

**T.C.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
DİSİPLİNLERARASI BİLEŞİK SANATLAR ANASANAT DALI**



**TÜRK FİLM AFİŞLERİNDEKİ KADIN İMGESİNİN GRAFİK
TASARIM İLKELERİ ÇERÇEVESİNDE FEMİNİST ANALİZİ**

BESTE KUZUCAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

DOÇ. DR. BURCU BURÇAK ERDAL

SİNOP - 2024

TEZ KABUL

BESTE KUZUCAN tarafından hazırlanan “**TÜRK FİLM AFİŞLERİNDEKİ KADIN İMGESİNİN GRAFİK TASARIM İLKELERİ ÇERÇEVESİNDE FEMİNİST ANALİZİ**” başlıklı bu çalışma, 02.07.2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından **YÜKSEK LİSANS tezi** olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Doç. Dr. Aziz ERKAN
Sinop Üniversitesi/ Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi

İmza

**Üye
(Danışman)**

Doç. Dr. Burcu Burçak ERDAL
Sinop Üniversitesi/ Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Dilek AYDEMİR
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi/ Turhal Uygulamalı
Bilimler Fakültesi

İmza

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Fadime Dirik

.....

ETİK BEYANI

Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Beste KUZUCAN

ÖZET

YÜKSEK LİSANS

TÜRK FİLM AFİŞLERİNDEKİ KADIN İMGESİNİN GRAFİK TASARIM İLKELERİ ÇERÇEVESİNDE FEMİNİST ANALİZİ

BESTE KUZUCAN

SİNOP ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
DİSİPLİNLERARASI BİLEŞİK SANATLAR ANASANAT DALI
DANIŞMAN: DOÇ. DR. BURCU BURÇAK ERDAL

Çağımızda gelişen, değişen ve dönüşen teknolojiyle birlikte geniş bir yelpazede yer alan film afişleri grafik tasarımın en yaygın kullanım alanlarından biridir. Toplumu bilgilendirmek, bilinçlendirmek ve harekete geçirmek amacıyla kullanılan film afişleri, mesajını hızlı ve etkili bir şekilde iletebilme potansiyeline sahiptir. Film afişinin toplumsal önemi, sadece bilgi vermekle sınırlı değildir; aynı zamanda kültürel ve sosyal normları şekillendirebilir. Bu kapsamda film afişleri kadınların toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlardaki varlıklarını ve haklarını vurgulamak amacıyla kullanılan etkili görsel araçlardır. Bu çalışmada Türk film afiş tasarımlarında görülen kadın imgesi grafik tasarım ilkeleri ve feminist kuramlar kapsamında eleştirel bir perspektifle ele alınmıştır. Toplumsal normların, kadınlar üzerinde yarattığı değişimler, Feminist teoremin kavramsal araçları çerçevesinde incelenmiştir. Ayrıca modernleşme bağlamında görünürlük kazanan kadının, toplumsal rolü film afişlerinin analiziyle ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sınırlılığı kapsamında günümüzde hala tanınırlığını sürdüren 11 adet Türk film afişi nitel araştırma yöntemlerinden gözlem ve yazılı doküman incelemesi kullanılarak içerik ve görüntü (tasarım) analizleri yapılmıştır. Etkili görsel anlatımlara sahip ve doğru mesaj iletkenleri taşıyan film afişlerinin, sadece birer tanıtım aracı olmanın ötesinde, sosyolojik ve kültürel yapının aynası olarak dönemin toplumsal yaşayışını ve cinsiyet rollerini anlattığı sadece sinema tarihi açısından değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümlerin izlenmesi ve anlaşılması açısından da kıymetli olduğu görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELE: Grafik; Tasarım; Film afişi; Kadın; Feminizm

Temmuz 2024, 82 Sayfa

ABSTRACT

MSC THEİS

FEMINIST ANALYSIS OF THE IMAGE OF WOMEN IN TURKISH MOVPOSTERS WITHIN THE FRAMEWORK OF GRAPHIC DESIGN PRINCIPLES

BESTE KUZUCAN

**SINOP UNIVERSITY INSTITUTE OF GRADUATE PROGRAMS
INTERDISCIPLINARY COMPOSITE ARTS DEPARTMENT
SUPERVISOR: ASSOC. PROF. DR. BURCU BURÇAK ERDAL**

Movie posters are one of the most widely used areas of graphic design in our age, with a wide range of developing, changing and transforming technology. Used to inform, raise awareness and mobilize the society, movie posters have the potential to convey their message quickly and effectively. The social importance of the movie poster is not limited to providing information; it can also shape cultural and social norms. In this context, movie posters are effective visual tools used to emphasize the existence and rights of women in social, economic and cultural fields. In this study, the image of women in Turkish movie poster designs is critically analyzed within the scope of graphic design principles and feminist theories. The changes created by social norms on women are analyzed within the framework of the conceptual tools of Feminist theory. In addition, the social role of women, who gained visibility in the context of modernization, was tried to be associated with the analysis of film posters. Within the scope of the limitations of the study, 11 Turkish movie posters, which are still recognized today, were analyzed in terms of content and image (design) by using observation and written document analysis from qualitative research methods. It has been observed that movie posters with effective visual expressions and accurate message conveyors are not only valuable as promotional tools, but also as a mirror of the sociological and cultural structure, telling the social life and gender roles of the period, not only in terms of cinema history, but also in terms of monitoring and understanding social transformations.

KEYWORDS: Graphics; Design; Movie poster; Women; Feminism

July 2024, 82 Pages

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında, bana yol gösteren, değerli bilgilerini ve deneyimlerini paylaşan danışmanım Sayın Doç. Dr. Burcu Burçak Erdal'a; veri toplama sürecinde gerekli izinleri sağlayan ve destekleyen Sinop Üniversitesi Rektörlüğüne; bana her zaman destek olan sevgili eşime ve aileme teşekkürlerimi sunarım.

Beste KUZUCAN



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ KABUL	ii
ETİK BEYANI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GÖRSELLER DİZİNİ	ix
1.GİRİŞ.....	1
2. GRAFİK TASARIM.....	3
2.1. Grafik Tasarım Temel İlkeleri.....	5
2.1.1. Denge.....	5
2.1.2. Hiyerarşi	6
2.1.3. Vurgu	7
2.1.4. Hareket.....	8
2.1.5. Renk ve Kontrast	9
2.1.6. Proporsiyon (Oran Orantı).....	10
2.2. Görsel Tasarım Elemanları	11
2.2.1. Çizgi.....	11
2.2.2. Şekil	12
2.2.3. Biçim	13
2.2.4. Mekân	13
2.2.5. Renk.....	14
2.2.6. Doku	15
2.2.7. Desen	15
3. AFİŞ TASARIMI	17
3.1. Afiş Tasarımın Gelişim Süreci.....	19
3.2. Türkiye’ de Afiş Tasarımının Gelişimi	22
3.3. Afiş Türleri.....	25
3.4. Afiş Tasarımlarında Kadın İmgesi	27
4. FEMİNİZM VE FEMİNİST KURAMLAR.....	34
4.1. Sanatta Feminizm Hareketi: Kadınların Sesi ve Temsili İçin Mücadele	35
4.2. Feminist Kuramlar	38

4.2.1. Liberal Feminizm: Eşit Haklar ve Fırsatlar İçin Hukuki ve Siyasi Mücadele.....	38
4.2.2 Marksist Feminizm ve Sosyalist Feminizm.....	41
4.2.3. Radikal Feminizm.....	42
4.2.4. Psikanalitik Feminizm	43
4.2.5. Bakım ve Özen Odaklı Feminizm	44
4.2.6. Eko Feminizm.....	45
4.2.7. Varoluşçu, Postyapısalcı ve Postmodern Feminizm	46
4.2.8. Beyaz Olmayan Kadın Feminizm.....	46
4.2.9. Üçüncü Dalga ve Queer Feminizmler	47
5. TÜRK FİLM AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ: GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE FEMİNİZM AÇISINDAN	48
5.1. Hükümet Kadın.....	50
5.2. Sofra Sırları.....	54
5.3. Vurun Kahpeye	56
5.4. Bana Karanlığımı Anlat	59
5.5. Tomris	61
5.6. Oyun	63
5.7. Güllü	65
5.8. Janjan	67
5.9. Kız Kardeşler.....	69
5.10. İşe Yarar Bir Şey	72
5.11. Vesikalı Yarım.....	74
6. SONUÇ	77
KAYNAKLAR	80
ÖZGEÇMİŞ	83

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 2.1 Lascaux mağarasındaki, MÖ 15.000li yıllara ait hayvan figürleri.....	4
Görsel 2.1.1.1 Denge İlkesi Örneği	6
Görsel 2.1.2.1 Hiyerarşi İlkesi Örneği.....	7
Görsel 2.1.3.1 Vurgu İlkesi Örneği.....	8
Görsel 2.1.4.1 Kontrast İlkesi Örneği.....	10
Görsel 2.1.5.1 Orantı İlkesi Örneği.....	11
Görsel 2.2.5.1 Renk Çemberi	14
Görsel 3.1.1 Jules Chere Afiş Tasarımı	20
Görsel 3.2.1 Sümerbank Reklam Afişi	22
Görsel 3.2.2 Sait Maden Kitap Kapağı Tasarımları.....	24
Görsel 3.3.1 Karıma İnat Yaşasın Hayat Tiyatro Afişi.....	25
Görsel 3.3.2 Alkol ve Gebelik Konulu Sosyal Afiş.....	26
Görsel 3.3.3 İkea Reklam Afişi	27
Görsel 3.4.1 Yayoi Kusuma “Silinmişlik Odası”	32
Görsel 3.4.2 Cindy Sherman.....	33
Görsel 4.1.1 Gerilla Kızlar, 1984.....	36
Görsel 4.1.2 “The Woven Child” at Gallery, 2022 Louise Bourgeois	37
Görsel 4.2.3.1 1968 yılında Amerika’da düzenlenen güzellik yarışmasını protesto eden Feministler	42
Görsel 5.1.1 Hükümet Kadın Film Afişi	49
Görsel 5.1.2 Sadiye Ardahan belediye tutanak imzası	51
Görsel 5.1.3 Müfide İlhan, Miting.....	52
Görsel 5.2.1 Sofra Sırları Film Afişi	54
Görsel 5.3.1 Vurun Kahpeye Film Afişi.....	55
Görsel 5.4.1 Bana Karanlığını Anlat Film Afişi.....	58
Görsel 5.5.1 Tomris Film Afişi.....	60
Görsel 5.6.1 Oyun Film Afişi	62
Görsel 5.7.1 Güllü Film Afişi	65
Görsel 5.8.1 Janjan Film Afişi.....	67
Görsel 5.9.1 Kız Kardeşler Film Afişi.....	69
Görsel 5.10.1 İşe Yarar Bir Şey Film Afişi	72



1.GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca bilgiyi üretmek ve aktarmak için çeşitli yöntemler kullanmıştır. Sözlü kültürden başlayarak, mağara duvarlarına çizilen resimlerden günümüz teknolojilerine kadar bu iletişim ihtiyacının farklı yansımalarını görebilmekteyiz. Bu amaçlı bilgilerin düşünme aşamasından üretimine ve yayılmasına kadar nitelikli bir tasarıma ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaçtan grafik tasarım sanatı doğmuştur.

Grafik tasarım genel tanımıyla, görsel bir iletişim sanatıdır. Bir ürün veya hizmeti tanıtmak, mesajı etkili ve anlaşılır şekilde hedef kitleye ulaştırmak için görsel malzemelerden yararlanır. Teknoloji geliştikçe farklı üslup ve şekillerde tasarımlar yapılabilir (Becer, 2013, s.32-33). Grafik tasarım, zaman içerisinde teknoloji ve kültürel değişimlerle paralel olarak büyük bir evrim geçirmiştir. Günümüzde ise dijital teknolojilerin gelişmesiyle grafik tasarım bambaşka bir boyut kazanmıştır. Bilgisayar yazılımları, internet ve mobil cihazlar, grafik tasarımcılara sonsuz olanaklar sunmaktadır. Artık tasarımcılar, yalnızca basılı materyallerle sınırlı kalmayıp, web siteleri, uygulamalar ve dijital medya içerikleri için de yaratıcı çözümler üretebilmektedir. Bu dijital devrim, grafik tasarımın hem erişilebilirliğini hem de çeşitliliğini artırmış ve bu alanda çalışan profesyonellerin yeteneklerini sürekli olarak güncellemelerini gerektirmiştir. Grafik tasarımda artan taleplere bağlı olarak afişler, mesajların hızlı ve etkili bir şekilde iletilmesini sağlayan araçlara dönüşmüştür. Doğru tasarlanmış bir afiş, markanın kimliğini ve mesajını net bir şekilde yansıtarak hedef kitlede olumlu bir izlenim bırakır. Bu sayede, potansiyel müşterilerin markayı tanıması ve hatırlaması sağlanır. Bu amaç doğrultusunda tasarımı önemli kılan hem bir üslubu inşa etmesi hem de mesaj ile alıcı arasında köprü kurmasıdır. İletinin anlaşılır, yalın ve açık bir şekilde, yazılar, fotoğraflar ve sembollerle aktarılması gerekmektedir. Reklamcılık, duyurular, eğitim ve sanat gibi farklı amaçlara hizmet eden afişler, tasarımları ve içerikleri açısından da farklılıklar gösterir. Kullanım alanlarına uygun olarak seçilen imajlar güçlü bir anlatıma dönüşmektedir. Yaşamın düşünsel unsurlarıyla, fiziksel unsurlarını birleştiren grafik tasarımcılar anlatımı kurgularken, ilk olarak grafik tasarım ilkelerine hâkim olmalıdır. Bir tasarımın başarısı da temelde buna bağlıdır.

Bu çalışmada tasarımın temel yapı taşı olan ilkeler çerçevesinde geçmişten günümüze sinema endüstrisinde önemli bir rol oynayan 11 adet Türk film afişi ele alınacaktır. Türk film afişleri sadece bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda Türk toplumunun geçirdiği dönüşümleri yansıtan birer kültürel belge niteliğindedir. Toplumdaki bu dönüşümlerin

merkezinde yer alarak aynı zamanda kültürel mirasın gelecek nesillere aktarıcısı da kadınlardır. Bu sebeple kadın imgesi Türk film afişlerinin temel konusunu oluşturmaktadır. Afişlerde görülen kadın imgesi izleyiciyi doğrudan etkisi altına alarak duyusal bir gerçekliğe dönüşmektedir. Bu duyusal gerçekliği yorumlamada ise feminizm bakış açısı yol gösterici olmaktadır.

Türk film afişlerinde kadın imgesinin feminist bakış açısıyla yorumlanması kadının toplumdaki rolünün doğru bir şekilde yansıtılması açısından büyük önem taşımaktadır. Feminist bakış açısıyla ele alınan kadın imgeleri sadece fiziksel özellikleri üzerinden değerlendirmek yerine, onların bireysel yeteneklerini, başarılarını ve güçlü yanlarını öne çıkarmaktadır. Afişlerin iletişim aracı olarak etkili kullanımı, görsel dilin cinsiyet algılarını şekillendirmedeki rolü örnek gösterilen afişler üzerinden analiz edilecektir. Bu bağlamda film afişlerinin, grafik tasarım mesajını etkili bir şekilde iletebilmek için kullandığı araçlar ele alınırken, feminizmin ise bu görseller aracılığıyla toplumsal cinsiyet normlarını sorgulaması konusu ele alınacaktır.

Bu çalışmada incelenecek olan film afişleri, geçmişten günümüze Türk filmleri arasında kadını ön plana çıkaran çalışmalardan seçilmiştir. Hükümet Kadın (2013), Sofra Sırları (2018), Bana Karanlığımı Anlat (2022), Güllü (1971), Tomris (2019), Kız Kardeşler (2019), Oyun (2005), İşe Yarar Bir Şey (2017), Janjan (2007), Vurun Kahpeye (1973) ve Vesikalı Yarım (1968) filmlerinin afişleri, grafik tasarım ilkeleri (renk, oran orantı, hiyerarşi, denge, vurgu, hareket, kontrast) ve feminist kuramlar çerçevesinde incelenecektir. Afişlerde yer alan imajlar film karakterlerinin bir göstergesi olduğu için, film içinden anlama yönelik eser metin analizlerinden de yararlanılacaktır.

Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yorumlayıcı yaklaşım, afişlerin derinlemesine incelenmesinin, parçalarının bütünle ilişkilendirilmesinin ve daha derin anlamaları ortaya çıkarabildiği bir yöntem olması nedeniyle seçilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde, tezin konusu hakkında genel bilgi verilmektedir. İkinci bölümde, Grafik Tasarım konusu ilkeleri ve görsel tasarım unsurları ile birlikte ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde Afiş Tasarımı, dördüncü bölümde Feminizm Kavramı, beşinci bölümde ise örnek seçilen Türk film afişleri grafik tasarım ilkeleri ve feminist bakış açısıyla yorumlanmaktadır.

2. GRAFİK TASARIM

Grafik tasarım, görsel iletişim ve problem çözme amacıyla tipografi, fotoğrafçılık ve illüstrasyon gibi çeşitli unsurların kullanıldığı sanatsal ve profesyonel bir disiplindir. Bir duygunun bir tasarıma yansıtılırken izlenen yöntemleri kapsayan bir süreçtir. Bu süreçler gözlem, araştırma, yaratıcılık, uygulama aşaması ve son olarak sonuçlandırma olarak söylenebilir. Etkili bir tasarım bütünleyici bir kompozisyonda sade ve karmaşıklıktan uzak bir anlatımda olmalıdır (Tunçkan, 2012, s.148). Grafik tasarımcılar, mesajları etkili bir şekilde iletmek için estetik prensipleri ve yaratıcı teknikleri harmanlayarak görsel çözümler üretirler. Bu çözümler, basılı materyallerden dijital platformlara kadar geniş bir yelpazede uygulanabilir. Başarılı bir grafik tasarımı, belirli ilkeleri izleyerek oluşturulur. Bu ilkeler, tasarımcılara yaratıcı yönergeler sunar ve tasarımların etkili olmasını sağlar. Grafik tasarım yaşamın her alanında vardır. Her şeyi daha anlaşılır kılar. Günlük yaşama detaylarla ve farklılıklarla değer katar. Bir filmin etkisini canlı tutar ya da insanlığa trafik kurallarını hatırlatır (Twemlow, 2008, s.6).

Grafik tasarım tarihi, insanlığın iletişim kurma ve bilgi aktarma ihtiyacının bir yansıması olarak, yüzyıllar boyunca evrilmiştir. İnsanoğlu işaret ve simgelerle kurduğu sözel iletişimi geliştirerek, seslere karşılık gelen şekiller yaratıp yazılı iletişime başlamışlardır. Resimler, şekiller ve yazılar yoluyla artık fikirler, kültürler ve olaylar daha kolay paylaşılabilir hale gelmiştir (Görsel 2.1). Şekil, yöntem ve hız değişse de grafik tasarım böyle bir tarihsel süreçte gelişmiş bir insan yaratıcılığıdır. Sembolik eserler tarih boyunca kültürün taşıyıcısı olarak onları yaratan sanatçıların ve onların kamusal alanda gösterilmesini sağlayan elit kesimin dünya görüşünü temsil etmektedir. İdeolojik araçlar, egemen kültür gibi kavramlarla ifade edilen bu durumun karşısına harici düşünce toplumları daha özgür kılabilmektedir (Armstrong, 2012, s.102-105).



Görsel 2.1 Lascaux mağarasındaki, MÖ 15.000li yıllara ait hayvan figürleri, Erişim: 1.03.2024 <https://tls.tc/i7v9Z>

Günümüzde grafik tasarım üretim ilişkilerini düzenleyerek kendisine kitlesel medyada temsili ve kurumsal bir yapı edinerek, kavramsal anlaşılabilirliği sağlamıştır. Toplumsal yapıda sembolik üretim meşrulaştırılmıştır. Eylemlerinin toplum yararına olduğu entellektüel bir meslek olarak görülmüştür. Grafik tasarım sadece kültür endüstrisinin temsili ve iletişim tekelinin öncüsü olmaktan öte bir gerçekliğe sahip, kurguların ötesinde duygulara seslenen sosyal dünyaya dönüşmüştür. Bir bakıma sembolik biçimler toplumsal biçimlerdir. Buna karşın, post modernistler evrensel iletişim fikrini ütopya veya baskıcı bir sömürge olarak görürler. Bunun küreselleşmenin tekdüzeliği olduğunu öne sürerler (Armstrong, 2012, s.134).

Yaşamın akışında süregelen devinimi ve bilginin taşıyıcılığını üstlenen semboller soyut ve somut biçimler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Üçgen, kare, daire gibi soyut görülen formlar bir sembole döndüğünde derin anlamlara sahip olabilir. Semboller uzun anlatıları, duyguları ve anlamları kısa ve öz biçimde bize sunar (Uçar, 2014, s.33). Dünya üzerinde sayısız renk ve ton seçeneğimiz, on binlerce şekil ve yazı karakterlerimiz vardır. Sesin şekli dediğimiz yazı, görsel, ışık ve renk gibi elemanlarla tasarımın doğru ve dengeli olması grafik tasarımcının elindedir. Tasarımcılar, tasarımların sadece bilişsel yönlerine değil, duygusal yönlerine de dikkat etmelidirler. Grafik tasarım insanlar arasında anlamlı değiş tokuşlar içindir. Bu değiş tokuşun kültürden beslenmemesi düşünülemez. Her toplumun kendine özgü renk, şekil ve sembol anlayışı olduğu için, tasarımcılar bu kültürel farklılıkları göz önünde bulundurmalıdır.

Grafik tasarımcının, toplumun meşrulaştırdığı ayrımcılıkları pekiştirme amacı mı var yoksa toplumun gidişatını değiştirme potansiyeli mi var bu değerlendirilmesi gerek bir yaklaşımdır (Twemlow, 2008, s.83). Bu noktada tasarımcıların pek çok özelleşmiş alanda bilgi ve tecrübe sahibi olmaları gerekir. Başarılı bir grafik tasarım, estetik, bilişsel ve duygusal unsurların yanı sıra kültürel duyarlılığı da içermelidir.

2.1. Grafik Tasarım Temel İlkeleri

Bir grafik tasarım oluştururken belli kurallara uyulması gerekmektedir. Bu grafik tasarımın çok yönlü amaçları için bir mecburiyettir. İletişim sürecinde yapılandırılan iletinin, gönderildiği hedef kitlede istenen etkiyi sağlaması için bu gereklidir. Grafik tasarım bir süreçtir. Fikir aşamasından grafik tasarım ürünün sergilenmesine kadar bir bütünlük içermeli, ilgi çekici olmalı ve neyin ön plana çıkacağı kurgulanmalıdır. Bir kompozisyon içinde; çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü ve yön grafik tasarım ürününü ortaya çıkarmalıdır (Becer, 2015, s.56).

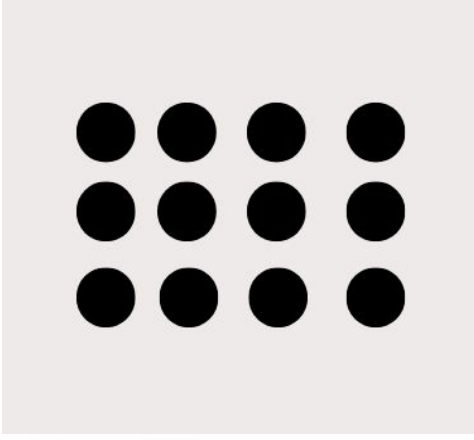
Grafik tasarım hedef kitleye mesajı iletmek için uygun olmalıdır. Grafik tasarım temel ilkeleri, hedef kitlenin yaşına, gelir durumuna, cinsiyetine ve eğitim durumuna göre tasarımın istenen etkiyi vermesinde kritik rol üstlenmektedir (Kaplan, 2015, s.11). Denge, hiyerarşi, işlevsellik, vurgu, hareket, renk ve kontrast, negatif alan ve proporsiyon (oran orantı) grafik tasarımın temel ilkelerini oluşturur (Becer, 2015, s. 60-74). Grafik tasarım, temel tasarım elemanların çeşitli oranlarda birleşmiş bir düzenidir. Tüm yapılar bütünün öğeleridir. Ölçü, denge, ritim ve armoni gibi terimlere ayrılabilen biçim sezgiye dayanır. Sanatçı çalışırken tamamen içgüdüleri ve deneyimleri ile beraberdir. Burada önemli olana sadece kalıplara sadık kalmak değildir. Bu bilgileri kendi içgüdülerine göre yoğurup şekillendirmelidir (Gürer, 2004, s.154-158). Alan yazında Grafik Tasarım İlkeleri ile ilgili kaynaklar (Gürer, 2004, Becer, 2015, Buyurgan, 2001, Uçar, 2014) incelendiğinde ilgili şu sonuçlara ulaşılmaktadır:

2.1.1. Denge

Grafik tasarımda denge, görsel ağırlığın eşit bir şekilde dağıtılması anlamına gelmektedir. Denge, görsel öğelerin dağılımını tanımlayan kavramdır. Dengeyi simetrik ve asimetrik olarak ikiye ayırırız (Görsel 2.1.1.1).

Simetrik denge, görsel ağırlığın tasarımın her iki tarafında eşit olarak dağıtıldığı durumu ifade eder. Bu durumda, tasarım merkezde simetrik bir şekilde bölünmüş gibi görünür.

Simetrik denge, genellikle resmi ve geleneksel tasarımlarda kullanılır. Örneğin, bir broşür tasarımında metin ve görsellerin her iki tarafta eşit bir şekilde yerleştirilmesi simetrik dengeyi sağlar.



Görsel 2.1.1.1 Denge İlkesi Örneği, Erişim: 24.05.2024 <https://tls.tc/zv6yL>

Asimetrik denge ise farklı öğelerin farklı ağırlıklarda kullanılarak dengeyi sağladığı bir kavramdır. Bu durumda, tasarımın her iki tarafı birbirine eşit değildir ancak denge hissi verir. Asimetrik denge, modern ve yaratıcı tasarımlarda sıkça kullanılır çünkü daha dinamik bir görünüm sağlar. Örneğin, bir afiş tasarımında büyük bir görsel öğe bir tarafta ve daha küçük bir metin bloğu diğer tarafta kullanılarak asimetrik denge oluşturulabilir. Doğada, insan anatomisinde, yeryüzü şekillerinde simetriyi gözlemleyebiliriz ve insan doğası gereği bir denge arayışındadır. Kollarımızı iki yana açtığımızda hem görsel hem de fiziksel denge sağlarız. Dengeyi mutlak simetriyle sağlamak zorunda değiliz. Büyük-küçük ilişkisi, renkler ve dokularla değişik durumlarla denge oluşturulabilir. Simetrik denge sıradan ve sıkıcı bulunduğu için çok tercih edilmezler (Uçar, 2014, s.66).

Denge, grafik tasarımda önemli bir rol oynar çünkü izleyicinin gözünde rahatsızlık hissi yaratmadan tasarımın düzenli ve estetik bir şekilde algılanmasını sağlar. Bu ilke, tasarım sürecinde özenle kullanılmalı ve tasarımcının amacına uygun olarak belirlenmelidir. Örneğin, daha resmi ve profesyonel bir görünüm isteniyorsa simetrik denge tercih edilebilirken, daha dinamik ve çağdaş bir görünüm isteniyorsa asimetrik denge kullanılabilir. Egemenlik dengeyi sağlar, değişkenlik de ilgiyi artırır.

2.1.2. Hiyerarşi

Tasarımda görsel unsurların belli önem sırasına göre düzenlenmesi verilmek istenen mesajın etkili bir şekilde ulaşmasında önem taşımaktadır. Bu da metin boyutu, renk, kontrast, yerleşim gibi unsurların dengeli bir biçimde uygulanması ile mümkündür.

Örneğin bir ürün afişinde markanın isminin tasarımda ön plana çıkarılması gerekirken, daha az önemli detaylar daha küçük bir şekilde sunulabilir (Görsel 2.1.2.1).

