

KADINA YÖNELİK ŞİDDETİ YENİ NESİL AFİŞLERLE ANLATMAK

Mehmet ÖZKARTAL*, O. Oktay BARKIN**

*Süleyman Demirel Üniversitesi, ozkartal1968(at)hotmail.com

**Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

ÖZ

Anahtar kelimeler:
Şiddet, Kadına
Yönelik Şiddet, Afiş,
Semiyoloji

Kadına yönelik şiddet konusu son zamanlarda artan şiddet olaylarının da etkisiyle, üzerinde daha fazla durulan bir konu haline gelmiştir. Dolayısıyla bu konuyu inceleyen ve irdeleyen grafik tasarımcıların sayısı da günümüzde oldukça fazladır. Buradan hareketle kadına yönelik şiddeti ya da kadın-erkek eşitsizliğini konu alan afişlerde, tasarımcıların şiddet görüntüleri kullanmadan hazırladıkları çalışmalar daha ilgi çekici görünmektedir. Kadınlara yönelik şiddeti önlemek için hazırlanan bu afişlerin, şiddeti azaltmada ya da yok etmede nasıl bir rol oynaması gerektiği, üzerinde durulması gereken bir konudur. Yıllardır kadına yönelik şiddeti önlemeye çalışmak için hazırlanan afişlerde mor gözlü, darp edilmiş, yaralanmış, aciz görümlü kadın görselleri kullanılmıştır. Bu afişlerin aksine, kadın-erkek eşitsizliğine gönderme yapılması, kadın ve erkeğin eşit gösterilmesi hatta güçlü kadın imajlarıyla hazırlanan tasarımların yapılması, kadının mevcut şiddet çemberinden kurtulabilmesi bakımından daha etkili olabilir. Bu çalışmada, şiddet görüntülerine başvurmadan, kadına yönelik şiddeti ve kadın-erkek eşitsizliğini eleştiren yeni nesil afişler, aktardıkları (semiyotik) anlamlar bakımından incelenmiştir.

VIOLENCE AGAINST WOMEN DESCRIPTION WITH NEW GENERATION POSTERS

ABSTRACT

Keywords:
Violence, Violence
against women,
Poster, Semiology

The issue of violence against women has become a subject of further debate in the recently due to the increasing incidence of violence. Therefore, the number of graphic designers examining this topic is also quite high today. From this point on, the works prepared by the designers without using violence images seem more attractive in the posters about violence towards women or gender inequality. How these posters prepared to prevent violence against women should play a role in reducing or eliminating violence is a matter which must be emphasized. Purple, beaten, injured, female images have been used in posters prepared to try to prevent violence against women for years. Contrary to these posters, refer to between men and women inequality, and even them design with strong image of women, may be more effective in that the woman can get rid of the existing circle of violence. In this study, new generation posters, which criticized violence against women and men and women inequality without resorting to violence images, were examined in terms of their semiotic meanings.

GİRİŞ

Şiddet; bireylerin birbirleri üzerinde sözel, fiziksel, psikolojik, cinsel ya da ekonomik olarak baskı kurmasıdır. Bununla beraber iktidarların 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. Kadın, ötekileştirilmiş, toplum içerisinde ikinci sınıf haline getirilerek, ataerkil yapının kendi çıkar ve hevası yüzünden bastırılmış ve ezilmiştir. Bu durum, toplumun tüm bireyleri tarafından normalleştirildiği gibi, kadınlar için de içselleştirilen, bilerek ya da bilmeyerek katkı sağladıkları bir kısır döngüye dönüşmüştür. Evde, iş hayatında erkeğin gölgesinde bırakılan kadın, ataerkil kontrolün devamı adına zaman zaman şiddete maruz kalmış, mevcut sosyal veya ekonomik konumunu devam ettirme zorunluluğu ile şiddetin yeniden üretilmesine ve nesilden nesile aktarılmasına göz yummak zorunda kalmıştır. Tüm bu sorunların üstesinden gelebilmek ve kadını layık olduğu yere taşıyabilmek adına birçok sosyal çalışmacı kendini bu konuya adanmıştır. Dolayısıyla kadına yönelik şiddeti önlemek için çalışan sosyal çalışmacılara ve bu çalışmalara tasarımlarıyla önemli derecede destek veren grafik tasarımcılara ciddi bir görev düştüğü aşikârdır.

