parçanın, bir özelliğin kullanılmasıyla veya gösterilmesiyle ifade edilmesidir. Kısaca bütün ve parçanın yer değiştirmesidir. Ressamı belirtmek için fırça ve paletin gösterilmesi (Özmutlu, 2009:34), doktoru ifade etmek için de beyaz önlüğün ya da stetoskopun gösterilmesi gibi (İmançer ve Özel, 2014:7). Gerçeğin bilinmeyen geri kalanı düz değişmecenin seçimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. “Ankara AB yolunda bugün çok önemli bir adım attı” cümlesi metonomiye verilebilecek güzel bir sözel örnektir. Burada Ankara kelimesiyle Türkiye ifade edilmektedir (Özmutlu, 2009:34). Gözü morarmış bir kadın portresi görüldüğünde de bunun şiddete maruz kalmış bir kadın olduğunun anlaşılması metonomi için verilebilecek görsel bir örnektir. Böylece bir kelimenin, ait olduğu bütünü tek başına ifade etmesi veya bir parçanın ait olduğu nesnenin tamamını ifade edebiliyor olması, metonominin varlığını göstermektedir.

3.2.6. Metafor (Eğretileme)

Eski Yunanca'da etimolojik olarak “meta (üzerine)” ve “phrein (taşımak)” kelimelerinin birleşmesiyle, dilde üzerine taşımak anlamı ifade eden “metafor (mecaz)” şeklinde kullanılmıştır. En kısa tanımıyla, sözcüklerin gerçek anlamlarının dışında kullanılmasını imleyen bir dil sanatıdır (Bozkurt, 1995:203; Güngör, 2015:40-45). Ad değişimi olarak da bilinen bu mecaz sanatı, sözü canlı kılmak, anlatımı daha etkili hale getirmek amacıyla kullanılır. Böylece kullanılan söz, daha güzel, canlı, güçlü, zarif bir şekle dönüşürken, (wikipedia.org, [31.03.2017]) anlam bakımından da daha derinlik ve genişlik kazanmış olur.

Metafor, soyut duygu ve düşünceyi iletmek amacıyla somut nesnelere faydalanır. Bir fotoğraftaki somut bir nesnenin, soyut bir kavrama benzetilerek onunla özdeşleştirilmesi gibi (Berger, 1994:29; Tıgılı, 2012:38). Örneğin “Aslan gibi dövüştü” cümlesi, gösterge dizgesinde bu kişinin aslan gibi çevik, güçlü ve kuvvetli olduğunu ifade eden bir metafordur (Keş, 2005:48).

3.2.6.1. Kavramsal Metafor (Conceptual)

Kavramsal metaforlar soyut fikirlerdir (Akşehirli, 2005:2). Dolayısıyla, soyut olarak kavramsal sisteme, kişiye özgü bilgi ve deneyimler aracılığıyla yerleşirler. Bireyler, dili kullanılırken farkında olmadan bilinçdışı ve otomatik olarak kavramsal metafor sistemini kullanırlar. Metaforları geleneksel bakış açısıyla değerlendirenler, onun yalnızca dolaylı anlatımı amaç edindiğini düşünürler. Bunun yanı sıra çağdaş bakış açısıyla değerlendirenler ise, metaforların kavramsal sistemin bütünleyici aynı zamanda önemli bir parçası olduğunu savunurlar (Kararımak ve Güloğlu, 2012:122-135). Kavramsal metafora örnek olarak; “Vakit nakittir”, “Aşk, yemektir” (Akşehirli, 2005:2), “Güzellik kadındır” cümleleri verilebilir.

3.2.6.2. Yön Metaforu (Orientational)

Yön metaforu genellikle kavramların birbirleri ile mekansal ilişki içerisinde olduğu metaforlardır. Bir bakıma somutlama denilebilecek bu aktarım, soyut duygu ve düşünceler taşıdığı toplum değerlerine ve genel algıya bağlı kalarak çevresel yönelimlerle gerçekleşir (Arslan, 2008:261).

Soyut fikirlerimizi kavramlaştırırken kullandığımız imaj tasarımlarını; aşağı-yukarı, ön-arka, içeri-dışarı, sıg-derin gibi mekansal yönelimlere bağlı yön metaforlarını kullanarak gerçekleştiririz. En çok kullanılan yön metaforu, aşağı-yukarı

yön metaforudur. Aşağı-yukarı eğilimiyle anlaşılabilir bu metafora örnek olarak; “moralin yükselmesi” ve “ateşin düşmesi” verilebilir (Akşehirli, 2005:3). Ayrıca “sığ düşünceli” veya “derin fikirli” gibi ifadeler de yine yön metaforuna verilebilecek diğer örnekler arasındadır.

3.2.6.3. Varlıksal Metafor (Onkolojik)

Varlıksal metafor, nesneyle ilişkili olmayan bir varlığın, nesneyle ilişkili olan bir varlık ya da tözle (substance) gösterilmesidir. Bu metaforlarda bir şeyin varlıksal statüsü değişmektedir (Arslan, 2008:261). Örnek olarak; “Bu acıya dayanmak için çok fazla sabır gerekir” tümcesinde, soyut bir kavram (sabır), sayılabilen bir varlık gibi ifade edilmiştir. “Zihnim çok doldu” tümcesinde de “zihin” içerisine bir şey konularak doldurulan maddi bir varlık gibi anlatılmaktadır. Varlıksal metaforlar, “sabır ve zihin” örneklerinde görüldüğü gibi, metafor kullanılmadan ifade edilmesi mümkün olmayan varlıklardır (Akşehirli, 2005:3).

3.2.6.4. Dilsel Metafor

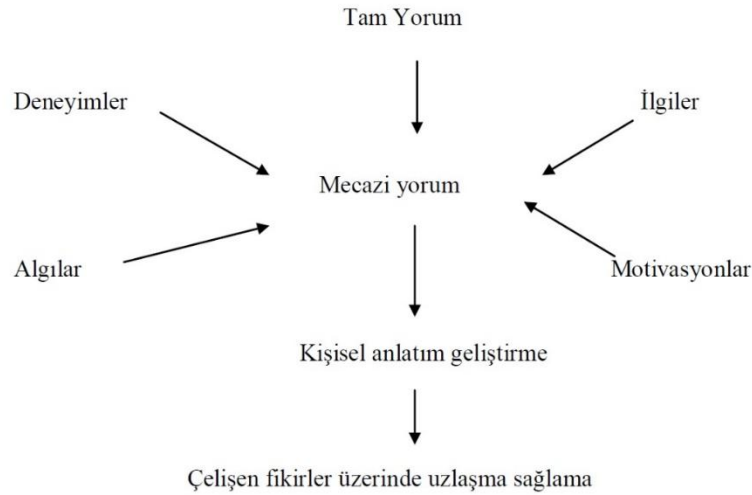
Toplumsal bir sistem (dizge) temelinde bireyler arasında iletişimin oluşmasını sağlayan doğal diller, gösterge olarak isimlendirilen birimlerin (sözcüklerin) aralarındaki ilişkiden meydana gelir. Dilsel göstergelerin asıl özelliği, birbirinden kopmayan iki düzlem içermesidir. Bir tarafta ses veya sesler bütünü, bir tarafta da kavram vardır. Ses veya sesler bütünü gösteren kavram da dilbilimciler tarafından (Rifat, 1992:11) göstergenin varlığı karşılayan anlam yönü olan “gösterilen” şeklinde adlandırılır. Bütün literatürdeki dili birbirleriyle eklemlendiren dilsel metafora örnek olarak, “Vaktini iyi harcamalısın” cümlesi verilebilir. Bu cümle “Vakit nakittir” kavramsal metaforunun dildeki örneğidir ve bir dilsel metafordur (Akşehirli, 2005:1).

3.2.6.5. Görsel Metafor

Görsel öğelerin, aslında bir anlamının olmasına rağmen, grafikte anlam kayması veya değişmesine maruz kalarak farklı bir anlama gelmesine görsel metafor denir. Görsel bir göstergenin, kendisine benzeyen başka bir görsel öğeyle iletilmesiyle gerçekleşir. Gösteren kendisiyle gösterenin düz anlamını ifade ederken, aktarılan anlam da bize yan anlamı verir. Böylece ortaya çıkan yan anlam görsel metafordur (Tıgılı, 2012:38). Bununla birlikte görsel göstergelerle kurulan, iletişimde hiç sözlü karşılığı olmayan şeylere de atıfta bulunulabildiğine dikkat çekmek gerekir (Dur,

2016:125). Görsel metafora; birçok farklı renkte, üzerlerine kaş ve göz çizilerek, eşit hizada, yan yana dizilmiş boya kalemleri örnek olarak verilebilir. Bu göstergeleri gören kişinin zihninde, farklı renklere sahip olan insanlar canlanacaktır. Böylece, ırkçılığın yanlış bir tutum olduğu, dil, din, ırk, etnik kimliği ne olursa olsun, herkesin eşit olduğu ve insanlar arasında ayrımcılık yapılmaması gerektiği izleyiciye aktarılabilir.

Metaforik düşünce, çeşitli soyutlama düzeylerindeki kavramların birbirine bağlanması ile işler, bu yüzden de genelleme yapmak olanaklı hale gelir. Tipik olarak, görsel metaforlar, özgürlük, zihin, sabır, değişim, ümit, eşitlik, kalite gibi soyut fikirleri temsil etmek için, binalar, heykeller, bayraklar, insanlar gibi somut bir form biçiminde olurlar ve bu somut objeler, soyut kavramları sembolize ederler (İnam, 2008:2). Silah göstergesinin savaşı, güvercin göstergesinin de barışı ifade etmesi gibi.



Şekil 5: Tony and Stella Proctor (Proctor, 2005:70) tarafından oluşturulan “Metaforun Görselleştirilmesi” (İnam, 2008:59).



Resim 31: Caras İonut (2014). Dijital fotoğraf çalışması (Boynukalın, 2014:45).

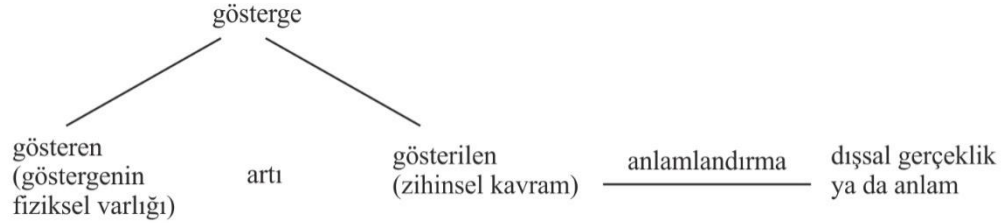
Dijital ortamdan yararlanılarak meydana getirilen fotoğrafta (Resim 31) geyiğin boynuzuyla ağacın dalları arasında biçimsel benzerlik kurularak, ortak özellikleri vurgulamak suretiyle görsel bir metafor oluşturulmuştur. Bu iki biçimin birbiriyle ilgisi yoktur fakat biri diğerinin yerine geçmektedir. Böylece sanatsal yapıtlarda imgenin kendisi bir iletiye dönüşür. İmge kendine özgü yapısıyla, izleyicisini ikna edecek, bilgi verecek, belki de bir şeye yöneltecek veya birşeyden vazgeçirmek için çalışacaktır. Göstergelerin akılda kalıcılığını sağlayan anlamın herhangi bir gösterenin arkasında olmasıdır (Boynukalın, 2014:45).

3.3. Göstergelerin Anlamlandırılma Biçimleri

Göstergebilimsel çözümleme, çevirmenin yorumlamasıyla oluşur ve dilbilimcinin incelemesiyle örtüşür. İdeal anlamda her çevirmen bir gösterge çözümleyicisi “Homo Semioticus”tur, yani bir anlamlandırıcı insandır. Çevresini anlamlandırmaya başlayan insanın artık tüm hayatı okuma serüvenidir. Yeni bir anlam meydana getirmek için biraraya getirilen göstergeler genellikle üretildiği toplumun tarihi, kültürü, birikimi ve sosyolojik yapısıyla yakından ilişkilidir. İzleyicisinin algılama biçimiyle okunup, çözümlenen göstergeler, bir dizge içerisinde anlam kazanır ve belli bir iletişimi amaçlarlar (Rifat, 1992:108; Boynukalın, 2014:43).

Ferdinand Saussure’a göre anlamlandırma, gösteren ve gösterilen arasında ilişki kurma sürecidir. Saussure kuramında anlamlandırma, metafizik ve insandan arındırılıp dile atfedilmektedir. Anlam, dilin kendi içinde varolan bir şey olarak ele alınmıştır. Her gösterge bir diğeriyle aynı seviyededir, biri diğerinden önce değildir.

Her göstergenin işlevi diğer göstergelerle ortaya çıkar. Gösterge diğer göstergelerle olan farklılığıyla kendi anlamını ifade eder (Bircan, 2015:55-56). Saussure, anlam öğelerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir.



Şekil 6: Saussure' nin anlam öğeleri (Özmutlu, 2009:27).

Göstergebilim bir anlamlama bilimidir. Çözümleme bir okuma edimidir, içerik düzleminde anlamlı bir metin içerisinde yüzeyden derine doğru inerken, hissettirilmek veya iletilmek istenen anlamlar görünür. Bu anlamlama süreci yaşanırken varolan yapıyı kısa süreliğine bozar, ayrıştırır ve yeniden kurar (Parsa ve Olgundeniz, 2014:12-13).

Tasarımlarda belli anlamları olan ve istediği mesajları iletmek amacıyla hazırlanmış birçok gösterge vardır. Göstergeleri meydana getiren, ortak kodların ancak belli bir düzeye konulmasıyla, göstergelerin anlamları çözülebilir. Dolayısıyla göstergelerin, düz ve yan anlamlarının meydana gelebilmesi için, görsel ve dilsel kodların birlikte çalışması gerekir (Özmutlu, 2009:34-35).

3.3.1. Dizisel Boyut (Paradigm)

İngilizce "paradigm" kelimesinden gelen dizisel boyut, aynı türden birbirinin yerine geçebilecek çok sayıda göstergenin içerisinde yalnızca birini seçip diğerlerini elemektir (Tıgılı, 2012:43). Bir paradigmadan seçilen birim aslında diğer birimlere birleşiktir. Bu birleşime dizim denir. Dolayısıyla yazılı bir sözcük alfabadeki harflerden yapılan paradigmasal bir seçimden oluşmuş görsel bir dizimdir. Cümleler de sözcüklerin diziminden meydana gelirler (Fiske, 2003:84). Bir tasarıma başlarken, hedef kitleye mesajı doğru aktarabilecek nesnelere seçilir. Sloganlar bulunur, birçok fotoğraf içerisinde yine mesajı doğru iletebilecek, izleyicisinde merak uyandıracak, dikkat çekici fotoğraflar seçilir ve binlerce font içerisinde en uygun olan yazı karakterleri tercih edilir. Seçilen tüm bu görseller, iki boyutlu bir düzlemde bütünlük meydana getirecek biçimde konumlandırılır. Göstergebilimde, yapılan tüm bu

seçimlere paradigim yani “dizisel boyut” denir. Yapılan seçimlerde, dizideki her birim, aynı niteliklere sahip olmakla beraber aynı zamanda birbirinden belirgin biçimde farklıdır. Dizisel çözümlemede karşıtlıklar, karşılaştırmalar, seçilmeyen şeyler, seçilen şeyin anlamını belirler. Bu sebeple seçimin yapıldığı her yerde anlam da vardır. Örneğin; yüzlerce çiçek arasında bir “orkide”, birçok meyve arasındaki bir “elma” (İmançer ve Özel, 2014:8; Özmutlu, 2009:35) veya bilyardo toplarının içinde “siyah 8” dizisel boyuttur.

3.3.2. Dizimsel Boyut (Syntagm)

Dizimsel boyut (syntagm) yataydır ve anlamları bakımından seçilmiş birimleri yan yana getirmek suretiyle anlam bütünü oluşturmaya denir. Seçilen her birim, hedef doğrultuda anlamı oluşturmak amacıyla belli kurallar doğrultusunda bir araya gelirler. Göstergeler, yatay konumda bulunan diğer göstergelerle ilişki içerisinde (Özmutlu, 2009:36). Bir dizimden seçilen gösterge, o dizimdeki diğer göstergelerle ilişkisinden etkilenebilir ve göstergenin anlamı bir bölümüyle dizimdeki diğer göstergelerle bağlantısı tarafından belirlenir (Fiske, 1996:84). Kısaca, dizisel boyut göstergeler arasında yapılan seçimlerken, dizimsel boyut da, seçilen göstergelerin bir anlam ifade edecek şekilde sıralanmasıdır (Agocuk, 2014:9). Göstergibilimin temel ilkeleri çerçevesinde, afiş tasarımlarında kullanılan, sistem üç düzeyde incelenebilir.

3.3.3. Sentaktik Düzey (syntax): Gösterge ve sembollerin diğer işaret ve sembollerle olan bağlantısının mantık kuralları içerisinde araştırıldığı sözdizimsel düzeydir. Bu düzeyde göstergeler; görünüşü, onu meydana getiren öğelerin birbiri ile ve diğer göstergelerle ilişkisi, uyumu, çizgi ve form uyumu, kontür, kesişmeler, bütünsellik, boyut, bölmeler, renk vb. gibi yapısal özellikleriyle incelenir. Ayrıca tanımlanabilir bir düzeni, yapıyı yansıtabilme, içeriğini meydana getiren en önemli öğeyi ön plana çıkarabilme, varolan kurallarla, alışkanlıklarla çatışıp çatışmama, bir sistem olarak kullanılabilme gibi özellikler de sentaktik düzeyin konusudur.

3.3.4. Semantik Düzey: İşaretlerin ve işaretlerin belirlediği nesnelere, işaret sistemlerinin semantik boyutunda, kavramlarla olan ilişkilerinin ele alındığı anlambilimsel düzeydir. Göstergelerin anlamsal bakımdan izleyicisine mesajı doğru iletilip iletilmediğini, göstergenin daha önce bu şekilde kullanılıp kullanılmadığı, farklı

yaş gruplarınca, farklı toplum yapılarınca göstergenin nasıl algılandığını, mesajı anlamının zor olup olmadığını sorgulayan özelliklerdir.

3.3.5. Pragmatik Düzey: İşaretlerle onları kullanan insanların aralarındaki amaca uygunluk ilişkisini değerlendiren edimbilimsel düzeydir. Bu düzeyde de; göstergenin algılanması, hedef kitleye ulaşması ve anlamını doğru iletmesi, amacına ulaşması önem arz eder. Göstergenin anlamayı olumsuz etkileyip etkilemediğini, farklı yerlerde farklı boyutlarda aynı başarıyı gösterip gösteremediğini sorgular (Teker, 2003:74-102; Tıgılı, 2012:41; Özmutlu, 2009:37). Bir sanat eserinin doğru ve başarılı bir şekilde anlamlandırılabilmesi ve o sanat eseriyle ilgili bir yargıya varılabilmesi için, muhakkak göstergebilimsel analiz veya sanat eleştirisi gibi yöntemlerden faydalanılmalıdır.