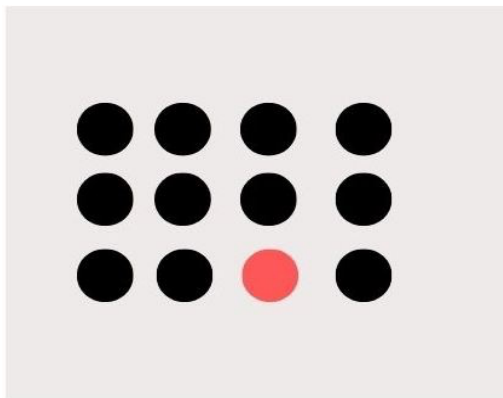
Çeşitli unsurların kullanılması grafik tasarımı ilginç kılarken, aşırı kullanımları grafik tasarımı bozabilir ve bu nedenle çeşitliliği kontrol etmek veya birliği sağlamak önemlidir. Egemenlik ölçü olarak bir yerde toplanır. Bazen karşıt iki elemanın tekrarıyla geçiş ve birlik elde edilir. Grafik tasarımı monoton hale getirebileceği için çok fazla tekrar kullanmak önerilmez.



Görsel 2.1.2.1 Hiyerarşi İlkesi Örneği, Erişim: 14.5.2024 <https://tls.tc/zv6yL>

2.1.3. Vurgu

Grafik tasarım, görsel iletişimde etkili bir araç olarak kullanılırken, tasarımların dikkat çekici olması ve izleyicilerin belirli noktalara odaklanmasını sağlamak önem taşımaktadır. Bu noktada devreye giren temel bir ilke ise vurgudur (Görsel 2.1.3.1). Vurgu, tasarımda belirli bir öğenin diğerlerinden öne çıkması ve izleyicinin dikkatini bu öğeye çekmesi anlamına gelir.



Görsel 2.1.3.1 Vurgu İlkesi Örneği, Erişim: 14.05.2024 <https://tls.tc/zv6yL>

Renk, grafik tasarımda en güçlü vurgu araçlarından biridir. Parlak ve canlı renkler, izleyicinin dikkatini çeker ve belirli bir öğenin öne çıkmasını sağlar. Örneğin, bir reklam afişi tasarımında ürünün ana renklerini kullanarak vurgulu bir şekilde göstermek, izleyicilerin ürüne odaklanmasını sağlar. Öğelerin boyutları ve konumları da vurgu oluşturmada önemli rol oynar. Öne çıkarılmak istenen bir öğenin diğerlerinden daha büyük olması veya tasarımın merkezine yerleştirilmesi, bu öğenin dikkat çekmesini sağlar. Örneğin, bir broşür tasarımında başlık metni büyük ve merkezi konumlandırılarak vurgulu hale getirilebilir. Font seçimi ve tipografi tasarımı da vurgunun oluşturulmasında etkilidir. Kalın, italik veya farklı renklerde kullanılan metinler, tasarımın belirli bir bölümünde vurgu oluşturur. Örneğin, bir kitap kapağı tasarımında yazarın adı veya kitabın başlığı daha dikkat çekici bir tipografi ile vurgulanabilir. Grafik tasarımda kullanılan görseller de vurgu oluşturmak için kullanılır. Özellikle bir ürün tanıtımında veya etkinlik afişlerinde, görsellerin doğru bir şekilde seçilmesi ve yerleştirilmesi vurguyu artırır. Örneğin, bir restoran menü tasarımında öne çıkarılmak istenen özel bir yemeğin görseli, diğer yemek görsellerinden daha büyük ve dikkat çekici olarak kullanılabilir.

Vurgu ilkesi, grafik tasarımın etkili iletişimini sağlamak için önemli bir araçtır. İzleyicilerin dikkatini çekmek, belirli bir mesajı iletmek veya belirli bir öğeyi vurgulamak istendiğinde bu ilke kullanılır. Ancak vurgu, dengeli bir şekilde kullanılmalı ve tasarımın bütünlüğünü bozacak şekilde aşırıya kaçılmamalıdır. Başarılı bir vurgu, tasarımın amacına uygun olarak belirlenir ve izleyicinin doğru şekilde yönlendirilmesini sağlar.

2.1.4. Hareket

Grafik tasarım, görsel iletişimde etkili bir araç olarak kullanılırken, hareket ilkesi tasarımlara dinamizm ve akış kazandırır. Hareket, izleyicilerin dikkatini çekmek, bir hikâye anlatmak veya belirli bir mesajı iletmek için kullanılan önemli bir grafik tasarım ilkesidir. Grafik tasarım bir öğeye/düşünceye hareket kararak, hayat verir. Sizin de bu düşünceye angaje olmanızı sağlar (Twemlow, 2008, s.63). Hareket ilkesi, grafik tasarımın statik olmaktan çıkıp dinamik ve etkileşimli bir deneyim sunmasını sağlar. Ancak hareketin doğru ve etkili bir şekilde kullanılması önemlidir. Aşırıya kaçılmamalı ve tasarımın amacına uygun olarak belirli bir düzen içinde hareketlendirme yapılmalıdır.

Başarılı bir hareket, tasarımın iletmek istediği mesajı güçlendirir ve izleyicilerde akılda kalıcı bir etki bırakır.

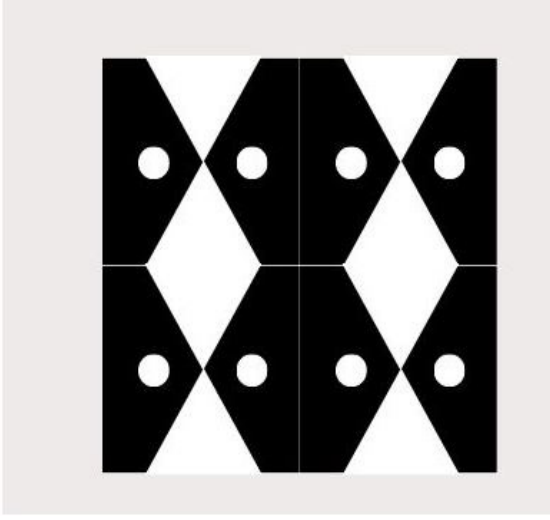
2.1.5. Renk ve Kontrast

Grafik tasarımda renk, bir tasarımın marka kimliğini güçlendirmek ve hedef kitle üzerinde istenilen etkiye ulaşılması açısından en önemli unsurlardan biridir. Grafik tasarımlar (kâğıt, film, video ya da bilgisayar görüntüleri) dört köşeli iki boyutlu yüzeyler üzerinde yapılır (Görsel 2.1.5.1). Yatay ve dikey eksenlerde kullanılan renkler, ışıklı ve karalık alanlar grafik tasarım yüzeyini bütünüyle kavramamızı sağlar. Tasarım süsleme yapmak değildir. Grafik tasarımda estetik kaliteyi yükseltmek renk kullanımı ile doğru orantılıdır (Becer, 2013, s.32-33). Renkler, insanların duygusal tepkilerini tetikleyen ve iletişimde güçlü bir rol oynayan önemli unsurlardır. Renklerin kullanımı, tasarımın temasını, duygusunu ve amacını belirler. Örneğin:

Sıcak Renkler (Kırmızı, Turuncu, Sarı): Enerji, tutku, sıcaklık ve hareketlilik gibi duyguları temsil ederler. Dikkat çekici ve dinamik bir etki yaratırlar.

Soğuk Renkler (Mavi, Yeşil, Mor): Dinginlik, huzur, güven ve profesyonellik gibi duyguları ifade ederler. Sakin ve güven veren bir etki yaratırlar.

Nötr Renkler (Siyah, Beyaz, Gri): Zarafet, sadelik ve profesyonellik gibi duyguları yansıtır. Diğer renklerle uyum içinde kullanılabilirler. Renklerin doğru kullanımı, tasarımın iletmek istediği duygu ve mesajın net bir şekilde iletilmesini sağlar. Renklerin birbirleriyle uyumu ve kontrastı da bu noktada büyük önem taşır. Kontrast, tasarımda belirli öğelerin birbirinden farklılık göstermesini sağlayan ve dikkat çekici bir etki oluşturan bir ilkedir. İyi bir kontrast, tasarımın öğelerinin belirgin bir şekilde ayrılmasını ve izleyicinin dikkatinin odaklanmasını sağlar. Parlak ve koyu renklerin kullanımıyla oluşturulan kontrast, görsel etkiyi artırır. Önemli bilgilerin vurgulanması için kullanılabilir. Büyük ve küçük öğelerin kullanımıyla oluşturulan boyut kontrastı, tasarımın hiyerarşisini belirler ve izleyicinin bakışını yönlendirir. Metin ve arka plan renklerinin uygun seçimiyle oluşturulan kontrast, okunabilirliği artırır ve metinlerin ön plana çıkmasını sağlar. Kontrast çeşitliliğin ifadelerinden biridir. Zıtlıklar ilgi çeker ve canlılık verir. Zıtlıklar azalırsa monotonluk başlar. Renk, biçim, çizgi, doku hep bu çeşitliliği sağlamak için vardır. Hayatın kendisi de muhtelif olaylar ve bu olayların arasındaki farklardan ibarettir (Gürer, 2004, s.191).



Görsel 2.1.5.1 Kontrast İlkesi Örneği: Erişim: 13.05.2024 <https://tls.tc/zv6yL>

2.1.6. Proporsiyon (Oran Orantı)

Grafik tasarımın temel ilkelerinden biri olan orantı, bir tasarımın bileşenleri arasındaki dengeyi ve uyumu ifade eder. Doğru orantı kullanımı, bir tasarımın görsel etkisini artırır, izleyicilerin dikkatini çeker ve tasarımın estetik görünümünü güçlendirir (Görsel 2.1.6.1). Orantı, bir tasarımın bileşenleri arasındaki dengeyi ve uyumu ifade eder. Bu denge, boyutlar, biçimler, renkler ve diğer görsel öğeler arasında doğru bir ilişki kurulmasıyla sağlanır. Orantı, tasarımın düzenini ve estetiğini belirlerken, izleyicinin görsel deneyimini etkiler.

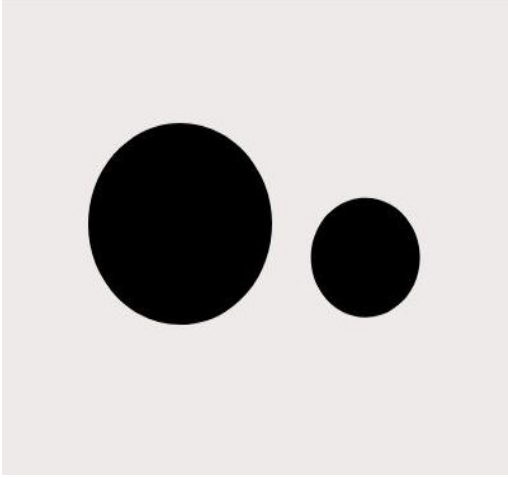
Orantının temel ilkeleri şunlardır:

Simetri: Bir tasarımın iki veya daha fazla simetrik parçası arasında denge sağlar. Simetrik orantı, düzenli ve durağan bir görünüm sağlar.

Asimetri: Dengeyi farklı boyutlar, biçimler veya renklerle sağlar. Asimetrik orantı, daha dinamik ve ilgi çekici bir görünüm oluşturabilir.

Altın Oran: Matematiksel bir oran olan Altın Oran, harmonik ve estetik bir denge sağlar. Birçok sanat ve tasarım alanında kullanılan bir orantıdır.

Ölçek ve İlişki: Nesnelerin ve öğelerin birbirleriyle olan boyut ve uzaysal ilişkileri orantının önemli bir parçasıdır.



Görsel 2.1.6.1 Orantı İlkesi Örneği, Erişim: 13.05.2024 <https://tls.tc/zv6yL>

Orantı, bir tasarımın görsel hiyerarşisini oluştururken önemli bir role sahiptir. Doğru orantı kullanımı, tasarımın okunabilirliğini artırır, izleyiciyi yönlendirir ve tasarımın amacına uygun bir atmosfer yaratır. Ayrıca, orantı tasarımın estetik ve dengeli bir görünüm kazanmasını sağlar. Doğru orantı kullanımı, tasarımın etkisini büyük ölçüde artırır. Doğru orantı kullanımıyla tasarımın bileşenleri arasında denge ve uyum sağlanır. Orantılı bir tasarım, izleyicilere estetik bir görsel deneyim sunarak tasarımın profesyonel bir görünüm kazanmasını sağlar. Orantılı bir düzen, izleyicilerin tasarımı daha kolay ve etkili bir şekilde okumasına yardımcı olur. Belirli bir oran kullanımı, bir markanın kimliğini yansıtarak taşınabilirlik sağlar ve markanın güvenilirliğini artırır. İllüstrasyonlar, afişler, broşürler ve diğer grafik tasarım projelerinde doğru orantı kullanımı temel bir ilkedir.

2.2. Görsel Tasarım Elemanları

Görsel tasarım unsurları, grafik tasarımcıların kullandığı bileşenlerdir. Zihinde canlandırılan, hayal edilen bir formun grafik tasarım yüzeyine aktarılmasına tasarım denilmektedir. Nokta en basit tasarım elemanı olarak kabul edilir (Gürer, 2004, s. 27). Çizgi, şekil, biçim, mekân, renk, doku ve desen Görsel Tasarım elemanlarını oluşturur.

2.2.1. Çizgi

Çizgi, görsel iletişimde derinlik, hareket, duyarlılık ve organizasyon sağlamaktadır. Altı tür çizgi tanımlanır; yapısal çizgi, anahat, kontur çizgisi, jest çizgisi veya hareket çizgisi, eskiz çizgisi ve ima edilen çizgi. Özellikle anahat, kenar çizgileri olarak tanımlanırken, kontur çizgileri nesnelerin şekillerini tanımlamak için kullanılır. Çizgisel elemanların

tümü dinamik bir ifade olarak algılanır. Yatay düz bir çizgi kuvvet, düşey çizgiler kesinlik ifade eder (Gürer, 2004, s. 36).

Çizgiler, tasarımda çok çeşitli amaçlar için kullanılabilir. Bazı temel çizgi türleri şunlardır:

Düz Çizgiler, iki nokta arasında doğrusal bir yol çizerler ve sabit bir yöne sahiptirler.

Dalgalı Çizgiler, dalgalı veya kıvrımlı hatlardır ve hareket ve dinamizm hissiyatı sağlarlar.

Kesikli Çizgiler, kesintili olarak çizilen çizgilerdir ve kopukluk, duraksama veya ayırım hissi yaratır.

Kırık Çizgiler, ani kesintilere sahip çizgilerdir ve çelişki, karmaşıklık veya çözülme hissi yaratırlar (Buyurgan, 2001, s.53).

Sanat çizgiyle başlar. Nokta bir mesafe boyutunda uzandığında çizgi oluşur. Çizgi görsel bir kuvvetse aktif, renkle renk veya kütle ile uzayın arasındaki sınırı belirttiğinde pasif etkidedir (Gürer, 2004, s.36). Çizgiler, bir tasarımın görsel hiyerarşisini oluştururken önemli bir rol oynarlar. Doğru çizgi kullanımı, tasarımın okunabilirliğini artırır, izleyiciyi yönlendirir ve tasarımın amacına uygun bir atmosfer yaratır. Çizgiler, tasarımlarda, az sayıda ve basit çizgiler kullanılarak düzen etkisi yaratırken, sanatçının kişisel tarzını ve ifadesini de yansıtır. Aynı zamanda markanın kimliğini ve karakterini yansıtarak tanınabilirlik sağlar.

2.2.2. Şekil

Şekil iki boyutlu nesnedir ve çizgilerden oluşur. Geometrik ve organik olmak üzere iki türe ayrılır. Geometrik şekiller kareler veya dairelerdir, organik şekiller ise düzensiz şekillerdir. Ayrıca pozitif ve negatif şekil kavramlarını da ele alırlar. Pozitif şekiller gerçek şekillerdir ve negatif şekiller pozitif şekiller arasındaki boşluklardır. Başarılı bir tasarım, her ikisini de dikkatli bir şekilde dengeleyen bir tasarımdır.

Temel şekil türleri grafik tasarımda farklı etkiler uyandırmaktadır. Dikdörtgenler, düzgün ve belirgin hatlara sahip olmaları nedeniyle yapısal ve düzenli bir görünüm sağlarlar. Kareler, denge ve simetri hissiyatı oluşturarak güçlü bir temsil sağlarlar. Daireler, yumuşaklık, süreklilik ve hareket hissi verirler. Genellikle dengeli ve estetik bir görünüm sunarlar. Üçgenler, dinamizm, hareket ve dikkat çekme yeteneği ile tanınırlar. Farklı yönlerle ve duygulara işaret edebilirler. Dik üçgenler, kararlılık ve güç hissiyatı verirken,

diğer üçgen türleri daha fazla dinamizm sağlayabilir. Elipsler, hareket ve akış hissiyatı sağlarlar. Doğal ve organik bir görünüm sunabilirler. Kullanılan şekiller tasarımlarda, basit ve temiz şekiller kullanılarak netlik ve düzen sağlanır. Canlı renklerde ve çarpıcı şekillerdeki tasarımlar, dikkat çekici ve etkileyici bir görünüm sağlarlar. Şekiller, sembolik anlamlar taşıyarak marka kimliği oluşturmada veya belirli bir mesajı iletmekte kullanılırlar.

2.2.3. Biçim

Biçim, bir nesnenin dış görünümü veya fiziksel şeklidir. Grafik tasarımda, biçimler çizgi, renk, desen ve diğer görsel öğelerin bir araya gelmesiyle oluşturulur. Bir biçim, bir nesnenin tanımlanabilir ve belirgin fiziksel özelliklerini yansıtır. Tabiatı sayısız, farklı biçimler vardır. Oklid geometrisinin esasını oluşturan kare, üçgen ve daire gibi biçimler ve bunların yan yana veya süperpoze düzenlemeleriyle oluşan sistemler sosuz zenginlikte biçim imkanları verirler (Gürer, 2004, s.57-59).

Biçimler, tasarımda çeşitli işlevlere sahiptir: Biçimler, nesneleri tanımlamak ve ayırt etmek için kullanılır. Örneğin, bir dairenin biçimi, bir kare veya üçgenle karşılaştırıldığında farklı ve tanınabilir olabilir. Biçimler, tasarımın iletmek istediği mesajı veya duyguyu ifade etmek için kullanılır. Keskin ve köşeli biçimler güç veya kararlılık hissi verebilirken, yumuşak ve dairesel biçimler daha sakinlik ve yumuşaklık hissi verebilir. Biçimler, tasarımın genel estetiğini oluşturur. Doğru biçim kullanımı, tasarımın dengeli ve çekici bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. Belirli bir biçim, izleyicinin dikkatini çekerek önemli bir noktaya odaklanmasını sağlar.

2.2.4. Mekân

Mekân, bir tasarımın içindeki ve çevresindeki boşlukları, objeleri ve kullanıcıların etkileşimini kapsar. Grafik tasarımda mekân, düzlem üzerindeki nesnelerin yerleşimi, boyutu ve ilişkisi ile ilgilidir. Mekân, tasarımın derinliğini, dengesini ve kullanıcı etkileşimini belirler. Mekânlar, tasarımda çeşitli işlevlere sahiptir: Mekânlar, bir tasarımın derinlik hissiyatını oluşturarak üç boyutlu bir görünüm sağlarlar. Perspektif kullanımıyla mekânlar, izleyiciye derinlik duygusu kazandırır. Nesnelerin düzenlenmesi ve yerleştirilmesiyle dengeli ve estetik bir kompozisyon oluşturur. Kullanıcı arayüzü tasarımlarında mekânlar, kullanıcıların rahatlıkla gezinebileceği, bilgileri kolayca erişebileceği ve etkileşimde bulunabileceği bir ortamı temsil eder. Mekânlar, tasarımın

iletmek istediği duygusal etkiyi ve atmosferi belirler. Örneğin, açık ve geniş mekanlar ferahlık hissi verebilirken, dar ve klostrofobik mekanlar gerilim yaratabilir.

2.2.5. Renk

Renk bilimsel olarak, ışığın dalga uzunluğuna göre gözümüz yoluyla bizde uyandırdığı histir. Newton güneş ışığını prizmadan geçirip kırılan ışığı beyaz bir perde üzerinde almış ve gökkuşağı renklerin oluşumunu göstermiştir. Solar spektrum, renk şeridi adını vermiştir (Gürer, 2004, s.75). Renkler, tasarımın duygusal etkisini belirler, görsel hiyerarşi oluşturur ve izleyicilerin dikkatini çeker. Renk, bir grafik tasarımın en belirleyici en önemli bir unsurudur. Renkler farklı kültürlerde belirli duyguları temsil ederler. Renk teorisi, renklerin birbirleriyle olan ilişkilerini ve etkileşimlerini inceler. Bazı temel kavramlar şunlardır:

Renk Çemberi: Renk tekerleği, temel renkleri (kırmızı, mavi, sarı) ve bu renklerin karışımlarını (turuncu, yeşil, mor) gösterir (Görsel 2.2.5.1).

Ana Renkler: Kırmızı, mavi ve sarıdır. Bu renkler diğer tüm renkleri oluşturmak için kullanılır.

İkincil Renkler: Ana renklerin karışımıyla elde edilen turuncu, yeşil ve mor gibi renklerdir.

Sıcak ve Soğuk Renkler: Kırmızı, turuncu, sarı gibi renkler sıcak renkler olarak bilinirken, mavi, yeşil ve mor gibi renkler soğuk renklerdir.



Görsel 2.2.5.1 Renk Çemberi, Erişim: 13.05.2024 <https://tls.tc/74rMR>

Renklerin duygusal etkisi, renk teorisi ve renklerin kullanımının önemi, tasarımcılar için büyük bir yaratıcılık ve ifade alanı sağlar. Bir renkteki beyazın yoğunluğu; parlaklık ve mat alanlar hem nesnelerin derinliğini hem de ruh hali yansıtır. Sıcak renkler mekân içinde yerleşmelerine göre öne çıkma hissini verirken, soğuk renklerde geri çekilir, daha uzaktaymış gibi algılanırlar. Kırmızı renk bir Amerikalı için tehlike anlamına gelirken, bir Çinli için saadet anlamına gelebilir (Gürer, 2004, s.78-83).

2.2.6. Doku

Doku, nesnelerin yüzeyinin bir formudur. Işığı yansıtma durumuna göre değişik ifadeleri vardır. Yüzey pürüzlü, ıslak, kuru veya desenli olabilir. Doku, bir tasarımın dokunsal ve görsel derinliğini artırır, hissiyat ve karakter katarak izleyiciyle etkileşimi güçlendirir (Gürer, 2004, s.70). Doku, bir yüzeyin veya materyalin fiziksel yapısını ve hissini ifade eder. Grafik tasarımda, dokular çeşitli tekniklerle oluşturulabilir ve tasarımın içinde veya üzerinde kullanılabilir. Doku, izleyiciye bir nesnenin dokunsal hissini verirken, görsel olarak da ilgi çeker.

Dokuların çeşitli türleri vardır ve her biri farklı işlevlere sahiptir: Taş, ahşap, deri gibi doğal materyallerin dokuları, doğallık, sıcaklık ve organik bir his sağlar. Beton, metal, cam gibi yapay materyallerin dokuları, modernlik, endüstriyel bir görünüm ve teknolojik bir hava yaratır. Pürüzlü, düzgün, kabartma gibi dokunsal özelliklere sahip dokular, fiziksel dokunsal deneyimi yansıtarak tasarıma duygusal bir boyut katar. Desenler, çizgiler, noktalar gibi görsel öğelerin dokuları, görsel derinlik, hareket ve ritim hissiyatı sağlar. Doku kullanımı, tasarımın etkisini büyük ölçüde artırır: Dokular, izleyicinin dokunsal deneyimini yansıtarak tasarımı daha gerçekçi ve yaşanabilir kılar. Tasarıma görsel çeşitlilik ve zenginlik katarak monotonluğu engeller. Belirli dokular, tasarımın iletmek istediği duygusal mesajı güçlendirir. Örneğin, yumuşak ve sıcak dokular rahatlık ve samimiyet hissiyatı verirken, keskin ve pürüzlü dokular güçlü ve dikkat çekici bir hava oluşturabilir.

2.2.7. Desen

Desenler, tekrarlanan motifler, şekiller veya renklerden oluşur ve tasarımın estetik ve duygusal etkisini güçlendirir. Desen, tekrar eden motiflerin düzenli veya düzensiz bir şekilde bir araya gelmesiyle oluşturulan görsel yapılar olarak tanımlanabilir. Grafik tasarımda desenler, bir tasarımın görsel çeşitliliğini ve dinamizmini artırırken,

izleyicilerin dikkatini çeker ve tasarıma derinlik katar. Desenlerin çeşitli türleri ve işlevleri vardır:

Düzgün şekiller, çizgiler ve formların tekrarlanmasıyla oluşturulan desenlerdir. Genellikle düzenli, sıralı ve simetrik bir yapıya sahiptirler. Doğal formlar, bitki motifleri, dalgalı hatlar gibi organik öğelerin tekrarlanmasıyla oluşturulan desenlerdir. Daha serbest, rastgele ve organik bir görünüme sahiptirler. Pikseller bilgisayar ortamında oluşturulan desenlerdir. Pikseller, vektörler, efektler gibi dijital öğelerin tekrarıyla oluşturulurlar. Tekstil desenleri, kumaşlarda veya giysilerde kullanılan desenlerdir. Çiçek desenleri, hayvan motifleri, geometrik desenler gibi çeşitli temalarda olabilirler. Desenle mekâna üç boyut kazandırılır. Özellikle, üç boyutlu uzayı iki boyutlu bir yüzey üzerinde tasvir etme yöntemine perspektif denir Perspektifin etkin kullanımı, çekici ve etkili görsel tasarım yapmak için önemlidir.

3. AFİŞ TASARIMI

Afiş tasarımı, belirli bir mesajı iletmek amacıyla görsel ve metinsel unsurların dikkat çekici ve estetik bir şekilde bir araya getirilmesi sanatıdır. Afişler genellikle reklam, etkinlik duyurusu, bilgilendirme veya sosyal mesajlar gibi çeşitli amaçlarla kullanılır. Bir afişin başarılı olması için dikkate alınması gereken birkaç önemli faktör bulunur. İlk olarak, hedef kitlenin beklentilerini ve ilgi alanlarını anlamak gereklidir. Böylece tasarım, izleyicinin dikkatini çekmeyi ve mesajın net bir şekilde iletilmesini sağlamayı amaçlar. Afişin üzerinde kullanılacak renkler, yazı karakterleri, görseller ve düzen, bu hedeflere ulaşmada kritik bir rol oynar. Başarılı bir afiş tasarımı, hedef kitlenin dikkatini çekmeli ve mesajı hızlı bir şekilde anlamalarını sağlamalıdır. Bu nedenle, görsel hiyerarşi ve denge gibi tasarım prensipleri büyük önem taşır.

Afiş, etkili iletişim sağlamak için görsel öğelerin doğru bir şekilde düzenlenmesiyle oluşturulur. Bu düzen, afişin etkileyciliğini, anlaşılabilirliğini ve mesajını iletimini büyük ölçüde etkiler (Becer, 2015. s.202).

Afiş tasarımında düzen ve denge izleyicinin gözünü yormadan, mesajın net bir şekilde iletilmesini sağlar. Denge, öğelerin eşit ağırlıkta olduğu hissini verirken, düzen ise öğelerin birbirleriyle uyum içinde olduğunu gösterir. Afişteki ana mesajı belirginleştiren odak noktası, izleyicinin dikkatini çeker. Bu genellikle büyük yazılar, görseller veya renklerle sağlanır. Odak noktası, afişin iletmek istediği mesajı ilk bakışta anlaşılabilir hale getirir. Kontrastlı renkler, öğeler arasındaki ayrımı belirginleştirir ve dikkat çeker. Ancak renklerin çok fazla kullanılması göz yorabilir, bu yüzden denge önemlidir.