1. Kadına Yönelik Şiddet

Kadına yönelik şiddet çalışmaları, kadınların en çok yakın partnerleri tarafından şiddete maruz kaldıklarını göstermektedir (Akkaş ve Uyanık, 2016:37). Toplumsal değerlere göre aile bütünlüğünün devam ettirilmesi, inanç yapısında bu bütünlüğü korumanın gerekliliği, aile içinde gerçekleşen şiddet olaylarının gizli tutulmasına ve (Akkaş ve Uyanık, 2016:37; Acar, 2013:196) kadınların maruz kaldıkları şiddeti içselleştirmeleriyle daha da derin bir sorun haline gelmektedir.

Kadınların yapmak zorunda kaldığı ve onların sorumluluğu olarak kabul edilen davranışlara yanaşmadıklarında, bu tutum ataerkil yapıya bir başkaldırı, itaatsizlik, asilik, namussuzluk olarak adlandırılarak **şiddetle** cezalandırılmaktadır. Bu cezalandırmaların altında ise; kültür ve dilin etkisi, sosyo-ekonomik faktörler, eğitim düzeyi, toplumsal cinsiyete dayalı işbölümü ve ataerkil yapı yatmaktadır. Bu yapıların kadını toplum içerisinde baskı altında tuttuğu, **şiddetin devamına** ve yeniden üretilmesine neden olduğu açıkça görül-

mektedir.

2. Afişler

Afişler, bir haberi, bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, farklı yüzeyler üzerinde ve belirli boyutlarda, köy, kasaba ve şehirlerin, izleyiciler tarafından rahatlıkla görülebileceği yerlerine asılan duyurulardır (Bektaş, 1992:34). Afişler sergilendikleri mekâna göre; iç mekan, dış mekân, içeriklerine göre de; ticari, kültürel ve sosyal olmak üzere üç bölümde değerlendirilirler (Ağsakallı, 2014:10).

2.1. Sosyal Afişler

Bir düşünce ya da amaçtan yola çıkarak hedef kitlede tutum değiştirmek, geliştirmek, davranış yaratmak ve bu davranışı sürdürmek için tasarlanan afişlerdir (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).

3. Semiyoloji

Göstergebilim, toplumsal yaşamda ele alınan gösterge dizgelerini, ve bu göstergelerin nasıl işlediğini araştıran bilim dalıdır (Vardar, 2001:86; Fiske, 2003:62). Anlamı bir bütün oluşturan ve temsili olan göstergeleri dilsel ya da görsel ayrımı yapmadan inceleyen göstergebilim, aslında görünenin gerçeğin kendisi olmadığından hareketle, gerçekte neyin gösterilmek istendiğini araştırır. Göstergebilim araştırma yaparken kendi terimler sistemini kullanarak, gözlemlerini bilimsel bir dille açıklar (Guiraud, 1994:12; Çiçek, 2014:215).

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). Göstergebilim bir anlamlandırma sürecidir ve bu süreç, 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. Örneğin; trafikte işaretlerin ve de fonksiyonların anlamlarının ne olduğunun bilinme-

sinin, kazaların önlenmesi açısından yaşamsal önem taşıması gibi (Keş, 2005:46). Ancak bu anlamlandırma süreci kişilerin yaşadıkları topluma, bilgi ve deneyimlerine göre farklılıklar gösterebilir. Bununla beraber, 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 çıkmakta ve göstergebilimin araştırma alanını genişletmektedir.