Afiş tasarımlarını göstergebilim yöntemiyle analiz etmek, Boydaş'ın dört aşamalı sanat eleştirisi yönteminde olduğu gibi, eserlerin görülür görülmez yorumlanmaya başlanması ve hemen bir yargıya varılması hatasından araştırmacıları alıkoyacaktır. Çünkü bütün veriler elde edildikten sonra ortaya çıkan yargı, sanat eserinin anlamlandırılmasının son aşamasıdır. Ne kadar küçük ve ne kadar önemsiz görünürse görünsün, yüzeyde görülen herşey analizde yer almalıdır. Analiz ve eleştiri yöntemlerinden faydalanmadan hemen ortaya konan yargılar, varılması gereken gerçek yorum ve yargılardan uzak sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilir. Analiz yöntemleri, araştırmacıların bu hızlı yorumlamaya çalışma heyecanını yavaşlatarak, anlamlandırma sürecine yardım edeceği gibi, kişilerde algısal, çözümsel, yorumsal ve estetik yargısal yetilerin genişlemesine de yardım eder. Dolayısıyla yapılan eleştiri ve varılan yargı, önyargılardan arındırılmış bir şekilde araştırmacıyı doğru sonuca ulaştıracaktır (Boydaş, 2-47). Kadına yönelik şiddet konulu afiş tasarımları, bir diğer bölümde bu bilgiler ışığında göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir.

IV. BÖLÜM

4. KADINA YÖNELİK ŞİDDET KONULU AFİŞLERİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ VE UYGULAMA PROJESİ

4.1. Şiddet Görüntüleri Kullanılarak Tasarlanan Kadına Yönelik Şiddet Konulu Afişlerin Göstergebilimsel Analizi

Bu bölümde grafik sanatçıların, şiddet görüntüleri kullanarak kadına yönelik şiddeti önlemek üzere yaptıkları afişler, göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir.

4.1.1. Nicolas Gillon'un Kadına Yönelik Şiddet Konulu Afişinin (Tue Amo) Göstergebilimsel Çözümlemesi

Belçikalı genç tasarımcı Nicolas Gillon tarafından, sosyal medyada ilgi uyandırmak üzere, Fransızca, Almanca ve İngilizce olarak hazırlanan kadına yönelik şiddet konulu kampanya afişlerinden "Tue Amo" aşağıda göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir (www.lesoir.be, [8.12.2014]).



Resim 32: Nicolas Gillon'a ait kadına yönelik şiddeti önleme afişi "Tue Amo" (Votron, 2014).

GÖSTERGE	ANLATISAL GÖSTERGELER			TEKNİK GÖSTERGELER		
	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	Gözü darp edilmiş bir kadın.	-	-	Kırmızı Siyah Beyaz	Karanlık zemin Figür üzerine karşıdan ışık.	Sol gözü darp ile tahrip edilmiş, kırmızı kıyafetli, darp edilen gözü kapalı, diğeri açık, hemen hemen ifadesiz genç bir kadın portresi.
GÖSTERİLEN	Şiddete maruz kalmış bir kadın.	-	-	Şiddet, Karamsarlık, Kan, Vahşet, Üstünlük, Çaresizlik, Ölüm, Umut, Güven, Cesaret.	Çaresizlik ve cesaret arasında kalış.	Şiddet gören ve buna sessiz kalan gerçek bir genç kadın fotoğrafı.

Tablo 1. Nicolas Gillon’a ait “Tue Amo” afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Bu afiş, kadına yönelik şiddetin tüm dünyada yaşanması ve giderek etkisini artırmasına karşı, kadının toplum içerisinde hak ettiği yere kavuşabilmesi bunun yanı sıra şiddetin azaltılması hatta sonlandırılması konusunda bilinç oluşturulması amacıyla hazırlanmıştır. Her ne kadar olumsuz bir örnek gösterilmiş olsa da estetik kaygılar göz önünde bulundurulmuştur. Afiş üzerinde karanlık bir arka plan önünde kırmızı kıyafetiyle duran bir kadın vardır. Bize göre afişin solunda “Tue Amo”, ortanın biraz sağında “En 2013, la violence conjugale a cause la mort 121 femmes en France” ve en sağında ise, “Violence Conjugale Appelez le 3919” bu yazının altına ise, Fransa’nın ulusal alegorisi (metinlerin simgelerle, sembollerle anlatımı) bulunmaktadır.

Afiş üzerinde en baskın öge, sol gözü darptan dolayı çizik, morluk ve kızarıklarla çevrili, genç bir kadın figürüdür. Kadının üzerinde hafif dekolteli kırmızı bir kıyafet vardır. Bu hafif dekolte ile kadınlık, anaçlık biraz olsun ön plana çıkarılmış fakat ilk ilgiyi çeken, darp edilmiş gözün algılanmasının önüne geçecek bir öge kullanılmaktan kaçınılmıştır. Şiddet uygulanan bölgeye dikkati çekmek için yüzün diğer bölgelerine kadını güzelleştirmeye yönelik makyaj yapılmamıştır. Afiş fotoğraf ve photoshop uygulamasıyla oluşturulmuştur. Kadının darp edilen sol gözü kapalı,

diğer gözü ise açıktır ve göz rengi mavidir. Gözün bu denli darp edilmesine rağmen şişmemiş olması, belki estetik kaygıdan, belki de olayın henüz gerçekleşmiş olduğunu ifade etmeye çalışıyor olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Teknik Göstergeler

Afişi okuma italik bir “L” harfi gibi gerçekleşmektedir. Böylece afişe bakan kişi, ilk önce afişin yukarı sağ odak noktasında bulunan darp edilmiş gözü, sonra condensed bir yazı fontuyla afişin alt solunda bulunan ve büyükçe kullanılmış “TUE AMO” sloganını, ardından yine aynı fontla yazılmış afişin alt ortasının biraz sağında bulunan “En 2013, la violence conjugale a cause la mort 121 femmes en France (2013 yılında, aile içi şiddetten Fransa'da 121 kadın öldü)” bilgilendirmesini ve en alt sağında ise “Violence Conjugale Appelez le 3919 (Aile İçi Şiddet Çağrısı için 3919)” çağrı numarasını, bu yazının hemen altında ise, Fransa'nın ulusal alegorisini ifade eden simgeyi görmektedir. Fransa'nın bu ulusal simgesi; Fransa'nın bayrak renkleri olan kırmızı, mavi ve beyaz renkleriyle oluşturulmuştur. Simgenin solunda mavi, sağında da kırmızı renk vardır. Bu iki renk ortasında negatif space kullanılarak Fransa'nın “Özgürlük, Eşitlik ve Kardeşlik” sloganını temsil eden Marianne portresi ortaya çıkartılmıştır. Marianne aynı zamanda Fransız devrimini de temsil etmektedir. Simgenin hemen alt kısmında “Liberté – Égalité – Fraternité (Özgürlük – Eşitlik – Kardeşlik)” ve onunda altında “République Française (Fransa Cumhuriyeti)” yazmaktadır (wikipedia.org, [07.04.2017]).

Kadının saçlarının zemin rengine karıştığı bölümler haricinde afiş üzerindeki bütün ayrıntılar nettir. Afişteki göstergeler kolaylıkla anlaşılacaktır ve slogan rahatlıkla okunabilmektedir. Yazı kullanımı ağırlıklı olarak beyazdır. Bu da tipografinin kolay okunmasını sağlamaktadır. Gerçek fotografik görüntüyle meydana getirilmiş afiş, empati duygusunu harekete geçirerek, hedef kitlesinin ilgisini net bir şekilde çekerek, slogandan daha küçük yazılmış metinleri okumak için izleyici gerekirse afişe yaklaşacaktır. Amaç, mümkün olduğunca geniş izleyici kitlesinin dikkatini çekerek, onların böyle bir durumla karşı karşıya kaldıklarında ya da şiddete şahit olduklarında, afişteki çağrı yardım numarasını aramalarını sağlamaktır.

Afişin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Gözü kızarık ve mor bir kadın figürü, izleyicisinin zihninde şiddet gören bir kadını simgelemektedir. Bu görüntü ile karşılaşan herkesin kişinin darp edildiğini düşünmesi toplumsal olarak uzlaşmış koddur.

Afişteki slogan, İtalyanca'da "Ti Amo (Seni Seviyorum)" ve İspanyolcada "Te amo (Seni Seviyorum)" cümlesine benzeyen bir şekilde "TUE AMO" şeklinde kullanılmış bir metafordur. Böylece seni seviyorum yerine "Aşk öldü" ya da "Aşk öldürür" anlamları ortaya çıkarılmıştır. Buradaki toplumsal uzlaşmış olan koda göre, şiddeti uygulayan kişi veya kişilerin, kadının en yakınında, ailesinde, onu seven ya da sevdiğini söyleyen fakat onun canını yakan, onun canına kasteden kişilerden meydana geldiğidir. Kısacası daha çok, sevgili veya koca şiddetine gönderme yapılmıştır. Ayrıca Portekizce'de "Amo"; "Patron", "Ana", "Efendi", "Aile Reisi" anlamlarına da gelmektedir. Zaten afişin aile içi şiddeti önlemek adına yapıldığı bilinmektedir. Dolayısıyla bunlar da afiş için başarılı göndermelerdir (E. C. Cappellaro, sözlü görüşme 07 Nisan 2017).

Diğer bir kod, şiddet görmesine alışılmış kadının kapalı dudakları ve ifadesiz duruşudur. Toplumda psikolojik sıkıntılara işaret eden bu ifadesizlik ve suskunluk; şiddet gören kadınların genellikle hatayı kendinde görmesi, durumu içselleştirmesi veya eşinin onu sevdiği için yaptığını düşünmesinden dolayıdır. Ayrıca zeminin siyah olması; cahilliği, karanlığı, kıyafetin ve gözün kırmızılığı şiddetin ifade edildiği, yazıların ağırlıklı olarak beyaz kullanılması da saflık, temizlik ve umudun ifade edildiği kodlardır.

Afişte Anlam Aktarımı

Renkler ağırlıklı olarak kırmızı ve siyahtır. Burada kırmızıyla şiddete, siyah ile de karanlığa, cahilliğe bir gönderme yapılmıştır. Ayrıca yazıların beyaz ile yazılması, bu koyu zemin üzerinde tipografinin kolay okunmasını sağladığı gibi, saflığa, temizliğe, umuda ve kurtuluşa da gönderme yapmaktadır.

Gerçek bir durum bize fotografik gerçek bir görüntüyle aktarılarak, kendi aynadaki görüntümüz gibi duran figürle empati duygumuz harekete geçirilmeye çalışılmıştır. Afişteki kadın figürünün fotoğrafı, alttan veya üstten çekilmemiş, tam karşısından ve aynı seviyeden çekilmiştir. Dolayısıyla kadın-erkek eşitliğine bir gönderme yapıyor olması da muhtemeldir. Kadının darp edilen sol gözü kapalı, diğer

sağ gözü ise açıktır. Darp edilen gözü şişmeden dolayı kapanmamış, kadının bu gözünü rahatlıkla ve kendi isteğiyle kapattığı net bir şekilde anlaşılmaktadır. İki gözün birden kapatılmasının ortaya çıkardığı yan anlam, karanlığa göz yumulması, şiddetin içselleştirilmesi, sessizliğin korunarak esaretin kabul edilmesidir. Ancak burada bir göz açık ve ileriye doğru bakmaktadır. Böylece kadının, umudunu tamamen yitirmiş olmadığı, her an cesaretini toplayıp kurtuluş yolu arayabileceği anlaşılmaktadır. Mavi gözlü bir kadın tercih edilmesindeki sebep, mavi rengin özgürlüğe, kurtuluşa gönderme yapması olabilir. Figürün arkası karanlık, bizim baktığımız alan ise ışığın geldiği yerdir. Yani burada izleyiciye aktarılmak istenen; şiddete maruz kaldığımızda bulunduğunuz yerden, karanlıktan aydınlığa doğru yani bize doğru gelin, kurtuluşunuza, özgürlüğüne kavuşmak için mücadele edin mesajıdır. Bu kurtuluş çağrısı hemen alttaki slogan, bilgilendirme ve çağrı numarasıyla desteklenmektedir. Dolayısıyla kadının yaşadığı şiddeti normalleştirmemesi, fark edilmesi, daha güzel bir hayat için mevcut durumundan kurtulmaya çalışması, cesur ve kararlı davranması, şiddete şahit olanların da bu kampanyayı desteklemeleri, işbirliği içinde olmaları, afişin izleyicisine aktarmak istediği anlamlardır.

Kadının sadece portresinin gösterilmesi, vücudunun tamamı gösterilmeden onun bir kadın olduğunun anlaşılması, sadece bir gözünün kızarık ve mor olmasının da şiddet gördüğü anlamına gelmesi, bir metonomi örneğidir.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Dizisel boyut göstergeler arasında yapılan seçimlerken, dizimsel boyut da, seçilen göstergelerin bir anlam ifade edecek şekilde sıralanmasıydı (Yalur, 2014:71 ve Agocuk, 2014:9). Dizisel çözümlemede karşıtlıklar, karşılaştırmalar, seçilmeyen şeyler, seçilen şeyin anlamını belirlemekte ve seçimin yapıldığı her yerde anlam da bulunmaktaydı (Özmutlu, 2009:36). Bu afişte de şiddet gören kadın; kavga ve barış, karamsarlık ve iyimserlik, karanlık ve aydınlık, korku ve cesaret, hüznün ve sevinç, dövülmek ve sevilme, esaret ve özgürlük, ölüm ve yaşam arasındadır. Bu zıtlıklar ve farklılıkların birarada kullanılmasıyla dizisellik oluşturulmuş ve bu birimlerin düzenli bir şekilde yanyana getirilerek oluşturdukları anlam ile de afişin dizimselliğini meydana gelmiştir.

kavga	barış
karamsar	iyimser
karanlık	aydınlık
korku	cesaret
hüzün	sevinç
dövmek	sevmek
esaret	özgürlük
ölüm	yaşam

Tablo 2. Nicolas Gillon’a ait “Tue Amo” afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Afişteki göstergelerin, izleyicisinin zihninde nasıl çağrışımlar yaptığı aktarılmak istenen anlamın anlaşılması adına önemlidir ve bu anlamlar birlikteliği ne anlama geliyorsa afiş de o anlama gelir. Bu çağrışımlar göstergelerarası anlam aktarımı ile ayırır, farklılaşır ve anlam kazanır (Tıgılı, 2012:72).

Afişte slogan olarak kullanılan “Tue Amo” cümlesi “Aşk öldü” veya “Aşk öldürür” gibi bir anlam ortaya çıkarmaktadır fakat bu cümlenin metaforik göndermesi olduğu gibi, mitsel bir uzlaşısı da vardır. Amor, mitolojide Aphrodite’in oğlu Eros’un (Cupido) diğer adıdır. Aşk kelimesi de buradan doğmuştur. Bu kelimenin mitolojik olarak nereden geldiğinin herkes tarafından bilindiği varsayılarak, afiş üzerindeki sloganda bu mitlerden faydalanılmıştır (wikipedia, [11.04.2017]).

Metnin Metinlerarasılığı

Sloganıyla bütünleşen afişte, darp edilmiş bir kadın portresi kullanılarak, yaşadığı aşk sebebiyle ya da sevdiği kişi tarafından şiddet gören tüm kadınlara gönderme yapılmıştır. Dolayısıyla bu afişin, eski yıllardan beri yaşanan kadına yönelik şiddet olaylarıyla ve gözü mor şekilde tasvir edilmiş kadına yönelik şiddet görselleriyle bir metinlerarasılığından söz edilebilir.

4.1.2. Himanshi Shah'ın Kadına Yönelik Şiddeti Önlemek Üzere Tasarladığı Afişinin (Domestic Violence) Göstergebilimsel Çözümlemesi

Hindistanlı genç sanatçı Himanshi Shah'ın, aile içi şiddete dikkat çekmek için tasarladığı afişinin göstergebilimsel analizi.



Resim 33: Himanshi Shah tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş (www.behance.net, [14.04.2017]).

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Bu afiş, şiddetin daha çok aile içinde yaşandığını ve kadınların kocaları tarafından şiddete maruz bırakıldığını ifade ederken, şiddeti durdurmak ve bu konuda bilinç uyandırmak üzere tasarlanmıştır. Burada olumsuz bir şiddet örneği doğrudan izleyiciye gösterilmektedir. Afiş üzerinde siyah bir arka plan, ortada kırmızı ters ışığı hissettiren bir anahtar deliği vardır. Bu kırmızı anahtar deliğinin içinde ise; eli havada, tokat atan bir erkek silüeti ve tokattan dolayı kafası yana savrulmuş bir kadın silüeti vardır. Anahtar deliğinin tam altında "Watching A crime is a Crime (Bir suçu izlemek bir suçtur)", onun altında, "Call 103 to report domestic violence (Aile içi şiddeti bildirmek için 103'ü arayın)" ve onunda tam altında "Act Now! (Şimdi harekete geçin!)" yazmaktadır.

Afiş üzerinde en baskın öge, aldığı tokattan dolayı kafası yana savrulmuş kadın silüetidir. Kadının bedeni hemen hemen boydan kullanıldığı için, vücudun hareketi net bir şekilde anlaşılmaktadır.

	ANLATISAL GÖSTERGELER			TEKNİK GÖSTERGELER		
GÖSTERGE	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	Eşinden tokat yiyen bir kadın silüeti.	-	Anahtar deliği	Kırmızı Siyah Beyaz	Siyah zemin, kırmızı anahtar deliği.	Anahtar deliğinden görünen tokan atan bir adam ve tokat yiyen bir kadın.
GÖSTERİLEN	Şiddet gören bir kadın.	-	Ev içinde bir oda	Şiddet, Karamsarlık, Kan, Vahşet, Üstünlük, Çaresizlik, Ölüm, Umut, Güven, Cesaret.	Anahtar deliği ve silüet halinde kadın-erkek figürü.	Aile içinde eşi tarafından şiddete maruz kalan bir kadın.

Tablo 3. Himanshi Shah'a ait "Domestic Violence" afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.

Teknik Göstergeler

Afiş yukarıdan aşağıya düz bir hatta "I" harfi gibi okunmaktadır. Böylece afişe bakan kişi, önce tokat atan bir erkek eli ve tokat atılan bir kadın, sonrada sırasıyla anahtar deliğinin aşağı doğru genişlemesi doğrultusunda, iki yana bloklu slogan ve bilgilendirme yazılarını görmektedir.

Afiş, fotoğraf kullanılmadan vektörel olarak hazırlanmıştır. Kullanılan yazı fontu, "Horror Font" dediğimiz, korku filmleri ve afişlerinde kullanılan ve daha çok filmlerde ruj ve kanla aynaya yazılan yazı tipine benzemektedir. Böylece siyah zemin ve kırmızı anahtar deliğiyle meydana getirilen gerilim, bu yazı fontu ile biraz daha artırılmıştır.

