

# **GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA TASARIM AKTİVİZMİ**

**KİSMET GÜL ALBAYRAK**

**İŐIK ÜNİVERSİTESİ**  
**2020**

# GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA TASARIM AKTİVİZMİ

KİSMET GÜL ALBAYRAK

IŞık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Görsel İletişim Tasarımı Yüksek Lisans  
Programı, 2020

Bu tez, IŞık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne Yüksek Lisans (MA) derecesi  
için sunulmuştur.

İŐIK ÜNİVERSİTESİ  
2020

IŞIK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA TASARIM AKTİVİZMİ

KISMET GÜL ALBAYRAK

ONAYLAYANLAR:

Doç. Dr. Sibel Avcı Tuğal Işık Üniversitesi  
(Tez Danışmanı)

Doç. Banu İnanç Uyan Dur Işık Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yüksel Balaban İstanbul Üniversitesi

ONAY TARİHİ: 02.02.2021

# DESIGN ACTIVISM IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN

## ABSTRACT

Visual communication has been one of the most effective forms of communication between people and society from past to present. With the development of the relationship between society and technology, visual communication design has evolved methodically and functionally as a separate discipline. In addition to being a creative process, the design also has the feature of generating solutions and adding meaning. In addition, it not only produces functional and aesthetic solutions to meet the needs but also causes changes in the behaviour and attitudes of the audience and society. The paradigms that changed significantly after the industrial revolution made social inequality and injustice more visible, and paved the way for new problems. Especially since 1970, social and environmental concerns have started to affect designers in the process. Throughout the history of art and design, designers, who have produced solutions for various problems, expressed their reactions and solutions through design, started to search for a new language based on the general concerns. These searches gave birth to the concept of design activism, and designers wanted to encourage transformations or raise awareness of social or cultural issues in their designs. In this thesis, the concepts of design and activism are examined in the visual language in terms of historical development, terminology, content, and context. With an emphasis on the influence of activist design on the masses, the designer's goodwill and environmentalist style were important to the perception of society and, in turn, the world. Violence and exclusionary attitudes towards women, one of the social issues experienced by today's society for a long time, has been revealed as a project study through the proverbs used in our culture in the context of social activism. In this context, it is aimed to create awareness and awareness about the subject among designers who are educated in the field of graphic and visual communication design or designers who are currently continuing this profession and society members who are interested in this subject.

**Keywords:** Design, visual communication, activism, activist, violence against women

# GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA TASARIM AKTİVİZMİ

## ÖZET

Geçmişten günümüze insan ve toplum arasındaki en etkili iletişim biçimlerinden biri görsel iletişim olmuştur. Toplum ve teknoloji arasındaki ilişkinin gelişimi beraberinde görsel iletişim tasarımının ayrı bir disiplin olarak yöntemsel ve işlevsel olarak evrimleşmesine sebep olmaktadır. Tasarım bir yaratma süreci olmanın yanı sıra aynı zamanda çözüm üretme ve anlam katma özelliği taşır, ayrıca sadece ihtiyaçlara cevap verecek işlevsel ve estetik çözümler üretmekle kalmayarak izleyici kitlenin ve toplumun davranış ve tutumlarında değişikliğe sebep olur. Endüstri devrimi sonrasında ciddi anlamda değişen paradigmlar toplumsal eşitsizlik ve adaletsizleri daha görünür kılmış, yeni sorunlar oluşmasına da zemin hazırlamıştır. Özellikle 1970’ten itibaren artan sosyal ve çevresel kaygılar süreç içinde tasarımcılar üzerinde de etkili olmaya başlamıştır. Sanat ve tasarım tarihi boyunca çeşitli sorunlar karşısında çözümler üreten, tepkilerini, çözümlerini tasarım yoluyla dile getiren tasarımcılar oluşan genel kaygılardan yola çıkarak yeni bir dil arayışına girmişlerdir. Bu arayışlar tasarım aktivizmi kavramını doğurmuş, tasarımcılar yaptıkları tasarımlarda sosyal veya kültürel konularda dönüşümleri teşvik etmek veya farkındalık oluşturmak istemişlerdir. Bu tezde tasarım ve aktivizm kavramları tarihsel gelişim, terminoloji, içerik ve bağlam açısından görsel dilde incelenmiştir. Aktivist tasarımın geniş kitleler üzerindeki etkisi üzerinde durularak, tasarımcının sorumluluk, iyi niyet ve çevreci tarzının toplum algısı ve sürdürülebilir bir dünya için önemine dikkat çekilmiştir. Günümüz toplumunun geçmişten beri yaşadığı sosyal konulardan biri olan kadına yönelik şiddet ve dışlayıcı tutumlar sosyal aktivizm bağlamında kültürümüzde kullanılan atasözleri üzerinden proje çalışması olarak ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda grafik ve görsel iletişim tasarımı alanında eğitim gören tasarımcı adayları veya halihazırda bu mesleği devam ettiren tasarımcılar ve bu konuyla ilgilenen toplum bireyleri arasında konuyla ilgili bilinç ve farkındalık yaratmak amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tasarım, görsel iletişim, aktivizm, aktivist, kadına şiddet

## TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans eğitimin sırasında bilgi birikimi ve destekleriyle bana yol gösteren her bir hocama minnettarım. Öncelikle tez ve proje danışmanım Doç. Dr. Sibel Avcı Tuğal'a sürecin başından sonuna kadar gösterdiği sabır, destek ve rehberliği için çok teşekkür ederim. Ayrıca proje geliştirme aşamasında destek ve fikirlerinden çokça yararlandığım hocam Selçuk Öziş'e de teşekkür ederim.

Aynı zamanda eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği olan tüm hocalarıma hayatıma kattıkları her bir yeni bilgi için teşekkür ederim. En büyük teşekkürü ise hayatımın merkezinde yer alan sevgi ve desteklerini her zaman hissettiğim aileme etmek isterim. Bu tezin başından sonuna gerek verdikleri fikirlerle gerekse başarmam için verdikleri cesaretle her zaman yanımda olan dostlarım da iyi ki varlar.

## İÇİNDEKİLER

ABSTRACT.....	ii
ÖZET .....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
GÖRSELLER LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xiii
TABLolar LİSTESİ .....	xiv
KISALTMALAR.....	xvi
1. BÖLÜM.....	5
GÖRSEL İLETİŞİM.....	5
1.1 Görsel İletişim Tasarımının Kısa Tarihçesi .....	11
1.1.1 Sanat ve Grafik Tasarım Tarihine Kısa Bir Bakış .....	12
1.2 20. Yüzyılda Görsel İletişim Tasarımında Yaşanan Değişim.....	24
1.3 Tasarımı Etkileyen Protest Akımlar.....	29
1.3.1 Dadaizm .....	30
1.3.2 Rus Süprematizmi ve Konstrüktivizm .....	32
1.3.3 De Stijl Hareketi.....	36
1.3.4 Bauhaus .....	38
1.3.5 Modern Tasarım Hareketi .....	42
1.3.6 Feminist Sanat, Sanat Tarihinde Feminizm .....	48
1.3.7 Karşıt Tasarım (Anti-Design), Radikal Tasarım (Radical Design), Eleştirel Tasarım (Critical Design).....	54
1.3.8 Spekülatif Tasarım (Speculative Design).....	55

<b>2. BÖLÜM.....</b>	<b>60</b>
<b>AKTİVİZM .....</b>	<b>60</b>
2.1 Aktivizm Kavramı ve Tarihsel Gelişimi .....	60
2.2 Aktivizm Araçları.....	69
2.2.1 Aktivizmin Geleneksel Araçları.....	70
2.2.2 21. Yüzyılda Aktivizmin Yeni Araçları.....	76
2.2.3 Yeni Medya Çağında Sosyal Medya.....	83
2.2.4 Marka Aktivizmi, Markaların Aktivizm ile İlişkisi .....	89
<b>3. BÖLÜM.....</b>	<b>97</b>
<b>TASARIM AKTİVİZMİ VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA AKTİVİST YAKLAŞIMLAR.....</b>	<b>97</b>
3.1 Tasarım Aktivizminin Kavramsal ve Tarihi Boyutu.....	98
3.1.1 Tasarım Aktivizminde Etik .....	107
3.1.2 Tasarım Aktivizmi ve Sosyal Sorumluluk .....	109
3.2 Toplumsal Dinamikler ve Tasarımcı Yaklaşımları .....	112
3.2.1 Tibor Kalman .....	114
3.2.2 Adbusters.....	115
3.2.3 Kültür Karıştırması (Culture Jamming) .....	118
3.2.4 Brandalism .....	119
3.2.5 Guerilla Girls (Gerilla Kızlar).....	122
3.2.6 Diğer Örnekler .....	124
<b>4. BÖLÜM.....</b>	<b>134</b>
<b>PROJE ÇALIŞMASI.....</b>	<b>134</b>
4.1 Projenin Amacı.....	135
4.2 Projenin Yöntemi .....	141

4.3 Proje Tasarım Aşamaları.....	142
<b>SONUÇ .....</b>	<b>165</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>168</b>
<b>EK A.....</b>	<b>178</b>
<b>EK B.....</b>	<b>183</b>
<b>EK C.....</b>	<b>211</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>219</b>

## GÖRSELLER LİSTESİ

<b>Görsel 1. 1.</b> İspanya Nerja Mağarasında Keşfedilen Çizimler .....	6
<b>Görsel 1. 2.</b> Seagram's VO Afiş, Newsweek, 1972 .....	10
<b>Görsel 1. 3.</b> Aslanlı Dikilitaş Yapısı, Şanlıurfa Arkeoloji ve Mozaik Müzesi.....	13
<b>Görsel 1. 4.</b> Eugene Delacroix, 1830, Paris Louvre Müzesi .....	16
<b>Görsel 1. 5.</b> The Orchard, May Morris, 1890, Victoria & Albert Museum .....	18
<b>Görsel 1. 6.</b> Jules Chéret Afiş Tasarımı, 1894, Paris.....	19
<b>Görsel 1. 7.</b> Eugéne Grasset Afiş Tasarımı,1896 .....	19
<b>Görsel 1. 8.</b> Theophile Alexandre Steinlen Afiş, 1900.....	20
<b>Görsel 1. 9.</b> Henri de Toulouse-Lautrec Afiş, 1891 .....	20
<b>Görsel 1. 10.</b> Alphonse Mucha Afiş, 1898, .....	21
<b>Görsel 1. 11.</b> Aubrey Beardsley The Yellow Book, 1894.....	22
<b>Görsel 1. 12.</b> Alice Russel Glenn, Sergi Afişi, 1897.....	23
<b>Görsel 1. 13.</b> Avignon'lu Kızlar, Pablo Picasso, 1907, New York, MOMA .....	26
<b>Görsel 1. 14.</b> Kadınların Oy Hakkı İçin Dışarı Çık Afişi, 1914, Berlin.....	26
<b>Görsel 1. 15.</b> Filippo Marinetti, Dergi Kapağı, 1909 .....	27
<b>Görsel 1. 16.</b> Manifesto, Valentine de Saint-Point, 1913, Tate Museum.....	28
<b>Görsel 1. 17.</b> Frida Kahlo, Kırık Sütun, 1944, Mexico City .....	29
<b>Görsel 1. 18.</b> Merdivenden İnen Çıplak Marcel Duchamp, 1912 .....	30
<b>Görsel 1. 19.</b> John Heartfield, AIZ Dergi Kapağı, 1934 .....	31
<b>Görsel 1. 20.</b> Käthe Kollwitz, Savaşta Anneler isimli Afiş, 1923.....	32
<b>Görsel 1. 21.</b> Kazimir Maliviç, Siyah Kare, 1915, Moskova .....	33
<b>Görsel 1. 22.</b> Varvara Stepanova, 1924, Moskova .....	35
<b>Görsel 1. 23.</b> Valentina Kulagina, Afiş, 1931, Chicago .....	36
<b>Görsel 1. 24.</b> Piet Modrian, Kompozisyonlar, 1921 .....	37
<b>Görsel 1. 25.</b> Marlow Moss, White, Black, Blue and Yellow, 1954.....	38
<b>Görsel 1. 26.</b> Iwao Yamawaki, Bauhaus'a Saldırı, Kolaj, 1932.....	40

<b>Görsel 1. 27.</b> Gunta Stölzl, Dokuma, 1927, Berlin Bauhaus Arşivi.....	41
<b>Görsel 1. 28.</b> Hannah Höch, Kızılderili Dansçı, 1930, New York, MOMA.....	42
<b>Görsel 1. 29.</b> Ben Shahn, Afiş Tasarımı, 1943.....	44
<b>Görsel 1. 30.</b> İkinci Dünya Savaşı Afişi, İngiltere .....	44
<b>Görsel 1. 31.</b> Propaganda Sergisi, Londra, 1941 .....	45
<b>Görsel 1. 32.</b> Paul Rand, Death Mask, 1969 .....	46
<b>Görsel 1. 33.</b> Andy Warhol, Marilyn Diptych, 1962, Tate Modern.....	47
<b>Görsel 1. 34.</b> Herb Lubalin, 1967 .....	48
<b>Görsel 1. 35.</b> Judy Chicago, 1979, Brooklyn Müzesi.....	50
<b>Görsel 1. 36.</b> J. Chicago, M. Schapiro Womanhouse, 1972, California.....	51
<b>Görsel 1. 37.</b> Hannah Wilke S.O.S. Yıldızlaşmış Nesne Serisi, 1974.....	52
<b>Görsel 1. 38.</b> Guerrilla Girls, 1989, Tate Müzesi .....	53
<b>Görsel 1. 39.</b> Nur Koçak, Meyvasılar ya da Ruj Mihrabı, 1988.....	53
<b>Görsel 1. 40.</b> Shirin Neshat, ‘Woman of Allah’ 1999, Leila Heller Galeri.....	54
<b>Görsel 1. 41.</b> Gelecek Burada Başlıyor Sergisi, V&A Müzesi, 2018, Londra.....	58
<b>Görsel 2. 1.</b> Kadınların Zam Protestosu, 1828, İzmir.....	63
<b>Görsel 2. 2.</b> Wellesley Koleji Öğrencileri, 1879, A.B.D.....	65
<b>Görsel 2. 3.</b> Ken Saro Wiwa ve Ogoni Halkının Shell’i Protestosu.....	68
<b>Görsel 2. 4.</b> Mahatma Gandhi Eylem Yürüyüşünde, 1946, Hindistan .....	71
<b>Görsel 2. 5.</b> Suffragette Kadın Mitingleri, 1910, Londra .....	73
<b>Görsel 2. 6.</b> Suffragette Kadın Mitingleri, 1915, New Jersey, A.B.D.....	73
<b>Görsel 2. 7.</b> Sokakları Geri Al ‘Reclaim The Streets’ eylemleri.....	74
<b>Görsel 2. 8.</b> 8 Mart Feminist Gece Yürüyüşü, İstanbul.....	74
<b>Görsel 2. 9.</b> Cornbread – Grafiti Çalışması 1971 .....	77
<b>Görsel 2. 10.</b> Lee Quiñones – Grafiti Çalışması.....	78
<b>Görsel 2. 11.</b> Banksy Grafiti Çalışması .....	78
<b>Görsel 2. 12.</b> Bastardilla, Grafiti Çalışması, 2018, Kolombiya.....	79
<b>Görsel 2. 13.</b> 1999 Yılında Seattle’da Dünya Ticaret Örgütü Protestoları.....	81

<b>Görsel 2. 14.</b> Pussyhat Project Protestoları, Washington DC, A.B.D. 2017 .....	89
<b>Görsel 2. 15.</b> Tabula Rosa isimli Çalışma, Adbusters, 2004.....	91
<b>Görsel 2. 16.</b> The Big Tobacco Sigara Afişi .....	92
<b>Görsel 2. 17.</b> Nike’ın Colin Kaepernick’li Afişleri .....	94
<b>Görsel 2. 18.</b> The Body Shop Aile İçi Şiddet Karşıtı Kampanya Afişi.....	95
<b>Görsel 3. 1.</b> Victor Papanek, Çevreci Ev Tasarımı, 1952.....	102
<b>Görsel 3. 2.</b> WWF için Yapılan Sürdürülebilir Tasarım Örneği .....	104
<b>Görsel 3. 3.</b> Değişen Alışkanlıklar, Design Activism Book s. 88.....	105
<b>Görsel 3. 4.</b> End Violence Against Woman Now Kampanyası, 2014.....	111
<b>Görsel 3. 5.</b> Colors Dergisi, Irkçılık (Race) Sayısı.....	115
<b>Görsel 3. 6.</b> Colors Dergisi Kapakları, Tibor Kalman.....	115
<b>Görsel 3. 7.</b> Turn off Tv Week Kampanya Afişi, Adbusters.....	116
<b>Görsel 3. 8.</b> Absolute End. İsimli Çalışma .....	117
<b>Görsel 3. 9.</b> Adbusters Dergi Kapağı, 2001.....	117
<b>Görsel 3. 10.</b> Kurumsal Amerikan Bayrağı Çalışması, Adbusters,.....	118
<b>Görsel 3. 11.</b> Brandalism Eylemi, 2018, UK.....	120
<b>Görsel 3. 12.</b> Brandalism Billboard Eylemi, 2012 .....	120
<b>Görsel 3. 13.</b> Brandalism Billboard Eylemi, 2012 .....	121
<b>Görsel 3. 14.</b> Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2016 .....	122
<b>Görsel 3. 15.</b> Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2006 .....	123
<b>Görsel 3. 16.</b> Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2006 .....	123
<b>Görsel 3. 17.</b> Sonia, Gabriel Freeman Bütün Erkekler Eşittir Afiş, İspanya.....	125
<b>Görsel 3. 18.</b> Afiş, Margarita Sada, 2002, Meksika .....	125
<b>Görsel 3. 19.</b> ‘Woman’s Rights are Equal Rights’ Yossi Lemel, 2017, İsrail.....	126
<b>Görsel 3. 20.</b> ‘Woman in Black’ Afiş, Selçuk Öziş, 2016, Türkiye.....	126
<b>Görsel 3. 21.</b> Afiş Çalışması, Joe Public, 2015, Güney Afrika .....	127
<b>Görsel 3. 22.</b> ‘Woman Aren’t Battlefields’ Afiş, Eric Boelts, 2017, A.B.D. ....	127
<b>Görsel 3. 23.</b> Afiş, Memac Ogilvy Dubai, 2013, Birleşik Arap Emirlikleri .....	128

<b>Görsel 3. 24.</b>	<b>‘Dreaming is Pointless’ Afiş, Bruno Rivera C, 2013, Bolivya.....</b>	<b>128</b>
<b>Görsel 3. 25.</b>	<b>Afiş Çalışması, Saatchi &amp; Saatchi Zürich, 2012, Bolivya.....</b>	<b>129</b>
<b>Görsel 3. 26.</b>	<b>Afiş Çalışması, Eduardo Barrera Arambarri, 2001, Meksika.....</b>	<b>129</b>
<b>Görsel 3. 27.</b>	<b>‘Stop Violence Against Women’ Michel Kichka, 2008, İsrail.....</b>	<b>130</b>
<b>Görsel 4. 1.</b>	<b>Logo Çalışmaları.....</b>	<b>143</b>
<b>Görsel 4. 2.</b>	<b>Belirlenen Kampanya Logosu .....</b>	<b>144</b>
<b>Görsel 4. 3.</b>	<b>Afiş Taslak Çalışmaları-2 .....</b>	<b>145</b>
<b>Görsel 4. 4.</b>	<b>Afiş Taslak Çalışmaları-3 .....</b>	<b>145</b>
<b>Görsel 4. 5.</b>	<b>Afiş Taslak Çalışmaları-4 .....</b>	<b>146</b>
<b>Görsel 4. 6.</b>	<b>Belirlenen Kampanya Afiş Çalışması-1 .....</b>	<b>146</b>
<b>Görsel 4. 7.</b>	<b>Afiş Çalışması Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar.....</b>	<b>147</b>
<b>Görsel 4. 8.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-2 .....</b>	<b>149</b>
<b>Görsel 4. 9.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-3 .....</b>	<b>149</b>
<b>Görsel 4. 10.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-4 .....</b>	<b>150</b>
<b>Görsel 4. 11.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-5 .....</b>	<b>150</b>
<b>Görsel 4. 12.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-6 .....</b>	<b>151</b>
<b>Görsel 4. 13.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-7 .....</b>	<b>151</b>
<b>Görsel 4. 14.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-8 .....</b>	<b>152</b>
<b>Görsel 4. 15.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-9 .....</b>	<b>152</b>
<b>Görsel 4. 16.</b>	<b>Kampanya Afiş Çalışması-10 .....</b>	<b>153</b>
<b>Görsel 4. 17.</b>	<b>Zikzak Katlamalı Broşür Tasarımı .....</b>	<b>153</b>
<b>Görsel 4. 18.</b>	<b>Zikzak Katlamalı Broşür Uygulaması-1 .....</b>	<b>154</b>
<b>Görsel 4. 19.</b>	<b>Zikzak Katlamalı Broşür Uygulaması-2 .....</b>	<b>154</b>
<b>Görsel 4. 20.</b>	<b>Billboard, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....</b>	<b>155</b>
<b>Görsel 4. 21.</b>	<b>Metro İçi Panolar, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....</b>	<b>155</b>
<b>Görsel 4. 22.</b>	<b>Raket, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....</b>	<b>155</b>
<b>Görsel 4. 23.</b>	<b>Pano Uygulaması, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....</b>	<b>156</b>
<b>Görsel 4. 24.</b>	<b>Durak-1, Fotoğraf, K.Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....</b>	<b>156</b>

<b>Görsel 4. 25.</b> Durak-2, Fotoğraf, K.Gül Albayrak, 2020, Üsküdar .....	157
<b>Görsel 4. 26.</b> Baskı Uygulamaları .....	157
<b>Görsel 4. 27.</b> Maske Baskıları .....	158
<b>Görsel 4. 28.</b> Tişört Baskıları .....	158
<b>Görsel 4. 29.</b> Tişört Maske Uygulamaları, 2020, Kadıköy .....	159
<b>Görsel 4. 30.</b> Tişört Maske Uygulamaları, 2020, Üsküdar.....	159
<b>Görsel 4. 31.</b> Bez Çanta Uygulamaları .....	160
<b>Görsel 4. 32.</b> Yapışkan Etiket Çalışmaları .....	160
<b>Görsel 4. 33.</b> Yapışkan Etiket Uygulamaları, 2020, Üsküdar .....	161
<b>Görsel 4. 34.</b> Web Sitesi Çalışması .....	161
<b>Görsel 4. 35.</b> Web Sitesi Uygulaması.....	162
<b>Görsel 4. 36.</b> Instagram Post-1 .....	162
<b>Görsel 4. 37.</b> Instagram Post-2 .....	163
<b>Görsel 4. 38.</b> Instagram Post-3 .....	163

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 1 Tez Ana Yapısı .....	3
Şekil 1. 2. İletişim Sürecinde Ana Unsurlar .....	5
Şekil 2. 1. Amaçlarına Göre Aktivist Gruplar .....	66
Şekil 2. 2 Marka Aktivizmi Alt Başlıkları .....	93

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 2. 1.</b> Sosyal Medya Hesaplarında Geçirilen Süre, 2019.....	87
<b>Tablo 3. 1.</b> Tasarımcılar Tarafından İşlenen Tasarım Konuları .....	106
<b>Tablo 4. 1.</b> Proje Geliştirme Aşamasında Cevap Aranılan Sorular .....	134
<b>Tablo 4. 2.</b> Afiş Görsel Çözümlemesi-1 .....	147
<b>Tablo 4. 3.</b> Afiş Görsel Çözümlemesi-2.....	148
<b>Tablo Ek 3. 1.</b> Ankette Yer Alan 1. Sorunun Analizi .....	211
<b>Tablo Ek 3. 2.</b> Ankette Yer Alan 2. Sorunun Analizi .....	212
<b>Tablo Ek 3. 3.</b> Ankette Yer Alan 3. Sorunun Analizi .....	212
<b>Tablo Ek 3. 4.</b> Ankette Yer Alan 4. Sorunun Analizi .....	213
<b>Tablo Ek 3. 5.</b> Ankette Yer Alan 5. Sorunun Analizi .....	213
<b>Tablo Ek 3. 6.</b> Ankette Yer Alan 6. Sorunun Analizi .....	213
<b>Tablo Ek 3. 7.</b> Ankette Yer Alan 7. Sorunun Analizi .....	214
<b>Tablo Ek 3. 8.</b> Ankette Yer Alan 8. Sorunun Analizi .....	214
<b>Tablo Ek 3. 9.</b> Ankette Yer Alan 9. Sorunun Analizi .....	215
<b>Tablo Ek 3. 10.</b> Ankette Yer Alan 10. Sorunun Analizi .....	215
<b>Tablo Ek 3. 11.</b> Ankette Yer Alan 11. Sorunun Analizi .....	215
<b>Tablo Ek 3. 12.</b> Ankette Yer Alan 12. Sorunun Analizi .....	216
<b>Tablo Ek 3. 13.</b> Ankette Yer Alan 13. Sorunun Analizi .....	216
<b>Tablo Ek 3. 14.</b> Ankette Yer Alan 14. Sorunun Analizi .....	217
<b>Tablo Ek 3. 15.</b> Ankette Yer Alan 15. Sorunun Analizi .....	217
<b>Tablo Ek 3. 16.</b> Ankette Yer Alan 16. Sorunun Analizi .....	217
<b>Tablo Ek 3. 17.</b> Ankette Yer Alan 17. Sorunun Analizi .....	218
<b>Tablo Ek 3. 18.</b> Ankette Yer Alan 18. Sorunun Analizi .....	218

## KAREKODLAR LİSTESİ

<b>Karekod 3. 1.</b> United Colors of Benetton Kampanyası .....	106
<b>Karekod 3. 2.</b> Baba Beni Okula Gönder Kampanyası Tanıtım Filmi.....	112
<b>Karekod 3. 3.</b> Buy Nothing Day Kampanyası .....	116
<b>Karekod 3. 4.</b> Blackspot Kampanyası.....	119
<b>Karekod 3. 5.</b> Brandalism Bushfire Kampanyası .....	121
<b>Karekod 3. 6.</b> Guerrilla Girls, The Male Graze Kampanya Videosu, 2020.....	124
<b>Karekod 3. 7.</b> Orkid Utanç Paketleri Reklam Filmi, 4129Grey, 2019 .....	131
<b>Karekod 3. 8.</b> Nike Eşitlik İşaretleri Reklam Filmi, JWT Bogota, 2017.....	132
<b>Karekod 3. 9.</b> Aile İçi Şiddet Kampanyası, 2015, Tokyo.....	132
<b>Karekod 3. 10.</b> Nike Reklam Filmi, 2017, W-K Amsterdam .....	133
<b>Karekod 4. 1.</b> Sosyal Medya için Hazırlanan Atasözleri Videoları.....	163
<b>Karekod 4. 2.</b> Instagram Post-4 .....	164
<b>Karekod 4. 3.</b> Şiddete Karşı Kadın Kampanyası Tanıtım Filmi.....	164

## KISALTMALAR

AIDS	: Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu
AIGA	: Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü
AİHS	: Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi
BM	: Birleşmiş Milletler (United Nations)
CEDAW	: Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi
CEO	: En Üst Düzey Yönetici (Chief Executive Officer)
DTÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
FRA	: AB Temel Haklar Ajansı
HIV	: İnsan İmmün Yetmezlik Virüsü (Human Immunodeficiency Virus)
HTML	: Hiper Metin İşaret Dili (Hyper Text Markup Language)
KSS	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
LGBT	: Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Transgender
NFL	: ABD Ulusal Futbol Ligi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÖS	: Türkiye Öğretmenler Sendikası
TT	: Twitterda En Popüler Konu (Trending Topics)
TTNet	: Türk Telekom İnternet Hizmeti
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNFPA	: Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (United Nations Population Fund)
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
USB	: Evrensel Seri Veriyolu (Universal Serial Bus)
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization)

## GİRİŞ

İnsanlık tarihi kadar eski olan iletişim, belirli bir ortam içinde etkileşime geçilerek duygu ve düşünce aktarımı yapılmasını sağlar. Teknolojinin etkisi ve katkısıyla içinde yaşanan iletişim çağı, kitle iletişim araçlarının en yoğun kullanıldığı dönemdir. Kitle iletişim araçlarında mesaj iletirken ihtiyaç duyulan görsel dil, görsel iletişim tasarımının kapsamına girmektedir. Günümüz modern toplumunda görsellik iletişim amaçlı olmakla birlikte, asıl olarak anlam oluşturma çabasını sürdürmektedir. Görsel iletişim günlük yaşantıya nüfuz ederek politik amaçlara, algı yönetimine, satın alma alışkanlıklarına hatta tüketim eğilimlerine yön vermektedir. Bu yönüyle görsel iletişim tasarımı bireysel olmaktan çok toplumsal bir eylem biçimi olarak öne çıkmaktadır.

19. yüzyıl sonları ve 20. yüzyıl başlarında her anlamda dünya tarihi açısından dönüm noktaları sayılacak olaylar ve yenilikler yaşanmış, tüm gelişmeler insan yaşamını kolaylaştırmakla beraber öngörülmeven yan etkilere sebep olmuşlardır. Endüstri devriminin etkisiyle ortaya çıkan düşünce biçimleri, toplumsal sınıflar, bilim, sanat ve edebiyat alanında yapılan yenilikler, kadın hareketleri insanların düşünce biçimlerini değiştirmiştir. Ayrıca teknolojinin etkisiyle daha yıkıcı hale gelerek toplumları ve tarihi dönüştüren Birinci ve İkinci Dünya Savaşları ve diğer savaşlar toplum hayatında ciddi sonuçlar doğurmuştur. Yaşamsal alandaki birçok değişim sanatçı ve tasarımcıların içinde buldukları durum ve dayatılan anlayışları sorgulamalarını sağlamış, onları yepyeni bakış açıları geliştirmeye zorlamıştır. İkinci Dünya savaşından sonra siyaset ve devletler üstü inisiyatiflerle BM, UNICEF, UNESCO gibi organizasyonlar kurulmuş ve İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi kabul edilmiştir. Bu tür gelişmeler ve feminizmin etkisiyle kadın hareketleri artmış farklı ülkelerdeki topluluklar bireysel hak ve özgürlüklerinin farkına vararak bunları talep etmeye başlamışlar ve toplumsal bilinç yükselmiştir. Erkeklerin sınıf temelinde örgütlenmelerine karşılık kadınlar mevcut siyasal kalıpları kırarak, cinsiyet

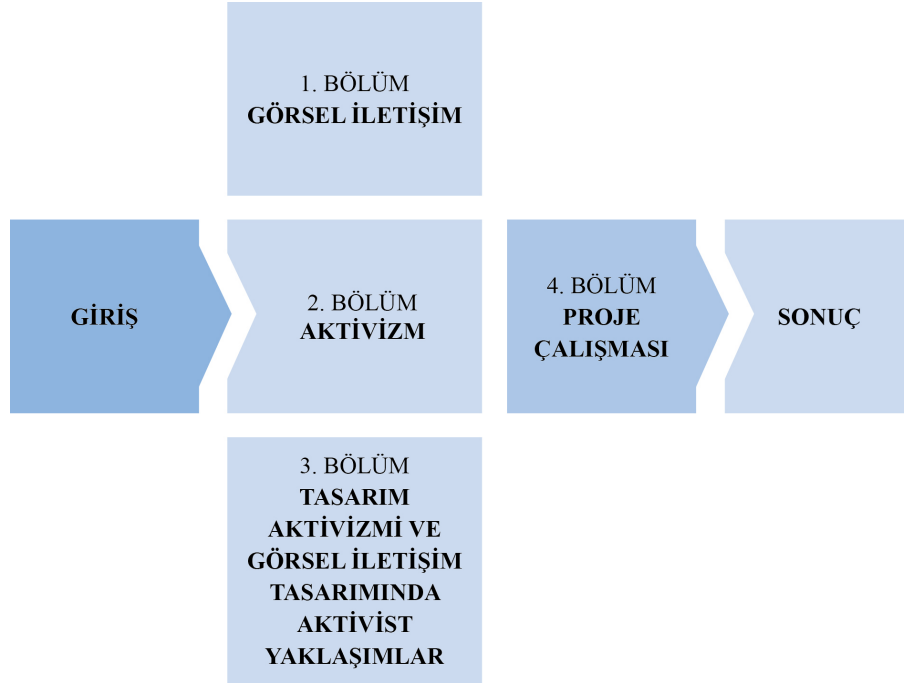
temelinde örgütlenmiş, feminist söylem giderek belirginleşerek feminist kadınlarca çıkarılan dergi ve yayınlar, kurulan grup ve örgütlerle birçok ülkede taraftar sayısını arttırmış ve özel çabalarla uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Tüm bu gelişmeler sivil toplum kuruluşları ve aktivist eylemlerin önünü açmıştır. Sanayinin gelişmesi ve ekonominin büyümesiyle kendini gösteren, tüketici toplumunun yansıması olarak ortaya çıkan kapitalist sistem toplumsal eşitsizlik ve adaletsizlik durumlarını daha görünür kılmıştır. Çevresel sorunlar, yoksulluk, savaş karşıtlığı, çocuk istismarı, feminizm, hayvan hakları, her türlü sosyal adaletsizlikler gibi konular bu dönemde birlikte daha sık gündeme gelmeye başlamıştır.

Tasarım ve aktivizm kavramları birbirini tamamlar ve destekler niteliktedir. Tasarım süreci bir konu hakkında düşünüp onu çeşitli araçlarla tasarıma dökene kadar bir sistem ve yapı kurma halidir. Aynı zamanda izleyiciyi bilgilendirme işlevi görür. Görsel iletişim yoluyla bir konu hakkında bilgi sahibi olan insan o konuyla ilgili harekete geçerek eylem planı oluşturabilir. Kapitalist tüketim sistemi içinde mesaj içeriğini cazip bir hale getirerek alıcıyı yani müşteriyi ikna etmeye indirgenen görsel tasarımcının rolü bazı tasarımcılar tarafından kabul görmemiş görsel iletişimin sosyal bir etkiye ve buna bağlı olarak sosyal bir sorumluluğa sahip olması gerektiği bilinciyle hareket etmişlerdir. Tasarım aktivizminin bir kavram olarak tanımlanmasının Victor Papanek'in ilk kez 1971'de yayımlanan ve çok ses getiren "Design For The Real World" (Gerçek Dünya İçin Tasarım) kitabıyla başladığı kabul edilmektedir. Devam eden süreç içinde sosyal yarar gözetilen iyi tasarım kavramı ortaya çıkmış, tasarımcılar yaptıkları işlerde ekonomik, sosyal ve ahlaki sonuçları göz önünde bulundurmaya teşvik edilmiştir.

Bu tezde tasarım ve aktivizm kavramları tarihsel gelişim, terminoloji, içerik ve bağlam açısından detaylı olarak literatür araştırması ile incelenmiştir. Araştırma görsel iletişim alanı ile ilgili olarak sınırlandırılmıştır. Tez kapsamında kadınların toplum içindeki algısı ve kadına yönelik şiddet sosyal aktivizmi destekleyecek bir proje çalışması olarak ortaya konularak belli bir sınırlama dahilinde inceleme yapılmıştır. Görsel iletişim tasarımının kitle kültürü üzerindeki etkisi tasarım aktivizmi bağlamında tasarımcının sorumluluğuna bağlı olarak iyi niyet, çevreci tasarım ve sürdürülebilirlik konularında ele alınmaktadır. Metodoloji olarak yerli ve yabancı kaynaklarda literatür taraması yapılmış, tasarım aktivizmi söyleminin temel kavramları belirlenmiştir. Kitap, dergi, makale, konferans bildirileri, uluslararası araştırma ve örgüt raporları, Türkiye ve dünyadan tasarım ve reklam çalışmaları tezin

alanı olarak belirlenmiştir. Dört bölümden oluşan tezin ana yapısı Şekil 1.1'deki gibidir.

Şekil 1. 1 Tez Ana Yapısı



Birinci bölümde iletişim bağlamında görsel iletişim tasarımı üzerinde durulmuştur. Görsel iletişim tasarımına zemin oluşturan tüm toplumsal değişimler ve gelişmeler kronolojik olarak ele alınmıştır. Aynı zamanda kadınların bu süreç içindeki yeri ve algısı, tarihi bakış açısı görsel örneklerle incelenmiş ve irdelenmiştir.

İkinci bölümde aktivizm kavramının çıkış noktası tarihsel süreç içindeki gelişimi tüm toplumsal yönleriyle ele alınarak detaylı olarak incelenmiş ve tarihi önem taşıyan örnekler verilmiştir.

Üçüncü bölümde, tasarım aktivizmi kavramını doğuran paradigmlar üzerinde durularak süreç içindeki gelişimi incelenmiştir. Aynı zamanda tasarım aktivizminde tasarımcının görev ve sorumluluk bilincinin önemi üzerinde durulmuştur. Toplumsal dinamikler ve tasarımcı yaklaşımları bağlamında Türkiye ve dünyadan örneklendirmeler yapılarak konu detaylandırılmıştır. Örneklerin seçiminde tasarım aktivizmi içinde yer alması, farkındalık oluşturması, AIGA ödülü veya uluslararası ödül almış olması ve matbu olarak basılmış kitaplarda yer alması gibi şartlar gözetenmiştir.

Dördüncü bölümde kadının toplum içindeki algısı, şiddet haberlerinin toplumdaki yansıması, toplumsal hafızayı oluşturan atasözleri ve bu atasözlerinin kadınlarla ilgili olanlarının insanlar üzerindeki etkisinin ölçülmesi hedeflenmiştir.

Ortaya koyulacak proje uygulamasının genel değerlerini ve yönünü saptamak amacıyla yapılan anket çalışması da teze dahil edilmiştir. Anket soruları evrimii hazırlanarak bilgisayar, tablet veya akıllı telefonlar aracılığıyla katılımcıların kolay ve hızlı cevap verebilmeleri sağlanmıştır. Proje oluşturma aşamasında anket sonuçları dikkate alınarak tasarım aktivizminin genel karakteri ya da söylem dilinden yararlanılmış ve toplumsal açıdan dünyada ve ülkemizde ön plana çıkan kadına şiddet konusu tercih edilmiştir. Projede kadınların yer aldığı atasözlerinin genel olarak olumsuz ve aşağılayıcı olduğu gözlenmiş ve bunların değiştirilerek toplumsal bir farkındalığa dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Toplum içine nüfuz etmiş yanlış toplumsal öğreti ve algılar değişmeden, toplumun temel birimi olan insanın var olması mümkün değildir. Cinsiyet eşitliği, buna bağlı olarak kadın ve erkek bireyin her türlü alanda karar alma, uygulama süreçleri, daha iyi bir toplum olma yolunda en temel adımlardan biridir. Bu proje bir sosyal sorumluluk kampanyasına dönüşecek şekilde tasarlanarak yanlış algıları değiştirmek ve atasözleri aracılığıyla sonraki nesillere olumlu ve eşitlikçi sözlerin kalmasına katkıda bulunmak amacını taşımaktadır. Bu nedenlerle etkileşimi arttırmak amacıyla sokak aktivizmi ve dijital aktivizm proje sürecine dahil edilmiştir. Projenin hayatın içinde yaşayan, dikkat çeken, düşündüren ve farkındalık oluşturan bir yapıda olmasına dikkat edilerek tasarlanmaya ve uygulanmaya çalışılmıştır. 2020 yılı pandemi koşulları sebebi ile sokak aktivizm çalışmaları sınırlı olarak gerçekleştirilmiştir.

# 1. BÖLÜM

## GÖRSEL İLETİŞİM

İletişim insana özgü bir olgu olarak uygarlık tarihi kadar eskidir. Genel ifadeyle bir ortam içinde çeşitli araçlar yoluyla etkileşime girme, duygu ve düşünce aktarım halidir. Ünsal Oskay'ın (Oskay, 1992, s.15) yaptığı detaylı tanım ise şöyledir;

“Birbirlerine ortamlardaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirimlerine iletişim diyoruz.”

İletişim sürecinde dört ana unsur söz konusudur. Bunlar kaynak, ileti (mesaj), kanal ve hedef kitle yani alıcıdır. Kaynak iletiyi gönderen olarak tanımlanırken, gönderilen bildirim mesaj, gönderim şekli veya yolu kanal, iletiyi alan veya alması hedeflenen ise alıcı olmaktadır.

Şekil 1. 2. İletişim Sürecinde Ana Unsurlar<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Şekil 1.2. İletişim Sürecinde Ana Unsurlar “İletişim Felsefesine Giriş İnsani İletişimin Felsefi Temelleri” kitabından alıntılanarak yeniden çizilmiştir. Açıköz, H. M. (2003) s.64

Günlük hayat içinde insan sürekli olarak iletişimin hem kaynak hem alıcı boyutlarında yer alarak bazen özne bazen nesne konumunda olur.

İletişim en temel seviyede iki birey arasında geçen temel iletişim ve topluluk veya toplumlar arasında meydana gelen çoğulcu iletişim olarak ele alınmaktadır (Açıköz, 2003, s.64) Temel iletişimdeki dil ve yapı, çoğulcu iletişime de etki etmektedir. Teknolojinin gelişmediği dönemlerde iletişim aynı ortamda olmayı gerekli kılmıştır. İletişimin ilk ve en temel yolu beden dili, bedensel işaretler sonrasında ise konuşmadır. Bu nedenle insanlar beden hareketleri veya konuşma yoluyla iletişim kurmuşlardır. Soyut bir düşüncenin somut bir mesaja dönüşmesi duyular yardımıyla meydana gelir. İletişimin en etkili olanları görsel (görsel iletişim) ve işitsel (işitsel iletişim) alanlarda olmaktadır. İnsanların dış dünyayla iletişime girerken kullandıkları en önemli araç görme duyusudur. Normal bir insanda şeyler ve nesnelere ilk etapta gözle görülür ve bunlar görme duyusu sayesinde anlamlandırılabilir. İnsanlık çok eski zamanlardan itibaren gördüklerini resmederek aynı ortamda olmadığı zamanlarda da iletişime geçmenin yolunu keşfetmiştir. İspanya'da Del Sol şehrindeki Nerja mağarasının duvarlarında keşfedilen 6 ayrı balığın tasvir edildiği çizim dünyanın en eski sanat eseri kabul edilerek tarihe geçmiştir. (Görsel 1.1) Bilim insanlarının keşfettiği bu çizimlerin hemen yanında bulunan bazı organik artıkların bilimsel incelenmesi sonucu resmin 43.500- 42.300 yaşında olduğu tahmin edilmektedir (<https://www.newscientist.com/article/dn21458-first-neanderthal-cave-paintings-discovered-in-spain/> ErişimTarihi:25.02.20/11.05).

**Görsel 1. 1.** İspanya Nerja Mağarasında Keşfedilen Çizimler



<https://www.newscientist.com/article/dn21458-first-neanderthal-cave-paintings-discovered-in-spain/>  
Erişim Tarihi: 01.07.2020/09.20

Dünyanın birçok yerinde Anadolu Coğrafyası ve Türkiye sınırları içinde yer alan ve yaşam alanı olarak kullanılan mağaralar ve tarihi kalıntılardaki şekil ve resimler de insanlar arası iletişimde resim ve sembollerin yoğun kullanımını göstermesi açısından önemlidir. Akılda kalıcı olması, kolay öğrenilmesi, hızlı anlaşılması ve uluslararası anlam ve algılamaya sahip olması gibi nedenlerle sembol ve işaretler de hemen her dönemde görsel iletişim açısından insan hayatında vazgeçilmez bir yere sahip olmuşlardır (Uçar, 2017, s.21).

Çizim, şekil ve sembollerden sonra iletişim sürecindeki en etkili dönem M.Ö. 3500 dolaylarında Sümerler tarafından yazının bulunması ve insan hayatına girmesidir. İletişim için resim ve görsellerden faydalanan insanoğlu zamanla yazıyı keşfederek iletişimde yeni bir devrin açılmasını sağlamıştır. 1450 yılında Johannes Gutenberg'in<sup>2</sup> (1398 - 1468) daha sonraları matbaanın keşfi olarak nitelenen baskı tekniğini bulmasıyla daha önceleri el yazması olarak yapılabilen baskı ve çoğaltım işlemlerinin hareketli parçalardan oluşan baskı makinesiyle yapılabilmesiyle bambaşka bir döneme girmiştir. Bu durum eğitimin yaygın hale gelmesi kitap ve yayın türlerinin artmasını sağlayarak özellikle bilgi iletişimini hızlandırmıştır. 19. yüzyılda fotoğrafın bulunması ve daha sonraları ise telgraf, daktilo ve teleks gibi teknolojik buluşlar yardımıyla tipografinin makineleşmesi iletişime olduğu kadar tasarıma da hız kazandırmıştır. Teknolojik buluşlar endüstriyi makineleştirmiş ve tüm dünyada etkili olan endüstri devrimini başlatmıştır. Bu devrimin etkileri sanayi başta olmak üzere ekonomi, tarım, edebiyat ve sanatta kendini yoğun bir biçimde göstermiştir. Köylü, işçi, soylu sınıfları doğmuş, şehir hayatına göç, emek sömürsü, makineleşmenin getirdiği seri üretim, hızlı yaşam ve kapitalizmin doğuşunu sağlayan ekonomik değişimler devrimin önemli etkileri olmuştur. Tüm bu gelişmeler modern sanat ve tasarımının doğuşuna öncülük etmiştir. Yirminci yüzyıl başlarında ortaya çıkan çok sayıda sanat akımı modern sanat olgusunu tüm dünyada yayarak yeni bir görsel dilin oluşmasını sağlamıştır. Bu görsel dilin gelişimi, iletişimi de farklılaştırmış ve çeşitlendirmiştir. 20. yüzyılın ortalarında Avrupa ve Amerika'daki sosyal, kültürel, siyasal ve özellikle ekonomik etkenler sanat ve tasarımı olduğu kadar iletişimi de derinden etkilemiştir. 1960 sonrası dönemde özellikle bilgisayar

---

<sup>2</sup> Johannes Gutenberg (1398-1468) 1447 yılında hareketli parçalar kullanarak baskılı yazıyı Avrupa'da başlatan matbaacıdır. Modern dönemin en önemli icatlarından sayılan bu olay matbaa (makineyle baskı) dönemini başlatmış, kendisi de modern matbaacılığı bulan kişi olarak tarihe geçmiştir.

teknolojisiyle beraber tasarımlar dijital ortamlarda yapılmaya başlanmış, video, hareketli grafik ve animasyon da insan hayatına giriş yapmıştır. Bu gelişmelerin tümü iletişimin bireysel olmasının yanı sıra grup veya kitlesel hale gelmesini de kolaylaştıran etmenlerdendir.

Teknolojinin etkisiyle 21. yüzyıl bilişim çağı olarak adlandırılmaktadır. İletişim araçları kaynağa bağlı olarak değişen niyet, amaç, beklenti gibi nedenler doğrultusunda bir mesaj iletilmek istendiğinde kullanılan her türlü alet veya kanalları kapsamaktadır. İleti veya mesajın çoğul bir gruba, topluma veya ülkeye iletilmesi amaçlanmışsa bu durumda kitle iletişim araçları devreye girmektedir. Kitle iletişim araçları teknolojik gelişmelere bağlı olarak her dönemde farklılık göstermektedir (Açıköz, 2003, s.64). İlk akla gelen iletişim araçları telefon, telgraf, basın (gazete, dergi, kitap vb.) radyo, televizyon açık hava mecraları (billboard, raket) ve sinema olmaktadır. Bunlar büyük sermaye isteyen ve kullanılması uzmanlık gerektiren araçlardır. Gelişen teknoloji ve ihtiyaçlar ekseninde bu araçlar değişmiş ve dönüşmüştür. Örneğin telgraf günümüzde artık çok az kullanılırken, sabit telefonun yerini cep telefonları almıştır. Bilgisayar ve İnternet'in kullanımıyla birlikte iletişim tam anlamıyla devrim yaşamış zamansal ve mekânsal farklar ortadan kalkarak iletişim anlık ilişkiye dönüşmüştür (Erdoğan&Alemdar, 2002, s.21).

İletişim araçları zaman içinde ne kadar değişse de değişmeyen şey mesajı iletirken bir görsel dile duyulan ihtiyaçtır. Görsel dilin dönüşümü de teknolojiyle paralel olarak şekillenmekte, görsel iletişim, iletişimin tüm alanlarında yoğun ve etkili biçimde kullanılmaya devam etmektedir. Guy Debord<sup>3</sup> (Debord, 1996, s.126) 1970 yılında yayınladığı “Gösteri Toplumu ve Yorumlar” isimli kitabında daha o zamandan çağdaş toplumu bir gösteri toplumu olarak tanımlamış ve herkesin bu durumu kabul ettiğini belirtmiştir. Debord’a göre kapitalist sistem gösteri yoluyla bireyleri pasifleştirmiş, gerçekliğin üstünü örterek, neyi aktarmak istiyorsa onu gösteri adı altında insanlara sunmuştur ve bunu yaparken medyayı ve kitle iletişim araçlarını kullanmıştır. Tüm bunların sonunda insanın kendisi artık bir meta haline gelmiştir. Debort yaşam tarzı, tüketim biçimleri, yeme alışkanlıkları ve kıyafet tercihleriyle kendini bir gösteri nesnesi haline getiren insanı eleştirmiştir. Eleştirileri

---

<sup>3</sup> Guy Debord (Aralık 1931- Kasım 1994) Fransız Marksist filozof, yazar, sinemacı. Kapitalizm üzerine teorik eleştirileri ile tanınır.

o dönem için çok aşırı bulunsa da günümüzde ne kadar isabetli olduğu görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarının özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra yoğun şekilde kullanılmasıyla beraber reklam çalışmaları ciddi oranda artmıştır. Bu reklamların hedefinde özellikle kadınlar yer almış ve bu yolla kadınlara birçok mesajlar verilmiştir. Tarihsel süreçte kadın arketipi ev içi işleri yürüten, kocasına sadık, çocuklarının bakımını üstlenen taraf olarak kabul edilmiştir. Toplumsal kabul ve dayatmalar da bu yöndedir. Kadınların işgücüne katkısı uzun bir süre erkeklerden arta kalan el sanatları, dekoratif sanatlar gibi alanlarla sınırlı kalmıştır. Endüstri devriminden sonra ise makineleşen sanayi ile beraber kadınların çalışma alanlarına geçişinde ciddi artışlar olmuştur. Kapitalist ekonomik sistemin tüketimi yüceltmesiyle kadınlar ilk hedef haline gelmiş, kadın daha net biçimde tüketim nesnesi olarak görülmüştür. Reklamlar hazza yönelik tasarlanmış, kadınların iyi bir ev hanımı, anne ve eş olması, erkekleri cezbetmesi, sosyal yaşamda kabul görmesi reklamı yapılan ticari ürünleri almaları ve kullanmalarına bağlanmıştır. Böylece güzel kadın figürü bu tür reklamların vazgeçilmez ögesi olmuştur. Satılan nesne veya ürünün ne olduğundan bağımsız olarak hemen her reklamda mutlaka güzel kadın figürüne yer verilmiş ve bu yöntem her zaman işe yarayarak satış getirmiştir. Güzel kadın tasviri kadını yüceltmek gibi görünse de aslında onu ticari sömürü nesnesi haline getirmiş, özellikle tüketim ürünlerinin reklamlarında güzel kadın imgesinin metalaştırılması yoğun olarak kullanılmıştır. Üstelik bu tutum sadece kadına yönelik estetik veya kozmetik ürünler için değil her türlü lüks tüketim nesnesi için de geçerli olmuştur. (Higonnet, 2005, s.321-323). 1970'lerde Amerika'daki genel tüketim kültüründe güzel kadın reklamlarda zengin, kapitalist, kendinden emin erkek figürünü tamamlamanın aracı olmuştur. Her şeye sahip olma gücü olan erkek tipi güzel kadına da sahiptir. Lüks tüketim ve sosyal sınıf göstergesi olan Seagram's VO viski tanıtım afişinde (Görsel 1.2) güzel ve şuh kadın figürü es geçilmemiştir.

Görsel 1. 2. Seagram's VO Afif, Newsweek, 1972



<https://tr.pinterest.com/pin/794392821745425023/> Erişim Tarihi: 05.08.2020/08.40

Göstergesel olarak incelendiğinde önde net ve kendinden emin bir adam figürü ve arkasında ona yaslanan güzel ve silik (transparan) bir kadın figürü yer almıştır. Afifin başlığında kullanılan “her şeyi hakkıyla yapanlar” sloganıyla ise adam yüceltilmiş, kadın ise şuh ve güzel olmakla beraber silik ve konunun dışında bırakılmış üstelik kalıcı olmayıp değişebilir etkisi yaratılmıştır. Genel olarak topluma empoze edilen kadın tiplemesinin 1970’lerde tüketim kültürünün baskın olduğu üst ekonomik sınıflarda bu şekilde olduğu görülmektedir. Görsel kültürün toplum dinamikleri ve toplumsal yaşamı biçimlendirici manüplatif öğeler içermesi bilinen bir gerçektir.

Çağdaş topluluklar cep telefonu, televizyon, tablet ve bilgisayar ekranları, açık alanlardaki reklam panoları ve billboardlar gibi araçlardan günlük yaşantının neredeyse her anında görsel iletişime maruz kalarak belli oranlarda etkilenmekte ve Debort’un da belirttiği gibi bir gösteri toplumu olarak yaşamaktadır. Görsel iletişim, günümüzde teknolojinin de yardımıyla, insan iletişimde en önemli yeri kaplayan dil kadar etkin bir konuma gelmiş bulunmaktadır.

Görsel iletişimin etki alanı ve kitleler üzerindeki yaptırım gücünü daha iyi irdeleyebilmek için kısaca tarihçesine bakmak yerinde olacaktır.