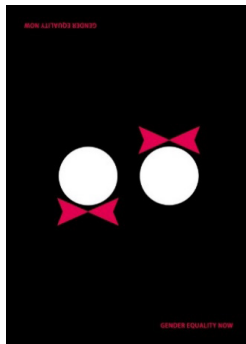
Göstergebilimsel çözümleme, çevirmenin yorumlamasıyla oluşur ve dilbilimcinin incelemesiyle örtüşür. İdeal anlamda her çevirmen artık bir gösterge çözümleyicisi "Homo Semioticus"tur, yani bir anlamlandırıcı insan dır (Rifat, 1992:108; Boynukalın, 2014:43).

4. Kadına Yönelik Şiddet Yeni Nesil Afişlerle Anlatmak

4.1. Aurora Deltell tarafından tasarlanan "Gender Equality Now" afişi

Aurora Deltell tarafından tasarlanan afişte (Resim 1), siyah zemin üzerinde, kadın ve erkek başını ifade eden iki yuvarlak kullanılmıştır. Bu beyaz yuvarlakların bir kadın ve bir erkeğin kafalarını ifade ettiğini alt ve üstlerine eklenen papyon ve kurdela göstergelerinden anlamaktayız.

Afiş, Roma dönemindeki tabletlerde olduğu gibi gridlenmiş böylece gözün afişi sol yukardan sağ aşağıya doğru izlemesi sağlanmış, dengeli bir kompozisyon ortaya konmuştur. Aynı zamanda bu grid yönteminin kullanılması geçmişe bir gönderme yaparak kadın-erkek eşitsizliğinin çok eskiye dayandığına da işaret ediyor olabilir. Afişin izleyiciye göre sol tarafındaki yuvarlağın hemen altında kullanılan pembe renkli papyon erkeği, sağ taraftaki yuvarlağın hemen üzerine gelen pembe kurdelanın ise kadını temsil ettiği anlaşılmaktadır. Eşit büyüklükte ve aynı hizada yerleştirilen kadın-erkek göstergeleri, kadın ve erkeğin birbirinden farklı olmadığını aynı zamanda eşit olduğu ifade etmektedir.



Resim 1: Aurora Deltell tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afişi "Gender Equality Now" (Deltell, 2017).

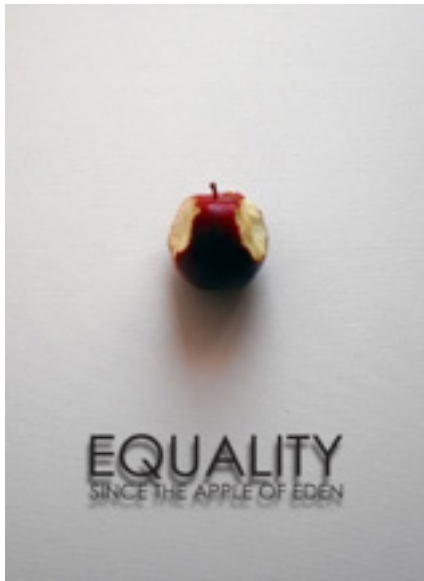
Arka planda kullanılan siyah zeminle karanlığa, gericiliğe bir gönderme yapıldığı için dengeli ve eşit görünümünün yanı sıra mevcut eşitsizlik de eleştirilmektedir. Bu afişte papyon da kurdela da pembe renkte kullanılmıştır, pembe rengin kadını, uyumu, neşeyi, sevgiyi çağrıştırmaktan yola çıkarak, bu tercihin büyük ihtimale pozitif ayrımcılığa ve erkek işbirliğine gönderme yapmak üzere tercih edildiğini düşünmek pek yanlış olmayacaktır. Afişin sol üst köşesinde ters bir şekilde ve sağ alt köşesinde düz bir şekilde "Gender Equality Now (Cinsiyet Eşitliği İçin Şimdi)" yazmaktadır. Sanatçı kullandığı göstergeleri destekleyen sloganıyla kadına şiddet bir yana dursun, hedef kitesine şimdi ve bundan sonra kadınlara karşı eşit ve adil davranmayı telkin etmektedir.