Afişin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Toplumsal uzlaşıyla benimsenmiş olan kodlar içerisinde siyah; karamsarlığı, karanlığı cahilliği, kırmızı; kanı, şiddeti ve beyaz da; umudu, huzuru, temizliği, saflığı

ifade etmektedir. Tasarımcı afişinde, bu durumun kapalı kapılar arkasında kadının yalnız ve çaresiz olduğu zamanlarda gerçekleştiğini ve de bunun bir cahillik, bir geri kalmışlık olduğunu ifade etmek için siyah zeminden, içeride tatsız olayların olduğunu, bir şiddetin gerçekleştiğini ifade etmek için kırmızıdan, huzura, saflığa, kurtuluşa davet etmek için de beyazdan yararlanmışır. Ayrıca bir elin havada oluşu ve karşıdaki kişinin de başının yana savrulmuşu orada bir tokat, bir şiddet durumunun olduğunu izleyiciye aktaran kodlardır.

Afişte Anlam Aktarımı

Afişteki anlam aktarımı, afişin kodlar açısından çözümlenmesinde anlatıldığı üzere genellikle kodlarla gerçekleşmiştir. Toplum tarafından uzlaşmış renk kodlarıyla, izleyiciye karanlık, şiddet ve umut birarada aktarılmıştır. Kullanılan figürler sadece bir anahtar deliğinden gösterilerek, bir aile içi şiddet uygulandığı izleyiciye net bir şekilde aktarılabilmıştır. Kadın, eşi tarafından bir odada şiddete maruz kalmaktadır. Burada imgelerle, zihinlerde tam olarak bir yan anlam canlanmasa da, sloganla bütünleştiğinde kadınlara: “Bunu artık yaşamaya devam etme!” mesajı verilmektedir.

Kadının kaval kemiğinden aşağısı ve kafasının bir kısmı anahtar deliğinin sınırından dolayı görülememektedir. Erkeğin ise sadece yüzü ve bir kolu görüntüye girmiş, vücudunun başka hiçbir bölgesi görünmemektedir. Buna rağmen sadece bir kol ve bir yüz görüntüsü bize şiddet uygulayan bir kocayı ifade edebilmiştir. Dolayısıyla burada bir metoniminin varlığından söz edilebilir.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Tartışma ve kavga ile başlayan şiddet olayları, kişide karamsarlık ve korkuya yol açar. Dövülen birey, karşısındakinin üstünlüğünü ve esareti kabul etmiş demektir. Bu olayların ölümle de sonuçlanabildiği bilinmektedir. Bu tehlikeli durum içerisindeki kişi; uzlaş, barış, iyimserlik ve aydınlığa kavuşma duygularını kaybetmeden, cesaretle bu durumdan kurtulmaya çalışarak, özgürlük ve yeni yaşamın kapılarını aralayabilir. Bu sıralı anlatım, afişin dizimsellik ve karşıtlıkları sayesinde izleyicisine anlatmak istediği aktarımlardır.

tartışma	uzlaşma
kavga	barış
karamsar	iyimser
karanlık	aydınlık
korku	cesaret
dövmek	sevmek
esaret	özgürlük
ölüm	yaşam

Tablo 4. Himanshi Shah'a ait "Domestic Violence" afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

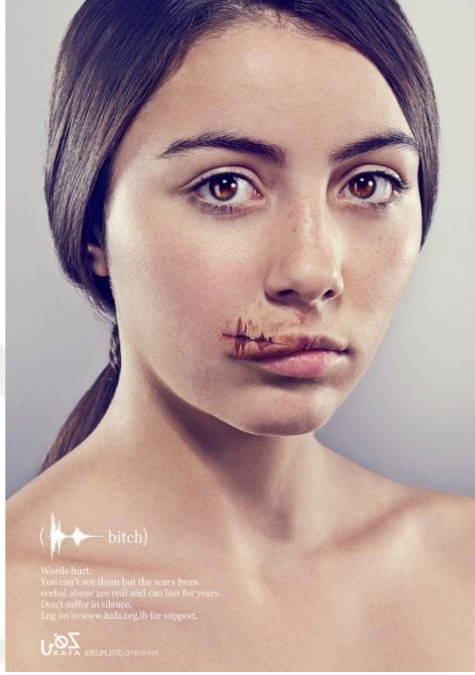
Afişte, "Act Now! (Şimdi harekete geçin!)" sloganının yanı sıra "Watching a crime is a crime (Bir suçu izlemek suçtur)", şeklinde bir ifade daha kullanılmıştır. Bir suçu izlemenin neden bir kabahat olduğu cümlelerin yaptığı gönderme incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Burada dini bir aktarım söz konusudur. Bütün dinlerin mitolojiyle bağlantısı olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla her inancın kendine ait; evrenin yaratılışı, toplumların oluşması, türeyiş gibi gerçeküstü dini anlatıları vardır. Geçmişten bu yana tüm inançların öğretisinde, haksızlığa uğrayan biri görüldüğünde susulmaması gerektiği aktarılagelmiştir. Burada da "Bir suçu izlemek suçtur" denilerek bir dinsel mittin faydalanılmıştır.

Metnin Metinlerarasılığı

Afişte, şiddetin kapalı kapılar arkasında uygulandığı gösterilmektedir. Bu zamana kadar toplumca bilinen kadına yönelik şiddet olayları ve bugüne kadar bu olayları sonlandırmaya yönelik yapılmış kampanya, afiş ve bizzat şiddete şahit olma durumları ile afişin bir metinlerarasılığından söz edilebilir.

4.1.3. Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'ın Kadına Yönelik Şiddeti Önlemek Üzere Tasarladığı Afişin (Bitch) Göstergibilimsel Çözümlemesi

Y&R, Dubai, BAE Reklam Ajansı'nda, fotoğrafçı James Day objektifi ile çekilen, sanatçı Shahir Zag ve Kalpesh Patankar tarafından tasarlanan afişin göstergibilimsel analizi.



Resim 34: Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'a ait kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş (adsoftheworld.com, [14.04.2017]).

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Bu afiş, kadınlara karşı uygulanan şiddetin sadece fiziksel olmadığını, psikolojik, ekonomik, cinsel ve ihmal edilme gibi farklı şiddet türlerinin de olabildiği konusunda ilgi uyandıran bir afiştir. Bu afişte sözel şiddete dikkat çekilmektedir. Afişte gri zemin önünde stüdyo fotoğrafıyla oluşturulmuş, izleyicisine bakan, dudağı yaralı bir kadın portresi vardır. Afişin bize göre sol alt köşesinde; “bitch (fahişe)” ses dalgası şekli ve yazısı konulmuş, “words hurt (kelimeler acıtır)”, “you can't see them but the scars from verbal abuse are real and can last for years (onları göremezsiniz ancak sözlü taciz yaraları gerçektir ve iyileşmeleri yıllarca sürebilir)”, “don't suffer in silence (acıya sessiz kalmayın)”, “log on to www.kafa.org.lb for support (destek için www.kafa.org.lb adresine giriş yapın)” yazmaktadır. Bu yazıların hemen altında Lübnan'da kadın ve çocuklara karşı şiddet ve istismarı önlemek üzere çalışan sivil

toplum örgütü Kafa Organizasyon'un logosu ve hemen yanında da “helpline: 03018019 (yardım hattı:03018019)” numaraları vardır (www.kafa.org, [17.04.2017]).

Afişin üzerindeki en baskın öge, bize doğru bakan bir çift göz ve dudak üzerindeki yaradır. Afişte, kadının üzerinde herhangi bir kıyafet olduğuna dair bir belirti yoktur. Afiş oluşturulurken, fotoğraf ve photoshop programından yararlanılmış, estetik kaygılar göz önünde bulundurulmuştur.

	ANLATISAL GÖSTERGELER			TEKNİK GÖSTERGELER		
GÖSTERGE	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	IŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	Dudak üzerinde kesik, yara olan bir kadın	-	www.kafa.org.lb web adresi	Ten rengi, gri, kahverengi, beyaz	Gri zemin figür üzerine farklı yönlerden ışıklandırma	Dudağının sağ üst kısmında kesik, yara olan ve objektife ifadesiz bakan çıplak bir kadın fotoğrafı
GÖSTERİLEN	Şiddete maruz kalmış bir kadın.	-	kadına ve çocuklara uygulanan taciz ve şiddetle mücadele eden bir sivil toplum örgütünün web sayfası	İnsan, belirsizlik, gizlenmek, doğal, güvenilir, saflık, temizlik, umut.	Belirsizlik, estetik kaygı	Şiddete maruz kalmış ve buna ses çıkaramayan gerçek bir genç kadın fotoğrafı.

Tablo 5. Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'ın “Bitch” afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri.

Teknik Göstergeler

Afişi okuma yukarıdan aşağıya, daha sonra da sol alt köşeye doğru gerçekleşmektedir. Afişe bakan kişi ilk önce kendine bakan iki çift göz ve ardından yaralı bir dudak görmektedir. Sonra da sol alt köşede bulunan ses dalgası izleyicinin dikkatini çekmektedir. Bu ilgi çekildikten sonra ses dalgasının altında bulunan metinler okunabilecektir. Kullanılan kadın figürü olarak, Lübnan'da yaşayan insanlara özgü, hafif koyu tenli, kahverengi saç ve göz rengine sahip bir kişi tercih edilmiştir. Kadının sağ dudağı üzerindeki yara “bitch” (fahişe) sözlü tacizinin ses dalgası şeklindedir. Bu ses dalgası dudakta yara şeklinde durmakta ve sanki dudağa darbe uygulanmış gibi aşağıya doğru bir deformasyona yol açmıştır. Aynı ses dalgası sol alt köşede kullanılan metinlerin üzerinde de aynı büyüklükte fakat beyaz renkte

kullanılmıştır. Ayrıca afiş üzerindeki bütün metinler için de beyaz yazı tercih edilmiştir.

Figür üzerinde kapalı alanlarda kullanılan ve birçok yerden uygulanmış paraflesh stüdyo ışığı görmekteyiz. Ayrıca arka plan, kadın dekupe edilmek suretiyle tekrar boyanmış ve figür arkasına bir miktar gölge verilmiş gibi görünmektedir. Buradan hareketle estetik bir sonuca ulaşmak adına çalışmanın sanatsal kaygıyla gerçekleştirildiği söylenebilir.

Afiş üzerinde kullanılmış olan bütün göstergeler ve tüm ayrıntılar nettir. Objektife doğru bakan büyük bir çift göz izleyicisini yakalamakta, ardından bir göz büyüklüğündeki yara dikkati çekerek, dudaktaki yaranın aynısı olan ses dalgasına gözümüzü yönlendirerek, afişin okunma şekli doğrultusunda adeta bizi küçülterek slogan ve minik metinleri okumak zorunda bırakmaktadır. Böylece afiş görevini tamamlayacak, internet sayfasına ziyareti ve yardım hattının aranmasını sağlayacaktır.

Afişin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Dudağı yaralı kadın figürü, şiddete maruz kalmış birini simgelemektedir. Göz rengi, ten rengi ve anatomisiyle Lübnanlı bir kadını, ifadesiz bakan gözler, psikolojik bir problemin varlığını, arka plandaki gri tonlar bir belirsizliği, beyaz yazılar da saflığı, temizliği, umudu bizlere aktaran kodlardır.

Afişte Anlam Aktarımı

Renkler ağırlıklı olarak sırasıyla, ten rengi, gri, kahverengi ve beyazdır. Burada yüzün şekli, hafif esmer ten, kahve göz ve saç rengi, bize kendi bölgesindeki kadınları yani Lübnanlı kadınları çağrıştırmaktadır. Gri ile belirsizlik durumu yani şiddete maruz kalan kadınların kurtulmak ya da bu acıyı çekmeye devam etmek arasındaki gelgitleri, beyaz slogan ile de “gelin bu acıdan kurtulun” şeklinde umutlandıran bir anlam aktarımı yapılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Saçlar ortadan ayrılmış, kulaklar üzerinden geçirilmiş ve arkadan bağlanmıştır. Bu çok rahat görünmemekle birlikte, kadında sade bir ev hali görüntüsü olduğu izlenimini de vermektedir. Fotoğrafta kulakların saçlar içerisine saklanması iştihaya bir gönderme olabilir. Yüz ve gözlerde ifadesizlik hâkimdir ancak gözlerle daha dikkatli bakıldığında bir hüznün ve durgunluk hissi uyanmaktadır. Dolayısıyla izleyiciye, psikolojik bir problemin varlığı hissettirilmektedir.

Kadının dudağında meydana gelen yaralanma, ilk bakışta bir darbeye maruz kalarak tıbbi bir müdahaleyle düzeltilmiş gibi görünse de, daha dikkatli bakıldığında bunun “bitch” sesinin bir titreşimi olduğu, dolayısıyla kadının fiziksel değil, sözel bir şiddete maruz kaldığı anlaşılmaktadır. Afiş bu anlam aktarımıyla, kadınların sözel şiddete maruz kaldıklarında, onların benliklerinde derin yaralar açan fakat gözle hiç görülemeyen bu acıları ses dalgaları ile görünür kılmıştır.

Kadının sadece portresi kullanılmış ve bu görüntü bir kadının bütününe ifade etmiştir. Ayrıca kadının portrede görünen kısımlarında hiçbir kıyafetin olmaması da kadının tamamen çıplak olduğunu ifade eden metonomilerdir. Böylece kadının çıplak olduğu hissettirilerek, aciz ve savunmasız olduğu vurgusu da yapılmıştır.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Bu afişteki kadın da, kavga-barış, korku-cesaret, çaresizlik-umut, hüznü-sevinç, esaret-özgürlük arasında kalmıştır. Bu zıtlık ve farklılıklarla afişin diziselliği, bu birimlerin düzenli bir şekilde yanyana gelmesiyle de metnin dizimselliği oluşmuştur.

kavga	barış
korku	cesaret
çaresizlik	umut
hüznü	sevinç
esaret	özgürlük

Tablo 6. Shahir Zag ve Kalpesh Patankar'ın “Bitch” afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Konu yine kadın olduğu için, bu afişte de mitsel yapı, kadınlarla ilgili olan mitlerdir. Kadın, Yunan Mitolojisi'nde, insanlığa yani erkeklere armağan edilmiş ve sonradan yaratıldığına inanılan insandır. Bu afiş de, Yunan Mitolojisi'nde anlatılan, Aphrodite, Türk Mitolojisi'nde anlatılan, Ak Ene (Ak Ana), Ay-Atam ve Ay-va mitleri, Tanrı Kудay'ın (Ülgen) yarısı kadın, yarısı erkek olmak üzere insanları yarattığı mitler gibi bugüne kadar aktarılmış olan, kadınlarla ilgili tüm mitlerle bağlantı içerisindedir.

4.1.4. Alexandro Palombo'nun Kadına Yönelik Şiddeti Önlemek Üzere Tasarladığı Afişin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Alexandro Palombo'nun dünyaca ünlü kadın sinema sanatçılarının fotoğraflarını kullanarak, kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarladığı afişlerden, Gwyneth Paltrow'un portresinden yararlanarak gerçekleştirdiği afişin analizi.



Resim 35: Alexandro Palombo'nun Gwyneth Paltrow'lu kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarladığı afişi (McLean, 2015).

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Ünlü isimlerden faydalanarak hazırlanan afiş, son dönemlerde iyice tırmanan kadına yönelik şiddet olayları ile ilgili bir bilinç oluşturmak ve aile içi şiddeti sonlandırmak için hazırlanmıştır. Yaşanan şiddet olayı, kadın figürün yüzünün birçok yerinde bulunan morluklarla, tamamen olumsuz bir örnek gösterilmek suretiyle aktarılmıştır. Fotoğraf çekimi dışında çok fazla estetik kaygı güdülmediği görülmektedir. Afişin en üstünde siyah dikdörtgen içinde, beyaz, serifsiz, kolay okunur bir fontla ve tamamı büyük puntolarla yazılmış; "Life can be a fairytale (Hayat bir masal olabilir)" ve hemen altında beyaz bir dikdörtgen içerisine, siyah ile yine aynı font ve büyük puntolarla; "If you break the silence (Eğer sessizliği kırarsan)" yazmaktadır. Bu iki slogan birbirleriyle sağdan ve soldan bloklu şekildedir. Afişin ortasında, gri bir zemin üzerine ünlü sanatçı Gwyneth Paltrow'un darp edilmiş portresi yerleştirilmiştir. Portredeki figürün gözleri mavi, saç rengi ise sarıdır. Portrenin

görünen kısımdan anlaşılacağı üzere figür çıplaktır. Sanatçının yüzünde, gözlerinde ve dudığında makyaj vardır. Yüzdeki ağır darp izleri bu makyajı rahatlıkla baskılamakta ve dikkati kendi üzerine çekmektedir. Portrenin altında yani afişin alt kısmında; “No woman is immune from domestic abuse (Aile içi şiddete hiçbir kadının bağımsızlığı yoktur)” ve onunda altında “#stopviolenceagainstwomen (kadına şiddeti durdur)” hashtag’i bulunmaktadır. En sağ alt köşede ise, sanatçı kendini ifade eden, “Alexandro Palombo” yazan, adı ve soyadı ile oluşturduğu amblemini kullanmıştır.

	ANLATISAL GÖSTERGELER			TEKNİK GÖSTERGELER		
GÖSTERGE	KİŞİ	ZAMAN	MEKAN	RENK	İŞIK	BİÇİM
GÖSTEREN	Yüzünün birçok yerinde morluklar olan bir kadın	-	#stopviolence againstwomen Hashtag’i	Siyah Beyaz Gri Ten rengi, Mor	Gri zemin Figür üzerine paraflash ışıklar	Yüzünün birçok yerinde morluklar olan fakat mütebessim bir kadın portresi
GÖSTERİLEN	Şiddete maruz kalmış gösterilen bir kadın.	-	#stopviolence againstwomen twitter adresi	Karanlık Karamsarlık, Matem Ölüm, Temizlik, Saflik, Güven, Belirsizlik, Gizlenmek, Güvensizlik, Asalet, Duygusalılık, Zarafet, Kadınlık.	Belirsizlik, Fotografik çekim	Şiddetin fotoğraf üzerinde oynanarak gösterildiği anlaşılan ancak gerçeğine yakın bir şekilde efektlerle uygulanmış bir kadın portresi.

Tablo 7. Alexandro Palombo’ya ait “Stop Violence Against Women” afişinin anlatsal ve teknik göstergeleri

Teknik Göstergeler

Afiş tamamen yukarıdan aşağıya doğru okunmaktadır. Bu okumadan sonra da göz, sağ altta bulunan sanatçının ismine doğru kaymaktadır. Afişte kullanılan tüm göstergeler, tüm ayrıntılar nettir. Hangi göstergenin ilk önce izleyicisinin dikkatini çekmesi gerektiği tasarım esnasında çok tartışılmamıştır. Afiş karşımıza sanki bir gazete haberi gibi çıkmıştır. Yazı rahat okunabilmesi için serifsiz, düz, kolay okunur bir fontla yazılmış fakat tüm harfler büyük kullanılarak okuma akıcılığı yavaşlatılmıştır. Siyah ve beyaz, gri zemin üzerinde çok baskın bir şekilde ve yan yana kullanılmıştır. Bütün bu siyah beyaz ve grilik içerisinde, afişin tam ortasına

yerleştirilen, sarışın kadın figürü sanki bir gazetenin haber sayfasından fırlamış gibidir. Mavi gözleriyle bilinçli bir şekilde objektife baktırılarak, izleyicisiyle göz göze gelmesi sağlanmıştır. Kadının saçları tam ortadan ayrılmış, yüzünde, dudak ve gözlerinde makyaj vardır. Kadının yüzü; sol gözünün tamamı, sağ göz pınarından burnuna doğru, dudağının sol kısmından yanağına doğru ve sol burun deliği önünden yukarıya doğru olmak üzere morluk içerisindedir. İlk bakışta çok gerçekçi gibi görünen morlukların daha dikkatli bakıldığında, photoshop olduğu anlaşılmaktadır. Kadın figürün dudakları neredeyse gülümsemeye başlamış, çok az bir şekilde ön dişler görülebilmekte ve bu mütebessim yüz ifadesi gözlere de yansımaktadır. Sanatçı afişinde, ünlü bir isimden de faydalanarak, bir gazete haberine bakıyormuşuz gibi ilgimizi çekerek, hashtag adresine yönlenmemizi sağlamak istemektedir.