## 1.1 Görsel İletişim Tasarımının Kısa Tarihçesi

İnsan var olduğu andan itibaren düşünmeye başlamış ve ilişkide olduğu her şeye anlam katma eğiliminde olmuştur. Tasarım da bir iletişim dili ve yaratma süreci olmakla beraber, aynı zamanda bir çözüm üretme ve anlam katma eylemidir. Bu nedenle her tasarımın bir felsefesi ve alt metni olmak durumundadır. İsmail Tunalı (Tunalı, 2014, s.5) “Sanat Ontolojisi” kitabında “sanat eseri denilen var olanın somut bir varlık olarak ele alınıp çözümlenmek istediğini” söyleyerek “...nasıl varlık dünyasında maddi, organik ve ruhi var olan’lar varsa, aynı şekilde bir şiir, bir resim, bir heykel, bir yapı ve bir müzik parçası da birer var olan olarak vardılar. Tüm bu var olanları var oluşları bakımından felsefe inceler...” demektedir. Herhangi bir sanat eserinin temeli ilk aşamada tasarımsal bir sürece dayandığından sanat ve tasarımı felsefeden ayrı düşünmek mümkün değildir.

Felsefik bir temele dayanan tasarım, sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı olarak ifade edilir. Aynı zamanda bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçevedir (<http://sozluk.gov.tr/>). Tasarım, bir model, kalıp ya da süsleme yapmak olarak görülmemeli, bir tasarım kendi içinde bir yapıya ve bu yapı arkasında bir planlamaya sahip olmalıdır (Becer, 2015, s.32). Don Norman (Norman, 2017, s.4) tasarım kavramını çok daha geniş tutarak “yapay olan her şey tasarımdır” der ve ekler “ancak insanlar tarih öncesi çağlardan beri tasarım yapsa da bir alan olarak tasarım, görece yenidir ve birçok uzmanlık alanına ayrılmıştır. Her tasarımın mutlaka fiziksel yapıda olması gerekmez. İyi tasarımın en önemli özelliklerinden ikisi keşfedilirlik ve anlaşılabilirlik.”

Her düşünce alanı veya insan yaratımında olduğu gibi görsel kültür ve görsel tasarımın da bir tarihi süreci vardır ve görsellik bu süreç içinde insanların dünyayı algılama biçimlerine paralel olarak değişmiş ve dönüşüme uğramıştır. Günümüz modern toplumunda görsel iletişim sorgulama, anlam, farkındalık ve duyarlılık oluşturma çabası için, teknolojinin de yardımıyla tarihinin belki en etkin dönemini yaşamaktadır. Günlük yaşamlara nüfuz ederek, politik amaçlara, algı yönetimine, satın alma alışkanlıklarına hatta tüketim eğilimlerine yön vermektedir. Tasarım bireysel olmaktan öte toplumsal bir etkinlik olduğu için tasarlanan her şey veya durumun toplumu ilgilendiren ve topluma etki eden bir yönü vardır. Görsel İletişim tasarımının ilk temsilcileri olan resim sanatı tarih içinde estetik duygulara hitap etmenin yanında bilgiyi görsel olarak aktarma niteliği taşımaktadır. Bu nedenle sanat

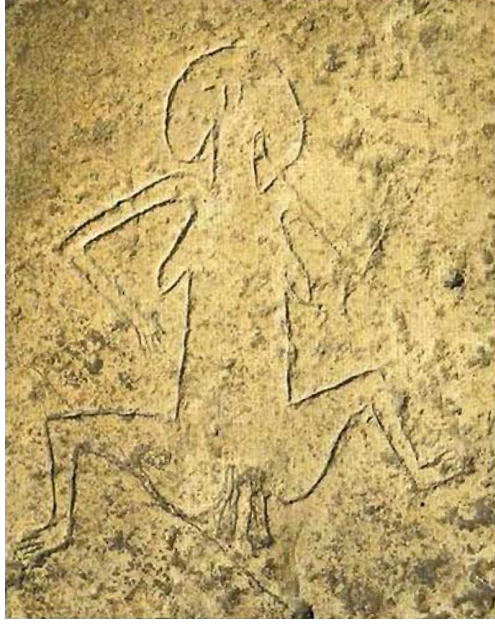
alanında resimsel anlatının kısa tarihine bakmak konu bütünlüğü açısından faydalı olacaktır.

### **1.1.1 Sanat ve Grafik Tasarım Tarihine Kısa Bir Bakış**

Günümüzde sanat ve tasarım genel olarak batı eksenli olarak işlenmekte ve gelişmektedir. Bunda batının imgeyle beraber sureti çok detaylı kullanmasının etkisi büyük olurken doğu kültüründe aynı durumun geçerli olmadığı görülmektedir. “Sanatın Öyküsü” kitabında konuyu inceleyen E. H. Gombrich’in dile getirdiği tespitlere göre (Gombrich, 2007, s.55) 7. ve 8. yüzyılda birçok yerde etkin olan İslam, dini imgeler ve insan suretleri çizmeyi yasaklamış, bu durum sanatçıların biçim ve motife yönelerek eşsiz süslemeler ve zengin renk çeşitlemeleri yapmalarını sağlamıştır. Dönemin diğer büyük medeniyeti olan Çin’de ise Budizm ve dini ritüellerinin etkisiyle sanatçılar doğadaki birkaç basit konuyu çizmekle sınırlı kalmış bunu da meditasyonda derin düşünmeye yardımcı olması amacıyla yapmışlardır. Batı kültüründe temel alınan değerlerin kökenine bakıldığı zaman imge ve suret kullanımı resim ve heykel sanatında önemli aşamalar kaydetmelerini sağlamıştır.

Sanat, uygarlık tarihine bakıldığı zaman bir gereklilik olarak her zaman var olmuştur. Dünyanın her yerindeki arkeolojik kazılarda bu durum net biçimde görülmektedir. Şanlıurfa Müze Müdürlüğü ve Alman Arkeoloji Enstitüsü’nün 1995 yılında gerçekleştirdikleri ortak çalışmayla Türkiye’nin Şanlıurfa şehrinde ‘Göbekli Tepe’ olarak adlandırılan arkeolojik kalıntılar keşfedilmiştir. Bu kazının başkanlığını yapan Alman arkeolog Klaus Schmidt (Schmidt, 2006, s.107) “Göbekli Tepe” isimli kitabında bu kalıntıların Neolitik A-B döneme yani günümüzden yaklaşık 12.000-10.000 yıl öncesine ait olduğunun belirlendiğini söylemiştir. Schmidt’e göre ortaya çıkarılan çok sayıda dikilitaş, heykel, kabartma ve ritüel buluntularından hareketle burası bir yerleşim yerinden çok ibadet merkezi olarak kullanılmıştır. Buluntularda dikkat çeken önemli nokta hemen bütün heykel, kabartma ve figürlerin (hayvan figürleri de dahil) eril formda olmasıdır. Sadece bir tane taş tablet üzerine doğum yapan kadın figürü işlenmiştir. (Görsel 1.3) Bilinen en eski kadın tasviri olan figürün doğurganlığı simgelemesi dikkat çekicidir (Schmidt, 2006, s.290).

**Görsel 1. 3.** Aslanlı Dikilitaş Yapısı, Şanlıurfa Arkeoloji ve Mozaik Müzesi



Göbekli Tepe En Eski Tapınağı Yapanlar, s. 290, 2006

“Yerkürenin her yerinde bir sanat biçimi mutlaka vardır” diyen E. H. Gombrich sanatın büyük uyanış ve özgürlüğüne kavuşmasının yaklaşık olarak M.Ö. 520-420 yılları arasındaki 100 yıllık bir sürede gerçekleştiğini hem sanatçıların hem de halkın sanat ve becerinin gücünü anlayarak belli bir bilinç düzeyine ulaştıklarını belirtir. Erken dönem sanat eserlerinin en yoğun olarak görüldüğü yer Mısır ve Mezopotamya olmuştur. Özellikle resim ve heykel daha çok dini ve siyasi alanlarda kralların hayatları, dini ayin ve törenler ve büyü faaliyetlerinden kesitleri anlatmak amacıyla kullanılmıştır (Gombrich, 2007, s.15-55). Eski dönem buluntularda elde edilen heykeller Yunan mitolojisinde tanrının dişil hali olan tanrıça kavramının önemini ortaya koymaktadır. Büyük tanrıça toprak ana olarak sunulmuştur. Tanrıçalar doğurganlığı, bereketi ve aynı zamanda bakireliği simgelemiştir (Sissa, 2005, s.70). Toplumun kültür ve değer yapısını gösteren, etik ve moral değerleri destekleyen yapılar, daha sonraları eleştirel amaçla kullanılacak ve kitle iletişiminde aktivist yaklaşımlarda en önemli araçlar olacaklardır. Yunanlı sanatçılar M.Ö. 5.-7. yüzyıllarda eserlerinde ve özellikle heykellerde perspektif, hareket ve devinimin en başarılı örneklerini kullanarak günümüzde dahi ilham kaynağı olmaya devam etmeyi başarmışlardır.

M.S. 1.-5. yüzyıllar arasında etkili olan Büyük Roma imparatorluğu en başarılı örneklerini mimari alanda vermiştir. Yollar, su kemerleri, halk hamamları gibi mimari eserlerin günümüze ulaşan yıkıntıları bile olağanüstü etkileyici bir görünüm

taşımaktadır. M.S. 300 yıllarından sonra Bizans imparatorluğunda okuma yazma bilmeyen halkın kutsal kitabı anlayabilmesi için resim ve tasvir çalışmaları kilise tarafından teşvik edilmiş, böylece resim sanatı inanılmaz bir seviyeye ulaşmıştır. Uzun bir dönem boyunca sanatçılar İsa, Meryem, havariler, azizlerin hayatlarından kesitleri ve kutsal kitapta geçen olayları resim aracılığıyla çok gerçekçi bir anlatımla tasvir etmişlerdir (Gombrich, 2007, s.55-323). Öbür taraftan tanrıça olarak değer gören kadın kavramı zaman içinde değişime uğramış hatta Roma hukukunda kadınlar zihinsel zayıflık, hafifmeşreplik ve genel çelimsizlikleri nedeniyle ayrı bir tüzel tür olarak görülmemiş, cinsiyet ayrımı yasal sistemin temel bir ilkesi olarak benimsenmiştir. Ayrıca miras konularında sadece erkek soyundan gelenler varis kabul edilmiş, anne soyundan gelenler dışlanmış (Thomas, 2005, s.99). Tüm bu durumlar kadınların toplum içindeki rollerini belirginleştirmeye ve arka plana atılmalarını görünür kılmaya başlamıştır. Hıristiyanlığın ilk yüzyıllarında kadınlar bazen lanetlenmiş, bazen yüceltilmiş Meryem figürü ise iffetli ve iyi kadının sembolü olmuştur. Kadınların varlığı kilise tarafından dolaylı bir şekilde algılanmış ve sesi hemen hiç duyulmamıştır. Toplumsal konumları çok sınırlı tutulan kadınlar otorite tarafından çoğunlukla dışlanmışlardır (Alexandre, 2005, s.407). Tüm bu toplumsal yargılara rağmen sanat alanında yapılan tabloların ana konusu kadın imgesi olmaya devam etmiştir.

Orta çağ yazıları genellikle kadınların gerçek faaliyet ve özlemlerini anlatmaktan ziyade erkeklerin kafasındaki kadın imgesini yansıtmış, resim ve heykel sanatı ise kalıplaşmış iki kadın tipi olan azize ve günahkârı betimlemiştir (Piponnier, 2005, s.305). Erkekler tarafından oluşturulan özellikle dinsel kilise edebiyatında kadınlar insanlıktan ve psikolojik derinlikten yoksun olarak betimlenmiştir. Kutsal metinlerdeki Âdem ile Havva arasında geçen ilk gûnahtan başlayarak kadınlar sadece erkeklerin arzularının izdüşümünü temsil etmektedir. Bu dönemde sanat büyük ölçüde kilise etkisinde olduğu için resim sanatı kutsal kitaptan sahneleri betimlemek için kullanılmış, İsa, Meryem, azizeler ağırlıklı konuları oluşturmuştur. Bunun dışında resmedilen kadınlar çoğunlukla ev içi bir faaliyet içindeyken tasvir edilmiştir (Frugoni, 2005, s.338).

15. yüzyıl ve sonrasını kapsayan ve Rönesans (yeniden doğuş) olarak adlandırılan dönemde özellikle İtalya'nın Floransa kentinde bir grup sanatçı grubu geçmişin tüm düşünceleriyle bağlarını kopararak, yeni bir sanat yaratmayı amaçlamışlar, dini anlatıların dışında gerçek dünyanın bir parçasını ayna gibi

yansıtma yoluna gitmişlerdir. Gerçeğe çok yakın perspektif ve yağlı boya kullanımı bu dönemde en dikkat çeken yenilikler olmuştur. Bu dönem sanatçıları resimlerinde bütünlük ve denge sağlamak için renk ve ışık birlikteliğini yoğun ve başarılı bir şekilde kullanmayı başarmışlardır. Sanat tarihi içinde yuvarlak formlu Roman üslubu yerini sivri formlu Gotik tarza bırakırken, Gotik tarz da İtalya’da başlayarak tüm Avrupa’ya yayılan Rönesans’ın etkisiyle son bulmuştur. Daha sonra Maniyerizm ve Barok üslubu gelmiştir. Bu dönem sanatçıları ideal güzellik kavramı yerine gerçek bazen de çirkin olanı en yalın haliyle tasvir ederek çarpıcı resimler yapma yolunu tercih etmişlerdir. 1789 yılında gerçekleşen Fransız İhtilali ile birlikte her alanda olduğu gibi sanat alanında da köklü değişimler olmuş, gelenekten kopuş yaşanmış ve bu durum modern çağın başlangıcı sayılmıştır (Gombrich, 2007, s.360-535).

Fransız ihtilali toplumsal yaşamın her alanına etki etmiş, kadın sorununu siyasal düşünüş içinde ele almış böylece kadınların statüsünde de değişimler meydana getirmiştir. Bu dönemde cinsiyetler arası ilişkiler daha önce hiç olmadığı kadar sorgulanmıştır (Sledziwski, 2005, s.39). En önde bir kadın figürün yer almasıyla dikkat çeken Görsel 1.4’teki tablo modern resim sanatında politik ifadenin yer aldığı ilk çalışma olarak kabul edilmektedir. Eugene Delacroix (1798-1863) tarafından yapılan ‘Liberty Leading the People’ isimli tabloda elbisesi yırtık, göğsü, ayakları çıplak ve başında özgürlük simgesi taşıyan kadın diğer tüm insanlara öncülük etmekte havaya kaldırdığı elinde Fransız bayrağı taşırken diğer eliyle ise bir tüfek tutmaktadır. Kadın imgesi tarihi süreçte hep tasvir edildiği gibi zarif ve narin değil tam tersine güçlü ve kaslı gösterilmekte açıkta olan göğüsleriyle insanlığı doğuran ve doyuran anayı simgelemektedir (<https://www.britannica.com/topic/Liberty-Leading-the-People> Erişim Tarihi: 08.07.2020/14.00).

**Görsel 1. 4.** Eugene Delacroix, 1830, Paris Louvre Müzesi



<https://www.britannica.com/topic/Liberty-Leading-the-People> Erişim Tarihi: 08.07.2020/14.08

18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın başında, çoğunlukla insan kaynaklı kas gücüne dayalı olan ekonomik faaliyetlerin yerini buhar gücüyle çalışan makinelere bırakması ve teknolojik buluşların makineleşmiş endüstriyi doğurması sayesinde Avrupa'nın sermaye birikimini arttırması olarak tanımlanan endüstri devrimi ilk olarak Birleşik Krallık'ta ortaya çıkmış, daha sonraları Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya'ya yayılarak tüm dünyada etkili olmuştur. Endüstri devriminin etkileri sadece sanayi alanlarıyla sınırlı kalmamış tarım, ulaşım, sosyal yaşam, hatta edebiyat ve sanat üzerinde de etkili olarak köklü ve radikal değişikliklere ve dönüşümlere yol açmıştır (Küçükkalay, 1997, s.52). Toplumların gelişmesi ve ilerlemesinde belirleyici dinamikler birbirinden bağımsız olmamış herhangi bir alanda gerçekleştirilen yeni buluş ve gelişmeler, tüm diğer yaşamsal ve düşünsel alanlar üzerinde de etkisini göstermiştir. Buna bağlı olarak endüstri devrimindeki tüm gelişme ve yenilikler diğer alanlarda olduğu gibi sanat ve tasarım alanında da yeni bakış açıları ve kökten değişiklikler getirmiş, birçok sanat akımının doğmasına aracılık etmiştir.

Üretimin makineleşmesi hız ve kazanç getirmekle beraber tek tip ve estetikten uzak ürünler çıkmasına neden olmuştur. Makineyle beraber gelen seri üretim, el işçiliğini arka plana iterek zanaat, estetik, güzellik birlikteliğinin göz ardı edilmesine neden olmuş ve bu durum yeni arayış ve akımların ortaya çıkışını hızlandırmıştır. Umberto Eco (Eco, 2006, s.367) "Güzelliğin Tarihi" kitabında güzelliğin hiçbir zaman mutlak ve değişmez olmamakla birlikte tarihin her döneminde insanların

güzel olanı aradığını ve bunu sanat eserleri ve tasarımlar yoluyla ürettiğini söylemektedir. Eco'nun da belirttiği gibi endüstri devrimiyle her alanda zirveye çıkan demirin soğuk ve yapay güzelliğine ve seri üretimin yeksenaklığına karşı sav olarak doğanın güzelliğine dönüş ütopyasını savunan John Ruskin (1819-1900) ve William Morris (1834-1896) Arts and Crafts<sup>4</sup> olarak anılan dönemin kurucusu olmuşlardır. Arts and Crafts akımı sanayi ile doğa arasındaki her türlü kirlenmeye karşı çıkararak zanaatçıları savunmuş ve el emeğine dönmenin gerekliliği üzerinde durmuştur. Tasarım tarihinin en önde gelen isimlerinden biri olan William Morris (1834-1896) orta çağ sanatları, bitki, kumaş, hayvan motiflerinden ilham alarak mobilya, duvar kâğıdı, tekstil, halı, vitray gibi çok farklı alanlarda tasarımlar ve üretimler yapmıştır (Bektaş, 1992, s.16). Art and Crafts kendi dönemi içindeki genel kabullere karşı çıkararak yeni bir akımın doğmasına öncülük etmiştir. Günümüz bakış açısıyla değerlendirildiğinde avangard olan bu yaklaşım aslında aktivist bir yaklaşım olarak ta düşünülebilir. O dönem için yenilikçi bir söylem ve estetik algısına yönelik bir görsel aktivizm oluşturarak farkındalık ve bilinci arttırmıştır.

Kadınlar hemen her dönemde geleneksel rollerinin bir uzantısı olarak nakış ve el işlerinde etkin olmaya teşvik edilmişlerdir. Kadınların sanat gücü ve yetenekleri göz ardı edilerek erkeklerin ortaya çıkardığı tasarımların uygulayıcısı olarak görülmüşler ve sanat alanları kadını dışarda bırakmıştır. Art and Crafts hareketinin yaşandığı dönemde de kadınlar toplumun izin verdiği alan içinde el sanatlarında çalışarak eser üretmeye ve ücret almaya teşvik edilmişlerdir. Bu dönemin kurucularından William Morris'in kızı May Morris dönemin en başarılı kadın sanatçılarından biri olmuş ve kendi işini yönetmiştir. May Morris kişisel başarıyla yetinmeyip kadınların sanat loncalarından dışlanmalarına isyan etmiş kadınların ikincil konumda görülmelerini kabul etmemiştir. Bu nedenle kadın sanatçıların ve tasarımcıların birbirleriyle bağlantı kurabilmeleri, kendilerini ve çalışmalarını temsil edebilmeleri ve yaptıkları işlerin belli bir statü kazanabilmeleri için 1907'de Kadın Sanat Derneği'ni (Women's Guild of Arts) kurmuştur (<https://www.widewalls.ch/magazine/arts-and-crafts-movement-women-artists> Erişim Tarihi: 06.03.2020/15.20).

---

<sup>4</sup> Sanatlar ve El Sanatları anlamına gelen Arts and Crafts hareketi, 19. yüzyılın sonuna doğru endüstri devriminin sosyal, ahlaksal ve sanatsal karmaşasına bir karşı çıkış olarak İngiltere'de ortaya çıkan büyük bir sanat akımıdır.

**Görsel 1. 5.** The Orchard, May Morris, 1890, Victoria & Albert Museum



<https://www.vam.ac.uk/blog/caring-for-our-collections/unsung-artists-may-morris-1862-1938> Erişim Tarihi: 01.10.2020/13.55

Arts and Crafts'tan etkilenecek Avrupa'da ortaya çıkan Art Nouveau akımı "Yeni Sanat" adıyla bilinmektedir. Art Nouveau sıfırdan başlayarak doğaçlama yoluyla biçimlenen bir akım olarak Almanya'da Jugendstil, Avusturya'da "Secessionstil", İtalya'da ise "Liberty" adını almıştır. Çiçek motifleri, asimetrik eğriler ve yumuşak çizgilerin stilize edilmesiyle oluşan tarz, mimari, iç mekân, binalar, mobilyalar tasarım ve grafik tasarım gibi çok geniş bir kullanım alanı bulmuştur (Eco, 2006, s.367). Tasarımda geçmiş tasarım ve sanat anlayışını tekrar etmeye karşı çıkarak yeniliği savunan Art Nouveau yenilikçi hareketin başlatıcısı olmuş, biçim ve çizgiler doğadan kopya edilmeden yeniden yaratıldıkları için gelecekteki soyut sanata temel teşkil etmiş ve uluslararası nitelik taşıyan bir akım olarak her ülkede farklı şekillerde kendini göstermiştir. Avangart sınırları zorlayan yenilikçi ve aykırı bir tarz olarak Art Nouveau içinde kullanılmıştır. Bu avangart yaklaşım bugünden bakıldığında görsel aktivist bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Aslında bu avangart yaklaşımlar görsel aktivizmin temelini oluşturmuştur.

Art Nouveau döneminin önemli sanatçılardan biri olan Jules Chéret (1836-1932) 1000'den fazla afiş üretmiş ve resimli afişin öncüsü kabul edilmiştir. Çalışmalarında farklı konuları işlemekle beraber hep genç ve güzel olan kadın tiplmesi (Görsel 1.6) yaratmış bu durum halk tarafından da sevilmiştir. Chéret o

dönemde parlak ve renkli gece hayatına önem veren kentsoyluların geri kalan topluma karşı vurdumduymazlığını tasarımlarında ana tema olarak öne çıkarmış böylece bu konuda bir farkındalık oluşturmuştur. Bu açıdan Chéret'in kendi dönemi için aktivist bir tarz geliştirdiği söylenebilir.

**Görsel 1. 6.** Jules Chéret Afiş Tasarımı, 1894, Paris



<https://collections.vam.ac.uk/search/> Erişim Tarihi: 06.03.2020/15.20

İsviçre kökenli Eugéne Grasset de (1845-1917) illüstrasyon ve grafik tasarım alanında büyük başarı kazanan tasarımcılardandır. Grasset çalışmalarında eleştirel bir üslup tercih etmiş (Görsel 1.7) her zaman güzel, şen şakrak ve alımlı kadın tiplemesine yaptığı çalışmalarla karşı çıkarak aktivist bir söylem geliştirmiştir (Bektaş, 1992, s.18-19).

**Görsel 1. 7.** Eugéne Grasset Afiş Tasarımı,1896



<https://www.artsy.net/artwork/eugene-samuel-grasset-la-morphinomane-the-morphine-addict>

Erişim Tarihi: 09.05.2020/10.42

Aynı dönem sanatçılarından olan ve benzer kaynaklardan beslenen Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) ve Theophile-Alexandre Steinlen (1859-1923) sıra dışı afiş ve tasarımlarıyla öne çıkan diğer sanatçılar olmuşlardır. 1880 ve 1890 yıllarında en çok iş üreten illüstratörlerden biri olan Steinlen sosyalizme ilgisi ve kiliseye karşı olan tutumu nedeniyle afişlerinde genellikle konu olarak işçi sınıfı ve ezilenleri işleyerek çalışmalarını aktivist bir eyleme dönüştürmüştür. (Görsel 1.8)

**Görsel 1. 8.** Theophile Alexandre Steinlen Afiş, 1900



<https://www.artsy.net/artwork/> Erişim Tarihi: 09.05.2020/12.07

Henri de Toulouse-Lautrec afişlerinde hep yapılanın aksine kadınları çekici bir güzellikte göstermemiş, parlak gece yaşantısının perde arkasında yaşanan insani dramları anlatarak aykırı bir eylem tarzı benimsemiştir (Bektaş, 1992, s.21-23).

**Görsel 1. 9.** Henri de Toulouse-Lautrec Afiş, 1891



<https://collections.vam.ac.uk/search/> Erişim Tarihi: 06.03.2020/17.30

Günümüzde yaygın olarak kullanıldığı gibi bu dönemde de güzel ve şuh kadın imajı reklamlarda tüketicilere yaşam tarzları ve ürün satmak için kullanılmıştır. Bu tür afişleri başarılı bir şekilde tasarlayan sanatçıların başında Çek asıllı Alphonse Mucha (1860-1939) gelmektedir. Mucha Job sigara şirketi için tasarladığı afişte (Görsel 1.10) şehvetli bir kadın figürü kullanmıştır. Kadın elinde yanan bir sigara tutmaktadır. Dönemin şartları içinde saygın kadınların nerdeyse hiç sigara içmediği düşünüldüğünde afişte tercih edilen kadın figürü daha önemli hale gelmektedir (<https://www.europeana.eu/en/exhibitions/art-nouveau-a-universal-style/women-in-art-nouveau> Erişim Tarihi: 01.10.2020/15.12).

**Görsel 1. 10.** Alphonse Mucha Afiş, 1898,



The Complete Graphic Works Book s.67

Fransa'dan sonra Art Nouveau'dan özellikle grafik tasarım ve illüstrasyon alanında yoğun olarak beslenen ülkelerden biri de İngiltere'dir. Bu dönem İngiltere'sinin sembol ismi öncü ve çığır açan tasarımlarıyla Aubrey Beardsley'dir (1872-1898). Beardsley çok kısa süren kariyerine rağmen yenilikçi ve özgür çizimleriyle tasarım dünyasının dikkatini çekmeyi başarmış ve çok sayıda kitap ve dergi çizimi yapmıştır. (Görsel 1.11) The Yellow Book Dergisi ve Oscar Wilde'n Salome kitabı başta olmak üzere onlarca dergi ve kitap için yaptığı çizimlerinde özellikle kadın, tarih ve mitoloji konularında erotizmi öne çıkarmıştır. Çizimleri muhafazakâr halk tarafından hoş karşılanmasa da seçkin yazar ve sanatçılar tarafından kabul görmüş ve çok beğenilmiştir. Beardsley dönemin alışlagelmiş moral ve etik değerlerine bir nevi başkaldırmış yaptığı avangart tasarımlarla da bunu

desteklemiştir. Beardsley'in bu tarzı kendi dönemi için aktivist bir eylem olarak önem kazanmaktadır (Mohr, 1990, s.3).

Görsel 1. 11. Aubrey Beardsley The Yellow Book, 1894



Aubrey Beardsley The Yellow Book, 1894

Art Nouveau döneminde erkek sanatçı ve tasarımcılar kadınları çoğunlukla idealize edilmiş, kadınsı ve baştan çıkarıcı formlarda tasvir etmişlerdir. Yaşadıkları dönemde çok fark edilemese de Art Nouveau hareketine büyük katkılar sunan ve öne çıkmayı başaran kadın sanatçılar da olmuştur. Bu öncü kadınlar kadını sadece poz veren taraf olmaktan çıkararak yaratım ve üretimde bulunan sanatçılar konumuna getirmişlerdir. Dönemin başarılı kadın sanatçıları arasında yer alan Alice Russel Glenny (Görsel 1.12) (1858-1924), Margaret Macdonald (1864-1933) ve Frances Macdonald (1873-1921), Élisabeth Sonrel (1874-1953) ve Clara Driscollz (1861-1944) kadınların sanatçı olarak saygı görmesine önemli katkılarda bulunmuşlardır (<https://www.dailyartmagazine.com/art-nouveau-female-artists/> Erişim Tarihi: 01.10.2020/15.47).

**Görsel 1. 12.** Alice Russel Glenny, Sergi Afişi, 1897



<https://www.dailyartmagazine.com/art-nouveau-female-artists/> Erişim Tarihi: 01.10.2020/15.47

Aynı dönemlerde Avusturya Viyana’da genç sanatçıların geleneksel sanat çevresinden ayrılarak yenilikçi bir tarzla kurdukları Secession akımı etkili olmuştur. İlk başkanı ressam Gustav Klimt olan akım, çağın sanatının yapılmasını ve sanatın özgür olması gerektiğini savunarak aktivist bir eylem tarzını benimsemişlerdir. Dönemin en önemli mekanlarından biri dergi olmasının yanı sıra avangart tasarım ve tarzların denendiği bir tasarım okulu niteliğinde olan “Ver Sacrum” (Kutsal İlkbahar)’dur (Bektaş, 1992, s.31). Bunda estetik algısına yönelik oluşturulan görsel aktivizm dili de etkili olmuştur.

Vienna Secession dönemini kadın sanatçılar özelinde araştıran Julie M. Johnson (Johnson, 2013, s.59) 1900’lü yıllarda Viyana sanat dünyasında çok başarılı olan fakat sonraları sanat tarihinde belki de kasıtlı olarak göz ardı edilen çok başarılı kadın sanatçıları belgelemiştir. Johnson ciddi bir arşiv araştırmasına dayanarak bu kadın sanatçıların resmi sanat kurumlarına üyeliklerinin yasaklanmasına rağmen, çalışmalarının özel koleksiyoncular ve imparator tarafından satın alındığını ve Avrupa çapında sergilendiğini ortaya çıkarmıştır. Johnson sanat tarihine önemli katkılar sunan bu sanatçıların özellikle ikinci dünya savaşından sonra yok sayıldıklarını belirtmiştir. Tina Blau (1845-1916), Elena Luksch-Makowsky (1878-1967), Theresa Ries (1874-1956), Helene Funke (1869-1957) dönemin önemli kadın sanatçılarıdır.

Bir dönemi tanımlayan ve her alanda yeni bakış açıları ve estetik duyarlılık getiren Art Nouveau Almanya'ya geldiğinde Jugendstil adını almıştır. Jugendstil estetik değil işlevsel olan güzelliği öne çıkarmış, kalite ile sanayiye uzlaştırarak kalite ile seri üretim sentezini meydana getirmiştir (Eco, 2006, s.372). Güzeli tasarım ve endüstrinin birlikteliği sayesinde, Avrupa'da çok başarılı harf karakterleri ve buna bağlı teknoloji icat edilmiş, tüketim ürünleri için afişler hazırlanarak çoğaltılmış, bu durum "ürün afişi" kavramını doğurmuştur.

## 1.2 20. Yüzyılda Görsel İletişim Tasarımında Yaşanan Değişim

19. yüzyıl sonları ve yirminci yüzyıl başları her anlamda dünya tarihi açısından dönüm noktaları sayılacak olaylara ve yeniliklere sahne olmuş, bir taraftan hayatı kolaylaştıran bu olaylar bir taraftan da önceden tahmin edilemeyen yan etkilere sebep olmuşlardır. Endüstri devriminin etkisiyle işçi sınıfı ve burjuvazi ayırımına tepki olarak ortaya çıkan sosyalizm, komünizm hareketleri, Karl Marx düşüncesi ve kitaplarının (Kapital-Das Kapital) yardımıyla meydana gelen toplumsal sınıf bilinci, motorlu taşıtlar ve uçağın bulunarak taşıma sisteminin kökten değişmesi, telgraf ve telefonun bulunmasıyla iletişimin daha kolay hale gelmesi, edebiyat, felsefe ve psikoloji alanında yazılan eserlerle sosyal bilincin artması (Sigmund Freud, Carl Jung, Friedrich Nietzsche, Virginia Woolf), Virginia Woolf'un kadının edebiyat alanında arka plana itilmesini sorgulaması ve buna karşı kitaplar yazarak feminist harekete destek olması, bilimsel alanda yapılan yeni buluşlar (kuantum teorisi, görecelik teorisi gibi), teknolojinin etkisiyle daha yıkıcı hale gelerek toplumları ve tarihi dönüştüren Birinci ve İkinci Dünya Savaşları gibi olaylar toplum hayatında ciddi sonuçlar doğurmuştur (Antmen, 2008, s.18).

Feminist hareketin 19. yüzyılda başlattığı eşit eğitim olanakları mücadelesi kadınların eğitime katılması alanında oldukça başarılı olsa da iş fırsatları, iktidar paylaşımı, sanatsal yetenek veya üretimde eşitlik konularında kayda değer bir ilerleme sağlanamamış, erkeklerin kadınlardan yukarı olduğu önyargısı kırılmamıştır (Marini, 2005, s.272).

19. yüzyıl başında bulunan fotoğrafın kullanımının iyice yaygınlaşması ve tipografinin makineleşmesi tüm yaşamsal dinamikleri derinden etkilemiştir. Bu gelişmeler ve etkileri kaçınılmaz olarak sanat ve tasarım alanında da dönüştürücü etkiler yaratmış, yeni bakış açılarıyla birçok sanat akımının doğmasına olanak

sağlamıştır. İçinde bulunulan sanat ve tasarım dünyasını kökten değiştiren ve günümüz dünyasını da etkilemeye devam eden bu akımların en önemlileri arasında Ekspresyonizm, Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Sürrealizm, Konstrüktivizm, De Stijl, Bauhaus, Suprematizm, Art Deco gibi akımlar yer almaktadır. (Gombrich, 2007, s.535-580). 20. yüzyılda bilgisayarın bulunması ile de kullanılan yöntem ve teknikler artarak çeşitlenmiştir. Dönemi için avangart olan tüm bu sanatsal yaklaşımlar aktivist kavramı kullanılmasa da günümüz bakış açısıyla aktivist eylemler oldukları ve düşünsel ve estetik algısına yönelik bir görsel aktivizm oluşturdukları söylenebilir. Hemen hepsi dönemin genel algı ve kabullerini eleştirmiş, değiştirmiş ve dönüştürmüştür.

Yaşamsal alandaki birçok değişim sanatçıların içinde buldukları durum ve dayatılan anlayışları sorgulamalarını sağlamış, onları yeni bakış açıları geliştirmeye zorlayarak çok sayıda aktivist ve yenilikçi akımın doğmasına neden olmuştur. Örneğin Kübizm yüzyıllar süren sanat anlayışını yıkararak yepyeni bir görme biçimi ve görsel dil geliştirmiş, geometrik formları kendine has anlatı biçimleriyle sanat ve tasarımın içine sokmuştur. Geleneksel sanat anlayışında olduğu gibi doğayı veya nesnelere görüldüğü gibi kopyalamayı reddederek, konuyu farklı açılardan aynı anda resmetmeyi tercih eden Kübizm akımının en önemli temsilcisi İspanyol ressam Pablo Picasso (1881-1973) olmuştur. Batı sanatının yüzlerce yıllık görsel algılama biçimini yıkararak 20. yüzyılın en radikal sanat akımlarından biri olmayı başaran Kübizm kendinden sonraki yaratı ve yapıtlarda etkisi yoğun şekilde görülen akımlardan biri olarak kabul edilmektedir (Antmen, 2008, s.46). Bu dönem sanatçıları genel anlamda hem kullandıkları teknik ve üslup hem de seçtikleri konularla aktivist bir tarz benimsemişlerdir. Pablo Picasso Avignon'lu Kızlar isimli tablosunda batı sanatında yüzlerce yılda oluşturulan tüm kuralları yok sayarak kendi perspektif ve geometri kurallarını oluşturmuştur. Aynı zamanda yüzyıllardır dayatılan güzel ve şuh kadın mitini yıkararak, güzellikten ve idealize kurgudan uzak hatta çarpık ve deforme formlarda bir kadın tiplemesi ortaya çıkarmıştır (Görsel 1.13) (Walther, 2001, s.37).

Görsel 1. 13. Avignon'lu Kızlar, Pablo Picasso, 1907, New York, MOMA



Pablo Picasso 1881-1973 Book s. 35

Birinci Dünya Savaşından hemen önceki yıllarda kadınlar taleplerini yüksek sesle dile getirebilmek ve kamusal alanda görünür olabilmek için tasvirlerden yararlanmışlardır. Kadınlara seçim hakkı verilmesi için yapılan afişte (Görsel 1.14) önceki yıllarda hep dişil özellikleriyle öne çıkarılan kadın imgesi yerine uzun kıyafetli halktan bir kadın elinde tuttuğu ve havaya kaldırdığı bayrakla en ön safta betimlenmiştir (Higonnet, 2005, s.312).

Görsel 1. 14. Kadınların Oy Hakkı İçin Dışarı Çık Afişi, 1914, Berlin



[http://ghdi.ghi-dc.org/sub\\_image.cfm?image\\_id=1651](http://ghdi.ghi-dc.org/sub_image.cfm?image_id=1651) Erişim Tarihi: 10.07.2020/13.11

1909 yılında İtalya’da kendini gösteren Fütürizm, şiddet yanlısı, devrimci bir hareket olarak geleneksel ve ahlaki yapıları yermiş, savaş heyecanı, makine, hız ve modern yaşamı yüceltmıştır. İtalya’nın diğer Avrupa ülkelerindeki gelişmeleri yakalayamamasını geleneksel tutuma bağlayan tüm gelenekleri ve müzeleri yıkıp, kütüphaneleri yakmaktan söz eden Filippo Marinetti (1876-1944) yazdığı manifestoyla ismini kendi verdiği Fütürizm akımının yaratıcısı olmuştur. Marinetti kendi şiirlerinin yer aldığı derginin bir sayısını Fütürizme ayırmış ve ilk fütürist manifestosunu bu sayıda yayınlamıştır. (Görsel 1.15)

Görsel 1. 15. Filippo Marinetti, Dergi Kapağı, 1909



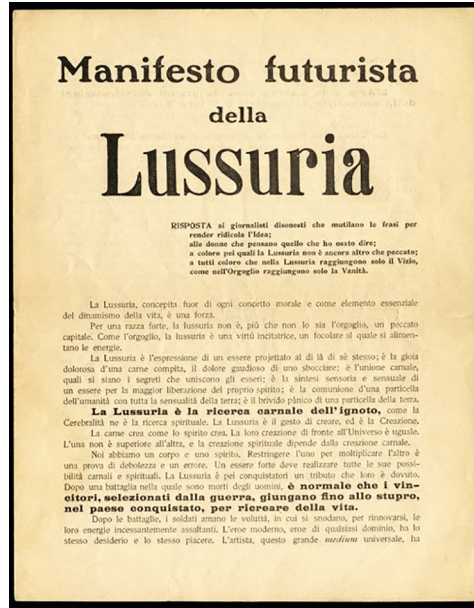
<https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2009/futurism/> Erişim Tarihi: 07.10.2020/10.13

Manifesto yazımına önem veren Fütürizm daha sonraki sanatçı manifestosu uygulamasının da başlatıcısı olmuştur (Antmen, 2008, s.65-66). Bu manifestoların en ilgi çekenlerinden biri kadın yazar ve ressam Valentine de Saint-Point tarafından Filippo Marinetti’nin Fütürizm Manifestosu’nda ‘kadınları küçümseyin’ provokasyonuna cevap niteliğinde yazılmıştır. Point 1913 yılında kaleme aldığı “Fütürist Şehvet (Kadınlar) Manifestosu”nda (Görsel 1.16) erkeklerle aynı hakları arayan kadınları eleştirmiş, onları daha üstün ve yaratıcı haklar aramaya çağırmıştır. İnsanlığı kadın erkek olarak ayırmanın saçma olduğunu yalnızca kadınlık ve erkeklikten oluştuğunu savunmuştur. Tarihte erkekliğin egemen olduğu dönemleri kısır, acımasız ve savaşa endekli, kadınlığın egemen olduğu doğurganlık dönemlerini ise kültür kahramanları ve dâhilerin ortaya çıktığı dönemler olarak tarif

etmiştir. (<https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-16-summer-2009/action-feminine>)

Erişim Tarihi: 24.09.2020/12.23)

Görsel 1. 16. Manifesto, Valentine de Saint-Point, 1913, Tate Museum



<https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-16-summer-2009/action-feminine> Erişim Tarihi:  
24.09.2020/12.23

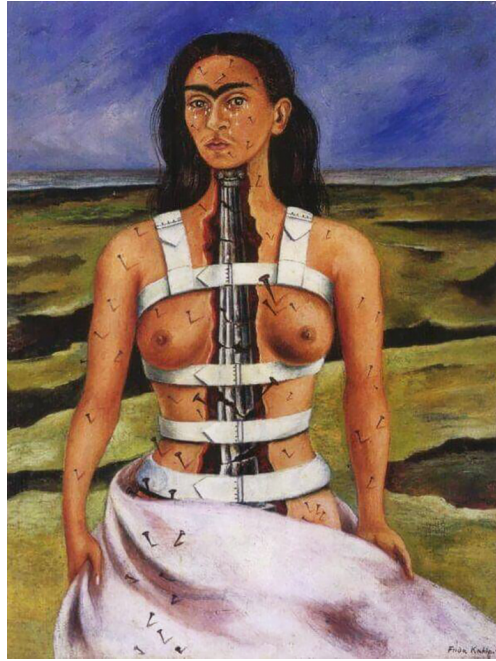
Fütürizm şiddet yanlısı tarzından ötürü aşırı bir akım olarak kabul edilmekle beraber hem eylemsel tercihleri hem tasarıma getirdikleri yaklaşımla aktivist bir söylem içinde olmuştur. Eleştirilerini ve yeni tarz tasarım yaklaşımlarını üst perdeden ve dikkat çekecek şekilde dile getirmiş bu durum bütün çevrelerde sarsıcı bir etki uyandırmıştır.

Muhalif bir tarz olarak ortaya çıkan Sürrealizm (gerçeküstücülük) önemli etkiler yaratan bir diğer akımdır. Paris'te kurulan Sürrealizm, somut gerçeklerle ilgilenmeyip, onların gerisinde yer alan soyut alan, düş gücü ve bilinçaltına odaklanmıştır. Rüya, hipnoz, kâbus ve bilinçaltından imgelerle ortaya çıkardıkları eserler, alışılmışın çok dışında, beklenmedik ve şok edici olmuştur. Kurulu toplumsal düzeni en etkili baskı unsuru olarak görmüş, buna karşı çıkarak sanatsal isyanlarını bir eylem alanına taşımışlardır (Antmen, 2008, s.133-135). Bu dönem sanatçıları çalışmalarında son derece aktivistlerdir. Sürrealizm edebiyat, resim, heykel, düşün alanında olduğu kadar görsel tasarım alanında da derin izler bırakmış ve esin kaynağı olmuştur. Hayal, düş gibi soyut imgelerin somut şekillerle ifade edilmesi, görsel anlatımda da kullanılmaya başlanmış, şok edici tasarımlar akılda kalıcılığı arttırmış ve zengin bir görsel dil oluşturulmasına katkıda bulunmuştur. René Magritte (1898-

1967), Salvador Dali (1904-1988), Max Ernst (1891-1965), Hans Arp (1887-1966) bu akımın önde gelen sanatçılarından bazılarıdır (Bektaş, 1992, s.49).

Kadın sanatçılar da sürrealizm akımında yer alarak, nesnelere oldukları gibi değil kendi hayallerindeki gibi resmetme özgürlüğünü kullanmışlardır. Kadının sanat için poz veren konumunu reddedenlerden biri olan Frida Kahlo kadınları Görsel 1.17’de olduğu gibi acınacak kurbanlar olarak değil, acının olgunluğuna ermiş fedakarlar olarak resmetmeyi tercih etmiştir (Higonnet, 2005, s.329).

**Görsel 1. 17.** Frida Kahlo, Kırık Sütun, 1944, Mexico City



<https://www.fridakahlo.org/the-broken-column.jsp> Erişim Tarihi: 15.07.2020/11.25

Görsel sanat alanında belli örnekler ve kısa anlatımlarla incelenmeye çalışılan ve tarihsel açıdan ciddi etkileri olan avangart yaklaşımlardan sonra tasarım alanındaki protest ve aktivist yaklaşımlar daha detaylı incelenecektir. Avangart, protest ve aktivist kavramları küçük nüanslar gösterse de temelde hepsi değişim, itiraz ve yeniliği ifade etmektedir. Bu nedenle zaman zaman birbirinin yerine kullanılabilir. Aşağıda detaylı incelenecek protest akımlar aynı zamanda kendi dönemleri için aktivist ve avangart akımlar olarak öne çıkmaktadır.

### **1.3 Tasarımı Etkileyen Protest Akımlar**

Buraya kadar kısaca değinilen tüm akımlar ve anlayışlar sanat ve tasarım alanını derinden etkilemiş önemli olgulardır. Fakat özellikle tasarım aktivizmiyle

olan bağlantısı ve protest yaklaşımları açısından bazı akımlar bundan sonraki bölümde daha detaylı ele alınacaktır.

### 1.3.1 Dadaizm

Dadaizm 20. yüzyılın geçirdiği iki büyük dünya savaşın yarattığı buhranların halka verdiği yıkımı ve zararı gören duyarlı sanatçıların, bu dehşet ortamına tepki olarak ortaya çıkmış bir sanat akımı olarak dikkat çekmiştir. Dadaizm, teknolojiye bağlılığı, toplumsal yozlaşmayı, din, siyaset, sanat gibi değerlerin hepsini toptan bir bakışla eleştirmiş ve protesto etmiştir. Her şeye ve her duruma karşı takınılan bu eleştirel tavır, ortaya çıkan yapıtlar ve sanat eserlerinde de kendini göstermiş, denenmemiş ve beklenmedik yeni tarz ve yaklaşımlar ortaya çıkmasını sağlamıştır (Hopkins, 2004, s.1-12). Kolaj, fotomontaj, hibrit yapılanma, çılgın tipografi Dadaizmin tasarım dünyasına kazandırdığı yenilikler olarak dikkat çekmiş ve sonrasında çok sık kullanım alanı bulmuştur. Bugünden bakıldığında Dadaizm döneminde eser veren sanatçı ve tasarımcıların mevcut sistem ve teknikleri protesto ederek denenmemiş yeni tarzlar yaratmaları aktivist tasarımın önemli örnekleri olarak kabul edilebilir. Günümüzde bilgisayarla görüntü işleme programları (photoshop) olarak bilinen modern fotomontaj tekniğinin öncülerinden kabul edilen dönemin önemli sanatçılarından John Heartfield'in (1891-1968) savaş ve sistem karşıtı afişleri özellikle dikkat çekicidir. Hugo Ball (1886-1927), Marcel Duchamp (1887-1968), Tristan Tzara (1896-1963), Man Ray (1890-1976), Kurt Schwitters (1887-1948), yarattıkları özgürlükçü eserlerle dönemin öne çıkan diğer sanatçılarıdır (Bektaş, 1992, s.46-47).

**Görsel 1. 18.** Merdivenden İnen Çıplak Marcel Duchamp, 1912



<https://www.artsy.net/search?term=marcel%20duchamp> Erişim Tarihi: 16.03.2020/14.35

İçinde buldukları savaş ve yıkım dönemine tanıklık eden sanatçılar, savaşın yıkıcılığına karşı tasarım ve sanatı eylem tarzı olarak benimsemişler ve yaptıkları eserlerle savaşın yıkıcılığı ve zararları konusunda toplumsal bilinç yaratmayı hedeflemişlerdir. Dönemin şartları nedeniyle çalışmaların genel konuları savaş karşıtlığı, adaletsizlik, savaşın yıkıcılığı gibi konular olmakla beraber kendi ideolojik fikirlerini de çalışmalarına yansıtmışlardır. Çalışmalarında ve tasarımlarından politik taşlamalar ve siyasi mesajlara sıkça yer veren John Heartfield dönemin en ünlü savaş karşıtı aktivistlerindendir. Heartfield yaptığı çalışmada (Görsel 1.19) mevcut yönetimin kadınlara uyguladığı psikolojik şiddete odaklanmış, uygulamaların kadınlarda oluşturduğu travma ve hasarı vurgulamıştır. ‘Cinayete Alay Konusu Ekleme’ alt başlığı ve acı çeken kadın görselinin uyumu çalışmayı daha etkili ve çarpıcı hale getirmiştir (<https://www.johnheartfield.com/John-Heartfield-Exhibition/john-heartfield-art/gestapo-tactics-silence-women> Erişim Tarihi: 02.10.2020/14.44).

**Görsel 1. 19.** John Heartfield, AIZ Dergi Kapağı, 1934



<https://heartfield.adk.de/node/3701> Erişim Tarihi: 02.10.2020/14.10

Savaşın yıkım ortamında birçok kadın sanatçı da aktivist tasarımlar yapmaktan geri durmamış, örneğin Käthe Kollwitz Görsel 1.20’de acı, yoksulluk, ölüm ve ayaklanma konularını güçlü ve etkileyici bir dille tasvir etmiştir (Higonnet, 2005, s.318).

**Görsel 1. 20.** Käthe Kollwitz, Savaşta Anneler isimli Afiş, 1923



[https://www.moma.org/s/ge/collection\\_ge/artist/artist\\_id-3201\\_role-1\\_sov\\_page-17.html](https://www.moma.org/s/ge/collection_ge/artist/artist_id-3201_role-1_sov_page-17.html) Erişim Tarihi: 10.07.2020/14.07

### 1.3.2 Rus Süprematizmi ve Konstrüktivizm

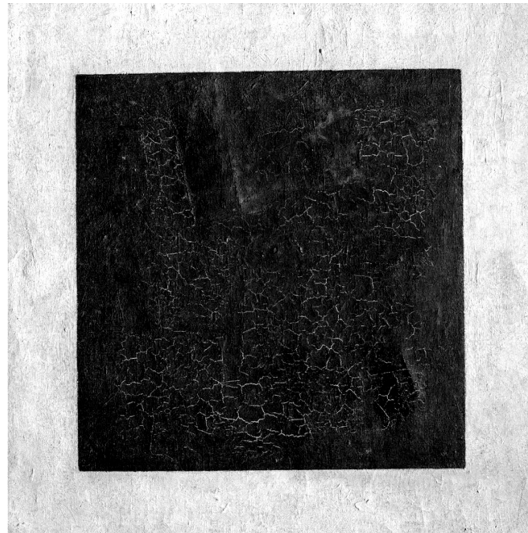
20. yüzyıl başlarında yaşanan olaylar Avrupa'da olduğu kadar Rusya'da da etkili olmuş, hemen her alanda olduğu gibi görsel sanatlar alanında da ciddi arayışlar ve dönüşümler yaşanmıştır. Birinci Dünya Savaşı ve 1917 Rus Devrimi'nin<sup>5</sup> yaşandığı kargaşa ortamına rağmen, batı ile kültürel ilişkiler sonrasında Avrupa'da yapılan eserlerin Rusya'da sergilenmesi, Avrupa'daki sanatsal çalışmaların yoğun bir şekilde Rusçaya çevrilmesi gibi etkenlerle Rus sanatçılar arasında da bir hareketlilik ve arayış başlamıştır. Rus sanatçılar Avrupa'da yaşanan her türlü bilimsel ve toplumsal gelişmeyi yakından takip etmiş, özellikle çok boyutlu evren ve Einstein'in görelilik kuramı, evrenin eğriliği gibi bilimsel buluşlardan etkilenmiş ve salt izlenimcilikten öte, görünen gerçekliğin ötesini araştırma gayretinde olmuşlardır. Bu nedenle özellikle Kübizm ve Fütürizm'e ait görüşleri çok hızlı bir şekilde benimseyerek bu iki akımı birleştirme yoluyla yeni bir görüş ortaya çıkarmışlardır (Yılmaz, Ödekan 2009, s.44).

---

<sup>5</sup> 1917 Rus Devrimi: Rusya'da görülmüş ve Çarlık otokrasi sisteminin parçalanarak yerine Sovyetler Birliği'nin geçmesiyle sonuçlanmış bir dizi olaylara verilen isimdir.

Bu dönemin en önemli temsilcilerinden biri aynı zamanda Rus Süprematizminin kurucusu olan Kazimir Malevich'tir (1878-1935). Malevich yoğun bir çalışma temposuyla nesnesiz kompozisyonlarla dünyayı görselleştirmenin temelde yeni bir yolu üzerinde odaklanmış, geometrik form ve biçimleri soyutlayarak çok sade ve yalın bir üslup yaratmıştır. Bu arayışların vücut bulmuş hali Görsel 1.21'deki Siyah Kare (Black Square) isimli eseridir (Shatskikh, 2012, s.9-10). Malevich bu eserinde beyaz zemin üzerine siyah bir kare çizmekle yetinmiş, nesnesiz bir eser yaratarak sonsuzluğu hissettirmeyi amaçlamış bu eserini “en nesnesiz eser” olarak adlandırmıştır (Vakar, 2019, s.13). Daha önce denenmemiş bu tarz sanatsal açıdan oldukça radikal ve ilk zamanlar anlaşılması zor bir eylem olsa da sonrasında kabul görmüş ve çokça benzerleri yapılmıştır. Malevich'in tarzı ve arayışları aktivist eyleme önemli bir örnek olarak öne çıkmaktadır.