Afiş hedef kitesine aktarmak istediği duyguyu kusursuz bir şekilde aktarabilmesinin yanında bu aktarımı hiçbir şiddet göstergesine başvurmadan gerçekleştirmektedir.

4.2. Hünel Özgür tarafından tasarlanan "Adem elmasından bu yana" afişi

Hünel Özgür'e ait afişin (Resim 2) tam ortasında, iki yanından eşit derecede ısırılmış kırmızı bir elma vardır ve altında; "Equality (Eşitlik)" ve "Since the apple of Eden (Adem elmasından bu yana)" yazmaktadır. Zemin rengi kadının yaşadığı belirsizliği ifade etmesi bakımından gri olarak tercih edilmiştir. Aynı zamanda bu gri zemin, üzerinde bulunan kırmızı elmayla da uyum içerisindedir. Afiş yukarıdan aşağıya doğru okunmaktadır. Afişin ortasında kullanılan kırmızı elma, Âdem ve Havvanın ısırması olduğu duygusunu bizlere mitsel bir gönderme yaparak aktarmaktadır. Buradan hareketle kırmızı elmanın, şiddet ve **şehveti ifade** ettiği de söylenebilir. Ayrıca afişin geçmişten bu zamana kadar kadına yönelik şiddet ile ilgili tartışılan tüm konularla bir metinlerarasılığından da söz edilebilir.

Bu elma ve onu destekleyen sloganıyla 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 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 tam anlamıyla yapabilmektedir.



Resim 2: Hünel Özgür tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Âdem elmasından bu yana" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

4.3. Carlos Arias tarafından tasarlanan "Happy" afişi

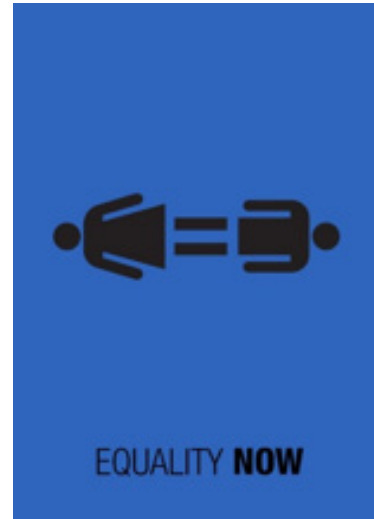
Carlos Arias tarafından tasarlanan afişte (Resim 45), kadın ve erkek sembollerini birleştirilerek ve altına da küçük bir kıvrık çizgi yardımıyla, insan yüzüne benzeyen bir görüntü meydana getirilmiştir. Arka plan rengi olarak sarı tercih edilmiş, böylece afişin dikkat çekiciliği sağlanmıştır. Göstergeler afişin hemen hemen tam ortasına yerleştirilmiştir ve anlatımı desteklemek için herhangi bir slogana ihtiyaç duyulmamıştır. Afişte, kadın-erkek eşitliğini sağlamayı başardığımızda o zaman mutlu bir dünyaya kavuşabileceğimiz ifade edilmektedir. Afişte herhangi bir şiddet görseli kullanılmamakla beraber görüldüğü ilk andan itibaren iletmek istediği düşüncüyü izleyicisine net bir şekilde ulaştırmayı başardığı görülmektedir.



Resim 3: Carlos Arias tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Happy" (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

4.4. Raouia Boularbah tarafından tasarlanan "Equality Now" afişi

Raouia Boularbah tarafından tasarlanan kadın-erkek eşitliğini ifade eden afişte (Resim 4), 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 hedef kitleye aktarılmak istenmiştir. Yatay pozisyonda kullanılan piktogramlarla eşitlik ve denge savunulurken bu yataylığın verdiği dinginlik arka planda kullanılan koyu mavi zemin rengiyle daha da artırılmıştır. Bu afişte de görüldüğü üzere eşitsizlik eleştirisi herhangi bir şiddet göstergesi kullanılmadan yapılmıştır.