Afişin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Gözleri, yüzü darp edilmiş bir kadın figürü, şiddete maruz kalan bir kadının varlığını bize göstermektedir. Tasarımın, bir gazete sayfasındaki dizgi gibi oluşturulmuş olması, önemli bir gazetede önemli bir habere bakıyor hissinin uyandırıldığı, en altta kullanılan diyez işareti ve yanında kullanılan yazı ile tüm dünyada teknoloji kullanan herkesin bildiği “Hashtag” in ifade edildiği kodlardır.

Siyah; matemin, karanlığın, ölümün, beyaz; temizlik, saflık ve umudun, gri; belirsizlik, güvensizlik ve gizlenmenin, sarı; hareket, heyecanın, mor; duygusallık, asalet ve kadınlığın, ten rengi; yumuşaklık, canlılık ve insan varlığının, mavi; mantık, zekâ ve kendine güvenin aktarıldığı kodlardır.

Afişte Anlam Aktarımı

Afişte; siyah, beyaz, gri ve sarı renkler baskın, mavi ve mor renkler ise sadece küçük birer ayrıntı olarak görülmektedir. Dolayısıyla daha çok siyah, beyaz, gri ve sarı renklerin anlam aktarımından söz edilebilir. Burada siyah-beyazın baskın ve yan yana kullanımıyla pozitif ayrımcılığa bir gönderme yapılmış olma ihtimali yüksektir. Yazılar buldukları yerdeki renklerin üzerinde rahatlıkla okunabilmektedir ve afiş üzerinde büyükçe kullanıldıkları gibi, bütün harfler de büyük puntolarla yazılmıştır. Böylece gazetede önemli bir kişiyle ilgili, önemli bir habere bakılıyormuş gibi hissettirilerek, izleyicinin ilgisi çekilmeye çalışmıştır. Bu görüntünün oluşturulabilmesi için, okunurluk biraz olsun görmezden gelinmiştir.

Afişin en tepesinde büyükçe kullanılan sloganlarla bize; “Hayat bir masal olabilir, eğer sessizliği kırarsan” demektedir. Kadınların şiddet karşısında, hatayı kendinde görme, aile düzenini bozmama gayreti, sosyal konumlarını korumaya çalışmak gibi düşüncelerle bu durumu içselleştirmelerinden doğan sessizliklerine bir çağrı vardır. Afişin ortasındaki darp edilmiş kadın figür görüldükten sonra karşımıza çıkan ilk yazı da; “Aile içi şiddete hiçbir kadının başı şıklığı” yoktur şeklinde bir bilgilendirilmedir. Afişte, şiddet gören kadının yaşadığı gibi bir durumla karşılaşırsanız ya da buna şahit olursanız, bu durumda sessizliğinizi bozup alttaki Hashtag’ten (#stopviolenceagainstwomen) Twitter, Instagram gibi adreslerimizi ziyaret ediniz ve kadına yönelik şiddeti durdurunuz, işte o zaman hayatınız, bu portrede gördüğünüz ünlünün hayatı gibi yani masal gibi olur denilmektedir. Tasarımcı, kadın figür üzerindeki darp izlerinin biraz yapmacık durmasını istemiş hatta mütebessim bir portre kullanmayı tercih etmiştir. Dolayısıyla figürün gerçekten darp edilmediğini, bunun makyajla yapıldığını hissettirmeye çalışmıştır. Bu sayede afişi izleyen kadınlar, bu darp görüntüsünün afişteki sanatçıyı değil, aslında kendilerini ifade ettiğini anlayabileceklerdir. Böylece afiş; “şiddete sessiz kalma, cesaretli ol ve bu sanatçı gibi bir hayat sür, masal gibi bir hayat yaşa” anlam aktarımlarını gerçekleştirebilmektedir.

Bu afişte de kadının vücudunun bir kısmı çıplak olarak gösterilmiş ve yine bir kadının acizliği, savunmasızlığı ifade edilmiştir. Kadının gösterilen bir bölümünün, bütününe ifade ediyor olması da metnomiden yararlanıldığının göstergesidir.

Metnin Dizisel ve Dizimsel Yapısı

Afişteki zıtlıklar ve dizisellik; kavga-barış, karamsarlık-iyimserlik, korku-cesaret, esaret-özgürlük, acı-sevinç, ölüm-yaşam şeklinde oluşmuştur. Bu zıtlıkların ve dizilerin düzenli biraraya gelmesiyle de metnin dizimselliği ortaya çıkmıştır.

kavga	barış
karamsar	iyimser
korku	cesaret
esaret	özgürlük
acı	sevinç
ölüm	yaşam

Tablo 8. Alexandro Palombo’nun “Stop Violence Against Women” afişindeki dizimsellik ve karşıtlıklar

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

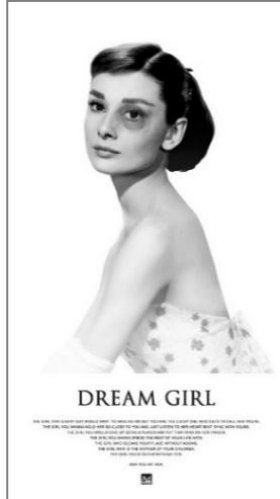
Sanatçının, dünyaca tanınan, ünlü film yıldızı Gwyneth Paltrow'un fotoğrafını kullanmış olması, afişin yine geçmişte kadınlarla ilgili anlatılan mitlerle bağlantı içerisinde olduğunun göstergesidir. Ayrıca slogan ve kullanılan kadın figürüyle birleştiğinde masalsı bir anlatım ortaya çıkarılmak istendiği de görülmektedir.

Metnin Metinlerarasılığı

Şiddet görmüş bir kadın portresi kullanılarak, aile içinde şiddet gören tüm savunmasız kadınlarla ve bugüne kadar tüm söylencelerdeki ve masallardaki kadınlarla ayrıca geçmişten bugüne gazetelerde çıkan tüm kadın ve kadına yönelik şiddet haberleri ile de afişin bir metinlerarasılığından söz edilebilir.

Kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan diğer afişlere de kısaca bir göz atıldığında, ne tür göstergeler kullanıldığı, nasıl kullanıldığı ve izleyiciye neler aktarıyor ya da aktarıyor olabileceğinin tespiti, bir sonuca varılabilmesi açısından önemli olacaktır.

1929-1993 yılları arasında yaşamış olan ünlü sinema sanatçısı Audrey Hepburn'ün bir portre fotoğrafından yararlanılarak Agnes Kan tarafından tasarlanmış, aile içi şiddeti durdurmaya yönelik afişi (Resim 36). Audrey Hepburn'ün sol gözü mor bir şekilde kullanılarak şiddet gören bir kadın göndermesi yapılmıştır.



Resim 36: Agnes Kan tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afişi “Dream Girl” (Kan, 2015).

Connie Y. Chan tarafından yine aile içi şiddeti durdurmaya yönelik, photoshop tekniğiyle, gerçeğe yakın bir şiddet görüntüsü yakalamaya çalışılmış bir afiş (Resim 37). Kadın fotoğrafının hemen her yeri darp edilmiş görülmektedir. Figürün ağzını

kapatan elin, bilek kısmında yazan “Love” kelimesi bu şiddetin, bir sevgili veya koca tarafından uygulandığını bize göstermektedir.



Resim 37: Connie Y. Chan tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afişi “Human Rights” (Chan, 2011).

Suudi Arabistan’da kadın istismarının önüne geçmek ve bu konuda bir bilinç uyandırmak için, Kral Halid Vakfı desteği ile Memac Ogilvy tarafından gerçekleştirilen bir afiş (Resim 38). Burada sadece gözleri görünen ve sol gözü ciddi derecede mor, kapalı bir kadın figürü kullanılmış. Afişte izleyiciye, istismar edilen, şiddet gören bir kadın gösterilmek istenmektedir.



Resim 38: Memac Ogilvy tarafından tasarlanan Kral Halid Vakfı desteği ile gerçekleştirilen aile içi şiddeti önlemeye yönelik afişi “Human Rights” (Ogilvy, 2015).

Yaratıcı yönetmen Andy Greenaway ve Richard Copping tarafından bizlere aktarılan “Sözlü Suistimaller” afişi (Resim 39). Afişte sözel bir şiddetin fiziksel bir şiddet gibi gösterilmesiyle, bu tür şiddet türlerinin de kadınların canını çok yaktığı, onları yaraladığı göndermesi yapılmaktadır.



Resim 39: Yaratıcı yönetmen Andy Greenaway ve Richard Copping, sanat yönetmeni Ronojoy Ghosh ve Ng Pei Pei, metin yazarları Simon Jenkins ve Andrew Petch, sanat alıcısı Adrel Law ve Saatchi & Saatchi Ajansı tarafından Singapur'da gerçekleştirilen ayrıca Teo Fotoğraf Stüdyosu'nda çekilerek Kendrick Wong tarafından rötuşlanan "Sözlü Suistimaller" kampanya afişi (theinspirationroom.com, [15.04.2017]).

Georgios Mardas tarafından tasarlanmış, Leonardo da Vinci'ye ait "Mona Lisa" tablosunun kullanıldığı bir afiş (Resim 40). Tablodaki kadın figürü bir gözü mor tasvir edilmektedir. Şiddet gören bir kadının yanı sıra şiddet olaylarının maalesef geçmişten bugüne aktarıldığını da ifade etmektedir. Ünlü bir tablo kullanılması afişin dikkat çekiciliğini artırmaktadır.



Resim 40: Sanat yönetmeni Georgios Mardas önderliğinde, metin yazarlığını Periklis Matsoukis'in yaptığı, Uluslararası Af Örgütü tarafından kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan yarışma afişi "Ona gülümsemeden yaşar mıydın?" (psiimpact.com, [15.04.2017]).

Marco Jeurissen tarafından aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş (Resim 41). Afişte beyaz alan içerisinde küçük bir ev tasvir edilmiş ve bu eve biri mor olmak üzere iki göz eklenerek, kadın ve ev figürü birlikte kullanılmak suretiyle kadın ev ile ilişkilendirilmiştir. Böylece aile içerisinde şiddet yaşayan bir kadın ifade edilmek istenmiştir. Bu evin çevresinde bulunan kırmızı bölümlerde de bağırarak, saldıran bir erkeğin eli, yumruğu, yüzü ve gözleri gösterilmiştir. Kırmızının baskın kullanımıyla izleyiciye aktarılmak istenen şiddet duygusu daha da artırılmıştır.



Resim 41: Marco Jeurissen tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş (Dalmasso, 2017).

JWT Ajasının, João Espírito Santo tasarımı ile (Resim 42) ortaya çıkardığı, Portekiz APAV Mağdur Desteği Derneği için yapılan yine aile içi şiddeti durdurmaya yönelik bir afiş. Afişte yalvarır gibi boynunu hafif derecede kendi sağına doğru eğmiş, sağ gözü ve dudak kenarı mor bir kadın portresi kullanılmış. Kadının ağzı sanki kendi eliyle kapatılmış gibi görünmekte daha dikkatli bakıldığında ise, bir erkek eliyle “sus” yapar şekilde kapatıldığı farkedilmektedir. Yararlanılan bu metafor bize, kadının aile içi şiddet yaşadığını ve buna sessiz kalmak zorunda bırakıldığını aktarmaktadır.



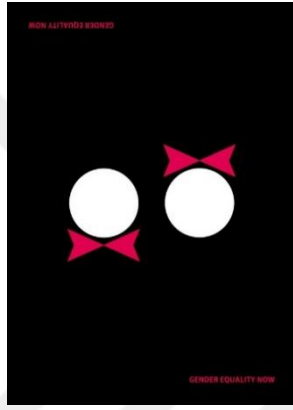
Resim 42: JWT Ajasının, Portekiz APAV Mağdur Desteği Derneği için hazırladığı ve João Espírito Santo tarafından tasarlanan aile içi şiddeti önlemeye yönelik afiş “Sessizlik Acıtır” (www.creativeadawards.com, [15.04.2017]).

Görüldüğü üzere afişlerde kullanılan mitler, metaforlar ve kodlar yardımıyla kadına yönelik şiddetin önlenmesi gerekliliği aktarılmaya çalışılırken bunun yanı sıra, hep mor gözlü, darp edilmiş, aciz, suskun, kadın göstergeler kullanılmıştır. Şiddetin

doğrudan gösterildiği bu afişlerin dışında, farklı göstergelerin kullanıldığı ve farklı uygulamaların yapıldığı afiş tasarımları da vardır.

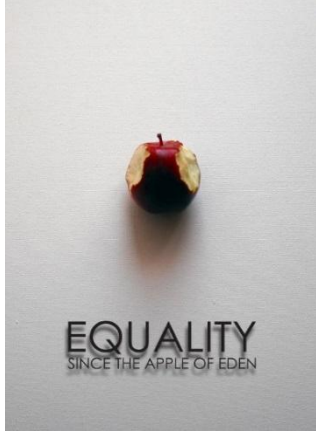
4.2. Şiddet Görüntüleri Kullanılmadan Tasarlanan Kadın-Erkek Eşitsizliğinin Gösterildiği Afişler

Aurora Deltell tarafından tasarlanan afişte (Resim 43), siyah zemin üzerinde, kadın ve erkek başını ifade eden iki yuvarlak kullanılarak, erkeğin papyonu, kadının tokası, bu yuvarlakların altına ve üstüne yerleştirilmiş böylece dengeli bir görüntü meydana getirilmiştir. Bu göstergelerle, aslında kadın ve erkeğin birbirinden farklı olmadığı aynı zamanda eşit olduğu ifade edilmiştir.



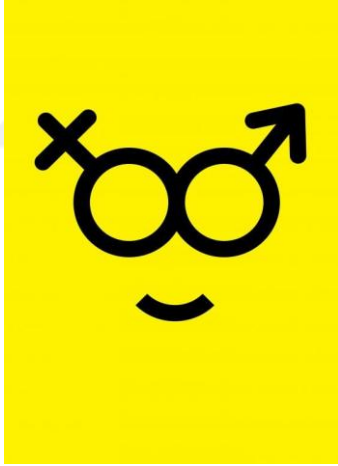
Resim 43: Aurora Deltell tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afişi “Gender Equality Now” (Deltell, 2017).

Hünel Özgür’e ait afişin (Resim 44) tam ortasında, iki yanından eşit derecede ısırılmış kırmızı bir elma vardır ve altında; “Equality” ve “Eden elmasından bu yana” yazmaktadır. Afişte, hep şeytani olduğu, erkeğin aklını çeldiği gibi düşüncelerle adeta günah keçisi ilan edilen kadının, eğer ortada bir suç varsa erkekle aynı derecede bu suçtan sorumlu tutulabileceği ifade edilmeye çalışılmıştır. Sadece ortada bir elma kullanarak izleyiciyi geçmişle bir bağ kurmaya yöneltmiş, ayrıca afişte görünmeyen bir kadın ve bir erkeği de ifade edebilmiştir. Kadına uygulanan cinsiyet ayrımcılığı ve şiddet zaten tüm dünya tarafından bilinmekte olduğu için bu göstergelerin kullanımına ihtiyaç duyulmamıştır. Afişe bakıldığında aktarılmak istenen herşey izleyicinin zihninde gereken çağrışımı yapabilmektedir.



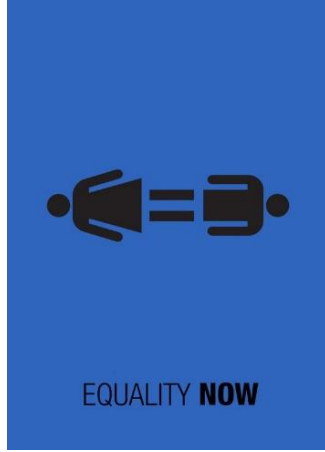
Resim 44: Hünel Özgür tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Âdem elmasından bu yana” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

Carlos Arias tarafından tasarlanan afişte (Resim 45), kadın ve erkek sembollerini birleştirilerek ve altına da küçük bir kıvrık çizgi yardımıyla, insan yüzüne benzeyen bir görüntü meydana getirilmiştir. Afişte, kadın-erkek eşitliğini sağlamayı başardığımızda o zaman mutlu bir dünyaya kavuşabileceğimiz ifade edilmektedir.



Resim 45: Carlos Arias tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Happy” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

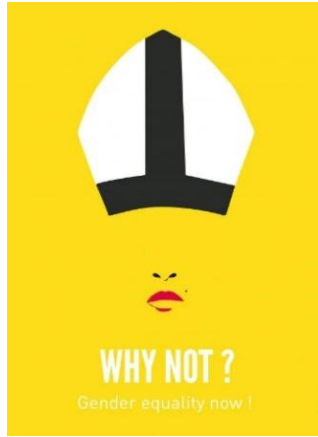
Raouia Boularbah tarafından tasarlanan kadın-erkek eşitliğini ifade eden afişte (Resim 46), kadın ve erkek piktogramları yan çevrilerek kullanılmış ve ayak kısımlarıyla da eşittir işareti ortaya çıkarılmıştır. “Equality Now (Hemen şimdi)” sloganıyla da göstergeler desteklenmiş, hemen, şimdi ve bundan sonra artık eşitlik için çaba sarf edelim anlamı izleyiciye aktarılmak istenmiştir.



Resim 46: Raouia Boularbah tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Equality Now” (pinterest.com, [15.04.2017]).

Eşitliğin gösterildiği bu afişlerin yanısıra, eşitsizliğin de şiddet görüntüleri kullanılmadan gösterildiği afişler vardır;

Marie Osscini tarafından tasarlanan “La Papesse” afişinde (Resim 47), kullanılan göstergelerle, geçmişten bu güne dini argümanlarla desteklenen cinsiyet eşitsizliğine gönderme yapılmaktadır. Slogan olarak da “Why not (Neden olmasın?)” ifadesi kullanılmıştır. Afişte, her zaman bir “Aziz”in dini lider olabilmesi yanında, neden bir “Azize”nin de dini lider olamadığı eleştirilmiştir.