**Görsel 1. 21.** Kazimir Maliviç, Siyah Kare, 1915, Moskova



Celebrating Suprematism Book s.12

Rus sanatçıların yoğun ve özverili çalışmaları buradaki sanatsal hareketlere hız vermiş, Avrupa'da on yıllar adanmış resim sanatı, Rusya'da 15 yıllık bir zaman dilimi içinde sanatın ağırlık merkezinin Rusya'ya kaymasını sağlamıştır. Türkçede “yapısalcılık” olarak karşılık bulan Konstrüktivizm aynı dönemlerde ortaya çıkmıştır. Genç Rus sanatçıları için devrim, tüm yaşam alanlarının modası geçmiş eskilerden arındırılması anlamını taşımış ve bunun da ancak sanatla mümkün olabileceğini savunmuşlardır. Bunun için sanat okulları, sergi, festival ve enstitülerde yoğun çalışmalar yaparak sanatı ve halkın bakış açısını dönüştürmeyi amaçlamışlardır (Kovtun, 2012, s.11). 1921 yılında ekonomi ve kültür politikalarında meydana gelen değişiklikler nedeniyle işçi sınıfı ve elit kesim arasında fikir

ayrılıkları yaşanmış, sanat ve sanatçının toplum içindeki konumunun tartışılması sanatçılar arasında da farklı kutuplaşmalara neden olmuştur.

Kazimir Malevich ve Wassily Kandinsky (1866-1944) gibi sanatçılar sanatın manevi doyum ve haz için yapılması gerektiği üzerinde dururken, Vladimir Tatlin (1885-1953) ve Alexander Rodschenko (1891-1956) gibi birçok sanatçı “sanat için sanatı” reddederek sanatın insanların ve toplumun hizmetinde olması gerektiğini savunmuşlardır. Sanatçıları amacı ve işlerliği olmayan şeyleri yapmaktan vazgeçerek, görsel iletişim, endüstri tasarımı ve uygulamalı sanat alanlarında çalışmalar yapmaya çağırmış kendileri de bu alanlarda eserler tasarlamış ve üretmişlerdir. Özellikle Rodschenko ve El Lissitzky’in (1890-1941) afiş ve grafik tasarım alanındaki yoğun ve ısrarlı çalışmaları daha sonraki tasarımlara da yön vermiştir. (Bektaş, 1992, s.58). El Lissitzky hem tasarım anlayışı hem politik ve ideolojik kaygılarla yaptığı tasarımlarla aktivist bir tarz ve görsel dil geliştirmiştir.

Konstrüktivizmin bir diğer önemli temsilcilerinden olan Alexander Rodschenko montaj ve tipografi alanlarında çok başarılı örnekler vermiştir. Rodschenko’nun ressamlıktan tasarıma geçmesinde bireysellikten uzaklaşarak toplum için faydalı olma düşüncesi etkili olmuş, Lissitzky’de olduğu gibi devrim ve komünizme hizmet ve ideolojik taraflılık ağır basmıştır. Rodschenko tasarımlarında büyük geometrik formlar, saf ve geniş alanı kaplayan net renkler, bold ve serifsiz el yazıları kullanmış, kendine özgü yarattığı bu tarz sonraki tasarımlarda da büyük oranda taklit edilmiştir. (Antmen, 2008, s.103-106). Yarattığı üslupla hem tasarım geleneğine yeni bir soluk getirmiş hem de inandığı devrim ideolojisinin sözcüsü olarak aktivist bir eylem tarzı geliştirmiştir.

1917 Rus devriminde erkek sanatçılar kadar kadın sanatçılar da tasarım ve yeteneklerini devrim lehine siyasal ve sosyal amaçlı kullanmışlardır. Kadınların özgürleşmesi için yapılan Bolşevik kampanyalar kadın sanatçıların Sovyet sanat dünyasına yaygın bir şekilde katılımını kolaylaştırmıştır. Giysi, ev eşyaları, afiş, dergi, tiyatro seti gibi birçok alanda çalışmalar üreten Rus kadın sanatçıların başında Varvara Stepanova ve Lyubov Popova gelmektedir. Her iki kadın sanatçı da yaptıkları tüm çalışmalarda yenilikçi ve özgün bir tarz yaratmışlardır (Higonnet, 2005, s.318). Özellikle Stepanova tiyatro oyunu için tasarladığı kadın kıyafetlerinde işçi tulumu tarzında düz, köşeli elbiseler hazırlamıştır. Bu tarzla dişilik özelliklerini atarak, kadın erkek kıyafetleri arasında bir ayrım yapmamış, çift cinsiyetli tasarımlarla erkeklerle eşit üretim yapan çalışkan Sovyet kadını imajı yaratmayı

hedeflemiştir. Sosyal Eğitim Akademisi için sahnelenen oyun için hazırladığı “Kırmızı ve Beyaz Gözlükler Üzerinden” (Görsel 1.22) afişinde cinsiyetten arındırılmış ve özgürleştirilmiş kadın kostümleri kullanmıştır. Bu afişteki kadınlar geleneksel kadınlık rolleriyle sınırlandırılmayan üretken işçiler olarak tasvir edilmiştir (https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-15-spring-2009/short-life-equal-women Erişim Tarihi: 04.10.2020/10.15).

Görsel 1. 22. Varvara Stepanova, 1924, Moskova



https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-15-spring-2009/short-life-equal-women Erişim Tarihi: 04.10.2020/09.53

Bu dönemde Sosyalizmin etkisiyle kadının geleneksel ev içi alanından çıkarak özgürleşmesi savunulmuş, kadının gündelik hayata eşitlikçi olarak karışması istenmiştir. Kadınların devrime katılması görsel zevk imgesi olmaktan çok işgücüne katılan güçlü, yetenekli, kadınsı olmayan imgeler aracılığıyla sağlanmıştır. Kadın sanatçılar yaptıkları çalışmalarla bu görüşlere öncülük etmişlerdir. Valentina Kulagina'nın (1902-1987) 'Uluslararası Emekçi Kadınlar Günü Proletaryanın Mücadele Günüdür' afişinde (Görsel 1.23) önde kırmızı başörtüsüyle gündelik gerçekteki kadın tipi yer alırken, ikiye ayrılmış diğer kısımda çalışan, üreten ve sosyal hayatın her alanında var olan ideal kadın tipi görselleştirilmiştir. Böylece Sovyet kadınlarının iki vizyonu aynı afişte verilmiştir. Kulagina çalışmalarında, toplumsal farkındalık, cinsiyet eşitliği, kadınların sosyal hayata aktif erişebilme taleplerini sıklıkla dile getirdiği bir tarz benimsemiştir.

Görsel 1. 23. Valentina Kulagina, Afiş, 1931, Chicago



[https://www.moma.org/collection/works/217702?sov\\_referrer=artist&artist\\_id=27492&page=1](https://www.moma.org/collection/works/217702?sov_referrer=artist&artist_id=27492&page=1)  
Erişim Tarihi: 04.10.2020/10.19

1935 yılından itibaren mevcut yönetimin etkisi ve yönlendirmeleriyle sosyal hayattaki kadın imajı zayıflatılmış kadınların geleneksel kadınsı rollerine dönmeleri desteklenmiştir. (<https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-15-spring-2009/short-life-equal-women>)

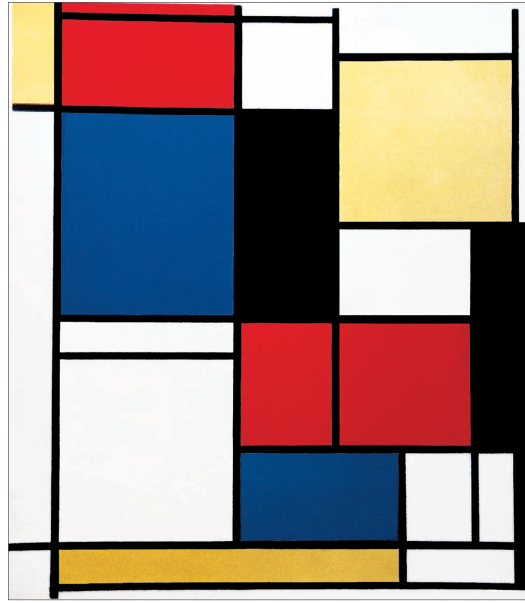
Konstrüktivizm akımına öncülük eden sanatçı ve tasarımcıların tüm arayış ve yaratıcı çalışmaları aykırı bir dil ve üslup geliştirilmesine katkı sağlamış, oluşturulmuş yargı ve kalıplara meydan okuyarak tasarımın işlevsel hale gelmesi amaçlanmış, dönemin estetik algısına yönelik görsel bir aktivizm oluşturulmuştur.

### 1.3.3 De Stijl Hareketi

Çizgilerin sembolik anlamı ve evrenin matematiksel yapısı üzerine çalışmalar yürüten Hollanda doğumlu sanatçı Piet Mondrian (1872-1944) sanat eserinin izleyicinin ruhsal uyanış alanı olarak görülmesi gerektiğini savunmuştur. Kübist tarzdan etkilenmiş olmakla beraber kendine has yepyeni ve radikal bir tarz oluşturmuş, arayışına devam ederek 1917 yılında Theo Van Doesburg (1883-1931) ve diğer bazı ressam arkadaşlarıyla beraber De Stijl grubunu kurmuşlardır. Aynı isimle bir dergi de çıkaran grup, görsel olarak algılanan gerçekliğin düz çizginin en temel unsurlarına, siyah, beyaz gibi ana renklerle ifade edilmesini gerekliliğini

savunmuştur. Piet Mondrian üzerinde yoğunlaştığı yeni çizgi ve renk stiline Neoplastisizm adını vermiş, evrenin uyumunu yakalamak adına saf soyut anlatım için sadece geometri ve renkten yararlanmıştır. İlk neoplastik eserlerinde beyaz bir arka plan üzerine boyanmış ana renklerin tonlarından dikdörtgenler oluşturmuş, daha sonra bunlara dikey ve yatayda kalın çizgiler ekleyerek farklı büyüklüklerde dikdörtgen kompozisyonlar yaratmıştır (Görsel 1.24) (<https://www.britannica.com/biography/Piet-Mondrian/Later-years> Erişim Tarihi: 02.04.2020/17.25).

**Görsel 1. 24.** Piet Modrian, Kompozisyonlar, 1921

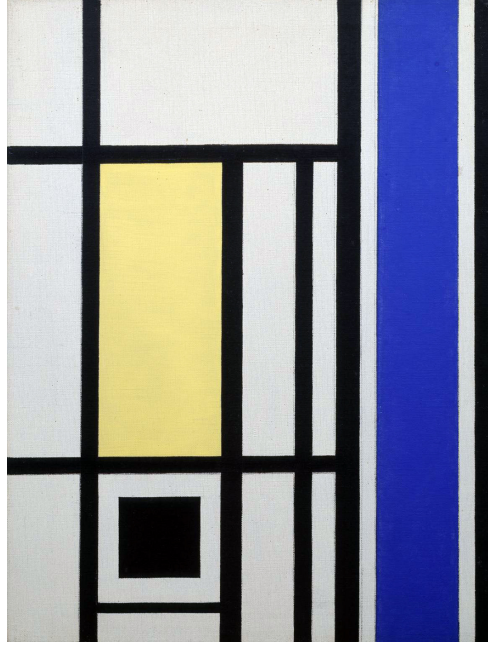


Piet Mondrian Book s.33-34

Mondrian yarattığı tarz ve görsel dille bugün tasarım aktivizmi olarak ta nitelenebilecek sanat örnekleri vermiştir. Bu tür yaklaşım ve eserler daha sonraki dönemlerde grafik tasarımın asıl beslendiği konuların özünü oluşturmuş ve tasarımcılara ilham kaynağı olmuştur.

Bu dönemde Nelly Van Doesburg (1899-1975), Charmion Von Wiegand (1896-1983) ve Marlow Moss (1889-1958) başarılı kadın sanatçılar olarak öne çıkmayı başarmışlardır. Özellikle Marlow Moss çift hat ve dikey olarak uzatılmış tuval buluşlarıyla Neoplastisizm'in gelişmesine katkı sunmuştur. Moss bu yeniliklerle statik değil dinamik kompozisyonlar yaparak sanatında hareket ve ışığa ulaşmayı hedeflemiştir (<https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/display/bp-spotlight-marlow-moss/essay> Erişim Tarihi: 04.10.2020/15.02).

**Görsel 1. 25.** Marlow Moss, White, Black, Blue and Yellow, 1954



<https://www.tate.org.uk/art/artworks/moss-untitled-white-black-blue-and-yellow-102408> Erişim

Tarihi: 04.10.2020/15.05

De Stijl akımı grafik ve endüstri tasarımında olduğu kadar mimaride de etkili olmuş, bu dönemde yapılan mimari eserler sonraki dönemler içinde dahi mimarinin seçkin örnekleri olarak dikkat çekmiştir. Yalınlık ve saf sanatın hayata uyarlanmasına olanak sağlayan De Stijl görsel disiplinleri etkileyen en önemli akımlardan biri olmayı başarmıştır. Sanatı gündelik hayatın bir parçası haline getirmeye çalışarak dikkat çeken yenilikçi bir eylem tarzını benimsemiştir.

#### **1.3.4 Bauhaus**

Birinci dünya savaşının karmaşa ortamında Almanya'dan genç mimar Walter Gropius (1883-1969) ve bir grup Alman sanatçı demokratik yeni bir toplumun yaratılmasına katkıda bulunmak istemişler ve bunun sanat, mimari ve kültür alanlarında radikal değişikliklerle mümkün olacağını savunmuşlardır. Bu amaçla Nisan 1919 tarihinde kurulan Bauhaus okulu geçmişle o günün en önemli kültürel eğilimlerini sentezleyerek yeni bir dünya imajı yaratılmasını amaçlamıştır. Bauhaus sanatçıları açtıkları sergiler ve yaptıkları mimari binalar ile eğitim, tasarım ve mimaride avangardın odak noktası olmuşlardır.

Güzel Sanatlar Akademisi olarak hizmet veren Bauhaus bünyesinde dönemin çok ünlü sanatçıları aynı zamanda birer eğitmen olarak barındırmış böylece yüzlerce öğrencinin eğitimine çok önemli bir katkı sunmuştur. Eğitim programında tasarımın temel ilkeleri öğretilerek görsel sanatların tüm dallarına yer verilmiş, öğrencilerin yaratıcı niteliklerini öne çıkarmalarının yanı sıra algılama ve entelektüel seviyelerini geliştirmeleri sağlanmıştır. Doğa çalışmaları, renk ve kompozisyon teorisi, inşaat teorisi, malzeme ve araç teorisi, sanat ve doğa bilimleri gibi atölye dersleri ve teknik kurslarla yoğun bir program uygulanmış, sanat ve teknoloji birlikteliği elde edilmiştir (Siebenbrodt & Schöbe, 2009, s.8-12).

Bauhaus Birinci Dünya Savaşı'nın yıkıcılığı yaşanırken kurulan bir sanat ve tasarım okulu olması açısından başlı başına yok etmeye karşı sanat ve tasarımla var etmeye ve sorgulamaya odaklanan aktivist bir eylemdir. Kurulduğu dönemde içinde bulunduğu şartlara bakıldığında savaşa karşı bir başkaldırı olduğu görülebilir. Burada eğitim veren sanatçıların ve tasarımcıların idealleri "geleceği kurmak" olmuş bu nedenle estetik amaçlardan çok toplumsal amaçlara yönelmişlerdir. Geleceğin hayata ve topluma saygılı bireylerinin ancak eğitimle yetişeceğini düşünerek müfredatlarını buna göre düzenlemişlerdir (Antmen, 2008, s.103).

Bauhaus Dessau dönemindeki bina tasarım akademisi olarak tanınmış, eğitmenler profesör ünvanı almış, atölyeler endüstri laboratuvarlarına dönüşmüştür. Mimarlık, mobilya yapımı, reklam, tiyatro, resim, heykel, grafik tasarım, baskı gibi ayrı ayrı sınıflar oluşturularak geniş bir tüketici sınıfına yüksek kaliteli, estetik ve aynı zamanda uygun fiyatlı mobilya ve eşyaların üretim ve pazarlaması yapılmıştır. Bauhaus'ta ortaya çıkarılan onlarca yeni fikir, yirminci yüzyıldaki ürün, tasarım, mobilya, mimari, tipografi ve görsel sanat alanlarını ciddi oranda etkilemiş ve dönüştürmüştür (Siebenbrodt & Schöbe, 2009, s.22-25).

**Görsel 1. 26.** Iwao Yamawaki, Bauhaus'a Saldırı, Kolaj, 1932



Bauhaus 1919-1933 Book s.33

Bauhaus okulunun kuruluş amaçlarından birini cinsiyetler için eğitimde eşitlik ilkesi oluşturmuştur. Bu nedenle diğer okullardan farklı olarak okuldaki öğrencilerin üçte biri kadarı kız öğrencilerden oluşmuş, bu sayede kızlar sanat, dizayn, mimarlık alanlarında yükseköğretim yapmışlardır. Özellikle erkek egemen sektörlerden olan mimarlık ve tasarım alanlarında kadınlar çalışma imkânı bulmuş ve ses getirecek işlere imza atmayı başarmışlardır. Marianne Brandt endüstriyel tasarım alanında yaptığı metal tasarımlarla, Gunta Stölzl bugün hala kullanılan kumaş ve dokuma tasarımlarıyla, (Görsel 1.27) Friedl Dicker dönüştürülebilir iç mekân ve mobilya tasarımlarıyla dönemin öne çıkan kadın sanatçıları olmuşlardır (<https://www.bauhauskooperation.com/the-bauhaus/people/> Erişim Tarihi: 15.07.2020/14.00).

**Görsel 1. 27.** Gunta Stölzl, Dokuma, 1927, Berlin Bauhaus Arşivi



<https://www.bauhauskooperation.com/the-bauhaus/people/masters-and-teachers/gunta-stoelzl/> Erişim Tarihi: 15.07.2020/14.15

Dönemin belirlediği politik ortam ve hâkim ideolojinin okul üzerindeki baskıları hem sanatçıların hem de öğrencilerin tasarım ve çalışmalarına da yansımış, bazı mesajlar yapılan tasarımlar yoluyla verilmiştir. 1932 seçimlerinde aşırı sağcı Nazi Partisinin galip gelmesi ve Adolf Hitler'in Alman şansölyesi olarak atanmasıyla okul binasına baskınlar yapılarak öğrenciler geçici olarak tutuklanmış ve bina mühürlenerek kapatılmıştır. Bauhaus'un dağılmasından sonra artan baskılar nedeniyle eğitimci sanatçılar İngiltere, İsviçre, Paris gibi Avrupa ülkelerinin yanı sıra Amerika'ya göç ederek yaratıcılık hayatlarına bu ülkelerde devam etmişlerdir (Siebenbrodt & Schöbe, 2009, s.28-37).

Bauhaus eğitim ve tasarım yaklaşımlarıyla 20. yüzyılın en önemli ekollerinden biri olmuş ve 21. yüzyılda da görsel kültüre ilham olmaya devam etmektedir. Güzel sanatlarla uygulamalı sanatlar arasındaki sınırları eriterek, ikisinin birlikteliğinden yaşam için fayda üretmeyi amaçlamıştır. Tüm bunlarla mimari, endüstriyel tasarım ve görsel iletişimi etkilemiş ve modernist bir tasarım dili geliştirmeyi başarmıştır. Bauhaus ayrıca savaş ve yıkımın gericiğine karşı sanat ve tasarımla ilerlemeyi bir eylem planı olarak benimseyerek aktivist tasarım tarzına önemli katkılar sunmuştur.

Bu tarihlerde toplumsal cinsiyet kabullerinde güzellik ve haz kavramlarıyla bütünleştirilen kadın imgesi bazı kadın sanatçılar tarafından eleştirilmiş ve bu

duruma karşı eserler ortaya çıkarmalarını sağlamıştır. Aktivist bir tarz benimseyen Hannah Höch klişeleri bir kenara bırakarak birbirinden çok farklı öğeleri bir araya getirmiş ve örneğin Görsel 1.28'deki gibi algılara meydan okuyan yeni ve farklı sanat nesnelere oluşturmuştur (Higonnet, 2005, s.328).

**Görsel 1. 28.** Hannah Höch, Kızılderili Dansçı, 1930, New York, MOMA



<https://www.moma.org/artists/2675?=&page=&direction=> Erişim Tarihi: 10.07.2020/14.43

### 1.3.5 Modern Tasarım Hareketi

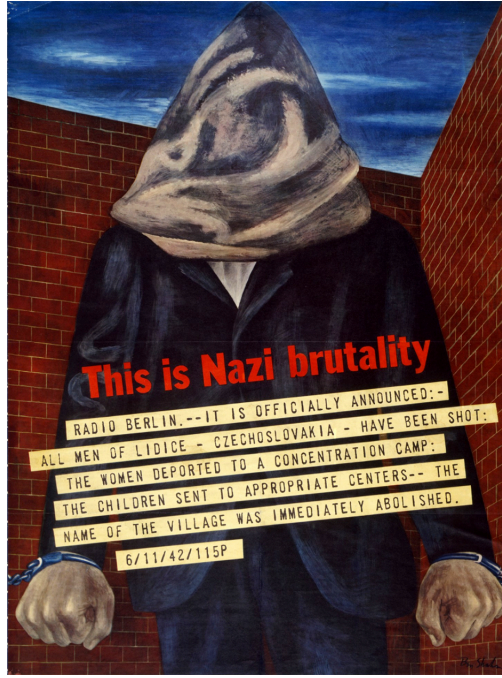
20. yüzyılın başlarında az zaman farkıyla arka arkaya meydana gelen dünya savaşları, ekonomik buhranlar tüm dünya toplumları üzerinde travmatik etkilere sebep olmuştur. Savaşlar devam ederken bir yandan da hayat devam etmiş, teknoloji, sanat, edebiyat ve tasarım alanında yenilikler yaşanmıştır. Böylesi olumsuz ortamlar bir taraftan da çözüm potansiyelini içinde taşıyarak, insanları baskı politikaları karşısında daha fazla özgürlük ve sesini duyurmak için yollar aramaya itmiştir. İnsanlar adil ve daha yaşanılır bir dünya yaratmanın bireyin ve toplumun değişiminden geçtiğini anlamışlardır. Özellikle bazı sanatçılar insanların içinde bulunduğu koşulları eylemleriyle değiştirebilme kapasitesine dikkat çekerek bu amaçla tasarımlar yapmış, kültürel bilinçlenmeye katkı sağlamışlardır. Bu noktada görsel iletişimin tüm bileşenleri önem kazanmış, mesaj verme, eyleme geçirme, toplumsal duyarlılık ve farkındalık oluşturma gibi amaçlarla kullanılmıştır. Özellikle

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu insanlara tanınan özgürlüklerin güvence altına alınması amacıyla 1948 yılında 30 maddelik İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi hazırlayarak kabul etmiştir (tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf Erişim Tarihi: 22.04.2020/08.40). (EK A) Bu ve benzeri gelişmelerin etkisiyle demokratik hak ve özgürlükler daha önemli hale gelmiştir. Daha sonra insan haklarına yönelik yapılan birçok sözleşme ve bildirge için İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi referans kabul edilerek çıkış noktası olmuştur. Bunlardan bir tanesi de kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddetle mücadele etmek amacıyla 2011 yılında hazırlanan uluslararası nitelikteki İstanbul Sözleşmesi'dir. (EK B)

20. yüzyıla kısaca dönülecek olursa Almanya'da birçok sanatçı ve tasarımcı Bauhaus'un kapatılması ve artan baskılar nedeniyle Avrupa'nın diğer ülkelerine ve Amerika'ya göç etmiş, gittikleri ülkelerde tasarım ve üretime devam ederek kendi bakış açıları ve tasarım anlayışlarını buralara taşımışlardır. Amerika'ya yaşanan bir nevi Avrupa kökenli bu tasarım göçü, Amerikan stiliyle birleşerek özellikle basılı medya alanında modern hareketin başlamasına öncülük etmiştir. Bu aşamada grafik tasarımın en yoğun olarak görüldüğü ve geliştiği alanlardan biri Harper's Bazaar, Vogue, Vanity Fair, House and Garden gibi dergiler olmuştur. Dergiler, fotoğraf, fotomontaj, özgün tipografi ve yenilikçi tasarım birlikteliğiyle çok başarılı tasarımlara öncülük etmiştir. Alexey Brodovich (1898-1971) ve Erté (1892-1990) dönemin ünlü temsilcileridir. 1941 yılında Amerika'nın ikinci dünya savaşına girmesi sonucu yaşanan süreçte afiş tasarımları propaganda ve bilgilendirme amaçlı kullanılmaya başlanmış ve tasarım açısından başarılı örnekler verilmiştir (Bektaş, 1992, s.108).

Amerika'nın 1941 yılında İkinci Dünya Savaşı'na girmesiyle özellikle afiş tasarımları halkı motive etmenin yanında propaganda amaçlı kullanılmıştır. Ben Shahn da (1898-1969) (Görsel 1.29) savaş ortamlarındaki sosyal ve ekonomik adaletsizleri vurgulayarak, Nazi vahşetini propaganda amaçlı olarak kalabalık halk kitlelerine afiş aracılığıyla anlatmıştır (Bektaş, 1992, s.115).

Görsel 1. 29. Ben Shahn, Afiş Tasarımı, 1943



<https://www.moma.org/collection/works/5096> Erişim Tarihi: 21.04.2020/15.15

Savaş propagandası için yapılan afişlerde kadın arketipi geleneksel formda kullanılmıştır. Görsel 1.30'da uğruna savaşılan ulus, kadın imgelemi üzerinden anlatılmış kadın özgürlük için savaşılmaya, iş gücüne katılmaya hatta gerekirse uçak tamir etmeye teşvik edilmiştir (Higonnet, 2005, s.331).

Görsel 1. 30. İkinci Dünya Savaşı Afişi, İngiltere



<https://www.alamy.com/british-world-war-2-public-information-propaganda-poster-> Erişim Tarihi: 24.09.2020/14.50

İkinci dünya savaşı sanatçıların yoğun mesai harcadıkları diğer bir alan propaganda sergileri olmuştur. Dijital teknolojinin olmadığı bir dönemde nüfusun büyük bir bölümüne ulaşmak ve hayâl güçlerini yakalamak için sergiler önemli bir mekanizma haline gelmiştir. Bu nedenle propaganda sergileri manipülasyon biçimi olmaktan çok iletişim aracı olarak kullanılmış ve güçlü devlet imajı halka bu yolla verilmiştir (Jones, 2015, s.14-15).

**Görsel 1. 31.** Propaganda Sergisi, Londra, 1941



<https://www.ltmuseum.co.uk/collections/collections> Erişim Tarihi: 07.04.2020/18.05

Görsel aktivist yaklaşımı benimseyen tasarımcılardan Saul Bass (1920-1996) daha sade bir üslupla tasarımlardaki karmaşıklığı gidererek tek ve etkili görüntüler kullanırken Paul Rand (1914-1996) kolaj ve montaj tekniklerini kavrayarak, renk, biçim, alan gibi görsel öğelerin, görüntü ve dokuların birlikteliğinden yararlanarak yalın ve özlü sembolik bir anlatım biçimi geliştirmiştir. Görsel 1.32’de görüldüğü gibi bir konuyu tasarım diline çevirirken basit ve sıradan işaret ve sembolleri kullanmayı tercih etmiştir (Bektaş, 1992, s.108).

**Görsel 1. 32.** Paul Rand, Death Mask, 1969



<https://www.paulrand.design/> Erişim Tarihi: 05.10.2020/07.55

Savaşın sebep olduğu ekonomik zorluklar ve baskı ortamının aksine savaş sonrasında nispeten meydana gelen iyileşmeler kadın algısını yeniden şekillendirmiştir. Sovyetler Birliği kadınların yurttaşlık, sorumluluk ve kamusal alana dahil olmalarını savunmuş, sokakta gösterilere katılan kadınları desteklemiştir. Amerika'da ise kadın ev içinde, eş, anne ve tüketim nesnesi olarak görülmüş reklamlar da bu imajı destekleyip beslemişlerdir.

Kapitalist yaklaşımın bir sonucu olarak dergiler özellikle kadın okuyucu kitlesi hedeflenerek hazırlanmış, moda, tarz, tüketim arzusu bu dergiler aracılığıyla verilmiştir. Dergiler geleneksel kadın rolünün sınırlarını belirleyerek, kadınlara değişimi ve başarıyı vaat etmiş, kozmetik, moda, ideal vücut ölçüleri gibi reklamlarla kadınları nerdeyse tek tipleştirmiştir (Higonnet, 2005, s.345).

1960'ların sonuna doğru Amerika'da yaşanan toplumsal kargaşa ve ekonomik buhranlardan sonra endüstri ve onunla beraber sanayinin değişmesi (savaş sanayisine dönüşmesi, soğuk savaş dönemi, uzay araştırmalarının başlaması vb.) çevre sorunları, azınlık ve kadın haklarına karşı duyarlılığın artması gibi durumlar toplum düşünce ve davranışlarında değişimlere sebep olmuştur. Savaş sonrası yaşanan toplumsal olaylar ve ekonomik etkenler kapitalist sistemin yeniden üretimi için tüketici özgürlüğünü yaratmış ve kitlelere tüketici rolü biçmiştir. Geleneklere bağlılığı zayıf olan hatta onları küçümseyen ve tüketimi önceleyen bu kitlelerin

kültür ve yaşam biçimlerinin düşünce ve sanat alanında da kalıcı yansımaları görülmüş ve bu bakış açısı Pop Art akımını doğurmuştur. Pop Art sanatçıları yaratıcılıkla fazla ilgilenmemiş uyguladıkları tarz ve anlayış izleyiciler üzerinde bir nevi şok etkisi yaratmıştır (Tunç, 2003, s.115).

Pop Art bir hareketten çok kültürel bir dinamik olarak tanımlanmış ve geniş kitlelere ulaşmasında radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yoğun kullanımı kadar ortaya çıkan ürünlerin gençlere hitap etmesi geçici, ucuz, seri üretilen, esprili, seksi ve göz alıcı olması gibi özelliklere sahip olması da etkili olmuştur. Akımın İngiltere'deki temsilcisi Richard Hamilton (1922-2011) olurken, Amerika'da Jasper Johns (1930-), Andy Warhol (1928-1987) ve Roy Lichtenstein (1923-1997) öne çıkan isimler olmuşlardır (Shanes, 2009, s.17-18).

Pop Art kültüründe en çok eser üreten ve ürettikleri ikon haline gelen sanatçı olan Andy Warhol toplumun bozulan ahlaki değerleri ve tüketim kültürünün etkilerini düz, basit ve tüm tüketici kitlesinin anlayabileceği bir dille yorumlamıştır. Warhol Amerikan materyalist kültürün sembollerini tekrarlardan oluşan posterler haline getirmiştir. Görsel 1.33'te olduğu gibi ünlüler ve sanat eserleri dahil herkesi figüran olarak görmüş, güzellik imgesinin yanıltıcı olduğunu söylemiştir. Reklamlarla çok güzel ve ışılı gösterilen Amerikan hayatının aslında o kadar da muhteşem olmadığını savunmuş ve resimlerinde yaptığı tekrarlarla bu sıradanlığı anlatmıştır. Herkesin aynı şekilde görünüp aynı şekilde davranmasını eleştirip toplumu bir makineye benzetmiştir. Warhol hem sanatı hem tüketimi eleştirerek ürettiği işlerle her zaman muhalif ve aktivist bir tarz içinde olmuş çoğu zaman da anlaşılammıştır.

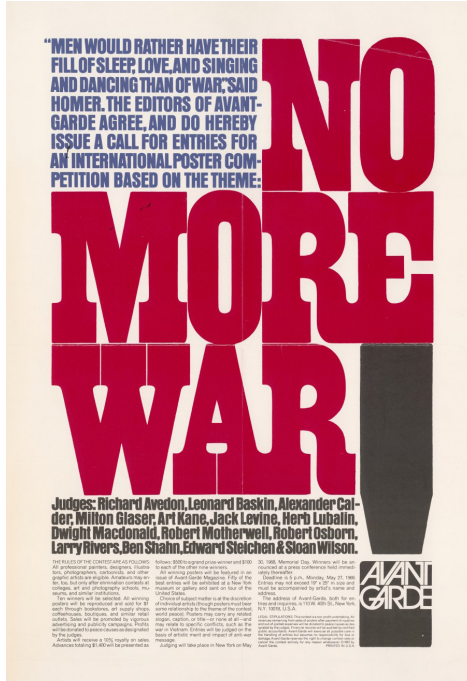
**Görsel 1. 33.** Andy Warhol, Marilyn Diptych, 1962, Tate Modern



<https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/andy-warhol> Erişim Tarihi:  
08.04.2020/15.10

1960’larda metal dizginin yerini çok daha pratik olan foto dizginin almasıyla tasarımcılar yeni font üretimine ağırlık vermişler bu sayede font ailesine mensup karakterlerin (plain, bold, italik) kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu da tasarımlarda tipografinin farklı ve özgün kullanımlarının önünü açmıştır.

Görsel 1. 34. Herb Lubalin, 1967



<http://lubalin100.com/> Erişim Tarihi: 08.04.2020/15.10

Görsel kimlik ve tasarım dilinin zenginleşmesi izleyici kitle üzerinde etkili olma kapasitesini zamanla arttırmıştır. Bununla beraber kurumsal bir görselliğe sahip olmak artık büyük firma ve markalar için bir prestij ve saygınlık ifadesi olmaya başlamış, bu durum kurumsal kimlik tasarımlarında da ciddi bir artış ve özgünlük getirmiştir (Bektaş, 1992, s.152-155).

### 1.3.6 Feminist Sanat, Sanat Tarihinde Feminizm

1960’lı yıllarda birçok kadın, sanatçı ve feminist kadınların sanattaki temsili, dışlanması hatta yok sayılmasına karşı çıkarak önemli bir mücadele içine girmişlerdir. Feminizm hareketinin etkisinin arttığı, cinsiyet temelli sorgulamaların çoğaldığı bu yıllarda kadınlar feminist sanat söyleminin oluşmasında önemli bir yol kat etmeyi başarmışlardır. Bu bilinçle üretim yapan kadın sanatçıların eserlerini feminist sanat başlığı altında değerlendirmek mümkün olmuştur. 1970’li yıllarda kadın sanatçılar nesneleştirilmiş kadın imajı görüntüsünü değiştirmek için aktivist bir

çaba içine girmiş bu durum sanat tarihinin feminist bir bakış açısıyla sorgulanmaya başlamasına katkıda bulunmuştur. Kadın vücudunun güzelliğini övme ile cinsel meta olarak görünme tehlikesi arasında kalan sanatçılar çözüm olarak vücudu direkt olarak görselleştirmek yerine ateş, toprak, su gibi çeşitli elementlerin çağrışımından faydalanma yolunu tercih etmişlerdir (Higonnet, 2005, s.354).

Feminist sanat amacını toplum içindeki kültürel kabulleri sorgulamak ve kadına yönelik algıları değiştirmek olarak belirlemiştir. Feminist sanatçılar sanatın sadece estetik amaçlı olmadığını aynı zamanda takipçilerini her türlü sorgulamaya teşvik etmesi ve bu yolla eşitliği sağlayan bir değişim sağlayabilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Sanat dünyasının erkek egemen olmasına tepki olarak kadın sanatçıların görünürlüğünü arttırmak için çeşitli yollar denemişlerdir. Bu nedenle erkekler tarafından daha az kullanılan tekstil, performans, video gibi araçlarla kendilerini ifade etmiş bunları güzel sanat perspektifi içine dahil etmişlerdir (<https://www.theartstory.org/movement/feminist-art/history-and-concepts/#nav> Erişim Tarihi: 25.09.2020/11.50).

Feminist sanatın gelişim sürecine sanat tarihinin en önemli feminist yazılarından biri sayılan Linda Nochlin'in 1971 yılında yayınlanan "Neden Hiç Büyük Kadın Sanatçı Yok" isimli makalesinin çok büyük katkısı olmuştur. Büyük ses getiren makalede Nochlin tarih boyunca deha (büyük) sanatçının ancak erkek olabileceği kültü, toplum içinde kadının iyi anne ve iyi eş sorumluluğunun her şeyden önce gelmesi gerektiği kabulü ve kadınların başarılı olsalar dahi göz ardı edildiği gerçekleri çerçevesinde bu soruya cevap aramıştır. Nochlin hiç büyük kadın sanatçı olmamasının bireysel bir deha veya onun eksikliğinden veya özelde kadın olmaktan değil, toplumsal engeller ve cinsler arasında eşit bir eğitim ve çalışma imkânı bulunmamasından ileri geldiğini belirtmiştir. Ayrıca kadınların mesleklerinde ve sanatlarında çok iyi olsalar dahi aşk veya evlilik söz konusu olduğunda toplumsal rolleri gereği ya kariyer ya evlilik gibi bir tercihle seçim yapmalarının beklendiğini dile getirmiştir (Nochlin, 2008, s.119).

Amerikalı sanatçı Judy Chicago kadınların insanlık tarihi içindeki katkılarını bir enstalasyonla ortaya koymuştur. "Akşam Yemeği Partisi" isimli çalışmasında (Görsel 1.35) Chicago büyük üçgen bir masanın üzerinde batı kültüründe önemli yerleri olan 39 kadın için özel olarak hazırlanmış bir yemek sofrası düzenlemiştir. Üçgen masanın ortasındaki boşlukta ise 99 kadının ismi yer almıştır (Erden, 2012, s.35).

Görsel 1. 35. Judy Chicago, 1979, Brooklyn Müzesi



<http://www.judychicago.com/gallery/the-dinner-party/dp-artwork/#7> Erişim Tarihi: 12.07.2020/11.45

1972 yılında çıkan “Görme Biçimleri” kitabında John Berger (Berger, 2014, s.47) sanatta ideal seyircinin her zaman erkek olarak kabul edilmesinden ötürü sanat tarihi içinde kadın imgesinin her zaman erkeğin gururunu okşamak için düzenlendiğini belirtmiştir. Berger ayrıca “*Erkekler davrandıkları gibi, kadınlarsa göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederek, kadınlarsa seyredişlerini seyrederek. Böylece kadın kendisini seyirlik bir nesneye dönüştürmüş olur.*” şeklindeki görüşleriyle durumla ilgili değerlendirmelere katkı sunmuştur.

1972’de Kaliforniya’da bir grup kadın sanatçı, kadın sanatının temsili için yeni mekanlar oluşturmayı hedeflemişlerdir. Sanatçılar Judy Chicago ve Miriam Schapiro California Sanat Enstitüsü’nde Feminist Sanat Programını kurmakla kalmamış Los Angeles’ta kadın sanatçıların enstelasyonlarla katkıda bulunacağı Womanhouse projesini hayata geçirmişlerdir. Womanhouse normal bir evden kadın sanatçı ve öğrencilerin sanatsal dokunuşlarla yenilediği ve değiştirdiği sanatsal bir mekâna dönüştürülmüştür. Kadın sanatçılar çeşitli performanslarla ve yaptıkları eserlerle geleneksel ev ve kadın arasındaki ilişkiyi yeniden ele almışlardır. Proje geleneksel toplum kabullerinde kadının yalnızca eş ve anne olarak konumlandırıldığı ev içi ortamını sanatsal faaliyetlerini sunma alanına dönüştürmesi açısından son derece önemlidir (<https://www.theartstory.org/movement/feminist-art/history-and-concepts/#nav> Erişim Tarihi: Erişim Tarihi: 25.09.2020/11.50).

**Görsel 1. 36.** J. Chicago, M. Schapiro Womanhouse, 1972, California



<https://www.nytimes.com/2018/03/12/arts/design/women-house-judy-chicago.html> Erişim Tarihi: 25.09.2020/12.51

Feminist sanatçılar tek bir ortam veya tarzda birleşmek yerine kavramsal sanat, beden sanatı ve video sanatı gibi çok çeşitli akımları tercih etmişlerdir. İzleyiciye direkt mesaj iletme özgürlüğü nedeniyle feminist sanatta beden ve performans sanatı yoğun bir şekilde kullanılmıştır. New York'ta yaşayan sanatçı Hannah Wilke, 1975 yılında 'Yıldızlaşmış Nesne Serisi' isimli performansı gerçekleştirmiştir (Görsel 1.37). Ziyaretçilere çiğnemeleri için renkli sakızlar vermiş bir süre sonra bunları geri alarak derisinin üstüne yapıştırmıştır. Bunlar kadına yönelik her türlü damgalamayı temsil eden çirkin yaralar olarak betimlenmiştir. Böylelikle cinsellik göstergeleri, her türlü sınıfsal ötekileştirme ve belirlenmiş kadınlık yapılarını sorgulamıştır. Wilke performansın daha kalıcı olması için bu anlarını fotoğrafik kayıt altına almıştır (<https://www.moma.org/collection/works/102432> Erişim Tarihi: 25.09.2020/14.00).

Görsel 1. 37. Hannah Wilke S.O.S. Yıldızlaşmış Nesne Serisi, 1974



<https://www.moma.org/collection/works/102432> Erişim Tarihi: 25.09.2020/14.07

Nochlin'in yankı uyandıran makalesinin yayınlanmasından on yıl sonra, sanat tarihçisi olan Raszka Parker ve Griselda Pollock "Woman, Art and Ideology" isimli bir kitap yayınlamaya çalışarak sanat tarihinin tarafsız ve nesnel olmaktan çok ideolojik olarak değerlendirildiğini, kadın sanatçıların ve eserlerinin dışlanarak uzun süre yok sayıldığını belirtmişlerdir. Böylece sanat ve ideoloji arasındaki ilişkiyi kadın kavramı üzerinden analiz ederek, feminist sanat araştırmaları için kaynak oluşturmuşlardır (Antmen, 2008, s.17).

1985 yılında Amerika'da bir grup kadın sanatçı bir araya gelerek Gerilla Kızlar (Guerilla Girls) hareketini başlatmış ve sanatta cinsiyet eşitsizliğine karşı aktivist eylemlerde bulunmuşlardır. Grubun en ses getiren eylemlerinden biri kadın bedeninin seyirlik nesne haline getirilişini sorguladıkları "Kadınların müzeye girebilmeleri için illa ki çıplak mı olmaları gerekir?" sorusudur. Gerilla kızlar bu sorunun peşine düşerek birçok çalışma ve afiş üretmiş (Görsel 1.38), uluslararası alanda konuya dikkat çekmeyi başarmışlardır (Antmen, 2008, s.8). Grup üyeleri belli periyotlarla bu soruyu yenileyerek müzelerde eserleri yayınlanan kadın sanatçıların istatistiklerini aynı afişle duyurmaya devam etmektedirler.

Görsel 1. 38. Guerrilla Girls, 1989, Tate Müzesi



<https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages> Erişim Tarihi: 08.10.2020/09.57

Türkiye’li sanatçı Nur Koçak, feminist sanat alanında birçok eser vermiş, eserleriyle kadına biçilen cinsiyet rollerini sorgulamıştır. Bu eserlerinden biri olan Ruj Mihrabı’nda (Görsel 1.39) tüketim toplumunda kadın için güzellik şartı olarak sunulan nesnelere ele alarak reklam ekonomisi içinde kadının görünmez ve yok sayıldığını savunmuştur (Antmen, 2013, s.98).

Görsel 1. 39. Nur Koçak, Meyvasılar ya da Ruj Mihrabı, 1988



<http://kayhankaygusuz.com/works/nur-kocak/> Erişim Tarihi: 26.09.2020/09.03

İran’lı sanatçı Shirin Neshat İran’da doğmuş, 17 yaşında eğitim için gittiği Amerika’ya yerleşmiştir. Bu nedenle hem İran’da kadın olmanın anlamı hem de Amerika’da yabancı olmanın getirdiği zorluklarla arada kalma halinin tanıklığını yaşamıştır. 1993-1997 yılları arasında “Women of Allah” (Allah’ın Kadınları)

fotoğraf serisi ile (Görsel 1.40) kadının kültür içindeki rolünü kadın vücudu, kaligrafisi, silah, siyah çarşaf imgeleri üzerinden irdelemiştir (Azar, 2015, s.60).

**Görsel 1. 40.** Shirin Neshat, ‘Woman of Allah’ 1999, Leila Heller Galeri



<https://www.artsy.net/artwork/shirin-neshat-speechless-women-of-allah-series> Erişim Tarihi: 25.09.2020/15.20

### **1.3.7 Karşıt Tasarım (Anti-Design), Radikal Tasarım (Radical Design), Eleştirel Tasarım (Critical Design)**

1960-1970’li yıllarda insanların ilk kez aya ayak basmaları, savaş karşıtı yoğun protestolar, öğrenci hareketleri, hippiler, Pop Art, çevrecilik hareketlerinin yaygınlaşması, kadın hareketleri bağlamında feminizm ve benzeri toplumsal olaylar, hayatın birçok alanındaki uygulamaların ve adalet sisteminin sorgulanmasına yol açmıştır. Bu karmaşık ortamda İtalya’da her duruma eleştirel bakış getiren, mevcut bütün tasarım ve durumları sorgulayan İtalyan Radikal Tasarım akımı oluşmaya başlamıştır. Bu akım özellikle Superstudio, Archizoom, Studiodada, Global Tools gibi en çok bilinen avangart tasarım grupları etrafında şekillenmiştir. Bu akımı geliştiren sanatçı ve tasarımcılar özellikle modernizme, ırkçılığa, savaşa, her türlü kuralcı düşünmeye karşı çıkmış, tüketicilik ve eşitsizliği protesto etmişlerdir.

(<https://www.fastcompany.com/90149336/inside-italys-most-transgressive-design-movement> Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.17)

İtalyan Radikal Tasarım akımının önemli temsilcilerinden olan tasarım stüdyolarında üretilen işler sonraki yıllarda Karşıt Tasarım, Radikal Tasarım, Eleştirel Tasarım gibi birçok isimle anılmıştır. Karşıt Tasarım sanat ve tasarımda modernizmin dayattığı sözde mükemmeliyetçilik ve kalıcılığa tepki olarak postmodernizm özelliklerini yansıtan tek kullanımlık, geçicilik, kitsch ve ironiyi tercih etmiştir. (<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095416737> Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.37)

Radikal Tasarım hareketi ise Karşıt Tasarım gibi belirli stil ve iyi tasarım ilkelerine karşı çıkararak alternatif yaşam tarzı modelleri geliştirmiştir. Geçmişle olan tüm bağlarını kopararak muhtemel gelecek vizyonlarını bir eleştiri ve kışkırtma aracı olarak sunmuştur. (<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100400791> Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.55)

Eleştirel tasarım terimi ilk olarak Anthony Dunne tarafından 1999'da yazdığı Hertzian Tales adlı kitabında kullanılmış; daha sonra kavram Dunne ve Raby'nin 'Design Noir' (2001) adlı kitabında geliştirilmiştir (<http://dunneandraby.co.uk/content/bydandr/13/0> Erişim Tarihi: 10.02.2021/10.25). Dunne ve Raby (2007), eleştirel tasarımı, "*nesnelerin günlük yaşamda oynadığı rol hakkında dar varsayımlara ve önyargılara meydan okumak için spekülatif tasarım önerileri kullanma*" olarak tanımlamaktadır (Dunne & Raby, 2001).

Tasarımın bir eleştiri biçimi olarak uzun zamandır kullanılmış, Eleştirel Tasarım ise bunun ana bir başlık altında konumlanmasına ve geliştirilmesine yardımcı olmuştur. Eleştirel tasarım, mizah ve hicivi kullanarak yaşamla ilgili tüm sosyal, politik, teknolojik ve çevresel konularda tartışmalar yaratarak, eylemleri kışkırtarak ve varsayımlar oluşturarak farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Eleştirel Tasarım, tasarım için alternatifler sunmak yerine konuyla ilgili tartışma başlatmayı mekân olarak da sergi, konferans, seminer, üniversite kursları gibi alanları kullanmayı tercih etmektedir (Jones, 2012, s.5).

### **1.3.8 Spekülatif Tasarım (Speculative Design)**

2000'li yıllardan itibaren ciddi ivme kazanan teknolojik gelişmelerle beraber tasarımcılar disiplinler arasındaki sınırları kaldırarak, mühendislik, sosyoloji,

psikoloji, mimari, biyoteknoloji, dijital gibi alanların rolü ve insanlar üzerindeki etkileri üzerine yeniden düşünmeye başlamışlardır. Bilinmez ve eskisi kadar kolay öngörülemez bir gelecek tasavvuru her alanda olduğu gibi tasarım alanında da yeni yaklaşım ve arayışların doğmasına sebep olmuştur. Tasarımcılar tüm bu gelişmeler ışığında yeni bakış açıları geliştirerek tasarımı araç olarak kullanma yoluna gitmişlerdir. Bu bağlamda problem çözmek yerine kavramlara odaklanarak yeni sorular sormayı tercih etmişlerdir. Bu yeni arayışlar yukarıda bahsedilen Karşıt Tasarım, Radikal Tasarım ve Eleştirel Tasarım dışında Tasarım Kurgusu (Design Fiction), Gelecek Tasarımı (Future Design), Sorgulayıcı Tasarım (Interrogative Design) Söylemsel Tasarım (Discursive Design), Spekülatif Tasarım (Speculative Design) gibi çok çeşitli isimlerle anılmaktadır. Bunlar arasında en öne çıkanı tasarım pratiğini sorgulayan, eleştirel düşünme ve diyaloga dayalı Spekülatif Tasarım olmuştur (Mitrović, 2016, s.5-8).

Anthony Dunne ve Fiona Raby'nin 2013 yılında yayınladıkları "Speculative Everything" kitabında bu tasarım yaklaşımı derinlemesine anlatılmıştır. Dunne Spekülatif Tasarımın amacını sorunlara yeni perspektifler açmak, alternatif çözüm yollarıyla ilgili tartışma alanları oluşturmak ve insanların hayal gücünün özgürce akmasını teşvik etmek şeklinde açıklamaktadır (Dunne & Raby, 2013, s.2).

Spekülatif tasarım, olası gelecekler üzerine spekülasyon yapmaya ve şimdiki zamanın alternatif kurguları üzerine kavramlar üretmeye odaklanan eleştirel bir tasarım yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır. James Auger (Auger, 2016, s.15), Spekülatif Tasarımı, "*piyasa temelli modellere dayatılan kısıtlamalardan bağımsız olarak işleyebilen, normatif tasarıma ve onun dünyadaki rolüne karşıt bir tasarım biçimi*" olarak gördüğünü belirtmektedir. Mitrović'e göre ise Spekülatif Tasarım, "*tasarım pratiğini (ve onun modernist tanımını) sorgulayan, eleştirel düşünme ve diyaloga dayanan söylemsel bir uygulamadır. Bununla birlikte, Spekülatif Tasarım yaklaşımı, eleştirel uygulamayı bir adım öteye, olası senaryoların hayal gücüne ve vizyonlarına doğru götürür*" (Mitrović, 2015, s.13).

Bilim ve teknoloji ile ilgilenen şirketlerin sürekli olarak geleceğin trendlerini öngörme ve tahmin etmeye çalıştıklarını fakat bunun anlamsız bir faaliyet olduğunu belirten Dunne insanların nasıl bir gelecek istediği veya istemediği sorusuna odaklanılarak tartışılması ve kışkırtıcı sorular sorulması gerektiğini söylemektedir. Tasarımcıları da "Ya eğer? (what if)" sorusu etrafında kurgusal bir yapı oluşturarak gerçekliğin hayal gücü üzerindeki etkisini kaldırmaya teşvik etmektedir. Aynı

zamanda tasarımcıların rolünü yeni tasarım modelleri geliştirmek, tasarım spekülasyonunu geleceğe ilişkin konumlandırmak ve tasarımın ötesinde sinema, edebiyat, oyun, bilim, etik, politika ve benzeri tüm alanlardan ilham alarak tasarım yoluyla spekülasyon yapmak ve gerçekliği değiştirmek olarak belirtmektedir.

Spekülataf Tasarım potansiyel gelecek senaryoları oluştururken her biri farklı olasılıkları gösteren dört ana kurgu üzerinden gitmektedir. Bunlar Muhtemel Gelecek (Probable), Makul Gelecek (Plausible), Mümkün Gelecek (Possible), İstenen Gelecek'tir (Preferable). İlk kurgu olan Muhtemel Gelecek, mevcut sistem içinde tasarımcıların çalıştığı ve üretim yaptıkları alandır. İkinci kurgu Makul Gelecek, planlama ve öngörü alanıdır ve yakın gelecekteki alternatif alanları keşfederek şirketlerin buna göre hazırlanmalarını sağlamayı hedeflemektedir. Üçüncü kurgu Mümkün Gelecek, bugünün dünyasında bilimsel olarak mümkün görünmeyen yeni bir dünya önermeyi kapsar ve spekülataf kültür alanı olan yazı, sinema, bilimkurgu, sosyal kurgu ve tasarımdan faydalanır. Son kurgu olan İstenen Gelecek mümkün ve makul olanın kesiştiği alandır. Sosyal olarak daha yapıcı hayali gelecekler yaratarak, tasarımın tüm insanların vatandaş ve tüketici olarak daha aktif katılımına yardımcı olabileceğini varsaymaktadır. Tasarımcıların sosyal bilimler, siyaset, iktisat ve benzeri alan uzmanlarıyla iş birliğine dayalı spekülasyonlar yaparak bugünü oluştururken istenmeyen geleceklere yol açabilecek faktörleri erkenden tespit etmeyi amaçlamaktadır (Dunne & Raby, 2013, s.3-6).

Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde spekülataf tasarım her geçen gün artan bir ilgiyle takip edilmektedir. Teknoloji ve mühendislik alanında dünyanın en iyi eğitim kurumu kabul edilen MIT'in (Massachusetts Teknoloji Enstitüsü) her yıl düzenlediği Knotty Object'in 2015 yılındaki buluşmasında eleştirel ve spekülataf tasarım konusu ele alınmış, bu alanda yapılan çalışmalar daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır. Spekülataf tasarımın dikkatle takip edildiği diğer mekanlar modern dönemde üretim ve etkileşimin merkezi haline gelen müze ve galerilerdir. Bunlar arasından kendini dünyanın önde gelen sanat, tasarım ve performans müzesi olarak konumlandıran müzelerden biri olan V&A Müzesi (Victoria and Albert Museum) ilk spekülataf tasarım sergisini "Gelecek Burada Başlıyor" (The Future Starts Here) (Görsel 1.41) sergisiyle 2018'de gerçekleştirmiştir (<https://www.vam.ac.uk/exhibitions/the-future-starts-here> Erişim Tarihi: 12.02.2021/08.55). 2018 yılında spekülataf tasarım kapsamında üretilen işlerle şekillenen "Evimizin Geleceği" (Home

Futures) sergisine ev sahipliği yapan bir diğer müze de Londra Tasarım Müzesi (Design Museum of London) olarak öne çıkmaktadır.

**Görsel 1. 41.** Gelecek Burada Başlıyor Sergisi, V&A Müzesi, 2018, Londra



<https://www.vam.ac.uk/articles/about-the-future-starts-here-exhibition> Erişim Tarihi: 12.02.2021/09.00

Spekülatif tasarım alanında üretim yapan stüdyo, kurum ve ajansların sayısı her geçen gün artış göstererek çok sayıda şirket ve marka geleceklerini belirlemek adına spekülatif tasarıma yönelerek bu tür çalışmalar talep etmeye başlamıştır. Bu alanda The Future Laboratory, Superflux, Dunne&Raby ve Extrapolation Factory gibi ajans ve stüdyolar öne çıkmayı başarmıştır. Türkiye’de de spekülatif tasarıma olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bu çerçevede IKSIV’nin 2014’te düzenlediği 2. Tasarım Bienali’nin ana konusu “Gelecek Artık Eskisi Gibi Değil” olarak belirlenmiştir (<https://bigumigu.com/haber/spekulatif-tasarim-pekisi-gelecek-de-bizi-gorecek-mi/> Erişim Tarihi: 12.02.2021/08.55).

Geleceği şekillendiren ve bugünü daha iyi kılmayı hedefleyen çalışmalara odaklanan Spekülatif Tasarım gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. İlerleyen yıllarda bu alanda etkili aktivist tasarım modelleri geliştirilmesi mümkün görünmektedir.

Her dönem için toplumsal ve kültürel olaylar kadar teknolojik gelişmeler de sanat ve tasarım akımları üzerinde katalizör görevi görmüştür. Bazı sanatçı ve tasarımcılar kendinden bir önceki dönemin birikiminden yola çıkarak, bunları yeniden yorumlama yoluna gitmiş, bazıları ise geçmişi tamamen yok sayıp mevcut kuralları yıkarak yepyeni bir dil ve görsellik yaratmıştır. Her iki davranış modeli de sanat ve tasarım tarihine büyük katkılar yapmış ve günümüzde de yapmaya devam

etmektedir. Toplum hayatı içinde artan ihtiyaçları karşılamak için yapılan üretimler beraberinde plastik kullanımı, ihtiyaç fazlası üretim, evre tahribatı gibi sorunlar getirmiştir. Kapitalist tüketime tüm yaşamı kuşatmasıyla beraber sosyal adaletsizlik ve eşsizlik kavramları gün yüzüne çıkmış ve bunlara karşı yapılan eleştiriler de artmıştır. Ayrıca cinsiyet temelli eşsizliklerin sorgulanmasıyla feminist hareket hız kazanmış, kadınlar hayatın sosyal ve siyasal birçok alanında eşitlik talebinde bulunmaya başlamıştır. Sanatçı ve tasarımcıların bu ve benzeri sorunlara karşı eylem tarzı geliştirmeleri aktivist tasarım kavramını ortaya çıkarmış bu durum toplumsal bilinç ve farkındalığı arttırmıştır. Özellikle kitle iletişim kanallarındaki yenilikler yapılan eleştirel ve protest tasarımların çok daha fazla kişiye ulaşmasını sağlamış bu da daha fazla çalışma ve eylemin önünü açmıştır. İkinci bölümde aktivizm kavramı tüm toplumsal dinamikleriyle incelenecek aktivizmin geleneksel ve yeni araçları üzerinde durularak konu toplumsal örneklerle detaylandırılacaktır.

## 2. BÖLÜM

### AKTİVİZM

Değişimi hedefleyen aktivizm hareket halinde olmayla özdeşleşmiş bir kavramdır. Toplumsal hareketler ile aktivizm arasında sıkı bir bağ olmakla beraber aktivizmi tek bir başlık, görüş veya ideolojiyle sınırlamak mümkün görünmemektedir. Toplumun hemen her kesimi tarafından kullanılmakta ve gönüllülük esasına dayanmaktadır. Aktivizm kavramının genel çerçevesinin tanımlanması ve tarihsel sürecinin ele alınması tasarım aktivizmi söyleminin netlik kazanabilmesi ve daha doğru anlaşılabilmesi için önemlidir.

#### 2.1 Aktivizm Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Aktivizm kelimesi kökünde bir eylem ve hareketi barındırmaktadır. Fransızca “actif” eylemli, etkin anlamlarına gelen aktivizm Latince aynı anlama gelen “activus” sözcüğünden evrilmiştir. Türk Dil Kurumu’da (TDK) Fransızca’dan gelerek dilimize yerleşen kelimeye eylemcilik, karşılığı vermektedir. (<https://sozluk.gov.tr/>) Eylemcilik ise çok geniş bir alanı kapsamakta olup devamlı bir hareketlilik halini çağrıştırmaktadır. Aktivizmde esas konu bu hareket halinin sonuç olarak bir etki yani değişim yaratabilmesidir. Asef Bayat (Bayat, 2006, s.69) aktivizmi şu şekilde tarif etmektedir:

“Yaygın bir kavram olarak aktivizm insanların yaşamlarında değişim yaratmayı amaçlayan her türlü bireysel ya da toplumsal, kamusal ya da gayri resmi beşerî etkinliği ifade eder. Pasifliğin antitezi olarak aktivizm, ayakta kalma stratejileri ve direnişten daha süregelen eylem biçimlerine ve toplumsal hareketlere dek pek çok etkinliği içerir.”

Bu tanımın da belirttiği üzere aktivizmi tek bir başlık ya da ideoloji ile sınırlamak pek mümkün görünmemektedir. Eyleme konu olan durum toplumu, özünde insanı ilgilendiren herhangi bir konu olabileceği gibi, toplumun farklı ideolojik grupları veya fraksiyonlarının bir araya gelmesiyle veya tek bir kişi ile bile gerçekleştirilebilir. Aktivizmde farkındalık ve gönüllük iki önemli bileşendir. Eylemde bulunacak kişi veya grupların öncelikle problemin farkında olmaları daha sonra bunu değiştirmek, en azından toplum tarafından görünür kılabilmek için gönüllü olarak eyleme geçmeleri gerekmektedir.

İnsanlık tarihinin her döneminde çeşitli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Bu değişim ve dönüşümlerin sebebi de hiç şüphesiz ki yine insanoğludur. İnsanlar rahatsızlık duydukları toplumsal olaylar karşısında sessiz kalmamış onları değiştirmek için örgütlenmişlerdir. Bunların hepsinde net bir başarı sağlanmasa da toplumsal gelişmeler ve düzelmeler iyileşmelerini bu tür toplumsal hareketlere borçludur. Toplumsal hareketler, işçi sınıfları, çocuklar, kadınlar, engelliler, öğrenciler, belli meslek gurupları gibi toplumun çok çeşitli tabakaları tarafından gerçekleştirilebilir. Modern öncesi çağda toplumsal sınıf farkı çok daha belirgindir. Toplumun bir tarafında seçkin ve elit kısım diğer tarafında ise köylü, işçi, alt tabaka sınıfları mevcuttur ve tarih genellikle kral, komutan, toprak sahipleri gibi seçkin sınıflardan bahseder. Alt tabakadakiler ise ancak büyük toplumsal olaylar çıkarabildikleri ölçüde yazınsal tarihte bahis konusu olabilmişlerdir. Doğan Çetinkaya'nın da (Çetinkaya, 2008, s.17) belirttiği gibi "*Ancak modern sosyal bilimlerin gelişmeye başladığı 19. yüzyıldan itibaren toplumsal hareketlere ilişkin daha sistematik analizler ortaya çıkmaya başlamıştır.*"

İngiltere ve Amerika'da toplumsal hareketlerin ciddi ve büyük siyasi ve ekonomik değişimler zemininde ortaya çıktığını belirten Charles Tilly (Tilly, 2008, s.49) bu köklü değişimlerin altında yer alan dört ana unsurdan bahseder. Bunlar; savaş, parlamenterleşme, sermayedarlaşma ve proleterleşmedir. 18. ve 19. yüzyıldan itibaren alt tabaka sayılan işçi ve köylüler arasındaki örgütlenme hareketleri seçkin sınıfın dikkatini çekecek boyutlara ulaşmıştır. Toplumsal ilişkilerde kapitalizmin kendini göstermesi, metalaşmanın yayılması, kentleşmenin hızlanması ve buna bağlı olarak göçün kırsalda ve şehirlerde ciddi toplumsal karışıklığa neden olması, vergi ve ekmek ayaklanmaları, seçim mücadeleleri ve grevler artarak gelişmiştir (Çetinkaya, 2008, s.18).

1800'lü yıllara kadar geçen süre içinde yüksek vergi ve maliyetler, köylü hareketleri, milliyetçi ayaklanmalar, yoksulluk ve adaletsizliklerin yol açtığı hareketler, kentsel kargaşa dönemleri, toplumun alt tabakalarının zenginlere karşı öfkesini dile getirdiği tarımsal ayaklanmalar gibi birçok sosyal hareket ve protestolar yaşanmıştır. Sosyal açıdan incelendiğinde kadınların bu olaylarda oldukça aktif oldukları, örneğin uyarı çanları ve sokaklarda davul çalmak, yetkililer ve askerlerle alay etmek, seyircileri kendi yanlarına çağırarak, erkekleri gösterilere katılmaları için zorlamak, sokakları işgal etmek gibi hareketlerle bir nevi kışkırtıcı görevi üstlendikleri görülmüştür. Fransız Devrimi öncesi ve sırasında da kadınların aktif oldukları görülmüş, kadınlar protestolarda harekete geçirici bir rol oynasalar da devrimci örgütler kontrolü ele geçirir geçirmez erkekler tarafından dışlanmışlar ve özellikle siyaset alanında çok çeşitli sınırlamalara tabi tutulmuşlardır. Tarihsel süreç içindeki benzer durumlar cinsiyet eşitsizliği konusundaki tartışmaları arttırmış, kadınlar siyasal alanda etkin olabilmek için sokaklarda, forumlarda ve kulüp benzeri yerlerde konuşmalar yapmış, mektup, broşür ve elyazması metinlerle reform umutlarını, siyasal yaşamdan dışlanmamayı ve resmi vatandaşlıktan yoksun olmama arzularını dile getirmişlerdir (Godineau, 2005, s.24).

İzmir Kent Arşivi ve Müzesi'nde yer alan belgelere göre Türkiye'de kadınların yaptığı ilk protestonun 1828 yılında İzmir'de gerçekleştiği belirlenmiştir. Bu arşivdeki bilgilere göre ekmek fiyatlarına yapılan zam oranına karşı çıkan kadınlar üç gün boyunca sürdürdükleri eylemler sayesinde yapılan zammın geri çekilmesini sağlamışlardır (<https://www.izmirdergisi.com/tr/dergi-arsivi/39-15inci-sayi/1981-tarihte-ilk-protestoyu-izmir-li-kadinlar-yapti> Erişim Tarihi: 26.09.2020/10.19).

**Görsel 2. 1.** Kadınların Zam Protestosu, 1828, İzmir



<https://www.izmirdergisi.com/tr/dergi-arsivi/39-15inci-sayi/1981-tarihte-ilk-protestoyu-izmir-li-kadinlar-yapti> Erişim Tarihi: 26.09.2020/10.19

Toplumsal hareketler gelişim süreci içinde kendi literatürünü de ortaya çıkarmıştır. Modernite öncesi dönem Gustave Le Bon<sup>6</sup> tarafından ‘kalabalıklar’ olarak isimlendirilirken, ikinci dünya savaşından sonra etkili olmaya başlayan diğer bir kuram kitle toplumu kuramıdır. Çetinkaya’ya göre 1960’lı yıllarda yükselmeye başlayan toplumsal hareket, bu alandaki akademik çalışmalara da damgasını vuracak ve bugün de bu konuda önemini koruyan iki kuramın ortaya çıkmasına zemin hazırlayacaktır. Bunlardan bir tanesi, daha çok Birleşik Devletlerde etkili olan “Kaynak Mobilizasyonu Teorisi”, diğeri de Avrupa’da etkili olmuş olan “Yeni Toplumsal Hareketler” yaklaşımıdır. Toplumda her zaman hazır olan tepkileri, örgüt, personel ve alıcılarla bir araya getirerek, parasal ve diğer tüm kaynakları bir hareket oluşturmak üzere seferber etmek Kaynak Mobilizasyonu Teorisinin amacını oluşturmaktadır (Çetinkaya, 2008, s.23). 1948 yılında Birleşmiş Milletler’in kurulmasıyla beraber gelen kültürel değişim ve modernleşmeyle beraber toplumsal hareketlerin 1950’lerden sonra politik söylemden sıyrılıp daha kültürel bir kimlik kazandığı vurgulanmaktadır. Bu durum Yeni Toplumsal Hareketlerin kapsamını

---

<sup>6</sup> Gustave Le Bon (7 Mayıs 1841- 13 Aralık 1931) Fransız sosyolog ve antropolog. Toplum ve kitle psikolojisi üzerine yaptığı çalışmalarla tanınır.

oluşturmaktadır. Kavramda yer alan yeni ifadesi bu durumda bir de eski olduğunu akıllara getirmektedir. Çetinkaya'da 'Toplumsal hareketlerin eskisi yenisi olur mu?' diye sorduğu yazısında eski toplumsal hareketlerden kast edilenin işçi sınıfı hareketi olduğunu belirtmektedir (Çetinkaya, 2008, s.34). Eski yeni paradigmasını net bir şekilde ortaya koyan Claus Offe<sup>7</sup> (Offe, 1999, s.67) konuyla ilgili yazısında şunları söylemektedir:

“Eskinin aktörleri grup olarak hareket edip gelir dağılımı gibi çatışmalara müdahil olurken, yenisinde grup gibi davranmayan topluluklar belli temalar etrafında bir araya gelirler. Daha çok ekonomik büyüme ve toplumsal güvenlik temaları üzerinde duran eskinin aksine yeni paradigma barış, çevre ve insan hakları üzerine vurgu yapar. Eski paradigma özgürlük ve maddi ilerleme ile ilgiliyken yenisi bireysel özerklik ve kimlik üzerinde durur. Eski paradigmanda resmi, büyük ölçekli birlikler varken yenisinde enformel, farklılaşmaya dayalı zayıf bir örgütsel hiyerarşi vardır.”

Yeni toplumsal hareketlerin vermiş oldukları mücadele ekonomik alanlardan çok kimliğin rahatça ifade edilebilmesi, sivil ve kişisel haklar gibi kültürel alanlarda etkinliğini sürdürmektedir. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren Avrupa ve Amerika'da etkinliği artan savaş karşıtı hareketler, kadın hakları, çevre sorunlarına ilişkin eylemler, çocuk işçiler, nükleer karşıtı eylemler, LGBT<sup>8</sup> hareketleri bu alandaki toplumsal hareketlerden bazılarıdır. Bunların ortaya çıkışı ve artmasındaki temel paradigma demokratik yönetim biçimlerine paralel olarak temel hak ve özgürlüklerin ve toplumsal refah düzeyinin de artmış olmasıdır. Örneğin Kenan Çayır (Çayır, 1999, s.17) kadın hareketinin yükselişini, günümüzdeki kadınların önceliklere oranla daha fazla sömürülmelerine değil, modern toplumda bireysellik, katılım ve kendi olabilme üzerinde önemle durmalarına bağlamıştır.

Feminist hareketleri inceleyen Anne Marie Kapelli'ye (Kappeli, 2005, s.449) göre ise eğitim alanında elde edilen haklar, aydınlanma felsefesi, Fransız Devriminin sağladığı ortamda başlayan çeşitli kadın hareketleri, siyasal ve sosyal mücadeleler, cinsiyet eşitliği istemleri gibi birçok durum feminizm hareketinin doğmasına öncülük etmiştir. Feminizm ile kadınlar insan haklarının kadınları da kapsayacak şekilde genişletilmesi, kadınların vatandaş olarak kabul edilmesi, siyasal ve sosyal alanlarda

---

<sup>7</sup> Claus Offe: (1940-) Marksist siyaset bilimci. Frankfurt Okulu'nun bir üyesidir. Berlin'de Hertie School of Governance'de ders vermektedir.

<sup>8</sup> LGBT: Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Transgender

eşitlik sağlanması, yüksek eğitim hakkı, oy hakkı, eşit işe eşit ücret, ekonomik bağımsızlık, boşanma hakkı gibi taleplerini yüksek sesle dile getirmiş ve sıklıkla tekrarlamışlardır. Eğitim hakkı konusundaki en önemli kazanımlardan biri 1870 yılında Amerika’da kurulan ilk kadın kolejinden biri olan Wellesley Koleji’dir (Wellesley College). Görsel 2.2’de kadınlar ilk kez mezuniyet törenlerinde bilgili ve entelektüel olduklarının bilinciyle toplu olarak poz vermişlerdir (<https://www.wellesley.edu/about/collegehistory> Erişim Tarihi: 26.09.2020/09.48).

**Görsel 2. 2.** Wellesley Koleji Öğrencileri, 1879, A.B.D.



<https://www.wellesley.edu/about/collegehistory> Erişim Tarihi: 26.09.2020/09.48

19. yüzyılda kadınlar mevcut baskılara rağmen cinsiyet temelinde örgütlenmişlerdir. Feminist akım feminist kadınlarca çıkarılan dergi ve yayımlar, kurulan grup ve örgütlerle birçok ülkede taraftar sayısını arttırmış ve özel çabalarla uluslararası bir nitelik kazanarak aktivist hareketler arasında önemli bir yer tutmuştur.

Aktivizm kavramının genel çerçevesi üzerinde durduktan sonra aktivist kimdir ve ne yapar sorularına cevap aramak ta konunun bütünlüğü açısından faydalı olacaktır. Aktivizmde temel olarak bir problemin farkına varmak ve onu değiştirmek için harekette bulunmak, eyleme geçmek vardır. Aktivist ise bu problemin farkına varan ve eyleme geçen kişi olarak tanımlanabilir. Kelimenin sözlük anlamına bakıldığında ise benzer bir tanımlamayla karşılaşılır. Cambridge sözlüğünde aktivist kelimesi, sosyal veya politik bir konuda değişime güçlü bir şekilde inanan kişinin bu değişim için harekete geçmesi olarak tanımlanmaktadır (<https://dictionary.cambridge.org/> Erişim Tarihi: 03.02.2020/16.00).

Amerika’da yaşayan önemli bir aktivist ve avukat olan Randy Shaw (Shaw, 2001, s.18) Aktivistin El Kitabı’nda aktivistlerin toplumsal değişimi gerçekleştirme gücü olduğundan söz ederek kitabına şu meşhur örnekle başlar.

“1955 yılında, Alabama eyaletine bağlı Montgomery’de Rosa Parks adlı bir terzi kadın, bir otobüs sürücüsünün arka tarafa geç uyarısına uymadığı için tutuklandı. Parks’ın tutuklanmasına tepki olarak şehrin tamamında patlak veren otobüs boykotu, Parks’ı ve Martin Luther King Jr. adındaki genç bir rahibi ülke gündemine soktu. Devletin dayattığı ayrımcı yasaların kalkması bir on yıl daha almış olsada, Rosa Parks’ın bu cesur davranışı modern yurttaş hakları hareketinin sembolik başlangıcı olmuştur.”

Bu örnekten de anlaşılacağı üzere tek bir kişi dahi toplumsal değişimin ve dönüşümün öncüsü olabilir. Bir aktivist tek başına eylemde bulunabileceği gibi sosyal bir grup veya örgüt kimliği altında da bu işi yapabilir. Burada önemli olan maddi veya manevi çıkar elde etmek değil, ortak bir amaç etrafında toplanabilmektir.

Philip Lesly (Lesly, 1992, s.328) aktivist grupları amaçlarına göre 5 grupta sınıflandırmaktadır. Birincisi samimi gruplardır ve amaçlarını açık ve net bir şekilde ifade ederler. İyi niyetliler olarak anılan ikinci grup nispeten rahat ve maddi durumları yüksek bireylerden oluşur. Eylemde bulunurken kendi çıkarlarını gözetirler. Üçüncü grup sosyal mühendisler olarak adlandırılır. Bunlar kendi ahlak ve yaşam biçimlerini herkesten daha yukarda görerek, bunları diğer insanlara da kabul ettirme eğilimi gösterirler. Kibirli gruplar olarak anılan dördüncü gruplar insanlığın kurtuluşunu kendi ellerinde gören ve bunun için çalıştığını düşünenlerdir. Beşinci ve son grup ise ne dünyadan ne kendilerinden memnun olup, her şeye karşı olan muhalif aktivistlerdir.

Şekil 2. 1. Amaçlarına Göre Aktivist Gruplar



Aktivistlerin başarılı sayılabilmeleri gerçekleştirdikleri değişimin boyutuyla ölçülebilir. Bu değişim de güç odaklarına karşı yapıldığında anlam kazanacaktır. Gücü elinde tutan kim veya ne ise eylem ona karşı gerçekleştirilir. Günümüz dünyasında gücün artık hükümetlerden çıkarak büyük şirketlere geçtiği kabul edilen

bir gerçektir. Giovanni Arrigi<sup>9</sup> bu durumu şu şekilde özetlemektedir (Arrigi, 1995, s.33).

“Sermaye artışının Amerika merkezinin dışına çıkararak ulus ötesi bir biçimde genişlemesi, dünya pazarı rekabetinin yoğunlaşması ve dünya pazarı birliğinin sağlanmasında belli bir unsur haline gelerek devletlerin oynadığı rolü kökten değiştirdi. Komünist dünya dışındaki devletler üretim yöreleri olarak kendi topraklarının rekabet gücünü artırmaya ve kendi ulusal sermayelerinin ulus ötesi genişlemesini sürdürmeye yöneldiler. Böylece devletler, dünya ekonomi bağlantılılığının güçlenmesine katkıda bulunmakla beraber kendi sınırları içinde bile ekonomik faaliyetleri etkileme/denetleme yeteneklerine ağır bir darbe vurmuş oldular.”

Küreselleşen dünyada mevcut iktidarlar üzerinde etkili olan çeşitli baskı grupları mevcuttur. Etki gücü ve alanı her geçen gün biraz daha artan uluslararası şirketler bunlardan bazılarıdır. Necdet Aksoy’un da (Aksoy, 2008, s.55) belirttiği gibi “*Bu tür şirketler yapacakları yatırımlar, sağlayacakları istihdam ve ihracat girdileri gibi milli ekonomi açısından çok önemli hususları dile getirerek siyasal iktidarlara baskı yapmaktadırlar.*” Çok farklı alanlarda yapılan her türlü aktivist eylemler yani tabandan gelen toplumsal aktivizm, politik sistem ve şirketlere karşı en güçlü muhalefet olarak öne çıkmaktadır. Genç neslin çok uluslu şirketlerin hükümetlerden daha güçlü olduğunu bilerek büyüdüğünü ifade eden Naomi Klein’e<sup>10</sup> (Klein, 2004, s.172) göre gençler sorunlara çok pratik yaklaşmakta ve iktidar hükümetlerden şirketlere geçtiyse, kendilerinin de doğrudan şirketlere karşı çıkmak zorunda olduklarını düşünmektedirler. Gençler eylemlerinde şirketlere yani bir anlamda markalara karşı savaş açmaktan kaçınmamaktadırlar.

Çokuluslu şirketleri hedef alan aktivist hareketler, Amerika ve Avrupa ülkelerinde birbirine paralel bir zamanlamayla başlamış ve hız kazanarak devam etmiştir. Klein bunun başlangıcı olarak Shell ve çevreci aktivist grup Greenpeace grubu arasındaki anlaşmazlığı gösterir. 1995 yılında Shell artık işe yaramayan paslı bir petrol platformunu Atlas okyanusu açıklarına gömeceğini açıklamış, Greenpeace grubu ise buna karşı çıkararak 14.500 ton ağırlığındaki platformun karaya çekilmesi ve

---

<sup>9</sup> Giovanni Arrighi: (7 Temmuz 1937 - 18 Haziran 2009) İtalyan ekonomist, sosyolog ve dünya sistem analisti. Sosyoloji Profesörlüğü yapmıştır.

<sup>10</sup> Naomi Klein: (5 Mayıs 1970-) Kanadalı gazeteci, yazar ve aktivist. Kolektif küreselleşme konusundaki politik analizleriyle tanınıyor.

parçalarının geri dönüştürülmesi gerektiğini savunmuştur. Bununla kalmayarak yaptığı eylemlerle konuyu dünya gündemine getirmeyi başarmış, Avrupa ülkelerinde Shell satışlarında %20 ile 50 arasında düşüş sağlayacak kadar etkili bir kampanya yürütmüştür. Eylemlerin başlamasından 4 ay sonra Shell geri adım atmış, platformu karaya taşıyarak parçalara ayırmayı ve bunun için yaklaşık 4 katı fazla para harcamayı kabul etmiştir. Bu durum ilk kez çevreci bir grubun uluslararası bir eylemle bir şirket devine geri adım attırması ve otoritesini sarsmayı başarması olarak kayıtlara geçmiştir (Klein, 2012, s.401).

Şirket karşıtı aktivizme diğer bir örnek de yine Shell markasıyla ilgilidir. Shell uzun yıllar Nijer deltasında Ogoni halkının topraklarından milyar dolarları bulan petrol çıkarmıştır. Nijerli yazar Ken Saro Wiwa şirketin kasasına giren milyarlarca dolara rağmen, Nijer halkının çeşme suyu ve elektrikten yoksun yaşaması üstelik topraklarının açık boru hatları ve petrol sızıntıları gibi sebeplerle zehirlenmesi karşısında Ogoni halkını örgütleyerek reform yapmış ve Shell'den tüm zararları için tazminat talep etmiştir. (Görsel 2.3)

Görsel 2. 3. Ken Saro Wiwa ve Ogoni Halkının Shell'i Protestosu



<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/shell-on-trial-1690616.html> Erişim Tarihi: 07.02.2020/14.55

Protestoların büyümesiyle Shell bu topraklardan çekilmek zorunda kalmıştır. Ancak olaylar durulmamış uluslararası toplumun baskılarına rağmen Wiwa ve Shell'e karşı protesto eyleminde bulunan 8 Ogoni lideri Nijer askeri hükümeti tarafından idam edilmiştir. Bu durum, insanların Shell'i uluslararası düzeyde boykot

etmelerine sebep olmuş, Greenpeace üyesi bir aktivist büyük bir Shell tabelasına kendini boynundan asarak çarpıcı bir protesto eylemi gerçekleştirmiştir (Klein, 2012, s.406).

Her iki örnekte de önemli olan nokta, markaya karşı yapılan eylemlerin duruma maruz kalan ülke sınırlarında kalmayarak, uluslararası toplum ve hükümetlerin desteğini alması ve uluslararası düzeyde boykot edilmesidir. Bu da aktivist hareketlerin etki alanlarını göstermesi açısından dikkat çekicidir. Artık küresel dünyada herhangi bir ülkede yaptığımız bir hareket dünyanın öbür ucunda yankı bulmaktadır. Ve çok uluslu şirketler ülke bazındaki faaliyetlerinde bunu dikkate almak zorundadırlar.

Toplumsal aktivizmin hayata geçmesi, o toplumdaki demokrasinin işlerliğiyle yakından ilgilidir. Çünkü demokratik yönetim, toplumsal uzlaşmayı ve bireylerin kendi hayatlarını kendi inisiyatifleriyle yönetmelerini amaçlar. Bu nedenle demokratik ülkelerdeki aktivist hareketlerin sıklığı ve sorunun çözüme olan etkisi çok daha yüksektir. Bu da güvence altına alınmış olan, ifade özgürlüğü, sivil toplum kuruluşları, baskı grupları, toplumsal ve sosyal hareketlerin varlığıyla kendini göstermektedir.

## 2.2 Aktivizm Araçları

Aktivizm temelde bir hareketlilik hali olduğundan buna bağlı olarak aktivist eylemlerde bulunmanın çok çeşitli yolları mevcuttur. Bir konuda problem tespit edip bunu değiştirmek isteyen gruplar Klein'nin de ifade ettiği gibi bunu “*sosyal açıdan saygın olanından teröristvari yaklaşıma kadar*” birbirinden çok farklı şekillerde dile getirmektedir (Klein, 2012, s.347). Tüm dünyada markaların etkinliği ve yaygınlığının çok ciddi bir oranda artması bu durumun anti tezi olan markaların ihlallerini ve zararlarını ortaya çıkarmayı hedefleyen, insan hakları eylemcileri, sivil toplum kuruluşları ve çevreci grupların artışı da beraberinde getirmiştir. Tekil kişi veya örgütlü grupların eylemlerini gerçekleştirirken kullandıkları araçlar zaman içinde değişiklik göstermiştir. Eskiden eylemin merkezi sokaklar olarak kabul edilirken günümüzde teknolojinin getirdikleriyle bunun birden fazla yolu olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle aktivizmde kullanılan araçları geleneksel ve yeni araçlar olarak iki ana kategoride incelemek mümkündür.

## 2.2.1 Aktivizmin Geleneksel Araçları

Hedef organizasyon üzerinde baskı uygulamak için sıklıkla başvuru alan mektuplar, telefon kampanyaları, dilekçeler ve imza kampanyaları dışında sivil itaatsizlik, gösteri ve mitingler, grev ve boykotlar, en geleneksel aktivizm araçları arasında sayılabilirler (Sert, 2012, s.136).

### 2.2.1.1 Sivil İtaatsizlik

Tarihsel açıdan incelendiğinde Henry David Thoreau'nun<sup>11</sup> 1846 yılında dört yıldır toplanan kilise vergilerini ödemeyi reddederek eylem yapması ve bu nedenle hapse atılması sivil itaatsizliğin ilk örneklerinden sayılabilir. Thoreau'nun düşüncelerinden etkilenen ve bunları geliştirip pratiğe aktararak tarihte önemli bir yer edinen kişi ise Mahatma Gandhi'dir.<sup>12</sup> Gandhi şiddete başvurmaksızın gerçeğe hizmet etmeyi amaçlamış, pasif direniş ve sivil itaatsizlik kavramlarını harmanlayarak kendine has bir eylem türü geliştirmiştir (Dağtaş, 2008, s.34). Sivil İtaatsizlik Thoreau tarafından “*yasaların sivil olarak ihlal edilmesi olarak tanımlanmaktadır.*” (Thoreau, 1997, s.41). Aykut Çelebi (Çelebi, 2011, s.81) ise sivil itaatsizliğin fiziksel zora başvurmasa da yasayı açık bir biçimde ihlal ettiğini ama bunun darbecilik gibi düzeni açıkça ortadan kaldırma amacı taşımadığını söyler. Sivil itaatsizlikte gönüllü olarak kanunlara direnme isteği vardır. Kişi tüm yasal yolları (mektuplar, telefon kampanyaları, dilekçeler ve imza kampanyaları vb.) denedikten sonra son çare olarak sivil itaatsizliğe başvurur. Sivil itaatsizlik bireysel olarak yürütülen bir muhalefet türü olduğu için psikolojik faktörler ön plana çıkmaktadır. Şükrü Nişancı'ya (Nişancı, 2003, s.154) göre sivil itaatsizlik eylemi, ani ve spontane gelişen bir eylem olmadığı için yoğun bir zihinsel hazırlık gerektirir. Eylemci bir yandan haksızlığın boyutlarını fark ederken, diğer yandan buna karşı yumuşak ve ikna edici metotları benimseyip içselleştirmektedir. Erdal Dağtaş

---

<sup>11</sup> Henry David Thoreau: (12 Temmuz 1817-6 Mayıs 1862) Amerikalı yazar, filozof, kölelik karşıtı. Sivil İtaatsizlik adında bir makale yazarak, başta Gandhi olmak üzere birçok insana ilham kaynağı olmuştur.

<sup>12</sup> Mohandas Karamchand Gandhi: (2 Ekim 1869 - 30 Ocak 1948) İnsan hakları savunucusu, Hindistan ve Hindistan Bağımsızlık Hareketi'nin siyasi ve ruhani lideri.

(Dağtaş, 2008, s.31) ise sivil itaatsizliğin düzen karşıtı, muhalif ve eleştirel bir birey tipini ortaya çıkarma eğiliminde olduğu görüşündedir.

Ahmet Taşkın (Taşkın, 2004, s.127-128) sivil itaatsizlik kavramının temel unsurlarını şöyle sıralamaktadır: Yasaya aykırılık, şiddet içermeme, kamuya açıklık, toplumun adalet anlayışına çağrı, siyasi ve hukuki sorumluluğun üstlenilmesi, somut haksızlığa karşı olma. Amerika'nın Alabama eyaletinde siyahların kendilerine ayrılmış otobüslere binmeyi ve yine kendilerine ayrılan marketlerden alışveriş yapmayı reddetmeleri, Danimarka'da ikinci dünya savaşı sırasında Nazilerin Yahudilere karşı yaptığı ayrımcılığın halk tarafından kabul görmemesi, Vietnam savaşına çağrılan gençlerin çağrı belgelerini yakmaları ve hemen her yerde savaş karşıtı eylem yapmaları Gandhi ve onun görüşlerini benimseyen yüzlerce kişinin gerçekleştirdikleri eylemlerle Hindistan'ı İngiliz sömürsünden kurtarmada etkin rol oynamaları dünya genelinde gerçekleştirilen sivil itaatsizliklere örnek gösterilebilecek önemli olaylardır.

**Görsel 2. 4.** Mahatma Gandhi Eylem Yürüyüşünde, 1946, Hindistan



<https://www.monroegallery.com/gallery/default/photoDetail/gandhi-walking-with-close-advisors-and-family-members-india-1946> Erişim Tarihi: 07.10.2020/10.53

Türkiye'de ise sivil itaatsizlik eylemleri nispeten daha yakın tarihlerde gerçekleşmiştir. İlk sivil itaatsizlik olarak değerlendirilen eylem Türkiye Öğretmenler Sendikası'nın (TÖS) 1969 yılında gerçekleştirdiği öğretmen boykotudur. 90'lı yıllar ve sonrasında ise farklı amaçlarla yapılan birçok sivil itaatsizlik örnekleri mevcuttur. İzmir Bergama'da yöre halkının çevrenin zarar

görmesine karşı çıkmak için siyanürle altın çıkarmaya çalışan firmaya karşı başlattıkları eylemler buna örnektir (Ayhan & Çakmak, 2015, s.310).

### **2.2.1.2 Gösteri ve Mitingler**

Gösteri ve mitingler kalabalık gruplar tarafından en çok tercih edilen eylem türlerinden sayılabilir. Gösteriler yürüyüş şeklinde olabileceği gibi belirlenen bir mekânda toplanarak da gerçekleştirilebilir. Miting ise belli bir konu etrafında, ortak bir amaç için kalabalık bir grubun daha önceden belirlenmiş açık bir alanda bir araya gelmesidir ve genellikle konuşmacıların kalabalığa hitap etmesi şeklinde gerçekleştirilir. Miting daha çok siyasal iletişimde tercih edilen bir yöntem olsa da sivil amaçlarla yapılan ve amacına ulaşan çok sayıda örnekleri de mevcuttur. Önceden izin almaksızın, herhangi bir şiddet eylemine başvurmadan toplantı, gösteri ve yürüyüş hakkı, hem İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (<https://www.un.org>) ile hem de Türkiye Cumhuriyeti anayasanın 34. maddesine göre güvence altına alınmıştır. Her vatandaşın bu hakkı kullanma özgürlüğü vardır. ([www.icisleri.gov.tr](http://www.icisleri.gov.tr)) Gösteriler yapan kişilerin hayal gücüne bağlı olarak çok çeşitli şekillerde olabilmektedir.

Tarih içinde kadınlar başta eğitim hakkı olmak üzere birçok hakka uzun ve zorlu çabalar sonucunda ulaşmayı başarmışlardır. 20. yüzyılın başında oy hakkına sahip olmak isteyen kadınların mücadelesi İngiltere’de en üst noktaya çıkmış, kadınlar mitingler, grevler ve yürüyüşler düzenlemiş bunun sonucu olarak tutuklama, izlenme benzeri çok çeşitli baskılara maruz kalmışlardır. (Görsel 2.5, 2.6) 1906 yılında 300 kişilik kadın grubuyla başlayan mitingler daha sonra birçok ülkeye yayılmış ve tarihe Suffragette olarak geçmiştir. 1920’lere kadar çeşitli aralıklarla ve ciddi zorluklarla geçen bu süreç sonunda kadınlar çeşitli haklar elde etmeyi başarmışlardır (Kadıoğlu, 2005, s.20).

Görsel 2. 5. Suffragette Kadın Mitingleri, 1910, Londra



<https://www.theguardian.com/cities/2018/feb/02/suffragettes-london-holloway-prison-pankhurst-pubs>  
Erişim Tarihi: 14.07.2020/12.15

Görsel 2. 6. Suffragette Kadın Mitingleri, 1915, New Jersey, A.B.D.



<https://www.loc.gov/resource/mnwp.159032/> Erişim Tarihi: 06.10.2020/12.13

Bir başka örnek ise Amerika’da başlayıp diğer Avrupa ülkelerine yayılan “Sokakları Geri Al” gösterileridir. Çevre duyarlılığıyla başlayan bu gösteriler, ortak kullanım mekanlarının, yürüyüş parklarının, özgür ifadenin yer alacağı alanların tekrardan insanların kullanımına verilmesini amaçlayan, renkli sokak partileri olarak anılmaktadır. Gösteri şu şekilde ilerlemektedir: Binlerce kişi önceden belirlenen yerde toplanır, oradan hep birlikte sadece birkaç kişinin bildiği sokağa geçilir. Güçlü bir ses sistemi ile donatılmış karavan sokağa park edilir ve trafiğin kapanmasını sağlamak amacıyla teatral bir gösteri sergilenir. (Örneğin iki eski araba birbirine

çarpar ve sürücüleri arasında sahte bir kavga çıkar) Yolun ortasına 6 metre yüksekliğinde katlanır bir 3 ayak açılır ve biri bunun üzerinde durur. Trafik güvenle kesildiğinden “Nefes Al”, “Araba Giremez” ve “Alanları Geri Al” pankartları açılır, ses sisteminden yüksek seste müzikler açılır. Daha sonra alana gelen bisikletliler, değneklerle yürüyenler, davulcular, göstericilerle beraber yine alana kurulan, süs havuzları, salıncaklar, akrobasi gösterileriyle sokak adeta bir karnaval alanına çevrilir (Klein, 2012, s.334). SGA’cılarının (sokakları geri al) yaptıkları bu partiler sokak gösterilerini farklı ve daha renkli bir boyuta taşımıştır.

**Görsel 2. 7.** Sokakları Geri Al ‘Reclaim The Streets’ eylemleri



[https://en.wikipedia.org/wiki/Reclaim\\_the\\_Streets#/media/File:Reclaim\\_the\\_streets.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Reclaim_the_Streets#/media/File:Reclaim_the_streets.jpg) Erişim Tarihi: 17.02.2020/15.20

Türkiye’de 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kapsamında yapılan Feminist Gece Yürüyüşleri gösterilere verilebilecek bir örnek olarak öne çıkmaktadır. (Görsel 2.8)

**Görsel 2. 8.** 8 Mart Feminist Gece Yürüyüşü, İstanbul



<https://siyasihaber4.org/istanbul-ve-ankarada-feminist-gece-yuruyusu> Erişim Tarihi: 14.07.2020/13.00

### 2.2.1.3 Grev ve Boykotlar

Grev tanım itibariyle ülke, zaman ve ideolojik tutumlara göre farklılık gösterebilen bir kavramdır. Tarihin hemen her döneminde işveren ve çalışan arasında sorunlar olduğu kabul edilmekle beraber, grev tarzı toplu ve planlı eylemlerin özellikle endüstri devriminden sonra hız kazandığı düşünülebilir. Çünkü endüstri devrimiyle beraber köyden şehirlere göç hızlanmış, fabrikalarda çalışan insan sayısının artmasıyla işveren işçi ayrımı daha belirgin hale gelmiştir. İşçi sınıfının sayıca giderek artmasıyla ödenen ücretler düşmüş, çalışma koşulları kötüye gitmiş, iş kazaları artmış, çocuk ve kadın işçi sömürüleri ciddi oranda artmıştır. Bu ve benzeri durumlar işveren ve işçi sınıfı arasındaki uçurumu derinleştirmiş, işçi sınıfı işverene karşı kendini koruma ve onunla mücadele yoluna gitmeyi tercih etmiştir. Bu yollardan biri olarak da grevi görmüştür. Tüm bunlardan sonra Şenol Çelik'in (Çelik, 2019, s.3) geniş kapsamlı olarak yaptığı tanıma göre grev, *“işçilerin ekonomik ve sosyal hak ve çıkarlarını korumak ve geliştirmek amacıyla geçici bir süre için işyerinde faaliyeti tamamen veya kısmen durdurmaları veya işin niteliğine göre önemli ölçüde aksatmalarıdır.”*

Türkiye’de 1936 tarihli iş kanununda yer alan grev yasağı rejimi 1960’lı yıllara kadar etkinliğini sürdürmüştür. Mevzuattan kaynaklanan yasaklara ve uygulamadan kaynaklanan sınırlamalara karşın, işçiler için grev, işverenler için ise lokavt anlamına gelen bazı eylemler gerçekleştirilmiştir. 1947 tarihli tekstil işçileri grevleri, 1952 tarihinde İstanbul’daki inşaat işçilerinin grevleri, 1953 yılında İzmir radyosuna bağlı bazı solistlerin düşük ücret şikayetiyle yaptıkları grevler ülkemizde yakın dönemde gerçekleştirilen grevlere örnek olarak gösterilebilir (Makal, 2007, s.290).

Boykot ise bir grup insanın tepki amacıyla organize bir şekilde bir kişi, grup veya markayla siyasi, maddi ve sosyal ilişkilerini askıya alması veya tamamen kesmesidir. Daha spesifik anlamda tüketici boykotu ise bir veya daha fazla kişinin bir amaca ulaşabilmek için tüketici ve alıcıların bir ürün veya ürün grubuna ulaşmasını veya satın almasını engellemesidir (Uysal, 2016, s.19). Boykotlar şirket karşıtı eylemler olmasının yanında kişilerin toplumsal tepkilerini dile getirmenin bir yolu olarak da görülmektedir. Dünya üzerinde etkili olan boykotlara örnek olarak daha önce de bahsi geçen Shell örneği verilebilir. Shell’in çevreye verdiği zararı protesto eden Ogoni’li 8 eylemcinin idam edilmesi üzerine dünya genelinde birçok insan Shell’i satın almayarak boykot etmişler ve böylece markanın ciddi maddi

kayba uğramasına sebep olmuşlardır. Ülkemizde ise çeşitli siyasi sebeplere bağlı olarak farklı zamanlarda İtalya, Fransa ve Danimarka ülkelerine ait ürünlerin kullanımı tüketici ve mevcut iktidarca boykot edilmiştir (Uysal, 2016, s.19).

## **2.2.2 21. Yüzyılda Aktivizmin Yeni Araçları**

Yeni aktivizm araçlarını temelde gerilla aktivizm ve dijital aktivizm olarak ayırmak mümkündür. Sokak partileri, sokak tiyatroları, grafiti gibi eylem ve etkinlikler gerilla aktivizminin konusu olurken, dijital aktivizm, hacktivizm, slacktivism ise aktivist hareketlerin yeni araçları olarak öne çıkmaktadır.

### **2.2.2.1 Gerilla Aktivizm**

Klasik ve geleneksel eylemler dışında aktivistler daha yaratıcı ve ses getiren eylem arayışına girmişlerdir. Bu durum gerilla türü eylemlerin nüvesini oluşturmuştur. Hiç beklenmeyen bir anda ve alışılmışın çok dışında yaratıcı bir eylemle insanları şaşırtmayı ve hafızalarında yer edinmeyi başaran eylemler genel olarak gerilla eylemlerin kapsamına girmektedir. En sık başvuru alan gerilla eylemlerinden biri sokak partileridir. Sokak eylemleri hayatın sıradan döngüsünü kırarak bir festival havasından yapılırken, bir eğlence, konser, sanatsal faaliyet şeklinde örgütlenerek çok farklı kesimden insanların katılabileceği, kendini ifade edebileceği ve kendi olarak kalabileceği ortamlar yaratmaktadır. Eylemlerde kullanılan sanat, dans ve çeşitli ritüeller akılda kalma olasılığını en üst seviyeye çıkarmaktadır (Çetinkaya, 2008, s.53). Bu tür eylemler seyredenler için sıra dışı olmakla beraber gerçekleştirenler açısından da resmi ve sıkıcı olmaktan çok, kendilerini rahat ifade ettikleri ve mesajlarını eğlenerek verdikleri ortamlar oluşturmaktadır. Profesyonel bir dansçı olmasının yanında toplumsal adalet hareketlerine daha çok yaratıcılık ve yaratıcı insan katmayı hedefleyen ve bunun için sanat ve devrim hareketini başlatan başarılı aktivistlerden Alli Starr dans, tiyatro, müzik ve kukla gösterileriyle renklenmiş festival havasındaki eylemlerin eğlenceli bir ortam yaratarak insanlara ulaşmada çok daha etkili olduğunu aynı zamanda bu tarz eylemlerin polis baskısını azalttığını belirtmektedir (Starr, 2004, s.39).

Özellikle 1970'lerden sonra feminist hareketlerle bir araya gelen performans (beden) sanatı da aktivist eylem içinde değerlendirilebilir. Performans sanatı, sanatçının kendi bedenini kullanarak yaptığı canlı bir eylem türü olduğundan, her

seferinde yeni bir eylem olarak öne çıkmaktadır. Performans sanatı için önemli bir örnek Yoko Ono'nun 1964 yılında Tokyo'da gerçekleştirdiği aktivist eylemdir. Ono bu eylemde, bir sahneye oturarak, izleyicilerden makasla üzerindeki elbiseleri kesmelerini istemiş ve performans boyunca hiç karşılık vermeden durmuştur. Ono bu performansıyla kadının savunmasızlığını öne çıkararak eleştirel bir bakış açısı getirmiştir. Carolee Schneemann ile Marina Abramoviç performans sanatının günümüzdeki en etkili iki ismi olarak öne çıkmaktadır. Her iki sanatçı da bedenlerini kullanarak yaptıkları eylemlerle izleyicileri şaşırtmayı ve bir anlamda şok etmeyi başarmaktadırlar (Azar, 2015, s.27).

Grafiti, gerilla aktiviziminde yer alan sanatın bir başka dalı olarak ön plana çıkmaktadır. 1960'lı yılların sonunda Amerika'da hip hop kültüründen gelen sokak çetelerinin kendi bölgelerini işaretlemek amacıyla kullandıkları bir araç olarak ortaya çıkmıştır. Bu çeteler özellikle azınlıklar, yoksullar ve politik grupların yaşadıkları sıkıntıları duvarlara yaptıkları grafitilerle anlatmışlar, eylem için duvar, metro ve trenleri kullanmışlardır. Her eylemci takma bir isimle yaptığı çalışmayı imzalamış, böylece şehrin farklı yerlerindeki çalışmaların kime ait olduğu bilinmiştir.

**Görsel 2. 9.** Cornbread – Grafiti Çalışması 1971



<https://www.widewalls.ch/20th-century-the-rise-of-graffiti/> Erişim Tarihi: 18.02.2020/14.35

Grafiti 1970'lerde New York'a sıçramasıyla medya ve sanat çevrelerinin dikkatini çekmiş, böylece grafitilerin hem karmaşıklığı ve yaratıcılığı artmış hem de kullanılan yazı karakterleri ve çizimler ciddi oranda büyümeye başlamıştır (Saka, 2011). 1980'lerin başında çalışmalarını dünya çapında sergileyen az sayıdaki kişilerden biri olan Amerikalı ünlü grafiti sanatçısı George Lee Quiñones dünyanın geri kalanına grafitiyi tanıtan ilk sokak sanatçılarından biri olarak kabul

edilmektedir. Çalışmaları galerilere ve sergilere giren sanatçı kendine has tarzıyla dikkat çekmektedir. (Görsel 2.10)

**Görsel 2. 10.** Lee Quiñones – Grafiti Çalışması



<https://www.widewalls.ch/10-new-york-graffiti-legends-still-kicking-ass/lee-quinones/> Erişim Tarihi: 18.02.2020/15.20

Metro ve şehir trenlerinde başlayan grafiti yolculuğu günümüzde galeri ve sergilerde devam etmektedir. Özünde ve ortaya çıkış amacında başkaldırı olan grafiti, zaman içinde aktivist hareketin simgelerinden olmuş, kendi iç dinamikleriyle değişim yaratmayı ve dikkat çekmeyi her zaman başarmıştır. Günümüzün en dikkat çekici grafiti sanatçılarından biri de kimliği ve yaşı bilinmemesine rağmen yaptığı işlerle tüm dünyada tanınan Banksy'dir. (Görsel 2.11) İşlerinde savaş karşıtı, hükümet karşıtı, kapitalizm ve düzen karşıtı mesajlar veren Banksy temiz ve kolay okunabilir şablonlar kullanmış bu da konunun ilgililerince bilinir ve tanınır olmasını sağlamıştır (Saka, 2011).

**Görsel 2. 11.** Banksy Grafiti Çalışması



<https://www.banksy.co.uk/out.asp> Erişim Tarihi: 07.02.2020/19.30

Muhafif bir sanat tarzı olan grafiti kadına yönelik şiddet konularına da duyarsız kalmamıştır. Kolombiya'lı üç kadın grafiti sanatçısı ülkelerinde giderek artan kadına yönelik şiddete dikkat çekmek ve cinsiyet, ırk, cinsel şiddet ve önyargılara meydan okumak amacıyla bir araya gelerek Görsel 2.12'deki gibi dikkat çekici grafiti çalışmaları yapmışlardır (<https://www.vice.com/en/article/ev5ydk/female-graffiti-artists-are-fighting-sexual-violence-in-colombia> Erişim Tarihi: 06.10.2020/12.38).

**Görsel 2. 12.** Bastardilla, Grafiti Çalışması, 2018, Kolombiya



<https://www.vice.com/en/article/ev5ydk/female-graffiti-artists-are-fighting-sexual-violence-in-colombia> Erişim Tarihi: 06.10.2020/12.38

### 2.2.2.2 Dijital Aktivizm

Gelişen ve değişen teknolojinin en çok dönüşüme sebep olduğu alanlardan birinin iletişim olduğu kabul edilen bir gerçektir. Günümüzde iletişim, tek taraflı olmaktan çıkıp etkileşimli bir düzeye geçmiştir. İnsanların hem birbirleriyle hem de dünyayla iletişime geçmeleri artık dijital ortamlarda gerçekleşmekte, insanlar haber alma kaynağı olarak dijital ortamları kullanmaktadırlar. Tüm dünya tabir yerindeyse ağlarla (network) birbirine bağlanmış durumdadır. İletişim ve medya kuramcısı Marshall McLuhan (McLuhan, 2001, s.67) henüz İnternet'in olmadığı 1960'lı yıllarda elektronik bağımlılığın dünyayı küresel köy imajıyla yeniden yarattığını dile getirmiştir. Bu da iletişimin tek yöne akışlı bir süreç olmaktan çıkarak demokratikleşeceği anlamına gelmektedir (Oskay, 1998, s.13). Bugünden bakıldığında McLuhan'ın öngördüğünün çok ötesinde teknolojinin de katkısıyla kitle iletişim araçlarının çeşitleri ve kullanımı hızla artarak dünya küresel bir köye dönüşmüştür.

En önemli iletişim teknolojisi olan İnternet'in ilk kullanıma açıldığı 1990'lı yıllarda web 1.0 ya da HTML adı verilen monolog tek taraflı kullanıcı hizmeti mümkünken, web teknolojilerinin gelişmesiyle 2000'li yıllarda web 2.0 uygulamaları ortaya çıkmıştır. Böylece kullanıcıların da aktifleştığı etkileşimli bir İnternet dünyası doğmuştur. 2010 yılında ortaya çıkmasıyla beraber günümüzde gelişimini sürdüren web 3.0 dönemi ise bilgi odaklı olup kendi kendini yöneten bir web dünyası sağlamaktadır (Durmuş, 2018, s.28). Dijital olanakların çeşitliliği aktivizm olgusunda da değişimlere zemin hazırlamış, dijital aktivizm kavramının doğmasına yol açmıştır. Dijital aktivizm, genel olarak bir konuda eylem gerçekleştirmek isteyen grupların çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda birbirleriyle iletişime geçerek örgütlenmesi olarak ifade edilebilir. Çevrimiçi ortamlar, İnternet, web siteleri, sosyal medya, e-posta, bloglar, e-dilekçeler, e-imza kampanyaları olurken, çevrimdışı ortamlar ise cep telefonlarından SMS (İnternet gerektirmeyen kısa mesaj) veya USB bellek yoluyla dijital içeriğin paylaşımı şeklinde olabilmektedir. Dijital teknolojinin aktivist kişilerin katılımını teşvik etmesi, kullanılan görselliğin toplumsal meseleleri kolaylıkla öne çıkarması, çevrimiçi ortamlarda içeriğin özelleştirilebilmesi, ana akım medya ve politik söylemin dışına çıkarak içeriğin kullanıcı türevli olabilmesi, geleneksel aktivizmde bulunan katılım engellerinin dijital aktivizmde ortadan kalkması dijital aktivizmin olumlu özellikleri arasında sayılmaktadır (Erben, 2019, s.47).