Örneğin, yoğun renklerle dolu bir bölgeye açık renkli metinler eklemek, okunabilirliği artırır ve görsel hiyerarşi sağlar. Renkler parlak ve canlı renklerden seçilmeli ve güçlü kontrastlar oluşturulmalıdır. Böylece geniş yüzeylerde kullanılan renkler izleyiciye güçlü bir mesaj iletmeyi sağlar (Becer, 2015, s.203).

Renk teorisi, tasarımcılara renklerin duygusal ve psikolojik etkilerini anlama ve kullanma konusunda rehberlik eder. Renk tekerlemesi, analogik uyum, komplementer uyum gibi farklı renk uyumları kullanılarak afişlerde görsel çekicilik ve dengeli bir görünüm elde edilir. Afiş tasarımında kullanılan renkler, marka imajını yansıtmada önemli bir rol oynamaktadır. Her renk, farklı duyguları ve mesajları çağırıştırır. Örneğin, sağlık sektöründe kullanılan renkler genellikle beyaz ve mavi tonlarıdır çünkü bu renkler temizlik ve güven duygusu yaratır. Renk blokları, afişteki içeriğin hiyerarşisini belirler.

Önemli mesajları veya görselleri vurgulamak için belirli renk blokları kullanılabilir. Bu, izleyicinin afişteki önemli unsurları daha kolay fark etmesini sağlar. Renklerle bir takım optik ilüzyonlar yaparak basık tavanları yüksek, dar odaları olduğundan daha geniş göstermek mümkündür. Dört duvardan ibaret odaya canlılığı renkler kazandırır (Gürer, 2004, s.75).

Görseller, mesajı destekler ve anlamı pekiştirirken, metinler net ve okunabilir olmalıdır. Mesajın doğru bir şekilde belirlenmesi, afişin etkileyciliğini artırır. İçerik, hedef kitleye uygun olarak tasarlanmalıdır. Mesajın hedef kitlenin ilgi alanlarına, beklentilerine ve ihtiyaçlarına hitap etmesi, afişin etkisini artırır. Doğru içerik seçimi, izleyicinin afişi daha ilgi çekici bulmasını sağlar. Büyük yazılar, temel mesajın öne çıkmasını sağlar. Boşluklar ve negatif alanlar, izleyiciye bilgiyi sindirme ve afişteki mesajı daha iyi anlama fırsatı verir. Boşluklar, görsel öğeler arasında nefes alma alanı sağlarken, doluluk ise içerikleri dengeli bir şekilde sunar. Grafik tasarımcı, mesajı olabildiğince dolaysız ve sade bir biçimde izleyiciye aktarmalıdır. Birden çok mesaj verilecekse önem sırası belirlenmelidir (Becer, 2015, s.202). Bu mesaj, genellikle bir ürünün tanıtımı, bir etkinliğin duyurusu, bir fikrin propagandası veya bir bilginin aktarımı olabilmektedir. Afiş tasarımında içerik, mesajın doğru bir şekilde iletilmesini sağlayan önemli bir öğedir. Afişlerin sergilenme mekânlarına göre iç ve dış mekân afişleri olarak ikiye ayrılır ve boyutları değişkenlik gösterir. İç mekân afişleri, genellikle mağazalar, ofisler, okullar ve diğer kapalı alanlarda kullanılırken, dış mekân afişleri sokaklar, caddeler, otobüs durakları gibi açık alanlarda yer alır. Her iki tür afişin de tasarımı, hedef kitlesine ve kullanım amacına göre değişir. İç mekân afişleri, genellikle daha küçük boyutlarda ve daha detaylı bilgiler içerebilir. Bu afişler, mağaza içi indirimler, etkinlik duyuruları, ürün bilgileri gibi konularda kullanılır. İç mekân afişlerinin tasarımında dikkat edilmesi gereken en önemli unsurlar, okunabilirlik ve görsel çekiciliktir. Afişin bulunduğu mekânın aydınlatma koşulları ve insanların afişi ne kadar yakından göreceği gibi faktörler de tasarımda göz önünde bulundurulmalıdır.

Dış mekân afişleri ise genellikle daha büyük boyutlarda ve daha az metin içerecek şekilde tasarlanır. Bu afişlerin amacı, hızlı bir şekilde dikkat çekmek ve kısa bir mesajı etkili bir şekilde iletmektir. Renklerin ve büyük fontların kullanımı, dış mekân afişlerinin en önemli özelliklerindendir. Ayrıca, bu afişler hava koşullarına dayanıklı malzemelerden yapılmalıdır. Yüzbinlerce insanın geçtiği kalabalık caddelerde veya otoyollarda yer alan dış mekân afişleri, markaların geniş kitlelere ulaşmasında önemli bir rol oynar.

Afişlerin görsel etkisi ve hızlı anlaşılabilirliği göz önüne alındığında, reklam için oldukça etkili bir şekilde bilgi iletişimini sağlarlar. İnsanlar genellikle görsel öğelere daha hızlı tepki verirler ve bir afiş, doğru şekilde tasarlandığında, izleyicinin dikkatini çekmeyi ve mesajı anlamasını kolaylaştırmayı başarır. Afişlerin geniş bir kitleye ulaşma potansiyeli vardır. Bir afiş, sokaklarda, alışveriş merkezlerinde, okullarda, iş yerlerinde ve birçok farklı noktada sergilenebilir. Bu da onu, çeşitli insan gruplarına hitap edebilecek bir iletişim aracı haline getirir. Afişlerin ekonomik bir iletişim aracı olması da önemlidir. Diğer reklam yöntemlerine kıyasla daha düşük maliyetli olabilirler ve bu da özellikle küçük işletmeler veya etkinlikler için tercih edilme sebebi olur.

3.1. Afiş Tasarımın Gelişim Süreci

Afiş tasarımı, belirli bir mesajı veya bilgiyi görsel ve metinsel öğeler kullanarak etkili bir şekilde iletmek amacıyla yapılan bir grafik tasarım türüdür.

Afişlerin tarihi, matbaanın icadı ile başlar ve yüzyıllar boyunca gelişim gösterir. İlk afişler, 15. yy. da Avrupa'da Johannes Gutenberg'in matbaayı geliştirmesi ile ortaya çıkmış, bu dönemde tiyatro oyunları, dini etkinlikler ve politik kampanyalar için kullanılmıştır. Bu dönemde, afişler genellikle siyah beyaz ve metin ağırlıklıydı, ancak zamanla renk kullanımı ve grafikler de afiş tasarımına dahil olmuştur.

Rönesans döneminde afişler, sanat ve kültürün bir parçası haline gelmiş ve sanatsal bir ifade aracı olarak değer kazanmıştır. 20. yüzyıllarda, endüstri devrimi ve ticaretin gelişmesi ile birlikte afiş tasarımı büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Bu dönemde, litografi tekniğinin gelişmesi ile afişler daha renkli ve detaylı hale gelmiştir. 1796'da Alois Senefelder'in taşbaskı tekniğini bulmuş, zaman içerisinde renkli baskı yapma teknikleri de geliştirilmiştir. Bu gelişmeler tasarım ve sanat kaygısı ile üretilen afişlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Modern sanat akımlarının özellikle kübizm ve dışavurumculuk çağdaş afiş dilinin gelişimini sağlamıştır (Becer, 2013, s.201). Grafik tasarımı, resim ve heykel gibi sanat dallarından farklı kılan en temel özelliği, birden fazla tıpkı basımının yapılabilmesidir. Gravür, litografi (taşbaskı), serigrafi (elekbaskı), birer çoğaltım tekniğidir. Aslında grafik tasarımın ve tasarımcısının gelişimi baskı ve çoğaltma teknikleriyle birlikte anılsa da grafik tasarımı önemli kılan sunduğu görsel iletişim olanaklarıdır (Uçar, 2014, s.93).

Sanayi Devriminin sanat ve tasarım üzerinde ticari kaygılar yaratması tepkileri de beraberinde getirmiştir. Bu tepkilerin sonucunda "Art and Crafts" adı ile yeni bir tasarım

akımı ortaya çıkmıştır (Becer, 2015. s. 99). William Morris ve John Ruskin bu akımın öncülerindendir. Endüstriyel üretime karşıt görüşleri ile bilinen Morris' e göre sanatçı ve zanaatkâr arasında bir ayrım olmalıydı. El emeği ve doğal malzemelerin kullanımını önemseyen Morris, eserlerinde ahşap bloklar ve organik boya malzemeleri kullanmıştır.

19. yy. sonları ve 20. yy. başında Art Nouveau ve Art Deco gibi sanat akımları, afiş tasarımında estetik ve yaratıcılığı ön plana çıkarmıştır. Her iki akım da kendi dönemlerinin estetik ve kültürel eğilimlerini yansıtarak, mimariden mobilyaya, grafik tasarımdan mücevherata kadar geniş bir yelpazede etkili olmuştur. Art Nouveau akımı özellikle de kitap, afiş tasarımları ve illüstrasyon alanlarında başarılı örnekler vermiştir (Becer, 2013, s.100). Bu dönemde Jules Cheret modern afiş sanatının öncülerinden biridir. Cheret'in çalışmaları, özellikle Moulin Rouge, Folies Bergere gibi ünlü Paris eğlence mekânlarının tanıtım afişleriyle bilinmektedir. Renkli litografi tekniğini kullanarak, afiş tasarımında büyük bir devrim yaratmış ve bu alana sanatsal ve estetik bir bakış açısı kazandırmıştır. Cheret afişlerinde insanları mutlu, renkli ve neşeli olarak resmetmiştir (Görsel 3.1.1). Afişlerine yansıyan kadınlar renkleri, kıyafetleri ve tavırlarıyla toplumdaki çağdaş kadının yansımasıdır (Erdal, 2022 s.16). Henri Toulouse, Alfred Roller, Josef Hoffman Art Nouveau hareketinin diğer önemli öncülerindendir.



Görsel 3.1.1 Jules Chere, Afiş Tasarımı, Erişim: 28.05.2024, <https://tls.tc/Jvf6H>

20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde, afiş tasarımı daha da çeşitli ve daha geniş bir yelpazade kendini göstermiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda afişleri, savaşın moralini yükseltmek ve halkı bilinçlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Savaş sonrası dönemde ise, grafik tasarım dünyasında önemli bir dönüşüm yaşandı. Modernizm akımının etkisiyle sanat ve tasarımda yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Almanya’da Walter Gropius tarafından kurulan Bauhaus Okulu fonksiyonellik ve estetiği birleştirerek grafik tasarımda minimalist formların kullanımını teşvik etti. Daha çok tipografinin ön plana çıktığı Bauhaus okulunda, günümüzde de etkisi devam eden “yeni tipografi” anlayışının temelleri atılmıştır (Buçukoğlu, 2020, s.70). Bauhaus’ un yanı sıra Art Deco tarzı da bu dönemde büyük bir etki yaratmıştır. Art Deco’nun zarif tasarım anlayışı, dönemin tasarım anlayışını derinden sarsarak günümüze ilham olmaya devam etmiştir. 1920 sonrası Grafik Tasarımın bir diğer önemli özelliği ise, tipografiyi yeniden tanımlayarak daha okunaklı ve etkileyici yazı karakterlerinin ortaya çıkmasıydı. Jan Tschichold gibi tasarımcılar sans-serif yazı stilinin ortaya çıkmasına katkı sağlamışlardır.

1960'larda Pop Art akımı, popüler kültürün etkisi ve kitle iletişim tekniklerinin gelişmesiyle reklam, film ve çeşitli dergilerde kendini göstermiştir. Pop Art sanatçıları günlük yaşam ile sanatı birleştirerek bu kültürü, günlük yaşamın sanata yansması olarak değerlendirmişlerdir (Ataseven, 2017). Andy Warhol ve Roy Lichtenstein gibi sanatçılar, ticari ve günlük nesneleri sanatsal birer ikon haline getirerek afiş tasarımına yeni bir soluk getirdiler. Bu dönemin afiş tasarımlarında kullanılan renk paletleri de oldukça dikkat çekiciydi. Canlı ve kontrast renkler, izleyicinin dikkatini çekmek için sıkça tercih edilirdi. Ayrıca, fotoğraflık görüntüler ve illüstrasyonlar bir arada kullanılarak dinamik ve ilgi çekici kompozisyonlar oluşturulurdu.

Günümüzde afiş tasarımı, dijital teknolojilerin gelişmesi ile evrim geçirmiştir. Bilgisayar yazılımları ve dijital baskı teknikleri, tasarımcıların daha yaratıcı ve etkileyici afişler üretmelerine olanak tanımaktadır. Afişler, hala sinema, tiyatro, konserler ve çeşitli etkinliklerin tanıtımı için yaygın olarak kullanılmakta ve grafik tasarımın önemli bir dalı olarak varlığını sürdürmektedir. Afiş tasarımı tarihi, görsel iletişimdeki değişimleri ve toplumun kültürel, sosyal ve teknolojik evrimini yansıması açısından oldukça zengin ve ilgi çekici bir konudur.

3.2. Türkiye’ de Afiş Tasarımının Gelişimi

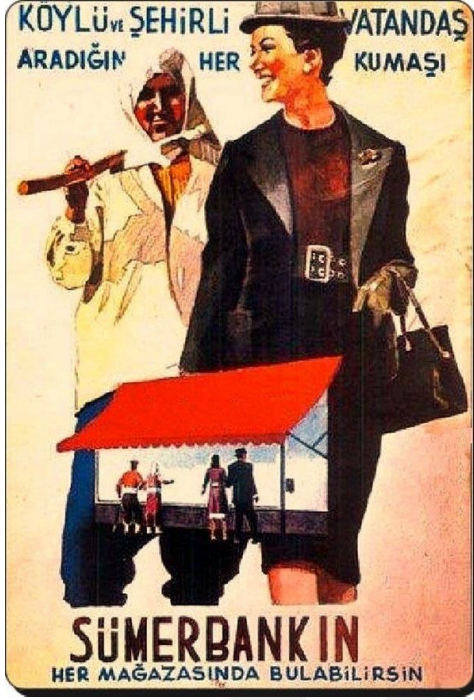
Türkiye’de afiş tasarımının gelişimi, özellikle 20. yüzyılda önemli bir ivme kazanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerinde, Avrupa’dan gelen modern sanat akımlarının etkisiyle birlikte grafik tasarım ve afiş sanatı da Türkiye’de kendine yer bulmaya başlamıştır. Önceleri grafik çoğaltma tekniklerinin yetersizliğinden dolayı grafik tasarımın sanatsal bir ifadesi “grafik sanatlar” olarak tanımlanırken sonrasında gelişen özgün baskı teknikleriyle “grafik tasarım terimi” benimsenmiştir (Selamet, 2011, s.241).

Türk grafik sanatları Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte daha profesyonel bir hale gelmiştir. Cumhuriyet’in ilk yıllarında devlet tarafından düzenlenen çeşitli etkinlikler, festivaller ve millî bayramlar için hazırlanan afişler, modern Türk grafik tasarımının temel taşlarını oluşturmuştur (Tarlakazan, 2017). Cumhuriyet sonrası Türk grafik tasarımı, Türkiye’nin modernleşme süreciyle birlikte önemli bir dönüşüm geçirmiştir. 1923’te Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte, Osmanlı İmparatorluğu’nun geleneksel sanat anlayışından uzaklaşarak Batı’ya yönelik bir sanat ve tasarım anlayışı benimsenmiştir.

Bu dönemde İhap Hulusi GÖREY, özellikle afiş ve etiket çalışmalarıyla ön plana çıkarak Türkiye’nin ilk grafik tasarımcılarından biri olarak kabul edilir. Görey’in en bilinen eserleri arasında Türk Tuborg, Tekel ve Türk Hava Yolları ve Sümerbank gibi markalar için yaptığı afiş ve etiket tasarımları bulunmaktadır (Görsel 3.2.1). Ayrıca, Atatürk’ün talimatı ile 1934 yılında yapılan "Harf Devrimi" sonrası Latin harflerinin tanıtılması amacıyla hazırlanan afişler de İhap Hulusi’nin eseridir. Modernleşmeyi esas alan çalışmalarında, kadın-erkek bedenlerini sıkça kullanarak onları çağdaş, genç ve dinamik şekillerde resmetmiştir (Dikmen, 2023, s.149). Onun tasarımları, sade ve etkileyici çizgileriyle dönemin görsel iletişim diline damgasını vurmuş ve hala grafik tasarım dünyasında ilham kaynağı olmaya devam etmektedir (Görsel 3.2.1).

İhap Hulusi Görey’in sanatı, sadece ticari markaların tanıtımında değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel mesajların halka ulaştırılmasında da önemli bir rol oynamıştır. 1950’li yıllardan itibaren çeşitli dergilerde kapak tasarımları ve illüstrasyonlar yaparak sanatını geniş kitlelere ulaştırmıştır. Görey, 1986 yılında İstanbul’da hayatını kaybetmiştir, ancak eserleri ve sanata olan katkıları ile Türk grafik tasarımının öncülerinden biri olarak anılmaya devam etmektedir. İhap Hulusi Görey ile birlikte Kenan Temizhan, Münih

Fehim Fehim ve Mithat Özer' de Türk grafik tasarım tarihine katkı sağlayan diğer önemli sanatçılardır.



Görsel 3.2.1 Sumerbank Reklam Afişi, İhap Hulusi Görey, Erişim: 13.05.2024
<https://tls.tc/ACBSy>

1940'lı yıllara gelindiğinde Türkiye'nin ilk reklamcılarının biri olan Eli Acıman, Manajans'ı kurarak Türkiye'de reklamcılığın gelişmesine öncülük etmiştir. Yine bu dönemde çok partili sisteme geçişle birlikte grafik tasarım kendine yeni bir alanda yer edinmiştir. Siyasi partiler için hazırlanan afiş tasarımları popülerlik kazanmıştır.

1950'ler ve 1960'larda, Türkiye'de afiş tasarımı ve illüstrasyonlar gelişme göstermiştir. Bu dönemde, sinema ve tiyatro afişleri büyük bir popülerite kazanmış, sanatçılar ve grafik tasarımcılar kendilerini bu alanda ifade etme fırsatı bulmuşlardır. O dönemde, sanatçılar ve tasarımcılar, yaratıcı ve estetik açıdan zengin afişler üreterek hem sanatsal hem de ticari anlamda büyük başarılar elde etmişlerdir.

1957 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu eğitime başlamış ve Grafik Sanatlar 1962 yılında ders olarak okutulmuştur.

1970'li yıllarda televizyon kanalları ve farklı iletişim araçları devreye girerek televizyon reklamları ve buna bağlı tanıtıcı içerikler hazırlanmaya başlanmıştır. Bu dönemin afiş tasarımları teknolojik yetersizliklerden dolayı fotoğraf içerikleri ve üzerlerine yazılan sloganlar, marka isimleri gibi ürün tanıtım unsurları içermekteydi. 1980'li yıllara

gelindiğinde yaygınlaşan sanayi beraberinde reklam fotoğrafçılığını getirmiştir. Ürün fotoğraflarının kullanımı ve gelişen basım teknikleri hedef kitlelere ulaşmada dönüm noktası olmuştur. Bununla birlikte reklam panoları, billboard tasarımları önemli reklam araçları haline gelmiştir. 1980’li yıllar ise çok uluslu ortaklıklar ve izlenen dış politikalar nedeniyle farklı talepleri de beraberinde getirmiştir. Kurulan grafik ajansları marka kimliği, logo tasarımları ihtiyaçlarına yönelik çalışmalar yapmıştır. Yine bu dönemde kitap kapağı tasarımları ve kültürel afişler ön plana çıkmıştır (Görsel 3.2.2).



Görsel 3.2.2 Sait Maden Kitap Kapağı Tasarımları, İhap Hulusi Görey, Erişim: 29.05.2024
<https://tls.tc/10dtz>

1990’lı yıllarda tipografi kendine tasarımda önemli bir yer edinmiş, tipografik düzenlemeler ve tasarımlar ön plana çıkmıştır. Bu dönemde Erhan Yücel Hollywood film afişleri ile dünyanın tanınan ismi haline gelmiştir. Gelişen ekonomik Pazar, cd ambalaj tasarımları, tişört tasarımları ve animasyon çalışmalarını da beraberinde getirmiştir.

Günümüzde ise dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte afiş tasarımı da dijital platformlara taşınmıştır. Bilgisayar destekli grafik tasarım programları, tasarımcılara daha geniş bir yaratıcı özgürlük sunmakta ve afişlerin hem basılı hem de dijital ortamda daha etkili bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, sosyal medya ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte afişler artık global bir kitleye hitap edebilmekte ve bu da tasarımcıların daha evrensel bir bakış açısıyla çalışmasını gerektirmektedir. Türkiye'deki grafik tasarımcılar, uluslararası arenada da adlarını duyurmakta ve modern afiş tasarımına önemli katkılar sağlamaktadır.

3.3. Afiş Türleri

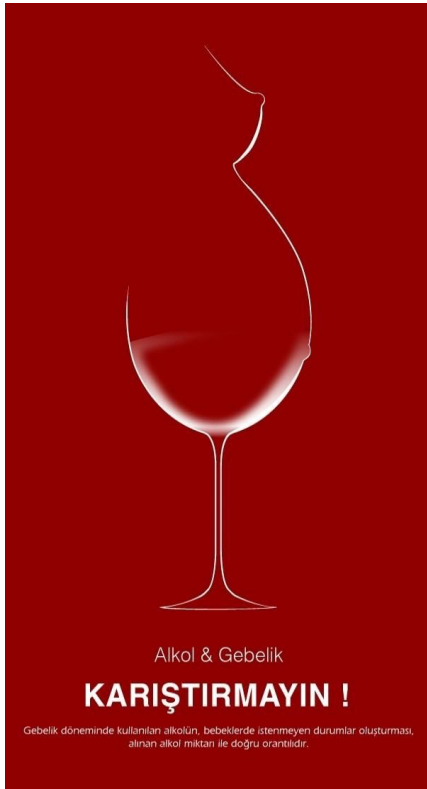
Afiş tasarımları çeşitli amaçlar ve çeşitli hedef kitlelere yönelik farklı anlamlar barındırdığı için, afiş tasarımlarını üç ana başlık altında inceleyebiliriz (Becer, 2013, s.210).

Kültürel afişler, sergi, tiyatro, sinema, sempozyum gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak ve ilan etmek için kullanılır. Bu afişlerde ticari kaygı olmaksızın hedef kitlenin ilgisini çekmek ve mevcut etkinlik hakkında merak uyandırmak düşüncesi esastır (Görsel 3.3.1). Kültürel afişlerin tasarımında kullanılan simgeler, renkler ve yazı tipleri, o kültürün özelliklerini ve estetik anlayışını yansıtır. Örneğin, bir Japon kültür festivali afişi, geleneksel Japon motiflerini, kiraz çiçeklerini ve origami şekillerini içerebilir. Bu tür detaylar, afişin hedef kitlesine o kültür hakkında ipuçları verir ve onları etkinliğe çekmeye çalışır. Ayrıca, kültürel afişler toplumsal bilinci artırma ve eğitim sağlama gibi rolleri de üstlenir. Bir toplumun kültürel mirasını koruma ve tanıtmaya çabalarında bu afişler, görsel birer elçi olarak hizmet eder. Günümüzde dijital medyanın yükselişiyle birlikte, bu tür afişlerin dijital versiyonları da giderek daha fazla kullanılmakta, böylece kültürel etkinlikler daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir.



Görsel 3.3.1 Karıma İnat Yaşasın Hayat Tiyatro Afişi, Erişim: 16.05.2024
<https://tiyatronline.com>

Sosyal afişler, toplumsal mesajların iletilmesinde önemli bir rol oynar. Bu görsel araçlar, kamuoyu bilincini artırmak, eğitim sağlamak ve davranış değişikliği teşvik etmek amacıyla kullanılır (Görsel 3.3.2). Etkili bir sosyal afiş tasarlamak için, mesajın net ve anlaşılır olması gerekir. Görsel öğeler, renkler ve fontlar, hedef kitleye uygun şekilde seçilmelidir. Örneğin, çevre koruma bilincini artırmak amacıyla yapılan bir afişte, yeşil tonları ve tabiat görselleri kullanılabilir. Sosyal afişler, toplumsal değişim için güçlü bir araç olabilir. Kampanyanın amacına uygun olarak tasarlanmış, göz alıcı ve öğretici afişler, insanları bilinçlendirmek ve harekete geçirmek için etkili bir yoldur. Toplumda pozitif değişiklikler yapılmasına katkıda bulunan bu görsel materyaller, her yaşta ve her kesimden insanı etkileyebilir ve önemli konularda farkındalık yaratabilir.



Görsel 3.3.2 Alkol ve Gebelik Konulu Sosyal Afiş, Erişim:16.05.2024 <https://124.im/yB1u4>

Reklam afişleri, herhangi bir markanın ya da ürünün geniş kitlelere tanıtımını yapmak için kullanılan görsel iletişim araçlarıdır. Etkili bir reklam afişi tasarımı, izleyicilerin dikkatini çekmek ve onları ürün veya hizmet hakkında bilgilendirmek amacıyla dikkatle düzenlenir (Görsel 3.3.3). Afiş tasarımında kullanılan renkler, fontlar ve görseller, hedef kitleye uygun olarak seçilir ve markanın mesajını en net şekilde iletecek biçimde kurgulanır. Reklam afişlerinin başarısında, yerleştirildikleri konum da büyük bir rol

oyunar. Yoğun trafik olan bir cadde, alışveriş merkezleri gibi insanların sık sık uğradığı yerler, reklam afişleri için ideal lokasyonlardır. Ayrıca, dijital reklam afişleri de günümüzde oldukça popülerdir. Bu afişler, sosyal medya platformları, web siteleri ve mobil uygulamalar gibi dijital ortamlarda yer alarak geniş bir izleyici kitlesine ulaşır.

Son olarak, reklam afişlerinin tasarım sürecinde, yaratıcılık ön planda tutulmalıdır. Eşsiz ve akılda kalıcı bir tasarım, potansiyel müşterilerin ilgisini çekebilir ve onları harekete geçmeye teşvik edebilir. İyi bir reklam afişi, marka bilinirliğini artırma ve satışları tetikleme konusunda oldukça etkilidir, bu yüzden profesyonel bir tasarımcı ile çalışmak yatırımın değerini artırabilir.



Görsel 3.3.3 İKEA Reklam Afişi, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/ffKpO>

3.4. Afiş Tasarımlarında Kadın İmgesi

Afiş tasarımlarında kadın imgesine değinmeden önce imgenin tanımına bakmak gerekir. İmge, edebiyat ve sanat dünyasında sıkça kullanılan bir terim olup, bir olgu, olay, duygu veya düşüncenin zihinde canlandırılan tasviridir. Tasarımı canlandıran imgeler, mesajın iletilmesinde önemli bir rol üstlenir ve görsel estetiğin oluşturulmasında işin önemli bir parçasıdır (Ambrose, Harris, 2013 s.93). Sanatçılar, yazarlar ve şairler, eserlerinde imgeler kullanarak okuyucularının veya izleyicilerinin zihninde güçlü ve etkileyici

resimler oluşturmaya amaçlarlar. İmgeler, genellikle metaforlar, benzetmeler ve diğer edebi araçlarla zenginleştirilir. Sanat dünyasında imge, genellikle görsel sanatlar için kullanılır. İmgeler, sanatçının iç dünyasını, toplumsal olayları veya soyut kavramları ifade etmesinin güçlü bir yoludur. Dijital tasarımlarda imgenin tarama örüntüsü ve vektör olmak üzere iki ana türü vardır.

Tarama örüntüsü, binlerce hatta milyonlarca pikselin bir araya gelmesiyle oluşur. Her bir piksel, belirli bir renk ve parlaklık değerine sahiptir ve bu değerler, görüntünün genel kalitesini belirler. Piksel yoğunluğu, yani birim alandaki piksel sayısı, bir ekranın veya görüntünün çözünürlüğünü belirler. Tarama örüntüsü imgeler büyütüldüklerinde görüntünün kalitesinde azalmalara neden olurlar.