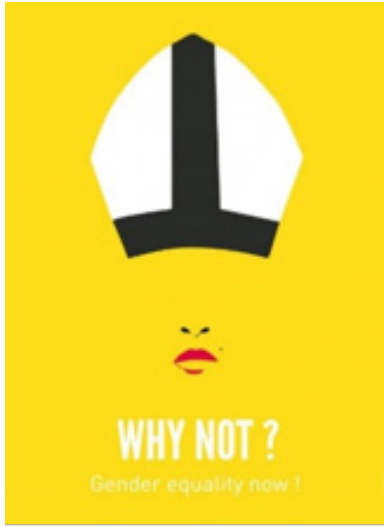


Resim 4: Raouia Boularbah tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş "Equality Now" (posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

4.5. Marie Osscini tarafından tasarlanan "La Papesse" afişi

Marie Osscini tarafından tasarlanan "La Papesse (Bayan Papa)" afişinde (Resim 5), kullanılan göstergelerle, geçmişten bu güne dini argümanlarla desteklenen cinsiyet eşitsizliğine gönderme yapılmaktadır. Sanatçı göstergelerini, izleyici gözün yukarıdan aşağıya doğru bir düzlem üzerinde ve bir hamlede izleyebileceği şekilde yerleştirilmiştir. Dikkat çekiciliğin sağlanması için arka plan rengi olarak sarı tercih edilmiştir. Afişin orta üst bölümünde siyah beyaz renklerinde Hristiyan ruhani liderlerinin başlarına giydikleri uzun şapka, bunun biraz altında bir kadının burun delikleri ve kırmızı dudakları bulunmaktadır. Dudakların izleyiciye göre hemen sağ üst kenarında ünlü kadın model ile meşhur olan ve yine kendi adıyla anılan Cindy Crawford beni yerleştirilmiştir. Burun ve dudakların duruş şekli güzel olma-

sının yanında kendine güvenen bir kadın görüntüsü de vermektedir. Bu göstergelerin hemen altında da slogan olarak “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. Aynı zamanda bu sloganın hemen altında kullanılan “Gender Equality Now (Cinsiyet Eşitliği Şimdi)” metni ile de eşit davranmaya başlamak için hedef kitleye telkinde bulunmaktadır. Yazı renginin beyaz olarak tercih edilmesiyle de bu isteğin temiz, masum dolayısıyla da haklı bir istek olduğu duygusu iletilmektedir. Diğer örneklerde görüldüğü gibi bu afişte de anlam aktarımı herhangi bir şiddet ögesi kullanılmadan kusursuz bir şekilde yapılabilmektedir.



Resim 5: Marie Osscini tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “La Papesse” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

4.6. Elias Riedmann tarafından tasarlanan “Stand Up” afişi

Elias Riedmann’ın cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmak adına tasarladığı afişte (Resim 6) 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. Arka plan rengini mor kullanmayı tercih eden sanatçı, dengeye, güvene, eşitliğe gönderme yaptığı gibi, kullandığı beyaz erkek ve siyah kadın piktogramlarıyla dengeli ve dikkat çekici bir kompozisyon meydana getirmeyi başarmıştır. İzleyiciye aktarılmak istenen duygu net bir şekilde bunu sağlayabildiği için ayrıca bir slogan kullanma ihtiyacı hissedilmemiştir. Bu afişte de herhangi bir şiddet görüntüsü kullanılmadan anlam aktarımı çok net bir şekilde yapılabilmektedir.



Resim 6: Elias Riedmann tarafından tasarlanan cinsiyet eşitsizliğini önlemeye yönelik afiş “Stand Up” (www.posterfortomorrow.org, [15.04.2017]).