Resim 47: Marie Osscini tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “La Papesse” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

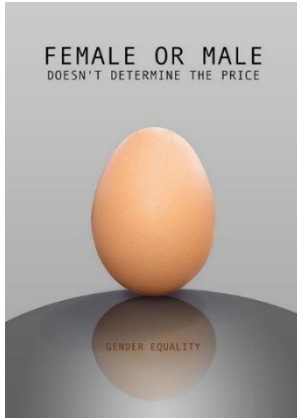
Elias Riedmann’ın cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmak adına tasarladığı afişi (Resim 48). Tasarımda gösterge olarak erkek piktogram ve onun gölgesi gibi gösterilmiş kadın piktogram kullanılmıştır. Erkek figür, kadını elinden tutarak yerden kaldırmaktadır. Kadın görüntüsünün, erkeğin gölgesinden oluşturulmuş olması, zaten

kadının erkekle bir olduğunun ifadesidir. Erkek zaten kendinden olanı layık olduğu yere, yanına çekmektedir.



Resim 48: Elias Riedmann tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Stand Up” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

Roozbeh Jafarzadeh tarafından tasarlanan afişte (Resim 49), sadece bir yumurta vardır ve “Female or Male (Kadın veya Erkek)” sloganı kullanılmıştır. Afişte, hepimizin bir yumurtadan meydana geldiği, kadın veya erkek olmanın kendi tercihimizle gerçekleşmediği gibi göndermeler yapılmıştır. Dolayısıyla cinsiyet eşitsizliğinin yanlış bir düşünce olduğu ve herkese eşit davranılması gerektiği hedef kitleye aktarılmaktadır.



Resim 49: Roozbeh Jafarzadeh tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Female or Male” (Jafarzadeh, 2012).

Bu afişlerde de görüldüğü üzere, anlam aktarımları hiçbir şiddet görüntüsü kullanılmadan ustaca yapılmıştır. Kadına yönelik şiddeti veya eşitsizliği önlemek üzere tasarlanan bu afişlerin yanı sıra, az da olsa kadının güçlü gösterildiği, eşitlik mücadelesi için onları cesaretlendiren afişler de vardır. Bu afişler de yine kadının erkekle eşit olması gerektiğini ifade eden, şiddetin önüne geçmeye çalışan afişlerdir.

Bu afişlerde yine kadın-erkek eşitliği ve eşitsizliğinin anlatıldığı afişlerde olduğu gibi şiddet görmüş kadınlar gösterilmeden anlam aktarımları sağlanmaktadır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın kadına yönelik şiddeti önlemek üzere başlattığı kampanya için kullanılan afişte (Resim 50), kendine güvenli bir şekilde duran kadına doğru bir yumruk gelmekteyken, “Kadına el kaldıran bizi karşısında bulur” tipografisiyle bu yumruk engellenmiştir. Böylece, şiddet gören kadınlara, devlet olarak yanınızdayız mesajı verilmiştir. Her ne kadar şiddet unsuru bir gösterge (yumruk) kullanılmışsa da kadın figürün uzağında tutulmuş ve kadın figür üzerinde herhangi bir darp göstergesi kullanılmamıştır. Bununla beraber az sayıda da olsa kadınların daha güçlü gösterildiği afişler de vardır.



Resim 50: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş (<http://eydb.aile.gov.tr>, [16.04.2017]).

“We can do it (Yapabiliriz)” posteri, 2. Dünya Savaşı'nda J. Howard Miller tarafından Westinghouse Elektrik Şirketi için hazırlanmış, Amerikan savaş progaganda afişidir (Resim 51). Afiş, tasarlandığı dönemde çok popüler olmasa da 1980 yıllarında tekrar keşfedilerek savaş dönemi güçlü Amerikan işçi kadınının kültürel bir simgesi olmuştur. Bu afiş, “Rosie the Riveter” gibi isimlerle birçok farklı tekrar ile yeniden üretilmiştir. 1980 yıllarından sonra da feminist progaganda aracı olarak birçok politik alanda kullanılmıştır (<https://tr.wikipedia.org>, [20.04.2017]).



Resim 51: J. Howard Miller tarafından hazırlanan afiş, (wikipedia.org, [20.04.2017]).

1914'te Almanya'da feminist hareketi başlatmak için tasarlanan afişte (Resim 52), elinde kırmızı büyük bir bayrak sallayan kadın figürü bulunmaktadır. Sonraki yıllarda yine Almanya'da ataerkil yöneticileri rahatsız etmiş olmalı ki kullanımı yasaklanmıştır.



Resim 52: 1914'te Almanya'da feminist hareketi başlatmak için tasarlanan Kadın Hareketi afişi, (wikipedia.org, [20.04.2017]).

Bolivyalı sanatçı, Michelle Andrea Luque'nin “Kadın Hakları Mücadele Günü” afişi (Resim 53). Afişte bir kırmızı kadın eli yumruk yapılmış vaziyette bir gül dalı üzerinde konulmuştur. Böylece bu kadın yumruğu gülün yaprak kısmını oluşturmuştur. Yumruk şeklindeki çiçek göstergesi, şiddet ve eşitsizlikler karşısında, kadın mücadelesini ve bu göstergenin sağ yukarıya doğru kullanılması, yükselen grafiği ifade etmektedir. Böylece kadınlar cesaretlenecek ve diğer mücadele eden kadınlarla güç birliği yapacaklardır.



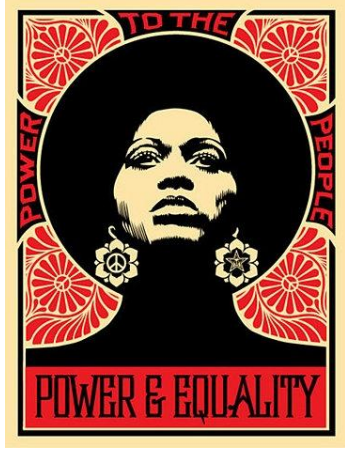
Resim 53: Bolivyalı sanatçı, Michelle Andrea Luque'nin “Kadın Hakları Mücadele Günü” afişi, (www.posterfortomorrow.org, [20.04.2017]).

Amerika’da 1890 yılında kurulan Kadın Oy Toplama Birliği (NAWSA) ve 1913’te kurulan Ulusal Kadın Partisi (NWP) işbirliğiyle oluşturulan afiş (Resim 54). Kadınların daha fazla haklara sahip olmasının yanı sıra, ilk önce oy kullanma hakkına sahip olabilmeleri için başlattıkları kampanya afişinde, güçlü bir işçi kadını kullanılmıştır. Kadın pazusunu sıkmış, gülümseyerek pazusuna doğru bakmaktadır. “Kadınlar çalışıyor, kadınlar oy kullanıyor” sloganı ve güçlü kadın figürüyle, kadınların haklarına kavuşması için destek istenmektedir.



Resim 54: Kadın Oy Toplama Birliği ve Ulusal Kadın Partisi'nin işbirliği ile hazırlanan afiş, (Truong, 2015).

Shepard Fairey tarafından tasarlanan, 1970’li yıllarda kadın direnişinin ikonu haline gelen Angela Yvonne Davis’in vektörel tarzda bir portresi kullanılarak meydana getirilmiş “Güç ve Eşitlik” afişi (Resim 55). Davis’in portresi başı dik, cesur, mağrur, boyun eğmeyecek bir şekilde karşıya bakmaktadır. Portrenin aşağıdan gösterilmesi figürü yüceltmektedir. Ayrıca figürün ikonik bir şekilde hacin ortasına yerleştirilmiş olmasıyla birlikte Davis’in ilahlaştırılmasının ötesinde, insanlığın kutsallaştırılması söz konusu hale getirilmiştir.



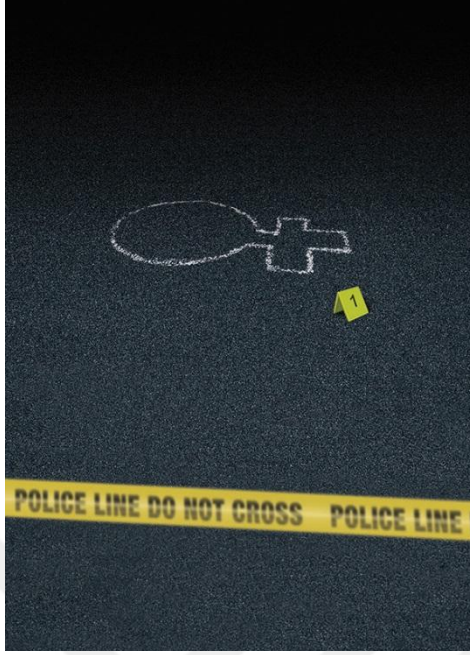
Resim 55: Shepard Fairey'in "Güç ve Eşitlik" afişi, (Aiello, 2017).

Analizlerinin özeti verilen bu afişlerde de mesajın izleyiciye çok güzel aktarılabilirdiği görülmektedir. Fakat tabii ki göstergelerin anlamlandırılmasında eğitim ve kültüre dayalı farklılıklar ortaya çıkabilir. Burada dikkat çekilmesi gereken nokta, diğer kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afişlerden farklı olarak, şiddet gören kadınlar yerine, güçlü görünen kadın göstergeler kullanılmış olmasıdır.

4.3. Araştırma Kapsamında Tasarlanan Örnek Afişler

Bu çalışma kapsamında dünyada ve Türkiye’de kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afişler, göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda görüldüğü üzere, söz konusu afişlerde şiddet önlenmeye çalışılırken bir taraftan da kadınlar erkekten aşağı seviyede, şiddet görmüş, güçsüz, zayıf, umutsuz, aciz, susturulan, bunu içselleştirmiş bir görüntüyle sunulmaktadır. Bu tür göstergelerin izleyicisinde, kadının çaresiz, güçsüz, şiddet uygulanabilen bir birey olduğu yan anlamını da doğurması kaçınılmazdır. Tüm dünyada kadınlara uygulanan cinsiyet ayrımcılığı bilinen bir gerçek iken, bunu göstergeler aracılığı ile tekrar tekrar vurgulamak yerine, şiddet görüntüleri kullanmadan, şiddete gönderme yapan hatta kadınların güçlü gösterildiği afişlere yönelmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Nitekim şiddet unsuru kullanılmadan tasarlanan afişlerin de anlam aktarımlarını ne denli başarıyla yaptığı ortadadır. Aşağıda, tüm bu veriler ışığında, şiddete gönderme yaparken veya eşitsizliği ifade ederken, kadının şiddet gördüğü görüntüleri kullanmadan tasarlanmış afişlere ve kadının tamamen güçlü gösterildiği afişlere yer verilmiştir;

Örnek Afiş Tasarımı 1:



Resim 56: Şiddet görüntüsü kullanılmadan kadına yönelik şiddetin eleştirildiği afiş.

Afiş, hem vektörel hem de imaj programları kullanılarak meydana getirilmiştir. Afişte (Resim 56); gece vakti bir cadde üzerinde yerde yatan ve etrafı olay yeri inceleme ekipleri tarafından tebeşirle çizilmiş kadın sembolü bulunmaktadır. Bu kadın sembolünün hemen yanında olay yerindeki delillerin yerlerinin belirlenmesi için kullanılan, üzerinde “1” yazan küçük plastik obje bulunmaktadır. Son olarak da izleyiciye en yakın pozisyonda bulunan olay yerini korumaya yönelik çekilen “Police line do not cross (Polis hattı geçmeyiniz)” ibaresinin bulunduğu sarı şerit bant görülmektedir. Afişte en net alan kadın sembolü ve üzerinde “1” yazılı plastik objedir. Diğer alanlar fotografik bir etki verilebilmesi için flu hale getirilmiştir. Çalışmada şiddet görüntüleri kullanılmadan ölümlerle dahi sonuçlanabilen kadına yönelik şiddet olaylarına gönderme yapılmıştır. Yerde yatan tebeşirle çizilmiş göstergenin, bir kadın figürü değil de bir kadın sembolü olarak kullanılması sadece bir kadının değil, kadınlığın aşağılanması, bastırılması ve yok edilmeye çalışılmasını eleştirmektedir. İzleyiciye yapılan aktarım herhangi bir kadına yönelik şiddet görüntüsü kullanılmadan gerçekleştirilmiştir.

Örnek Afiş Tasarımı 2:

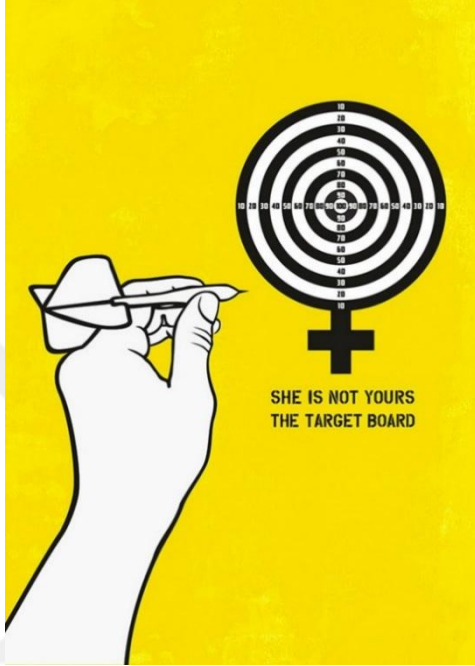


Resim 57: Şiddet görüntüsü birebir kullanılmadan, kadının erkin baskısı altında susmak zorunda bırakıldığını gösteren afiş.

Afişte (Resim 57); ağız siyah bir papyon ile kapalı, sarışın ve mavi gözlü bir kadın figür vektörel olarak kullanılmıştır. Her ne kadar nadiren kadınlar tarafından da kullanılsa, siyah papyon erki ifade etmektedir ve kadının ağzının papyonla kapatılmış olması da kadının ataerkil baskı altında susmak zorunda kaldığı yan anlamını doğurmaktadır. Afişte, sadece kadının portresinin kullanılması ve bu portrenin kadının bütünü temsil ediyor olması bir metonimi kullanımının göstergesidir. Afişin arka planı bu baskı ortamındaki cahilliği ve karamsarlığı ifade etmek için siyah kullanılmıştır. Kırmızı kolye ve kıyafet şiddete bir gönderme yapmasının yanı sıra afişin dikkat çekiciliğini ve duygusal yoğunluğunu artırmak üzere kullanılmıştır. Kadının zayıf, aciz bir görüntü sergilememesi bakımından boynu bükük, kaşları düşük, gözü yaşlı, gözü mor veya daha farklı bir şiddete maruz kalmış bir şekilde gösterilmemesine dikkat edilmiştir. Hatta bunun tam tersine sarışın, mavi gözlü, modern, bakımlı, dinç bir kadın figür tercih edilmiştir. Ayrıca kırmızının güç ve iktidarı seven, hırslı, azimli kişilerin tercih ettiği bir renk olduğu düşünüldüğünde, kırmızı giyen bu kadının, erkek baskısına boyun eğmeyeceği ve bununla sonuna kadar mücadele edeceği sonucuna da varılabilir. Bu göstergelerle ataerkil yapı ile mücadele edilebileceği hatta edilmesi gerekliliği izleyiciye aktarılmaktadır. Bununla beraber

bazı toplumlarda papyonun modern erkeğin tercihi olduğu düşünülürse, ataerkil baskının modern erkek tarafından da uygulanabileceği yan anlamının doğması da kaçınılmaz olacaktır.

Örnek Afiş Tasarımı 3:



Resim 58: Şiddet görüntüsü kullanılmadan, kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afiş.

Afişte (Resim 58); bir dart ve bu darta ok atmak üzere olan bir erkek eli bulunmaktadır. Dart tahtasının alt kısmına artı işareti eklemek suretiyle kadın sembolü ortaya çıkarılmıştır. Çalışma vektörel olarak meydana getirilmiştir. Doğada sarı, siyah ve beyaz renklerinin yan yana gelmesinin, bir tehlikenin varlığını işaret ettiği bilinmektedir. Dolayısıyla afişte de bu renkler aynı sebeple tercih edilmiştir. Arka plandaki sarı zemindeki eskitme görüntüsü gerilimi biraz daha artırmaktadır. Erkeğin sadece kolunun bir kısmının gösterilmesiyle bütün bir erkek ifade edilmiş ve metonomiden yararlanılmıştır. Slogan olarak, kavga ve savaş ortamını ifade etmesi için de stencil tarzda bir fontla; “She is not yours the target board (Sizin hedef tahtanız değildir)” cümlesi kullanılmıştır. Afiş, bu kadına yönelik şiddete karşı çıkan sloganıyla beraber, şiddet göstergelerine yer vermeden sadece şiddete gönderme yaparak anlam aktarımını sağlamaktadır.

Örnek Afiş Tasarımı 4:



Resim 59: Şiddet görüntüsü kullanmadan ataerkil baskının ifade edildiği afiş.

Afiş (Resim 59); vektörel ve fotoğraf programlarından faydalanılarak meydana getirilmiştir. Afişte erkeği temsil ettiği bilinen kravat, ters çevrilmek suretiyle kullanılmıştır. Dolayısıyla kravat göstergesinin ters kullanılması ile idam düğümü görüntüsü ortaya çıkmıştır. Böylece toplumsal erkin, töre, namus gibi cinayetleri önlemeyle yeterince meşgul olmaması, bilerek veya bilmeyerek bu çarkın dönmesini desteklemesi eleştirilmektedir. Çok sık kullanılan lacivert çizgili kravat, halat görüntüsünü daha iyi çağrıştırmaları bakımından tercih edilmiştir. Ayrıca kravatın kullanılan mora yakın lacivert, zemin rengiyle sıcak-soğuk ilişkisinin yanı sıra zıtlık ve tamamlayıcılık ilişkisi içerisindedir. Lacivert, büyüklük ve otoritenin de rengidir. Ancak kravat tek başına lacivert değil beyaz ile birlikte kullanılmıştır. Beyaz da, içinde saflığı, temizliği ve ışığı barındırmaktadır. Dolayısıyla burada otorite ve kurtuluş arasında kalmaktan da söz edilebilir. Afişin altında slogan olarak “Stop Violence (Şiddeti Durdur)” yazmaktadır. “Violence” kelimesinin “O” harfinin altına artı işareti konularak kadın simgesi oluşturulmuş ve kadına şiddete gönderme yapılmıştır. Bu sloganla beraber toplumsal erkin kadına uyguladığı baskı duygusu pekiştirilmiştir. Afiş, kadına yönelik şiddetin uygulandığı bir görüntüye başvurmadan, tamamen metaforik bir göndermeyle aktarımını sağlayabilmektedir.

Örnek Afif Tasarımı 5:



Resim 60: Şiddet görüntülerinden uzak, kadının ev ile erkeğin ise dışarıyla ilişkilendirilmesinin eleştirildiği afif.

Afif (Resim 60); vektörel formatta hazırlanmış ve üzerinde bir kadın ve bir erkek piktogramı bulunmaktadır. Ayrıca bu piktogramlardan daha büyük şekilde kullanılan bir erkek eli yukarıdan kadraja girmektedir. Bu kadraja giren beyaz el gücü temsil etmektedir. Bu aynı zamanda bir metonimi kullanıldığının işaretidir. Bu el, kadın piktogramın üzerine ev piktogramı koyarak, kadını eve hapsetmiştir. Böylece, kadın evin içerisinde erkek ise dışarısında kalmıştır. Dolayısıyla ataerkil toplumlarda sıklıkla karşılaşılan, kadının ev ile erkeğin ise dışarı ile ilişkilendirilmesi sorunu eleştirilmektedir. Arka planda kullanılan sarı eskitme zemin ile afifin dikkat çekiciliği artırılmış ve bir tehlikenin varlığı hissettirilmiştir. Yine bu anlam aktarımı, izleyicisine herhangi bir şiddet görüntüsü göstermeden sağlanmıştır.