Vektörler ise Vektörel resim, matematiksel denklemlerle tanımlanan grafiklerdir ve bu yüzden piksellere dayalı olan bit eşlem (bitmap) görüntülerden farklıdır. Vektörel grafiklerdeki nesneler eğri ve çizgi segmentlerinin matematiksel olarak tanımlanması ile oluşur (Lawler, 2006, s.26). Bu sayede, vektörel resimler ölçeklendirildiğinde herhangi bir kalite kaybı yaşamazlar; yani, büyütüldüğünde ya da küçültüldüğünde keskinliklerini ve netliklerini korurlar.

Afiş tasarımlarında imge kullanımı ise görsel iletişimin en etkili araçlarından biridir. İmgeler, izleyicinin dikkatini çekmek, duygusal bir bağ kurmak ve mesajı hızlı bir şekilde iletmek amacıyla kullanılır. Afiş tasarımında kullanılan imgeler, genellikle mesajı destekleyen ve güçlendiren unsurlar olmalıdır. Bu imgeler, metnin okunabilirliğini engellememeli, aksine onu tamamlamalıdır. Doğru seçilmiş ve yerleştirilmiş bir imge, afişin genel estetiğini artırırken, izleyicinin mesajı daha kolay anlamasını sağlar.

İmge seçimi, afişin hedef kitlesine ve amacına uygun olmalıdır. Örneğin, gençlere hitap eden bir konser afişinde canlı ve dinamik imgeler tercih edilirken, bir sağlık kampanyası afişinde daha ciddi ve bilgilendirici imgeler kullanılabilir. Ayrıca, imgenin kalitesi ve çözünürlüğü de önemlidir. Düşük kaliteli veya bulanık imgeler, afişin profesyonelliğini zedeleyebilir ve izleyicide olumsuz bir izlenim bırakabilir. Bu nedenle, yüksek çözünürlüklü ve net imgeler kullanmak her zaman tercih edilmelidir.

Afiş tasarımında imgelerin yerleşimi de dikkatle planlanmalıdır. İmgeler, afişin dengesini bozmadan, metinle uyumlu bir şekilde yerleştirilmelidir. Görsel hiyerarşi oluşturmak, izleyicinin dikkatini önce en önemli bilgiye çekmek için etkili bir yöntemdir. Ayrıca, boşluk kullanımı da göz yorgunluğunu azaltarak, afişin daha okunabilir ve çekici olmasını

sağlar. Sonuç olarak, afiş tasarımımda imge kullanımı, doğru seçimler ve yerleştirmelerle birleştiğinde, etkili ve çarpıcı bir iletişim aracı haline gelir.

İnsanlara ulaşmanın en kolay yöntemlerinden birisi olan afiş tasarımlarında kadın figürü kullanımı ise sunulan hizmetin ya da ürünün, hedef kitleye en etkili şekilde iletilmesinin yollarından biri olmuştur. Kadınlar, reklamlarda ve afişlerde kullanılırken, ürünlerin satışını arttırmak, ilgi çekmek ve markaları daha çekici hale getirmek için bir araç olarak kullanılmaktadır. Çünkü “kadın imajının” doğurgan, kırılğan, bedensel obje, haz nesnesi gibi birçok tanımlamanın odağına oturtulmaları nedeniyle markaların mesajını daha çekici hale getirirler. Bu bağlamda, kadın afişleri sadece bir grafik tasarım ürünü olmanın ötesine geçer ve bir iletişim aracı olarak sosyal değişimde önemli bir rol oynar. Bu tür afişler, toplumun dikkatini kadın hakları gibi kritik meselelere çekerken, aynı zamanda estetik ve tasarım yoluyla duygusal bir etki yaratmayı hedefler. Bu, görsel sanatların toplumsal hareketler içinde ne denli güçlü ve etkili olabileceğini gösterir.

Kadın imgesi, geniş bir yelpazede kültürel, sanatsal ve medya eserlerinde temsil edilen ve toplumun kadınlara dair sahip olduğu algıları yansıtan bir kavramdır. Bu imge, birçok farklı şekilde ifade edilebilir ve zaman içinde değişebilir, ancak genellikle kültürel normlar, tarih, sosyal beklentiler ve medya tarafından şekillendirilir. Tarih boyunca kadın imgesi, toplumların kültürel, sosyal ve ekonomik yapılarıyla yakından ilişkilidir. Antik dönemlerden başlayarak, kadınlar genellikle ev ve aile içi rollerle tanımlanmış, bu da onların toplumsal hayattaki yerlerini sınırlamıştır. Kadınlar ev işleri ve çocuk bakımı gibi görevlerle sınırlandırılmış ve kamusal yaşamdan büyük ölçüde dışlanmışlardır.

Yunan/Helen Uygarlıklarında kadının ilk defa geçtiği yapıt Homeros’un İlias destanıdır. Troia savaşlarının anlatıldığı destanda başkahraman güzel bir kadın olan Helena’dır. Burada kadını büyük bir ailenin içinde ve ailenin bir üyesi olarak görmekteyiz (Darga, 1993, s.118).

Eski Yunan’da kadının aile içinde değeri vardı fakat kamusal alanda varlıkları söz konusu değildi. Olimpiyat oyunları ve miras gibi haklar sadece erkek çocukları içindi (Sevim, 2005, s.15). Efsaneler ve mitolojilerde kadınlar genellikle güzellikleri ve cazibeleri ile ön plana çıkarken, zekâ ve güç genellikle erkeklere atfedilmiştir. Örneğin, Yunan mitolojisinde Athena gibi bazı kadın tanrıçalar bilgelik ve savaşla ilişkilendirilmiş olsa da, bu tür karakterler bile erkek tanrıların gölgesinde kalmıştır.

Antik Roma'da ise, kadınların durumu biraz daha farklıydı. Roma İmparatorluğu'nun erken dönemlerinde kadınlar yine büyük ölçüde ev ve aile ile sınırlanmıştı, ancak imparatorluğun ilerleyen dönemlerinde bazı kadınlar kamusal hayatta daha fazla rol almaya başladı. Örneğin, bazı Romalı kadınlar kendi işlerini yönetebiliyor ve hatta siyasi nüfuz sahibi olabiliyorlardı. Yönetimde istedikleri sınırlı sayıda gerçekleşse de İmparatoriçe Augusta adına sikke bastırma hakkına sahip ilk Romalı kadın olmuştur (Darga, 1993 s.123). Ancak, bu durum genellikle yüksek sınıfa mensup kadınlar için geçerliydi ve alt sınıflardan kadınlar hala toplumun kenarında yer alıyordu.

Orta Çağ'da ise kadın imgesi, daha çok dini ve ahlaki çerçeveler içinde değerlendirilmiştir. Bizans döneminde kaynakların çoğu birkaç istisna dışında aristokrat ailelere mensup kadınlara aittir. Bizans Döneminde Havva, Meryem Ana ve diğer azizeler dışında kadın temsillerinin çoğu yüksek sınıf kadınlarına aitti halktan ve üretimin içindeki kadınlar temsillerde çok az yer alıyordu (Neciboğlu, 1993 s.125). Hristiyanlığın etkisiyle kadınlar, Meryem Ana ve Havva gibi dini figürlerle ilişkilendirilmiş, bir yandan masumiyet ve annelikle, diğer yandan ise günah ve baştan çıkarıcılıkla özdeşleştirilmiştir. Bu ikili imge, kadınların toplumsal rollerini belirlemiş ve onların davranışlarını sınırlandırmıştır. Feodal toplum yapısında kadınlar, genellikle eş ve anne rollerini üstlenmiş, ancak bazı asil kadınlar ve manastırda yaşayan rahibeler, eğitim ve yönetim gibi alanlarda da etkili olabilmişlerdir.

Doğu medeniyetlerinde, özellikle Antik Mısır'da, kadınlar bazı açılardan daha eşit bir konumdaydı. Eski Mısır'da tapınakları yöneten kadınlar önemli haklara sahipti. Bazı araştırmalara göre kadınlar eski Mısır'da çağdaşı uygarlıklara göre özgür bir yaşam sürmekteydi (Sevim, 2005, s.13).

Mısır'da kadınlar mülk sahibi olabiliyor, boşanabiliyor ve hatta bazen hüküm sürebiliyordu. Örneğin, ünlü Mısır kraliçesi Kleopatra, hem zekası hem de siyasi yetenekleriyle tanınmış bir figürdü. Ancak yine de bu tür örnekler istisna olarak görülmeli ve genel eğilim kadınların ikincil bir konumda olduğudur. Selçuklu ve Osmanlı toplumuna baktığımızda, Osmanlı İmparatorluğu döneminde kadınların toplumsal rolü ve hakları, zaman içinde değişiklik gösterse de genellikle belirli gelenekler ve sosyal normlar çerçevesinde şekillenmiştir. Osmanlı toplumunda kadınlar, özellikle hane içindeki rolleriyle öne çıkmışlardır. Ev işleri, çocuk bakımı ve aile içi düzenin sağlanması kadınların temel sorumlulukları arasında yer almıştır. Ancak, kadınlar aynı zamanda sosyal ve ekonomik hayatın da önemli bir parçasıydı; örneğin, ev ekonomisine katkıda

bulunmak için el sanatları ve tarım gibi işlerle uğraşıyorlardı. Osmanlı İmparatorluğu'nda kadınların eğitimine yönelik tutumlar da zamanla değişmiştir. İmparatorluğun ilk dönemlerinde kız çocuklarının eğitimi genellikle dini bilgilerle sınırlı kalırken, özellikle Tanzimat ve Islahat dönemlerinde eğitim alanında önemli reformlar yapılmıştır. Bu reformlarla birlikte, kız çocukları için okullar açılmış ve kadınların eğitim düzeyi yükseltilmeye çalışılmıştır. Bu, kadınların toplumsal hayatta daha aktif rol almalarına ve belirli mesleklerde yer almalarına olanak tanımıştır. Tanzimat öncesi Osmanlı toplumunda çağdaşlaşma sürecinde kadın rollerinde büyük bir gelişme olduğu açıktır. Tanzimattan önce Osmanlı dönemi Anadolu'da ve tüm imparatorluklarda aile yapısı patriarkal özelliklere sahipti. Kadınların evin erkeğinin otoritesi ve kuralları doğrultusunda yaşaması gerekiyordu (Kafadar, 1993, s.203). Bu bağlamda, eski medeniyetlerde kadın imgesi, büyük ölçüde toplumsal normlar ve cinsiyet rolleri tarafından şekillendirilmiş ve genellikle erkek egemen bir perspektiften değerlendirilmiştir.

Sanatta kadının yeri ve konumu, tarih boyunca tartışılan ve eleştirilen bir konu olmuştur. Kadının sanatta bir "estetik ve haz nesnesi" olarak kullanılması, toplumsal cinsiyet rolleri ve erkek egemen bir yapının bir yansıması olarak görülmektedir. Kadın bedeni, sıklıkla erkek bakış açısının bir nesnesi olarak sunulmuş ve bu durum, kadının özne olma durumunu gölgede bırakmıştır (Göktaş, 2021). Bazı feminist eleştirmenlere göre kadın bedeni sıkça erkek bakış açısı ve arzusuna hizmet etmek amacıyla kullanılmıştır. 1960'ların sonlarından itibaren, Batı'daki kadın hareketi, görsel imgenin politikası konusunu gündeme getirmiş ve bu alandaki ayrımlara yönelik önemli eleştiriler yükselmiştir. Feminist hareketler, kadınların medyada ve sanat eserlerinde nasıl temsil edildiğini sorgulamaya başlamış ve bu temsillerin toplumsal cinsiyet rollerini nasıl pekiştirdiğini analiz etmiştir. Bu bağlamda, kadınların nesneleştirilmesi, cinsiyetçi klişeler ve ideal güzellik anlayışının dayatılması gibi konular eleştirel bir bakış açısıyla incelenmiştir.

Bu dönemde kadın sanatçılar, yaratıcı alanlarda erkek egemenliğine karşı durarak, kendi seslerini ve deneyimlerini ifade etmek üzere cesur adımlar attılar. Feminist sanat hareketi, kadınların yaşadıkları toplumsal ve kültürel baskıları sanat yoluyla dile getirmeyi hedeflerken, aynı zamanda kadın sanatçıların eserlerinin tanınmasını ve değer görmesini sağlamıştır.

1960'larda sanat dünyasında öne çıkan kadın sanatçılar arasında Yayoi Kusama, Eva Hesse, ve Niki de Saint Phalle gibi isimler yer almaktadır. Yayoi Kusama, noktalar ve tekrarlayan desenlerle bezeli çalışmaları ile tanınırken, Eva Hesse ise heykel ve karma medya işlerindeki yenilikçi yaklaşımıyla dikkat çekmiştir (Görsel 3.4.1). Niki de Saint Phalle, renkli ve büyük ölçekli heykelleri ile kadın bedenine dair toplumsal algıları sorgulayan eserler üretti. Bu sanatçılar, geleneksel sanat normlarını yıkarak, kendi özgün dillerini yaratmayı başardılar.



Görsel 3.4.1 Yayoi Kusama, “Silinmişlik Odası” Erişim: 29.05.2024 <https://tls.tc/1ks6a>

Cindy Sherman, 1968 sonrası dönemde postmodernizm ve feminist teoriyi benimseyen sanatçılar arasında önemli bir yere sahiptir. Sanatında sabit bir kimlikten ziyade çoklu kimlikleri açığa çıkarmayı hedefleyen Sherman, kadın olmayı tanımlayan ‘konumlar’ ve ‘durumlar’ üzerinde durmaktadır (Görsel 3.4.2). Sherman'ın çalışmaları, kadınların toplumdaki yerini ve kimliğini sorgulayan derin bir eleştirel bakış açısı sunar. Bu bağlamda, sanatçının eserleri, feminist teori ile postmodernizmin kesişim noktasında yer alır ve toplumsal cinsiyet rolleri ile kimlik kavramlarını yeniden düşünmeye davet etmektedir.



Görsel 3.4.2 Cindy Sherman, Erişim:16.05.2024 <https://www.theartnewspaper.com/>

Feminist sanat hareketi, yalnızca bireysel sanatçıların çalışmalarını değil, aynı zamanda kadınların sanat dünyasındaki yerini de dönüştürmeyi başarmıştır. Kadın sanatçılar, sergilerde daha fazla yer bulmaya ve sanat eleştirmenleri tarafından daha ciddi şekilde değerlendirilmeye başlamıştır. Bu dönemde, kadınların sanat tarihindeki eksikliği ve unutulmuşluğu üzerine yapılan çalışmalar da önem kazandı. Sonuç olarak, 1960'lar, kadınların sanattaki varlığını ve etkisini güçlendiren, onların seslerini daha yüksek bir şekilde duyurduğu bir dönem olarak sanat tarihine damgasını vurmuştur.

Kadın, tarih boyunca sanatta ve görsel kültürde önemli bir yer tutmuştur. Ancak, modernleşme ve tüketim kültürünün etkisiyle bu rolü büyük bir dönüşüm geçirmiştir. İmgeleşen kadın kimine göre değer kazanırken, kimine göre ise bir meta haline gelmiştir. Geçmişte kadının imajı çoğunlukla kutsal, estetik ve saygıdeğer bir şekilde sunulurken, günümüzde bu imaj giderek metalaşmış ve ticari amaçlarla kullanılır hale gelmiştir. Reklamlar, afişler, posterler ve videolar gibi görsel medyalar, kadını sıklıkla sadece bir göz zevki unsuru olarak tasvir etmektedir (Aydın, 2019).

4. FEMİNİZM VE FEMİNİST KURAMLAR

Feminizm kavramı, toplumsal cinsiyet rolleri, eşitsizlikleri ve kadınların yaşadığı deneyimleri analiz eden ve bu alanlarda değişim ve eşitlik için çözümler öneren bir akademik ve aktivist yaklaşımdır. Bu teori, kadınların tarih boyunca maruz kaldığı ayrımcılığı ve baskıyı anlamak için sosyoloji, psikoloji, sanat, edebiyat, tarih ve diğer disiplinlerden yararlanır. Basitçe ifade etmek gerekirse feminizm cinsiyetçilik anlamında her türlü baskı ve sömürüyü sona erdirmeyi amaçlayan bir harekettir (Hooks, 2012, s.14). Feminizmin ortaya çıkışı 18. yy. sonlarına rastlamaktadır. Feminizm, Latince kadının karşılığı femine sözcüğünden türetilmiştir (Sevim, 2005, s.7). Feminizm, ortaya çıkışından itibaren akımlar ve farklı dalgalar halinde ilerlemiştir. Feminist teorinin temel amacı, toplumda var olan cinsiyet eşitsizliklerini, ayrımcılığı ve erkek egemen yapıları ortaya çıkarmak ve bunları değiştirmek için bilimsel bir zemin oluşturmaktır. Bu teorinin ortaya çıkışı ve gelişimi, kadın hakları hareketlerinin ve feminizmin evrimiyle yakından ilişkilidir. Feminist eleştiri, sanat eserlerini ve temsillerini cinsiyet eşitsizliği ve nesnelleştirmeye karşı incelemiştir. Bazı feminist eleştirmenlere göre, kadın bedeni sıkça erkek bakış açısı ve arzusuna hizmet etmek amacıyla kullanılmıştır.

1960'ların sonlarından itibaren Batı'da kadın hareketinin yükselişiyle birlikte, görsel imgenin politikası önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Kadın hareketi, toplumsal cinsiyet rollerine, kadınların temsil edilme biçimlerine ve genel anlamda toplumdaki görsel kültüre yönelik eleştirilerini dile getirmiştir.

Feminist teoride önemli kavramlardan biri de patriyarka'dır. Patriyarka, erkeklerin egemen olduğu, kadınların ise ikincil ve baskı altında olduğu bir toplumsal düzeni ifade eder. Feminist teori, bu patriyarkal yapıların nasıl işlediğini, kadınların yaşadığı ayrımcılığı ve baskıyı analiz ederken, aynı zamanda toplumsal değişim için mücadele stratejileri geliştirir. Hooks, cinsiyetçilik yapan kişinin kadın, erkek, çocuk ya da yetişkin olmasının bir şey değiştirmediğine işaret eder. Sistemi baştan sona etkileyen kurumsallaşmış cinsiyetçiliğe dair bir kavrayış içerisinde feminizmi ele alır (Hooks, B, 2012, s.14). Cinsiyetler arası eşitsizlik kişinin niteliği olarak normalleştirildiğinde toplumsal bir sorun haline dönüşür; Toplumsal cinsiyet, erkekler ile kadınlar arasındaki eşitsizliğin cinselleştirilmesi halidir (Butler, 1999, s.17). Feminist teorinin alt dalları da bulunmaktadır. Örneğin, liberal feministler, kadınların eşit haklara sahip olması ve patriyarkal engellerin kaldırılması için yasal ve siyasi mücadeleyi vurgularlar. Radikal

feministler ise patriyarkal sistemi kökten değiştirmeyi savunur ve cinsiyet rollerini ve toplumsal normları sorgularlar.

Feminist teori, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda önemli bir rol oynamış ve kadın hakları hareketlerinin güçlenmesine katkı sağlamıştır. Mitlerden masallara, romanlardan filmlere kadar kültürün aktarılmasını sağlayan hikâyelerde, dini öğretilerde kadın ve erkek eşitsizliği gözlemlenebilir. Masallarda erkeğin temel değerlilik ölçütü kahramanlıktır. Kahraman erkek masalın sonunda iki şeye kavuşur. Bunlar ödül olarak kadın ve sosyal statüsünün yükselmesidir. Masallarda kadın ya bir kuleye hapsedilir ya da kötü kurt peşindedir. Kadın faillikten ve kahramanlıktan uzaktır. Uyuyarak prensin onu kurtarmasını bekler (Agvan ve Asutay, 2018).

Bu çalışma, film afişlerinin tasarımlarında, cinsiyetçi imgeleri ve kabul önyargıları tespit etmektedir. Kadın karakterlerin nasıl tasvir edildiği, hangi rollerle yansıtıldığı ve hangi söylemlerin kullanıldığı incelemektedir. Bu analizler, toplumsal cinsiyet eşitliği için farkındalık yaratmanın yanı sıra, alternatif temsillerin ve anlatıların nasıl olabileceği konusunda da ipuçları vermektedir. Kadınların bedensel görünümü, objeleştirilmesi, şiddet içeren içeriklere maruz bırakılması ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesi gibi konular da incelemenin konusudur. Bu eleştiri biçimi, grafik tasarımların toplumsal cinsiyet algılarını nasıl etkilediğini ve kadınların güçlendirilmesi adına nasıl kullanılabileceğini tartışmamızı sağlamaktadır. Cinsiyetçi söylemlerin ve stereotiplerin yayılması, kadınların eşitsizliklerle karşılaşması ve toplumsal cinsiyet normlarının pekiştirilmesi gibi konular üzerinde etkisine değinir.

4.1. Sanatta Feminizm Hareketi: Kadınların Sesi ve Temsili İçin Mücadele

Sanatta feminizm hareketi, sanat dünyasında kadınların temsiliyeti, deneyimleri ve güçlenmesi için mücadele eden bir harekettir. Bu hareket, sanat eserlerinin ve sanatçıların toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın hakları ve erkek egemen yapılar konusundaki söylemlerini ve eleştirilerini içerir. Sanatta feminizm hareketi, 1970'lerde ikinci dalga feminizmi döneminde güçlü bir şekilde ortaya çıktı. Bu dönemde kadın sanatçılar, sanat dünyasındaki cinsiyetçi ve ayrımcı yapıları sorgulamaya başladılar. Bu hareket, kadınların sanat alanında var olma mücadelesini ve seslerini duyurmak için verdikleri çabayı simgelemektedir.

Sanatta feminizm, kadın sanatçıların kendilerini ifade etme özgürlüğünü ve deneyimlerini yansıtma hakkını savunur. Kadınların sanat eserleri aracılığıyla toplumsal cinsiyet

rollerini sorgulamaları, kadın bedenini, kadın kimliğini ele almaları ve güç dinamiklerini tartışmaları sanatta feminizmin önemli bir alanını oluşturur. Sanat eserlerindeki cinsiyetçi imgeleri, önyargıları ve erkek egemen yapıları eleştirir. Kadın bedeni üzerindeki objeleştirme, kadınların sadece nesne olarak değerlendirilmesi, erkek bakış açısının egemenliği gibi konular sanat eserlerinde sıkça ele alınır ve bu konuların sorgulanması teşvik edilir. Özellikle medyada, kadınların ekranda fiziksel özellikleri ile nitelik kazandıkları görülür. Kadın karakterler medya da idealize edilen kadın imajının ötesine çıkamamaktadır. Şişman olarak kodlanan kadınlar dul ve orta yaş olarak yansıtılırken, ana karakterler genç, zayıf ve alımlıdır. Görsel medyada kadınlar, kendilerine dayatılan cazibeli, alımlı ya da anaç kalıplarının içine hapsedilmektedir (İnceoğlu, ve Akçalı, 2020). Sanatın toplumsal bilinçlenme ve değişim için güçlü bir araç olduğunu savunur. Kadınların sanatta daha fazla temsil edilmesi, kadınların deneyimlerinin ve seslerinin duyulması, toplumun cinsiyet eşitliği ve kadın hakları konularında daha bilinçli olmasına katkı sağlar. Amerika Birleşik Devletleri'nde 1985 yılında bir araya gelen Gerilla Kızlar, şu soruyu sorarlar: "Kadınların müzeye girebilmeleri için illa ki çıplak mı olmaları gerekir?" Artık bu soruya "hayır" yanıtını verebiliriz (Görsel 4.1.1). Bunu söyleyebilmemiz için kadın sanatçılar uzunca zorlu bir mücadele vermişlerdir (Antmen, 2014, s.7-8).



Görsel 4.1.1. Gerilla Kızlar, 1984, Erişim: 16.05.2024 <https://mozartcultures.com/>

Farklı kimliklere ve deneyimlere sahip kadınların temsilini ve güçlenmesini teşvik eder. Siyah kadın sanatçılar, LGBTQ+ sanatçılar, engelli sanatçılar ve diğer çeşitli grupların sanatta daha görünür olması ve hak ettikleri değeri görmeleri hareketin önemli bir parçasını oluşturur. Feminist sanatın ilk on yılında esin kaynağı öfke değil iyimser bir

inançtan beslenir. Kadınların bir arada duruşunun önemli olduğu vurgulanır. Amerika’da sanat ve sanat tarihi alanlarında gelişen feminist hareket, kadın sanatçıların yeteneklerinin ve katkılarının daha geniş bir çevrede tanınmasını sağlamıştır. Bu hareket, özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren, kadın sanatçılar için daha fazla görünürlük ve kabul sağlamak amacıyla önemli adımlar atmıştır. Bu bağlamda, Lee Krasner gibi sanatçılar, soyut ekspresyonizmin öncü figürleri olarak tanınmaya başlanmıştır. Krasner, genellikle erkek sanatçıların gölgesinde kalsa da yeteneği ve sanata olan katkıları feminist hareket sayesinde daha fazla takdir görmüştür. Louise Bourgeois, kariyerinin büyük bir bölümünde yeterince tanınmamış bir sanatçı olarak kalmış olsa da 1970’lerin sonlarına doğru feminist hareketin etkisiyle daha fazla sergi açma fırsatı bulmuştur (Görsel 4.1.2). 1950 ile 1978 yılları arasında sadece altı kişisel sergi açabilen Bourgeois, 1978-1981 yılları arasında yedi sergi açarak büyük bir çıkış yapmıştır (Peterson ve Mathews 2014, s.27).



Görsel 4.1.2 “The Woven Child” at Hayward Gallery, 2022, Louise Bourgeois, Erişim: 16.05.2024 <https://www.alem.com.tr/>

Sanatta feminizm hareketi, sanat dünyasında kadınların sesini duyurması, temsiliyetlerini güçlendirmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesine katkı sağlaması açısından büyük öneme sahiptir. Bu hareket, sanatın toplumsal değişim ve bilinçlenme için güçlü bir araç olduğunu gösterir ve sanatın evrensel bir dil olduğunu vurgular. Feminist düşünce çeşitli etiketlerle dolu bir geçmişe sahiptir. Liberal, radikal, Marksist/sosyalist, beyaz olmayan kadınlar, küresel, sömürgecilik sonrası, ulus ötesi, psikanalitik, bakım/özen-odaklı, ekolojik yaklaşımlı, varoluşçu, postyapısalcı, postmodern, üçüncü dalga ve queer, feminist akımlar üzerinde etkili olmuştur. Hatta bu kapsamlı liste bile genel olarak,

feminizmin kadınlara ve toplumlara yönelik entelektüel ve politik vaatlerini tamamen kapsamadığı söylenebilir. Feminizm yekpare bir ideoloji değildir. Her bir feminist akımın hem kadınlara yönelik baskıya ilişkin açıklamaları hem de bu durumun ortadan kaldırılmasına yönelik çözüm önerileri sunmak üzere kullandıkları farklı yaklaşımların, bakış açıları ve çerçevelerin kapsamını gözler önüne sermeye de yardımcı olmaktadır (Tong ve Botts, 2021, s.13). Çağdaş feminist kuramların çoğu kendini geleneksel liberal feminizme karşı bir tepki olarak tanımladığından çalışmamızda, feminist düşünceye ilk liberal feminizm ekseninde bakılacaktır. Ardından radikal feminizm, marksist ve sosyalist feminizm, psikanalitik feminizm, bakım-özen odaklı feminizm, varoluşçu, yapısalcı ve post modern feminizm, beyaz olmayan kadınların feminizmi ve son olarak üçüncü dalga olarak nitelendirilen queer feminizm bağlamında bir kuramsal çerçeve çizilecektir.

4.2. Feminist Kuramlar

4.2.1. Liberal Feminizm: Eşit Haklar ve Fırsatlar İçin Hukuki ve Siyasi Mücadele

Liberal feminizm, kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olması ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için hukuki ve siyasi mücadeleyi vurgulayan bir feminizm akımıdır. Kadınların hukuki haklara, siyasi temsile, eğitim fırsatlarına ve iş dünyasında eşit fırsatlara erişimini savunur. Bu akım, kadınların özgür iradeleriyle kendi hayatlarını şekillendirme hakkını vurgular ve kadınların erkek egemen engellerle karşılaşmadan potansiyellerini gerçekleştirebilmeleri için çaba sarf eder.