Dijital aktivizmin ilk ve en çarpıcı örneklerinden sayılan eylem 1999 yılının aralık ayında Dünya Ticaret Örgütü'nün (World Trade Organization)<sup>13</sup> Seattle'da yaptığı toplantı sırasında gerçekleşmiştir. "DTÖ kapatılsın" sloganının ön planda olduğu eylemlerde protestocular cep telefonu ve İnternet'teki haber siteleri ve forumları etkin bir şekilde kullanarak dünyanın her yanından bu gösterilere katılmışlardır. (Görsel 2.13) Ayrıca kablosuz İnternet hattıyla canlı yayınlar yapılmış ve DTÖ'nün sitesi hacklenmiştir. Yapılan eylemlerle toplantının ilk gününde çoğu oturumun iptal edilmesi sağlanmıştır. Bu eylemlere katılanlardan biri olan Chris Dixon (Dixon, 2004, s.25) eylemlerle ilgili olarak "*kolektif kapasitemizin tarihte bir iz bıraktığına tanık oldum ve güç, zenginlik hatta kapitalist küreselleşmeye kafa*

---

<sup>13</sup> Dünya Ticaret Örgütü WTO: Görüşmeler ve müzakereler yoluyla ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin geliştirildiği platformdur. Çok taraflı ticaret sisteminin yasal ve kurumsal organı olarak görülür.

*tutulabileceğini ve bunların değiştirilebileceğini gördüm”* diyerek düşüncelerini ifade etmiştir. Seattle protestolarından bir hafta sonra, Newsweek dergisi olayları *“yeni tarzda ve belki de yıllardır görülmemiş ölçekte bir radikal aktivizm”* şeklinde değerlendirmiştir.

**Görsel 2. 13.** 1999 Yılında Seattle’da Dünya Ticaret Örgütü Protestoları



<https://digitalcollections.lib.washington.edu/digital/collection/wto/id/293/rec/20> Erişim Tarihi: 18.02.2020/17.35

Kendini şeffaflık için çalışarak haber sızıntıları yapan ve uluslararası kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olarak tanımlayan WikiLeaks’in<sup>14</sup> 2010 yılında dünya kamoyuna sızdırdığı bilgi ve belgeler, dijital aktivizmin önemli örneklerinden biridir. En bilinen ismi Avustralyalı İnternet aktivisti Julian Assange olmakla beraber Amerika, Afrika, Avrasya ve Asya Pasifik’te yüzlerce çalışanı bulunan WikiLeaks, 2010 yılında sızdırdığı Afganistan ve Irak savaşlarına ilişkin insan hakları ihlali ve işkence raporlarıyla bütün dünyanın gündemine oturmayı başarmıştır (Tani, 2018, s.65).

Büyük topluluklara ulaşımın ciddi oranda kolaylaşması ve hızlanması, İnternet ve dijital ortamların aktivizme en büyük katkılarından biridir. İnternet çok düşük maliyetlerle etki alanını en yüksek seviyeye çıkarmaya olanak tanıyarak büyük şirketler ve aktivist gruplar arasındaki maddi güç dengesizliğini en az seviyeye indirmiştir. Bir diğer ve en önemli faydası da İnternet aracılığıyla aktivist kişi ya da gruplar herhangi bir konuyu istedikleri anda dünya gündemine taşımayı

---

<sup>14</sup> WikiLeaks: Kâr amacı gözetmeyen uluslararası bir sivil toplum kuruluşu olup kaynak belirtmeden özel içerikli belge ve dokümanlar yayınlamaktadır.

başarmaktadırlar. Çeşitli konularda e-imza kampanyaları düzenleyerek konuyla ilgili farkındalık yaratan Change.Org<sup>15</sup> online olarak etkili olan dijital aktivist sitelerden biri olarak ülkemizde de faaliyet göstermektedir (<https://www.change.org/> Erişim Tarihi: 11.02.2020/15.10).

### 2.2.2.3 Hactivizm

Hactivizm dijital aktivizmde en etkili olan eylem biçimlerinden sayılmaktadır. İngilizce hack (kesmek) ve aktivizm kelimelerinin birleşimiyle oluşturulmuş bir kavramdır. Kişi veya kurumların bilgisayarlarına izinsiz olarak girilmesi, dijital ortamlardan bilgi çalınması, web sitelerinin kullanıcı tarafından erişilemez hale getirilmesi ve işleyişine zarar verilmesi, bir mesaj veya bildirin site sahibinin bilgisi dışında site ekranına yerleştirilmesi, e-posta bombardımanları gibi eylemler hactivizmin konuları arasına girmektedir. Hedeflenen bilgisayarların sistemlerine zarar vermek ve mesajlarını yaymak için bilgisayar ağları üzerinden yayılan ve bilgisayarlara zarar veren kötü kodlar olan bilgisayar virüsü ve solucanları kullanmak da yine bir hactivizm şeklidir (Sert, 2012, s.149). Bu eylemleri gerçekleştiren kişiler de hacker ismini almaktadır. Bir web sitesi sunucusuna izinsiz giriş yaparak görünüşünün bozulması, çok yoğun miktarda istek gönderilmesi sonucu bir sunucunun aşırı yüklenmesi, çok sayıda kişinin bir web sitesini aynı anda ziyaret ederek sanal oturma eylemleri gerçekleştirmeleri, bir kullanıcının bağlanmak istediği bir web sitesinden farklı bir web sitesine yönlendirilmesi ve bilgi aşırılması en sık gerçekleştirilen hactivist eylem biçimleri olarak görülmektedir (Erben, 2019, s.65).

Kimlikleri ve nerede yaşadıkları net olarak bilinmeyen, “MaNYaK” nickini kullanan ve varoluş nedenlerini devrimci dayanışma olarak açıklayan RedHack Türkiye’de faaliyet gösteren bir hacker grubudur. 2012’de TTNNet’in İnternet hizmetinin yaklaşık 2 saat kesilmesi, Maliye Bakanlığı sitesinin hacklenerek memura temsili olarak zam yapılması eylemi, anneler günü için kadın şiddetini protesto etmek için Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’nın web sitesinin hacklenerek giriş sayfasına açıklama konulması, işçi grevine destek vermek amacıyla Türk Hava

---

<sup>15</sup> Change.Org: Katılımcıların online olarak ücretsiz imza kampanyası başlatabilecekleri, kâr amacı gütmeyen dünyanın en büyük imza kampanyası projesidir. 196 ülkede 200 milyondan fazla kullanıcı vardır.

Yolları'nın sitesine siber saldırı yapılması RedHack'in yaptığı hacktivist hareketlerden bazılarıdır (Yegen, 2014, s.127).

#### 2.2.2.4 Slacktivizm

Kimi kaynaklarda klicktivizm olarak da geçen slacktivizm dijital dünyanın ilerlemesine paralel olarak literatüre çok yeni giren kavramlardandır. İngilizce tembel uyuşuk anlamlarına gelen slack ile aktivizm kelimesinin birleşmesinden oluşturulmuştur (<https://dictionary.cambridge.org> Erişim Tarihi: 14.02.2020/10.36). İnternet ve sosyal medyada geçerliliği olan bir eylem biçimidir. Evgeny Morozov (Morozov, 2011, s.180) slacktivizmi “*toplumsal veya politik değişime hiçbir etkisi olmadan kişiye kendini iyi hissettiren online (çevrimiçi) aktivizmi*” olarak tarif etmiştir. Dijital ortamda bir olay karşısında verilen tepki olarak anlaşılacak slacktivizmde kişilerin onaylamadıkları bir duruma buldukları yerden, dijital araçlarla itiraz etmeleri ve bu sayede tatmin duygusu yaşayarak kendilerini iyi hissetmeleri şeklinde bakılabilir. Geleneksel aktivizm türlerinde ciddi bir emek ve çaba gözlenirken slacktivizm bir tür pasif eylemciliktir. Kristofferson da slacktivizmi “*Toplumsal bir amaca yönelik göreceli maliyetsiz, göstermelik bir destek sunmaya istekli olmak, beraberinde anlamlı bir değişim gerçekleştirmek için kayda değer bir çaba göstermeye isteksizlik.*” (Kristofferson'dan aktaran Erben, 2019, s.47) olarak açıklamaktadır. En az çabayla eylem yapmış hissi uyandırması nedeniyle gerçekte bir etki uyandırıp uyandırmadığı ve asıl yapılması gereken eyleme engel teşkil edip etmediği ise tartışma konusudur.

E-dilekçe kampanyasına katılmak, sosyal medya hesaplarından (facebook, twitter, instagram) paylaşımları veya yorumları beğenmek, kişisel hesaplardaki profil fotoğraflarını güncel bir konu veya kişinin fotoğrafıyla değiştirmek yine sosyal medya hesaplarından çeşitli gönderileri kendi takipçileriyle paylaşarak yayılmasını sağlamak slacktivizme örnek olabilecek davranış biçimleridir.

#### 2.2.3 Yeni Medya Çağında Sosyal Medya

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ciddi dönüşümler geçiren iletişim tek taraflı olmaktan çıkmış, kişiler için zaman ve mekândan bağımsız olarak etkileşimli bir hal almıştır. İnsanların her türlü iletişim ihtiyacını karşılayan medya da bu süreç içinde çeşitli dönüşümlere uğramıştır. Her türlü yazılı basın (gazete, kitap, dergi vb.),

radyo, televizyon, telefon, film endüstrisi geleneksel medya olarak isimlendirilirken, dijital televizyon, bilgisayar, cep telefonları, uydu yayını, hiper medya, İnternet gibi yeni medya araçları içerisinde yer almaktadır (Aktaş, 2007, s.111). İletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelerin iletişim ortamlarının teknik anlamda birbirlerine yakınlaşmalarına yol açtığını söyleyen Yelda Özkoçak (Özkoçak, 2014, s.151) bunun sayısallaşma (dijitalleşme) ile mümkün olduğunu, sayısallaşma sayesinde teknoloji ve enformasyonun aynı ortamda kullanımı ve aktarımının mümkün olduğunu belirtmiştir. Sayısallaşan her türlü verinin (ses, metin, görüntü, video) dijital ortamlarda ve elektronik cihazlarda rahatlıkla kullanılabilir ve aktarılabilir olması geleneksel medya araçlarına göre yeni medyanın en önemli avantajlarından görülmektedir.

Günlük hayat içinde maruz kalınan veya tercih edilen medya türleri hiç şüphesiz en yoğun İnternet'e bağlı teknolojik araçlarla mümkün olmaktadır. Bilgiye ulaşmanın olduğu kadar bilgiyi iletmenin de kaynağı artık İnternet'tir. Dijital aktivizmde İnternet'in sağlamış olduğu en önemli imkanlardan biri sosyal medya mecralarıdır. Dijital dünyada, aktivizm en çok sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. We Are Social<sup>16</sup> verilerine göre 2020 yılı itibariyle tüm dünyada 4,54 milyar İnternet kullanıcısı olup, bunların 3,8 milyarı aktif sosyal medya kullanıcısıdır (<https://wearesocial.com/digital-2020> Erişim Tarihi: 12.02.2020/10.40). Bu kadar büyük bir mecranın etkilerinin de büyük olması kaçınılmazdır. Ve bu etkilerin mecrayı kullanan ve yönlendirenlerle yakından bağlantılı olduğu açıktır. Peter Scott (Scott&Jacka, 2013, s.5) sosyal medya ortaya çıkana kadar geleneksel medyanın iletişim kanalları üzerinde mutlak bir hakimiyetinin söz konusu olduğunu, sosyal medyanın ise bunu temelinden değiştirdiğini belirtmektedir. Scott'a göre *"Hızlı bir biçimde metin, resim, ses ve video içeriklerinin İnternet'e yüklenebilmesi ve küresel çapta etki uyandırması, geleneksel medyayı çok zayıflatmış ve böylece herkesin içerik oluşturarak iletişim kurulabilmesinin önü açılmıştır."* Levent Eraslan da (Eraslan&Eser, 2015, s.9) sosyal medya kavramını *"insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini çeşitli mesaj ya da görüntüler ile paylaşmak ve birbirleriyle iletişim"*

---

<sup>16</sup> We Are Social: Merkezi Londra'da olup, 8 ayrı ülkede ofisi bulunan, uluslararası dijital PR ve etkin sosyal medya pazarlama stratejileri geliştiren şirket.

*halinde bulunmak için kullandıkları online platformlar”* olarak tanımlamaktadır. Bu haliyle sosyal medya toplumsal hayat içinde vazgeçilmez bir hale gelmiş öyle ki kendi literatürüyle gündelik dilde yer bulmuştur. Likelamak, retweet, beğeni, stalklamak, Facebook’ta paylaşmak gibi ifadeler artık hiçbirimize yabancı gelmemektedir. Bu durum toplumsal iletişimde yeni bir dilin doğması şeklinde değerlendirilebilir.

Her kullanıcının kendi içeriğini oluşturabilmesi, sınırsız bir iletişim ve sosyalleşmeye olanak tanınması, anlık tepki ve etkileşime izin vermesi, dijital bir arşiv niteliğinde olması, diğer medya olanaklarına göre ucuz olması, erişim kolaylığı, yaş, cinsiyet, eğitim, gelir seviyesi gibi sınıfsal farklar olmaması, özellikle gençlerin mizah dilini çok rahat kullanabilmesi, çok hızlı bir akışa ve değişime sahip olması sosyal medyanın avantajları olarak öne çıkmaktadır (Eraslan&Eser, 2015, s.21). Tüm bu özelliklerinden dolayı aktivist gruplar veya kişiler sosyal medyayı gündem takibi, provokasyon, eleştiri, yerel veya uluslararası gündem oluşturma, toplumsal muhalefet gibi amaçlarla etkin olarak kullanmaktadırlar.

Sosyal medya mecralarında öne çıkanlar incelendiğinde genç girişimciler tarafından çok küçük bütçelerle ama parlak ve yaratıcı fikirlerle yola çıkıldığı görülmektedir. Tüm dünyada yaygın olarak kullanılan en etkin mecralar kısaca şöyle sıralanabilir:

Google: İnternet araması, çevrim içi bilgi dağıtımı, reklam teknolojileri ve arama motorları hizmeti sunan Amerikan yapımı şirkettir. Dünya üzerinde en çok ziyaret edilen web sitesidir. Dünya üzerindeki bilgiyi kategorize etmek ve bunu tüm dünyada rahat bir şekilde erişilebilir ve kullanılabilir hale getirmek misyonuyla yola çıkmıştır.

Youtube: Şubat 2005’te kurulan Youtube, sayıları milyarları bulan kullanıcılarına her kesimden çok farklı kişilerce oluşturulmuş videoları izleme ve paylaşma olanağı sunan internet mecrasıdır. 2006’da Google tarafından satın alınan sitede, yaklaşık 200 milyon video bulunmaktadır. Dünyada en sık kullanılan 3. sitedir.

Facebook: Mark Zuckerberg tarafından kurulan, eski arkadaşlarınızla görüşmenize ya da yeni arkadaşlıklar kurmanıza, paylaşımlarda bulunmanıza ve paylaşımları takip etmenize yarayan sosyal medya sitesidir. Tüm dünyada en yaygın kullanılan sosyal medya ağıdır.

Twitter: Jack Dorsey tarafından geliştirilen ve kullanıcılarına tweet adı verilen 280 (140 olan karakter sayısı 2017 yılından itibaren 280 olmuştur) karakterlik metinler yazma imkânı veren bir sosyal ağ ve mikroblog sitesidir. Dünyada en sık kullanılan 9. sitedir.

Instagram: 2010 yılında kurulan instagram kullanıcılarına ücretsiz fotoğraf paylaşma ve yorum yapma imkânı sağlayan sosyal ağdır. 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır. Bünyesinde yüklü 16 milyardan fazla fotoğraf mevcut olup her gün 5 milyondan fazla fotoğraf paylaşımı yapılmaktadır.

WhatsApp: Brian Acton ve Jan Koum tarafından geliştirilen İnternet bağlantılı, mesajlaşma, video, ses kaydı ve resim yollama gibi özellikler sunan çapraz platform, mobil mesajlaşma uygulamasıdır.

Ayrıca, Vine, Flickr, Skype, LinkedIn, Foursquare, Pinterest gibi uygulamalar dünyada kullanıcı sayısı her geçen gün artan sosyal ağlar olarak öne çıkmaktadırlar (Eraslan&Eser, 2015, s.91-98).

Sosyal medya mecralarının tüm dünyadaki etki alanı düşünüldüğünde bunu kendi sınırları içinde tutmak isteyen ülkeler çeşitli sansür ve yasaklar koyma yoluna gitmişlerdir. Bunu en yoğun uygulayan ülkelerden olan Çin’de Facebook, Twitter, Youtube, Flickr gibi sosyal medya sitelerine erişim uzun yıllardır yasaklı durumdadır. Çin batı yapımı bu mecraları taklit ederek benzerlerini oluşturmuş ve vatandaşlarının hizmetine sunmuştur. Böylece hem dış dünya kaynaklı etkileri azaltmayı hem de bilgi ve dataları kendi kontrolünde tutmayı amaçlamaktadır. Rusya, Kuzey Kore, Küba, İran yasak ve sansür uygulayan diğer ülkeler arasındadır. Türkiye’nin de aralarında olduğu diğer birçok ülkede de siteler, içerikler yüzünden kısa süreli ya da kısmen yasaklanabilmektedir (Eraslan&Eser, 2015, s.109).

Türkiye’deki gençlerin sosyal medya kullanım davranışlarını incelemek amacıyla hazırlanan Gençlik ve Sosyal Medya Raporuna<sup>17</sup> göre sosyal medyayı aktivist amaçlarla kullananlar arasında cinsiyet farkı (kadın ve erkek kullanıcılar) yok denecek kadar azken, kullanıcılar arasında çalışanlar ve yükseköğretim mezunlarının yüzdesi oldukça yüksektir (Koor.Bulut, 2013, s.109). Türkiye’deki gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini

---

<sup>17</sup> Gençlik ve Sosyal Medya Raporu: Gençlik ve Spor Bakanlığının talebiyle Ipsos Sosyal Araştırmalar Enstitüsü tarafından hazırlanan, sosyal medya ve gençlik ilişkisini inceleyen rapor.

incelemek amacıyla üniversite öğrencileri üzerinde yapılan anket araştırmasına (Çömlekçi&Başol, 2019, s.180) göre ise gençlerin sosyal medyayı en çok iletişim, eğlence ve gündemi takip etme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Gençlerin en yoğun kullandıkları sosyal medya hesapları ise Instagram, Twitter, Facebook, Youtube olarak sıralanırken bu mecralarda geçirdikleri süreler ise değişkenlik göstermektedir.

**Tablo 2. 1.** Sosyal Medya Hesaplarında Geçirilen Süre, 2019

Mecra	Geçirilen Süre
Instagram	260 dk.
Twitter	241 dk.
Facebook	204 dk.
Youtube	236 dk.
Diğer	226 dk.

Toplumsal olaylar esnasında İnternet ve sosyal medya kullanımı hem dünyada hem de ülkemizde artış göstermektedir. Türkiye’de bunun en çarpıcı örneği Mayıs 2013’te başlayan ve dünya gündemini yaklaşık bir ay süreyle ciddi anlamda meşgul eden Gezi Parkı protestolarıdır.<sup>18</sup> Bu protestolar sırasında sosyal medya kullanımı en üst seviyeye çıkmış, özellikle Twitter ve Facebook yoğun bir şekilde bilgi, görüntü ve haberleşme için kullanılmış ve atılan binlerce tweet ile gezi parkı konusu dünyada popüler konular listesinde birinci (trending topics- TT) olmuştur. Yerel olarak çevre koruma odaklı başlayan bir çabanın, bu kadar kısa sürede farklı bir yöne evrilerek, tüm dünyada gündem olması, bu süreçteki bilgi akışının dijital sosyal ağlar üzerinden yapılmış olmasıyla açıklanmıştır. Gezi parkı protestoları daha sonraki eylemlerde sosyal medyanın etkin kullanımı açısından milat kabul edilmiştir (Barut, 2018, s.289).

Türkiye’de sosyal medya aracılığıyla yapılan aktivizme bir başka örnek, kadınların toplu taşıma araçlarında erkeklerin oturuşu karşısında yaşadıkları rahatsızlığı dile getirme kampanyaları olmuştur. Kadınlar Twitter’da

---

<sup>18</sup> Gezi Parkı Protestoları: Taksim bölgesinin kentsel rehabilitasyona tabi tutularak yayalaştırılması kapsamında Gezi Parkının yıkılarak yerine sosyal yaşam alanları yapılması kararına karşı başlatılan ve büyüyerek dünya gündemini meşgul eden protestolar.

*#yerimiışgaletme #bacaklarınıtopla* hashtagleri<sup>19</sup> açarak toplu taşıma araçlarında bacaklarını açarak oturan ve kadınların sıkışmalarına sebep olan erkekleri fotoğraflayıp bu başlıklar altında paylaşmışlardır. Kampanyaya kadınların katılımının büyük olması kampanyanın dış basında da yer almasını sağlamıştır (<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/bacaklarini-topla-kampanyasi-basladi-26243104> Erişim Tarihi: 15.02.2020/14.20). Bu da sosyal medyanın etkinliğini göstermesi açısından önemli bir örnektir.

Sosyal medya aktivizminin uluslararası ses getirmiş örneklerinden biri 2016 yılında yaşanmıştır. Kadın sorunları hakkında farkındalık yaratmak ve olumlu gelişmeler sağlamak amacıyla Jayna Zweiman ve Krista Suh tarafından Pussyhat Project (Pembe Kukuleta) projesi hayata geçirilmiştir. İki kişiyle başlayan proje hemen hemen tüm dünyadan katılımın olduğu uluslararası bir kadın hareketine dönüşmüştür. (Görsel 2.14) Zweiman ve Suh dikkat çekmek amacıyla pembe şapkalar örmüş ve herkesi birer pembe şapka örerek protestoya katılmaya davet etmişlerdir. Sosyal medya üzerinde organize edilen hareket kısa zamanda büyümüş hemen her kıtadaki ülkelerde yapılan 600'den fazla mitinge milyonlarca insan ırk, renk, cinsiyet ve dini inanış farkı gözetmeksizin el yapımı pembe şapkalarla katılmıştır. Hareket tüm dünyada ciddi bir etki yaratmış öyle ki Pussyhat (kukuleta) Victoria and Albert müzesi dahil birçok müze ve koleksiyonda feminist hareketin önemli bir simgesi olarak yer almıştır. İki kişinin kadın hakları için farkındalık yaratmak amacıyla başlattıkları hareket küresel bir aktivizme dönüşmüştür (<https://www.pussyhatproject.com/our-story> Erişim Tarihi: 06.10.2020/13.01).

---

<sup>19</sup> Hashtag: Anlık bilgileri kategorize etmeye yarayan, "#" sembolünün kelime veya kelime grubunun önüne eklenerek oluşturulan bağlantılar.

**Görsel 2. 14.** Pussyhat Project Protestoları, Washington DC, A.B.D. 2017



<https://www.freep.com/story/news/2018/01/10/pink-pussyhats-feminists-hats-womens-march/1013630001/> Erişim Tarihi: 06.10.2020/13.21

#### **2.2.4 Marka Aktivizmi, Markaların Aktivizm ile İlişkisi**

Marka aktivizmine geçmeden önce, marka ve markalaşma gibi temel kavramları anlamaya çalışmak doğru olacaktır. Marka bir kavram olarak literatüre girmeden önce de günlük hayatın içinde kullanılıyordu. Bölgesel bir ürün ayırt edici özelliklere sahipse o yörenin ismiyle anılıyor ve tüketiciler tarafından tercih ediliyordu. Günümüzdeki çağdaş kullanımıyla marka ise 19. yüzyıl sonlarında endüstri devriminin etkisiyle reklam ve satış kavramlarının daha dikkatli kullanılması sonucu, ürünlerin iyi bir ad ve görüntü ile sektörde görünmesi zorunluluğuyla beraber ortaya çıkmış ve önem kazanmış bir kavramdır. Özellikle üreticilerin kendi ürünlerini farklılaştırması, onlara isim vermesi, tüketiciyle doğrudan iletişim kurma çabaları marka yaratmanın ilk belirtileri olarak görülebilir.

Tüm bunlardan sonra “marka, gelişim sürecinde ürünü niteleyen, tanımlayan bir isim, terim, sembol ya da tüm bunların bileşimi olarak ürünü diğer ürünlerden ayıran bir karakter olarak” tanımlanabilir (Uztuğ, 2003, s.15). Marka kavramıyla beraber ürünlere isim ve farklı şekil verme ihtiyacı doğmuş bu ihtiyaç da beraberinde logo ve amblem kavramlarını doğurmuştur. Ürününün pazarda ayırt edilmesi noktasında logo önemli bir araçtır. Markalama süreci içinde tüketicilerin, markalı bir ürüne, markasız ürün yakın görünüm, kalite ve lezzette olsa bile daha fazla para ödedikleri gözlenmiştir. Bir markayı diğerinden ayırt etmek için değer ve duygular katma çabalarının 1970 ve 1980’lerde yoğunlaştığı belirtilmektedir (Lindstrom, 2006, s.26). Bu durum marka imajı, marka kimliği, marka kişiliği kavramlarını

beraberinde getirmiştir. Markaların da tıpkı insanlar gibi çağdaş, genç, entelektüel, tutucu gibi kişilik özelliklerine sahip olduğu belirtilmektedir. Bu özellikler kimi zaman marka sahibinin reklam ve pazarlama stratejileriyle özellikle oluşturulurken, kimi zaman tüketicinin algılarıyla kendiliğinden oluşabilmektedir.

Güçlü bir marka ile pazar payı ve yüksek satış arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Bunun farkına varan işletmeler buna uygun stratejiler belirlediklerinde pazarda rakiplerinin önüne geçme şansları yükselmektedir. Günümüzde gelinen süreçte rekabetin artık ürünler arasında değil markalar arasında olduğu bilenen bir gerçektir. Markayla ilgili temel kavramlardan marka farkındalığı, markanın tüketicinin zihnindeki konumu olarak açıklanırken, marka sadakati ise o markanın tüketici tercihi açısından ilk sırada olması ve markaya bağlılığı olarak görülmektedir (Uztuğ, 2003, s.15).

Belli markalara sahip olan bazı büyük şirketler zaman içinde müşterilerine üründen çok markalarını sattıklarının farkına varmış, markalarının insanların hayatında ne ifade ettiğine yönelik sosyolojik ve psikolojik araştırmalara girişmişlerdir. Bunun sonucunda iyi bir markanın ürün değil, değer, deneyim, yaşam tarzı hatta kültür sattığı gerçeği ortaya çıkmıştır. Bu gerçeğin farkında olan markalar tüm marka konumlandırma stratejilerini buna göre revize etmişlerdir. Başka bir ifadeyle bu revizeyi gerçekleştirebilen markalar tüm dünyada açtıkları şubelerle bu başarılarını adeta taçlandırmışlardır. Bunun en iyi örneklerinden biri olan Starbucks müşterileriyle Starbucks Deneyimi yoluyla duygusal bir bağ kurduklarını belirtmektedir. İnsanların Starbucks dükkanları önünde kuyruk oluşturma sebepleri sadece kahve içmek değil, o deneyimi tadarak, o topluluk ve kültüre karşı aidiyet hissi yaşamaktır (Klein, 2012, s.44). Önceleri kıyafetin sadece yakasının iç kısmında küçük bir etiket olan marka, artık kıyafetin en görünen yerinde, uygun büyüklükte adeta afişe edilmekte, böylece tüketici o gömleğe ya da tişörte değil, o markaya para ödemektedir.

**Görsel 2. 15.** Tabula Rosa isimli Çalışma, Adbusters, 2004



<https://www.adbusters.org/spoof-ads> Erişim Tarihi: 29.04.2020/10.00

Markaların büyüyerek adeta bütün bir hayatı istila etmiş oldukları günümüz için geçerliliği olan bir yaklaşımdır. İnsanlar sabah uyandığı andan itibaren sayıları yüzleri hatta binleri bulan markaya maruz kalmaktadır. Cep telefonları, çalışılan şirketler, okunan okullar ve sokaklar adeta markaların ablukası altındadır. Klein'e göre ise medya, müzik, spor ve hatta insanlar da artık birer marka konumundadır. Markanın hayatın her alanına bu kadar nüfuz etmiş olması şirketlere dolayısıyla markalara yeni bakış açıları ve sorumluluk bilincini de beraberinde getirmiştir. Markalar ürünlerini üretirken ve pazarlarken, özellikle genç tüketicilerinin bu konudaki talepleri doğrultusunda insan hakları, dürüst ticaret, çevre ve hayvanlara zarar verilmemesi, adil rekabet gibi konularda duyarlı olma zorunluluğu duymaktadırlar. Bunlar günümüzde önemi her geçen gün artan sosyal sorumluluk kavramının birer yansımasıdır.

Sosyal sorumluluk markaları sadece ürünlerini satmak için değil aynı zamanda belirli amaçlar doğrultusunda çeşitli gruplarla iş birliği içinde artı değer üretmeye teşvik eden ve böylece tüm toplumda yansımaları görülen önemli bir kavramdır. Küreselleşen yeni dünya düzeninde toplumsal bilinç artmış, tüketiciler ürün veya hizmet alırken sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan kurum ve markalara öncelik vermeye başlamıştır. Özellikle genç nüfusun bu konuda daha ilgili bir davranış profili çizdiği görülmektedir.

Tüm bu süreç marka aktivizmi kavramını doğurmuştur. Marka aktivizmi kavramını iki boyuttan ele almak mümkündür. Birincisi markaların kendi tercihleriyle aktivist bir söylem gerçekleştirmeleri, diğeri ise bunun anti tezi olarak tüketicilerin markalara karşı aktivist eylem içinde olmalarıdır. Uluslararası alanda

bilinen onlarca markaya danışmanlık yapmış önemli pazarlama uzmanlarından Philip Kotler'e<sup>20</sup> (Sarkar&Kotler, 2018, s.9) göre günümüzde markalar sadece bir marka adı oluşturmakla yetinmemeli, markaların mutlaka hizmet ettikleri bir amaçları olmasının yanı sıra, sosyal ve toplumsal problemlere karşı çalışmalar yapmalı ve topluma değer verdiğini belli etmelidir. Kotler marka aktivizminin gerici veya ilerici olabileceğini belirtir. Gerici aktivizme örnek olarak the Big Tobacco kampanyaları verilebilir. Sigaranın insan sağlığına verdiği zararlar ortadayken, marka senelerce bunun tam tersi reklam kampanyaları yaparak ürün satışı gerçekleştirmiştir. (Görsel 2.16) İlerici aktivizmde ise giderek artan bir bilinçle birçok marka sadece kâr elde etme amacından uzaklaşarak büyük toplumsal problemler üzerinde ilerici etki yaratmayı amaç edinmiş ve belli konularda öncü olmayı başarmıştır.

**Görsel 2. 16.** The Big Tobacco Sigara Afişi



<http://www.marketingjournal.org/finally-brand-activism-philip-kotler-and-christian-sarkar/> Erişim Tarihi: 25.02.2020/12.45

Marka aktivizmi ana başlığı altında 6 adet aktivizmden bahsedilebilir.

---

<sup>20</sup> Dr. Philip Kotler: (27 Mayıs 1931) Profesör ünvanıyla üniversitede öğretim görevlisidir. Financial Times tarafından tüm zamanların 4. önemli gurusu, "Avrupa Yöneticilik Merkezi tarafından pazarlamanın stratejik uygulaması konusunda dünyanın en önde uzmanı" seçilmiştir. Yayımlanmış pek çok kitabı ve yüzlerce makalesi vardır.

Şekil 2. 2 Marka Aktivizmi Alt Başlıkları<sup>21</sup>



- Sosyal Aktivizm eşitlik, cinsiyet, LGBT, ırk, yaş gibi konuların yanında eğitim, okul masrafları gibi toplumsal konuları içerir.
- Yasal Aktivizm vergi, işyeri ve istihdam yasaları gibi şirketleri etkileyen yasa ve politikalarla ilgilenir.
- İş Aktivizmi kurumsal organizasyon, CEO maaşları, işçi tazminatı, iş ve sendika ilişkileri gibi konuları kapsar.
- Ekonomik Aktivizm gelir eşitsizliğini ve servetin yeniden dağıtılmasını etkileyen asgari ücret ve vergi politikalarını içerir.
- Politik Aktivizm lobicilik, oy hakkı, seçim kampanyaları gibi konuları içerir.
- Çevresel Aktivizm çevre, arazi kullanımı, hava ve su kirliliği yasaları ve politikalarını kapsar.

Her iş kolunun farklı normları ve özellikleri mevcuttur. Şirketler marka konumlandırmaları yaparken içinde olmak isteyecekleri eylemlere göre bu alanları birleştirebilir ve farklı alanlardaki sorunlara dikkat çekmek isteyebilirler (Sarkar&Kotler, 2018, s.23).

Marka aktivizmi ve etkilerine önemli bir örnek tüm dünyada en önemli spor giyim markalarından biri olan Nike’da yaşanmıştır. Nike 2011 yılında marka yüzü olarak NFL (ABD Ulusal Futbol Ligi) oyuncularından Colin Kaepernick ile anlaşmıştır. Kaepernick 2016 yılında Afrikalı Amerikalılara yapılan baskıları ve polis şiddetini protesto etmek amacıyla Amerikan milli marşı okunduğu sırada

<sup>21</sup> Şekil 2.2. Marka Aktivizmi Alt Başlıkları “Brand Activism From Purpose to Action” kitabından alıntılanarak yeniden çizilmiştir. Sarkar&Kotler (2018), s.9

ayakta saygı duruşunda durmayı reddederek diz çökmüş ve yaşanan ayrımcılık olaylarına tepkisini göstermiştir. Yaşanan bu olay toplumu ikiye bölmüş destek verenlerin yanında tepki gösterenler çoğunlukta olmuştur. Öyle ki futbol takımları Kaepernick ile kontrat imzalamamış bu da sporcunun kariyerinin bir süreliğine de olsa bitmesine yol açmıştır. Nike ise hazırladığı afişlerde verdiği aktivist mesajla dikkatleri çekmiştir. *“Bir şeye inan. Her şeyini feda etmek anlamına gelse bile”* (Görsel 2.17)

**Görsel 2. 17.** Nike’ın Colin Kaepernick’li Afişleri



<https://www.campaigntr.com/nike-30-yilinda-colin-kaepernick-ile-inanc-tazeliyor/> Erişim Tarihi: 21.02.2020/13.35

Amerikan halkından özellikle cumhuriyetçi kesim bu afişlere tepki göstermiş, Nike’ı protesto ve boykot etme yoluna gitmişlerdir. Bunun için Nike markalı spor ayakkabı veya kıyafetlerini yakarak bunları sosyal medyada paylaşmışlardır. Bunun üzerine Nike kampanyadan geri çekilmek yerine arkasında durarak, bu paylaşımları yapanlara esprili bir dille ürünlerini nasıl güvenli bir şekilde yakabileceklerini açıklayan bir paylaşımda bulunmuştur (<https://www.campaigntr.com/nike-30-yilinda-colin-kaepernick-ile-inanc-tazeliyor/> Erişim Tarihi: 21.02.2020/10.45).

Marka aktivizmini şirket stratejisi olarak belirlemiş önemli bir örnek te The Body Shop markasıdır. Marka insan hakları aktivisti olan Anita Roddick tarafından 1976 yılında İngiltere’de kurulmuştur. Bugün dünyanın birçok ülkesinde satış mağazası olan marka kendisini aktivist bir marka olarak lanse etmekte ve yaptığı eylemlerle bu konudaki duyarlılığını göstermektedir. Greenpeace ile ortaklaşa olarak “Balinaları Kurtarın” kampanyası gerçekleştirmek, Shell markasının ülkelerindeki sömürüsüne karşı çıkan Ogoni halkına destek olmak için kampanyalar düzenleyerek

konuyu Avrupa gündemine taşımak, topladıkları milyonlarca imzayla kozmetik ürünlerinin hayvanlar üzerinde denenmesini tüm Birleşik Krallıkta yasaklatmak, yenilenebilir kaynaklardan enerji temin etmek, Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi'nin 50. yılında Uluslararası Af Örgütüyle ortaklaşa kampanya yürüterek dünya genelinde insan hakları savunucularının durumlarına dikkat çekmek, aile içi ve çocuklara yönelik şiddete dur demek için UNICEF ile ortaklaşa kampanyalar düzenlemek, HIV ve AIDS konusuna dikkat çeken kampanyalar yaparak bu çerçevede toplanan paraları bu hastalıklarla savaşan derneklere aktarmak, markanın günümüze kadar yaptığı aktivist eylemlerden bazılarıdır (<https://www.thebodyshop.com/en-us/about-us> Erişim Tarihi: 25.02.2020/11.05)

**Görsel 2. 18.** The Body Shop Aile İçi Şiddet Karşıtı Kampanya Afişi



[https://www.unicef.org/protection/57929\\_35169.html](https://www.unicef.org/protection/57929_35169.html) Erişim Tarihi: 14.07.2020/142.15

Markaların gerçek amaçlarının satış ve cirolarını arttırmak mı yoksa toplumsal sorunlara kalıcı çözümler bulmak mı olduğu tartışma konusudur ve muhtemelen bu sorunun cevabı her marka için çok net ve şeffaf olmayacaktır. Günümüzde tüketicilerin gün geçtikçe bilinçlenmesi, dijital çağda dünyanın herhangi bir yerinde yapılan aktivist eylemlerden anında haberdar olunması ve bu durumun farkındalığı arttırması gibi sebepler marka aktivizmini markaların gözünde de gerekli kılan

sebepler olarak görülebilmektedir. Uluslararası bir araştırma şirketi olan Edelman'ın<sup>22</sup> 8 ülkede (Amerika, İngiltere, Almanya, Fransa, Brezilya, Çin, Hindistan, Japonya) binlerce katılımcı ile yaptığı araştırmada tüketici davranışlarıyla ilgili ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin %64'ü alacağı ürünü markanın toplumsal konulardaki duruşuna göre seçiyor, değiştiriyor veya boykot ediyor. Aynı araştırmaya göre katılımcıların %46'sı markaların toplumsal çözümlere hükümetlerden daha iyi fikirler ürettiğini, %53'ü markaların yönetimlerden daha iyi çözümler sunduğunu, %54'ü ise tüketicilerin toplumsal sorunlarla ilgili taleplerinde markaları harekete geçirmenin daha kolay olduğunu düşünüyor ([https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018\\_Edelman\\_Earned\\_Brand\\_Global\\_Report.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018_Edelman_Earned_Brand_Global_Report.pdf) Erişim Tarihi: 25.02.2020/16.10). Bu araştırmanın sonuçları global markaların artık devletlerden daha fazla etki ve söz sahibi olduğu gerçeğini bir kez daha göstermesi açısından oldukça önemlidir. Tüm bunların sonunda marka ve tüketiciler arasında karşılıklı bir ilişkinin söz konusu olduğu, markalar toplumsal ve sosyal konularda duyarlı oldukça tüketicilerin de o markalara daha çok ilgi gösterdiği ve güvendiği gözlemlenmektedir.

İkinci bölümde aktivizmin kavramsal ve tarihsel boyutu detaylı bir şekilde araştırılarak topluma bakan yönleri ve uygulama alanları örneklerle incelendi. Üçüncü bölümde ise tüm toplumsal dinamiklerin etkisiyle tasarım aktivizmi kavramının ortaya çıkışı ayrıca teknolojinin katkısıyla değişen ve gelişen kullanım metotları ayrıntılı olarak ele alınarak Türkiye ve dünyadan örneklerle tasarımcı yaklaşımları üzerinde durulacak ve konuyla ilgili çok sayıda örneğe yer verilecektir.

---

<sup>22</sup> Edelman, 1952 yılında Daniel Edelman tarafından kurulan halkla ilişkiler ve pazarlama danışmanlık firmasıdır. Şu anda oğlu Richard Edelman tarafından yönetilmekte ve 2018 itibarıyla gelir bakımından dünyanın en büyük halkla ilişkiler firması olma özelliği taşımaktadır.

### 3. BÖLÜM

## TASARIM AKTİVİZMİ VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA AKTİVİST YAKLAŞIMLAR

Tasarım bir yaratma ve üretme süreci olmakla beraber, aynı zamanda bir çözüm üretme, anlam katma ve sorgulama eylemidir. Sadece ihtiyaçlara cevap verecek işlevsel ve estetik çözümler üretmekle kalmayarak izleyici kitlenin davranış ve tutumlarında değişikliğe de sebep olur. Victor Papanek<sup>23</sup> (Papanek, 1985, s.3) “Design For The Real World” (Gerçek Dünya İçin Tasarım) isimli kitabında daha geniş bir bakış açısıyla “*Herkes tasarımcıdır. Yaptığımız her şey, neredeyse her zaman tasarımdır, çünkü tasarım tüm insan faaliyetlerinin temelini oluşturur*” demektedir.

Tasarım ve aktivizm birbirini destekleyen ve tamamlayan kavramlardır. Bir insanı herhangi bir konuda harekete dolayısıyla eyleme geçiren ilk şey o konu hakkında bilgi sahibi olması ve iletişimidir. Aktivizm bir hareketlilik ve eylem hali olarak düşünüldüğünde tasarımcıların yaptıkları tasarımlarda sosyal veya kültürel konularda dönüşümleri teşvik etmek veya farkındalık oluşturmak istemeleri doğal hatta bazı zamanlarda gereklidir. Bölüm 1’de verilen örneklerde de görüldüğü gibi sanat ve tasarım tarihi boyunca tasarımcılar çeşitli sorunlar karşısında çözümler üreten, tepkilerini, çözümlerini tasarım yoluyla dile getiren gruplar olmuşlardır. Özellikle sanayi devrimi sonrasında ciddi anlamda değişen paradigmalarda toplumsal

---

<sup>23</sup> Victor Papanek (1927-1999) Tasarımcı ve eğitimci. İlk kuramcı tasarımcılardan biridir. Tasarımcının tasarımı bir bütün olarak ele alıp çevresel ve toplumsal bir bakış açısı geliştirmesi ve sadece şekle ve forma odaklanan pahalı tasarımların kabul edilmemesi gerektiğini savunur.

eşitsizlik ve adaletsizleri daha görünür kılmış, yeni sorunlar oluşmasına da zemin hazırlamıştır.

Teknolojik gelişmeler ve aktivist çabalarla çevresel sorunlar, yoksulluk ve savaş karşıtlığı, çocuk istismarı, feminizm, hayvan hakları, her türlü sosyal adaletsizlikler, gibi konularla ilgili toplumsal bilinç ve farkındalık artmıştır. Sanatçı ve tasarımcılar da bu sorunlara karşı duyarsız kalmayarak kendi çabalarıyla bir eylem içinde olmuşlardır.

Aktivist tasarımlar olarak adlandırılabilir bu tür eylemler kimi zaman çok etkili olmuş, kimi zamansa ses getirmemiş bile olsa tasarım aktivizmi tarihinde yer bulmuştur. Bölüm 2’de aktivizm kavramının genel çerçevesi tanımlanarak tarihsel süreç içindeki gelişimi ele alınmıştır. Bu bölümde ise tasarım aktivizmi kendi bağlamı içinde anlatılarak detaylı örneklerle incelenecektir.

### **3.1 Tasarım Aktivizminin Kavramsal ve Tarihi Boyutu**

20. yüzyılda meydana gelen iki büyük dünya savaşı ülkeleri hem ekonomik hem sosyal anlamda büyük yıkıma uğratmıştır. Savaşların insan hayatındaki büyük yıkıcılığını gören 50 ülke temsilcisi bir araya gelerek uluslararası barış ve güvenliği korumak ve barışa yönelik tehditleri önlemek amacıyla 1945 yılında BM’yi (Birleşmiş Milletleri) (UN/United Nations) kurmuşlardır (<https://www.un.org/en/about-un/> Erişim Tarihi: 22.04.2020/17.45). BM’nin kurulması ve üye sayısının artmasıyla beraber BM çatısı altında 1945 yılında FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü), 1946 yılında UNICEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu) ve UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü), 1948 yılında WHO (Dünya Sağlık Örgütü) gibi birçok organizasyon kurularak faaliyetlere başlamıştır. Bu kuruluşların amacı tüm dünyada, barış ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek, herkes için eşit eğitim, sağlık, gıda hizmetleri sağlamak, çocuklara ve tüm insanlara yönelik şiddet, hastalık ve ayrımcılığı önlemek, bilimsel programlar aracılığıyla çevre araştırmaları yaparak, küresel dünya mirasını korumak ve geliştirmektir. Yine daha önce bahsedildiği gibi BM himayesinde tüm dünya halkları için çağdaş insan hakları standartlarını oluşturmak amacıyla 1948 yılında Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyanamesi hazırlanarak kabul edilmiştir. Böylece tüm insanların talep ettiği evrensel yasa niteliğinde kapsamlı bir insan hakları hukuku oluşturulabilmiştir (<http://www.unicankara.org.tr/today/1.html> Erişim Tarihi:

22.04.2020/18.00). Siyaset ve devletler üstü bu yaklaşımlar kurulan denetim mekanizmalarıyla hükümetlerin sorumluluklarını yerine getirmeleri için itici güç olmuştur. Tüm bu gelişmelerle farklı ülkelerdeki topluluklar bireysel hak ve özgürlüklerinin farkına vararak bunları talep etmeye başlamışlar, insanların kendi inisiyatifleriyle kurdukları sivil toplum kuruluşları oluşmaya başlamıştır. Her türlü hak için farkındalık oluşturulmasında ve bilgilendirmede görsel iletişim de etkin olarak kullanılmış, tasarımlardaki aktivist tarz daha belirgin hale gelmiştir. Özellikle mesajların net ve evrensel bir dille kitlelere ulaştırılmasında grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı ön planda olmuştur.

20. yüzyılın başından itibaren daha yoğun olmak üzere ekonominin yükselişe geçerek konfor ve rahatlığın ön plana çıktığı kapitalist tüketim sistemi içinde görsel tasarımcının rolü mesaj içeriğini cazip bir hale getirerek alıcıyı yani müşteriye ikna etmeye indirgenmiştir. Görsel iletişimin sosyal bir etkiye ve buna bağlı olarak sosyal bir sorumluluğa bağlı olduğu bilincinde olan tasarımcılar ise iletişimi organize etme ve verimliliğini artırma yoluna gitmişlerdir. İletişim için tasarım (insanların bilgi almasını sağlamak) ile, ikna için tasarım (insanları satın alma davranışına itmek) arasındaki farkı kavrayan bazı tasarımcılar yaptıkları işin değişime katkı sağlamasını amaçlamışlardır. Bu tasarımcılardan biri olan İngiliz tasarımcı Ken Garland (1929-) 1964 yılında First Things First (İlk Önce Öncelikler) adını verdiği bir manifesto kaleme alarak Londra Çağdaş Sanatçıları Enstitüsü'nde yapılan toplantının sonunda okumuştur. Metin dinleyiciler üzerinde önemli bir etki yaratmış, 21 tasarımcı gönüllü olarak metni imzalamışlardır. Günümüzde dahi önemini koruyan, tasarım stüdyosu ve okulların duvarlarına asılan metin şu şekildedir.

“Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar ve öğrenciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili alan olarak sunulduğu bir dünyada yetiştirildik. Bu inancı destekleyen, yetenek ve hayal güçlerini kedi maması, mide ilacı, deterjan, saç bakım ürünleri, çizgili dış macunu, tıraş sonrası losyonu, tıraş öncesi losyonu, zayıflama rejimleri, şişmanlama rejimleri, deodorant, maden suyu, sigara satmak için kullananların işlerinin takdir gördüğü yayınların bombardımanına uğradık. Reklam sektöründe çalışanlar, ulusal refahımıza az ya da hiçbir katkısı olmayan birtakım amaçlar uğruna, fazlasıyla zaman ve enerji harcıyorlar. Tüketim dalgasının kuru gürültüden ibaret sesi, toplumda sayısı giderek artan insanların olduğu kadar bizleri de bir doyma noktasına getirdi. Uğruna yetenek ve tecrübelerimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar olduğuna inanıyoruz; sokak ve binalar için işaretler, kitap ve süreli yayınlar, kataloglar, kullanım kılavuzları, endüstriyel fotoğraflar, eğitim araçları, filmler, televizyon programları, bilimsel ve endüstriyel yayınlar gibi, ticaretimizi, eğitim düzeyimizi, kültürümüzü ve dünya görüşümüzü geliştirmeye yönelik diğer alanlar. Tüketici reklamlarının ortadan kalkmasını savunmuyoruz. Böyle bir şey tatbik

edilemez. Hayatı zevkli kılan yönlerinden arındırmak istemiyoruz. Önerimiz, iletişimin daha yararlı ve kalıcı biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak. Umudumuz, toplumumuzun tüccarlardan, statü satıcılardan ve kandırılmaktan sıkılıp, bizim yeteneklerimizi daha anlamlı amaçlar uğruna kullanması. Bütün bunlar ışığında, tecrübe ve fikirlerimizi paylaşmayı teklif ediyor, meslektaşlarımızın, öğrencilerin ve ilgili herkesin kullanımına sunuyoruz.” (<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf>).

Garland’ın dikkat çektiği nokta tasarımcılar için ajanslarda bol kazançlı iş imkanının arttığı bu nedenle de tasarımcıların daha sorumluluk sahibi bir yaşam için uğraşmaları gerektiğini unutmış olmalarıdır. Garland kâr merkezli tasarımdan insan merkezli tasarıma geçişin önemini vurgulayarak idealist bir anlam yaratma çabasında olmuştur. 2000 yılına gelindiğinde ise tasarım enerjisinin amaçsız bir tüketimi fazlasıyla desteklediğini düşünen bazı tasarımcılar Adbusters Dergisi öncülüğünde Ken Garland’ın manifestosunu güncelleyerek yeniden yayımlamış, bu metin de ilki kadar dikkat çekerek birçok tasarım derneği, enstitü ve bienallerde konuyu tartışmak üzere toplantılar düzenlenmiştir (<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf> Erişim Tarihi: 09.04.2020/14.50).

Tasarım aktivizminin bir kavram olarak tanımlanması Victor Papanek’in ilk kez 1971’de yayımlanan ve çok ses getiren “Design For The Real World” (Gerçek Dünya İçin Tasarım) kitabıyla başlamıştır. Papanek genel anlamda sosyal yararın yanında yer alan iyi tasarım kavramını yaratarak, bunu tartışmaya açmış, tasarımcıları yaptıkları işlerde ekonomik, sosyal ve ahlaki sonuçları göz önünde bulundurmaya teşvik etmiştir (Papanek, 1985, s.3). İyi bir tasarım araştırmacısı olan Guy Julier<sup>24</sup> (Julier, 2000, s.215-227) “The Culture of Design” (Tasarım Kültürü) kitabında tasarım kültürü, neoliberalizm<sup>25</sup> ve tasarım aktivizmi arasındaki ilişkiyi inceleyerek, tasarım aktivizminin dünyanın büyük çoğunluğuna hâkim olan neoliberalizme ve süreçlerine itiraz eden bir hareket olarak ortaya çıktığını belirtmektedir. Julier tasarım aktivizminin neoliberalizm kültüründen bağımsız olmadığını da tespit ederek, tasarım aktivizmini sosyal tasarım, topluluk tasarımı, katılımcı tasarım ve eleştirel tasarım gibi daha geniş bir hareketin parçası olarak

---

<sup>24</sup> Guy Julier, 1961 doğumlu tasarımcı, akademisyen ve yazar. 30 yılı aşkın bir süre ekonomideki ve toplumdaki küresel değişimleri gözlemlene ve araştırma faaliyetleri yürütmektedir. Tasarım Kültürü’nü bir inceleme alanı olarak görür.

<sup>25</sup> Neoliberalizm: Ekonomik faktörlerin kontrolünü kamu sektöründen özel sektöre devreden bir sosyoekonomik politika modelidir. Ayrıca, sabit döviz kurlarını ortadan kaldırmayı ve devlet tarafından işletilen işletmeleri özelleştirmeyi amaçlar.

görmektedir. Alastair Fuad-Luke<sup>26</sup> (Fuad-Luke, 2009, s.27) ise “Design Activism” kitabında *“Tasarım aktivizmi olumlu sosyal, kurumsal, çevresel veya ekonomik değişimin yaratılması ve dengelenmesi için bir karşı anlatı oluşturmak için bilerek veya bilmeden uygulanan tasarım düşüncesi, hayal gücü ve pratiğidir.”* tanımını yapmaktadır.