4.7. Roozbeh Jafarzadeh tarafından tasarlanan “Female or Male” afişi

Roozbeh Jafarzadeh tarafından tasarlanan afişte (Resim 7), sadece bir yumurta vardır ve “Female or Male (Kadın veya Erkek)” ve bunun hemen altında ise, “Doesn’t Determine The Price (Bir Değer İfade Etmez)” sloganı kullanılmıştır. Buradan hareketle slogan izleyiciye bir yumurtadan, kadın veya erkek dünyaya gelebilir bu da bir değeri ifade etmez demektir. Daha net bir ifadeyle hepimizin bir yumurtadan meydana geldiği, kadın veya erkek olmanın kendi tercihimizle gerçekleşmediği gibi göndermeler yapılmaktadır. Dolayısıyla cinsiyet eşitsizliğinin yanlış bir düşünce olduğu ve herkese eşit davranılması gerektiği hedef kitleye yine herhangi bir şiddet göstergesine başvurmadan aktarılmıştır. Arka plan rengi olarak tercih edilen gri, fotoğrafla gerçekleştirilen yeni nesil kadına yönelik şiddet afişlerinin en sık kullandığı arka plan rengi olmuştur diyebiliriz.



Resim 7: 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.

4.8. J. Howard Miller tarafından tasarlanan “Rosie The Riveter”

“We can do it! (Yapabiliriz!)” posteri, 2. Dünya Savaşı’nda J. Howard Miller tarafından Westinghouse Elektrik Şirketi için hazırlanmış, Amerikan savaş propaganda 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 (Perçinci Rosie)” gibi isimlerle birçok farklı tekrar ile yeniden üretilmiştir. 1980 yıllarından sonra da feminist propaganda aracı olarak birçok politik alanda kullanılmıştır (<https://ceotudent.com> [20.04.2017]).

Afişin üst bölümünde slogan olarak, siyah bir konuşma balonu içerisinde düz ve okunmayı kolaylaştıracak şekilde “We can do it! (Yapabiliriz!)” yazmaktadır. Ünlemlerle verilen slogan, yapabiliriz duygusunu adeta haykırmaktadır. Ayrıca siyah üzerine beyaz bir şekilde uygulanan slogan, pozitif ayrımcılığa gönderme yaptığı gibi aynı zamanda hedef kitlede bunun temiz, masum ve haklı bir duygu olduğunu da hissettirmeye çalıştığı görülmektedir.

Afişin dikkat çekiciliği aşağıdan yukarıya doğru degrade bir şekilde koyu sarıdan açık sarıya doğru uygulanan arka plan rengiyle sağlanmıştır. Afişin içerisinde sınırları zorlayan mümkün olduğunca büyük bir şekilde kullanılmış kadın figürü bulunmaktadır. Figür güzel fakat makyajsız bir kadın portresidir. Bu kadın ciddi, başı dik, kendinden emin ve güçlü bir yüz ifade sine sahiptir. Başında kırmızı üzerine beyaz puanlı bir bandana vardır ki bu zamanla güçlü kadının sembolü olmuştur. Kadın üzerine giymiş olduğu mavi gömleğin sağ kolunu sol eliyle sıyrarak izleyiciye pazusunu göstermektedir. Kadraja daha yakın duran kol normalden biraz daha kalın ve büyük görünmekte böylece güçlü kadın imajı daha da ön plana çıkarılmaktadır. Gerek yüz ifadesiyle gerekse üzerine giydiği mavi yakalı gömlekten pazusunu göstermesiyle toplumun erkeklerde görmeye alışık olduğu imaj bir kadın üzerinde gösterilmiş böylece şiddet gören kadın afişlerinin tam aksine güçlü bir kadın imajı sergilenmiştir.



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

4.9. Shepard Fairey tarafından tasarlanan “Güç ve Eşitlik” Afişi

Shepard Fairey tarafından tasarlanan, 1970’li yıllarda insan hakları direnişinin ikonu haline gelen, filozof ve hümanist yazar Angela Yvonne Davis’in vektörel tarzda bir portresi kullanılarak meydana getirilmiştir. Bu “Güç ve Eşitlik” afişinde (Resim 55) Davis’in portresi başı dik, cesur, mağrur, boyun eğmeyeceğini ifade eder bir şekilde karşıya bakmaktadır. Afişin üst, sağ ve sol kenarlarında “Power To The People (İnsanlara Güç)” en alt kısmında ise, “Power&Equility (Güç ve Eşitlik)” yazmaktadır. Sloganlarıyla, direniş mücadelesi başlatan Yvonne Davis’in diğer kadınlara ve bu hareketi destekleyen erkeklere güç verdiği duygusu aktarılmaktadır. Ayrıca gücü eşitliği sağlayabilmek için kullanmanın altı çizilmektedir.