Liberal feminizm, burjuvanın doğuşu ile başlar ve 1950'lere uzanan "birinci dalga" feminist eylemleri kapsar. Birinci dalga liberal feminizm akımının odak noktası kadınların seçme seçilme hakkını elde edebilmesidir. 1960'lardan 1980'lere uzanan "ikinci dalga" olarak adlandırılan feminist eylemlerde ise amaçlanan toplumsal cinsiyet eşitliğine ve kadınlar için eşit fırsatlar oluşturmaktır. 1990'lardan günümüze kadar uzanan "üçüncü dalga" feminist eylemler ise sonuç eşitliğine ve kesişimsellik kuramına dayanarak liberal feminizmi yeniden yapılandırdı. Liberaller, başkalarını haklarından mahrum etmemek kaydıyla her kişinin iyi olanı seçebilme hakkı olduğunu savunur. Toplumun refahının, bireylerin haklarını özgürce kullandıklarında artacağına inanılır. 20. yy. kadar batı toplumlarında bile kadınlar haklarını kullanmakta erkekler kadar özgür değillerdir.

Modem toplumlar, kadın erkek eşitsizliklerin biyolojik özelliklerden kaynaklandığı öne sürer. Fakat bu farklar aslında toplumsalın içinde bulunur. Çocuk yetiştirmek için kadın gibi duygusal ve sabırlı olmak ön görülürken bu bir biyolojik ayrım değil ideolojik-toplumsal ayarımıdır. Aynı şekilde bu ayrımı asker olmak için de bir erkek gibi dayanıklı ve güçlü olmak gerekir söyleminde de görmek mümkündür (Sancar, 2014, s.23). 19. yüzyılın ortalarında ve sonlarında kadınların oy hakkı, eğitim hakkı ve mülkiyet hakları gibi konularda mücadele etmeye başladı. Bu dönemdeki önemli aktivistler arasında John Stuart Mill'in eşi Harriet Taylor Mill, Mary Wollstonecraft ve Susan B. Anthony gibi isimler yer alır. Bu dönem, kadın hakları hareketinin temelini oluşturdu. Mary Wollstonecraft birinci dalgadan önce, kadınlar için eğitimde eşitlik mücadelesinin öncüsü olmuştur.

Endüstri devrimi 19. yy da iş gücünü özel alanın dışına, kamusal alana çekmeye başlamıştır. Sanayileşme Amerika'da yavaş yavaş beyaz kadını, hali vakti yerinde kocalarının ya da babalarının eline bakmaya zorlamıştır. Beyaz kadın artık evde kalmıştır. Mary Wollstonecraft, bu ayrıcalıklı kadınları kafesteki kuşlara benzetirken, onların kendi kararlarını kendilerinin veremediğini vurgulamıştır. Afrika Amerikalı kadınlarsa çoktan iş gücüne dahil olmuş, köle olarak çalışmaktadırlar.

Birinci Dalga, Liberal Feminizm: Eşit Özgürlük ve Oy Hakkı

Mary Wollstonecraft'dan yüzyıl sonra düşüncelerini kaleme alan Harriet Taylor ve John Stuart Mill, cinsiyetler arasındaki eşitliği sağlamak için toplumun sadece eğitimde değil siyasi ve ekonomik haklarda da eşit olmalarını savunmuşlardır. Kadın erkek eşiliğinin temellerini atan düşünceleriyle kaleme aldıkları, Evlilik ve Boşanma Üzerine İlk Denemeler (1832) ve Kadınların Vatandaşlık Haklarının Tanınması (1851) kitaplarında üretimde ve kazançta kadınlarla erkeklerin eşit haklara sahip olmasının önemini vurgulamışlardır. Kadınların kendilerini kamusal alanda açıkça ifade etme, seçme seçilme hakkı için uzunca süre mücadele etmeleri gerekmiştir. 1890'da Amerikalı Kadınların Ulusal Oy Hakkı Derneği elli yıllık bir mücadele sonucu seçme seçilme hakkını kazanabilmişlerdir (Tong ve Botts, 2021, s.34-43).

İkinci Dalga, Liberal Feminizm: Eşit Haklar

1960lı yıllarda Amerika'da kadınlar, tam özgür olabilmeleri için ekonomik eşit fırsatlara ve cinsel özgürlüğü ihtiyaç duyduklarını yüksek sesle dile getirmişlerdir. Elitist, kapitalist, rekabetçi, bireyci olarak gördükleri sistemde reform yapmaya değil onun

yerine eşitlikçi, sosyalist, işbirlikçi sistemi getirmeye çabalayan devrimci ideolojiyi savunmaktadırlar. Betty Friedan'ın okuduğu 1967 tarihli Haklar Beyanenamesi'nde, ön palan çıkan konular şu şekildedir. Kanunlar önünde erkekler ve kadınlar eşittir. Kadınların iş hayatında eşit fırsatlara sahip olmaları, toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve adaletin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Kadınlar, erkeklerle aynı niteliklere ve yeteneklere sahip olmalarına rağmen, iş dünyasında çeşitli engellerle karşılaşabilmektedirler. Bu engellerin başında, doğum izni ve doğum sonrası iş hayatına geri dönüş süreci gelmektedir. Kadınların doğum yaptıktan sonra kıdemlerini veya elde ettikleri diğer hakları kaybetmeksizin işlerine geri dönebilmeleri, hem kadınların kariyer gelişimlerini sürdürmeleri açısından hem de toplumun genel refahı için kritik bir unsurdur.

Çalışan ebeveynler için ev ve çocuk bakımı masraflarının düşülmesine izin vermek üzere vergi yasaları derhal gözden geçirilmelidir. Tüm gelir düzeylerinden bütün vatandaşların kullanımına sunulacak bir kamu kaynağı olarak parklar, kütüphaneler ve devlet okullarıyla aynı temellere dayanan, okul öncesi yıllarından gençlik dönemine kadar çocukların ihtiyaçlarına uygun çocuk bakım tesisleri kanunen kurulmalıdır. Kadınların erkeklerle eşit olarak tam potansiyellerine göre eğitim alına hakları kolejer, lisansüstü eğitim veren kurumlar ve meslek okulları, krediler ve burslar, federal ve eyalet yasalarınca güvence altına alınmalıdır. Yoksul kadınlara erkeklerle aynı koşullarda ama ebeveynlerin çocuklarına bakmak için evde kalma hakkına dokunulmaksızın meslek eğitimi, konut ve aile yardımı alına hakkı tanınmalı; kadınların itibarını, mahremiyetini ve öz saygısını görmezden gelen refah mevzuatı ve yoksulluk programları revize edilmelidir. Ceza kanunundan gebelik önleyici bilgiye ve araçlara erişimi kısıtlayan yasaları çıkararak ve kürtaşı düzenleyen ceza yasalarını feshederek kadınlara kendi üreme hayatlarını kontrol etme hakkı tanınmalıdır (Tong ve Botts, 2021, s.47).

Üçüncü Dalga, Liberal Feminizme Doğru: Eşitlikçilik

Kanunlar önünde eşit haklara sahip kadın ve erkekler arasında eşitlik pratikte sağlanamamıştır. Çağdaş eşitlikçi liberal feministler kadınların terfi almada hala erkeklerin çok gerisinde olduklarını ileri sürmektedirler. Elizabeth Anderson eşitlikçi bir feministtir. Demokratik eşitlik olarak adlandırdığı görüşünün adil bir toplum yaratacağını ileri sürer. İnsanlar anlamlı eşit saygı görme talepleriyle eşitler topluluğu oluşturmayı amaçlamalıdır. Anderson'a göre burjuva beyaz erkeklerin imtiyazları alınmalıdır. Çağdaş eşitlikçi feminist Martha Nussbaum ise eşit olmak için erkeklerle kadınların hayatta aynı

kaynaklara ve fırsatlara sahip olması gerektiğini ileri sürer. Ona göre her insanın, müreffeh bir yaşam sürmek için, temel insani işlevsel kabiliyete ihtiyaçları vardır (Tong ve Botts, 2021, s.54).

Üçüncü Dalga, Liberal Feminizm: Kesişimsellik

Kesişimsellik kavramı, feminist teori ve sosyal adalet çalışmalarında önemli bir yer tutar. Bu kavram, kimliklerin ve sosyal kategorilerin tekil ve bağımsız olmadığını, aksine birbiriyle kesişen ve etkileşim içinde olan dinamikler olduğunu ifade eder. Örneğin, bir kadın yalnızca cinsiyeti nedeniyle değil, aynı zamanda etnik kökeni, sınıfsal konumu, cinsel yönelimi veya engellilik durumu gibi diğer kimlik bileşenleri nedeniyle de farklı şekillerde ayrımcılığa uğrayabilir. Bu çoklu baskı unsurları, bireyin toplumsal yaşamdaki deneyimlerini ve karşılaştığı engelleri daha karmaşık ve derinlemesine anlamamızı sağlar.

4.2.2 Marksist Feminizm ve Sosyalist Feminizm

Marksist feminizm, marksist teori ve analizin toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın sorunlarına uygulanmasıyla ortaya çıkan bir akımdır. Toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadın sorunlarını sınıf mücadelesi ve ekonomik yapılar bağlamında ele alır. Cinsiyetçilikten ziyade sınıfçılığı kadınlara yönelik baskının temel sebebi olarak görürler. Marksist feminizm, 1960'ların ve 1970'lerin ikinci dalga feminist hareketiyle birlikte güç kazanır. Sınıf analizini cinsiyet analiziyle birleştirerek, kadınların kapitalist ekonomik yapı içindeki konumunu anlamaya çalışır. Sosyalist feministler ise tam olarak ayrımcılığı sınıflara bağlamazlar. Kadınlara yönelik ayrımcılığı, sınıf ile cinsiyeti birleştiren uyumlu ve sistematik bir şekilde anlamaya çabalarlar (Tong ve Botts, 2021, s.117). Dünya tarihine baktığımızda, asker, tüccar, yönetici ya da rahip sömürgecilerin hepsinin erkek olduğu görülür. Bunlar batılı beyaz erkek üstünlüğünü inşa eden mimarlardır. Kapitalizm, cinsiyetlenmiş anlamlar ve imgelerle şekillenir. Sömürgecilik, her tür insan yaşamını denetleme gücü ve haklılığı olduğunu iddia eden beyaz erkek iktidarını küresel ticaretle olanaklı kılar (Sancar, 2014, s. 48-50). Kadınların ev içi emeğinin görünmezleştirilmesi ve değersizleştirilmesi, kadınların iş gücü piyasasında düşük ücretlerle çalışması gibi konular marksist ve sosyalist feminizmin odak noktalarıdır. Marksist feminizm akımı, kapitalizmin ve patriyarkanın birbirini besleyen yapılar olduğunu savunur ve kadınların özgürleşmesinin ancak sınıf mücadelesiyle mümkün olacağını öne sürer. Marksist feminist düşüncenin öncülerine baktığımızda şu temalar ön plana çıkmaktadır. Evelyn

Reed'in Kadınlar: Kast mı, Sınıf mı, Ezilen Cinsiyet mi? (1970) çalışmasında, burjuva kadınların hem proleter erkeklere hem de kadınlara baskı yapabildiğini ileri sürerek sınıfsal ayrımı ön plana çıkarmıştır. Margaret Benston ise üretim gücüne katılın katılmasın neden ev işlerinin hep kadınların sorumluluğunda olduğunu sorgulamaktadır. Mariarosa Costa ve Selma James ise bu duruma çözüm olarak, ev işlerini yapan kadınlara ücret ödenmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Tong ve Botts, 2021, s.128-136).

4.2.3. Radikal Feminizm

Radikal feminizm, patriyarkal yapıları ve cinsiyet rollerini temelde sorgulayan ve değiştirmeyi amaçlayan bir feminizm akımıdır. Radikal feministler, ataerkil bir sistemde toplumsal cinsiyet eşitliğinin inşa edilmesinin imkânsız olduğunu düşünürler. 1960'ların ve 1970'lerin ikinci dalga feminist hareketi içinde güç kazanmıştır. Kadınların toplumsal cinsiyet eşitliği ve özgürlüğü için radikal bir dönüşümü savunur. Bu akım, erkek egemen yapıların temel sorun olduğunu ve kadınların bu yapılar tarafından baskılandığını öne sürer. 1968 yılında Amerika'da düzenlenen güzellik yarışmasını protesto eden radikal feministler, yarışmayı "sığır mezatı" olarak adlandırdılar (Görsel 4.2.3.1). Tepki olarak, sutyenleri, korseleri, kadınları metalaştıran playboy dergileri gibi kadınlara yönelik baskıyı temsil eden eşyaları çöp kovasıla attılar. Proaktif bir eylemciliği benimseyen radikal feministler, kamusal alanda tiyatro temsilleriyle seslerini duyurdular.



Görsel 4.2.3.1 1968 yılında Amerika'da düzenlenen güzellik yarışmasını protesto eden radikal feministler, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/hN8KT>

Radikal feministler genel olarak kadınları bilinçlendirme çabasında olmuşlardır (Tong, Botts, 2021, s.67). İki insan dil, din, ırk ve cinsiyeti ne olursa olsun, bir araya geldiğinde her biri ötekini egemenliği altına almaya çalışır. Biri diğerinden kendini ayrıcalıklı

hissediyorsa, karşısındakine baskın çıkmakta bir problem görmez. Dolayısıyla erkeğin kadını ezmeye çalışmasını anlamak kolaylaşır (Beauvoir, 1993, s.65). Radikal liberter feministler ve radikal kültürel feministler olarak zamanla ikiye ayrılan radikal feministler, temel olarak erkek egemenliğini ve cinsiyet rollerini sorgular, cinsiyetçilikle mücadele eder ve kadınların toplumda özgürce var olmasını savunur. Cinsel şiddet, taciz, ayrımcılık gibi konulara odaklanır ve kadınların bu tür şiddet ve ayrımcılığa maruz kalmasının kabul edilemez olduğunu vurgular. Kadınların sadece ev işleri ve çocuk bakımı gibi geleneksel kadınlık rolleriyle sınırlanmasını reddeder ve kadınların istedikleri gibi yaşamaları ve kendi kimliklerini oluşturmaları gerektiğini savunur.

Radikal-Liberter Feminizm

İlk olarak bu akımın öne sürdüğü kavram, andojen kadındır. Andojen kadın hem kadınsı hem de erkeksi olarak tanımlanan özellikleri bünyesinde barındırır. Joreen Freeman'a göre andojen kadın rahatsız edicidir. Cadalog, dobra, küstah hatta egoisttir. Ayrıca, Gayle Rubin, Kate Millett Shulamith Firestone radikal liberter feminizmin savunucularıdır (Tong ve Botts, 2021, s.69).

Radikal Kültürel Feminizm

Radikal kültürel feministler, andojen kadını, kadınlar için çok erkeksi olduğunu ileri sürerek eleştirirler ve bir ideal kadın olarak desteklemezler. Alice Echols'a göre radikal kültürel feministler, kadınların dişiliğini olumlama yaklaşımını odağa alırlar. Kadınların erkekler gibi olmaya çalışmaması gerektiğini ileri sürerler. Ön plana çıkması gereken erdemlerin, duygu, neşe, barış ve hayat gibi daha fazla kadınsı özellikler olduğunu, erkeklerle özdeşleştirilen tahakküm, savaş ve ölümün ise değersizleştirilmesini savunurlar (Tong ve Botts, 2021, s.74-75).

4.2.4. Psikanalitik Feminizm

Bu akım, kadınların toplum içindeki yerini, cinsiyet rollerini ve kadın kimliğini anlamak için bilinçaltı düzeyindeki dinamikleri inceler. 20. yüzyılın ortalarında psikanaliz teorisinin kadın kimliği ve cinsiyet konularına uygulanmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, kadınlar psikanalizin cinsiyetçi yönlerini ve patriyarkal bakış açısını sorgulamaya başladılar. Psikoanalitik feminizm, cinsiyetçi inançların ve toplumsal cinsiyet rollerinin bilinçaltı düzeyinde nasıl şekillendiğini inceler. Pre-ödüpal ve Ödüpal evreler gibi Freudcu kavramlara ve sembolik düzen gibi Lacancı kurgulara dayanan psikanalitik feministler, toplumsal cinsiyet kimliğinin, dolayısıyla toplumsal cinsiyet

eşitsizliğinin, bir dizi bebeklik ve erken çocukluk deneyiminden kaynaklandığını ileri sürerler. Masallar, mitler ve rüyalar aynı kumaştan biçilmiştir. Üçü de bilinçdışının ürünüdür. Masallar ve mitler ortak bilinçdışının şekillenmesi, resimlenmesidir; rüyalar ise ortak bilinçdışından beslenen ilksel kaynakları ile kişisel bilinçdışının ürünüdür (Sezer, 2015, s.16)

Toplumsal cinsiyetin inşası ve psikanaliz kuramı, kadın sanatçı imgesi ve kadın bedeni karşısında erkeğin kapıldığı büyülenmenin doğasını derinlemesine inceler ve sorgular. Kadınları, anneliğin kadının doğal ve mutluluk veren rolü olduğuna inandırmayı ters düz eder (Sshweiger, 2014, s.47). Kadınların toplumda aldıkları roller, cinsel kimliklerini nasıl algıladıkları ve patriyarkal yapıların nasıl içselleştirildiği gibi konular bu analizin odak noktalarıdır. Kadınların kendi içsel deneyimlerini anlamaları, diğer kadınların deneyimlerine empati göstermeleri ve dayanışma içinde olmaları toplumsal değişim için önemli adımlardır. Feminist düşüncenin tüm ekolleri gibi psikanalitik feminizm de gelişmeye devam etmektedir. Psikanalitik feminizm, insanın kendisine ve başkalarına karşı saydam olmadığını gözler önüne sermektedir. Psikanalitik feministler bilinçaltının açıklanmasına ne kadar öncülük ederlerse, insanlığın ve özellikle kadınların o kadar iyiliğine olacaktır (Tong ve Botts, 2021, s.271).

4.2.5. Bakım ve Özen Odaklı Feminizm

Psikanalitik feministler gibi bakım/özen-odaklı feministler de dişi ruhunu eril ruhtan ayıran farklılıklarla ilgilenirler. Bakım-özen odaklı feministler, kadınların değil, kadınların ahlaki gelişimini yargılamak için kullanılan standartların değiştirilmesi gerektiğini savunurlar (Tong ve Botts, 2021, s.274). Bu ahlaki standartlardan en önemlisi Lawrence Kohlberg'in (1971) bir çocuğun tam ahlaklı olası için kurduğu altı aşamalı normlardır.

Birinci aşama, ceza ve itaat eğilimidir. Ceza sopasından kaçınmak veya ödül havucunu almak için küçük çocuk kendisine söyleneni yapar. İkinci aşama, araçsal ilişkiler eğilimidir. Sınırlı bir karşılıklılık ilkesine dayanarak, sen benim sırtımı kaşı ben de seninkini, küçük çocuk ancak kendi ihtiyaçları böylelikle karşılanacaksa başkalarının ihtiyaçlarını karşılayan şeyler yapar. Üçüncü aşama, kişilerarası uyum veya iyi oğlan-iyi kız eğilimidir. Olgunlaşan çocuk diğer insanların takdirini kazanmak için egemen ahlaki normalara uyum sağlar. Dördüncü aşama kanun ve düzen eğilimidir. Büyüyen çocuk görevini yerine getirmeye, otoriteye saygı göstermeye ve kendi iyiliği için verili toplumsal düzeni sürdürmeye başlar. Beşinci aşama ise sosyal sözleşme eğilimidir. Genç yetişkin, bu süreçte başka insanlara zarar vermekten kaçınmak kaydıyla, insanların istediklerini yapmalarına izin verilen, esasen faydacı bir ahlaki bakış açısı benimser. Altıncı aşama

evrensel ahlak ilkeleri eğilimidir. Esasen Kantçı bir ahlaki bakış açısı benimser. Yetişkin kişi artık kişisel çıkarlarına, başkalarının fikirlerine göre veya yasal sözleşme zoruyla değil adalet, karşılıklılık ve insan onuruna saygı gibi kendi kendine kural olarak koyduğu ve isteyerek yüklendiği evrensel ilkelere göre hareket eder (Gilligan, 2017, s.22-23).

Kohlberg kız çocuklarının nadiren 3. aşamayı geçebildiğini öne sürer. Üçüncü aşama, kişilerarası iyi oğlan-iyi kız eğilimidir. İnsanların takdirini kazanmak için kızlar egemen ahlaki normalara uyum sağlar. Tam bu noktada, Bakım ve Özen Odaklı Feminizm yaklaşımını benimseyen Carol Gilligan, Kohlberg'in ölçeğinin kusurlu tasarımı nedeniyle kız çocuklarının düşük puan aldığını kanıtlamak için yola çıkar. Gilligan'a göre kadınların ahlaki muhakeme tarzı erkeklerinkinden ne daha iyi ne de daha kötüdür, sadece farklıdır. Kız çocukların diğer insanlar tarafından sevilme ve takdir edilme ihtiyacının daha yüksek olmasının, ahlaki zayıflığına değil, ahlaken güçlü olduğuna işaret ettiğini savunur. Gilligan'a benzer bir şekilde Nel Noddings de geleneksel etiğin, pratik muhakeme biçimlerinden çok teorik olanları ve kadınsı yerine erkeksi değerleri yeğlediğini iddia eder. Noddings iyilik kavramının rasyonel bir şekilde yeniden inşayla değil duygusal düzeyde iyi insan olma arzusuyla başladığını ileri sürer (Gilligan, 2017, s.174). Özen göstermek belli bir tür zihniyete sahip olmak anlamına gelir ama aynı zamanda bakıma ihtiyacı olanlara yardım etmek de demektir. Dahası bakım/ özen pratiğinin, çabasının veya emeğinin özel alanın yanı sıra kamusal alanda da sergilenmesi gerekmektedir.

4.2.6. Eko Feminizm

Eko feminizm ifadesi ilk kez 1974'te Françoise d'Eaubonne'un Ya Feminizm Ya Ölüm, adlı çalışmasında ortaya çıkmıştır. Eko feministler insanların, insandışı dünyaya veya doğaya tahakkümüne odaklanmışlardır. Kadınlar ile ekolojik meseleler arasında kavramsal, sembolik ve dilsel bağlantılar olduğunu ileri sürerler. Karen J. Warren ataerkil yapının sunduğu hiyerarşik, düalistik ve baskıcı düşünme biçiminin hem kadınlara hem de doğaya zarar verdiği kanısındadır. Warren'a göre erkek doğaya ne yapabiliyorsa, kadına da aynısını yapabilir (Tong ve Botts, 2021, s.306). İnsan odaklı çevreciler, insanların çevreye zarar verdiğinde tüm insanlığa, gelecek nesillere dahi zarar verdiğini vurgularlar. Buna karşın insan odaklı çevreciler, zaman zaman kendi çıkarlarımız için çevreyi feda etmemiz gerekebileceğini kabul ederler. Bu yaklaşıma karşı çıkan Aldo Leopold, Toprak Etiği denemesinde (1987) doğayı; toprak, bitki ve hayvanlardan oluşan bir devreden akan enerji kaynağı olarak düşünmemiz gerektiğini öne sürer ve sığ

ekolojinin insan biçimciliğinin yerine derin ekoloji, biyomerkezciliği koyar. Günümüz tüketim kültüründe, enerji haddinden fazla üretilir ve tüketilir. Bu durum yeryüzündeki tüm canlı yaşam formlarına zarar vermektedir. Ekofeministler kadınların doğayla ilişkilendirilmesinin hem cinsiyetçiliğin hem de doğallığın başlıca sebebi olduğu konusunda anlaşsalar da kadınların doğayla bağlarının esasen biyolojik ve psikolojik mi yoksa sosyal ve kültürel mi olduğu konusunda ayrılırlar (King, 1989).

Ekofeministler toplumsal yapının değişmesi için, bir devrim, dönüşüm, mucize olmasını beklemek yerine tüm insanları yeryüzünü kurutup insan ruhunu öldüren yıkımları bertaraf etmek için ellerinden geleni yapmaya çağırırlar (Tong ve Botts, 2021, s.339).

4.2.7. Varoluşçu, Postyapısalcı ve Postmodern Feminizm

Varoluşçuluğun ontolojik ve etik dilini benimseyen de Simone de Beauvoir, erkeklerin, erkeği benlik ve kadını öteki olarak adlandırdıklarını ileri sürer. Öteki, benliğe bir tehditse, o zaman kadın erkeğe yönelik bir tehdittir. Bu nedenle erkek özgür kalmak istiyorsa, kadını kendisine tabi kılmak zorundadır. Sorunun temel noktası da burasıdır. Ayrıca De Beauvoir, eşlik ve anneliği kadının özgürlüğünü kısıtlayan iki kadınsı rol olarak görmektedir (Beauvoir, 1993, s.340). Postmodern feminizm, toplumsal cinsiyet rollerini, kadın kimliğini ve feminizmi ele alırken postmodernizm felsefesini temel alır. Bu akım, kimlik çeşitliliğini vurgular, karşı anlatılar geliştirir ve toplumsal değişim için farklı perspektifler sunar. Bu akım, kadınların farklı kimliklerini ve deneyimlerini tanıma ve kabul etme gerekliliğini vurgular. Sanat, ideolojiyi inşa eden önemli öğelerden biridir ve bu bağlamda beden sanatı ve performans sanatı postmodernizmin temel unsurları olarak öne çıkar. Modernizmin değişmez anlamların yalnızca eserin biçimsel yapısı aracılığıyla belirlenebileceği varsayımını alt üst eden bu sanat türleri, izleyiciyi eserin anlamını aktif olarak yeniden değerlendirmeye ve yaratmaya teşvik eder. Bu süreçte, sanatın öznesi olan beden, sadece bir araç olmaktan çıkar ve anlamın kendisi haline gelir (Alp, 2013). Varoluşçu, Postyapısalcı ve Postmodern Feministler, kadınları, cinsiyet ile farklılık, kimlik, iktidar ve anlam arasındaki ilişki olarak yeniden düşünmeyi değerli bulurlar ve bu ortak arzuda birleşirler.

4.2.8. Beyaz Olmayan Kadın Feminizm

Beyaz olmayan ifadesi net değildir. Kimilerine göre açıkça beyaz ırktan olmayan anlamına gelir. Kimilerine göreyse önemli sosyolojik, tarihsel ve siyasi yan anlamlar bulunmaktadır. Batılı olmayan kültürlerin değersizleştirilmesini de ifade eder (Zack,

2000, s.14). Birinci dalga feminizm akımlarının sadece beyaz kadınların haklarına odaklanması diğer ırk ve etnik kökenden kadınların sorunları dışında bırakmasına neden olmuştur. Buna tepki olarak doğmuştur. Beyaz olmayan kadın feministler kadınlara karşı baskıların tek yönlü değil çoklu ve iç içe geçmiş baskı sistemlerinden oluştuğunu ileri sürdüler (Tong ve Botts, 2021, s.165-170). Bu akım, ırk ve cinsiyetin kesişim noktasına odaklanır. Beyaz olmayan kadınların özgün deneyimlerini ve karşılaştıkları çoklu ayrımcılık biçimlerini ele alır. Irkçılığa ve cinsiyetçiliğe karşı mücadeleyi birleştirir.