Yapılan tanımlardan yola çıkılarak tasarım aktivizmi genel bir değişim ve dönüşüm yaratabilmek için var olan toplumsal kabuller ve tutumlardan başka olasılıkları dile getirerek bir farkındalık oluşturma çabasıdır. Günlük yaşamlarında bu çabadan hareketle sosyal bilinçli tasarım yapan kişiler de tasarım aktivistleri olarak değerlendirilmektedir.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra teknoloji ve sanayinin gelişmesine bağlı olarak ekonominin büyümesi, özellikle Avrupa ve Amerika’da maddi bir refah getirmiş, bu durum tüketimi ciddi oranda arttırmıştır. 1960 sonrasında iyice belirginleşen pop kültürü, kendi anti tezini de doğurarak Beats, hippie ve azınlıklar gibi bazı grup ve kültürleri doğurmuştur. Modern tasarım hareketleri de bu tarihe kadar iyice şekillenerek gelişimini sürdürmüştür. Charles Jencks’in (Jencks, 2011, s.22-36) “The Story of Post-Modernism” (Post-Modernizmin Hikayesi) kitabında belirttiğine göre 1960’lı yılların ikinci yarısında modernizm kitleler üzerinde bir hayal kırıklığı yaratmış yapılan eleştiriler artmış, 1970’e gelindiğinde post-modernizm söylemi modernizme karşı yeni bir akım olarak büyümeye başlayarak yaşam kalitesini arttırmak için tüketimi yüceltmıştır. Post-modernizmin kültürel çeşitlilik barındırarak, bağımsızlık ve kapsayıcılık idealleri ile modernizmi aştığı varsayılmıştır. 1970’lerden bu yana var olan siyasi kurumlar, merkezi olmayan ekonomi, sanayi sonrası toplum, hızla dijitalleşen medya ve küresel dünya gibi post-modernizm kavramları küresel değerleri göstermekle beraber, tasarım kavramını da şekillendirmiştir.

1969 yılında Londra’da düzenlenen “Design, Society and the Future” (Tasarım, Toplum ve Gelecek) isimli konferans, tasarımcıları yaptıkları tasarımların sosyal, ekonomik ve ahlaki boyutlarını göz önünde bulundurmaya teşvik etmiştir. Konferanstan iki yıl sonra Victor Papanek yayımladığı “Design For The Real World”

---

<sup>26</sup> Alastair Fuad-Luke, araştırmacı, aktivist, profesör. Sürdürülebilirlik için tasarım, ortak tasarım ve tasarım aktivizmini konularında kitapları vardır. Aktif olarak tarımda yaşanan zorlukları araştırarak, tasarımcı ve çiftçilerin beraber çalışarak çözüm üretmelerini sağlamaya çalışmaktadır.

kitabıyla olayın çerçevesini genişletmiş, tasarım aktivizmi kavramını yaratmıştır (Fuad-Luke, 2009, s.44). Papanek tasarımcının ürettiği ürünle ilgili sorumluluğu olduğunu bu nedenle tasarımcının sosyal ve ahlaki yargısını tasarıma başlamadan önce devreye sokması gerektiğini belirtmektedir. Kitabında insanların yemek, barınak ve kıyafet gibi temel ihtiyaçlarının yanında en az onlar kadar önemli olan diğer temel ihtiyaçları olarak temiz hava ve saf sudan bahsetmekte ve artık günümüzde zehirlenmiş hava, kirlenmiş su ve çevre hatalarından tasarımcıları ve daha özeldede endüstri tasarımcılarını da sorumlu tutmaktadır. Kâr odaklı bir sistem tarafından koşullandırılan tasarımcıların, bu durumdan radikal olarak kaçınmaktan zorlansalar da sosyal ve ahlaki sorumluluğun bilincinde olarak eylemlerinin gelecekteki muhtemel sonuçlarını hesaplamaları gerektiğini belirtmektedir. Tasarım yaşamı ve alışkanlıkları şekillendiren en güçlü araçlardan biri olması nedeniyle tasarımcı dezavantajlı kişilerin ihtiyaçlarına yönelik çözümler üretmeye zaman ayırmalıdır (Papanek, 1985, s.56). Victor Papanek, gündelik hayat ve tasarımı birbirinden ayrı görmemiş, tasarıma yüklediği anlamlar ve eylemci davranışlarla aktivist bir yaklaşım sergilemiştir. Papanek'in hem tasarımcı olarak bizzat yaptığı tasarımlarda hem de yazdığı kitaplarda verdiği mesajlarla kendi dönemindeki ve sonra gelen tasarımcılar üzerindeki etkisi yadsınamaz düzeyde olmuştur.

**Görsel 3. 1.** Victor Papanek, Çevreci Ev Tasarımı, 1952



[https://www.lifegate.it/media-page/05\\_vdm\\_papanek\\_gallery-of-living-arts](https://www.lifegate.it/media-page/05_vdm_papanek_gallery-of-living-arts) Erişim Tarihi: 22.04.2020/12.15

Papanek, yaptığı çevreci ev tasarımında tüm malzemelerin hafif, katlanabilir, istiflenebilir bir tarzda olmasını sağlayan bir tasarım modeli kullanmıştır. (Görsel 3.1) Ucuz ve geri dönüştürülmüş malzemeler kullanarak yatak, sandalye, kanepeler, masa gibi ürünler oluşturarak bunlarla ilgili basit talimatlar hazırlamıştır. Böylece hem yaratıcılığa teşvik etmiş hem de tasarrufu desteklemiştir. Çevre bilincinin günümüzdeki kadar gelişmediği kendi dönemi için Papanek'in bu fikirleri son derece aktivist ve bilinçli bir yaklaşımı göstermektedir.

Tüketimin artması ve buna bağlı olarak ihtiyaçtan çok daha fazla üretim yapılmasıyla insan parçası olduğu doğaya karşı duyarsızlaşmış ve yaptığı tahribatı fark edememiştir. Fakat bireysel haklar ve toplumsal alanlardaki eleştirel bakış açıları bir süre sonra çevre konularında da kendini göstermeye başlamıştır. 1970 yılı çevresel hareketlerin doğduğu yıl olmuş, dünyada en iyi çevresel örgütlerden biri kabul edilen Greenpeace'in 1971 yılında kurulması çevresel duyarlılık konularını gündeme getirmiştir. 1972 yılında da BM çatısı altında UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) kurularak gelecek nesillerin de haklarını gözetmeyi amaçlayan küresel çevre koruma faaliyetleri tüm dünyada hayata geçirilmiştir.

Çevresel duyarlılığın artışı tasarım çevrelerince de kabul görmüş, bu durum yeni yapılan tasarımları da şekillendirmiştir. Sadece tüketime odaklanmış toplumun ihtiyaçlarını karşılamak üzere daha fazla üretime odaklanan sistem ve şirketler sebep oldukları çevresel sorunları uzun zaman görmezden gelmeyi tercih etmişlerdir. Ancak süreç içinde zehirlenen hava, kimyasal atıklarla kirletilen temiz su kaynakları, kesilen ormanlar, yoğun miktarda karbondioksit ve sera gazı salınımı ve daha birçok çevre tahribatı göz ardı edilemeyecek boyutlara ulaşmıştır. Özellikle 1980 yılından itibaren sivil girişimlerle bu konu daha popüler hale gelmiş ve tasarımcıların da katkısıyla konuya yönelik farkındalık artmıştır. Fuad-Luke'un da belirttiği üzere 1970'lerde "iyi tasarım", "sosyal ihtiyaç için tasarım" gibi kavramlar 1980'lerden itibaren yerini "yeşil tasarım", "eko tasarım", "çevreye duyarlı tasarım", "sürdürülebilir tasarım" gibi kavramlara bırakmıştır (Fuad-Luke, 2009, s.49). Hem literatürün değişmesi hem de toplumsal bilincin artmasında tasarımcıların da önemli bir rolü olmuştur.

Dünyanın büyük çoğunluğu için ciddi boyutlarda olan yoksulluk, ülkeler arası eşit ve adil olmayan temiz gıda ve su dağılımı, ekonomik ve sosyal eşitsizlikler, yetersiz sağlık ve eğitim hizmetleri, her sene artarak devam eden göçler ve dünyada hızla artmaya devam eden nüfus küresel dünyanın büyük problemleri olarak

görülmektedir. Tüm bunların en olumsuz etkisi kaçınılmaz şekilde doğaya karşı olmaktadır. Yaşanan tahribata dikkat çekmek için eyleme geçen kişi ve kurumlar bu konudaki farkındalığa ve literatüre katkıda bulunmuşlardır. Bu paralelde 1980 tarihinden itibaren tasarımcıların gündemine giren kavramlardan en dikkat çekenini “sürdürülebilir tasarım” olmuştur. Sürdürülebilirlik sınırsız büyüme içinde olan kapitalist üretim ve tüketim sistemine karşı durarak ekolojik uygulamaları ve bakış açısını öne çıkarmayı hedeflemektedir. Genel çerçevede birbirine bağımlı “doğal ekosistemlerin ve kaynakların korunması ve geliştirilmesi, ekonomik verimlilik, iş, barınma eğitim, sağlık ve kültürel fırsat gibi sosyal altyapıların sağlanması unsurlarının arasındaki dinamik denge” olarak tanımlanmıştır (Domenski ve arkadaşlarından aktaran Fuad-Luke, 2009, s.23).

**Görsel 3. 2.** WWF için Yapılan Sürdürülebilir Tasarım Örneği

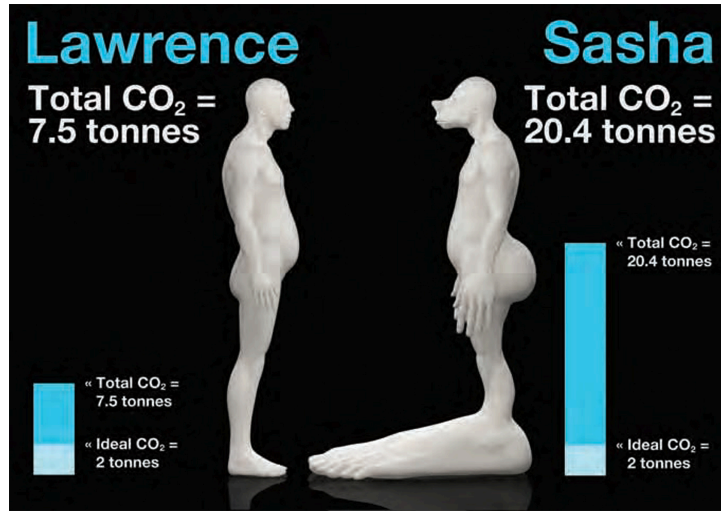


Cliff Kagawa ve Silas Jansson-Saatchi&Saatchi Erişim Tarihi: 23.04.2020/13.15

Çevre tasarımlarındaki risklerden biri fazla marjinal görünüp çözüme katkı sunmaktan uzak görünmeleridir. Bu nedenle tasarımcılar, daha tasarım aşamasında konuyla ilgili ciddi araştırma yaparak konuyu farklı açılardan ele almalı ve daha kapsayıcı bir iletişim dili seçmelidirler. Grafik tasarım özelinde sürdürülebilir tasarım, geri dönüşümlü kâğıt ve çevreye duyarlı mürekkep kullanımıyla sınırlı kalmayarak daha yaratıcı çözümler getirebilmelidir. John Thackara (Thackara, 2005, s.19) “The Bubble” (Köpük) kitabında küçük tasarım eylemlerinin büyük etkileri olacağını söyleyerek tasarımcıların yaptıkları tasarımların olası sonuçları hakkında çok duyarlı olmaları gerektiğini belirtmektedir. Thackara sürdürülebilirlik sorununu tasarımın konusu olarak görmekte, tasarımcılara “şeyler” tasarlamaktan vazgeçerek çözüm getirecek sistemler tasarlamayı önermektedir. Böylece insanlar sahip olmak yerine kullanma fikrini benimseyeceklerdir.

1980'lerden itibaren dünya ve dünya sorunlarıyla ilgilenen tasarımcılar ve tasarım toplulukları birçok ağlar kurmuşlardır. 1990 ve 2000'li yılların başında çok sayıda yeni organizasyon ortaya çıkarak tasarım aktivizmi söylemine olan ilgi açıkça artmıştır. Bu organizasyonlar tasarımcının, tasarıma disiplinler arası yaklaşımı ile küresel meselelere potansiyel katkısını düşünerek, olumlu değişime yol açabileceğine inanmaktadır. Bu nedenle yapılan tasarımlarda genelde dikkat çekici ve merak uyandırıcı bir üslup tercih edilmiştir.

**Görsel 3. 3.** Değişen Alışkanlıklar, Design Activism Book s. 88



Kraliyet Sanat Derneği “Değişen Alışkanlıklar” projesinde bireylerin yıllık su, gıda, elektrik ve atık kullanımları ile ilgili tüketim kriterlerinden yola çıkarak elde edilen verileri bir tasarıma dönüştürmüş, alışkanlıkların yol açtığı tahribatı çarpıtılmış insan uzuvlarıyla ifade ederek, tüketicinin yıllık çevresel etkilerini karbondioksit olarak göstermiştir. (Görsel 3.3)

Feminist hareketlerin de katkısıyla kadın sorunlarına karşı duyarlılık artmış bu durum yapılan tasarım ve kampanyalara da yansımıştır. Uluslararası markalar kadın eşitliği temalı çalışmalar yaparak bu konuya dikkat çekmişlerdir. Bu markalardan biri olan United Colors of Benetton’un hazırladığı United by Half çalışması etkileyici bir örnektir.

### Karekod 3. 1. United Colors of Benetton Kampanyası



<https://www.youtube.com/watch?v=mDDs7N5r2GM> Erişim Tarihi: 01.05.2020/10.20

1990’larda İnternet teknolojisiyle beraber web tabanlı ara yüzlerin kullanılmaya başlanması yerel ve küresel iş birliği ve bilgi alışverişini kolaylaştırmış, tasarımcılar için yeni fırsatlar yaratmakla beraber tasarım mesleğinin nasıl olması ve tasarım aktivizmiyle etkin bir şekilde ilgilenme gerekliliğini tartışmaya açmıştır. Fuad Luke’a göre İnternet küresel tasarımla yaratıcılık ve iş birliği konularını önemli ölçüde değiştiren ve şekillendiren bir proje olduğu gibi disiplinler arası çalışma yöntemlerini de kolaylaştırmaktadır (Fuad-Luke, 2009, s.145).

2000’li yıllarda çevresel duyarlılığa ve sürdürülebilirlik kavramına artan ilgiye paralel olarak tasarım aktivizmi söyleminin artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu yıllarda tasarım çalışmalarına bakıldığında tasarımcıların bu konularda daha aktivist bir tavır aldıkları görülmektedir.

**Tablo 3. 1.** Tasarımcılar Tarafından İşlenen Tasarım Konuları <sup>27</sup>

Konu	%	Açıklama
Doğa	38	Olumsuz etkinin azaltılması, vahşi doğanın korunması
Bilgi-İletişim	23	Bilgiyi görsel / dokunsal yapma, sistemler, semboller oluşturma
İnsan Hakları	13	Adalet, erişilebilirlik ve demokrasi
Kültürel Çeşitlilik	11	Göç, dini çeşitlilik, etnik/ırksal çeşitlilik
Afet Yardımı	9	

<sup>27</sup> Tablo 3.1 Tasarım Konuları “Alastair Fuad-Luke-Design Activism” kitabından alıntılanarak yeniden çizilmiştir.

Protest Eserler	3	
Sağlık	3	

2010'dan itibaren aktivist tasarım tarzının artarak devam ettiği ve daha fazla tasarımcının çalışmalarına yansdığı görülmektedir.

Daha öncede değinildiği üzere tasarım hem doğrudan hem de genel olarak toplumu ve alışkanlıkları etkilemekte ve değiştirmektedir. Bu değişimin olumlu yönde olması tasarımcının sorumluluk alanına girmektedir. "Tasarım Aktivistinin El Kitabı" (The Design Activist's Handbook) kitabının yazarları Noah Scalin ve Michelle Taute (Scalin&Taute, 2012, s.14-15) tasarımcıların birkaç bilgisayar tuşunu tıklayıp bir gecede mevcut sistemi değiştirme gücüne sahip olmadığını ancak daha bilinçli seçimler yaparak olumlu değişime katkıda bulunabileceklerini belirtmişlerdir. Yazarlar tasarım aktivizminde amacın kimin en çevreci veya en radikal olduğunu bulmak veya mükemmel tasarımlar yapmak değil küçük te olsa vicdanlı ve bilinçli tasarımlarla farkındalık oluşturmak olduğunu belirtmiştir. Yazarlara göre engeller bulmak veya başkalarından beklemek yerine gerçekte herkes tasarım aktivisti olmalıdır.

Tasarım Aktivizmi incelenirken öne çıkan çok önemli iki kavramdan birisi etik diğeri ise sosyal sorumluluk kavramlarıdır. Görsel iletişim tasarımı içindeki önemi dikkate alındığında bu iki kavramın detaylı olarak ele alınması gerekli görünmektedir.

### 3.1.1 Tasarım Aktivizminde Etik

Etik sözcüğünün kökeni eski Yunanca bir sözcük olan 'ethos'dan gelir ve karakter, huy anlamlarını taşır. Etik sözcüğü aslında kişiye bağlı, kişiye özgü bir hali tanımlamaktadır. Bununla birlikte çoğul olduğu zaman gelenek ve görenek anlamına da gelerek belli bir topluluğun yaşam şeklini de ifade eder (İyi, 2011, s.5). Günümüzde hemen her alanda sıkça etikten söz edilmektedir. Tarihsel süreçte kullanımı çok eskilere dayansa da günümüz toplumunda etiğin tekrar bu kadar popüler olmasının bir nedeni günümüzde giderek önem kazanan felsefenin iki alanından insan felsefesi ve değer felsefesi ile çok yakından ilişkili olması diğeri ise, doğa bilimleri, insan ve toplum bilimleri ve uygulamalı bilimlerde etiğin

vazgeçilmez bir hal almasıdır.

Eskiçağlardan bugüne kadarki süreçte etik, her dönem için farklılaşan bazı temel soruları ele almıştır. Bu temel sorulardan en önemlisi “doğru, adil, iyi” anlamında mutlu yaşamın ne olduğudur. Bu bağlamda “adalet nedir”, “erdem nedir” sorularına cevap aranmıştır. İnsan yaşamında insanın yapıp ettikleriyle doğru olana ulaşmaya çalışmasının yolları aranmıştır. İlerleyen zamanlarda etiğin cevap aradığı sorular artmış ve farklılaşmış, ödev, sorumluluk, gereklilik, değerler, anlamlar gibi yeni kavramlar eklenmiştir. 21. Yüzyılda ise teknolojinin hızla gelişmesi ve her türlü insan ve uygulamalı bilim dalının etkinliğini arttırmasıyla etiğin alanına giren konular tarihte hiç olmadığı kadar artmış ve çeşitlenmiştir. Ötenazi, organ bağıışı, kürtaj, teknoloji, yapay zekâ, nanoteknoloji, çevre etiği, toprak etiği bunlardan yalnızca bazılarıdır. Bu çeşitlilik kaçınılmaz olarak meslek sayısında da artışa sebep olmuş, bu durum beraberinde meslek etiği kavramını doğurmuştur. Böylece her meslek grubunun kendine özgü etik standartları oluşmuştur (Kınık, 2015, s.307).

Grafik tasarım alanında etik konusu, bu alanda çalışan tüm ajans veya şirketleri ve buralarda çalışan tüm tasarımcı ve diğer çalışanlar ile yaratılan ve ortaya çıkarılan tüm tasarımları kapsayan büyük bir alana karşılık gelmektedir.

Tanıtım ve reklam ihtiyacının yaygınlaşması reklam veren kişi (yani müşteri) sayısında da artışa sebep olmuş, bu da talebin karşılanması adına reklam ve tasarım ajanslarının çoğalmasını kolaylaştırmıştır. Sektörün büyümesiyle ajanslarda çalışacak grafik tasarımcı, sanat yönetmeni, yaratıcı yönetmen gibi mesleklere ihtiyaç artmış, bu durum zaman zaman eğitim ve yeterliliğin göz ardı edilmesine, hızlı ve baştan savma işlerin piyasaya sürülmesiyle de ortaya çıkan işlerin kalite ve etik açıdan sorgulanmasına sebep olmuştur.

Türkiye’de grafik tasarım sektörü için özel olarak oluşturulmuş etik kurallar ile ilgili kanun niteliğinde sayılacak herhangi bir yönetmelik bulunmamaktadır. Bu sebeple “grafik tasarımında etik normlar” kişilere göre değişkenlik gösteren, farklı biçimlerde uygulanan ve algıya göre yorumlanan bir kavram olarak öne çıkmaktadır (Kınık, 2015, s.308).

1914 yılında küçük bir tasarımcı grup tarafından kurulan ve günümüzde 25.000’den fazla profesyonel üyesi olan AIGA (American Institute of Graphic Art) Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü dünyada grafik tasarım sektörünün önde gelen temsilcilerinden biri olarak kabul edilmektedir (<https://www.aiga.org/aiga/content/about-aiga/aiga-history-timeline/> Erişim Tarihi: 28.09.2020/12.48). AIGA 1994

yılında tüm tasarımcılar için geçerli olmak üzere etik ve sosyal sorumluluk standartlarını belirlemiş, 2011 yılında ise bu standartları güncelleyerek kapsamını genişletmiştir. AIGA standartlarına göre profesyonel bir tasarımcı, mesleğe, meslektaşlara, müşterilere ve tüketicilere bir bütün olarak topluma saygı gösteren dürüstlük ilkelerine bağlı kalmalıdır. Ayrıca tasarımcının müşterilere karşı, diğer tasarımcılara karşı, halka karşı, topluma ve çevreye karşı sorumluluklarıyla beraber ücret ve tanıtım ilkeleri maddeler halinde detaylı bir şekilde belirlenmiştir (<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/aiga-standards-of-professional-practice/> Erişim Tarihi: 28.09.2020/13.13).

Kavramsal olarak incelendiğinde etik ve aktivist tasarım birbirine bağlı olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle hayatın her alanında etik normları dikkate alan bir kişi gördüğü yanlış veya eksikleri düzeltmek en azından farkındalık oluşturmak adına aktivist bir eylem içinde olmayı tercih edecektir.

Firmalar veya reklam ajansları bağlamında etik normlar daha profesyonel ele alınması gereken konular olarak öne çıkmaktadır. Her şirket için etik normların zaman içinde şekillenip belirleneceğini söyleyen Scalin'e göre profesyonel anlamda her zaman etik normlara bağlı kalmak zor olsa da bu durum ajans veya firma sahiplerini yıldırımamalması başarabildikleri ölçüde buna uymaya çalışmalıdırlar. Scalin kendi firmasında da uyguladığı etik normları şu şekilde belirlemiştir:

- Buldukları topluluklara fayda sağlayan müşteriler için kaliteli tasarımlar yapın.
- Sigara, alkol veya silah yapımına dahil olmayan müşterilerle çalışın.
- Bir iş emeği veya çevresel uygulamalar için boykot veya anlaşmazlığa dahil olmayan şirketlerle çalışın.
- Minimum atık oluşturan ve çevreye çok az zarar veren tasarımlar yapmaya çalışın.
- Müşterileri, bir tasarıma uygulanabilir olduğunda çevreye duyarlı baskı süreçlerini ve malzemelerini kullanmaya teşvik edin (Scalin&Taute, 2012, s.38).

### **3.1.2 Tasarım Aktivizmi ve Sosyal Sorumluluk**

“Sorumluluk kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, mesuliyet” anlamlarına gelmektedir. (<https://sozluk.gov.tr/>) Bu bağlamda sorumluluğu zaman, yetki, otorite, görev gibi kavramlarla beraber ele almak gerekir. Her insan yaşadığı toplum içinde çeşitli görev

ve mesuliyetler üstlenmekte öncelikle yaşadığı topluma daha sonra tüm dünyaya karşı çeşitli sorumluluklara sahip olmaktadır. Sosyal sorumluluk kamu ve özel sektör ayrımı yapmadan toplumun tüm katmanlarını bir amaç için ortak hareket etmeye ve iş birliği içinde artı değer üretmeye teşvik eden ve böylece tüm toplumda yansımaları görülen çok önemli bir kavramdır. Sosyal sorumluluk alanında en etkin kuruluşların başında sivil toplum örgütleri gelmektedir. Ülkemizde de sayıları her geçen gün artan sivil toplum kuruluşları toplumsal sorunlara çözüm üretilmesi, toplumda bilinç ve farkındalık oluşturulması gibi konularda önemli faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Becan, 2011, s.18). Sivil toplum örgütleri kendi inisiyatifleriyle bir sorunun çözümü için aktivist eylem içinde bulunmakta bunu yaparken de görsel iletişimden yoğun şekilde faydalanmaktadırlar.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), sosyal sorumluluk kavramıyla beraber düşünülmelidir. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun amacı topluma fayda sağlamanın yanında, bunu gerçekleştiren kurum veya markaya da pozitif katkı sağlamaktır. Kurum veya şirketin saygınlığını artırmak öncelikli amaç olmakla beraber iş piyasasında hareket, ekonomik kâr, verimlilik gibi faydaları da düşünülmektedir (Danış, 2010, s.30). Dünya genelinde birçok kurum özellikle uluslararası büyük markalar sosyal konularda hassasiyet göstermeleri gerektiğinin farkına varmışlardır. Böylece son yıllarda sivil toplum kuruluşlarının sayılarında önemli bir artış görülmüştür. Küreselleşen yeni dünya düzeninde toplumsal bilinç artmış, tüketiciler ürün veya hizmet alırken sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan kurum ve markalara öncelik vermeye başlamıştır. Özellikle genç nüfus bu konuda daha ilgili bir davranış profili çizmektedir. Kurumsal sosyal sorumlulukta işletmeler, çalışanlar, toplum, çevre, eğitim ve kültür gibi bazı sorumluluk alanları söz konusu olmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilir.

- Çevreye ilişkin sorumluluk
- Tüketicilere ilişkin sorumluluk
- Çalışanlara ilişkin sosyal sorumluluk
- Topluma (sosyal çevreye) ilişkin sorumluluk
- Hissedarlara (yatırımcılara) ilişkin sorumluluk
- Sağlık ve refahla ilgili sorumluluk
- Eğitim ve kültürle ilgili sorumluluk (Becan, 2011, s.20).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kapsamında uluslararası ağa sahip büyük markaların yaptığı aktivist tasarım veya eylemler geniş kitlelere ulaşması açısından daha etkili olmakta ve daha büyük ses getirmektedir. Bu markalardan biri olan United Colors of Benetton aktivist tasarımları kullanma tercihi açısından öne çıkan markalardan biri olmaktadır. Marka 2014 yılında UN Woman iş birliğiyle Uluslararası Kadına Yönelik Şiddetin Ortadan Kaldırılması Günü kapsamında bir kampanya çalışması yapmıştır. Erkek, din ve toplum şiddetinin altında yatan sebeplere odaklanan kampanya tüm dünyaya kadınların her türlü acı ve şiddete katlanmak zorunda olmadığını tekrar hatırlatmayı amaçlamıştır. Üzerine çiçekler atılan kadın görselinin kullanıldığı çalışmada (Görsel 3.4) ‘çiçekle bile vurmayın’ klişesi tersine çevrilerek her türlü ayrımcılık ve istismara son verilmesi, kadın ve erkeğin toplumsal hak ve fırsatlarda eşit olması gerektiği vurgulanmıştır (<http://www.benettongroup.com/media-press/press-releases-and-statements/united-colors-of-benetton-and-un-women-end-violence-against-women-now/> Erişim Tarihi: 06.10.2020/14.54).

**Görsel 3. 4.** End Violence Against Woman Now Kampanyası, 2014



<http://www.benettongroup.com/media-press/press-releases-and-statements/united-colors-of-benetton-and-un-women-end-violence-against-women-now/> Erişim Tarihi: 06.10.2020/14.54

Sosyal sorumluluğun eylemsel karşılık bulmasına Türkiye’de başlatılan “Baba Beni Okula Gönder” (BBOG) kampanyası başarılı bir örnektir. Doğan Gazetecilik’in 23 Nisan 2005’te başlattığı kampanya, Türkiye’nin herhangi bir yerindeki bütün kız çocuklarının hakkı olan eğitim olanaklarından yararlanabilmesini amaçlamaktadır. Kampanya, her kız çocuğunun eğitilmiş, bilgili ve üretken bireyler olarak yetişmesine destek olmayı hedeflemiş ve bunda başarılı olmuştur. Yürütülen kampanya ile, ülkenin çeşitli bölgelerinde eşit eğitim imkanlarına sahip olamayan kız çocukları

tespit edilerek bu imkanların temini için maddi destek sağlanmış aynı zamanda toplumsal farkındalığın artması için birçok etkinlik yapılmıştır (<http://www.bbog.org/bbog.aspx> Erişim Tarihi: 25.04.2020/12.15).

**Karekod 3. 2. Baba Beni Okula Gönder Kampanyası Tanıtım Filmi**



<https://www.youtube.com/watch?v=RSrJFH-XIXA&feature=youtu.be> Erişim Tarihi: 25.04.2020/12.15

Sosyal sorumluluk projeleri aktivist bakış açısıyla ele alındığında ortaya başarılı sonuçlar çıkmakta ve etki alanı çok daha büyük olmaktadır. Bu nedenle tasarımcılar tasarladıkları her çalışmada sorumluluk bilinciyle hareket etmekten geri durmamalıdır. Gelişen teknolojiyle beraber hemen her alanda etkisini arttıran görsel iletişim tasarımı, geçmişten günümüze insanlar ve toplumlar arasında mesaj iletme özelliği taşımaktadır. Bu nedenle hem birey hem de toplum algısı üzerine olan etkisi büyüktür. Tasarımın ikna etme, eğitme ve bilgilendirme gücü düşünüldüğünde tasarımcılara da önemli bir sorumluluk düştüğü görülmektedir. Son yıllarda çok daha sık duyulan sosyal sorumluluk ve etik kavramlarının görsel iletişim tasarımındaki yerini anlamak bir tasarımcı için vazgeçilmez niteliktedir.

### **3.2 Toplumsal Dinamikler ve Tasarımcı Yaklaşımları**

Önceki bölümlerde örneklerle açıklanmaya çalışıldığı gibi tüm toplumsal ve ekonomik dinamiklerin toplumu olduğu kadar o toplumun bir üyesi olan sanatçı veya tasarımcıyı da etkilediği görülmektedir.

Değişimin bir diğer önemli dinamosu da hiç kuşkusuz teknolojik ilerlemedir. Teknolojik gelişme ve ilerleme devam ettikçe görsel iletişim tasarımında kullanılan dil ve materyallerin de değişip çeşitlenmesi kaçınılmaz olmakla beraber tasarımcının etik duruşu ve meslek ahlakı önemini korumaktadır. Görsel iletişim tasarımcısı bir tanıtım ve reklam yoluyla sadece müşteriye veya tüketiciye memnun etmeyi amaçladığında tasarımın sorumluluk kısmının eksik kaldığı görülmektedir.

Tasarımcının tüm tasarımlarında sosyal sorumluluk ve çevre bilinciyle hareket etmesi ve gerektiğinde müşteri ve alıcı kitleyi yönlendirebilmesi kendi mesleğinin etik sorumluluğu olarak görülebilir.

Tasarımcının hitap edeceği topluma karşı bir sorumluluk bilincinde olması ve toplumsal yararı önemsemesi de bir diğer önemli nokta olmaktadır. Tasarımcıyla aynı, hatta çok daha fazla sorumluluğa sahip olan diğer paydaşın büyük marka ve şirketler olduğu görülmektedir. Paul Rand iyi tasarlanmış ilanlardan, ambalajlara, ürünlere ve binalara kadar, tüm görsel tasarım sorunlarının esas çözümünün, şirketlerin çevrelerini biçimlendirebilmeleri ve çok geniş kitlelerin zevkini etkileyebilmelerinde yattığını ifade etmektedir. Rand bir şirketin, kamu bilincini artırmak konusunda son derece stratejik bir konuma sahip olduğunu söylemekte, rutin hayırseverlik programlarının aksine, şirketlerin yaptığı önemli katkıların, iş stratejisini toplumsal bir fırsata, iyi tasarımı ise iyi niyet eylemine dönüştürme gücüne sahip olduğunu belirtmektedir (Rand, 1987, s.69).

Tarihsel süreci incelendiğinde aktivist tasarımın daha çok kişisel inisiyatifler ve markalar bazında olduğu görülmektedir. Dünyada ve Türkiye’de aktivist yaklaşımı benimseyen ve bu şekilde tasarım yapan çok sayıda tasarımcı mevcuttur. Aynı zamanda birçok marka da bu tarzı benimseyerek, bazı sosyal konulara bu yolla dikkat çekmektedirler. Tüm dünyada aktivist tasarımın başarılı örnekleri yapılmıştır ve yapılmaya devam edilmektedir. Bu bölümde çeşitli grup ve tasarımcıların işlerine yer verilmiştir. Seçim yapılırken tasarımların aktivist olması, farkındalık oluşturması, AIGA ödülü veya uluslararası ödül almış olması ve matbu olarak basılmış kitaplarda yer alması gibi şartlar gözetilmiştir. Örneklerine yer verilen tasarımcı ve grupların seçilme nedenleri şu şekildedir.

Tibor Kalman: 1999 yılında AIGA’nın onur ödülüne layık görülmüş, AIGA tarafından sosyal aktivist olarak tanımlanmış ve 1980’lerden itibaren tasarımda düşünme şeklini değiştiren vicdan olarak kabul edilmiştir.

Adbusters: Kâr amacı gütmeyen bağımsız bir kuruluş olan Adbusters’in tüm dünyadan katılımcısı vardır. Kuruluş amacında ve eylemlerinde aktivizmi ana hedef olarak belirlemiştir. Tüm tasarımları kışkırtıcı bir dille ve eyleme geçirmek amacıyla oluşturulmaktadır.

Kültür Karıştırması (Culture Jamming): Bağımsız grup üyelerinden oluşmaktadır. Kendilerini gösterme biçimi aktivizm içeren eylemlerle olmakta ve herkesi bu eylemlere katılma konusunda kışkırtmaktadırlar.

Brandalism: Üye katılımı gönüllülük esasına dayanan bağımsız bir organizasyondur. İsyen ve aktivizm davranış modellerine kaynaklık etmektedir. Farkındalık oluşturmak ve insanları harekete geçirmek için son derece kışkırtıcı eylemleri tercih etmektedirler.

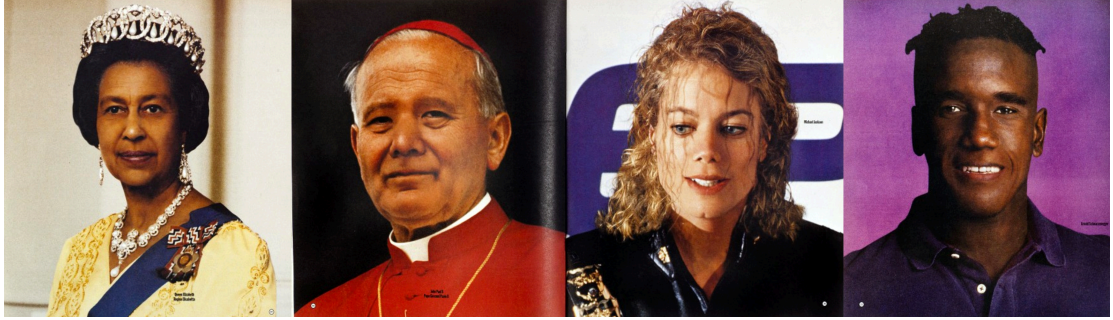
Guerilla Girls: Grup feminist aktivist kadın sanatçılardan oluşmaktadır. Kadın hakları ve sanatta kadın temsili konularında ses getiren eylemlerde bulunmaktadır.

Diğer Örnekler: Burada kullanılan örnekler uluslararası yarışmalardan ödüllü The Design of Dissent isimli kitapta yer almış kadın temalı tasarımlardan seçilmiştir. Ayrıca 'Kadın Hakları İnsan Haklarıdır' mottosuyla uluslararası alanda cinsiyet temelli eşitsizlik, şiddet ve ayrımcılık konularını işleyen posterlerin bir araya getirildiği <https://www.womensrightsarehumanrights.org/> isimli online siteden derlenmiştir. Aynı şekilde yer verilen videolar kadın sorunlarına dikkat çekip farkındalık oluşturan aktivist tasarım örneklerinden seçilmiştir.

### **3.2.1 Tibor Kalman**

Tibor Kalman, 6 Temmuz 1949'da Budapeşte Macaristan'da doğmuş, Amerikalı grafik tasarımcıdır. Grafik tasarım dünyasında yenilikçi tasarımları nedeniyle devrimci olarak kabul edilmiştir. (www.britannica.com) Kalman hemen hemen bütün tasarımlarında sosyal aktivist gibi davranmış, şirketlerin ürünlerinin toplum üzerindeki etkisinin sorumluluğunu alması gerektiğine inanarak kendisi de bu perspektifle tasarımlar yapmıştır. Sosyal konularda oldukça duyarlı davranarak 80 ve 90'lı yılların düşünce şeklini en çok etkileyen kişi olarak tanımlanmıştır. Tibor Kalman 1990'da Benetton sponsorlu Colours dergisinin baş editörü olduktan sonra Colours, çok kültürlülük ve küresel farkındalığa odaklanmış, bu perspektif, cesur grafik tasarım ve tipografiyle kendini göstermiştir. Dergi özellikle ırkçılık konusuna fazlaca vurgu yapmıştır. Dergi Papa II. John Paul ve Kraliçe II. Elizabeth gibi oldukça tanınan figürlerin ırksal azınlıklar olarak tanımlandığı bir dizi çıkarmış ve bu tasarımlar tüm dünyada ses getirmiştir. (Görsel 3.5, 3.6)

Görsel 3. 5. Colors Dergisi, Irkçılık (Race) Sayısı



<http://www.colors magazine.com/en/archive> Erişim Tarihi: 26.04.2020/13.10

Görsel 3. 6. Colors Dergisi Kapakları, Tibor Kalman



<http://www.colors magazine.com/en/archive> Erişim Tarihi: 26.04.2020/13.12

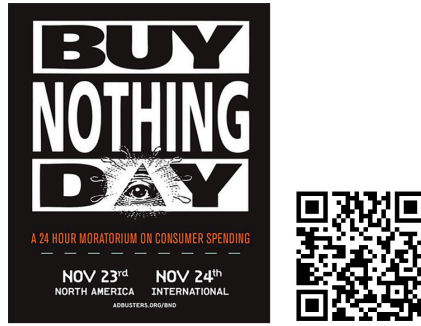
Kalman tüm tasarımcıları müşterilerinin çevreyi ne kadar etkilediklerini kendilerine sormaları gerektiğine ve çevreye zararlı ürünler üreten müşterileri kabul etmemeleri konusunda ikna etmeye çalışmıştır. Tibor Kalman'a göre grafik tasarım iki sona giden bir anlama sahiptir: iyi tasarım ve sosyal sorumluluklar. İyi tasarımı, beklenmedik ve eskimeyen olarak tanımlamış ve günlük yaşama faydası olması gerektiğini vurgulamıştır. İkinci olarak grafik tasarımın halkın sosyal farkındalığını arttıran bir şey olması gerekliliği üzerinde durmuştur (<https://www.aiga.org/medalist-tiborkalman> Erişim Tarihi: 26.04.2020/13.30).

### 3.2.2 Adbusters

Adbusters, 1989 yılında Kanada'da tüketim karşıtlığı amacıyla kurulan ve kâr amacı gütmeyen medya kuruluşudur. Matbu dergi ve online site olarak faaliyet

göstermektedir. Sponsorluk veya devlet ve vakıf hibesi almadan tamamen okuyucu destekli olarak yayın hayatına devam eden kuruluş bağımsız hareket eden aktivist sanatçı ve tasarımcılardan oluşmaktadır. Son derece aktivist bir dil kullanan dergi tasarımcıları herkesi nesiller boyu alınan neredeyse tüm ekonomik, politik ve kültürel kuralları yeniden düşünmeye davet etmektedir. Akli başında ve sürdürülebilir bir dünya için büyük bir anlatı ve zihin değişimine ihtiyaç olduğunu düşünen tasarımcılar tüm tasarım ve eylemlerini bu düşünce eşliğinde gerçekleştirmektedir. Bu bakış açısıyla tüm dünyada ses getiren birçok sosyal, politik ve çevresel eylemlere imza atmışlardır. Bunlar arasında en dikkat çekenleri uluslararası boyutta olan “Hiçbir Şey Satın Almama Günü” (Buy Nothing Day) ve “Televizyonu Kapama Haftası” (Turn of TV Week) (Görsel 3.7) eylemleridir (<https://www.adbusters.org/> Erişim Tarihi: 28.04.2020/09.10).

**Karekod 3. 3.** Buy Nothing Day Kampanyası



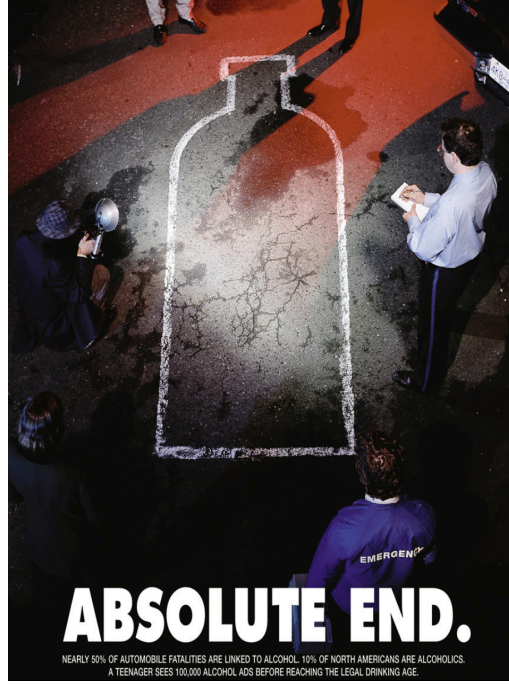
<https://www.youtube.com/watch?v=UOqRXBJgapQ> Erişim Tarihi: 28.04.2020/12.49

**Görsel 3. 7.** Turn off Tv Week Kampanya Afişi, Adbusters



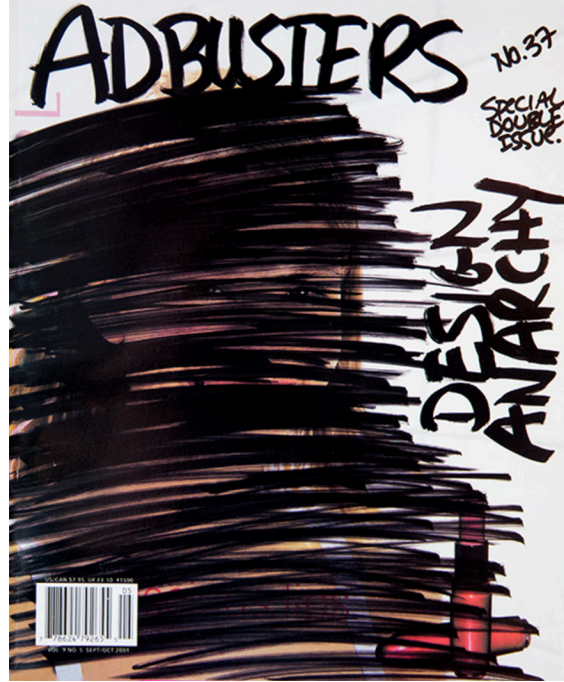
<https://www.adbusters.org/spoof-ads> Erişim Tarihi: 28.04.2020/12.45

Görsel 3. 8. Absolute End. İsimli Çalışma



<https://www.adbusters.org/spoof-ads> Erişim Tarihi: 28.04.2020/12.50

Görsel 3. 9. Adbusters Dergi Kapağı, 2001



<https://subscribe.adbusters.org/products/ab-37-design-anarchy> Erişim Tarihi: 08.10.2020/09.32

### 3.2.3 Kültür Karıştırması (Culture Jamming)

Kültür karıştırması (culture jamming) toplumun dikkatini şirketlerin gerçek yüzlerine çekmek, reklamlarla alay etmek ve verdikleri mesajları doğrudan doğruya değiştirmek amacıyla eylemcilerin reklam panoları ve billboardları izinsiz değiştirmesi, bunlara ekleme veya çıkartma yapıştırması eylemidir (Klein, 2012, s.401). Adbusters, kültür karıştırması eylemini en etkin kullanan kuruluş olarak dikkat çekmektedir. Adbusters dergisi editörü aynı zamanda “Culture Jam” (Kültür Karıştırması) kitabının yazarı Kalle Lasn kitabında insani tüm duygu, özgürlük düşüncesi ve ahlaki kültürün medya ve kitle iletişim araçlarının kuşatması altında olduğunu söyleyerek tüm bunların insanları sadece izleyen, satın alan, tüketen bir konuma getirdiğini tespit etmektedir. Kendini kültür karıştırıcısı olarak tanımlayan Lasn amacının mevcut güç yapılarını devirmek ve 21. yüzyılda yaşama ve düşünme şeklinde büyük ayarlamalar yaparak bilgi akış şeklini, kurumların iktidar kullanma biçimini, TV kanallarını, yemek, moda, otomobil, spor, müzik ve kültür endüstrilerinin değişmesi gerektiğini belirtmektedir. Bunun ancak bilinçlenen bir toplumla mümkün olduğunu belirterek herkesi aktivist bir yaklaşımla kültür karıştırıcısı olmaya davet etmektedir (Lasn, 1999, s.111).

Görsel 3. 10. Kurumsal Amerikan Bayrağı Çalışması, Adbusters,



<https://www.adbusters.org/spoof-ads> Erişim Tarihi: 28.04.2020/12.52

Adbusters ekibi aynı zamanda aktivist eylemlerini gerçekleştirebilmek için abillionpeople.org isimli İnternet sitesi kurmuşlardır. Markalara ait logoları silmek için elle kolayca çizilecek blackspot (kara nokta) adını verdikleri anti-logo

tasarlayarak tüm katılımcıları blackspotu gittikleri her mekânda (restoran, mağaza, avm) bulunan marka logolarının üzerine çizmeye çağırmaktadırlar.

#### Karekod 3. 4. Blackspot Kampanyası



[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=2&v=dSYUzuy2ImE&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=dSYUzuy2ImE&feature=emb_logo) Erişim Tarihi: 29.04.2020/12.25

Site her seferinde eylem yapacakları yeni bir konu belirlemekte ve herkesi bu eyleme katılmaya davet etmektedir. Eyleme katılmak isteyenleri adım adım ne yapacakları konusunda bilgilendirmekte, dijital aktivizm için kampanyayla ilgili sosyal medya görselleri sunmaktadır. Site, tüm yaşam alanlarını ablukasına alan markalara karşı uluslararası boykotlar, alt reklamlar, şakalar, hackler ve kültür karıştırmaları ile İnternet tabanlı küresel bir güç bloğu inşa etmeyi hedeflemektedir. No Logo November (Logosuz Kasım), International Rebellion (Uluslararası İsyân), Seasons of Revolt (Devrim Mevsimleri) sitenin gerçekleştirdiği aktivist eylemlerden bazılarıdır (<http://abillionpeople.org/> Erişim Tarihi: 29.04.2020/11.10).

#### 3.2.4 Brandalism

Brandalism kültür ve tüm mekanların markaların kontrolü altında olmasına karşı 2012 yılında İngiltere’de başlatılan bir isyan eylemidir. Grup kendini dünya çapında kurumsal güç, açgözlülük ve yolsuzluğa meydan okuyan uluslararası bir sanatçı kolektifi olarak tarif etmektedir. Tüm iletişim, kampanya ve eylem tarzları online site üzerinden belirlenerek genellikle tüketime çağırın reklam alanlarına müdahale edilmektedir. Sokakları, evleri, ekranları istila eden logo, marka, slogan ve jingle (reklam, marka müziği) akışıyla mücadele ederek, “*hayal etmek başlangıçtır, geriye kalan tek şey eylemdir*” sloganıyla yola çıkmışlardır (<http://brandalism.ch/manifesto/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/11.05).

**Görsel 3. 11.** Brandalism Eylemi, 2018, UK



<http://brandalism.ch/gallery/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/11.50

Grup hem ülkeler bazında hem uluslararası boyutta kampanyalar yürütmektedir. Çevre, görüntü kirliliği, tüketim, kültürel değerler ve reklam imajları yoğunluklu olarak ele alınan konulardır. Kimi zaman ünlü bir markaya ait reklam manipüle edilirken, bazen de dikkat çekilmek istenen konu tasarımcı ve sanatçılar tarafından yeniden tasarlanmaktadır. (Görsel 3.11, 3.12, 3.13)

**Görsel 3. 12.** Brandalism Billboard Eylemi, 2012



<http://brandalism.ch/gallery/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/11.55

**Görsel 3. 13.** Brandalism Billboard Eylemi, 2012



<http://brandalism.ch/gallery/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/11.58

2019 yılında Avustralya’da 41 sanatçı, ülkenin en büyük onaylanmamış sanat kampanyası #BushfireBandalism için sokaklara çıkmıştır. Sydney, Melbourne ve Brisbane sokaklarındaki reklam afişlerinin yerini, sanatçıların tasarladığı düşündürücü görüntüler ve mesajlar olarak yıkıcı kuraklık ve benzeri görülmemiş çalı yangınları ile görülen mevcut iklim krizine dikkat çekilmiştir (<http://brandalism.ch/projects/bushfire/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/12.20).

**Karekod 3. 5.** Brandalism Bushfire Kampanyası



<https://vimeo.com/388792422> Erişim Tarihi: 29.04.2020/12.40

### 3.2.5 Guerilla Girls (Gerilla Kızlar)

1985 yılında kendilerini feminist aktivist sanatçılar olarak tanımlayan bir grup kadın sanatçı bir araya gelerek Guerilla Girls hareketini başlatmıştır. Kamusal alanda goril maskeleri takan grup üyeleri cinsiyet ve etnik önyargıların yanı sıra siyaset, sanat, film ve popüler kültürdeki eşitsizlikleri ortaya çıkarmak için eylemsel kampanyalar yapmaktadır. (Görsel 3.14) New York, Los Angeles, Minneapolis, Mexico City, İstanbul, Londra, Bilbao, Rotterdam ve Şanghay da dahil olmak üzere dünyanın her yerinde 100'den fazla sokak projesi, poster ve çıkartma yapan grup üyeleri tüm insanlar ve tüm cinsiyetler için insan haklarını desteklediklerini belirtmektedirler. Grubun en çok dikkat çektiği konuların başında sanat dünyasının erkek egemen yapıda olması, kadınların sanat içinde ancak çıplaklıkla yer bulabilmesi ve kadın sanatçıların ikinci plana atılması veya yok sayılmasıdır (<https://www.guerrillagirls.com/our-story> Erişim Tarihi: 08.10.2020/09.53).

Görsel 3. 14. Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2016



<https://www.guerrillagirls.com/projects> Erişim Tarihi: 09.10.2020/14.14

Sanat dünyasını eleştiren ve sanat alanlarındaki kadın temsillerinin çoğalması için aktivist çalışmalar yapan grup üyeleri yaptıkları afiş çalışmasında (Görsel 3.15) Türkiye'deki kadın sanatçıların geleceğini kültürel bir kod olan kahve falı üzerinden eleştirel bir dille yorumlamışlardır.

Görsel 3. 15. Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2006



<https://www.guerrillagirls.com/projects> Erişim Tarihi: 08.10.2020/10.07

Grubun dikkat çeken bir diğer kampanya afişinde (Görsel 3.16) büyük sloganda ironik olarak müzelerin erkeklere haksızlık yaptığı bilgisine yer verilirken alt tarafta gerçek rakamlarla müzelerde sergilenen eserlerin ait olduğu erkek sanatçı istatistikleri verilmiş ve temsillerdeki eşitsizlik vurgulanmıştır.

Görsel 3. 16. Guerrilla Girls Afiş Çalışması, 2006



<https://www.guerrillagirls.com/projects> Erişim Tarihi: 09.10.2020/13.48

Grup yeni katılımlarla farklı ülkelerde ses getiren projeler üretmeye devam etmektedir. Kadınların sanat eserlerinde cinsel obje olarak kullanılmasını eleştirdikleri bir video çalışması hazırlayarak 2021’de yapacakları projeleri duyurmuşlardır.

**Karekod 3. 6.** Guerrilla Girls, The Male Graze Kampanya Videosu, 2020



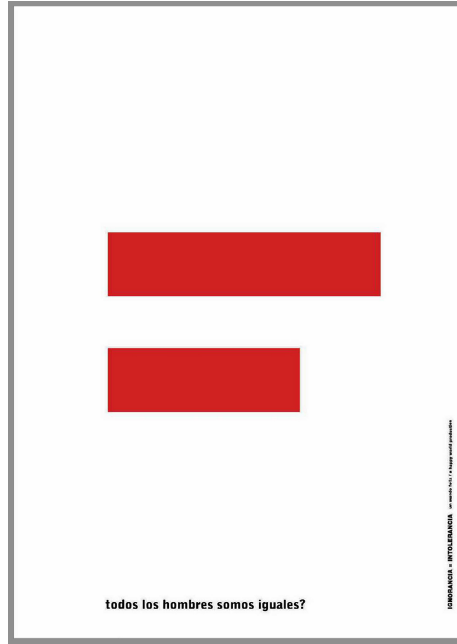
[https://www.youtube.com/watch?v=xVCu\\_xBasRM&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=xVCu_xBasRM&feature=emb_logo) Erişim Tarihi:  
08.10.2020/10.34

### 3.2.6 Diğer Örnekler

Dünyada ve Türkiye’de tasarım mesleğinin getirdiği sorumluluk bilincine sahip olan birçok tasarımcı bu duyarlılıkla tasarımlar yapmaktadır. Bu çalışmalardan aktivist tasarım kapsamına giren başarılı örnekler mevcuttur.

Görsel 3.17’de Sonia&Gabriel Freeman tarafından yapılan afiş çalışması geleneksel eşitlik kavramlarını yeniden tanımlamayı amaçlamıştır.