Afiş tamamen vektörel bir tarzda meydana getirilmiş, arka plan krem rengin üzerine kırmızı yaprak motifleriyle doldurulmuştur ve her bir yaprağın içerisinde bir tane gelecek şekilde toplam dört tane barış sembolü yerleştirilmiştir. Figürün kulaklarındaki yine çiçek motifi şeklindeki altı köşeden oluşan büyük küpelerden, izleyiciye göre sol taraftaki küpenin ortasında barış sembolü, sağ taraftaki küpenin ortasında ise bir yıldız kullanılmıştır. Çok sayıda kullanılan barış sembolü ile barışa gönderme yapılmış, yıldız sembolü ile de Davis’in yıldızlaştığı veya bağlı olduğu partiler ifade edilmiş olabilir.

Yvonne Davis’in kabarık saçları yuvarlak ve ayrintısız bir şekilde kullanılarak zeminden ince bir kontürle ayrılmıştır. Saçlarını oluşturan bu koyu alanın içe-

risindeki yüzü, açık krem renkte ve yukarıdan gün ışığı yüzüne doğru vuruyor gibi resmedilmiş ayrıca meydana getirilen bu kontrast görüntü portrenin ifadesini de **güçlendirmiştir**. Portrenin aşağıdan gösterilmesi figürü yüceltmektedir. Bununla beraber figürün ikonik bir şekilde hacin ortasına yerleştirilmiş olmasıyla birlikte Davis'in ilahlaştırılmasının ötesinde, siyahi bir figür olmasından ötürü insanlığın kutsallaştırılması söz konusu olmuştur denilebilir. Bir kadın tarafından başlayan direnişin ifade edildiği bu afiş, hedef kitleyi yüreklendirmekte, onları da bu mücadeleye katılma konusunda gerçek hayatta yaşayan güçlü bir kadın figürü kullanarak çağırılmaktadır.



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

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yukarıda incelenen kadının güçlü gösterildiği veya kadın-erkek eşitsizliğinin eleştirildiği bu afişler, tasarlandıkları tarihler dikkate alındığında, II. Dünya savaşında tasarlanan "Rosie the Riveter" afişi dışında, tamamı son dönemde yapılmış ve "Yeni nesil afişler" diye adlandırabileceğimiz afişlerdir. Şimdiye kadar karşılaştığımız tüm kadına yönelik şiddet afişleri, şiddet göstergeleri kullanılarak meydana getiriliyor ve bu afişlerde kadınlar, zayıf, darp edilmiş, aciz, çaresiz bir halde izleyiciye sunuluyorlardı. Ancak son dönemlerde yapılan kadın-erkek eşitsizliğini eleştiren afişlerin, kadını aciz göstermek gibi olumsuz göstergeleri kullanmadan tasarlandıkları ve bununla beraber anlam aktarımlarını da kusursuz yapabildikleri görülmektedir. Zaten tüm dünyada sıkıntı ve sorunlar dairesinin içerisinde yaşam mücadelesi veren kadınları, yine şiddet görmüş bir şekilde afişe etmenin faydadan çok zararı olacağı açıktır. Dolayısıyla bu yeni nesil kadına yönelik şiddet afişlerinin, geçmişte yapılmış olanlara göre daha etkili ve amaca uygun olduğu kolaylıkla söylenebilir.