4.2.9. Üçüncü Dalga ve Queer Feminizmler

Üçüncü dalga kavramı 1992 yılında ilk kez Rebecca Walker tarafından kullanılır. Birincisi dalga feministleri özcü kadın kavramını ön plana çıkarırken, ikinci dalga feminizmin kesişimsel ve çok perspektifli bir versiyonunu ortaya köyde ve kişisel anlatılan öne çıkardı. Üçüncü dalga feminizm ise ise postmodernizmin yükselişine cevaben, sentez yerine çok sesliliği ve kuramsal gerekçelendirme yerine eylemi benimsediler (Tong ve Botts, 2021, s.383). Üçüncü dalga feministler çoğunlukla, kadınların çeşitli ırksal, etnik, toplumsal, ekonomik, siyasi ve kültürel farklılıklarına açık olmalarının yanı sıra cinsel farklılıklarına da açıktır. Ahlaki normlar konusunda buyurgan değildir. Bu noktada çağdaş feminist düşüncedeki en dinamik gelişme queer teorisinin yükselişidir. Queer teori insanlar arasındaki kabul edilebilir cinsel davranış normları dikkate almamaktadır. Üçüncü dalga bireysel kimlik, insan deneyimi, cinsellik, bilgi ve politika hak kında farklı kesişimsel düşünme biçimlerini ortaya koymaktadır. Yaşamın her alanına dair söylem geliştiren feminist akımlar, kamusal alanda bir kitle iletişim aracı olan afişlerin incelenmesi için önemli kuramsal katkı sağlayacaktır. Özellikle kadın imajlarının, film afiş tasarımlarında kullanımı, genellikle daha dikkat çekici, duygusal olarak etkileyici ve çeşitliliği temsil eden tasarımların ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır. Burada sunulan katkıyı olumlu-olumsuz inceleme gerekliliği doğmaktadır.

5. TÜRK FİLM AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ: GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE FEMİNİZM AÇISINDAN

Türk film afişleri, sinema sektörünün önemli bir parçasını oluşturur ve filmin tanıtımı açısından büyük bir rol oynar. Bu afişlerde kadın karakterlerin temsili, zamanla değişiklik göstermiştir ve toplumsal cinsiyet rollerinin bir yansıması olarak değerlendirilir. Eski Türk filmlerinde kadınlar genellikle "anne", "eş" veya "aşık" gibi stereotipik rollerde gösterilirken, modern Türk sinemasında daha bağımsız, güçlü ve çeşitli karakterlerle temsil edilmektedir.

1970 ve 1980'ler Yeşilçam adı verilen Türk film endüstrisi, bu yıllarda altın çağını yaşamıştır. Özellikle melodram türündeki filmler büyük ilgi görüyordu. Türkan Şoray, Kadir İnanır, Tarık Akan, Hülya Koçyiğit gibi dönemin ünlü oyuncular, bu yıllarda önemli eserlerde yer aldılar ve geniş bir hayran kitlesi kazandılar. Filmler, genellikle aşk, aile ve toplumsal sorunlar gibi evrensel temalar etrafında şekilleniyordu.

1980'lerin Türk sineması aynı zamanda toplumsal değişimlerin ve siyasi olayların da etkisi altında kalmıştır. 12 Mart 1971 muhtırası ve sonrasındaki siyasi çalkantılar, sinemada da kendini hissettirdi. Bu dönemde politik filmler ve toplumsal eleştiriler içeren yapımlar da görülmeye başlandı. Yılmaz Güney gibi yönetmenler, toplumsal gerçekliği ve siyasi mesajları ön plana çıkaran filmlerle dikkat çekmiştir. Bu dönemde İbrahim Enez gibi önemli tasarımcılar, Yılmaz Güney'in "Umut" film afişi ve "Kızılırmak Karakoyun" gibi birçok kült filmin afiş tasarımlarını yapmıştır (Kulakoğlu, 2020, s:59). 1980'li yıllar, Türk sinemasında birçok değişimin yaşandığı ve kadınların cinsellik açısından daha ön planda olduğu bir dönemdi. O yılların zorunlu olmayan politik atmosferinde toplum politika ilişkisini bitirmeyi amaçlayan isteklerin sonucunda kadın bir anlamda cinsellik sembolü haline gelmiştir (Cemiloğlu, 2021, s.157).

1990'lar, Türk sinemasında Yeşilçam'ın klasik melodram ve komedi filmlerinin yerini daha cesur, toplumsal ve bireysel temaları işleyen yapımlar almıştır. Sinemacılar, dönemin toplumsal ve politik atmosferinden etkilenerek, daha özgün ve yaratıcı eserler üretmeye başladılar. Bu dönemin önemli yönetmenleri arasında Yavuz Turgul, Zeki Demirkubuz ve Nuri Bilge Ceylan gibi isimler ön plana çıkmıştır. 1990'lar aynı zamanda Türk sinemasında kadın yönetmenlerin ve feminist temaların daha fazla görünür olduğu bir dönemdi. Handan İpekçi, Yeşim Ustaoglu ve Tomris Giritlioğlu gibi kadın yönetmenler, kadınların toplumdaki yerini ve bireysel mücadelelerini konu alan filmlerle dikkat çektiler.

Günümüz Türk sinemasında ise kadın karakterlerin temsili daha çeşitlenmiş ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda önemli adımlar atılmıştır. Modern film afişlerinde kadınlar sadece estetik bir obje olarak değil, aynı zamanda hikayenin merkezinde yer alan güçlü ve bağımsız karakterler olarak gösterilmektedir. Bu, toplumsal açıdan da önemli bir gelişmedir ve sinemanın, kadınların toplumdaki rollerine dair algıyı değiştirme potansiyelini göstermektedir.

Sonuç olarak, Türk film afişlerinde kadınların temsili, sinemanın ve toplumun evrimine paralel olarak değişmiştir. Geçmişte daha geleneksel ve klişe rollerde tasvir edilen kadınlar, günümüzde daha çeşitli ve güçlü karakterlerle izleyici karşısına çıkmaktadır. Süreç içerisinde kadının hayatı filmlere yansarak sosyal alanda ve modernleşmenin beraberinde getirdikleriyle büyük bir yol almıştır. Bununla birlikte kadın kendisine biçilen rollerin dışında da Türk sinemasında kendine bir yer edinmiştir (Yıldırım, 2021, s.83). Bu değişim, sadece sinema sektörü için değil, aynı zamanda toplumun genel cinsiyet eşitliği anlayışı için de olumlu bir adım olarak değerlendirilebilir.

Bu bölüm içerisinde geçmişten günümüze dek gösterime giren Türk filmlerinden, “Hükümet Kadın”, “Sofra Sırları”, “Bana Karanlığını Anlat”, “Tomris”, “Oyun”, “Kız Kardeşler”, “Güllü”, “Janjan”, “İşe Yarar Bir Şey”, “Vurun Kahpeye” ve “Vesikalı Yarım” filmlerinin afişleri, grafik tasarım temel ilkeleriyle incelenecektir. Afişlerde yer alan kadın imajlarıyla filmler arasındaki bağlara feminizm kuramları çerçevesinde değinilecektir. Türk toplumunun yapısını, duygu ve düşüncelerini en iyi yansıtan Türk filmleridir. Filimlerle sinema perdesinde gerçek hayatlar görünür hale gelmektedir. Seçilen filmler özellikle kadının Türk toplumundaki yerini, yaşayışını, sorunlarını çok yönlü ele almamızı sağlayan araçlar olarak düşünülmektedir.

5.1. Hükümet Kadın



Görsel 5.1.1 Hükümet Kadın Film Afişi, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/dAGSB>

Film Adı: Hükümet Kadın

Yapım Yılı: 2013

Yönetmen: Sermiyan Midyat

Senaryo: Sermiyan Midyat

Oyuncular: Demet Akbağ, Ercan Kesal, Bülent Çolak, Cezmi Baskın

Yapımevi: BKM Film

Tür: Komedi

Ülke: Türkiye

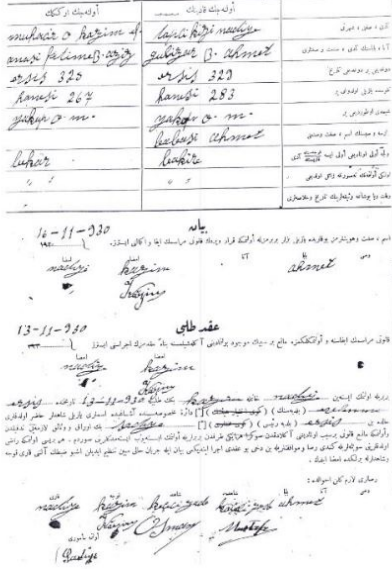
Hükümet Kadın (2013) film afişi hem grafik tasarım öğeleri hem de liberal feminist bakış açısından ele alınacaktır.

Film afişi grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğinde, portrenin afişte konumlandırılması oran orantı olarak dikkate alındığında filmde verilmek istenen mesajın taşıyıcısı olduğu görülmektedir. Başrol oyuncusunun portresi, kendine güvenen ve keyifli tavrı ile afişin sol üst kısmında yer almaktadır. Afişin sağ tarafında filmin konusunun geçtiği köy meydanı, köy halkı ile kutsallık ve dini çeşitlilik metaforu olan tavus kuşu figürü yer almaktadır. Afişin altta kalan diğer yarısında ise, filmin başrolden sonra gelen diğer önemli oyuncular ve arka planda köy halkına ait bir görsel yer almaktadır. Afişin orta kısmına büyük bir şekilde konumlandırılmış dilsel ifade olarak ön plana çıkan Hükümet Kadın yazısı yer almaktadır. Yazının yatay şekilde kullanılması afişe

hareketlilik ve ritm kazandırmakla birlikte serifli- bold bir yazı fontu tercih edilmiştir. Renk olarak kırmızı rengin tercih edilmesi ile hırs, liderlik ve güç vurgusu yapılmıştır. Aynı zamanda bu da tipografinin kolay okunmasını sağlamaktadır.

Afişteki göstergeler verilmek istenen mesajı etkili bir biçimde yansıtmaktadır. Afişin genelinde kullanılan sarı- kahverengi renk tonları, filmin geçmiş bir dönemde geçtiği izlenimi vermekle birlikte doğallık ve samimiyet hissini de uyandırmaktadır. Grafik tasarım, insanlar arasında anlamlı değiş tokuşları sağlarken toplumun potansiyelini ortaya koyabilmektedir. Afişte görsel imajlar konumlandırarak lider kadına vurgu yapılmıştır. Kadının lider olmasının önünde birçok engel olduğu düşünülmesine rağmen bu anlam inşa edilmiştir. Film isminin Hükümet Kadın olması, kadın lidere vurgu yapmasının yanı sıra halk arasında güçlü ve otorite sahibi kadınlar için kullanılan Hükümet gibi kadın söylemine gönderme yapmaktadır. Afişte kullanılan imajların dağılımı orantı açısından dengelidir. Tipografik düzenlemeler oluşturulan kompozisyonda asimetrik bir dengeye sahiptir.

Hükümet Kadın filmi feminizm çerçevesinde incelerken ilk olarak liberal feministlerin odak noktası olan kadınların seçme seçilme haklarına ülkemiz özelinde bakmamız gerekmektedir. Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde, 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte, kadınlara eşit statü veren, temel hak ve özgürlüklerden yararlandırıan çalışmalar hayata geçirilmiştir. Türk kadını belediye seçimlerine katılma hakkını birçok batı ülkesinden daha önce, 3 Nisan 1930 tarihinde kabul edilen Belediye Kanunu'nun 40, 23 ve 24 maddesine dayanarak kazanmışlardır. Ardından 1934 yılında kadınlar genel seçimlerde oy verme hakkı kazanmışlardır (Özer, 2013). Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kadın belediye başkanı, 1930 yılında Artvin'in Yusufeli ilçesine bağlı Kılıçkaya beldesinde seçilen Sadiye Ardahan'dır (Şengün, 2018, s.162).



Görsel 5.1.2 Sadiye Ardahan belediye tutanak imzası Erişim: 18.05.2024
<https://124.im/mnDHzM>

"Kadın Çalışmalarında Güncel Konular" kitabı, Prof. Dr. Reyhan Ayşen Wolff'un editörlüğünde, kadın çalışmalarına dair önemli bir derleme olarak 2018 yılında yayımlanmıştır. Bu kapsamda, kitabın 1930-1932 tarihli belgeler bölümünde Sadiye Ardahan'ın Kılıçkaya beldesinde belediye başkanı olarak görev yaptığı döneme ait imzaları ve kararları da yayınlanmıştır (Görsel 5.1.2). 1935 ve 1936 ara seçimlerinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kadın milletvekili sayısı daha yüksek bir orandayken çok partili hayata geçiş sürecinden sonra yapılan seçimlerde kadın temsiline parlamentoda, azaldığı görülmektedir (Özer, 2013). Türkiye'nin ilk kadın il belediye başkanı ise 1950 yılında Mersin ilimizde seçilen Müfide İlhan'dır. Seçilmesinin ardından Anadolu Ajansı muhabirine yaptığı açıklamada İlhan, taşıdığı gururu ve sorumluluğu şu sözlerle dile getirmiştir: "Bana Türkiye'nin ilk kadın belediye başkanı olmak şerefini veren Sayın Mersinli hemşerilerime minnet ve şükranlarımı bildirirken Mersin için en iyi belediye başkanı olmaya çalışacağım (İlhan, 2013). Müfide İlhan'ın siyasi lakabı, eril bir dil ile tanımlansa da liberal feminizm düşüncesi için eşit seçme seçilme hakkı yeterli bir kazanımdır (Görsel 5.1.3).



Görsel 5.1.3 Müfide İlhan, Miting, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/HaOzy>

1957 yılında, Hükümet Kadın filmine konu bir olay yaşanmıştır. Mardin'in Midyat ilçesinden Türkiye'nin ilk kadın ilçe başkanı olarak Zekiye Midyat seçilmiştir. Filmin yönetmenliğini yapan Sermiyan Midyat, Zekiye Midyat'ın torunudur. Film vizyona girdikten sonra Sermiyan Midyat'ı mahkemeye veren amcası Dilaver Midyat, "Filmde gerçekte beş dil bilen annemi okuma yazma bilmez, parmak basan bir kadın tiplemesi ile sundu" demiştir. Buradan yola çıkarak şunu söyleyebiliriz. Hükümet Kadın filmi gerçek bir hikâyeden esinlenmiş fakat toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında coğrafyanın getirdiği tüm sorunlara değinen bir kurguyla sunulmuştur. Güney Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Mardin'in Midyat ilçesine bağlı bir köyde çekilen ve 2013 yılında gösterime giren Hükümet Kadın filminin afişinde kullanılan görsellerine bakıldığında, ilk olarak toplumsal yapıları esneten bir komedinin izleri açıkça görülmektedir.

Ülkemizde "iktidar ve güç" mevcut durumda erkek egemen bir dünyayı işaret etmektedir. "Hükümet Kadın" söylemi bu noktadan hareketle feminist bir söylemdir. Lider bir kadının varlığını ortaya koymaktadır. Liberal feministlere göre kadınların içinde bulundukları ikincil durumun nedenlerinden biri de ev kadınlığıdır. Evde tüm gün kapalı kalan kadının ilgi odağı dış dünya olamaz. Liberal feministlere göre kadınların kurtuluşu ancak ev dışında çalışmalarıyla mümkündür. Kadının sağlıktan siyasete tüm temel hakları elde etmesi gerekmektedir (Sancar, 2014, s.23). Afişte kullanılan sıradan bir kadın olan karakter, geleneksel ve dinsel motiflerle ön plana çıkarılmıştır. Hükümet olmak için geleneksel kadından düşünce olarak farklılaşması gerekirken, aynı zamanda bu figür ile geleneksele vurgu yapmayı tercih etmiştir. Liberal feminizm söylemlerinin hayat bulduğu Hükümet Kadın filminin afiş çalışması, tarihin bir döneminde olup biten bir yaşamı, evrensel bir düzeyde anlatıma dönüştürmüştür.

5.2. Sofra Sırları



Görsel 5.2.1. Sofra Sırları Film Afişi, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/LOkI7>

Film Adı: Sofra Sırları

Yapım Yılı:2018

Yönetmen: Ümit ÖNAL

Senaryo: Ümit ÖNAL

Oyuncular: Demet Evgar, Fatih Al, Alican Yücesoy

Yapımevi: RTNT Film, Chantier Films, Anka Film

Tür: Komedi/Dram/Suç

Ülke: Türkiye

Film, sıradan bir ev kadını olan Neslihan'ın, aslında gizli bir yönü olduğunu keşfetmemizi sağlayan karanlık bir komedi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sofra Sırları filminin afişini, grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelediğimizde ilk olarak renk kullanımı, karakterlerin pozisyonu ve nesnelerin yerleşimi gibi unsurlar dikkatimizi çekmektedir. Başrol oyuncusu Neslihan'ın portresi sayfanın büyük bir kısmını kaplayacak biçimde konumlandırılmıştır. Portrenin kesilmiş olan diğer yarısından ürkek ve korku dolu gözlerle kafasının içinden bize bakan yine ana kahramanın kendisidir. Bu iki resim aynı kişidir fakat karakterleri birbirinin zıddıdır. Filme dair bu ikilem başarılı bir şekilde afişte anlatılmıştır. Bu görsel kullanım ile hikâyenin dinamikleri ve karakterin potansiyel iç çatışmasına dikkat çekilmiştir.

Afiş tasarımının tipografik yerleşiminde Sofra Sırları yazısı afişin en alt kısmına yerleştirilirken, afişin üst kısmında başrol oyuncularının isimlerine yer verilmiştir. Decorative/Display tarzda bir font tercih edilirken, bazı harflerde filmin konusuyla ilişkili semboller kullanılmıştır. Yazıda kullanılan siyah renk güç, korku ve gizem gibi anlamları barındırırken, arka zemin rengi ile kullanımı okunabilirlik açısından rahatlatıcı etki sağlamıştır. Afişin genelinde kahverengi-turuncu renk kullanılmıştır. Bu renklerin mutluluk, cesaret, canlılık, güven gibi anlamları filmin duygusal yapısı ve tematik yönlerini yansıtmaktadır. Aynı zamanda arka planda kullanılan duman efekti ile filmin gizem ve psikolojik öğeler barındırdığı düşünülmektedir.

Afişin kompozisyonu içerisinde kullanılan görselin sayfaya konumlandırılması orantılıdır. Ayrıca tipografinin kullanımında denge ve simetri yakalanmıştır. Sofra Sırları film afişi içerdiği metforik anlatımıyla verilmek istenen mesajın taşıyıcısıdır.

“Sofra Sırları” filmini feminist açıdan ele aldığımızda karakterin afişin merkezine konumlandırılmış kendine güvenen ve mağrur ifadesinin yanında, korku dolu ve çekingen gözlerle bakan ikinci benliğiyle kadınların toplumsal cinsiyet rolleri ve erkek egemen toplum yapısı içerisinde nasıl baskılandığını ve bu baskılara karşı nasıl direnebileceklerini sorgular. Bu yönüyle psikanalitik feminizmin bağlamında da değerlendirilebilecek unsurları da taşımaktadır. Sofra Sırları filminin afişi, kadınların kendilerini ifade etme ve toplumda var olma şekillerini önemli bir perspektiften tartışmaya açmaktadır.

Sofra Sırları (2018) filminin konusuna bakıldığında başrolünde yer alan kadın karakter Neslihan, bakım-özen odaklı feminizm eleştirisini tartışabilmemize olanak sağlamaktadır. İnsan, aciz doğar ve uzun yıllar çok fazla bakıma ihtiyaç duyarlar. Toplumsal yapıda bu bakımın anne tarafından yapılması beklenmektedir. Kadının ailenin tüm fertlerine bakmak ve ev işlerini yapmak birincil görevidir. Neslihan özellikle yemek yapmayı, özenerek sofralar kurmayı seven sıradan bir kadındır. Kadınlara özgü düşünme biçimleri üzerine çalışmalar yapan araştırmacılar, bakımı-özeni, sadece başkasına yönelik psikolojik itina tutumu olarak değil bir pratik, çaba veya emek olarak görürler. Neslihan karakteri bir yönüyle diğer insanlar tarafından sevilme ve takdir edilme ihtiyacını hünerli aşçılığı ile sağlarken bir yandan hiç beklenmedik bir tekinsizlikle karşımıza çıkmaktadır.

”Sofra Sırları” filminin afişi tek bir karede, kadınların toplum içindeki rolleri, baskı altındaki hayatları ve onların bu durumdan kurtulmak için başvurabilecekleri radikal

yöntemler üzerine derinlemesine bir yorum yapma imkanı sunmaktadır. Filmin ana kahramanı toplumun kadınlardan beklediği rolleri mükemmel bir şekilde yerine getiren, mutfakta harikalar yaratan, ev işlerinde kusursuz bir ev kadınıdır. Ancak film ilerledikçe, karakterin bu mükemmel ev kadını maskesinin altında yatan derin ve karmaşık duyguları, düşünceleri ve eylemleriyle karşılaşırız. Afiş tasarımında kullanılan iki aynı ama farklı kadın bunun göstergesidir. Bu, feminist bakış açısıyla, kadınların sadece toplum tarafından biçilen rollerle sınırlandırılmayacak kadar çok yönlü ve derin karakterlere sahip olduğunu vurgulamaktadır.

5.3. Vurun Kahpeye



Görsel 5.3.1 Vurun Kahpeye Film Afişi, Erişim: 3.06.2024 <https://l24.im/zOe>

Film Adı: Vurun Kahpeye

Yapım Yılı: 1973

Yönetmen: Halit Refiğ

Senaryo: Orhan Aksoy, Halit Refiğ

Oyuncular: Hale Soygazi, Tanju Gürsu, Tugay Toksöz, Meharrem Gürses

Yapımevi: Erman Film

Tür: Dram

"Vurun Kahpeye," 1973 yılında çekilmiş bir Türk filmi olup, Halide Edib Adıvar'ın aynı adlı romanından uyarlanmıştır. Konusu, Kurtuluş Savaşı sırasında Anadolu'da bir köyde yaşanan olayları ve idealist bir öğretmen olan Aliye'nin hikayesini anlatmaktadır. Film, dönemin toplumsal yapısını ve milli mücadeleyi anlatan güçlü bir anlatıya sahiptir. Aliye,

köy halkına modern eğitim vermek için büyük çabalar sarf ederken, gerici güçler tarafından hedef alınır. Film, Aliye'nin bu zorlu mücadelesini ve toplumun farklı kesimleri arasındaki çatışmaları etkileyici bir şekilde işlemektedir. Hem tarihsel bir perspektif sunar hem de o dönemin toplumsal dinamiklerine ışık tutmaktadır.

“Vurun Kahpeye” filmini grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelediğimizde afişin merkezinde bir erkek tarafından elleri bağlı bir şekilde ve taşlanarak şiddete maruz kalan bir kadın görülmektedir. Film afişi tasarımı, dönemin atmosferini yansıtan unsurlar ön plana çıkmaktadır. İllüstrasyon tekniği ile yapılan afişin arka planında köyün ve köylülerin dramatik ve gerilim dolu durumu vurgulayacak şekilde Türk bayrağı taşıyan atlı askerler ve elinde savaş aletleriyle ayaklanmış bir halk resmedilmiştir. Yine arka plana konumlandırılmış cami ve elindeki taşı vurmak üzere kaldırmış erkek karakterin sarığı, cübbesi itibariyle filmin dini öğeler barındırdığı düşünülmektedir.

Afişin kompozisyonu da dikkat çekici unsurlardan biridir. Görsellerin ve metinlerin yerleşimi, izleyicinin göz hareketlerini yönlendirecek şekilde düzenlenmiştir. Ana karakterler ve filmin önemli sahnesi afişin merkezinde yer alarak izleyicinin dikkatini çekmektedir. Bu yerleşim, izleyicinin önce ana unsurlara odaklanmasını ve ardından diğer detaylara geçiş yapmasını sağlamaktadır. Filmin ismi afişin en üstüne tırnaksız ve bold yazı karakterleri tercih edilerek yazılmıştır. Yazının kenarlarına uygulanan gölge tekniği ile afiş ismi ön plana çıkarılarak üç boyutlu bir etki yakalanmaya çalışılmıştır. Kırmızı rengin afiş isimlerinde kullanımı, dikkat çekicilik ve güçlü duygular uyandırma potansiyeli nedeniyle oldukça yaygındır. Kırmızı rengin tipografide kullanımı filmin konusu itibariyle barındırdığı duygusal etki ve gergin atmosferi hissettirmektedir.

Orantı bakımından, karakterlerin ve öğelerin boyutları birbirine göre uyumlu bir şekilde ayarlanmıştır ve tipografik unsurların dağılımı dengelidir. Bu hiyerarşik düzen, afişin amacına uygun olarak izleyicinin dikkatini doğru noktalara çekmeyi başarmaktadır.

Vurun Kahpeye (1973) film afişini patriarkal (erkek egemen) toplum üzerinden feminist eleştiriyi ele aldığımızda, afişte kullanılan kadın temsili modernliği göze çarpmaktadır. Baş karakter olan Aliye Öğretmen kırmızı elbisesiyle ve savrulan saçlarıyla modernleşmenin sembolü olarak karşımıza çıkar. Ancak, Aliye'nin arkasında duran eli taşı adam, kadının toplum içindeki yerini ortaya koymaktadır. Kadın, kendine biçilen rollerle tahakküm altındadır. Bu yapının dışına çıktığında karşısında şiddet durmaktadır.

Afişte kullanılan erkek ve kadın imajları, kadınların toplumsal dönüşümde yaşadıkları zorlukların bir yansımasıdır.

Filmin feminist eleştirisiyle eser metin incelemesi yapıldığında, en belirgin temalardan biri olarak ortaya patriarkal yapının kadınlar üzerindeki baskısı çıkmaktadır. Aliye'nin köye gelişinden itibaren karşılaştığı tepkiler ve sonunda linç edilmesi, ataerkil düzenin kadına yönelik şiddetinin bir göstergesidir. Aliye'nin modern fikirleri ve bağımsız tavırları, köyün erkekleri tarafından bir tehdit olarak algılanır ve bu durum onun trajik sonunu hazırlar. Bu bağlamda, film, kadınların toplumsal baskılara karşı verdikleri mücadeleyi ve bu mücadelenin bedellerini eleştirel bir bakışla sunmaktadır. Filmde Aliye'nin yalnızlığı ve diğer kadın karakterlerle ilişkisi de dikkat çekicidir. Köydeki kadınların büyük bir kısmı, Aliye'nin modern fikirlerine mesafeli durur ve hatta bazıları erkeklerin yanında yer alır. Bu durum, erkek egemen sistemin kadınlar tarafından da içselleştirildiğini gösterir. Ancak, Aliye'nin öğrencilerine olan sevgisi ve onların geleceği için verdiği mücadele, kadın dayanışmasının potansiyel gücünü de ima etmektedir.

"Vurun Kahpeye" filminin afiş çalışması, feminist bir perspektiften incelendiğinde, kadınların toplumsal dönüşümde oynadığı kritik rolü ve karşılaştıkları engelleri etkili bir şekilde gözler önüne sermektedir. Aliye karakterinin imajı üzerinden, modernleşme ve eğitim yoluyla kadınların özgürleşme mücadelesi anlatılırken, erkek karakterin imajı üzerinden erkek egemen yapının bu mücadeleye karşı gösterdiği direnç de eleştirilir. Film, kadınların toplumsal değişimdeki önemini vurgularken, aynı zamanda ataerkil düzenin değişmesi gerektiğine dair güçlü bir mesaj vermektedir. Bu nedenle, "Vurun Kahpeye" feminist eleştirinin önemli bir örneği olarak değerlendirilebilir.

5.4. Bana Karanlığını Anlat



Görsel 5.4.1 Bana Karanlığını Anlat Film Afişi, Erişim: 16.05.2024 <https://tls.tc/yjTiC>

Film Adı: Bana Karanlığını Anlat

Yapım Yılı: 2022

Yönetmen: Gizem Kızıl

Senaryo: Gizem Kızıl

Oyuncular: Aslıhan Gürbüz, Serpil Gül, Yasemin Szawlowski

Yapımevi: IDPRO, Sky Films, Koskos Film, Medea Film

Tür: Dram

“Bana Karanlığını Anlat” filmi, kocasının ölümünden sonra eşiyle ve kendisiyle yüzleşen bir kadın olan Nermin’in hayatına odaklanmaktadır. Gasilhane gibi ölümle iç içe bir mekânda geçen bu film, yaşamın, ölümün ve toplumsal normların kesişiminde insanın kendi benliğiyle yüzleşme sürecini etkileyici bir şekilde gözler önüne sermektedir.