Örnek Afiş Tasarımı 6:



Resim 61: Şiddet görüntüleri kullanmadan kadına yönelik baskının ifade edildiği afiş.

Tamamen vektörel formatta hazırlanan afişin (Resim 61) üzerinde bir kadın portresi bulunmaktadır. Kadın figür, mümkün olduğunca ifadesiz bir şekilde izleyicisine bakmaktadır. Afişin arka planı kadınların yaşamış olduğu sorunun ağırlığını ifade etmesi bakımından siyah olarak kullanılmıştır. Figürün saç rengi kırmızı, tişörtü kırmızı ve göz rengi ise yeşildir. Yeşil göz renginin, kırmızı ile kontrast ve komplementer olmasının yanı sıra, kadının, kararlılığı, kendine önem veren ve güvenen biri olduğu hissi uyandırılmak istenmiştir. Figürün üzerindeki kırmızı tişört, şiddete gönderme yapmasının yanı sıra, afişin dikkat çekiciliğini ve duygusal yoğunluğunu artırması bakımından da önemlidir. Afişte sadece portre ile anlatımın sağlanması ve bunun kadının tamamını ifade ediyor olması bir metonominin varlığına işaret etmektedir. Kadının tam ağzının üzerinde bilgisayar ve android telefonlarda kullanılan ses simgesi, sesin tamamen kısıldığını gösterir şekilde kullanılmıştır. Ayrıca bilgisayarlarda klavyeden ses açıp kapatırken ekrana çıkan transparan görüntüye benzemesine çalışılmıştır. Simgenin net bir şekilde görülebilmesi ve kadının suskunluğunun ifade edilebilmesi için portreye ağız çizilmemiştir. Kırmızının güç ve iktidarı seven, hırslı, mücadeleci, azimli kişiler tarafından tercih edildiği bilinmektedir. Dolayısıyla, kırmızı tişört giymiş bu kadının da ataerkil yapıya boyun eğmeyeceği ve

bununla mücadele edeceği düşünülebilir. Nitekim afişin en alt kısmında kırmızı tişörtün üzerine gelecek şekilde “Ses ver!” sloganı yerleştirilmiştir. Bu yazı, Ludwig Hohlwein’in modern ve güçlü kadını resmettiği afişlerinde kullandığı bir tipografidir. Ayrıca bu yazı tipi, kadına yönelik şiddetin geçmişten bu güne devam ettiğini ifade etmesi bakımından, geçmişe bir gönderme yapmak amacıyla da tercih edilmiştir. “Ses ver” sloganı afişteki gibi bir durumla karşı karşıya kalan kadınlardan ses vermesini istediği gibi, bu gibi durumlarla karşılaşan herkesin şiddet karşısında ses çıkarmasını da istemektedir. Bununla beraber teknolojiyi çağrıştıran bir ses piktogramı kullanılarak, herşeyi interaktif ortamdan takip eden izleyicilerden şiddet için ses vermeleri istenmiş, böylece sadece bir ses simgesi ile birden fazla yan anlam ortaya çıkarılmıştır. Sloganın beyaz renkte yazılmış olması, arka planda siyah ile verilen karamsar tablodan kurtulmaya ve aydınlığa yönelik bir davet niteliğindedir. Bu afişte de anlam aktarımı yine kadına yönelik şiddet görüntüleri kullanılmadan yapılmıştır.

Örnek Afiş Tasarımı 7:



Resim 62: Ataerkil yapıyı bilerek veya bilmeyerek destekleyen kadınların eleştirildiği afiş.

Afiş vektörel ve imaj programları kullanılarak meydana getirilmiştir (Resim 62). Afişte kırmızı eskitme bir arka plan önünde güzel, bakımlı ve modern bir kadın portresi bulunmaktadır. Afişin üst bölümünden kadraja girmiş olan silüet halinde kullanılmış erkek eli, bu kadını hipnotize etmek üzere zincirin ucuna bağlı erkek

sembolünü sallamaktadır. Erkek sembolü göstergesi, ataerkil yapıyı daha iyi vurgulamak için mavi olarak kullanılmıştır. Bu hipnozdan meydana gelecek tehlikeyi çağrıştırmaları bakımından arka plan kırmızı seçilmiş ve gerilimi artırmak için bu renk üzerine eskitme uygulanmıştır. Yukarıda bulunan siyah silüet halindeki erkek eli, erki ve gücü temsil etmesi bakımından beyaz tenli olduğu anlaşılacak bir şekilde gösterilebilirdi. Fakat aslında etik olmayan yollarla kadını erkeğe boyun eğdirmek için uğraşan bu elin karanlık kullanılması, ataerkil kabullerden kaynaklanan adaletsizlik duygusunu da aktarması bakımından tercih edilmiştir. Afişte kadın farkında olmadan ataerkil yapıya hizmet edecek duruma gelmektedir. Güzel, bakımlı, modern bir kadın seçilmiştir çünkü çocuklar doğduğundan itibaren patriyarkal adeta bir hipnoz gibi başlamaktadır ve modern dahi olsa bireyleri kontrol etmektedir. Burada yeşil gözlü bir kadın ve yeşil bir elbise tercih edilmesinin nedeni, kırmızı ile zıtlık ve tamamlayıcılık ilişkisinin yanı sıra bu durumdan kurtulmaya gücü yetecek bir kadın imajı sergilemektir. Yeşil giymeyi tercih edenlerin, hedeflerinden sapmayan, kararlı, bir nebze de olsa kendini beğenen tutumlar sergileyen kişiler olmaları, mevcut patriyarkaldan kurtulma mücadelesi verebilecek bir kadını ifade etmesi bakımından önemlidir. Sadece kadın portresi ve silüet halinde bir erkek elinin kullanılması ve bunların parçası oldukları bütünü temsil edebilmeleri, metonomi kullanıldığını göstermektedir. Afişte, ataerkil yapıya bilerek bilmeyerek destek olan kadınlar eleştirilirken, herhangi bir şiddet görüntüsü kullanılmamıştır.

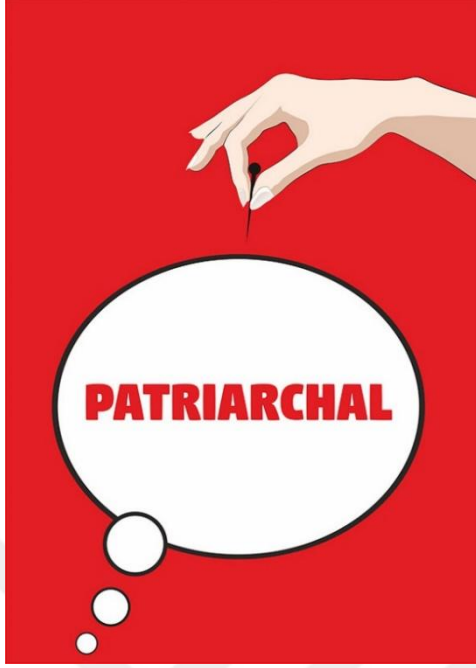
Örnek Afiş Tasarımı 8:



Resim 63: Kadın-erkek eşitliği için pozitif ayrımcılığın, bu eşitlik sağlanana kadar gerektiğini vurgulayan afiş.

Pembe rengin tercih edildiği afişte (Resim 63), kadın ve erkek piktogramları kullanılmış ve afiş teknik olarak tamamen vektörel olarak meydana getirilmiştir. Arka planda pembe rengin kullanılması, pozitif ayrımcılığa gönderme yaparak bir müddet dahi olsa kadından yana tavır alınmasının önemine işaret etmektedir. Erkek piktogramının altında bir tane kare katman varken, kadın piktogramının altına iki tane konulmak suretiyle, kadın ve erkek eşit boy hizasına getirilmiştir. Bu göstergeler kadın ve erkeğin eşit olması gerektiği anlamını da doğurmaktadır. Slogan olarak da; “Pozitif Ayrımcılık” ifadesi kullanılmıştır. Bu sloganın altında bilgilendirme amaçlı; “Sadece eşitlik sağlanana kadar gereklidir” cümlesi vardır. Böylece kadın-erkek eşitsizliği şiddet görüntüleri kullanılmadan gösterilerek, pozitif ayrımcılığın eşitlik sağlanana kadar uygulanması gerektiği ve bunun önemi ifade edilmeye çalışılmıştır.

Örnek Afiş Tasarımı 9:



Resim 64: Kadının patriyarkalın üstesinden gelebileceğini ifade eden afiş.

Kırmızı arka plan kullanılarak meydana getirilen afiş (Resim 64), vektörel formatta oluşturulmuştur. Afişin hemen hemen ortasında bir düşünce balonu yer almaktadır. Bu balonun içinde ise “Patriyarchal (Ataerkil)” yazmaktadır. Bu balonun üzerinde ise, elinde toplu iğnesiyle, bu düşünce balonunu patlatmak üzere duran bir kadın eli bulunmaktadır. Patriyarchal yazısı ve arka plan renginin kırmızı tercih edilmesi, ataerkil yapının uyguladığı kadına yönelik şiddete gönderme yapmasından dolayıdır. Kadının eli modern bir kadın elidir. Bu modern kadın insanların kafasında oluşan ataerkil düşüncüyü kolay bir yöntemle yok etmek üzeredir. Afiş, kadınların bu düşüncüyü ortadan kaldırmalarının çok güç olmadığı düşüncesini ve bununla mücadele etmeleri gerekliliğini, izleyicisine herhangi bir şiddet göstergesine başvurmadan aktarmaktadır.

Örnek Afiş Tasarımı 10:



Resim 65: Kadının güçlü gösterildiği afiş.

Vektörel olarak meydana getirilen afişte (Resim 65), kırmızı ayakkabıları ile merdiven basamaklarını çıkan bir kadının iki bacağı gösterilmektedir. Giyim tarzından modern bir kadın olduğu anlaşılmaktadır. Kadın, bir basamak yukarıya adım atarken ayaklarına bağlı olan zinciri parçalamıştır. Merdivene çıkıyor olmasına rağmen, iki ayak da topukla beraber yere bilinçli olarak tam bastırılmıştır. Böylece kararlı ve güçlü bir kadın imajı verilmek istenmiştir. Kırmızı rengin, gücü, iktidarı seven, azimli ve başarılı birçok kişi tarafından kullanılıyor olması, kırmızı topuklu bir ayakkabı tercih eden bu kadının, ataerkil yapıya boyun eğmemesi yanında güçlü ve mücadeleci bir karaktere sahip olduğunu da göstermektedir. Çünkü zincirlerden kurtulduğu gibi aynı zamanda basamakları da tırmanmaktadır. Dolayısıyla zincirlerden kurtulmanın ardından gücün ve başarının geleceği ifadesi de aktarılmak istenmiştir. Bununla beraber merdiven renginin, kadının çıktığı üst basamaklara gittikçe siyahtan beyaza açılıyor olması, kadının karanlıktan aydınlığa doğru ilerlediğini göstermektedir. Arka planın gökyüzünü hissettirecek şekilde mavi olarak kullanılması da kadının çok yükseklerle erişebileceğini ifade etmesi bakımından tercih edilmiştir. Böylece afiş; kadının önünde en büyük engeli oluşturan, dilsel, dogmatik ve ataerkil toplum yapısı gibi yapılardan beslenen, tüm baskı ve şiddet unsurlarını eleştirirken, bu baskı ve

şiddet ortamı karşısında boyun eğmeyen azimli kadınların bu baskı ortamından kurtularak, karanlıktan aydınlığa doğru ilerleyebilecekleri, böylelikle güç ve başarıya ulaşabilecekleri yan anlamlarını izleyicisine aktarmaktadır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Kadınların yaşadığı sorunlar ele alındığında, Danimarka, Hollanda, İsveç gibi birkaç ülke dışında kadınlara uygulanan şiddet ve kadın hakları konusundaki eşitsizlikler tüm dünyada benzer durumdadır. Çoğu ülke; işgücüne katılım, politik temsil, eğitim, sağlığa ulaşım ve hukuki haklar bakımından kadını ikinci sınıf konumuna getirmiş ve onları bulduğumuz yüzyılın çok gerisinde, ilkel bir muameleyle baş başa bırakmıştır. Dünya geneline bakıldığında, ataerkil toplum yapılarıyla, geleneklerle, dogmatik öğretilerle, kullanılan dille, sosyo-ekonomik faktörlerle şiddetin yeniden üretilmesi ve varlığını sürdürmeye devam etmesi adeta desteklenmektedir.

Tüm toplumlar için önemli bir sorun olan kadına yönelik şiddet konusunda farkındalık oluşturmak için birçok yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan en önemlilerinden biri de izleyicisinin dikkatini öncelikle görsel öğeleriyle çeken bir iletişim aracı olan afişlerdir. Afişler, kullandıkları görsel ve dilsel göstergelerle, aktarmak istedikleri duygu ve düşünceleri, toplumsal uzlaşmış kodlarla, metafor, metonimi ve mitler yardımıyla gerçekleştirirler. Böylece afişler, izleyicisinin zihninde istediği imge veya fikri kolaylıkla oluşturabilirler. Fakat kullanılan göstergelerin bu anlam aktarımı sırasında, hedef kitle belleğinde, aktarılmak istenen anlamların yanı sıra, başka düşünceleri veya göndermeleri de yapıyor olma ihtimali göz ardı edilmemelidir.

Kadına yönelik şiddete dikkat çekmek konusunda önemli bir yeri olan afişler, bu çalışmada göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir. Analizi yapılan afişlerde görüldüğü üzere, afişlerin hemen hemen hepsinde faydalanılan göstergeler yardımıyla kadına yönelik şiddeti durdurma çağrısı yapılmaktadır. Ancak tasarımlarda kullanılan göstergelerin hedef kitleye verilmek istenen anlamlarının dışında, farklı yan anlamları da aktardığı görülmektedir. Bu nedenle, kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afişlerde kullanılacak göstergeler seçilirken, göstergelerin dizisel ve dizimsel boyutu üzerinde dikkatle durulmalı, izleyiciye iletilmek istenen anlam aktarımı dışında farklı göndermeler yapabilecek, hatta yanlış sonuçlar doğurabilecek göstergeler seçmekten de uzak durulmalıdır. Dolayısıyla sadece verilmek istenen mesajı sunulabilecek göstergelerin tercih edilmesi, toplum algısının negatif yönde

etkilenebileceği riskinin göz önünde bulundurması, önemle üzerinde durulması gereken bir konudur.

Ayrıca kadına yönelik şiddeti önlemek üzere tasarlanan afişlerde; kadının zayıf ve aciz gösterilmemesi, yaşanan eşitsizlik ve ötekileştirilmenin şiddet görüntüleri kullanılmadan aktarılması, hatta kadınların niteliklerini ön plana çıkararak onları güçlü göstermek yoluna gidilmesi, istenen anlam aktarımı dışında farklı yan anlamların ortaya çıkmasını da engelleyecektir. Nitekim bu afişlerin amacı, kadınların acı çektiğini herkese gösterip, toplum içerisinde onlara acıma duygusuyla bakılmasına neden olmak değil, kadını layık olduğu yere taşımak olmalıdır. Geleceğin hedeflenen ideal toplumsal yapısının nasıl, ne şekilde meydana geleceğini öngörebilen ve bu öngörü ile diğer insanlara ilham kaynağı olabilen tasarımcılara, kadına yönelik şiddeti önlemek üzere yapılan çalışmalarda da önemli görevler düşmektedir.

Toplumların ilerlemesinde kadın-erkek eşitliğinin ne denli önemli olduğunu yıllar öncesinden görerek bu konuda çalışmalar yapan ve önerilerde bulunan Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk, bu konuda şunları söylemiştir;

“Bir toplum, bir millet, erkek ve kadın denilen iki cins insandan meydana gelir. Mümkün müdür ki, bir toplumun yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça, diğer kısmı göklere yükselbilsin!”

“Daha esenlikle, daha dürüst olarak yürüyeceğimiz bir yol vardır. Büyük Türk kadınına çalışmamıza ortak yapmak, hayatımızı onunla birlikte yürütmek, Türk kadınına ilmi, ahlâki, sosyal, ekonomik hayatta erkeğin ortağı, arkadaşı, yardımcısı ve destekleyicisi yapmak yoludur” (M. Kemal Atatürk).