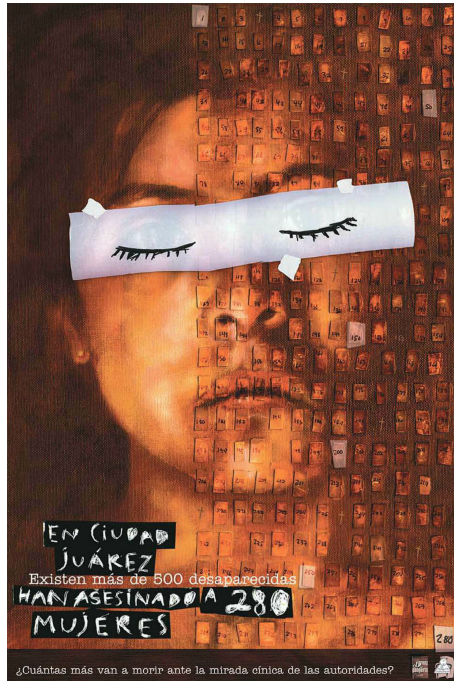
**Görsel 3. 17.** Sonia, Gabriel Freeman Bütün Erkekler Eşittir Afiş, İspanya



The Design of Dissent Book s. 94

Tasarımcı Margarita Sada Görsel 3.18'de Meksika'da on yıldan fazladır kaçırılan, tecavüze uğrayan, öldürülen kadınların varlığına rağmen resmi yetkililerin bu sorunları çözme veya sona erdirme konusundaki ilgisizliğini eleştirerek etkili bir görsel çalışmayla gerçek vaka sayılarını vermiştir.

**Görsel 3. 18.** Afiş, Margarita Sada, 2002, Meksika



The Design of Dissent Book s. 112

Dünyaca ünlü muhalif tasarımcı Yossi Lemel Görsel 3.19'daki afiş çalışmasında kadın piktogramı ve eşitlik işareti üzerinden kadın haklarının bir insan hakkı sorunu olduğuna dikkat çekmiştir.

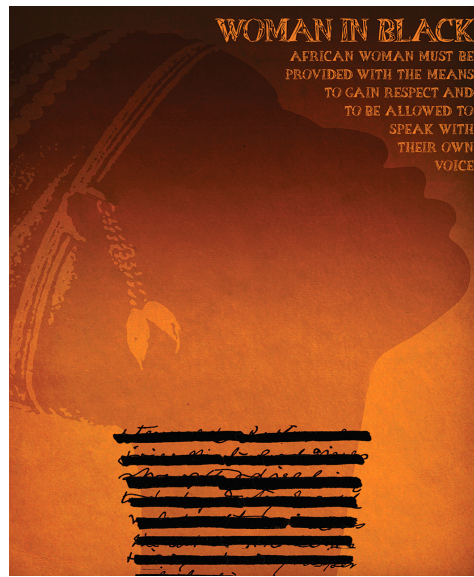
**Görsel 3. 19.** 'Woman's Rights are Equal Rights' Yossi Lemel, 2017, İsrail



<https://www.yossilemel.com/posters> Erişim Tarihi: 15.07.2020/15.40

Tasarımcı Selçuk Öziş Görsel 3.20'de Afrikalı kadınların uğradıkları ayrımcılığı yaptığı afiş çalışmasıyla vurgulamış kendi seslerine duydukları ihtiyacı belirtmiştir.

**Görsel 3. 20.** 'Woman in Black' Afiş, Selçuk Öziş, 2016, Türkiye



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.16

Joe Public Reklam Ajansı Güney Afrika'da ev içi şiddete dikkat çekmek amacıyla seri afişler hazırlamıştır. Bu afişlerde aslında şiddetin kaynağı olan tekinsiz sokakların dahi bazı kadınlar için daha güvenli olabileceğini sarkastik bir ifadeyle vurgulamıştır. (Görsel 3.21)

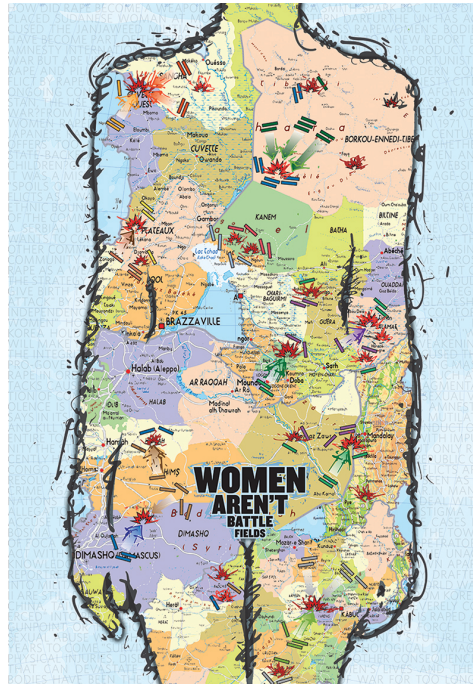
**Görsel 3. 21.** Afiş Çalışması, Joe Public, 2015, Güney Afrika



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.23

Tasarımcı Eric Boelts, dünya üzerinde devam eden savaşlarda kadınların istismar, tecavüz ve öldürülme şeklini alan mağduriyetlerine Görsel 3.22'de yaptığı etkili afiş çalışmasıyla dikkat çekmiştir.

**Görsel 3. 22.** 'Woman Aren't Battlefields' Afiş, Eric Boelts, 2017, A.B.D.



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.26

Un Woman'un isteğiyle Memac Ogilvy Dubai tarafından tasarlanan seri afiş alışmaları (Görsel 3.23) kadınlara karşı yapılan cinsiyetçilik ve ayrımcılığın ne kadar yaygın olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Google üzerinden yapılan gerçek aramaların kullanıldığı afişler kadınlar hakkındaki olumsuz duygu ve önyargıları ortaya ıkarımış ve bu durum etkili bir tasarım diliyle görselleştirilmiştir.

**Görsel 3. 23.** Afiş, Memac Ogilvy Dubai, 2013, Birleşik Arap Emirlikleri



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.32

Tasarımcı Bruno Rivera C Görsel 3.24'te toplumsal algıda ev işleriyle özdeşleştirilen kadının bir iş kariyeri istemesinin fırsat eşitliği sağlanmadan anlamsız bir hayal olarak kalacağını vurgulamıştır.

**Görsel 3. 24.** 'Dreaming is Pointless' Afiş, Bruno Rivera C, 2013, Bolivya



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.35

UNICEF iş birliğiyle yapılan kampanyada seri afiş çalışmalarıyla şiddet tehdidi altında olan kız çocuklarına odaklanılmıştır. Görsel 3.25'teki afişlerle sürekli olarak şiddet ve ayrımcılığa maruz kalan kız çocuklarının yaşadığı sorunlara ilişkin farkındalık oluşturmak ve bu konulardaki sessizliği ortadan kaldırarak kızların durumlarını iyileştirmek amaçlanmıştır.

**Görsel 3. 25.** Afiş Çalışması, Saatchi & Saatchi Züriç, 2012, Bolivya



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.45

Tasarımcı E. Barrera Arambarri Görsel 3.26'da yaptığı etkileyici afiş çalışmasıyla Meksika'da önce şiddete uğrayıp ardından öldürülen işçi kadınların dramını anlatmış her geçen sene artan ölüm sayısına rağmen hiçbir cezalandırmanın yapılmadığını gerçek sayılarla dile getirmiştir.

**Görsel 3. 26.** Afiş Çalışması, Eduardo Barrera Arambarri, 2001, Meksika



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/12.54

Tasarımcı Michel Kichka Görsel 3.27’de protesto için evrensel bir görsel sembol olan sıkılı yumruk içindeki boşluğa şiddete uğramış bir kadın görseli yerleştirmiştir. Böylece yumruğu hem tehdit hem de protestoya dönüştürerek çifte anlam yaratmıştır.

**Görsel 3. 27.** ‘Stop Violence Against Women’ Michel Kichka, 2008, İsrail



<https://www.womensrightsarehumanrights.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2020/13.04

Kadınlara yönelik toplumsal algıya dikkat çeken aktivist bir reklam çalışması kozmetik ve temizlik malzemeleri üreticisi olan P&G markası tarafından 2019 yılında gerçekleştirilmiştir. Marka kendi alt markası olan Orkid için Utanç Paketleri (Uncover the Shame) isimli bir reklam filmi hazırlatarak aslında herhangi bir hijyen ürünü olan Orkidin kadınlar tarafından satın alınırken üstünün gazeteye sarılması veya siyah poşete konulmasını eleştirerek toplum tarafından kadınların regl nedeniyle utanması gerektiği gibi bir algının oluşturulduğuna dikkat çekmiştir. Türkiye’de önde gelen basın kuruluşlarından derlenen kadınlara karşı şiddet, ayrımcılık ve cinsiyet eşitsizliği haberleri gazete kupürü şeklinde tasarlanarak ürünlerin yeni ambalajları olarak kullanılmıştır. Bu filmle ortada kadınların aleyhinde çözülmesi gereken bu kadar çok sorun varken utanılacak belki de son şeyin hijyenik pedler olduğu vurgusu yapılmıştır. Reklam Türkiye için hazırlanmış ve bu nedenle çeşitli tepkilere sebep olmuş olsa da benzer algıların ve kadınlara

yönelik şiddet ve ayrımcılığın tüm dünyada yoğun bir şekilde var olduğu bilinen bir gerçektir.

**Karekod 3. 7. Orkid Utanç Paketleri Reklam Filmi, 4129Grey, 2019**



[https://www.youtube.com/watch?v=cuwZQti3IU0&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=cuwZQti3IU0&feature=emb_logo) Erişim Tarihi:  
07.08.2020/10.45

Nike gündelik hayat içinde yer alan ama hiç fark edilmeyen cinsiyet eşitsizliği konusuna hazırladığı bir reklam filmiyle dikkat çekmiştir. Kolombiya'nın başkenti Bogota'da tüm dünya şehirlerinde olduğu gibi erkek figürlerin olduğu trafik işaretleri kullanılmaktadır. JWT Bogota ajansı Nike için hazırladığı Eşitlik İşaretleri (Equality Signs) isimli reklam filmiyle bu konuya dikkat çekerek neden böyle bir ön kabul olduğu sorusunu sormuş, bu soruya çözüm getirmek amacıyla at kuyruğu magnetleri hazırlatarak bunları trafik işaretlerindeki erkek figürlerin üzerine yapıştırmalarını isteyerek kadınları da bu aktivist eyleme dahil etmiştir. Oldukça ilgi çekerek başarılı olan bu reklam filmi ajansına Cannes Lions'da<sup>28</sup> Medya dalında Altın Aslan ödülünü kazandırmıştır.

---

<sup>28</sup> Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Festivali: Yaratıcı iletişim, reklamcılık ve medya alanlarında gerçekleştirilen tüm dünyadan katılımcıların yarıştığı uluslararası bir organizasyondur.

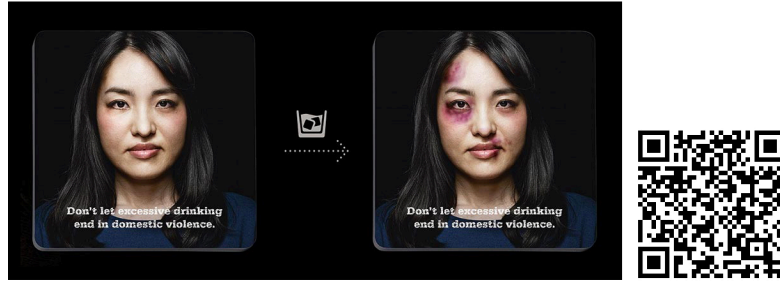
**Karekod 3. 8.** Nike Eşitlik İşaretleri Reklam Filmi, JWT Bogota, 2017



[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=2&v=9mj205BxVQM&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=9mj205BxVQM&feature=emb_logo) Erişim Tarihi: 07.08.2020/11.45

Tokyo’da 2015 yılında Ogilvy & Mather reklam ajansı tarafından hazırlanan kampanya alkolün sebep olduğu aile içi şiddete odaklanmıştır. Yaocho bar için hazırlanan kampanyada müşterilerin bardaklarını koymaları için kullanılan bardak altlıkları yeniden tasarlanmıştır. Altlıklar üzerine kadın görselleri yerleştirilmiş, içilen her yeni bardak alkolde görseldeki kadın resmi değişerek şiddete maruz kalmış kadın görseline dönüştürülmüştür. Böylece alkolün şiddetle bağlantısına etkili bir kampanyayla dikkat çekilmiştir.

**Karekod 3. 9.** Aile İçi Şiddet Kampanyası, 2015, Tokyo



[https://www.youtube.com/watch?v=k3NuS2\\_sVxk&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=k3NuS2_sVxk&feature=emb_logo) Erişim Tarihi: 10.10.2020/20.54

Nike markası için Wieden & Kennedy Amsterdam ajansı tarafından hazırlanan ‘Bizi Böyle Bilin’ reklam filminde Türkiye’de başarılarıyla dikkat çeken sporcu kadınlara yer veriliyor. Kadınlara spora başlamak için ilham vermeyi amaçlayan filmde kadına yüklenen toplumsal cinsiyet rolleri eleştirel tarzda sorgulanıyor. Toplum içinde kadından beklenen sessiz olması, öne çıkmaması, ev işleriyle ilgilenmesi gibi kalıpların yine kadınlar tarafından değiştirilebileceği belirtiliyor. Kadınlara kalıpları yıkmaları, etiketlere bakmamaları ve denemekten vazgeçmemeleri gerektiğinin mesajı veriliyor. ( <https://mediacat.com/nike-bizi-boyle-bilin-reklam-filmi/> Erişim Tarihi: 09.02.2021/11.25)

**Karekod 3. 10.** Nike Reklam Filmi, 2017, W-K Amsterdam



[https://www.youtube.com/watch?v=1OYi2pbNK\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=1OYi2pbNK_4) Erişim Tarihi: 09.02.2021/11.35

Verilen örnekleri çoğaltmak ve çeşitlendirmek elbette mümkündür. Bunlara benzer sayısız tasarım mevcuttur. Bu tür çalışmaların değişime somut bir katkı sunup sunmadığı araştırılması gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır. Ama her durumda böyle çalışmaların kitlelerin dikkatini çektiği ve belli bir kesimde de olsa farkındalık oluşturduğu yadsınamaz bir gerçektir.

## 4. BÖLÜM

### PROJE ÇALIŞMASI

Bu bölümde tasarım aktivizmi söyleminden yararlanılarak bir proje geliştirilmiş projede kadınlarla ilgili olumsuz yargılar içeren atasözleri değiştirilerek olumlu hale getirilmiştir. Bu kapsamda proje bir kampanya haline getirilerek, afiş, açık hava reklamları, web sitesi, tanıtım filmi, sosyal medya paylaşımları hazırlanarak hayata geçirilmiştir. Proje tasarımdan uygulama aşamasına kadar çeşitli sorular kapsamında ele alınmıştır.

**Tablo 4. 1.** Proje Geliştirme Aşamasında Cevap Aranılan Sorular

Proje Adı, Konusu, İçeriği
Projenin Amacı / Neyi Çözümlüyor / Neyi Ön Plana Çıkarıyor
Projenin Yöntemi
Projenin Uygulanabilirliği
Projenin Gerçekleşme Süresi
Projenin Uygulama Yeri
Projenin Tasarım / Yapım Aşamaları
Proje Görsel İletişim Tasarımı Açısından Önemi
Görsel İletişim Alanında Hangi Soruna Çözüm Getiriyor
Maliyet Tahmini (prototip, harcanan zaman, üretim ve deneme)

Tabloda yer alan sorulara verilen cevaplar projenin geliştirilmesi ve ilerlemesi yolunda bağlayıcı ve yol gösterici olmuştur. Bu sayede proje hayatın içinde yaşayan, dikkat çeken ve farkındalık oluşturan bir nitelik kazanmıştır.

#### 4.1 Projenin Amacı

Toplumsal roller ve eşitlik açısından bakıldığında kadının tarihin her döneminde ve her toplumda varlığının tanınması ve kabul görmesi adına mücadele vermek zorunda olan taraf olduğu görülmektedir.

Bu mücadele 21. yüzyılda da devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP)<sup>29</sup> 75 ülkeden verilerle hazırladığı 'Toplumsal Cinsiyet Sosyal Normları Endeksi 2020' yıllardır devam eden uğraşlara rağmen kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizliği ve önyargıları çok net bir biçimde ortaya koymaktadır. Endekse göre erkeklerin %91'i kadınların %86'sı siyaset, ekonomi, eğitim, eş gibi konularda cinsiyet eşitliği kapsamında mutlak bir önyargıya sahip. Endeksin uygulandığı 75 ülkeden kadın ve erkek katılımcıların %50'si erkeklerin kadınlardan daha iyi siyasetçi olduklarını, %40'tan fazlası ise erkeklerin iş dünyasında daha başarılı yöneticilik yaptığını düşünmektedir. Endişe verici bir diğer sonuca göre katılımcıların neredeyse %30'u erkeklerin kadınlara şiddet uygulamasını normal görerek kabul etmektedir. Her yıl milyonlarca kızın çocuk yaşta zorla evlendirildiğinin belirlendiği rapora göre kız çocukları eğitim hakkı ve meslek seçimi konusunda da erkeklerle eşit haklara sahip değildir. Küresel işgücüne katılım oranı erkekler için %75 iken kadınlarda bu oran %48'de kalmaktadır (<http://hdr.undp.org/en/GSNI> Erişim Tarihi: 09.09.2020/12.25). FRA Avrupa Birliği Temel Haklar Ajansı (European Union Agency for Fundamental Rights), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), UNFPA Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (United Nations Population Fund) ve daha yüzlerce uluslararası vakıf ve kuruluşun yaptığı araştırmalarda benzer verilere ulaşmak mümkündür.

Kadına yönelik şiddeti azaltmak veya ortaya çıkan sonuçları düzeltmek ve kadın varlığını korumak adına uluslararası alanda kurulan çok sayıda organizasyon ve her ülke içinde sivil ve kamu insiyatifleri, dernekleri, vakıfları faaliyetlerini yürütmeye devam etmektedir. Ayrıca yine uluslararası alanda geçerli olan ve Türkiye'nin de imzalayarak dahil olduğu sözleşmelerle kadın

---

<sup>29</sup> 177 ülkede temsil edilen UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) BM'ye bağlı olarak yoksullukla mücadele, çevrenin korunması, kadınların güçlendirilmesi, demokratik toplum inşası gibi konularda faaliyet göstermektedir.

hakları güvence altına alınmıştır. Bunlardan hukuki bağlayıcılığı ve yasal geçerliliği olması açısından AİHS-Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (European Human Rights Convention)<sup>30</sup>, CEDAW-Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women)<sup>31</sup> ve İstanbul Sözleşmesi<sup>32</sup> öne çıkmaktadır.

Tüm bu gelişmelere rağmen ortaya çıkan veriler cinsiyet eşitliği konusunda daha çok yol alınması gerektiğini açık bir şekilde göstermektedir. Üstelik mücadele edilmesi gereken en zor alanlardan birinin de toplumsal kabul ve önyargılar olduğu netleşmektedir.

Her toplum içinde kadın ve erkekler için belirlenmiş sosyal roller ve güç ilişkileri mevcuttur. Toplumsal cinsiyet rolleri içinde erkek veya kadın olma halleri kültür, toplumsal öğreti, etkileşim, mesaj ve deneyimler yoluyla öğrenilmekte ve içselleştirilmektedir. Bu bağlamda toplum içinde erkek ve kadınlara yüklenen anlam, beklenti ve davranış modelleri farklılık göstermekte, erkekler açısından genel anlamda daha olumluyken kadınlar açısından daha olumsuz olduğu görülmektedir. Tüm dünyada kültürel dinamikleri oluşturan atasözleri, masal, deyim ve hikayelerin nesiller arası etkileşim ve bilinçaltı kabullerinde önemli bir etki gücü olduğu açıktır. Özellikle atasözleri yüzyıllardır söylenegeldikleri toplumların düşünce ve kolektif kabullerini yansıtan birer ayna görevi görmekte, geçmiş yüzyıllarda toplum içinde yaşayan bireyleri etkiledikleri gibi günümüzde dahi etkilemeye en azından bilinçaltı oluşturmaya devam etmektedir. Mineke Schipper'in "Bir Kemikten Bin Söze-Dünya Atasözlerinde Kadın" (Schipper, 2018, s.15) adlı kitabı incelendiğinde bu durumun tüm dünyada benzer olduğu görülmektedir. Schipper kitabını hazırlarken 240 dilde 15.000'den fazla sözlü ve yazılı kaynağı taradığını ülke kültürlerinin ve geleneklerinin temelde çok farklı olmalarına rağmen tarih boyunca kadınlar

---

<sup>30</sup> AİHS: Avrupa Konseyi'ne taraf ülkelerin imzaladığı uluslararası geçerliliği olan insan hakları koruma sözleşmesidir. Türkiye 1950 yılında sözleşmeyi imzalamış, 1987 yılında da bireysel başvuru sürecini onaylamıştır.

<sup>31</sup> CEDAW: Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından belirlenmiş uluslararası geçerliliği olan sekiz sözleşmeden bir tanesidir. Sözleşme 1981 yılında imzaya açılmış, Türkiye 1985 yılında dahil olmuştur.

<sup>32</sup> İstanbul Sözleşmesi: Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesidir. 2011 yılında katılımcı devletler tarafından İstanbul'da imzalandığı için kısaca bu isimle anılmaktadır.

hakkında söylenen atasözlerinde ciddi benzerlikler olmasının rastlantı olamayacağını belirtmiştir. Atasözleri sözlü geleneğe dahil oldukları için tam söyleniş tarihlerini bilmek mümkün olmamakta, insanların var olduğu her dönemde atasözlerinin de olduğu kabul edilmektedir. Bu durum aynı zamanda kadına yönelik aşağılayıcı bakış açısı ve cinsiyet ayrımcılığının insanlık tarihi kadar eski olduğunu da gözler önüne sermektedir. Dünya literatüründe yer alan kadınlara yönelik tahkir edici ifadelerin yer aldığı bazı atasözleri aşağıda verilmiştir. Burada genel bir kanaat oluşturmak adına çok azına yer verilmiş olup bu sözler sayıları binleri bulan atasözleri arasından seçilmiştir.

### **Kadın Bedeni Üzerine Atasözleri**

- Kadınlar ile sardalyeler ne kadar küçükse o kadar iyidir. [İspanyolca] (Schipper, 2018, s.35)
- İyi kadın kafasız olandır. [Hollandaca] (Schipper, 2018, s.41)
- Saçtan bir başı var, ama içinde akıl yok. [Moğolca] (Schipper, 2018, s.46)
- Kadın gözünden daha büyük yalancı yoktur. [Frizce] (Schipper, 2018, s.50)
- Kadınların dudakları ballıdır ama kalpleri zehirle doludur. [Bengalce] (Schipper, 2018, s.53)
- Kadının memesi yoksa gerisi hiçtir. [Zulu dili] (Schipper, 2018, s.69)
- Bir evin kaderini kadının rahmi belirler. [Almanca] (Schipper, 2018, s.70)
- Kadının doğuştan gelen üç özelliği olmalıdır: geniş göğüslü, incecik belli ve kısa sırtlı. [İrlandaca] (Schipper, 2018, s.83)
- Kadın aynaya ne kadar çok bakarsa, evine o kadar az bakar. [İbranice] (Schipper, 2018, s.101)

### **Hayatın Evreleri Üzerine Atasözleri**

- Erkek çocuk doğurmak bir nimettir, kız doğurmak felaket. [Çince] (Schipper, 2018, s.107)
- Her kız çocuk bir avuç beladır. [Arapça] (Schipper, 2018, s.108)
- Bir kız bir kızdır, iki kız yarım kız eder, üç kız elde var sıfır demektir. [İngilizce, ABD] (Schipper, 2018, s.112)
- İyi bir karınız varsa düğünlere gitmeyin, zaten evinizde her gün düğün vardır. Kötü bir karınız varsa cenazelere gitmeyin, zaten evinizde her gün cenaze vardır. [Ermenice] (Schipper, 2018, s.130)
- Kötü zevceyi yeni zevceyle değiştirir. [Nübye dili] (Schipper, 2018, s.140)

- Asla dulla evlenme, sana her zaman eski kocasını hatırlatır. [Bamum dili] (Schipper, 2018, s.157)
- Karı diye dul almak, bit pazarından pantolon almak gibidir, önceden kimin giydiğini bilemezsin. [Lehçe] (Schipper, 2018, s.157)
- Kırk yaşında bir erkek çiçek kadar tazedir, kırk yaşında bir kadın süprüntüler arasındaki kırık seramik parçaları gibidir. [Çince] (Schipper, 2018, s.185)

#### **Hayatın Temelleri Üzerine Atasözleri**

- At, zevce ve kılıç, bu üçü sadakatsiz olur. [Keşmir dili] (Schipper, 2018, s.228)
- Üç yıl evlilikten sonra hamile kalmayan gelin boşanmalıdır. [Japonca] (Schipper, 2018, s.245)
- Erkeklerin konuştuğu yerde kadınlara susmak düşer. [Hollandaca] (Schipper, 2018, s.53)
- Kadının pantolon giydiği yerde, şeytan evin hakimidir. [Almanca] (Schipper, 2018, s.261)
- Kadınların bilgeliği evleri yıkar. [Rusça] (Schipper, 2018, s.261)
- Erkek düşünür ve konuşur, kadın konuşur ve düşünmez. [Estonca] (Schipper, 2018, s.263)
- Suskunluk kadın için zarif bir mücevherdir, ama onu çok seyrek takar. [Danca, İngilizce] (Schipper, 2018, s.266)
- Bir kadın için evlilik bir meslektir. [Portekizce] (Schipper, 2018, s.272)
- Bir kadın ve bir tava mutfağa aittir. [İspanyolca, Şili] (Schipper, 2018, s.277)
- Kadınlar çok budala olduklarından, kendilerine güvenmemeli ve kocalarına itaat etmelidir. [Çince] (Schipper, 2018, s.295)
- Erkeğin şanı bilgidir, kadının şanı bilgiden kendi isteğiyle vazgeçmektir. [Portekizce, Brezilya] (Schipper, 2018, s.297)
- Kadınlara fikir sormak bir erkeğe yıkım getirir. [Farsça] (Schipper, 2018, s.299)
- Bir kadına güvenmek midenizdeki zehir gibidir. [Arapça] (Schipper, 2018, s.304)
- Bizzat Şeytan'ın bile bir kadın kadar kötülüğü yoktur. [İspanyolca] (Schipper, 2018, s.317)
- Karınızı düzenli biçimde dövün, neden dövdüğünüzü siz bilmeseniz bile, o bilir. [Batı Afrika] (Schipper, 2018, s.334)

- Gonglar gibi kadınların da düzenli olarak dövülmeleri gerekir. [İngilizce] (Schipper, 2018, s.334)
- Bir kadın evinden üç kere çıkar, vaftiz edilmek için, evlenmek için ve gömülmek için. [İngilizce, Britanya] (Schipper, 2018, s.369)

#### **Türk Atasözlerinde Kadın**

- Kızı gönlüne bırakırsan ya davulcuya kaçar ya zurnacıya.
- On beşinde kız ya erde ya yerde.
- Erkektir hem sever hem döver.
- Erkek getirmeyi, kadın yetirmeyi bilmeli.
- Elinin hamuru ile erkek işine karışma.
- Kadının saçı uzun, aklı kısadır.
- Kızımı dövmeyen dizini döver.
- Oğlan doğuran övünsün, kız doğuran dövünsün.
- Kızın var mı, derdin var.
- Kişiyi vezir eden de karısı, rezil eden de.
- Kadın erkeğin eşi, evin güneşidir.
- Anasına bak kızını al, kenarına bak bezine al.
- Kadın şerri şeytanın şerrine eşittir.
- Erkeğin nefsi birdir, kadının ki dokuz.
- Kadının bir aklı, erkeğin dokuz aklı vardır.
- Kadın erkeğin elinin kiridir.
- İyi ipek kendini kırdırmaz, iyi kadın kendini dövdürmez.
- Kabahat öldüründe değil ölüdedir.
- Avradın kazdığı kuyudan su çıkmaz. (Tülbentçi, 1963) (Aksoy, 1971) (Aksoy, 1988) (Kaçalın, 2019)

Schipper'ın kitabı ve Türk Deyimleri ve Atasözleri kitabından (farklı tarihlerde yazılmış dört farklı kitap referans alınmıştır) derlenen yukarıdaki örnekler incelendiğinde ortaya çıkan sonuca göre kadınlardan bahseden atasözlerinin çok büyük bir çoğunluğunun kadınları aşağılayıcı ve tahkir edici bir dil kullandığı görülmektedir. Benzer şekilde atasözleri erkekleri olumluyarak gücünü ve toplum içindeki işlevini överken kadını güçsüz, yararsız, refahı bozan, kötülük kaynağı olarak göstermekte bir nevi kadına şiddeti meşrulaştırmaktadır. Bu durum erkek egemen ataerkil toplum düzeninin de temelini oluşturmaktadır. Atasözlerinin etkisi günümüz modern dünyasında azalmış gibi görünse de

Schipper'e göre sözlü kültürde günlük konuşmalarda radyo ve televizyonda, siyasette, edebiyatta, kitap ve dergilerde önemli bir düzeyde varlığını sürdürmektedir.

Kültürel bir miras olarak günümüze kadar gelen atasözleri bir farkındalık oluşturulmazsa herhangi bir değişikliğe uğramadan bizden sonraki nesillere geçmeye devam edecektir. Bu durum ilerleme yönündeki siyasi karar alma sürecini ve cinsiyet eşitliği konusundaki algıların düzelmesini geciktirecektir. İnsan davranışları toplumsal öğreti ve algılar üzerine şekillenmektedir. Bu nedenle yanlış algı ve öğretiler değişmeden davranışların olumlu ve güzel olana evrilmesi beklenemez. Bu projenin amacı günlük hayata ve algılara nüfuz etmiş yanlış öğretilerin öncelikle farkına varmak ve bunları olumlu anlamda değiştirerek sonraki nesillere olumlu ve eşitlikçi sözlerin kalmasına katkıda bulunmaktır. Bu nedenle Türkçe'de olumsuz anlamda yer alan 10 adet atasözü seçilerek olumlu anlam değişikliğine uğratılmış yapılacak kampanyayla insanlar arasında bir farkındalık oluşması hedeflenmiştir. Aynı zamanda kampanyanın ulaştığı herkes kampanyaya dahil olması için teşvik edilmiştir.

Toplum içinde gelenek olarak dikte edilen kalıplaşmış sözlerin gerçekliğini belirlemek ve varlığını saptamak amacıyla anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmasının amacı kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın toplum içindeki algısını ölçmektir. Aynı şekilde atasözlerinin davranışlar üzerine etkisi ve kadınlara yönelik olumsuz algının farkındalığının ölçülebilmesi hedeflenmiştir. Anket yoluyla elde edilen sonuçların değerlendirilmesi uygulanacak proje konusuna temel teşkil etmiş ve projede kadınlara yönelik olumsuz yargı içeren atasözleri hedef alınmıştır.

Ortaya koyulacak proje uygulamasının genel değerlerini ve yönünü saptamak amacı ile yapılan anket çalışmasında sorulan sorular Google Forms yardımıyla çevrimiçi hazırlanarak bilgisayar, tablet veya akıllı telefonlar aracılığıyla katılımcıların kolay ve hızlı cevap verebilmeleri sağlanmıştır. Ankette katılımcıların demografik bilgileri, kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın toplum içindeki algısı ve atasözlerindeki olumsuz kadın imajını ölçmeye yönelik 18 soru yer almıştır. Soruların hepsi çok seçenekli cevaplardan oluşmuş ve katılımcıların bunlardan birini işaretlemeleri beklenmiştir. Anket araştırma bulguları detaylı olarak EK C'de verilmiştir.

## 4.2 Projenin Yöntemi

Proje kapsamında öncelikle kadınlarla ilgili olumsuz yargı bildiren on adet Türk atasözü seçilmiştir. Bunun için dört ayrı kaynaktan farklı yıllarda basılan Türk Atasözleri ve Deyimleri sözlükleri referans alınmıştır. Olumsuz atasözleri anlam değişikliğine uğratarak olumlu ifade kalıbına sokulmuş ve bunlar dijital ortamda uygulanarak toplumla paylaşılması sağlanmıştır. İlk olarak kampanya için dikkat çekici bir isim düşünülmüştür. Bunun için günlük dilde çok yaygın olarak kullanılan Kadına Karşı Şiddet cümlesi sadece kelimelerin yerleriyle oynanarak Şiddete Karşı Kadın olarak değiştirilmiş şaşırtıcı ve güçlü bir etki uyandırması hedeflenmiştir. Ayrıca hem kampanya isminde hem kampanya için kullanılan atasözlerinde kelimelerin yapıbozumuna uğratarak yeni anlamlar kazanması sağlanmış, kelimelerin algıları algıların ise davranışları değiştirmesi hedeflenmiştir. Günlük dile yerleşen kelimelerin ve kalıpların yanlış kullanımlarıyla ilgili farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır.

Kampanyanın doğru anlatılabilmesi için aynı isimde bir alan adı (domain) alınarak web sitesi tasarlanmıştır. Kampanya kapsamında yenilenen atasözleri için uygulanan tasarımlar web sitesine herkesin ulaşabileceği şekilde yerleştirilmiştir. Sosyal medya kampanyaya dahil edilerek dijital aktivizmden yararlanılmıştır. Bu amaçla kampanya için Instagram, Twitter ve Facebook hesapları açılarak bu kanallardan kampanyayla ilgili paylaşımlar yapılmıştır. Ayrıca sosyal medyada “hashtag” ve “challenge” kampanyalarıyla herkes paylaşım yapmaya davet edilerek etkileşim sağlanmıştır. Açık hava reklamları (billboard, raket, durak, metro reklam panoları) yoluyla kampanyanın duyurulması amaçlanmıştır. Yenilenen atasözleri derlenerek bir broşür olarak ta tasarlanmıştır. Projenin toplum içinde yaşayan ve sürdürülebilir olan kısmı için maske, tişört, bez çanta baskıları yapılarak insanlar projeye dahil edilmiştir. Proje afişleri ve kampanya isminin yer aldığı yapışkan etiketler (sticker) çeşitli duvarlara asılarak kamera çekimleriyle insanların tepkileri kayıt altına alınmıştır.

Tüm kampanya tasarımları için masaüstü tasarım, kişisel bilgisayar üzerinde Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator, After Effects programları kullanılmıştır. Web sitesi için ise Adobe’un sunduğu My Portfolio altyapısı tercih edilmiştir.

Proje görsel iletişim tasarımının amacının salt herhangi bir ürün veya hizmeti almak için müşterinin ikna edilmesi olmadığından yola çıkılarak

geliştirilmiştir. Görsel iletişim tasarımının sosyal etki ve sosyal sorumluluğa bağlı olarak genel bir değişim ve dönüşüm yaratabilmedeki önemi ve katkısı ön plana çıkarılmıştır. Bu amaçla tasarım aktivizmine uygun olarak geliştirilen projede insan odaklı tasarım, olumlu değişim ve farkındalık hedeflenmiştir. Projenin hayatın içinde ve uygulanabilir olmasına dikkat edilmiştir.

Proje, tez kapsamında pilot uygulamayla en az maliyetle çıkarılmıştır. Maliyet kalemleri baskı ücretleri (afiş, broşür, bez çanta, maske, sticker, tişört) yıllık alan adı kayıt ve üyelik ücreti ve diğer harcamalar için yaklaşık 2000 TL olarak belirlenmiştir. Tasarım aşamaları tez sahibi tarafından gerçekleştirilmiştir. Uygulama, manken (tişört, çanta, maske uygulamasında), video çekimi, video uygulamaları (after effects) gibi alanlar ekip çalışması ile yapılmıştır. Baskılar az sayıda oldukları için dijital baskı merkezinde gerçekleştirilmiştir.

Proje maliyet tablosu yapılarak kadın dernekleri, belediyeler veya sponsor marka işbirlikleriyle tüm Türkiye'ye uygulanabilir durumdadır.

#### **4.3 Proje Tasarım Aşamaları**

- **Kampanya İsmi ve Logo Tasarımı:**

Proje tasarımına başlanırken kampanya ismi olan 'Şiddete Karşı Kadın' kampanyanın hem logosu hem de sloganı olarak seçilmiş ve buna uygun bir logo tasarımı düşünülmüştür. Logonun ilk bakışta anlaşılır, net ve etkili olması hedeflenmiştir. Bu nedenle öncelikle bir zihin haritası hazırlanmış ardından tasarıma geçilmiştir.

Görsel 4. 1. Logo Çalışmaları

şiddete  
karşı  
KADIN

şiddete  
karşı  
KADIN



şiddete karşı  
KADIN

ŞİDDETE KARŞI  
KADIN

~~şiddete karşı~~  
'KADIN'

şiddete karşı  
KADIN

Birçok örnek ve deneme yapılarak logo tasarımı geliştirilmiş ve nihai sonuca ulaşılmıştır.

Görsel 4. 2. Belirlenen Kampanya Logosu



Logoda şiddet kelimesindeki olumsuzluk kırılma etkisiyle verilmiştir. Şiddetin sebep olduğu yıkım ve parçalanma duygusu bu şekilde oluşturulmuştur. Kadın kelimesinde majiskül harfler kullanılarak espasları mümkün olduğunca daraltılmıştır. Böylece kadının güçlü ve kendinden emin duruşu vurgulanmıştır. D harfinde durdurma anlamındaki el işareti negative spacete kullanılarak dik duruş daha da pekiştirilmiştir. Şiddette karanlık sert ve soğuk siyah renk tercih edilirken kadın kelimesinde sıcak, dikkat çeken, enerji ve hareketle beraber yaşamı da temsil eden kırmızı renk tercih edilmiştir. Logonun belirlenmesinin ardından benzer süreçler takip edilerek diğer çalışmalar uygulanmıştır. Sosyal toplumla fiziksel ortamda ve İnternet ortamında ilişki kurabilmek amacıyla aşağıdaki çalışmalar belirlenmiş ve tasarlanmıştır.

- **Afiş:**

Yapılan afiş tasarımlarında çeşitli yapı ve formlar denenmiştir. Geometrik formlar kuralcılığı ve sertliği çağrıştırdığından afişlerde olması beklenen esneklik, şeffaflık ve değişim etkisine ulaşamamıştır.

Görsel 4. 3. Afif Taslak alışmaları-2



Atasözlerinin ortaya çıkış sürecinin ve kim tarafından söylendiğinin belirsizliğini göstermek amacıyla kimliksiz silüetler kullanılmış ve sözler bunların ağzından aktarılmıştır.

Görsel 4. 4. Afif Taslak alışmaları-3



Diğer bir çalışmada karşıtlık ifadesi için zıt renkler seçilmiş eski atasözü blur etkisiyle silikleştirilerek etkisinin azaltılması amaçlanmıştır.

Görsel 4. 5. Afiş Taslak Çalışmaları-4



Yapılan afişlerde beklenen etkiye ulaşılamamıştır. Bu nedenle yeni bir form denenerek farklı bir çalışma tasarlanmıştır.

Görsel 4. 6. Belirlenen Kampanya Afiş Çalışması-1



**Görsel 4. 7.** Afiş Çalışması Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Yapılan afiş tasarımında toplumsal algıların birer yansıması olan davranışların belirtilmesi için ayna metaforundan yola çıkılmıştır. Tasarım dikey formda iki parçaya bölünmüş, atasözünün yanlış olumsuz kullanımını sol tarafa ters ve zor okunur olarak yerleştirilmiştir. Kullanılan yazı tipi sert, kuralcı ve köşelidir. Buna karşılık sağ tarafta olumlu anlam değişikliğine uğratılan yeni atasözünde yumuşak, esnek, yuvarlatılmış yazı tipi kullanılmış böylece değişim, yenilik ve esneklik vurgulanmıştır. Ana slogan, e-posta ve sosyal medya bilgileri için de aynı esnek yazı tipi tercih edilmiş, sadece atasözünün olumsuz kullanımı köşeli yazı tipinde gelenekselciliği temsil etmiştir. Karşıtlık ifadesini güçlendirmek için renklerden de faydalanılmış iki söz grubu birbirine zıt renkler kullanılarak güçlendirilmiştir.

**Tablo 4. 2.** Afiş Görsel Çözümlemesi-1

Düz Anlam	Gösterge
Dikdörtgen görsel alan	Afiş çalışma
Boydan ikiye bölünmüş yapı	Afiş zemin renkleri
Kullanılan 2 renk	Kontrast renkler
Zeminler üzerinde zıt renklerden oluşan	Afiş konusunu açıklayan metinler

yazılar	
Siyah zemin üzerinde yer alan tipografik öğeler ve ikonlar	Kampanya sloganı ve sosyal medya adresleri
Beyaz zemin üzerinde yer alan tipografik öğe ve şekiller	Kampanya logosu ve web adresi

**Tablo 4. 3.** Afiş Görsel Çözümlemesi-2<sup>33</sup>

Yan Anlam	Gösterge
Atasözleri toplumsal hafıza ve algıların birer yansımasıdır. Bu nedenle davranışlara yansır. Bunun belirtilmesi için ayna metaforu kullanılmıştır.	İki kontrast renk olan siyah ve beyazla afişin boydan ikiye bölünmesi ve sözlerin yansıma şeklinde gösterilmesi
Siyah renk karamsarlık ve olumsuzluğu ifade ederken, beyaz aydınlık, yenilik ve dönüşümü simgeler.	Atasözünün orijinal halinin siyah renk üzerine yazılması, değiştirilmiş yeni halinin beyaz renk üzerine yazılması
Atasözün orijinal halinin ters yazılarak zor okunur olması amaçlanmıştır.	Siyah zemin üzerinde ters yazılmış atasözü
Değiştirilmiş atasözü beyaz zemin üzerinde düz yazılarak kolay okunması amaçlanmıştır.	Beyaz zemin üzerinde düz yazılmış atasözü
Atasözlerinin karşıtlığı kullanılan kontrast renklerle de verilmiştir.	Birbirinin kontrastı olan siyah ve beyaz renk kullanılması
Orijinal atasözünde kullanılan sert, kuralcı ve köşeli fontla sözün gelenekselci özelliklerine de vurgu yapılmıştır.	Düz köşeli font kullanımı
Değiştirilen atasözünde yumuşak, esnek, rounded font kullanılarak değişim, yenilik ve esneklik vurgulanmıştır.	Rounded font kullanımı
Kampanya logosu ilk bakıldığında görülecek büyüklükte kullanılarak görülmesi amaçlanmıştır.	Sağ alt köşede kullanılan logo
Kampanyanın etkisini güçlendirmek amacıyla dikkat çekici bir slogan kullanılmıştır.	Logoya paralel yerleştirilen slogan

<sup>33</sup> Afiş çalışmalarının göstergibilimsel çözümlenmeleri C. S. Pierce ve Roland Barthes'in kuramları referans alınarak oluşturulmuştur.

İzleyicilerin kampanyanın sosyal medya ve web sitesi adreslerine yönlennmeleri amaçlanmıştır.

Sosyal medya ve web adreslerinin afiş üzerine yazılması

Görsel 4. 8. Kampanya Afiş Çalışması-2



Görsel 4. 9. Kampanya Afiş Çalışması-3



Görsel 4. 10. Kampanya Afiş Çalışması-4



Görsel 4. 11. Kampanya Afiş Çalışması-5



Görsel 4. 12. Kampanya Afif Çalışması-6

kızın  
var mı  
şansın  
var

şiddetin karşısında  
değişimin yanındayız

şiddete karşı  
**KADIN**

şiddetekarsikadin.com

şiddetin karşısında  
değişimin yanındayız

şiddetekarsikadin

Görsel 4. 13. Kampanya Afif Çalışması-7

kadının  
saçı  
gibi  
aklı da  
uzundur

şiddetin karşısında  
değişimin yanındayız

şiddete karşı  
**KADIN**

şiddetekarsikadin.com

şiddetin karşısında  
değişimin yanındayız

şiddetekarsikadin

Görsel 4. 14. Kampanya Afiş Çalışması-8



Görsel 4. 15. Kampanya Afiş Çalışması-9



Görsel 4. 16. Kampanya Afiş Çalışması-10



• Broşür:

Kampanya için aynı zamanda bütünlüklü bir broşür çalışması yapılmıştır. Tüm atasözlerinin yer aldığı broşürde zikzak katlama yöntemi kullanılmıştır.

Görsel 4. 17. Zikzak Katlamalı Broşür Tasarımı



Görsel 4. 18. Zikzak Katlamalı Broşür Uygulaması-1



Görsel 4. 19. Zikzak Katlamalı Broşür Uygulaması-2



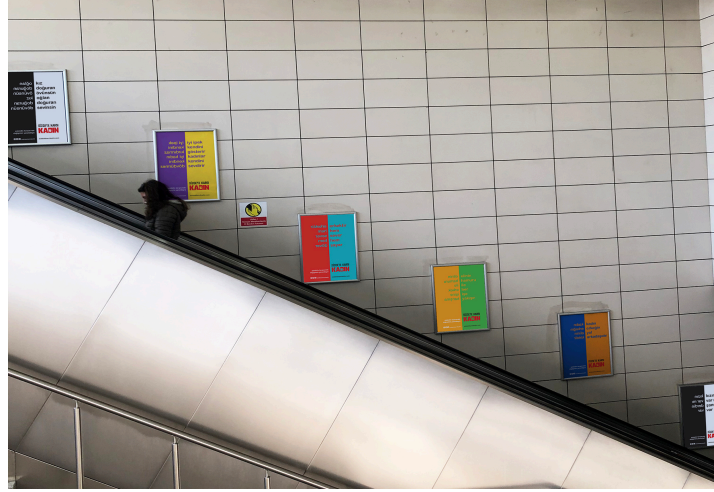
- **Billboard ve Açık Hava Uygulamaları:**

Afiş çalışmalarının belirlenmesinin ardından açık hava reklamları uygulamalarına geçilmiştir. Billboard, raket, durak, metro içi reklam panoları vb. alanlar için çalışmalar farklı ebatlarda uyarlanmıştır.

Görsel 4. 20. Billboard, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 21. Metro İçi Panolar, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 22. Raket, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 23. Pano Uygulaması, Fotoğraf, K. Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 24. Durak-1, Fotoğraf, K.Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 25. Durak-2, Fotoğraf, K.Gül Albayrak, 2020, Üsküdar



- **Tiştir, Maske, Bez Çanta Uygulamaları:**

Aktivist tasarım bağlamında kampanyanın daha geniş kitlelere ulaşabilmesi amacıyla tiştir, maske ve bez çanta tasarımları yapılmıştır. Bu baskılar sokak çekimleri sırasında da kullanılmıştır.

Görsel 4. 26. Baskı Uygulamaları



Görsel 4. 27. Maske Baskıları



Görsel 4. 28. Tişört Baskıları



Görsel 4. 29. Tişört Maske Uygulamaları, 2020, Kadıköy



Görsel 4. 30. Tişört Maske Uygulamaları, 2020, Üsküdar



Görsel 4. 31. Bez Çanta Uygulamaları



- **Yapışkan Etiketler (Sticker)**

Dağıtmak ve sokak çekimlerinde kullanılmak üzere kampanya logosu, sloganı, sosyal medya ve web adreslerini içeren sticker çalışmaları yapılarak bastırılmıştır.

Görsel 4. 32. Yapışkan Etiket Çalışmaları



Görsel 4. 33. Yapışkan Etiket Uygulamaları, 2020, Üsküdar



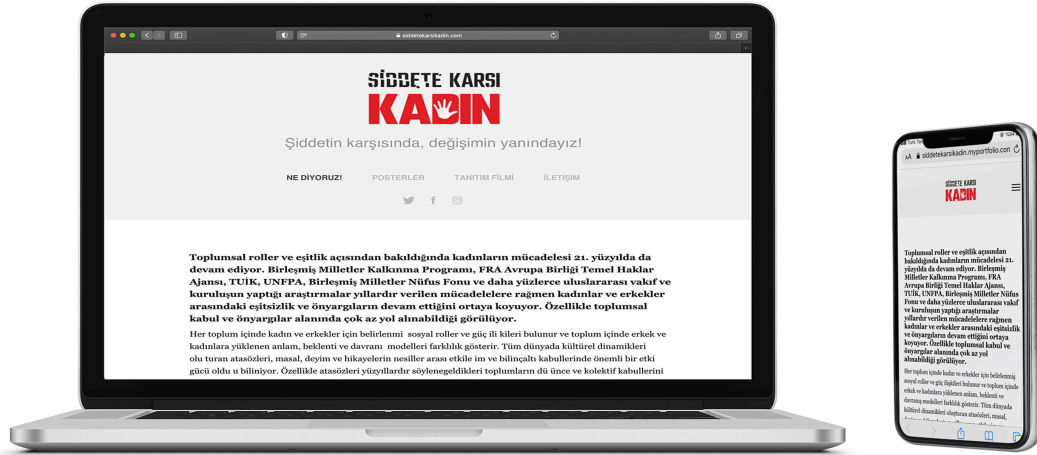
- **Web Sitesi:**

Kampanyanın amacını anlatmak amacıyla aynı isimle domain ve hosting alımları yapılarak aynı görsel dili yansıtan bir web sitesi tasarımı yapılmıştır. Burada kampanyanın amacı, posterler, tanıtım filmi ve sosyal medya hesaplarının erişim linklerine yer verilmiştir. Kampanya web adresi: [www.siddetekarsikadin.com](http://www.siddetekarsikadin.com)

Görsel 4. 34. Web Sitesi Çalışması



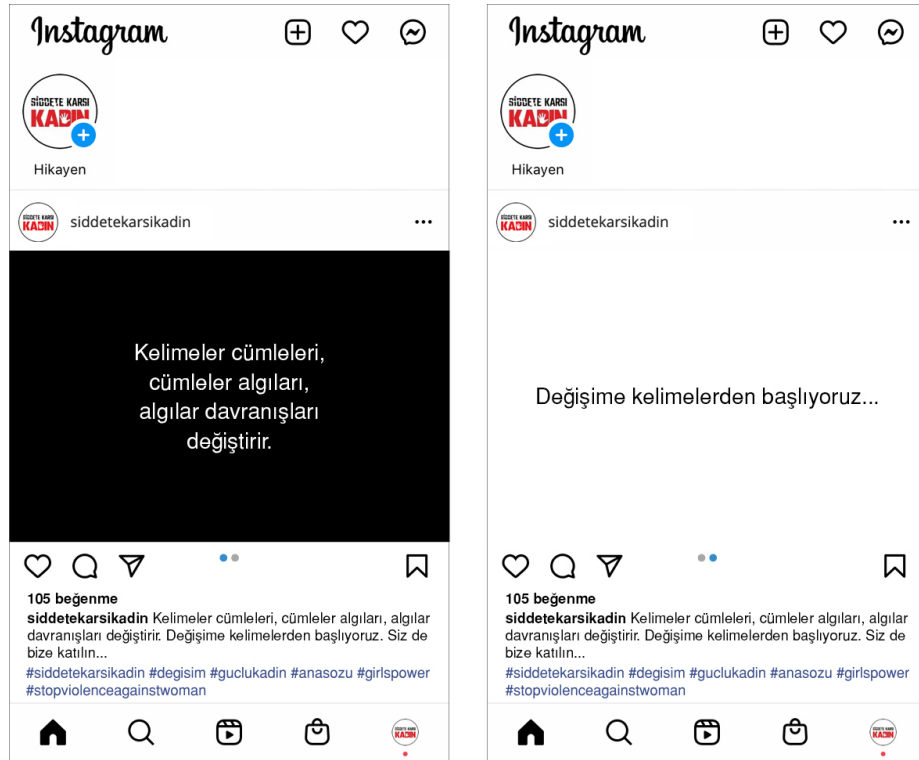
Görsel 4. 35. Web Sitesi Uygulaması



- Sosyal Medya Tasarımları:

Proje için dijital aktivizm kapsamında sosyal medya hesapları açılarak aktif hale getirilmiştir. Bu mecralardan kampanyayı tanıtacak ve destekleyecek post, görsel ve video paylaşımları yapılarak etkileşim sağlanacaktır.

Görsel 4. 36. Instagram Post-1



Görsel 4. 37. Instagram Post-2



Karekod 4. 1. Sosyal Medya için Hazırlanan Atasözleri Videoları



Atasözü-1



Atasözü-2



Atasözü-3



Atasözü-4



Atasözü-5

Görsel 4. 38. Instagram Post-3



#### Karekod 4. 2. Instagram Post-4



- **Sokak Çekimleri ve Tanıtım Filminin Hazırlanması:**

Aktivist tasarım kapsamında kampanya için biri kameraman olmak üzere üç kişiyle bir sokak çekimi yapılmıştır. Çekim pandemi koşulları nedeniyle 3 saat ve bir ilçeyle (Kadıköy) sınırlı tutulmuş, maske ve sosyal mesafe kurallarına dikkat edilmiştir. Çekimlerden elde edilen görüntülerle bir tanıtım filmi hazırlanarak kampanyanın dinamik olması sağlanmıştır.

#### Karekod 4. 3. Şiddete Karşı Kadın Kampanyası Tanıtım Filmi



## SONUÇ

Teknolojinin etkisi ile sürekli değişen ve gelişen kitle iletişim araçları, iletişim biçimlerini çeşitlendirmeye devam etmektedir. İletişime duyulan ihtiyaç, geçmiş dönemlerden daha yoğun olarak varlığını hissettirmektedir. Özellikle günümüzde görsel dilin etkisi iletişim tasarımında toplumsal algıyı yönlendirmesi ve yönetmesi açısından ön plandadır. İletişimin mesaj kısmını oluşturan görsel dil, görsel iletişim tasarımının alanını oluşturmakta ve toplumsal algıyı yönlendirebilen sanatçı ve tasarımcılara belirli sorumluluklar yüklemektedir.