“Bana Karanlığını Anlat” filminin afişi grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğinde filmin temel tonu ve atmosferini yansıtan zengin görsel öğeler içermektedir. Afişin ana renk paleti, genellikle koyu tonlardan oluşmakla birlikte bu da filmin karanlık, gizemli veya dramatik bir tema taşıdığına işaret etmektedir. Bu renk kullanımı, izleyicinin dikkatini çekerken aynı zamanda onlara film hakkında duygusal öğeler içerdiği izlenimini vermektedir. Afişte tasarım yüzeyinin hemen hemen bütünü kaplayacak şekilde konumlandırılmış başrol oyuncusu dikkat çekmektedir. Karakterin

sağ üst bir noktaya takılı bakan gözleri filmin atmosferini yansıtırken aynı zamanda psikolojik öğeler içerdiğini hissettirmektedir.

Tipografik unsurlar afişin alt kısmına yerleştirilmiştir. Bana Karanlığını Anlat yazısında kullanılan zarif ve düz yazı tipi, filmde duygusallığın ön planda olabileceğinin ipucunu vermektedir. Kullanılan font sebebiyle harf aralıklarının dar olması ve arka zemindeki karmaşa okunabilirliği azaltmaktadır. Karakterin arkasındaki eski ve yıpranmış gasilhane duvarları, filmde işlenen ölüm, yas ve kabullenme gibi temaların merkezinde yer alır ve bu karanlık mekân, hikâyenin duygusal derinliğini simgelemektedir. Gasilhane, ölümle ilişkilendirilen bir yer olması nedeniyle, afişte bu mekanın kullanımı, filmde ele alınan ölüm temasının ağırlığını ve kaçınılmazlığını vurgulamaktadır. Afişte tipografik ve görsel düzenleme oran-orantı açısından dengelidir.

“Bana Karanlığını Anlat” filmi, kadınların yaşamındaki zorlukları, toplumsal cinsiyet rollerinin baskısını ve bireysel özgürlük arayışını merkezine alarak, “varoluşçu feminist” bakış açısıyla incelendiğinde oldukça zengin bir içerik sunmaktadır. Afişteki karakterin sağ üst noktaya bakışı, karakterin içsel dünyasının derinliklerine, belki de geleceğe yönelik umutlarını ve arzularını simgelemektedir. Bu noktada Satre’nin, Valık ve Hiçlik (2021) kitabında öne sürdüğü, kendinde varlık, kendi için varlık ve başkaları için varlık kavramlarına bakmamız gerekmektedir. Sartre’ın başkaları için varlık, feminist bir analize en uygun olandır. Eşinin ölümüyle varlık ve yokluğu sorgulayan Nermin böylece temelde çatışan sosyal ilişkiler sistemini sorgulamamızı sağlamaktadır. İnsan ilişkileri, rakip bilinçlilikler arasındaki, benlik ile öteki arasındaki iki temel ihtilaf temasının varyasyonlarını oluşturmaktadır. Sevgi, kayıtsızlık, arzu ve nefret gibi duygu durumları başkaları için varlık durumlarımızın yansımasını oluşturmaktadır. Nermin eşinin ölümüyle, başkalarına tamamen kayıtsız kalma durumunun ötesine geçebilmiş ve varlığı sorgulayabilmiştir. Bu tür bir kompozisyon, izleyicinin karakterle empati kurmasını sağlar ve karakterin gözlerinin takip ettiği yön, onun hikayesindeki önemli bir dönüm noktasına veya içsel bir çatışmaya işaret edebilmektedir. Afişin arka planında kullanılan gasilhane ise, yıllarca ataerkil bir baskının ağırlığı altında ezilmiş bir kadının gerçekleşen ölüm sayesinde özgürleşebildiğine vurgu yapmaktadır.

Sonuç olarak afişte verilmek istenen mesaj ile kullanılan görsel imajlar birbiriyle uyumludur. "Bana Karanlığını Anlat" film afişi, grafik tasarım ilkeleri ve feminist bir bakış açısıyla analiz edildiğinde hem görsel estetik hem de toplumsal mesajlar açısından

kapsamlı bir değerlendirme sunarak kadınların karşılaştığı zorlukları ve kendi seslerini bulma süreçlerini etkileyici bir şekilde anlatmaktadır.

5.5. Tomris



Görsel 5.5.1 Tomris Film Afişi, Erişim: 24.05.2024 <https://tls.tc/DY6FL>

Film Adı: Tomris

Yapım Yılı: 2019

Yönetmen: Akan Satayev

Senaryo: Timur Zhaksylykov

Oyuncular: Almira Tursyn, Adil Akhmetov, Erkebulan Dairov, Berik Aytzhanov

Yapımevi: Kazak Film, Staifilm

Tür: Tarih/ Savaş/ Aksiyon/ Macera/Dram

Tomris Hatun 2019 yılında gösterime giren ve Türk tarihinde önemli bir yere sahip olan ve milattan önce 6. yüzyılda Saka Türklerinin ilk kadın hükümdarı olarak bilinen Tomris Hatun'nun hayatı ve başarılarını konu alan bir Türk filmidir.

Tomris Hatun film afişi grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğinde, afişin merkezine atı üzerinde Tomris Hatun konumlandırılmıştır. Savaş meydanı olduğu düşünülen afişte, Tomris Hatun ışık ve gölge teknikleriyle ön plana çıkarılmıştır. Tomris Hatun'un objektife bakan keskin ve kararlı bakışları afişin vermek istenen mesajını karşılayarak onun liderlik vasıflarını ve savaşçı ruhunu vurgulamaktadır. Genellikle koyu ve soğuk tonlar tercih edilmesi filmin epik ve tarihî bir anlatıma sahip olacağının

ipuçlarını vermektedir. Filmin adı büyük ve okunaklı bir şekilde afişin üstünde yer alırken, oyuncu isimleri ve diğer önemli bilgiler daha küçük ama yine de okunabilir şekilde afişin altına yerleştirilmiştir. Bu sayede, afişte görsel olarak estetik bir denge sağlamaktadır.

Tipografide kullanılan altın rengi, tarih boyunca zenginlik, lüks ve prestij ile ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle, altın rengini afişlerde kullanmak, izleyiciye kalite ve değer hissi vermektedir. Tomris Hatun film afişinde altın tonlarının kullanılması büyük bir zafer ve başarıya vurgu yapmaktadır. Aynı zamanda afişin sol köşesinden sızan ışık süzmesi yeni bir başlangıca ve radikal bir sisteme işaret etmektedir.

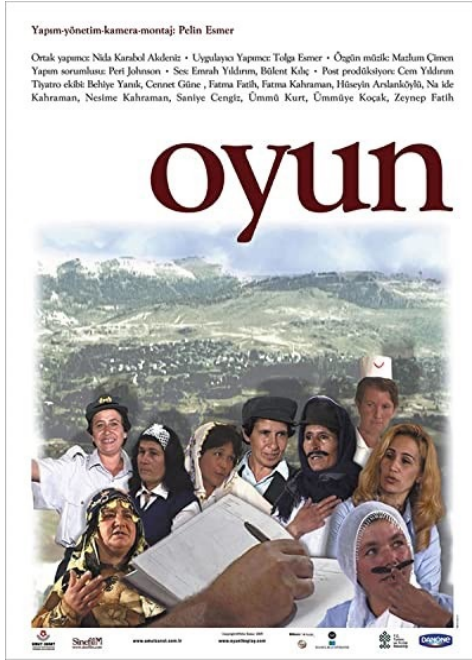
Tomris Hatun film afişini, ilk olarak “radikal feminist liberter” akımın kavramsallaştırdığı “andojen kadın” bağlamında ele alınacaktır. Daha sonra “radikal kültürel feminizm”in andojen kadına eleştirilerini film afişine yöneltilecektir. Tomris Hatun film afişine bakıldığında, giyim ve savaş ortamıyla geçmişle bağ kurmamızı sağlayan tarihi bir film karşımızda durmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca yaşanan gelişimler ve güç gerektirecek işlerde erkeklerin egemen olması, kadın erkek ilişkileri açısından kurulan dengeyi erkeklerin lehine çevirmiştir. Beraberinde anaerkil denge yerini erkek egemen anlayışa çevirmiştir (Bolat, Yılmaz ve Sirer, 2023).

Afişte bunun tersine hükümdar olan kişi kadındır. Tomris Hatun, beyaz bir atın üzerinde mağrur duruşuyla hem kadınsı hem de erkeksi olarak tanımlanan özellikleri bünyesinde barındırır. Bu nedenle bilinen hükümdar imajlarıyla hem benzerlikler hem de farklılıklar gösterir. Afiş, tıpkı ressam Diego Velázquez’in, IV. Philip At Üzerinde (1638) tablosu gibi, hükümdarla at üzerinde olmayı özdeşleştirir. Ancak bu sefer at kahverengi değil beyazdır. Tomris Hatun’un elinde herhangi bir savaş aleti yoktur. Üzerinde zırhlı bir elbise olsa da renkleri ve deseni kadınsıdır. Bakışları ise kalkan kaşları ile serttir ve erkeksidir. Afişin odak noktasında, beyaz bir atın üstünde hükümdar olan, bakışları sert olsa da güzel bir “andojen kadın” yer almaktadır. Bu bağlamda, Tomris Hatun film afişi kadınların tarihsel olarak maruz kaldığı eşitsizlikleri ve toplumsal cinsiyet rollerini sorgulayan bir eser olarak değerlendirilebilir.

Tomris Hatun film afişine, radikal kültürel feministlere göre ise, etrafında mızraklı askerlerin olduğu atın üzerinde temsil edilen bir kadın olarak gösterilmesini eleştirirler. Onun hükümdarlığı başka imajlarla temsil edilebilir. Savaş sahasında bir kadın, ideal bir kadın değildir ve oldukça erkeksidir. Kadının olduğu yerde savaş değil barış olmalıdır.

Kadınların ön plana çıkması gereken erdemleri; duygu, neşe, barış ve hayat gibi kadınsı özelliklerdir. Erkeklerle özdeşleştirilen tahakküm, savaş ve ölüm kadını yüceltmez. Sonuç olarak Tomris afişinde kullanılan savaşçı kadın temsili feminizm kuramları bağlamında yoruma açıktır.

5.6. Oyun



Görsel 5.6.1 Oyun Film Afişi, Erişim: 27.05.2024 <https://tls.tc/OtZpS>

Film Adı: Oyun

Yapım Yılı: 2005

Yönetmen: Pelin Esmer

Senaryo: Pelin Esmer

Oyuncular: Behiye Yanık, Ümmü Kurt, Ümmüye Koçak, Nesime Kahraman, Saniye Cengiz, Naside Kahraman, Naside Kahraman, Cennet Günes, Zeynep Fatih, Fatma Fatih, Hüseyin Arslanköylü

Yapımevi: Sinefilm

Tür: Belgesel/Dram

2006 yapımı belgesel filmi "Oyun," hem ulusal hem de uluslararası alanda büyük beğeni toplamıştır. Film, Toros Dağlarındaki bir köyde yaşayan dokuz kadının hayatlarını anlatır ve bu kadınların kendi hikayelerini sahneledikleri bir tiyatro oyunundaki hazırlık süreçlerini konu almaktadır. Bu yönüyle "Oyun," gerçek yaşamın tiyatroyla buluştuğu bir belgesel olma özelliği taşımaktadır.

“Oyun” filmi afişı incelendiğinde afişin alt kısmına dokuz kadının tiyatro sahnesinde veya prova yaparken doğal anlarını yansıtan fotoğrafları kullanılmıştır. Kadınların çeşitli meslek grupları ve cinsiyet rollerine büründükleri dikkat çekmektedir. Afişin arka planında filmin geçtiği Toros dağlarından bir görüntü kullanılmıştır. Afiş tasarımında sayfa tümüyle kullanılmamış ve kenar boşlukları bırakılmıştır. Bu da çerçeve etkisi yaratarak tasarımı sınırlandırmıştır. Oyuncu fotoğraflarının ortasına yerleştirilmiş yazı yazan bir el fotoğrafı kullanılmıştır. Bu görsel ile tiyatro oyunu ve senaryo yazarı vurgusu yapılmak istenmiştir.

Afişte kullanılan kadın fotoğraflarının ışık-gölge ve renk tonları birbirinden farklıdır. Filmde doğal kamera teknikleri kullanılmasından dolayı bilinçli olarak amatör etkinin verildiği düşünülmektedir. Senaryo, oyuncu bilgileri ve film ismi afişin üst kısmına yerleştirilmiştir. Oyuncu bilgileri sağa sola tam yaslı şekilde, film isminin de sağa yaslı şekilde kullanımı tercih edilmiştir. Bu kullanım, resmiyet etkisi uyandırdığından film içeriğiyle tezat bir görünüm oluşturmaktadır. Oyun yazısında serifli bir font kullanılarak resmiyet etkisi daha da artırılmıştır. Yazılar okunabilirlik açısından uygundur. Genel olarak oyun film afişinde görsel unsurların dağılımı düzensiz, ışık-gölge gibi tekniklerin kullanılmadığı görülmektedir. Tipografik unsurlar oran-orantı ve yerleşimi bakımından yetersizdir. Afiş, filmdeki sahnelerin bir yansıması olarak, izleyiciye samimi ve doğal bir his uyandırması açısından verilmek istenen mesajı karşılamaktadır.

Oyun filminin afişini, varoluşçu feminizm perspektifinden incelediğimizde, erkek egemenliğini ve cinsiyet rollerini sorgulan, cinsiyetçilikle mücadele eden ve kadınların toplumda özgürce var olmasını savunan imajlar karşımıza çıkmaktadır. Film afişinde, Toros dağlarında bir köy görülmektedir. Bu köyde kadınlar ev işleri, çocuk bakımı ve köy işlerinde çalışma gibi geleneksel kadınlık rolleriyle sınırlandırılmıştır. Afişte görülen dokuz kadın bu sınırlamayı reddeder ve kadınların istedikleri gibi yaşamaları ve kendi kimliklerini oluşturmaları gerektiğini savunur. Kadınlar farklı kimliklerini ve deneyimlerini tanıma ve kabul etme gerekliliğini tiyatroyla vurgulamak için yola çıkarlar. Çünkü sanat ideolojii inşa eden öğelerden biridir. Behiye, Cennet, Fatma F., Fatma K., Nesime, Saniye, Ümmü, Ümmüye ve Zeynep toplumsal normlara meydan okurlar. Afişte bu meydan okuma, bıyık ve kasket gibi erkek imajlarıyla geleneksel yapıyı temsil eden unsurlarla görünür hale getirilmiştir. Köydeki kadınların kendi hikayelerini yazıp sahnelemeleri afişin alt kısmında yer alan bir defter ve bir kalemle temsil edilmiştir. Oyun

filmi afişı, cinsiyet ile kimlik farklılıkları, kadın dayanışması, kadınların toplum içerisinde üstlendikleri roller bağlamında verilmek istenen mesaj aktarımına sahiptir.

5.7. Güllü



Görsel 5.7.1 Güllü Film Afişi, Erişim: 30.05.2024 <https://tls.tc/KH60n>

Film Adı: Güllü

Yapım Yılı: 1971

Yönetmen: Atıf Yılmaz

Senaryo: Atıf Yılmaz, Ayşe Saşa

Oyuncular: Türkan Şoray, Ediz Hun, Süleyman Turan, Hulusi Kentmen, Ali Şen

Yapımevi: Akün Film

Tür: Duygusal, Komedi

"Güllü" filmi, dönemin popüler oyuncularından Türkan Şoray ve Ediz Hun'un başrollerini paylaştığı etkileyici bir aşk hikayesini anlatır. Film, köyde yaşayan ve güzelliğiyle dikkat çeken Güllü'nün (Türkan Şoray) etrafında şekillenir. Güllü Karadeniz'in bir dağ köyünde yaşamaktadır. Yöreyi gezmeye gelip kaza geçiren Fikret'i (Ediz Hun) Güllü iyileştirir. Fikret ile Güllü imam nikahıyla evlenirler. Fakat Fikret İstanbul'a döndükten sonra bu nikahın geçersiz olduğunu söylediği bir mektup gönderir. Güllü İstanbul'a namusunu temizlemek için gider. Film köylü bir kızla şehirli bir erkeğin aralarında geçen olayları mizahi bir anlatımla seyirciye sunmaktadır.

Türk sineması Yeşilçam örneklerinden olan Güllü filminin afişi incelendiğinde başrol oyuncusu olan karakterin afişin sol tarafında boydan ve büyük ölçekte konumlandırıldığı görülmektedir. Afişin merkezinde yer alan başrol oyuncusunun güçlü ve kararlı duruşu, izleyiciye filmin ana karakterinin cesaretini ve kararlılığını hemen hissettirmektedir. Aynı zamanda karakterin ismi de olan Güllü'nün kadınsı ve naif çağrışımına tezatlık oluşturulacak şekilde filmin ana karakteri erkeksi bir duruşa sahiptir. Karakterin kıyafetlerindeki kırmızı sarı ağırlıklı renkler ve desenlerden filmin geleneksel vurgusu hissedilmektedir. O dönemin teknolojik imkanları göz önüne alındığında, karakterdeki ılık-gölge gibi tekniklerin uygulanmadığı görülmektedir.

Tasarım sayfasının sağ tarafında başrol oyuncular, film ismi ve yan karakter isimlerinin yazıldığı görülmektedir. Günümüz film afişlerinden farklı olarak, başrol oyuncusunun adı hemen hemen film ismine eş değer ölçülerde yazılmıştır. Tipografik kullanımda birbirinden farklı ve tarzda fontların tercih edildiği görülmektedir. “Güllü” yazısında tırnaksız yazı karakterleri tercih edilmiş olup, yine o dönemin imkanları neticesinde kaligrafik bir kullanıma gidilmiştir. Kaligrafinin yuvarlak ve aralıksız formu izleyicide filmin komedi unsurları içerdiği hissini çağrıştırmaktadır. Afişin arka planında renk blokları görülmektedir. Genel itibariyle afişin görsel ve tipografik düzenlemelerinde birbirleriyle uyumsuz ve farklı renk kullanımlarına gidilmiş olsa da tipografi simetrik açıdan dengelidir.

Güllü filminin (1971) afiş çalışmasını radikal feminizm kavramıyla ele aldığımızda afişte kullanılan kadın imajına odaklanmamız gerekmektedir. Afişteki kadın elindeki silahı bize, izleyiciye doğrultur. Radikal feministler cinsiyetçilikle mücadele ederler ve kadınların toplumda özgürce var olmasını savunurlar. Güllü, gözünü kırpmadan hedefine odaklanır. Cinsel tacize, şiddete ve ayrımcılığa karşı bir duruş gösterir. Elindeki bohçasıyla köyünden gelen Güllü, afişte hem kadınsı güzelliği ve rengarenk elbisesiyle var olur hem de erkeksi bir bakış ve silahı kavrayışla ötekini egemenliği altına almaya çalışır. Bu zıtlık onu geleneksel bir kadından öteye götürür. Namus davası denilen toplumsal sorunun temsili hep erkeklerin silah kullandığı filmler olurken bu afiş bunun tam tersini göstermektedir. Güllü silahı bize doğrultur. Film afişinde bu hareket aslında kadınları bilinçlendirme çabasıdır.

Güllü filminin eser metin incelemesinde, filmin temel sorunsalına baktığımızda, resmi nikahın kadın erkek eşitliğini korumadaki rolü açıkça görülmektedir. Kanunla güvence altına alınmayan ve uygulanmayan haklar, namus davası gibi anomali durumlara yol açar.

Bu toplumsal sorun Türk filmlerinde erkek temsilleri bağlamında ele alınırken ilk kez yönetmen Atıf Yılmaz, Güllü filmiyle başka bir kapıyı aralar.

Radikal feminist bakış açısıyla Güllü “andojen” bir kadındır. Filmin konusunda olduğu gibi afişinde de kadın karakter ana merkeze konumlandırılmıştır. Filmin adına baktığımızda, Güllü ismi Anadolu’da ailelerin kız çocuklarına güler yüzlü olması dileğiyle koydukları bir isimdir. Fakat bize doğru bakan kadın güler yüzlü değildir. Elinde gül de yoktur, ateşlenmek üzere olan bir silah vardır. Güllü karakteri güçlü, bağımsız ve kararlı bir duruş sergileyerek sunulmaktadır. Güllü'nün merkezde yer alması ve güçlü bir şekilde izleyiciye bakması, onun hikayesinin ve mücadelesinin merkezinde kadınların olduğunu göstermektedir.

5.8. Janjan



Görsel 5.8.1 JanJan Film Afişi, Erişim: 30.05.2024 <https://tls.tc/OJnoY>

Film Adı: JanJan

Yapım Yılı: 2007

Yönetmen: Aydın Sayman

Senaryo: Aydın Sayman

Oyuncular: Berk Hakman, Selen Seyven, Çetin Öner, Levent Yılmaz Aykut Oray

Yapımevi: De Yapımcılık ve Energy

Tür: Dram

"Janjan" filmi,kırsal bir bölgede yaşayan ve kendinden çok yaşlı biri ile evlendirilen genç bir kadının akli dengesi yerinde olmayan bir gençle yaşadığı dramatik aşk öyküsünü ele almaktadır. Filmin hikayesi, Anadolu'da küçük bir köyde geçer ve toplumsal baskıların, geleneklerin ve kişisel trajedilerin iç içe geçtiği bir öyküyü anlatmaktadır.

2007 yılında gösterime giren Janjan Film afişi incelendiğinde afişin merkezinde genç bir kadın, arkasında da oyuncuların filmdeki rollerinin büyüklüğüne göre sıra izlenerek konumlandırılmış iki erkek karakter göze çarpmaktadır. Genç kadının pullu, üzerinde tüyleri olan gelin başlığı ve yine ışıltılı duvağı, modern gelinlik tarzından farklı bir görüntüde olması sebebiyle, filmin etnik ve geleneksel öğeler barındırdığı hissini vermektedir. Aynı zamanda süs detaylarının abartılı kullanılması zenginliğin ve gösterişin vurgulanmak istendiği yönündedir. Afişin zemininde kırmızı rengin kullanılması afişe mekansızlık hissi vermektedir. Karakter fotoğraflarının arka planından ayrıştırılmasında keskin bir dekupe tekniği uygulanması ve gölge efektinin yoğunluğu görüntüyü doğallıktan uzaklaştırmaktadır. Karakterlerden sadece birinin yüzün yarım kullanılması, kompozisyon ve perspektif açısından uyumsuz görünmektedir.

Afişte tipografi yoğun olarak alt bölümde kullanılmıştır. Janjan yazısında serifli bir font kullanılmış, okunabilirliği artırmak için zeminde siyah renk kullanımına gidilmiştir. Yazıda kullanılan dokulu ve parlak kırmızı renk ile film ismi ön plana çıkarılmıştır. Filmin sloganı, yönetmen, oyuncu bilgileri ve sponsor logoları afişin en altına yerleştirilmiştir. Afişin başrol oyuncu isimleri fotoğraflarının üzerinde kullanılmıştır. Afişteki tipografik unsurların yerleşimi orantılı ve dağılımı dengelidir.

Janjan film afişini, varoluşçu feminist bakış açısıyla ele alındığımızda, tüm geleneklerin, ekonomik eşitsizliklerin ve olumsuzlukların genç bir kadının geleneksel motiflerle süslü gelin başında toplandığı görülmektedir. Tüm bu abartılı süslemeler altında masum ve üzgün bir genç kadın görülmektedir. Giyimiyle ve afişe konumlandırılmasıyla ön plana çıkan kadın, bakışını bizden kaçırmaktadır. Genç kadının üzerindeki kıyafeti bir düğün giysisidir. Düğünler, insanların en mutlu ve özel anlarından biri olmasına rağmen genç kadın, hüznü ve her an ağlayacakmış gibi bakmaktadır.

Janjan filminin eser metin incelemesinde çoklu ayrımcılık biçimleri ortaya çıkmaktadır. Kendinden yaşça büyük biriyle çocuk yaşta, rızası olmadan, başlık parası karşılığı evlenmek zorunda kalan bir kız görülmektedir. Bu zorla evlendirilen kız, artık eşinin tahakkümü altındadır. Sokağın dışına çıkmasına bile izin verilmez. Dört duvar arasında kendi gibi ötekileştirilen bir deliye âşık olur ve ondan hamile kalır ve böylece toplumsal

normların dışına çıkar. Kız bu kez kendini zorla evlendiren ailesinin yanına eşi tarafından cezalandırılması için götürülür. Film afişinde bu baskı durumu kızın üst tarafında sağ ve sola yerleştirilen erkek imajlarıyla verilmiştir.

Janjan filminde kadın karakterin yaşadığı zorluklar, patriyarkal toplum yapısının birçok katmanında bireyler üzerindeki baskısını gözler önüne sermektedir. Özetle, "Janjan" filminin afişi, kadın karakterlerin temsil edilme biçimi, görsel unsurlar ve kullanılan dil üzerinden değerlendirildiğinde, yalnızca bireysel direnişi değil, aynı zamanda toplumsal değişimin kaçınılmazlığını da vurgulamaktadır. Janjan'ın hikayesi, kadınların bireysel cesareti ve özgürleşme mücadelesinin, toplumsal normların ve baskıların üstesinden gelebileceğine dair farkındalık yaratması açısından değerlidir.

5.9. Kız Kardeşler



Görsel 5.9.1 Kız Kardeşler Film Afişi, Erişim: 10.05.2024 <https://tls.tc/uleF5>

Film Adı: Kız Kardeşler

Yapım Yılı: 2019

Yönetmen: Emin Alper

Senaryo: Emin Alper

Oyuncular: Cemre Ebuluziyya, Ece Yüksel, Helin Kandemir, Kayhan Açıkgöz

Yapımevi: Liman Film Nullook Production Komplizen Film Circe Films Horsefly Productions

Tür: Dram

Emin Alper tarafından yönetilen, Kız Kardeşler (2019) filmi, bir kasabada yaşayan üç kız kardeşin küçük yaşta öksüz kalmalarının ardından annelerinin de ölümüyle birlikte farklı ailelere besleme olarak gönderilmesini konu almaktadır.

Üç kız kardeşin hikayesinin anlatıldığı filmin afişini grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğimizde, afişin merkezinde üç kız kardeşin yer alması dikkat çekmektedir. Kadraj içerisine, ön tarafta birbirlerine sarılmış iki kız kardeş ve onlardan ayrı diğer kız kardeş perspektif etkiyi artıracak şekilde yerleştirilmiştir. Sol taraftan sızan ışık ile alan derinliği yakalanmıştır. Aynı zamanda ışık yansıması, karakterleri vurgulayarak, duygusal etkiyi artırmıştır. Afişin arka planındaki taş duvarlar ve kıyafet detayları, karakterlerin sosyal ve ekonomik durumları hakkında fikir vermektedir.

Kullanılan tipografik unsurlar film görselinden bağımsız ve açık renk bir zemin üzerine yerleştirilmiştir. Afişte kullanılan “A Tale of Three Sisters” yazıda sanatsallık ve ciddiyet etkisi uyandıran ince ve serifli bir font kullanımı tercih edilmiştir. Yazıda kullanılan siyah ve açık kiremit renk tonları, kullanılan zemin üzerinde okunabilirliği sağlamaktadır. Afişin tasarımında kullanılan renkler, filmde işlenen duygusal temayı hissettirmektedir. Sıcak tonlar (sarı, turuncu, kırmızı), aile ve sevgi temasını ön plana çıkarmaktadır.

Grafik tasarım ilkeleri, afişin estetik ve işlevsellik açısından değerlendirilmesini sağlar. Bu ilkeler arasında hiyerarşi, kontrast, uyum, denge ve tekrar gibi unsurlar bulunur. Film afişinin ana görsel öğeleri, tipografik kullanım ve renk paleti, bu ilkeler doğrultusunda düzenlenmiştir.