KAYNAKÇA

Kitap

- ACAR H, E. Akman, N. Negiz (2013). **Sosyal Hizmet Temelleri ve Uygulama Alanları**, Maya Akademi Yayınları, 1. Baskı, Ankara
- AKERSON, F.E. (2005). **Göstergebilime Giriş**, Multilingual, Bilge Kültür Sanat, Çevik ve Azra Matbaacılık, İstanbul.
- BARTHES, R. (2009). **Göstergebilimsel Serüven**, Mehmet, R. ve Rıfat, S. (çev.), Cogito Yapı Kredi Yayınları, Pasifik Ofset 5. Baskı, İstanbul
- BECER, E. (1999). **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, 9. Baskı, Ankara
- BEKTAŞ, D. (1992). **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, Sanat Dizisi-2, 1. Baskı, İstanbul
- BOYDAŞ, N. (2004). **Sanat Eleştirisine Giriş, Örneklerle Sanat Eleştirisi**, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ümit Ofset Matbaacılık, Ankara
- BOZKURT, N. (1995). **Sanat ve Estetik Kuramları**, Sarmal Yayınevi, İstanbul
- BUDAK, S. (2003). **Psikoloji Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, 2. Baskı, Ankara
- Büyük Larousse Ansiklopedisi (1986). **Afiş**, (1), Gelişim Yayınları, İstanbul
- ÇİÇEK, M. (2014). **Dilbilim / Göstergebilim Ayrımında Gösterge Türleri Üzerine, İletişim Araştırmalarında Göstergebilim**, A. Güneş (Ed.), Literatürk Academia İstanbul, Baskı: Sebat Ofset Matbaacılık, Konya
- FELBINGER, U. (2005). **Henri De Toulouse Lautrec Hayatı ve Eserleri**, Z. Sirer (çev.), İtalya: Mini Sanat Dizisi.
- FİDAN, M. ve Ş. Yılmaz (1998). **Reklamcılık**, Tutibay Yayınları, Ankara
- FISKE, J. (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**, S. İrvan (çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- GUIRAUD, P. (1994). **Göstergebilim**, İmge Kitabevi Yayınları, M. Yalçın (çev.), Zirve Ofset, 2. Baskı, Ankara
- GÜLSOY, T. (1999). **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, An English-Turkish Dictionary of Advertising With Turkish-English Index, Adam Yayıncılık, İstanbul
- GÜNAY, D. (2004). **Dil ve İletişim**, Multilingual Yayınları, İstanbul
- HAMILTON, S. E. (2008). **From Publicity to Intimacy: The Poster in Fin-De-Siecle Paris**, Bachelor of Arts, Southern Methodist University Dallas, Texas
- KARAL, D. ve E. Aydemir (2012). **Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet**, Uşak Sosyal Araştırmalar Merkezi ve Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu, Uşak Yayınları, 1. Baskı

- KARATAŞ, S. Ü. Şener ve N. Otaran (2008). **Kadın Sığınmaevleri Kılavuzu**, T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara
- KARINCA, E. (2011). **Kız Doğursun Analar: Kadının Eş Şiddetinden Korunması**, Bilgi Yayınevi, 1.Baskı, Ankara
- KEŞ, Y. (2005). **Göstergebilimsel Açıdan Bir Banner Reklamının İncelenmesi “Turkcell Banner Reklam Örneği”**, Sanat Yazıları 12, Alp Ofset Matbaacılık, Ankara
- LARTER, S. (2008). **Film**. Çin, Zeynep Belik, Seren Erdoğan (çev.), İnkılap Kitabevi
- MARSHALL, G. (1999). **Sosyoloji Sözlüğü**, O. Akinhay ve D. Kömürcü (çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- MOROĞLU, N. (2013), **Kadın Hakları ve Aile İçi Şiddet**, Kadın Hakları Adli Yardım Seminerleri, İstanbul Barosu Kadın Hakları Merkezi, İstanbul Barosu Yayınları, İstanbul
- İLKKARACAN, P, L. Gülçür ve C. Arın (1996). **Aile içinde Kadına Karşı Şiddet, Sıcak Yuva Masalı**, Metis Yayınları, İstanbul
- PAGE, A. Z. ve M. İnce (2008). **Aile İçi Şiddet Konusunda Bir Derleme**, Türk Psikolojisi Yayınları, 11 (22), İstanbul Bilgi Üniversitesi Psikoloji Bölümü, İstanbul
- RİFAT, M. (1992). **Göstergebilimin ABC’si**, Say Yayınları, Gülmat Matbaacılık, İstanbul
- SCALIN, N. and M. Taute (2012). **The Design Activist’s Handbook**, How Books Publication, Ohio.
- SELÇUK, A. (2015). **Türkçe Sözlük**, Türk Dil Kurumu, Karatay Yayınları, Baskı: Feryal Matbaası, Ankara
- SHORT, T. L. (2004). **Peirce’s Theory of Signs**. Cambridge: Cambridge University Press.
- SINCHAROEN, S. and F. Crosby (2001). **Affirmative Action, Encyclopedia of Women and Gender: Sex Similarities and Differences and the Impact of Society on Gender**, Academic Press, 1.ed.
- ŞENOL, D. ve S.Yıldız (2013). **Kadına Yönelik Şiddet Algısı, Kadın ve Erkek Bakış Açılıyla**, Mutlu Çocuklar Derneği Yayınları, Tarcan Matbaacılık, Ankara
- T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2009). **Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet**, Elma Teknik Basım Matbaacılık, Ankara
- T.C. Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ve Hacettepe Üniversitesi, (2015). **Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması**, Nüfus Etütleri Enstitüsü Müdürlüğü, Elma Teknik Basım Matbaacılık, Ankara

- TEPECİK, A. (2002). **Grafik Sanatlar Tarih-Tasarım-Teknoloji**, Detay Yayınları ve Sistem Yayınları, 1. Baskı, Ankara
- TEKER, U. (2003). **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayıncılık, İzmir
- TORLAK, Ö. (2007). **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik**, 1. Ünite - Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları, TC. Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir
- TÜRK DİL KURUMU (1992). **Türkçe Sözlük**, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Milliyet Matbaası, İstanbul
- ULUOCAK, Ş. vd. (2014). **Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadına Yönelik Şiddet**, Paradigma Akademi Yayınları, Edirne
- ÜNSAL, Y. (1984). **Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri**, ABC Kitabevi, İstanbul
- VARDAR, B. (2001). **Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri**, Multilingual Yayınları İstanbul,
- VARDAR, B. vd. (2002). **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü**, Multilingual Yabancı Dil Yayınları, İstanbul
- World Health Organization (2002). **World Report On Violence And Health**, WHO Library Cataloguing-in-Publication Data, World report on violence and health: summary, Geneva
- YOSHIHAMA, M. and S. Sorenson (1994). **Physical, sexual, and emotional abuse by male intimates: Experiences of women in Japan**. Violence and Victims, 9, 63-77.
- YÜKSEL, A. H. vd. (2012). **İkna Edici İletişim**, Oyman, M. (Ed.), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, Eskişehir

Makale

- AGOCUK, P. (2014). Amarcord Filmi Özelinde Göstergebilimsel Film Çözümlemesi ve Anlamlandırma, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, (7), S.31
- AKKAŞ, İ. ve Z. Uyanık (2016). Kadına Yönelik Şiddet, **Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (6), S.1, ss.32-42, Nevşehir <http://dergipark.gov.tr/download/issue-file/1812> (14.01.2017).
- AKTAŞ, G. (2013). Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak, **Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi**, (30), S.1, Ankara

- ALLEN, M. and M. Ni' Raghallaigh (2013). Domestic Violence in a Developing Context: The Perspectives of Women in Northern Ethiopia, **Affilia: Journal of**

Women and Social, School of Applied Social Science, University College Dublin, Ireland

AŞAN, N. ve T. Demir (2015). Kadına Şiddetin Arka Planı: Atasözleri ve Deyimlerimiz, **Türk Dil, Tarih ve Edebiyatı**, (10), S.6, Ankara

ATIKER, B. (2013). Görsel Etki Tekniklerinin Tarihçesi, **Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültür Dergisi**, S.53, İstanbul

AYDIN, D. ve M. Çam (2016). Bilgi Toplumu Dönüşümünde Türkiye’de Kadın Olmak, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, ICEBSS Özel Sayısı, Kütahya

BAKÇAY, E. (2010). İmparatorluğun Duvarları ve Kent Gerillası Olarak Afiş, **Çizgi Dışı Kültürel Tepki Dergisi**, S.6

BARNBROOK, J. (2008). First Things First Manifestosu, M. Uslu (çev.), **No Sosyal Tasarım Seçkisi**, S.27, Ege Yayınları, 1. Baskı, Graphis Matbaa, İstanbul

BENUĞUR, Ş. (2014). “Grafik Tasarım Eğitiminde Görme Engelliler İçin Sosyal Sorumluluk Tasarımı”, **Uluslararası Eğitim Bilimleri Araştırmaları E-Dergisi**, (4), S.2 http://ebad-jesr.com/images/MAKALE_ARSIV/C4_S2makaleler/4.2.12.pdf (01 Mart 2017).

BERGER, A. A. (1994). “Görsel İletişimin Öğeleri”, **Düşünceler Dergisi**, S. Parsa (çev.), S.7, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir

BESLER, S. ve İ. Oruç (2010), Türkiye’de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (10), S.1, Eskişehir

BİRCAN, U. (2015). Saussure’de Dil, Dilbilim ve Göstergibilim, **AKADER Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği, SBArD Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi**, Hermes Ofset, (2), S.26

BÜYÜKBAYRAM, A. ve H. Okçay (2013). Sağlık Çalışanlarına Yönelik Şiddeti Etkileyen Sosyo-Kültürel Etmenler, **Psikiyatri Hemşireliği Dergisi**, 4 (1), İzmir

BÜYÜKYILMAZ, O. ve Y. Fidan (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Bir Bakış, **Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi**, (3), S.3, Karabük

CAN, Y. (2014). Türk Ailesinde Aile İçi Şiddetin Kültürel Dinamikleri, **Uluslararası Türk Tarih, Dili ve Edebiyatı Dergisi**, (9), S.8 Ankara

CEYLAN, İ. G. ve H. Ceylan (2015). Afiş Tasarımında Popüler Kültürün Yansımaları, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, (4), S.17, Ankara

ÇOBANER, A. A. (2013). “Sağlık İletişiminde Korku Öğesinin Kullanımı: Sigara Paketlerinde Kullanılan Sigara Karşıtı Görsellerin Göstergibilimsel Analizi”, **Gazi**

Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Elektronik Dergisi, S.37

<http://iletisimdergisi.gazi.edu.tr/arsiv/37.pdf> (30.03.2017).

COŞGUN, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu, **Batman Üniversitesi, Yaşam Bilimleri Dergisi**, (1), S.1

ÇEVİK N. S. (2015). Avrupa Seramik Sanatında Endüstrileşme Süreci ve Cumhuriyet Sonrası Türk Seramik Sanatına Yansımaları, **Gazi Üniversitesi, STD Sanat ve Tasarım Dergisi**, S.16, Ankara

DELİDUMAN, C. ve S. Çakmak (2017). Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, (6), S.29, Ankara

DEMİR, S. A. ve D. Nam (2014). “Kadına Yönelik Şiddeti Önlemede Erkeğin Rolü”, **Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, (19), Isparta <http://iibfdergi.sdu.edu.tr/tr/yayinlanmis-sayilar/yil-2014-cilt-19-sayi-3-6118s.html> (05 Mart 2017).

DİNÇKOL, B. (2005). Kadın-Erkek Eşitliği ve Pozitif Ayrımcılık, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** Yıl:4, S.8, İstanbul

DİŞSİZ, M. Ş. ve H. Nevin (2008). Evrensel Bir Kadın Sağlığı Sorunu: Kadına Yönelik Şiddet, **Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi**, (1) S.1

DOKUZLAR, B. K. (2015). **SDÜ Art-e Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi** (8) S.16, Isparta [http://anadiliegitimi.com/download/article-file/193498_\(28.02.2017\)](http://anadiliegitimi.com/download/article-file/193498_(28.02.2017)).

DUR, B. İ. U. (2016). Metafor ve Exlibris, **Uluslararası Exlibris Dergisi**, (3), Bölüm 5, İstanbul

ECHTNER, C. M. (1999). The Semiotic Paradigm: Implications for Tourism Research, **Tourism Management Journal**, (20), S.1

EFE, Ş. Y. ve S. Ayaz (2010). Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet ve Kadınların Aile İçi Şiddete Bakışı, **Gazi Üniversitesi Anadolu Psikiyatri Dergisi**, Ankara

ERBEK, E. vd. (2004). Kadına yönelik Fiziksel ve Cinsel Şiddet; Üç Grup Evli Çiftte Karşılaştırmalı Bir Çalışma, **Düşünen Adam Psikolojik ve Nörolojik Bilimler Dergisi**, (17) S.4

ERGEÇ, Z. (2015). Sezai Karakoç’un “Masal” Adlı Şiirine Göstergibilimsel Bir Yaklaşım, **Dede Korkut Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi** (1), S.1

ERTEN, Y. ve C. Ardalı (1996). Saldırganlık, Şiddet ve Terörün Psikososyal Yapıları, **Cogito Dergisi**, Yapı Kredi Yayınları, S.6-7, İstanbul.

GÖDELEK, K. (2005). Güç İktidar İlişkisi Bağlamında Kadına Yönelik Şiddet, **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (İlke), S.15, Muğla

GÜÇLÜ, S. (2012). Feminist Metodoloji Tartışmaları, MJH (Mediterranean Journal of Humanities), (2), 1, **Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü Beşeri Bilimler Dergisi**, Antalya

GÜL, S. S. (2008). “Sunuş: Demokrasi Kavşağında Feminizm ve Kadın Meselesi...”, **Süleyman Demirel Üniversitesi, Toplum ve Demokrasi Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi**, (2), S.4, Isparta <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/210998> (18.02.2017).

GÜLER, N, H. Tel ve F. Tuncay (2014). “Kadının Aile İçinde Yaşanan Şiddete Bakışı”, **Cumhuriyet Üniversitesi, Tıp Fakültesi Dergisi**, 27 (2), Sivas, <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/1104.pdf> (18.02.2017).

GÜNAY, G. ve Ö. Bener (2011). Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Aile İçi Yaşamı Algılama Biçimleri, **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, (153), S.3, Bizim Büro Basımevi, Ankara

GÜNGÖR, B. (2015). “İmge mi, Metafor mu?” **Şiiri Özlüyorum/Şiir Gözü Dergisi**, S.65 s.40-45, https://www.academia.edu/12800285/%C4%B0mge_mi_Metafor_mu (30.03.2017).

GÜNGÖRMÜŞ, Z, G. Karadağ ve D. Tanrıverdi (2014). Kadınların Evrensel Sorunu: Şiddet, Erciyes Üniversitesi, **Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi** (2), Kayseri

GÜLPINAR, D. B. ve D. Kandemirci (2013). Evinin Kadını, Çocuklarının Anası, **Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.1, (1)

GÜRKAN Ö. ve F. Coşar (2009). Ekonomik Şiddetin Kadın Yaşamındaki Etkileri, **Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi**, (2), S.3, İstanbul

HATUNOĞLU, Y, A. Hatunoğlu ve M. Avcı, (2014). Anadolu Coğrafyasında Töre ve Namus Kısılcacında Bulunan Kadına Yönelik Şiddet Uygulamanın Sosyolojik ve Psikolojik Boyutunun Değerlendirilmesi, **ASOSJOURNAL Akademik Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl: 2, S.5, Elazığ

KALMAN, T. (1998). Design Anarchy, M. Uslu (çev.), **NO Sosyal Tasarım Seçkisi**, S.1, İstanbul

KARAIMAK, Ö. ve B. Güloğlu (2012). “Metafor: Danışan ve Psikolojik Danışan Arasındaki Köprü”, **Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi**, (4), S.37 <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/tpdrd/article/view/1058000163/1058000165> (20.03.2017).

KARAKUL, S. A. (2014). Kapı'nın Dili: Göstergibilimsel Bir Yaklaşım, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, (7), S.35, M. Kuzubaş (Ed.), CMT GRUP Ajans W.T. Yayıncılık

- KARATAŞ, Z. ve F. Kılıçaraslan (2013). Aile Terapisinin Rolü, **Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (1), S.1, İstanbul
- KIRCA, S. (2001). Feminist Kültürel Çalışmalarda Kuram ve Yöntem Tartışmaları: Dünyadan Türkiye'ye Açılan Pencere, **Toplum ve Bilim Dergisi**
- KOCACIK, F. (1996). Şiddet Olgusu Üzerine, Cumhuriyet Üniversitesi, **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, (2), S.1, Sivas
<http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/88.pdf> (14.04.2017).
- KÖKTÜRK, Ş. ve S. Eyri (2013). Dilbilim ve Göstergebilim: Ferdinand de Saussure ve Göstergebilimi Anlamak, **Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Dergisi**, 11, (2),
http://www.fed.sakarya.edu.tr/arsiv/yayinlenmis_dergiler/2013_2/2013_2_S2.pdf
(28.04.2017).
- KÖRÜKÇÜ, Ö, G. Kayır ve K. Kukulcu (2012). “Kadına Yönelik Şiddetin Sonlanmasında Erkek İşbirliği”, **Akdeniz Üniversitesi Antalya Sağlık Yüksekokulu, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar E- Dergisi**, (4), S.3, Antalya
http://www.cappsy.org/archives/vol4/no3/cap_04_24.pdf (12.02.2017).
- KÖSE A. ve A. Beşer (2007). Kadının Değiştirilebilir Yazgısı, Şiddet, Atatürk Üniversitesi, **Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi**, 2007; 10: 4, Erzurum <http://e-dergi.atauni.edu.tr/ataunihem/article/view/1025000622/1025000614> (12.02.2017).
- KRAHÊ, B, S. Bieneck ve I. Möller (2005). Understanding gender and intimate partner violence from an international perspective. **Sex Roles**, 52, 807-827.
- KUZU, Ş. L. (2013). Toplumsal Cinsiyet Rejimi Bağlamında Aile, Nişantaşı Üniversitesi, **Sosyal Bilimler Dergisi**, (1), S.1, İstanbul
- NAGLA, B. K. (1991). **Women as Victims of Crime**, Women, Crime and Law, New Delhi
- NALBANT, Z. E. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı, Celal Bayar Üniversitesi, **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, (12), S.1, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Matbaası
- ÖZERKMEN, N. (2012). Toplumsal Bir Olgu Olarak Şiddet, **Akademik Bakış Dergisi**, S.28, Celabat, Kırgızistan.
- ÖZKARTAL, M. (2009). “Resim Sanatında Çizgi ve Ritmi Üzerine”, **Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Dergisi**, S.4,
http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/4_mehmet.pdf (10.06.2017).
- ÖZMAKAS, U. (2009). Charles Sanders Peirce’ın Gösterge Kavramı, **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (2), S.1
- İŞİK, R. ve N. Uğurlu (2009). Namusa ve Namus Adına Kadına Uygulanan Şiddete İlişkin Tutumlar Ölçeklerinin Öğrenci Örneklemiyle Geliştirilmesi, **Türk Psikoloji Yazıları Dergisi**, (12) S.24, Ankara

- İÇLİ, T. G. (1994). Aile İçi Şiddet: Ankara-İstanbul Örneği, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, (11), S.1-2, Ankara
- İLKKARACAN, İ. (2014). **Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Özel Sayısı**, (15).
- PROCTOR, T. and S. Proctor (2005). Visualizing the Metaphor, Ioanna Papasolomou, **Journal of Marketing Communications**, (11), no.1
- SARICA, P. S. ve E. Yüksel (2012). Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Projesi Uygulaması Olarak Sosyal Hayata Katılım: Engelsiz Yaşam, **Işık Üniversitesi Çalışma İlişkileri Dergisi**, (3), S.1, İstanbul
- SARPKAYA, A. O. (2012). “Boşanmış Kadınların Yaşam Deneyimlerine Sosyolojik Bakış”, **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, (15) S.2 <http://docplayer.biz.tr/6838740-Sosyoloji-arastirmalari-dergisi-journal-of-sociological-research.html> (24.04.2017).
- SELAMET, S. (2012). Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım, **Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (8), S.15
- SİVAS, A. (2012). Göstergebilim ve Sinema İlişkisi Üzerine Bir Deneme, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Ege Basım, Yıl:11, S.21
- ŞENCAN, H. (1987). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Sosyal Sorumluluk Biriminin Örgütlenmesi, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, (2), 16
- SOLMUŞ, T. (2005). İş Yaşamında Travmalar: Cinsel Taciz ve Duygusal Zorbalık/Taciz (Mobbing), İş, Güç, **Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi** (7), S.2, Bursa
- TATLIOĞLU, K. ve İ. Küçükköse (2015). Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet: Nedenleri, Koruma, Önleme ve Müdahale Hizmetleri, **Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.13, Diyarbakır
- TURHAN, S. (2011). “Sürdürülebilir Kalkınmada Endüstriyel Tasarımcının Rolü”, **Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Sanat ve Tasarım Dergisi**, S.7, Ankara http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/7_senem.pdf (15.02.2017).
- TÜRKCAN, B. ve P. Girmen (2012). “İlköğretim Öğrencilerinin Şiir ve Resimlerinin Göstergebilimsel Analizi”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, (11), S.42 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70411> (27.03 2017).
- URUNGU, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramına Sosyal Antropolojik Bir Yaklaşım, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi**, Ankara
- ÜNSAL, A. (1996). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi, Cogito, Sayı 6-7, Kış-Bahar Yapı Kredi Yayınları, **Üç Aylık Düşünce Dergisi**, 4. Baskı, İstanbul

VURAL, Z. B. A. ve G. Coşkun (2011). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”, **Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, S.1, ss.61-87 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/83925> (21.05.2017).