İzleyicisinin belleğine hızlı, etkili ve başarılı bir şekilde nüfuz eden bu yeni nesil afiş tasarımlarını geçmiş afişlere tercih etmek doğru bir yöntem olacağı gibi buna ek olarak kadının güçlü gösterildiği afişlere de yönelmenin bir ihtiyaç olduğu açıktır. Kadına yönelik şiddeti azaltmak hatta durdurmak için, kültür ve dili, sosyo-ekonomik faktörleri, eğitim düzeyini ve cinsiyete dayalı iş bölümünü nasıl yeniden yapılandırmak gerekiyorsa, kadına yönelik şiddet afişlerini de yeniden gözden geçirmek yerinde olacaktır.

Kadına yönelik şiddeti, eşitsizliği, mağduriyeti önlemek üzere üretilen bu afişler, geleceğin kadının gerçekten güçlü olması için tasarlanacaksa, şiddet görmüş kadın göstergeler kullanmanın aksine kadınları umutlandıran, onlara güçlü oldukları ve başarabilecekleri duygusunu aktarabilen afişleri tercih etmenin daha etkili ve daha başarılı bir yol olacağını söylemek mümkündür. Dolayısıyla Kadın-erkek eşitsizliğinin şiddet görüntülerinden uzak bir şekilde afişe edilmesi oldukça önemli ve değerlidir.

Kadınların layık oldukları yere taşınmasında ve onlar için güçlü örnek imajlar meydana getirilmesinde etkin rol oynayacak olan yeni nesil afişleri, tasarım süreci bakımından meydana getirmek oldukça zor olsa da bu afişlerin, geçmiş kadına yönelik şiddet afişlerine kıyasla daha faydalı ve daha başarılı olabileceği de açıkça görülmektedir.

KAYNAKÇA

ACAR H, E. Akman, N. Negiz (2013). **Sosyal Hizmet Temelleri ve Uygulama Alanları**, Maya Akademi Yayınları, 1. Baskı, Ankara

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

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).

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

ARIAS, C. (2012). Gender Equality Now "Happy" <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27485> (22.04.2017).

BEKTAŞ, D. (1992). Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi, Yapı Kredi Yayınları, Sanat Dizisi-2, 1. Baskı, İstanbul

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

BOYNUKALIN, A. R. (2014). **Sanatsal İfadede Görsel Metaforlar**, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanatta Yeterlilik Tezi, Ankara

ÇİÇEK, M. (2014). **Dilbilim / Göstergebilim Ayırımında Gösterge Türleri Üzerine**, İletişim Araştırmalarında Göstergebilim, A. Güneş (Ed.), Literatürk Academia İstanbul, Baskı: Sebat Ofset Matbaacılık, Konya

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

DELTELL, A. (12.05.2012). “Gender Equality Now” https://www.behance.net/gallery/3864937/Poster-for-tomorrow_equality-gender-now (15.04.2017).

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

HÜNEL, Ö. (2012). Poster For Tomorrow, “Eden elmasından bu yana” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27404> (15.04.2017).

JAFARZADEH, R. (2012). Gender Equility Female or Male Doesn’t Determine The Price” <https://www.roozbehjafarzadeh.com/poster?lightbox=i37b8r> (15.04.2017).

OSSCINI, M. (2012). Poster For Tomorrow, “La Papesse” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/27391> (15.04.2017).

RİFAT, M. (1992). **Göstergebilimin ABC’si**, Say Yayınları, Gülmat Matbaacılık, İstanbul

RIEDMANN, E. (2012). Poster For Tomorrow, “Stand Up” <http://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/view/29286> (15.04.2017).

BOULARBAH, R. (2012). Poster For Tomorrow, “Equality Now” <http://www.posterfortomorrow.org/es/gallery/view/29172> (15.04.2017).

VARDAR, B. (2001). **Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri**, Multilingual Yayınları İstanbul

VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi, “We can do it”, https://tr.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It! (20.04.2017).

KEŞ, Y. (2005). **Göstergebilimsel Açından Bir Banner Reklamının İncelenmesi “Turkcell Banner Reklam Örneği”**, Sanat Yazıları 12, Alp Ofset Matbaacılık, Ankara

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).