“Kız Kardeşler” film afişi feminist perspektiften incelendiğinde, değişik düzeylerde ve yapılarda kadınların uğradıkları baskıyı ve sömürüyü görünür kılmaktadır. Öncelikle, afişte yer alan üç genç kadının portresi, kadın dayanışması ve bağımsızlık temasına vurgu yaparken, kadın karakterlerin yüz ifadeleri ve birbirlerine sarılmış şekilde olan beden dilleri ise onların içsel güçlerini ve birbirlerine olan bağlılıklarını yansıtmaktadır. Ayrıca, afişteki kıyafet seçimleri ve arka plan detayları da feminist bir bakış açısıyla incelendiğinde anlamlıdır. Karakterlerin eski, geleneksel kıyafetleri ve arka plandaki konforlu ev hissinden uzak taş duvar görüntüsü onların kişisel kimliklerini yansıtırken, kadınların ev içi rollerinin ağırlığına dair ipuçları barındırmaktadır. Bu durum, kadınların toplumsal sınıf ve ekonomik durumlarının, onların özgürlüklerini ve seçimlerini nasıl etkilediğine dikkat çekmektedir. Sosyalist feminizm ekonomik, sosyal ve kültürel alanda kadının yer almasının eşitliği sağlayacağını savunmaktadır. Bunun için sosyal ve ekonomik hayata eşit katılım ön koşuldur.

Görünenin ötesini anlamlandırmak için filmde yer alan kadınları “sosyalist feminist” bakış açısıyla incelemek gerekmektedir. Filmdeki kız kardeşler, geleneksel toplumsal beklentilerin ve cinsiyetçi normların baskısı altında kendi hayatlarını sürdürme mücadelesi vermektedirler. Kız kardeşlere köyde dedeleri bakmaktadır. Dedeleri onları bir tanıdıklarının yanına besleme olarak vermektedir. Burada bilmemiz gereken ilk kavram, beslemedir. Aileye alınan, hizmetçilik ve çocuk bakıcılığı yaptırılan ama ailenin bir ferdi olarak görülmeyen, iş gücü sömürülen kız çocuklarına verilen addır. Filmde iki kız kardeş aynı aileye besleme olarak verilmiş, ikisi de belli bir süre sonra hoşnut kalınmayarak geri gönderilmiştir. Şimdi sıra en küçük kardeştedir. Bu üç kız kardeşte sömürülmenin bilincinde değillerdir. Onlar için şehirde olmak o yaşamı tam deneyimleyemese de köyden bir kurtuluş olarak görülmektedir.

Filmdeki kız kardeşler, geleneksel toplumsal beklentilerin ve cinsiyetçi normların baskısı altında kendi hayatlarını sürdürme mücadelesi vermektedirler. Bu, onların özgürlük, bağımsızlık ve kendi kararlarını alma hakkı gibi temel insan haklarını bile kullanamadıklarını bize göstermektedir. Film afişindeki birbirlerine sarılan iki kız kardeşin, hayatları hakkında, kendilerine sorulmadan verilen bir hüküm sonucunda yaşadıkları çaresizlik ve üzüntü de bu duygu durumunun yansıması olarak hissedilmektedir.

Sonuç olarak, "Üç Kız Kardeş" filmi, kadınların kendi kaderlerini tayin etme haklarına ve bu süreçte karşılaştıkları toplumsal baskılara dikkat çekerek izleyiciyi düşünmeye teşvik etmektedir. Kız kardeşlerin içerisinde bulundukları duygu durumları etkili bir şekilde afişte hissedilmektedir. Bu bağlamda filmin afişi, verilmek istenen mesajın aktarıcısı niteliğindedir.

5.10. İşe Yarar Bir Şey



Görsel 5.10.1. İşe Yarar Bir Şey Film Afişi, Erişim: 24 Mayıs 2024 <https://tls.tc/82Cji>

Film Adı: İşe Yarar Bir Şey

Yapım Yılı: 2017

Yönetmen: Pelin Esmer

Senaryo: Barış Bıçakçı

Oyuncular: Başak Köklükaya, Öykü Karayel, Yiğit Özşener, Ayşenil Şamlıoğlu

Yapımevi: Sinefilm Prodüksiyon

Tür: Dram

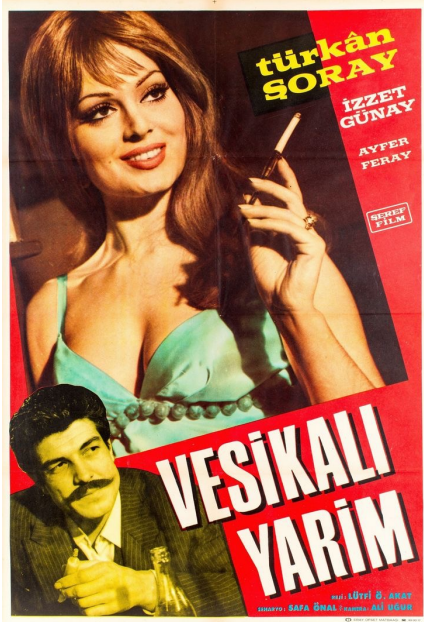
"İşe Yarar Bir Şey" filmi, Barış Bıçakçı'nın senaryosunu yazdığı ve Pelin Esmer'in yönettiği 2017 yılı yapımı bir Türk filmidir. Filmin afişi grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğinde, afişin merkezinde kalabalığın arasında olmasına rağmen iki kadın dikkat çekmektedir. Tren garında bulunan karakterler bulanıklaştırılarak iki kadının ön plana çıkarıldığı bir kompozisyon içinde yer alır. Afişin arka planında durmakta olan bir tren görülmektedir. Bu da filmin konusunun geçtiği mekân hakkında fikir sahibi olmamızı sağlamaktadır. Renk paletinin hafif turuncu ve sarı tonları filmin duygusal temasını yansıtırken, melankolik ve düşündürücü etkisini de hissettirmektedir. Afişte kullanılan "İşe Yarar Bir Şey" yazısında modern ve sofistike etki sağlayan ince ve serifsiz bir font kullanımı tercih edilmiştir. Yazı kullanımında renk olmamakla birlikte maskeleye yöntemi tercih edilmiştir. Film ismi afişe dik ve sağa yaslı şekilde konumlandırılmıştır. Afişin üst kısmındaki sis görüntüsü filmin gizemli yanlarının

olduğunu düşündürmekle birlikte film adını da ön plana çıkarmıştır. Karakterlerin durgun ve endişeli yüz ifadeleri filmin atmosferi hakkında fikir verirken aynı zamanda psikolojik öğeler içerdiğini hissettirmektedir. Afişin alt kısmına yönetmen, senaryo ve oyuncu isimlerinde hiyerarşik sıralama izlenerek, başrol oyuncularının isimleri büyük puntolarla yazılmıştır. Genel itibarıyla afişte kullanılan görsellerin yerleşimi, renk ve kontrast kullanımı filmde verilmek istenen mesajı etkili bir biçimde yansıtmaktadır.

Film, feminist eleştirinin temel sorunlarından biri de filmin anlatı yapısı ve seslenme biçimlerinden ötürü film izleme sürecinde oluşan özne konumlarıdır, kadın karakterlerin temsilleridir. Ana akım sinemada düzenin içinde kadının anne, eş, sevgili, kız çocuk, kız kardeş, fahişe, vb. konumlarda sunulan kadınların ve bu sunumlarda oluşan basmakalıp yargıların ötesine geçer. Pelin Esmer'in *İşe Yarar Bir Şey* (2017) filminin kadın karakterleri varoluşçu feminist eleştiri perspektifinde değerlendirilecektir.

"İşe Yarar Bir Şey" filmi ve afişi feminist bakış açısıyla incelendiğinde, kadın karakterlerin güçlü tasvirleri ve derinlikli hikayeleri ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle afiş tasarımında iki kadına vurgu yapılmaktadır. Başrollerdeki Leyla (Başak Köklükaya) ve Canan (Öykü Karayel) karakterlerinin hayatları, seçimleri ve ilişkileri üzerinden kadınlık deneyimine dair önemli noktalara değinilmektedir. Leyla, başarılı bir avukat ve şair olarak, toplumsal cinsiyet rollerinden bağımsız, kendi yolunu çizebilen bir karakterdir. Onun bağımsızlığı ve özgüveni, kadınların profesyonel hayatta da güçlü ve etkili olabileceğini göstermektedir. Leyla'nın şiire olan tutkusu ve sanata olan bağlılığı, onun sadece mesleki anlamda değil, duygusal ve entelektüel olarak da derin bir karakter olduğunu ortaya koymaktadır. Canan ise hemşirelik okuyan genç bir kadındır ve hayatında bir dönüm noktasındadır. Canan'ın içsel çatışmaları ve başkaları için fedakârlık yapma eğilimi, kadınların sıklıkla karşılaştığı toplumsal baskıları ve rollerini yansıtmaktadır. Film afişindeki durgun ve donuk yüz ifadeleri kadınların içsel hesaplaşmalarına dair ipuçları vermektedir. İki kadının yollarının kesişmesi ve birbirlerinden etkilenmeleri, dayanışmanın ve kadınlar arası desteğin önemini vurgulamaktadır. Sonuç olarak "İşe Yarar Bir Şey," afişi iki kadını odağına alarak kadınların özgürleşme mücadelelerini ve birbirlerine olan desteklerini yansıtmada etkili bir görsel anlatıma sahiptir.

5.11. Vesikalı Yarım



Görsel 5.11.1 Vesikalı Yarım Film Afişi, Erişim: 4 Haziran 2024 <https://l24.im/d3wt>

Film Adı: Vesikalı Yarım

Yapım Yılı: 1968

Yönetmen: Lütfi Ömer Akad

Senaryo: Safa Önal

Oyuncular: Türkan Şoray, İzzet Günay, Ayfer Feray

Yapımcı: Seref Gür

Tür: Romantik/Dram

Film, başrollerinde Türkan Şoray ve İzzet Günay'ın yer aldığı bir melodramdır. Türkan Şoray, "Sabiha" karakterini canlandırırken, İzzet Günay ise "Halil" karakterine hayat vermektedir. Hikâye, bir manav olan Halil ile pavyonda çalışan Sabiha'nın imkânsız aşkını konu alır. Bu iki karakterin yollarının kesişmesi, duygusal ve dramatik bir hikâye örgüsü çerçevesinde anlatılır. Film, dönemin sosyo-kültürel yapısını ve aşkın farklı yüzünü başarılı bir şekilde yansıtmaktadır.

“Vesikalı Yarım” film afişi grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelendiğinde tasarımın merkezinde filmin ana kahramanı olan Türkan Şoray ön plana çıkmaktadır. Türkan Şoray görselinin büyük bir şekilde tasarıma konumlandırılması hiyerarşik açıdan denge sağlamakla birlikte filmin ana karakterine vurgu yapmaktadır. Türkan Şoray'ın çekici bakışları ve vamp görüntüsü izleyicilere baştan çıkarıcı bir kadın figürü sunmaktadır.

İzzet Günay'ın ciddi, düşünceli ifadesi ve renk kontrastındaki farklılık filme nostaljik bir etki verirken aynı zamanda dramatik öğeler de barındırdığını düşündürmektedir.

Asimetrik bir kompozisyonun görüldüğü tasarımın sol köşesine erkek karakterin daha küçük ölçekli fotoğrafı yerleştirilmiştir. Afişteki tipografide film ismi okunabilirliği yüksek ve klasik stilde düz bir yazı tipiyle yazılmıştır. Harflerin çevresindeki siyah kontür ile yazıya üç boyutlu etki verilirken, yazının ön plana çıkması sağlanmıştır. Birbirinden farklı font ve renklerin kullanıldığı tipografi dağılımı asimetrik ve düzensizdir.

Afişin genelinde siyah, beyaz ve kırmızı gibi kontrast renkler tercih edilmiştir. Siyah ve beyaz, filmin dramatik ve nostaljik havasını yansıtırken, kırmızı renk tutkunun ve içsel çatışmanın sembolü olarak kullanılmaktadır. Bu renk paleti, izleyiciye filmin temasını hakkında fikir vermektedir. Filmin karesindeki imajlardan yararlanılarak tasarlanan afiş, konu ve anlam bütünlüğünü yansıtacak niteliktedir. Dönemin grafik tasarım tarzını ve teknik imkansızlıklarını yansıtan “Vesikalı Yarım” film afişinde Vesikalı Yarım (1968) film afişini marksist feminist eleştirinin kavramlarıyla ele aldığımızda metalaştırılan bir kadın imajı karşımıza çıkar. Kadının sömürülmesinin sınıfsal bir sorun olduğu marksist feminist yaklaşımda, Sabiha'nın pavyonda çalışan bir şarkıcı olması anlatımı güçlendirir. Afişte duruşu ve bakışıyla, kadın bedeninin ve emeğinin erkek müşteriler tarafından tüketilen bir meta olarak sunulduğu görülür. Arzu nesnesine dönüştürülen kadın, film afişinde “vesikalı” olarak ticari bir ürün gibi adlandırılır. “Vesikalı Yarım”, Sabiha'nın toplumda belirli bir sınıfa ait olduğunu ve bu sınıfın dışında kalan erkekler tarafından arzulanan nesneye dönüştüğünü vurgular. Arzulanan fakat toplumsal olarak kabul görmeyen bir figür olduğunu ima eder. Kadının elinde sigaranın olmasının nedeni de budur. Sabiha toplumsal yapıların karşı çıktığı bir kadın figürünün temsilidir.

Filmin marksist feminist eleştiriyle eser metin incelemesi yapıldığında, Sabiha karakteri arzulanan bir metadır. İçinde bulunduğu durumun aksine Halil'e âşık olur. İlk kez kendi istemlerini merkeze alır. Fakat, Halil evlidir. Sabiha ile Halil arasında gelişen imkansız aşkın nedeni budur. Halil'in ve Sabiha'nın ait oldukları sınıfsal yapılar ve toplumsal normlar bu aşka izin vermez. Filmin sonunda, Sabiha'nın yalnız ve hüznü bir şekilde kalması, onun toplumsal yerinin ve metalaşmasının bir yansımasıdır. Sabiha, film boyunca kendi arzuları ve duyguları olan bir birey olarak değil, Halil'in hayatında geçici bir figür olarak tasvir edilir. Bu durum, kadınların patriyarkal toplumda nasıl nesneleştirildiğini ve sadece erkeklerin ihtiyaçlarına hizmet eden birer araç olarak görüldüğünü ortaya koyar.

Sonuç olarak Vesikalı Yarım (1968) filminin afişı, marksist feminist teori bağlamında incelendiğinde, erkek tahakkümü ve sınıfsal sömürü görünür olmaktadır. Kadının metalaştırılması ve nesneleştirilmesi temalarının belirgin bir şekilde öne çıktığı kadın imajı bunu sağlamaktadır. Arzulanan kadın aynı zaman da önyargıların ve sömürünün de merkezindedir.



6. SONUÇ

Afişler, geçmişten günümüze bir mesajı geniş kitlelere ulaştırmak için kullanılan etkili bir iletişim aracı olmuştur. Günümüzde de etkisini sürdüren afişler süreç içerisinde büyük bir evrim geçirmiş, dijital teknolojiler sayesinde tasarım süreçleri hızlanmıştır. Ayrıca gelişen teknolojiye bağlı olarak grafik tasarım sektörüne olan talepte her geçen gün artarak devam etmektedir. Gelişen bu talep çeşitliliği ve tasarımların geleneksel yöntemlerden dijitalleşmeye doğru evrilmesi, sektörün dinamiklerini tamamen değiştirerek grafik tasarımcıların becerilerini sürekli güncellemeleri zorunlu hale gelmiştir. Grafik tasarım, sadece estetik bir uğraş olmaktan çıkıp, kullanıcı deneyimini optimize eden ve markaların dijital dünyada öne çıkmasını sağlayan stratejik bir araç haline gelmiştir.

Hedef kitlelere ulaşmada ve mesajı etili bir biçimde iletmede kullanılan imajlar, her dönemin kendine özgü toplumsal yaşayış biçimleri ve kültürel normları çerçevesinde değişim göstermiştir. İmajların toplumsal yaşayışa göre şekillenmesi, aynı zamanda belli başlı ideolojilerin ve değerlerin de yansıtılmasını sağlamıştır. Kadınların ve erkeklerin toplumsal rollerinin değişmesi, imajlarda cinsiyet temsillerinin de zamanla evrilmesine neden olmuştur. Kadınların iş hayatında daha fazla yer almasıyla birlikte, güçlü ve bağımsız kadın figürleri reklam ve tanıtımlarda daha sık görülmeye başlanmıştır.

Kadınların afişlerde nasıl temsil edildiği, toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın hakları ve toplumsal algılar açısından kritik bir rol oynamaktadır. Geleneksel olarak, kadınlar genellikle güzellik, çekicilik ve cinsellik sembolü olarak kullanılmış, bu durum kadınların nesneleştirilmesine ve klişeleşmiş rollerin dışına çıkamamasına yol açmıştır. Ancak, son yıllarda bu duruma karşı bilinçlenme artmış ve daha olumlu, çeşitli ve gerçekçi kadın temsilleri talep edilmeye başlanmıştır.

Görsel kültürü etkileme ve şekillendirme potansiyeline sahip olan film Afişlerinde yer alan kadın imgesi, çok çeşitli anlamlar taşıyan bir tema olarak görülmektedir. Bu anlamların içerisinde feminist bakış açısı önem taşımaktadır. Afiş tasarımlarının analizinde grafik tasarım ilkeleri, estetik ve işlevsellik açısından bir afişin nasıl etkili olabileceğini belirlerken, feminist kuramlar ise bu imgelerin toplumsal cinsiyet rollerini nasıl yansıttığını ve etkilediğini sorgulamaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak grafik tasarım ilkelerine değinmek gerekirse, kadın imgelerinin kullanımı, kompozisyon, renk teorisi, tipografi ve görsel hiyerarşi gibi temel prensiplerle şekillenir. Kadın imgelerinin doğru

ve etkili bir şekilde kullanımı, dikkat çekici ve anlamlı mesajlar yaratılmasında etkili olmaktadır.

Öncelikle grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelenen afişlerde, renk, kontrast, oran-orantı, vurgu, denge, hiyerarşi gibi ilkelerin zaman içerisinde değişimler gösterdiği görülmektedir. Teknolojik imkansızlıkların olduğu yıllarda yapılan afiş tasarımlarının illüstrasyon ve tipografik düzenlemelerinin el ile yapıldığı gözlemlenmiştir. Boya, kalem ve mürekkep gibi geleneksel malzemeler kullanılarak yapılan tasarımlar, sanatçıların yaratıcılıkları ve yeteneklerini yansıtmada önemli bir araç haline gelmiştir. Dijital teknolojinin yetersizliğine paralel olarak sınırlı renk paletlerinin kullanıldığı afiş tasarımlarında basit yazı tiplerinin tercih edildiği görülmektedir. Daha resimsel detaylar içeren afiş tasarımlarında tipografik düzen ve denge ikinci planda kalmıştır. Günümüz film afiş tasarımlarında ise tipografinin çeşitliliği ve dijital efektlerin kullanımı dikkat çekmektedir. Eski afişlerde mesajlar genellikle daha dolaysız ve basit bir dille iletilirken, günümüz afişlerinde daha yaratıcı ve dikkat çekici semboller, görsel metaforlar ve fotoğraflar kullanılmıştır. Ancak eski ve yeni dönem afişlerinin dolaylı ya da dolaysız görsel mesajların iletimi doğru şekilde verdiğini söyleyebiliriz.

Söz konusu film afişlerine feminizm kuramları bağlamında bakıldığında, kadın imgesinin etkili bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Kadın imajının kullanımı zaman içerisinde değişkenlik gösterse de afişlerde kullanılan imajlar feminist söylemleri barındıran görsel anlatıma sahiptir. Afişlerdeki imajlar kadınların toplumsal dönüşümde oynadığı kritik rolü ve karşılaştıkları engelleri etkili bir şekilde gözler önüne sermektedir. Eski dönem afişlerinde modernleşmeye ve kadınların özgürleşme mücadelesine geçiş yansımaları göze çarparken, zaman içerisinde toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları konusundaki ilerlemelerle birlikte incelenen film afişlerinde kadınların içsel dünyalarının ve güçlü yanlarının vurgulandığı bir anlatıma doğru gidilmiştir.

Sonuçta film afiş tasarımlarında kadın imgesinin kullanımı hem grafik tasarımın ilkeleri hem de feminist kuramların eleştirel perspektifleri dikkate alınarak ele alındığında daha etkili görsel anlatımlara sahip ve doğru mesaj iletkenleri taşıyan tasarımlar olduğu söylenebilir. Bu sayede film afişleri, sadece birer tanıtım aracı olmanın ötesinde, sosyolojik ve kültürel yapının aynası olarak dönemin toplumsal yaşayışını ve cinsiyet rollerini anlamak için güçlü bir kaynak niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda, film afişleri üzerinden yapılan analizler, sadece grafik tasarımın gelişimi ve sinema tarihi açısından

değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümlerin izlenmesi ve anlaşılması açısından da önem taşıdığı görülmektedir.



KAYNAKLAR

- Agvan, Ö., & Asutay, H. (2018). Bir Anti-Masal Örneği Olarak Cam Ayakkabıları Reddeden Vejetaryen Külkedisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 225-238.
- Akçalı, E., & İnceoğlu, İ. (2020). Kadınlık ve Erkekliğin Değişmeyen Halleri: Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet. *Fe Dergi*, 2(12), 161-73.
- Alp, K.Ö. (2013). Sanatın Temsili ve Postmodern Sanatta Temsil. *Art-e Sanat Dergisi*, 6(12), 40-61.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2013). *Yaratıcı Tasarımın Temelleri*. Adnan Tepecik (çev.), İstanbul: Literatür Yayınları.
- Antmen, A. (2014). *Sanat / Cinsiyet Sanat Tarihi ve Feminist Eleştiri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Armstrong, H. (2012). *Grafik Tasarım Kuramı*. M.Emir Uslu (çev.), İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Ataseven, Y. S. (2017). Andy Warhol'un Resimlerinde Popüler Kültürün Etkisi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 288-297.
- Aydın, K. (2019). Modern Sanat Sürecinde Kadın İmgesinin Resimsel ve Toplumsal açıdan incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 475-488.
- Beauvoir, S. (1993). *Kadın-İki Cins-Genç Kızlık Çağı*. Bertan Onaran (çev.), İstanbul: Payel.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Bolat, N., Yılmaz, R., & Sirer, E. (2023). Hatun'un Yolculuğu: Tomris Filminde Kadın Hükümlerliliğinin Anlatısal Temsili Üzerine Bir Çözümleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11(2), 1344-1367.
- Buçukoğlu, S.M. (2020). Bauhaus Tasarım Okulu ve İki Kadın Grafik Tasarımcı: Irmgard Sörensen-Popitz ve Ivana Tomljenovic-Meller. *Sanat- Tasarım Dergisi*. 2020(11), 69-78.
- Buyurgan, S., & Buyurgan, U. (2001). *Sanat Eğitimi ve Öğretimi*, Ankara: Dersal Yayınları.
- Cemiloğlu, M. (2021). Tarihsel Perspektiften Türk Sinemasında Kadın Yönetmenler. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 152-164.
- Darga, M., Neciboğlu, N. & Kafadar, C. (1993). *Çağlarboyu Anadolu'da Kadın: Anadolu Kadınının 9000 Yılı*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Anıtlar ve Müzeler Genel Müdürlüğü.
- Diakov, V., & Kovalev S. (1987). *İlkçağ Tarihi: Ortadoğu, Eski Yunan*. Özdemir İnce (çev.), Ankara: V Yayınları.
- Dikmen, B. (2023). *Türkiye Cumhuriyeti'nin Öncü Grafik Tasarımcılarından İhap Hulusi Görey. Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları*. 2(8), 135-151.

- Erdal, G. (2022). Jules Chéret'nin Kadınları (Chérette). Uluslararası Sanat Tasarım Ve Eğitim Dergisi, 3(3), 11-17. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ustad/issue/75525/1239504>
- Gilligan, C. (2017). *Kadının Farklı Sesi*. Duygu Dinçer, Fulden Arısan & Merve Elma (çev.), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Göktaş, G. (2021). Sanat Tarihinde Kadın İmgesi ve Egon Schiele Eserlerinde Kadının Temsili. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 7(14), 121-139.
- Gürer G., & Gürer L. (2004). *Temel tasarım*. İstanbul: Birsan Yayıncılık.
- Hooks, B. (2012). *Feminizm Herkes İçindir-Tutkulu Politika*, İstanbul: BGST Yayıncılık.
- İlhan, M. (2013). *Atatürk Ansiklopedisi*. Erişim: 10 Haziran 2024, <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/fatma-mufide-ilhan-1911-1996/>
- Kaplan, K. (2015). *Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi* (Yayın No. 449655) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi].
- Kulakoğlu, O. (2020). *Günümüz Sinema Filmi Tanıtım Sürecinde Üretilen Film Afiş Türleri* (Yayın No. 608322) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü].
- Lawler, B.P. (2006). *Masaüstü Yayıncılık ve Basım Kılavuzu*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Özer, S. (2013). Kadınlara Seçme ve Seçilme Hakkı Verilmesinin Türk Kamuoyundaki Yankıları. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi* Cilt: 29 Sayı: 85: 131- 168.
- Peterson, G. T., & Mathews, P. (2014). *Sanatta ve Sanat Tarihinde Feminizmin Doğuşu*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Sancar, S. (2014). *Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti: Erkekler Devlet Kurar Kadınlar Aile Kurar*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Sartre, J. (2009). *Varlık ve Hiçlik*. Turan Ilgaz, Gaye Ç. Eksen (çev.), İstanbul: İthaki Yayıncılık.
- Schweiger, S. (2014). *Sultanlar Kentine Yolculuk*. Türkis Noyan (çev.), İstanbul: Kitap Yayıncılık.
- Selamet, S. (2011). Türk Grafik Sanatlar Tarihine Alternatif Bir Yaklaşım: Osmanlı'dan Grafik Yansımalar. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 2011, 239-251.
- Sevim, A. (2005). *Feminizim*. İstanbul: İnsan Yayıncılık.
- Şengün, H. (2018). *Artvin'de İki Kadın Kahraman: Çiçek Nene (İrişti) ve Sadiye Hanım (Ardahan)" Kadın Çalışmalarında Güncel Konular*. R.A Wolf. (Edt.). Konya: Eğitim Yayıncılık.
- Tarlakazan, E. (2017), Türkiye Cumhuriyeti Tarihinin İlk Yıllarında Afişlerde İmge Olarak Kadın: Göstergebilimsel Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Dergisi* 7(1), 180-197.
- Twemlow, A. (2008). *Grafik Tasarım Ne İçindir?*. Dalsu Özgen (çev.), İstanbul: Yem Yayıncılık.

- Tunçkan, E. (2012). Grafik Sanatı ve İletişimdeki Önemi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakóltesi Dergisi* (16), 148-150.
- Uçar, T.F. (2014). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayıncılık.
- Yıldırım, Y. (2021). Tarihsel Süreç İçinde Türk Sinemasında Kadın (1920-1990). *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 71-85.
- Tong, R., & Botts, T.F. (2021). *Feminist Düşünce: Kapsamlı Bir Giriş*, Beyza S. Aydař (ev.), İstanbul: Sel Yayıncılık. Zack, N. (2002). *Philosophy of Science and Race*. New York: Routledge.



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Beste KUZUCAN

Yabancı Dili : İngilizce

Eğitim Durumu

Lise : İncirli Lisesi / Ankara, 2003

Lisans : Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
2022

Yüksek Lisans : Sinop Üniversitesi Bileşik Sanatlar Anabilim Dalı, 2024

Mesleki Deneyim

İş Yeri : Sinop Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü,
2015

Yayın Listesi : III. Akademide Üç Kuşak Bilim Kültür ve Sanat Sempozyumu,
bildiri

II. Uluslararası Selanik Sanat ve Tasarım Sempozyumu, bildiri