YERALTI, G. (2005). Grafik Sanatı İçerisinde Afiş Sanatımızın Gelişimi, **Anadolu Üniversitesi Sanat Dergisi**, S.16, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir

YETİM, D. ve E. Şahin (2008). Aile Hekimliğinde Kadına Yönelik Şiddete Yaklaşım, (2), S.2, **Aile Hekimliği Dergisi**, Çanakkale

ZOR, A. ve Yüksel Kirişcan, B. (2016). “Elektronik Kitaplar ve Sanat Eğitimi Derslerinde E-Kitap Kullanımına Yönelik Bir Öneri”, **Akdeniz Sanat E-Dergisi**, (9), S.19 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/275531> (10.06.2017).

ZOR, A. ve Karip, F. (2014). İlköğretim İkinci Kademedeki Okutulan Derslerin Kültürel Mirası Korumada Amaçlarına Uygunluğunun Değerlendirilmesi, **Gazi Üniversitesi STD Sanat ve Tasarım Dergisi**, S.148 http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/14_aydinfatih.pdf (10.06.2017).

Diğer

ARIKAN, G. (1998). Kadınlarda Sosyal Tabakalaşma ve Sosyal Hareketlilik, **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı Bildirileri**, Editör: Oya Çitçi, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Yayın No: 285, 1. Baskı, Yorum Matbaası, Ankara

ARSLAN, F. (2008). Metaforik Tercihler Bakımından Akif’i Okuyabilmek, **I. Uluslararası Mehmet Akif Ersoy Sempozyumu**, Fırat Üniversitesi, Elazığ

BARDAKÇI, Z. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Çalışanlara Karşı Olan Sosyal Sorumluluklar Üzerine Bir Aratırma, **Tezsiz Yüksek Lisans Projesi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İzmir

BEYHAN, C. (2011). Plastik Sanatlar Eğitiminde Mesleki Ölçütler Olmalı mı? Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, **1. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu**, Dün Bugün Gelecek, Denizbank Yayınları, Ankara

BOYDAŞ, N. (2012). **1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri**, A. Öger (Ed.), Nevşehir Üniversitesi Yayınları, (6), Grafiker Ofset Matbaacılık

ÇAKIR, E. H, I. Gürel ve N. Otaran (2012). Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetin Nedenleri, Sonuçları, Alınacak Önlemler, **Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetin Önlenmesi Projesi**, T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara

ÇOKNAZ, D, Ö. Umut ve M. Veliöğlu (2013). **Sosyal Pazarlamada Sigara Karşıtı Reklamlar ve Etkileri**, Anadolu Uluslararası Konferansı, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu

DEMİRBULAK, D. (2008). **Her Kesimden Eğitim, Sağlık, Kanun ve İş Hayatında Uygun Görülen Roller, Kars, Ardahan ve Iğdır'da Geleneksel Faktörlerin Kadına Yüklediği Sorun ve Sorumluluklar Paneli**, Kadın Sorunları ve Araştırma ve Uygulama Merkezi, Kafkas University, Kars, Turkey

DİNÇELİ, D, O. Sevindik ve A. Karatepe (2016). Türkiye'de Görsel Kültür İçerisinde Afiş Sanatına Bakış, **5. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu**, İstanbul

Dünya Şiddet ve Sağlık Raporu: Özet (2002). Genova: **World Health Organization**.

KOCACIK, F. ve O. Doğan (2006). Domestic Violence Against Women in Sivas, **Survey Study**, Croat Med J, Turkey

LAÇİNER, S. vd. (2013). 8. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi: Yeni Anayasa Süreci ve STK'ların Rolü, **Bildiriler Kitabı**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Baskı: Pozitif Matbaacılık, Çanakkale

İMAMOĞLU, E. O. (1994), Değişim Sürecinde Aile; Evlilik İlişkileri Bireysel Gelişim ve Demokratik Değerler, **Aile Kurultayı**. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara

PİŞKİN, M. (2012). Okulda Şiddet ve Önleme Stratejileri, **Halk Sağlığı Günleri II. Ulusal Okul Sağlığı Sempozyumu**, Adana

Tez

AÇIKEL, S. (2009). **Kadına Yönelik Şiddetle Mücadelede Kadın Sığınma Evi Önlemi: Türkiye Örneği**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara

AĞSAKALLI, M. S. (2014). **Sürrealizm Akımının Afiş Tasarımına Etkisi ve Uygulama Örnekleri**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum

ALAMAN, Ş. N. (2014). **Afişlerin Görsel ve İşlevsel Olarak İncelenmesi**, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

ASLAN, D. (1998). **Aile İçi Kadına Yönelik Şiddet ve İstanbul Kadın Misafirhanesi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

BİR, Ç. S. (2008). **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme**, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir

- BOYNUKALIN, A. R. (2014). **Sanatsal İfadede Görsel Metaforlar**, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanatta Yeterlilik Tezi, Ankara
- BÜTÜN, M. (2010). **Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Perspektifinden Çocuk Bakım Hizmetleri: Farklı Ülke Uygulamaları**, Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, 2010, Ankara
- ÇAKAR, D. B. (2010). **Sportif Görseli İçeren Reklamların Göstergebilimsel Çözümleme Teknikleriyle İncelenmesi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- ÇIĞIR, E. (2012). **Post-Empresyonist Dönemde Henri De Toulouse Lautrec'in Desen Çalışmalarının Üslup Özellikleri Açısından Araştırılması**, Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sivas
- DANIŞ, R. (2010). **1980'lerden Günümüze Türkiye'de Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Afişlere Yansıması**, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
- ERTOSUN, A. (2006). **Türkiyedeki Grafik Sanat Eğitimi ile Amerikadaki Grafik Sanat Eğitiminin Karşılaştırılması**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
- KEŞ, Y. (2001). **Görsel İletişimde İllüstrasyonun Kullanım Alanlarına Kuramsal Bir Yaklaşım**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta
- KÖKSAL, K. (2014). **Türkiye'deki Kültürel Afişlerin Tipografik Açidan İncelenmesi**, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- KULA, A. (2009). **Kocaeli Üniversitesi 2008-2009 Akademik Yılı 1. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin Evlilikte Kadına Yönelik Şiddete İlişkin Tutumları**, Kocaeli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İzmit
- MARŞAP, G. (2013). **2000-2010 Yılları Arası Türk Sineması Film Afişlerinin Gelişimi**, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- ÖZCAN, E. (2001). **Göstergebilimsel Açidan Reklam Dilinin Tüketim Toplumuna Etkileri**, Süleyman Demirel Üniversitesi Grafik Bölümü, Yüksek Lisans Tezi, Isparta
- ÖZEN, E. (2006). **Açık hava Reklam Ortamlarında Görsel Tasarım**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir

ÖZMUTLU, A. (2009). **Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergibilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı**, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun

İNAM, Ö. (2008). **Televizyon Reklamlarında Metafor Kullanımı**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir

TIĞLI, İ. T. (2012). **Film Afişleri Tasarımında Göstergeler: Prof. Yurdaer Altıntaş'ın Film Afişleri Çözümleme Örneği**, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

USLU, B. (2006). **1980 Sonrası Tipografik Tasarımda Deneysel Yaklaşımlar**, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir

ÜNLÜ, T. (2009). **Eşitlik İlkesi ve Pozitif Ayrımcılık**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Hukuku Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya

VULAŞ, O. (1996). **Reklamda Sosyal Sorumluluk Açısından Değerlendirmeler ve Türkiye'deki Durum**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi

YALUR, E. (2014). **Türkiye'deki Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Reklam Grafiği Açısından Değerlendirilmesi**, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

YALUR, R. (2014). **1990-2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açından İncelenmesi**, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

YETİM, D. (2008). **Edirne Şehir Merkezinde Kadınlara Yönelik Şiddet Sıklığı ve Etkileyen Faktörler**, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Uzmanlık Tezi, Edirne

İnternet

ADS OF THE WORLD, “Shahir Zag and Kalpesh Patankar (Bitch)”, http://adsoftheworld.com/media/print/kafa_slut (14.04.2017).

AIELLO, F. “Güç ve eşitlik afişi”, http://obviousmag.org/promiscua_eloquencia/2015/06/nao-se-tolera-a-intolerancia.html (20.04.2017).

AİLE VE SOSYAL POLİTİKALAR BAKANLIĞI “Kadına yönelik şiddeti önleme afişi” <http://eydb.aile.gov.tr/yayinlar/afisler> (16.04.2017).

AKŞEHİRLİ, S. (2005). “Çağdaş Metafor Teorisi”, <http://www.ege-edebiyat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=202> (31.03.2017).

ARIAS, C. “Happy” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27485> (15.04.2017).

- BEHANCE, Kreatif Çalışmalar Sayfası, “İnsan Hakları”
<https://www.behance.net/gallery/2598519/Manifesta-Utilita-human-rights>
(27.02.2017).
- BEHANCE, Kreatif Çalışmalar Sayfası, “Domestic Violence”
<https://www.behance.net/gallery/11923465/Domestic-Violence> (14.04.2017).
- BERLİN UNIVERSITÄT, “General: What is Semiotics”, Zeitschrift für Semiotik, Bd 6, Heft 3, 1984. http://ling.kgw.tu-berlin.de/semiotik/english/ZFS/Zfs84_3_e.htm
(31.03.2017).
- Canva Design School, <https://designschool.canva.com/blog/clever-advertising/>
(18-27.02.2017).
- Chan, C.Y. (16.12.2011). “Human Rights”, Behance Kreatif Çalışmalar Sayfası,
<https://www.behance.net/gallery/2694897/Human-Rights-Poster> (15.04.2017).
- Creative Ad Awards, (2005). “Sessizlik Acıtır”,
<http://www.creativeadawards.com/hurt-woman/> (15.04.2017).
- DALMASSO, G. “Marco Jeurissen (Domestic Violence)”,
<https://tr.pinterest.com/pin/281404676688854142/> (15.04.2017).
- DELTELL, A. (12.05.2012). “Gender Equality Now”
https://www.behance.net/gallery/3864937/Poster-for-tomorrow_equality-gender-now
(15.04.2017).
- DERVİŞCEMALOĞLU, B. (2010). “Göstergebilimin Tanımı ve Dalları”,
<http://www.ege-edebiyat.org/docs/493.pdf> (03 Mart 2017).
- ERTEL, M. “Tiyatro afişi”, <http://www.menguertel.com/v1/> (22.02.2017).
- Eskişehir Haber, “Ölümünün 35. Yılında Muhsin Ertuğrul”,
<https://eskisehirhaber.wordpress.com/tag/muhsin-ertugrul/> (04 Ocak 2017).
- GARLAND, K. (1964). “First Things First Manifestosu”, <http://kengarland.co.uk/KG-published-writing/first-things-first> (21.12.2016).
- GMK (Grafikerler Meslek Kuruluşu), Afişlerden Kartpostallara, “Mengü Ertel’in 1. İstanbul Festivali afişi”, <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466425581181825893.pdf> (17.02.2017).
- HİCKMAN, F. (2010). “Gözler Konuşabilseydi Poster Serisi”,
<http://www.fonshickmann.com/#/projects/stummfilm-tage-graz> (22.02.2017).
- HÜNEL, Ö. Poster For Tomorrow, “Eden elmasından bu yana”
<http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27404> (15.04.2017).
- IMPACT, (26.07.2011). “Georgios Mardas (Ona gülümsemeden yaşar mıydın?)”
<http://psiimpact.com/2011/07/could-you-live-without-her-smile-a-poster-contest-to-stop-violence-against-women/> (15.04.2017).

- İMANÇER, D. ve Z. Özel (2014). “Gösterge Bilimsel Çözümleme, Örnek Çözümleme: Pirelli Reklamı”, <https://tr.scribd.com/document/168230655/Gostergeblimsel-Foto%C4%9Fraf-Cozumleme> (30.03.2017).
- JAFARZADEH, R. (24.08.2012). “Female or Male” [https://www.behance.net/gallery/4926535/Gender-equality-\(-Poster-\)](https://www.behance.net/gallery/4926535/Gender-equality-(-Poster-)) (16.04.2017).
- JUDGE, S. (9 Ağustos 2016). Bailey st Design, Jules Cheret – The Father of Modern Poster Art, <https://baileystreetdesign.com/2016/08/09/jules-cheret-the-father-of-modern-poster-art/> (12.05.2017).
- Kafa Organizasyon, “Şiddet ve Sömürü Yeter”, <http://www.kafa.org.lb/profile> (17.04.2017).
- KAN, A. (13.01.2015). Portfolios, “Agnes Kan (Dream Girl)” <http://portfolios.pratt.edu/gallery/22717969/PSA-poster-for-domestic-violence> (15.04.2017).
- KAUFMAN, M. (1999). “The Seven P’s Of Men’s Violence (Erkek Kaynaklı Şiddetin 7 Nedeni)”, Toronto, Canada, www.michaelkaufman.com (19 Mayıs 2017).
- Lojistik Tarih, <http://www.lojistik tarihi.com/kurtulus-savasinin-ilk-propaganda-afisi/> (04.01.2017),
- Lurk More, “Kötüye Kullanıma Karşı El” https://www.lurkmore.com/view/Abuse_hand (27.02.2017).
- LUQUE, M. A. “Kadın Hakları Mücadele Günü Afışı” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/29750> (20.04.2017).
- McLEAN, S. (02.12.2015). The Fashion Spot, “Alexandro Palombo (Domestic Violence)”, <http://www.thefashionspot.com/buzz-news/latest-news/666101-contemporary-artist-photoshops-celebs-new-domestic-violence-campaign/#/slide/4> (14.04.2017).
- INSPIRATION ROOM (28.05.2008). “Verbal Abuse” <http://theinspirationroom.com/daily/2008/aware-helpline-for-verbal-abuse/> (15.04.2017).
- MELLOR, R. (28.01.2014). “Sözlü Taciz Aile İçi Şiddet Biçimidir” <https://www.behance.net/gallery/14088729/Visual-Metaphor> (15.04.2017).
- MUDALY, V. (2014). “A Visualisation-based Semiotic Analysis of Learners Conceptual Understanding of Graphical Functional Relationships”, University of KwaZulu-Natal, Durban https://www.researchgate.net/figure/271940716_fig1_Figure-1-Peirce-%27-s-Triadic-model (16 Mart 2017).
- NTV MSNBC Haber Sitesi, (2005). “Pozitif Ayrımcılıktan Pozitif Aksiyona”, http://arsiv.ntv.com.tr/news/313447.asp#TOP_ (10.02.2017).

OGILVY, M. (2015). “Human Rights”, <http://www.memacogilvy.com/work/womens-domestic-abuse-in-ksa/> (15.04.2017).

OSSCINI, M. “La Papesse” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27391> (15.04.2017).

ÖZGÜR, A. (2017). “Göstergebilim”, <https://www.academia.edu/2345316/G%C3%96STERGEB%C4%B0L%C4%B0M> (27.03.2017).

PARSA, A. ve S. Olgundeniz (2014). “İletişimde Göstergebilim ve Anlamlandırma Sürecini Örneklerle Değerlendirme”, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, https://www.academia.edu/11504584/%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0MDE_G%C3%96STERGEB%C4%B0L%C4%B0M_VE_ANLAMLANDIRMA_S%C3%96CREC%C4%B0 (03.04.2017).

PINTEREST Dünyanın Fikir Kataloğu, “İhap Hulusi Görey (Sümerbank)”. <https://tr.pinterest.com/pin/62065301085348619/> (17.02.2017).

PINTEREST Dünyanın Fikir Kataloğu, “Ali Tomak (Barış)”. <https://tr.pinterest.com/pin/493988652848815125/> (17.02.2017).

PINTEREST Dünyanın Fikir Kataloğu, “Equality Now” <https://uk.pinterest.com/pin/325244404323289540/> (15.04.2017).

RIEDMANN, E. “Stand Up” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/29286> (15.04.2017).

STURT UNIVERSITY. Australia 3-11. http://www.mwahs.nsw.gov.au/publications/nurs_monography03/agression.pdf. (11Aralık 2007).

TATLIOĞLU, D. (1998). “Türkmen İrımları (Halk İnançları)”, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi, <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/278.pdf> (02.02.2017).

TRUONG, B. (29.01.2015). “Kadın Oy Toplama Birliği ve Ulusal Kadın Partisi’nin işbirliği ile hazırlanan afiş”, <https://hist110section1group4.wordpress.com/2015/01/29/progressive-era/> (20.04.2017).

TUFAK (Turizm, Folklor, Araştırma Kurumu Derneği Gençlik Kulübü), “Atatürk Halk Bilimi ve Folklor”, <http://www.tufak.org.tr/ataturkhalkbilimi.html> (17.03.2017).

TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI, “Dil, Lehçe, Şive Ağız Nedir?” <https://www.turkedebiyati.org/lehce-sive-agiz-dil-nedir.html> (18.04.2017).

TÜRK NOSTALJİ, “Film Afişleri” <http://www.turknostalji.com/fotogaleri/ayssel-batakli-damin-kizi-1934-filminin-afisi-15-1.html> (04.01.2017).

- VARDAR, M. (2012). “Dünden Bugüne Türk Grafik Tasarım Tarihi”, www.grafikerler.org, (05.03.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Muhsin_Ertu%C4%9Frul (21.02.2017).
- VİKİPEDİ, Özgür Ansiklopedi, “Charles Sanders Peirce”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Charles_Sanders_Peirce (09.03.2017).
- VİKİPEDİ, Özgür Ansiklopedi (2014). Rus Biçimciliği, https://tr.wikipedia.org/wiki/Rus_bi%C3%A7imcili%C4%9Fi (11.03.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, Metafor (Mecaz), <https://tr.wikipedia.org/wiki/Mecaz> (31.03.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Marianne> (07.04.2017).
- VİKİPEDİ, Özgür Asiklopedi, Eros, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Eros> (11.04.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, “We can do it”, https://tr.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It! (20.04.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, “J. Howard Miller (We can do it)”, https://tr.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It! (20.04.2017).
- VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, “Kadın Hareketi afişi”, https://en.wikipedia.org/wiki/International_Women%27s_Day (20.04.2017).
- VOTRON, S. (8.12.2014). “Belçikalı Öğrenci Tarafından Yürütülen Aile İçi Şiddete Karşı Şok Kampanya (Sonuna kadar Aşk)”, http://www.lesoir.be/728595/article/victoire/air-du-temps/2014-12-08/aie-love-you-une-campagne-choc-contre-violences-conjugales-realisee-par-un-etudi#_ga=1.235024641.1297811608.1491673467 (8.04.2017).
- WISCONSIN UNIVERSITY, “What is Applied Semiotics?” <http://www.labweb.education.wisc.edu/Semiotics/definitions/index.html> (02.01.2017).

Kişisel Görüşme

Cappellaro, E. K. Öğr. Gör. (07 Nisan 2017). “Tue Amo Afişinin Analizi” konulu görüşme, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Antalya