Endüstri devriminin etkisiyle ortaya çıkan düşünce biçimleri, toplumsal sınıflar, bilim, sanat ve edebiyat alanında yapılan yenilikler, kadın hareketleri, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları ve diğer savaşlar toplum hayatında ciddi değişim ve dönüşümlere sebep olmuştur. Dünyadaki ekonomik büyüme ve sanayinin teknoloji temelli gelişimi ile ortaya çıkan kapitalist tüketim sistemi eşitsizlik ve adaletsizlik kavramlarını daha görünür kılmış, çevresel sorunlar, yoksulluk, savaş karşıtlığı, çocuk istismarı, feminizm, hayvan hakları gibi konular daha sık gündeme gelmeye başlamıştır.

Tüm toplumsal değişim ve dönüşümler karşısında çözüm üreten, duyu ve tepkilerini görsel iletişim yoluyla dile getiren tasarımcılar her dönem için yeni ve farklı bir akım ve bakış açısı meydana gelmesine katkıda bulunmuşlardır. Tasarım alanındaki bu arayış ve farkındalık oluşturma çabaları tasarım aktivizmi kavramının doğuşunu sağlamıştır.

Tasarım ve aktivizm kavramlarının tarihsel gelişim, terminoloji, içerik ve bağlam açısından incelendiği bu çalışmada aktivist tasarımın geniş kitleler üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir. Teknoloji ile beraber kullanılan araç ve yöntemlerin zaman içinde ciddi değişiklik göstermesine rağmen mesaj verme ve bu mesajı cazip hale getirme çabasının her dönemde devam ettiği belirlenmiştir. 20. yüzyılın başından itibaren ekonominin yükselişe geçmesiyle konfor ve rahatlığın ön

plana çıktığı kapitalist tüketim sistemi içinde görsel tasarımcının rolünün müşteriye ikna etmeye indirgenmesinin tasarımcıların yaptıkları işlerde ekonomik sosyal ve ahlaki sonuçları göz ardı etmesi tehlikesini doğurduğu gözlenmiştir. Tasarımcılara bakan yönüyle kâr odaklı tasarımdan insan, çevre, sosyal sorumluluk odaklı tasarımın önemi üzerinde durulmuştur. Bununla beraber tasarım aktivizminin başarıya ulaşmasının salt tasarımcı inisiyatifiyle mümkün olamayacağı daha geniş bir pencereden toplumsal ve siyasi desteğin de gerekli olduğu belirlenmiştir. Özellikle büyük kurum ve markaların tasarım aktivizmine bağlı olarak sosyal sorumluluk projelerine ve sürdürülebilirlik kavramlarına yönelik çalışma ve katkıları toplumsal bilinçlenme açısından önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tasarım aktivizminin kavramsal bağlamda ele alınmasının yanı sıra bu kapsamda kadına şiddet konusunda farkındalık oluşturmak amacıyla bir proje geliştirilmiştir. Projede tüm dünyada günlük hayatta sıkça kullanılan atasözlerinden kadınlara yönelik olanlarının olumsuz olduğu gözlemlenmiş ve özellikle Türk toplumunda kullanılan atasözleri anlam değişikliğine uğratılmıştır. Proje bir sosyal sorumluluk kampanyasına dönüşecek şekilde tasarlanarak yanlış algıları değiştirmek ve atasözleri aracılığıyla sonraki nesillere olumlu ve eşitlikçi sözlerin kalmasına katkıda bulunmak amacını taşımaktadır. Bu nedenlerle etkileşimi arttırmak amacıyla sokak aktivizmi ve dijital aktivizm proje sürecine dahil edilmiştir. Projenin hayatın içinde yaşayan, dikkat çeken, düşündürten ve farkındalık oluşturan bir yapıda olmasına dikkat edilmiş ve bu şekilde tasarlanmıştır.

Bu çalışmanın alandaki mevcut bilgilere başlıca katkısı tasarım tarihi süreci içinde aktivist tasarımların izini sürerek günümüzde içinde bulunduğu durumu ortaya çıkarmaktır. Çalışma görsel iletişim tasarımı alanındaki tasarım aktivizminin incelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Tasarım aktivizmi kavramı, oluşumu, gelişim süreci görsel iletişim tasarımı alanında başka bir çalışmada ele alınmamıştır. Bu nedenle çalışmanın bu eksiği tamamlayarak mevcut tasarım literatürüne önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Aynı zamanda görsel iletişim tasarımı alanında eğitim gören tasarımcı adayları veya halihazırda bu mesleği devam ettiren tasarımcılar ve bu konuyla ilgilenen bireyler arasında konuyla ilgili bilinç ve farkındalık yaratacaktır. Büyük marka ve firmaların, belediyelerin, sivil toplum kuruluşlarının tasarım aktivizmini benimseyerek bunu en etkili şekilde kullanmaları toplumsal destek ve farkındalığa katkı sağlayacaktır.

Görsel iletişim tasarımı dünya ve ilerleyen teknolojinin bir parçası olarak, sorunlara yeni çözümler üretmeye, içinde yaşanılan toplumu daha iyi bir hale getirmeye, sosyal sorumluluk ve insan odaklı iyi tasarım modelleri yaratarak artı değer üretmeye devam etmelidir. Bu çalışmanın gösterdiği gibi tasarım ve uygulamalarıyla tasarım aktivizmi hareketini destekleyen, alanında çalışmalar üreten ve giderek büyüyen bir hareketin parçası olan tasarımcılar tüm dünyada mesleklerini icra etmektedirler. Eksiklerine rağmen tasarım aktivizmi kapsamına giren çalışmalar toplumları bilinçlendirme ve farkındalık oluşturmada etkin bir yöntem olmaya devam edecektir.

## KAYNAKÇA

- Açıköz, H. M. (2003). *İletişim Felsefesine Giriş İnsani İletişimin Felsefi Temelleri*, İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Aksoy, N. (2008). *Sivil Toplum ve Baskı Grupları*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Aksoy, Ö. A. (1971). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Aksoy, Ö. A. (1988). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Aktaş, C. (2007). *Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması, Medya Üzerine Çalışmalar*, Erol, G. (Ed.) İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Alexandre, M. (2005). *İlk Hristiyan Kadınlar*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Ana Tanrıçalardan Hristiyan Azizelere*, Cilt 1, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Antmen, A. (2008). *Sanat Cinsiyet Sanat Tarihi ve Feminist Eleştiri*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Antmen, A. (2008). *Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Antmen, A. (2013). *Kimlikli Bedenler Sanat, Kimlik, Cinsiyet*, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Arrigi, G., Hopkins, T.K. ve Wallerstein, I. (1995) *Sistem Karşısı Hareketler*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Auger, J. (2016). James Auger Interview in I. Mitrović, & O. Suran (Eds.), *Speculative – Post-Design Practice or New Ütopia?* Zagreb: Ministry of Culture of the Republic of Croatia & Croatian Designers Association.
- Ayhan, A. ve Çakmak, F. (2015). Demokratik Bir Çıkış Yolu Olarak Sivil İtaatsizlik İçin Şiddet Olgusu ve Hukuksuzluk Paradoksu. *E-Journal of Intermedia*, Sayı:2.
- Azar, R. R. (2015). *Çağdaş Sanatta Aktivizm Bağlamında Shirin Neshat'ın Yapıtları*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Antalya.

- Barut, M. M. (2018). *Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler: Gezi Parkı Protestoları Örneğinde Sosyal Medyanın Kullanımı*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara.
- Bayat, A. (2006). *Ortadoğu'da Maduniyet, Toplumsal Hareketler ve Siyaset*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bulut, M. (Koordinatör) (2013). *Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu*, Ankara: Afşar Matbaacılık.
- Çayır, K. (1999). *Yeni Sosyal Hareketler Teorik Açılımlar*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çelebi, A. (2011). Demokrasinin Derinleşmesi: Bir Yöntem Olarak Sivil İtaatsizlik. *Cogito*, Sayı:67.
- Çelik, Ş. D. (2019). *Tarihsel Süreç İçinde Türkiye'de Grev ve Grev Benzeri Eylemler*, Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Bursa.
- Çetinkaya, Y.D. (2008). *Toplumsal Hareketler Tarih, Teori ve Deneyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:17.
- Dağtaş, E. (2008). *Türkiye'de Sivil İtaatsizlik Toplumsal Hareketler ve Basın*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Danış, R. (2010). *1980'lerden Günümüze Türkiye'de Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Afişlere Yansıması*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, İzmir.
- Debord G. (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dixon, C. (2004). *Küresel Başkaldırı Yirmi Birinci Yüzyıl Tiranlarına Karşı Mücadele, Direnişimin Kökleri Söylemden Gerçekliğe* İstanbul: Aykırı Yayıncılık.
- Dunne, A. ve Raby, F. (2001). *Design Noir: The Secret Life of Electronic Object*. Publisher: Birkhauser.

- Dunne, A. ve Raby, F. (2013). *Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming*, England: The Mit Press Cambridge.
- Durmuş, S. B. (2018). *Yeni Medyada Toplumsal Hareketler Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Dijital Aktivizm*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Eco, U. (2006). *Güzelliğin Tarihi*, İstanbul: Doğan Kitap.
- Eraslan, L. ve Eser D. Ç. (2015) *Sosyal Medya Toplum Araştırma Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Erben, Ş. E. (2019). *Aktivizmin Dijital Dönüşümü*, Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Erden, O. (2012). *Çağdaş Sanat Hakkında Bilmeniz Gereken Her Şey*, İstanbul: Boyut Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2002). *Öteki Kuram Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, Ankara: Erk Yayıncılık.
- Frugoni, C. (2005). *Tasavvur Edilmiş Kadın*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Orta çağın Sessizliği*, Cilt 2, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design Activism Beautiful Strangeness For A Sustainable World* London: Earthscan.
- Godineau, D. (2005). *Özgürlüğün Kızları ve Devrimci Vatandaşlar*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı*, Cilt 4, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gombrich, E. H. (2007). *Sanatın Öyküsü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Higonnet, A. (2005). *Kadınlar, Tasvirler ve Temsil*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru*, Cilt 5, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Hopkins, D. (2004). *Dada and Surrealism: A Very Short Introduction*, New York: Oxford University Press.
- İyi, S. (2011). *Etik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Jencks, C. (2011). *The Story of Post-Modernism* UK: Wiley&Sons Ltd. Publication.
- Johnson, J. M. (2013). The Memory Factory: The Forgotten Women Artists of Vienna. *Woman's Art Journal*, Vol:34.
- Jones, E. W. (2012). A Comparative Review of Critical Design in 2012 and Its Relationship to Mass-Market Products, MA Curating Contemporary Design, London.

- Jones, S. (2015). *Propaganda in Three Dimensions: Notional Projection and Modernism on Display, The Wartime Exhibitions of F H K Henrion, 1942-44. BA Museum and Heritage Studies University of Brighton.*
- Julier, G. (2000). *The Culture of Design* London: Sage Publications.
- Kaçalin, M. S. (2019). *Bölge Ağzlarında Atasözleri ve Deyimler*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Kadioğlu, S. (2005). *20. Yüzyıl ve Kadın Batı Ülkelerinde Kadın Hareketleri*, İstanbul: Gri Yayınevi.
- Kapelli, A. M. (2005). *Feminist Sahneler*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı*, Cilt 4, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kınık, M. (2015). Grafik Tasarımda İntihal ve Etik. *International Journal of Humanities and Education*, Sayı:2.
- Klein, N. (2004). *Küresel Başkaldırı Yirmi Birinci Yüzyıl Tiranlarına Karşı Mücadele, Markalanmış Sermayenin Ablukasını Dağıtmak* İstanbul: Aykırı Yayıncılık.
- Klein, N. (2012). *No Logo Küresel Markalar Hedef Tahtasında*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kovtun, E. (2012). *Russian Avant-Garde* New York: Parkstone International.
- Küçükkalay, M. (1997). Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. *SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:2.
- Lasn, K. (1999). *Culture Jam*, New York: Harper Collins Publishers Inc.
- Lesly, P. (1992). Coping with Opposition Groups. *Public Relations Review*, Vol: 18.
- Lindstrom, M. (2006). *Duyular ve Marka 5 Duyuyla Güçlü Markalar Yaratmak*, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Makal, Ş. (2007). *Ameleden İşçiye Erken Cumhuriyet Dönemi Emek Tarihi Çalışmaları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marini, M. (2005). *Fransa'da Kültürün Yaraticıları*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru*, Cilt 5, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- McLuhan, M. ve Fiore, Q. (2001). *The Medium is the Massage*, USA: Gingko Press.
- Mitrović, I. (2016). Introduction to Speculative Design Practice. *Ministry of Culture of the Republic of Croatia & Croation Designers Association.*
- Mohr, T. (1990). *Best Works of Aubrey Beardsley*, New York: Dover Publications.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion How Not To Liberate The World*, London: Penguin Books.

- Nişancı, Ş. (2003). *Sivil İtaatsizlik*, İstanbul: Okumuş Adam Yayıncılık.
- Nochlin, L. (2008). *Neden Hiç Büyük Kadın Sanatçı Yok, Sanat Cinsiyet Sanat Tarihi ve Feminist Eleştirisi*, Ed. Antmen, A. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Norman, D. (2017). *Gündelik Şeylerin Tasarımı*, Ankara: Tübitak Popüler Bilim Kitapları.
- Offe, C. (1999). *Yeni Sosyal Hareketler Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması*, Çayır, K. (Yay. Haz.), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Oskay, Ü. (1992). *İletişimin ABC'si*, İstanbul: Simavi Yayınları.
- Oskay, Ü. (1998). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Özkoçak, Y. (2014). *Yenisini Arayan İletişim*, Aytekin, M. (Ed.) Yenilenen Medya, İstanbul: Kocav Yayınları.
- Papanek, V. (1985). *Design For The Real World Human Ecology and Social Change* London: Thames&Hudson Ltd.
- Piponnier, F. (2005). *Kadınların Dünyası*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Orta çağın Sessizliği*, Cilt 2, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rand, P. (1987). *İyi Tasarım İyi Niyettir*, Armstrong, H. (Derleyen), İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Saka, Y. (2011). Banksy: Politik Sanatın Uzlaşmacı Yüzü. *Evrensel Kültür Dergisi*, Sayı:2.
- Sarkar, C. ve Kotler, P. (2018) *Brand Activism From Purpose to Action* USA: Idea Bite Press.
- Scalin, N. ve Taute, M. (2012) *The Design Activist's Handbook: How to Change the World*, Ohio: F+W Media, Adams Media Corporation.
- Schipper, M. (2018). *Bir Kemikten Bin Söze-Dünya Atasözlerinde Kadın*, Ankara: Deli Dolu Yayınları.
- Schmidt, K. (2006). *Göbekli Tepe En Eski Tapınağı Yapanlar*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Scott, P. R. ve Jacka J. M. (2013). *Sosyal Medya Kurumsal Yönetim ve Risk Rehberi*, İstanbul: Türkiye İç Denetim Enstitüsü Yayınları.
- Sert, N. Y. (2012). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye'de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlintisi*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul.

- Shanes, E. (2009). *Pop Art* New York: Parkstone International.
- Shatskikh, A. (2012). *Black Square Malevich and The Origin Of Suprematism*, New Haven and London: Yale University Press.
- Shaw, R. (2001). *Aktivistin El Kitabı*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Siebenbrodt, M. ve Schöbe, L. (2009). *Bauhaus 1919-1933 Weimar-Dessau-Berlin* New York: Parkstone International.
- Sissa, G. (2005). *Platon ve Aristoteles'in Cinsiyet Felsefeleri*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Ana Tanrıçalardan Hıristiyan Azizelere*, Cilt 1, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sledziowski, E. G. (2005). *Dönüm Noktası Olarak Fransız Devrimi*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı*, Cilt 4, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Starr, A. (2004). *Küresel Başkaldırı Yirmi Birinci Yüzyıl Tiranlarına Karşı Mücadele*, Sanat ve Devrim İstanbul: Aykırı Yayıncılık.
- Tani, E. (2018). *Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Taşkın, A. (2004). Terörizm ve Sivil İtaatsizlik. *Polis Bilimleri Dergisi*, Sayı:6.
- Thackara, J. (2005). *In The Bubble Designing in a Complex World* England: The MIT Press.
- Thomas, Y. (2005). *Roma Hukukunda Cinsiyet Ayrımı*, Ed. Duby, G. & Perrot, M. *Kadınların Tarihi Ana Tanrıçalardan Hıristiyan Azizelere*, Cilt 1, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Thoreau, H. D. ve Gandhi, K.M. (1997). *Sivil İtaatsizlik ve Pasif Direniş*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Tilly, C. (2008). *Toplumsal Hareketler 1768-2004*, İstanbul: Babil Yayınları.
- Tunalı, İ. (2014). *Sanat Ontolojisi*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Tunç, A. Z. (2003). Tüketici Toplumun Sanatı Pop Art ve Kaynakları Açısından Kitle İletişim Araçları. *KKEFD*, Sayı:8.
- Tülbentçi, F.F. (1963). *Türk Atasözleri ve Deyimleri*, Ankara: İnkılap ve Aka Kitabevleri.
- Uçar, T. (2017). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Uysal, A. (2016). *Tüketici Boykotu Katılım Güdüleri Muş İl Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Uztuğ, F. (2003). *Markan Kadar Konuş Marka İletişimi Stratejileri*, İstanbul: MediaCat Kitapları.

Vakar, I. (2019). *Celebrating Suprematism New Approaches to The Art of Kazimir Malevich*, Lodder, C. (Edt.) Boston: Brill.

Walther, I. F. (2001). *Pablo Picasso 1881-1973 Genius of the Century*, New York: Barnes&Noble Books.

Yegen, C. (2014). Dijital Aktivizmin Bir Türü Olarak Hacktivim ve “RedHack”. *E-Journal of Intermedia*, Sayı:1.

Yılmaz, E. ve Ödekan, A. (2009). Yeni Primitivizmden Süprematizme Maleviç’in Sanatında Tersten Perspektif Dördüncü Boyut İlişkisi. *İtü Dergisi*, Sayı:2.

## EK KAYNAKÇA

Çetin, Ö. D. (2015). *Design Aktivizm in Industrial Design: A Critical Analysis of the Main Scholarly Discourse*, Master’s Thesis, Graduate School of Engineering and Science of İzmir Institute of Technology, İzmir.

## İNTERNET KAYNAKÇA

AIGA Tarihçesi: <https://www.aiga.org/aiga/content/about-aiga/aiga-history-timeline/>  
Erişim Tarihi: 28.09.2020/12.48

Anti Tasarım: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095416737>  
Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.37)

Art Nouveau’da Kadınlar: <https://www.europeana.eu/en/exhibitions/art-nouveau-a-universal-style/women-in-art-nouveau>  
Erişim Tarihi: 01.10.2020/15.12

Art Nouveau’nun Tanınmayan Kadın Sanatçıları, Anastasia Tsaleza: <https://www.dailyartmagazine.com/art-nouveau-female-artists/>  
Erişim Tarihi: 01.10.2020/15.47

Arts and Crafts Akımı, Anika D.: <https://www.widewalls.ch/magazine/arts-and-crafts-movement-women-artists>  
Erişim Tarihi: 06.03.2020/15.20

Baba Beni Okula Gönder Kampanyası: <http://www.bbog.org/bbog.aspx>  
Erişim Tarihi: 25.04.2020/12.15

Bauhaus Akımında Kadın Sanatçılar: <https://www.bauhauskooperation.com/the-bauhaus/people/>  
Erişim Tarihi: 15.07.2020/14.00

Benetton Sosyal Kampanyaları: <http://www.benettongroup.com/media-press/press-releases-and-statements/united-colors-of-benetton-and-un-women-end-violence-against-women-now/> Erişim Tarihi: 06.10.2020/14.54

Birleşmiş Milletler Tarihçesi: <http://www.unicankara.org.tr/today/1.html> Erişim Tarihi: 22.04.2020/18.00

Birleşmiş Milletler Tarihçesi: <https://www.un.org/en/about-un/> Erişim Tarihi: 22.04.2020/17.45

Black Spot Manifestosu: <http://abillionpeople.org/> Erişim Tarihi: 29.04.2020/11.10

Brandalism Bushfire Kampanyası: <http://brandalism.ch/projects/bushfire/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/12.20

Brandalism Manifestosu: <http://brandalism.ch/manifesto/> Erişim Tarihi: 30.04.2020/11.05

Campaign Türkiye Colin Kaepernick Haberi: <https://www.campaigntr.com/nike-30-yilinda-colin-kaepernick-ile-inanc-tazeliyor/> Erişim Tarihi: 21.02.2020/10.45

Dunne & Raby Critical Design: <http://dunneandraby.co.uk/content/bydandr/13/0> Erişim Tarihi: 10.02.2021/10.25

Eşit Kadının Kısa Ömrü, Christina Kiaer: <https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-15-spring-2009/short-life-equal-women> Erişim Tarihi: 04.10.2020/10.15

Eugene Delacroix, Liberty Leading the People Tablosu: <https://www.britannica.com/topic/Liberty-Leading-the-People> Erişim Tarihi: 08.07.2020/14.00

Feminist Sanat Tarihi: <https://www.theartstory.org/movement/feminist-art/history-and-concepts/#nav> Erişim Tarihi: 25.09.2020/11.50

Gerilla Kızlar Hakkında: <https://www.guerrillagirls.com/our-story> Erişim Tarihi: 08.10.2020/09.53

Hannah Wilke Yıldızlaşmış Nesne Serisi: <https://www.moma.org/collection/works/102432> Erişim Tarihi: 25.09.2020/14.00

<https://dictionary.cambridge.org/> Erişim Tarihi: 03.02.2020/16.00

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/slack> Erişim Tarihi: 14.02.2020/10.36

<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 02.03.2020/14.40

<https://www.adbusters.org/> Erişim Tarihi: 28.04.2020/09.10

<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/aiga-standards-of-professional-practice/> Erişim Tarihi: 28.09.2020/13.13

<https://www.change.org/> Erişim Tarihi: 11.02.2020/15.10

[https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018\\_Edelman\\_Earned\\_Brand\\_Global\\_Report.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018_Edelman_Earned_Brand_Global_Report.pdf) Erişim Tarihi: 25.02.2020/16.10

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/bacaklarini-topla-kampanyasi-basladi-26243104> Erişim Tarihi: 15.02.2020/14.20

İlk Önce Öncelikler Manifestosu: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf> Erişim Tarihi: 09.04.2020/14.50

İnsan Hakları Evrensel Beyanamesi: [tmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf](http://tmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf) Erişim Tarihi: 22.04.2020/08.40

İspanya Nerja Mağarasında Keşfedilen Çizimler: <https://www.newscientist.com/article/dn21458-first-neanderthal-cave-paintings-discovered-in-spain/> Erişim Tarihi: 01.07.2020/09.06

İtalyan Radikal Tasarım Akımı: Diana Buds <https://www.fastcompany.com/90149336/inside-italys-most-transgressive-design-movement> Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.37

John Heartfield Sergisi, Andrea Hofmann: <https://www.johnheartfield.com/John-Heartfield-Exhibition/john-heartfield-art/gestapo-tactics-silence-women> Erişim Tarihi: 02.10.2020/14.44

Kadın Graffiti Sanatçıları, Alice Rowsome: <https://www.vice.com/en/article/ev5ydk/female-graffiti-artists-are-fighting-sexual-violence-in-colombia> Erişim Tarihi: 06.10.2020/12.38

Kadınların Zam Protestosu: <https://www.izmirdergisi.com/tr/dergi-arsivi/39-15inci-sayi/1981-tarihte-ilk-protestoyu-izmir-li-kadınlar-yapti> Erişim Tarihi: 26.09.2020/10.19

Marlow Moss Makalesi, Lucy Howarth: <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/display/bp-spotlight-marlow-moss/essay> Erişim Tarihi: 04.10.2020/15.02

Nike Bizi Böyle Bilin Reklam Filmi: <https://mediacat.com/nike-bizi-boyle-bilin-reklam-filmi/> Erişim Tarihi: 09.02.2021/11.25

Piet Mondrian Biyografisi: <https://www.britannica.com/biography/Piet-Mondrian/Later-years> Erişim Tarihi: 02.04.2020/17.25

Pussyhat Projesi: <https://www.pussyhatproject.com/our-story> Erişim Tarihi: 06.10.2020/13.01

Radikal Tasarım: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100400791> Erişim Tarihi: 10.02.2021/09.55

Sosyal Medya Kullanıcı Verileri: <https://wearesocial.com/digital-2020> Erişim Tarihi: 12.02.2020/10.40

- Spekülatif Tasarım, Hazırlayan: Serdar Paktin <https://bigumigu.com/haber/spekulatif-tasarim-peki-gelecek-de-bizi-gorecek-mi/> Erişim Tarihi: 12.02.2021/08.55
- T.C. Anayasası: <https://www.icisleri.gov.tr/illeridairesi/turkiye-cumhuriyeti-anayasasi> Erişim Tarihi: 07.02.2020/18.00
- Tanınmamış Sanatçı May Morris, Sarah Beattie: <https://www.vam.ac.uk/blog/caring-for-our-collections/unsung-artists-may-morris-1862-1938> Erişim Tarihi: 01.10.2020/13.55
- The Body Shop Aile İçi Şiddet Karşıtı Kampanya Afişi: <https://www.thebodyshop.com/en-us/about-us> Erişim Tarihi: 25.02.2020/11.05
- The Body Shop Tarihçesi: <https://www.thebodyshop.com/en-us/about-us> Erişim Tarihi: 25.02.2020/11.05
- Tibor Kalman Biyografisi, Steven Heller: <https://www.aiga.org/medalist-tiborkalman> Erişim Tarihi: 26.04.2020/13.30
- UNDP Toplumsal Cinsiyet Sosyal Normları Endeksi 2020: <http://hdr.undp.org/en/GSNI> Erişim Tarihi: 09.09.2020/12.25
- V&A Müzesi Gelecek Burada Başlıyor Sergisi: <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/the-future-starts-here> Erişim Tarihi: 12.02.2021/08.55
- Valentina Kulagina, Kadınlar Günü için Afiş Çalışması: [https://www.moma.org/collection/works/217702?sov\\_referrer=artist&artist\\_id=27492&page=1](https://www.moma.org/collection/works/217702?sov_referrer=artist&artist_id=27492&page=1) Erişim Tarihi: 04.10.2020/10.19
- Wellesley Koleji Tarihi: <https://www.wellesley.edu/about/collegehistory> Erişim Tarihi: 26.09.2020/09.48

## İNSAN HAKLARI EVRENSEL BEYANAMESİ

### İNSAN HAKLARI EVRENSEL BEYANNAMESİ

*Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 10 Aralık 1948 tarih ve 217 A(III) sayılı Kararıyla ilan edilmiştir. 6 Nisan 1949 tarih ve 9119 Sayılı Bakanlar Kurulu ile "İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin Resmi Gazete ile yayınlanması yayımdan sonra okullarda ve diğer eğitim müesseselerinde okutulması ve yorumlanması ve bu Beyanname hakkında radyo ve gazetelerde münasip neşriyatta bulunulması" kararlaştırılmıştır. Bakanlar Kurulu Kararı 27 Mayıs 1949 tarih ve 7217 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.*

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu;

İnsanlık topluluğunun bütün bireyleriyle kuruluşlarının bu Bildirgeyi her zaman göz önünde tutarak eğitim ve öğretim yoluyla bu hak ve özgürlüklere saygıyı geliştirmeye, giderek artan ulusal ve uluslararası önlemlerle gerek üye devletlerin halkları ve gerekse bu devletlerin yönetimi altındaki ülkeler halkları arasında bu hakların dünyaca etkin olarak tanınmasını ve uygulanmasını sağlamaya çaba göstermeleri amacıyla tüm halklar ve uluslar için ortak ideal ölçüleri belirleyen bu İnsan Hakları Evrensel Bildirgesini ilan eder.

**Madde 1-** Bütün insanlar özgür, onur ve haklar bakımından eşit doğarlar. Akıl ve vicdana sahiptirler, birbirlerine karşı kardeşlik anlayışıyla davranmalıdırlar.

**Madde 2-** Herkes, ırk, renk, cinsiyet, dil, din, siyasal veya başka bir görüş, ulusal veya sosyal köken, mülkiyet, doğuş veya herhangi başka bir ayırım gözetmeksizin bu Bildirge ile ilan olunan bütün haklardan ve bütün özgürlüklerden yararlanabilir. Ayrıca, ister bağımsız olsun, ister vesayet altında veya özerk olmayan ya da başka bir egemenlik kısıtlamasına bağlı ülke yurttaşı olsun, bir kimse hakkında, uyruğunda bulunduğu devlet veya

ülkenin siyasal, hukuksal veya uluslararası statüsü bakımından hiçbir ayırım gözetilmeyecektir.

**Madde 3** -Yaşamak, özgürlük ve kişi güvenliği herkesin hakkıdır.

**Madde 4**- Hiç kimse kölelik veya kulluk altında bulundurulamaz, kölelik ve köle ticareti her türlü biçimde yasaktır.

**Madde 5**- Hiç kimseye işkence yapılamaz, zalimce, insanlık dışı veya onur kırıcı davranışlarda bulunulamaz ve ceza verilemez.

**Madde 6**- Herkesin, her nerede olursa olsun, hukuksal kişiliğinin tanınması hakkı vardır.

**Madde 7**- Herkes yasa önünde eşittir ve ayırım gözetilmeksizin yasanın korunmasından eşit olarak yararlanma hakkına sahiptir. Herkesin bu Bildirgeye aykırı her türlü ayırım gözetici işleme karşı ve böyle işlemler için yapılacak her türlü kışkırtmaya karşı eşit korunma hakkı vardır.

**Madde 8**- Herkesin anayasa yada yasayla tanınmış temel haklarını çiğneyen eylemlere karşı yetkili ulusal mahkemeler eliyle etkin bir yargı yoluna başvurma hakkı vardır.

**Madde 9**- Hiç kimse keyfi olarak yakalanamaz, tutuklanamaz ve sürgün edilemez.

**Madde 10**- Herkesin, hak ve yükümlülükleri belirlenirken ve kendisine bir suç yüklenirken, tam bir şekilde davasının bağımsız ve tarafsız bir mahkeme tarafından hakça ve açık olarak görülmesini istemeye hakkı vardır.

#### **Madde 11**

1. Kendisine bir suç yüklenen herkes, savunması için gerekli olan tüm güvencelerin tanındığı açık bir yargılama sonunda, yasaya göre suçlu olduğu saptanmadıkça, suçsuz sayılır.

2. Hiç kimse işlendiği sırada ulusal yada uluslararası hukuka göre bir suç oluşturmayan herhangi bir eylem veya ihmalden dolayı suçlu sayılamaz. Kimseye suçun işlendiği sırada uygulanabilecek olan cezadan daha ağır bir ceza verilemez.

**Madde 12**- Kimsenin özel yaşamına, ailesine konutuna ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunmaya hakkı vardır.

**Madde 13**

1. Herkesin bir devletin toprakları üzerinde serbestçe dolaşma ve oturma hakkı vardır.

2. Herkes , kendi ülkesi de dahil olmak üzere, herhangi bir ülkeden ayrılmak ve ülkesine yeniden dönmek hakkına sahiptir.

**Madde 14**

1. Herkesin zulüm altında başka ülkelere sığınma ve sığınma olanaklarından yararlanma hakkı vardır.

2. Gerçekten siyasal nitelik taşımayan suçlardan veya Birleşmiş Milletlerin amaç ve ülkelerine aykırı eylemlerden doğan kovuşturma durumunda bu haktan yararlanılamaz.

**Madde 15**

1. Herkesin bir yurttaşlığa hakkı vardır.

2. Hiç kimse keyfi olarak yurttaşlığından veya yurttaşlığını değiştirme hakkından yoksun bırakılamaz.

**Madde 16**

1. Yetişkin her erkeğin ve kadının, ırk, yurttaşlık veya din bakımlarından herhangi bir kısıtlamaya uğramaksızın evlenme ve aile kurmaya hakkı vardır.

2. Evlenme sözleşmesi, ancak evleneceklerin özgür ve tam iradeleriyle yapılır.

3. Aile, toplumun, doğal ve temel unsurudur, toplum ve devlet tarafından korunur.

**Madde 17**

1. Herkesin tek başına veya başkalarıyla ortaklaşa mülkiyet hakkı vardır.

2. Hiç kimse keyfi olarak mülkiyetinden yoksun bırakılamaz.

**Madde 18-** Herkesin düşünce, vicdan ve din özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak, din veya topluca, açık olarak ya da özel biçimde öğrenim, uygulama, ibadet ve dinsel törenlerle açığa vurma özgürlüğünü içerir.

**Madde 19-** Herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu

olmaksızın, bilgi ve düşünceleri her yoldan araştırmak, elde etmek ve yaymak hakkını gerekli kılar.

**Madde 20**

1. Herkesin silahsız ve saldırısız toplanma, dernek kurma ve derneğe katılma özgürlüğü vardır.

2. Hiç kimse bir derneğe girmeye zorlanamaz.

**Madde 21**

1. Herkes, doğrudan veya serbestçe seçilmiş temsilciler aracılığı ile ülkesinin yönetimine katılma hakkına sahiptir.

2. Herkesin ülkesinin kamu hizmetlerinden eşit olarak yararlanma hakkı vardır.

3. Halkın iradesi hükümet otoritesinin temelidir. Bu irade, gizli veya serbestliği sağlayacak benzeri bir yöntemle genel ve eşit oy verme yoluyla yapılacak ve belirli aralıklarla tekrarlanacak dürüst seçimlerle belirlenir.

**Madde 22-** Herkesin, toplumun bir üyesi olarak, sosyal güvenliğe hakkı vardır. Ulusal çabalarla ve uluslararası işbirliği yoluyla ve her devletin örgütlenmesine ve kaynaklarına göre, herkes onur ve kişiliğinin serbestçe gelişim için gerekli olan ekonomik, sosyal ve kültürel haklarının gerçekleştirilmesi hakkına sahiptir.

**Madde 23**

1. Herkesin çalışma, işini serbestçe seçme, adaletli ve elverişli koşullarda çalışma ve işsizliğe karşı korunma hakkı vardır.

2. Herkesin, herhangi bir ayırım gözetmeksizin, eşit iş için eşit ücrete hakkı vardır.

3. Herkesin kendisi ve ailesi için insan onuruna yaraşır ve gerekirse her türlü sosyal koruma önlemleriyle desteklenmiş bir yaşam sağlayacak adil ve elverişli bir ücrete hakkı vardır.

4. Herkesin çıkarımı korumak için sendika kurma veya sendikaya üye olma hakkı vardır.

**Madde 24-** Herkesin dinlenmeye, eğlenmeye, özellikle çalışma süresinin makul ölçüde sınırlandırılmasına ve belirli dönemlerde ücretli izne çıkmaya hakkı vardır.

**Madde 25**

1. Herkesin kendisinin ve ailesinin sağlık ve refahı için beslenme, giyim, konut ve tıbbi bakım hakkı vardır. Herkes, işsizlik, hastalık,

sakatlık, dulluk, yaşlılık ve kendi iradesi dışındaki koşullardan doğan geçim sıkıntısı durumunda güvenlik hakkına sahiptir.

2. Anaların ve çocukların özel bakım ve yardım görme hakları vardır. Bütün çocuklar, evlilik içi veya evlilik dışı doğmuş olsunlar, aynı sosyal güvenceden yararlanırlar.

#### **Madde 26**

1. Herkes eğitim hakkına sahiptir. Eğitim, en azından ilk ve temel eğitim aşamasında parasızdır. İlköğretim zorunludur. Teknik ve mesleki eğitim herkese açıktır. Yüksek öğretim, yeteneklerine göre herkese tam bir eşitlikle açık olmalıdır.

2. Eğitim insan kişiliğini tam geliştirmeye ve insan haklarıyla temel özgürlüklere saygıyı güçlendirmeye yönelik olmalıdır. Eğitim, bütün uluslar, ırklar ve dinsel topluluklar arasında anlayış, hoşgörü ve dostluğu özendirilmeli ve Birleşmiş Milletlerin barışı koruma yolundaki çalışmalarını geliştirmelidir.

3. Çocuklara verilecek eğitimin türünü seçmek, öncelikle ana ve babanın hakkıdır.

#### **Madde 27**

1. Herkes toplumun kültürel yaşamına serbestçe katılma, güzel sanatlardan yararlanma, bilimsel gelişmeye katılma ve bundan yararlanma hakkına sahiptir.

2. Herkesin yaratıcısı olduğu bilim, edebiyat ve sanat ürünlerinden doğan maddi ve manevi çıkarlarının korunmasına hakkı vardır.

**Madde 28-** Herkesin bu Bildirgede öngörülen hak ve özgürlüklerin gerçekleşeceği bir toplumsal ve uluslararası düzene hakkı vardır.

#### **Madde 29**

1. Herkesin, kişiliğinin serbestçe ve tam gelişmesine olanak veren topluma karşı ödevleri vardır.

2. Herkes haklarını kullanırken ve özgürlüklerinden yararlanırken, başkalarının hak ve özgürlüklerinin tanınması ve bunlara saygı gösterilmesinin sağlanması ve demokratik bir toplumda genel ahlak ve kamu düzeniyle genel refahın gereklerinin karşılanması amacıyla yalnız yasayla belirlenmiş sınırlamalara bağlı olur.

3. Bu hak ve özgürlükler hiçbir koşulda Birleşmiş Milletlerin amaç ve ilkelerine aykırı olarak kullanılamaz.

**Madde 30-** Bu bildirgenin hiçbir kuralı, herhangi bir devlet, topluluk veya kişiye, burada açıklanan hak ve özgürlüklerden herhangi birinin yok edilmesini amaçlayan bir girişimde veya eylemde bulunma hakkını verir biçimde yorumlanamaz.

## EK B

# İSTANBUL SÖZLEŞMESİ



*Avrupa Konseyi Sözleşmeler Dizisi - No. 210*

Kadına Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin  
Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye Dair  
Avrupa Konseyi Sözleşmesi

İstanbul, 11.V.2011

---

[www.coe.int/conventionviolence](http://www.coe.int/conventionviolence)

## Giriş

Avrupa Konseyi üye devletleri ve sözleşmeye imza koyan diğerleri,

İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunmasına İlişkin Sözleşme (ETS No. 5, 1950) ve ek Protokolleri, Avrupa Sosyal Bildirgesi (Şartı) (ETS No. 35, 1961, 1996'da gözden geçirildi, ETS No. 163), İnsan Ticaretine Karşı Avrupa Konseyi Sözleşmesi (CETS No. 197, 2005) ve Çocukların Cinsel Suistimale ve Cinsel İstismara Karşı Korunmasına İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesini (CETS No. 201, 2007) hatırd tutarak;

Avrupa Konseyi Bakanları Komitesinin Avrupa Konseyi üye devletlerine gönderdiği aşağıdaki tavsiye kararlarını hatırd tutarak: Kadınların şiddete karşı korunmasına ilişkin Rec(2002)5 sayılı Tavsiye Kararı, toplumsal cinsiyet standartları ve mekanizmalarına ilişkin CM/Rec(2007)17 sayılı Tavsiye Kararı, kadın ve erkeklerin çatışmayı önleme ve sona erdirmeye ve barışı oluşturmadaki rolüne ilişkin CM/Rec(2010)10 sayılı Tavsiye Kararı ve ilgili diğer tavsiye kararları;

Kadına karşı şiddet konusunda önemli standartlar oluşturan Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin giderek genişleyen içtihat hukukunu göz önüne alarak;

Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme (1966), Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme (1966), Kadına Karşı Her Türlü Şiddetin Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi ("CEDAW", 1979) ve İhtiyari Protokolünün yanı sıra CEDAW Komitesinin kadınlara karşı şiddete ilişkin 19 No.lu Genel Tavsiye Kararı, Çocuk Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (1989) ve İhtiyari Protokolleri (2000) ve Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesini (2006) göz önüne alarak;

Özellikle Uluslararası Ceza Mahkemesi Roma Anlaşmasını (2002) göz önüne alarak;

Özellikle Sivil Şahısların Harp Zamanında Korunmasıyla ilgili Cenevre Sözleşmesini (IV) ve sözleşmenin ilgili I ve II no.lu Ek Protokollerini ve uluslararası insani haklarının temel ilkelerini hatırd tutarak;

Kadına karşı şiddetin ve aile içi şiddetin her türünü kınayarak;

Kadınlara erkekler arasında *de jure* ve *de facto* eşitliğin gerçekleştirilmesinin kadına karşı şiddetin önlenmesinde temel bir unsur olduğunun bilincinde olarak;

Kadına karşı şiddetin, kadınlara erkekler arasında tarihten gelen eşit olmayan güç ilişkilerinin bir tezahürü olduğunu ve bu eşit olmayan güç ilişkilerinin, erkeklerin kadınlara üstünlüğüne, kadınlara karşı ayrımcılık yapmalarına ve kadınların tam anlamıyla ilerlemelerinin engellenmesine yol açtığı bilincinde olarak;

Kadına karşı şiddetin yapısal özelliğinin toplumsal cinsiyete dayandığını ve kadına karşı şiddetin, kadınların erkeklere nazaran daha ast bir konuma zorlandıkları en önemli sosyal mekanizmalardan biri olduğunun bilincinde olarak;

Kadınların ve genç kızların aile içi şiddet, cinsel taciz, ırza geçme, zorla evlendirme, sözde "namus" adına işlenen suçlara ve kadınların ve genç kızların insan haklarının ciddi bir

biçimde ihlalinin oluşturan ve kadınlarla erkekler arasında eşitliğin sağlanmasının önünde büyük bir engel olan kadın sünneti gibi ciddi şiddet türlerine sıklıkla maruz kaldığının çok büyük bir kaygıyla bilincinde olarak;

Silahlı çatışmalarda sivil halkı ve özellikle de kadınları yaygın veya sistematik ırza geçme ve cinsel şiddet şeklinde etkileyen, devam edegelen insan hakları ihlallerinin mevcudiyetinin ve gerek çatışmalar esnasında gerekse çatışmalardan sonra toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin artma potansiyelinin bilincinde olarak;

Kadınların ve genç kızların erkeklerden daha fazla oranda toplumsal cinsiyete dayalı şiddet riskine maruz kaldıklarının ve erkeklerin de aile içi şiddetin mağdurları olabileceğinin bilincinde olarak;

Çocukların, aile içi şiddetin tanığı olmak da dahil olmak üzere, aile içi şiddetin mağduru olduklarının bilincinde olarak;

Kadına karşı şiddet ve aile içi şiddetten arınmış bir Avrupa yaratmayı hedef edinerek,

Aşağıdaki hususlarda görüş birliğine varmışlardır:

## **Bölüm I – Maksatlar, tanımlar, eşitlik ve ayrımcılık yapılmaması, genel yükümlülükler**

### **Madde 1 – Sözleşmenin Maksatları**

- 1 Bu sözleşmenin maksatları şunlardır:
  - a kadınları her türlü şiddete karşı korumak ve kadına karşı şiddeti ve aile içi şiddeti önlemek, kovuşturmak ve ortadan kaldırmak;
  - b kadına karşı her türlü ayrımcılığın ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak ve kadınları güçlendirmek de dahil olmak üzere, kadınlarla erkekler arasında önemli ölçüde eşitliği yaygınlaştırmak;
  - c kadına karşı şiddet ve aile içi şiddetin tüm mağdurlarının korunması ve bunlara yardım edilmesi için kapsamlı bir çerçeve, politika ve tedbirler tasarlamak;
  - d kadına karşı şiddeti ve aile içi şiddeti ortadan kaldırma amacıyla uluslararası işbirliğini yaygınlaştırmak;
  - e Kadına karşı şiddet ve aile içi şiddetin ortadan kaldırılması için bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi maksadıyla kuruluşların ve kolluk kuvvetleri birimlerinin birbiriyle etkili bir biçimde işbirliği yapmalarına destek ve yardım sağlamak.
- 2 Tarafların söz konusu Sözleşmenin hükümlerini etkili bir biçimde uygulamalarını sağlama amacıyla bu Sözleşmede spesifik bir izleme mekanizması oluşturulmuştur.

### **Madde 2 – Sözleşmenin Kapsamı**

- 1 Bu Sözleşme, aile içi şiddet de dahil olmak üzere, kadınları orantısız bir biçimde etkileyen, kadına karşı her türlü şiddet için geçerli olacaktır.

- 2 Taraflar bu Sözleşmeyi tüm aile içi şiddet mağdurları için uygulamaya teşvik edilir. Taraflar bu Sözleşmenin hükümlerinin uygulanmasında toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin kadın mağdurlarına özel olarak dikkat göstereceklerdir.
- 3 Bu Sözleşme, barış zamanında ve silahlı çatışma durumlarında geçerli olacaktır.

### **Madde 3 – Tanımlar**

Bu Sözleşme maksatlarıyla:

- a “kadına karşı şiddetten”, kadınlara karşı bir insan hakları ihlali ve ayrımcılık anlaşılacak ve bu terim, ister kamu ister özel yaşamda meydana gelsinler, söz konusu eylemlerde bulunma tehdidi, zorlama veya özgürlüğün rastgele bir biçimde kısıtlanması da dahil olmak üzere, kadınlara fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik zarar ve acı verilmesi sonucunu doğuracak toplumsal cinsiyete dayalı tüm şiddet eylemleri olarak anlaşılacaktır;
- b “aile içi şiddet”, eylemi gerçekleştiren, mağdurla aynı ikametgahı paylaşmakta olsun veya olmasın veya daha önce paylaşmış olsun veya olmasın, aile içinde veya aile biriminde veya mevcut veya daha önceki eşler veya birlikte yaşayan bireyler arasında meydana gelen fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik şiddet eylemleri olarak anlaşılacaktır;
- c “toplumsal cinsiyet”, herhangi bir toplumun, kadınlar ve erkekler için uygun olduğunu düşündüğü sosyal anlamda oluşturulmuş roller, davranışlar, faaliyetler ve özellikler olarak anlaşılacaktır;
- d “kadınlara karşı toplumsal cinsiyete dayalı şiddet”, bir kadına karşı, kadın olduğu için yöneltilen veya kadınları orantısız bir biçimde etkileyen şiddet olarak anlaşılacaktır;
- e “mağdur”, a ve b fıkralarında belirtilen davranışlara maruz kalan herhangi bir şahıs olarak anlaşılacaktır;
- f “kadın” terimi, 18 yaşından küçük kızları da kapsayacaktır.

### **Madde 4 – Temel haklar, eşitlik ve ayrımcılık yapılmaması**

- 1 Taraflar herkesin, özellikle de kadınların, gerek kamu gerekse özel alanda şiddete maruz kalmaksızın yaşama hakkını yaygınlaştırmak ve korumak için gerekli olan yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar, kadınlara karşı her türlü ayrımcılığı kınayacak ve ayrımcılığı önlemek üzere, özellikle aşağıdakiler dahil olmak üzere, gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır:
  - ulusal anayasalarında veya ilgili diğer mevzuata kadın erkek eşitliği ilkesini dahil edecek ve bu ilkenin uygulamada gerçekleştirilmesini temin edeceklerdir;
  - yerine göre, yaptırımların uygulanması yolu da dahil olmak üzere, kadınlara karşı ayrımcılığı yasaklayacaklardır;
  - kadınlara karşı ayrımcılık yapan yasa ve uygulamaları yürürlükten kaldıracaklardır.

- 3 Taraflar bu Sözleşme hükümlerinin, özellikle de mağdurların haklarını korumaya yönelik tedbirlerin, cinsiyet, toplumsal cinsiyet, ırk, renk, dil, din, siyasi veya başka tür görüş, ulusal veya sosyal köken, bir ulusal azınlıkla bağlantılı olma, mülk, doğum, cinsel yönelim, toplumsal cinsiyet kimliği, sağlık durumu, engellilik, medeni hal, göçmen veya mülteci statüsü veya başka bir statü gibi, herhangi bir temele dayalı olarak ayrımcılık yapılmaksızın uygulanmasını temin edeceklerdir.
- 4 Kadınların toplumsal cinsiyete dayalı şiddete karşı korunması için gerekli olan özel tedbirler, bu Sözleşme hükümlerince ayrımcılık olarak sayılmayacaktır.

**Madde 5 – Devletin yükümlülükleri ve titizlikle yapması gereken inceleme ve araştırmalar**

- 1 Taraflar kadınlara karşı herhangi bir şiddet eylemine girişmekten imtina edecek ve devlet yetkililerinin, görevlilerinin, organlarının, kurumlarının ve Devlet adına hareket eden diğer aktörlerin bu yükümlülüğe uygun bir biçimde hareket etmelerini temin edeceklerdir.
- 2 Taraflar, devlet dışı aktörlerce gerçekleştirilen ve bu Sözleşmenin kapsamı dahilindeki şiddet eylemlerinin önlenmesi, soruşturulması, cezalandırılması, ve bu eylemler nedeniyle tazminat verilmesi konusunda azami dikkat ve özenin sarfedilmesi için gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.

**Madde 6 – Toplumsal cinsiyet konusunda hassasiyet gerektiren politikalar**

Taraflar bu Sözleşmenin uygulanmasına ve sözleşme hükümlerinin etkilerinin değerlendirilmesine bir toplumsal cinsiyet bakış açısı katacak ve kadınlarla erkekler arasında eşitliğe ve kadınların güçlendirilmesine ilişkin politikalarını yaygınlaştıracak ve etkili bir biçimde uygulayacaklardır.

**Bölüm II – Bütüncül politikalar ve veri toplama**

**Madde 7 – Kapsamlı ve koordineli politikalar**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddetin önlenmesi ve bu tür şiddet eylemleriyle mücadele edilmesine yönelik ilgili tüm tedbirleri içeren Devlet çapında etkili, kapsamlı ve birbiriyle koordineli politikaların benimsenip uygulanmasını mümkün kılacak, gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacak ve kadına karşı şiddete karşı bütüncül bir mukabelede bulunulmasını temin edeceklerdir.
- 2 Taraflar ilgili tüm birim, kurum ve kuruluşlar arasında etkili bir işbirliği sağlanmak suretiyle, ve 1. fıkrada yer alan politikalarla, mağdur haklarının, alınan tüm tedbirlerin merkezinde yer almasını temin edeceklerdir.
- 3 Bu fıkra uyarınca alınacak tedbirlere, yerine göre, hükümet kuruluşları, ulusal, bölgesel ve yerel parlamentolar ve yönetimler, ulusal insan hakları kurumları ve sivil toplum kuruluşları gibi, ilgili tüm aktörler müdahil olacaktır.

#### **Madde 8 – Finansal kaynaklar**

Taraflar, devlet dışı aktörler ve sivil toplum tarafından gerçekleştirilenler de dahil olmak üzere, bu Sözleşmenin kapsadığı her türlü şiddet eylemini önlemeye ve bunlarla mücadeleyle yönelik bütüncül politikaların, tedbirlerin ve programların yeterli bir biçimde uygulanması için uygun finansal kaynakları ve insan kaynaklarını tahsis edeceklerdir.

#### **Madde 9 – Sivil Toplum Kuruluşları ve sivil toplum**

Taraflar kadınlara karşı şiddet uygulanmasıyla mücadelede aktif bir rol oynayan sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarını her düzeyde takdir ve teşvik edecek ve destekleyecek ve bu kuruluşlarla etkili bir işbirliği gerçekleştirecektir.

#### **Madde 10 – Koordinasyon kurumu**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddeti önleme ve bunlarla mücadeleyle yönelik politika ve tedbirlerin koordinasyonu, uygulanması, izlenmesi ve değerlendirmesinden sorumlu bir veya birden fazla kurumu belirleyecek veya kuracaktır. Bu kurumlar Madde 11’de belirtildiği gibi verilerin toplanmasını koordine edecek, verileri analiz edecek ve sonuçlarının dağıtımını sağlayacaktır.
- 2 Taraflar bu fıkra uyarınca belirlenen veya oluşturulan kurumların Bölüm VIII uyarınca alınan tedbirlerin genel mahiyeti hakkında bilgilendirilmelerini sağlayacaktır.
- 3 Taraflar bu fıkra uyarınca belirlenen veya oluşturulan kurumların, diğer tarafların bünyesinde yer alan muadil kuruluşlarla doğrudan iletişim kurma ve ilişkiler oluşturma yeteneğine sahip olmalarını sağlayacaklardır.

#### **Madde 11 – Veri toplama ve araştırma**

- 1 Taraflar bu Sözleşmenin uygulanması amacıyla aşağıdakileri yapacaklardır:
  - a Bu Sözleşme kapsamında kalan her türlü şiddet olayıyla ilgili birleştirilmemiş istatistiksel veriyi düzenli aralıklarla toplayacaklardır;
  - b Bu Sözleşme kapsamında kalan her türlü şiddet olayının kökünde yatan nedenler ve bunların etkileri, şiddet olayları, ceza oranlarının yanı sıra, bu Sözleşmenin uygulanması için alınan tedbirlerin etkililiğini incelemek üzere, bu olaylarla ilgili araştırmaları destekleyeceklerdir.
- 2 Taraflar bu Sözleşme kapsamında kalan her türlü şiddet olayının yaygınlığını ve nasıl bir eğilim içinde olduğunu değerlendirmek üzere, düzenli aralıklarla halk anketleri yapmaya gayret edeceklerdir.
- 3 Taraflar uluslararası işbirliğini harekete geçirmek ve bu alanda uluslararası standartların yerleştirilmesini sağlamak üzere, bu fıkra uyarınca toplanan bilgileri bu Sözleşmenin Madde 66’sında belirtilen uzmanlar grubuna vereceklerdir.
- 4 Taraflar bu fıkra uyarınca toplanan bilgilerin kamuoyunun erişimine açık olmasını sağlayacaklardır.

## Bölüm III – Önleme

### Madde 12 – Genel yükümlülükler

- 1 Taraflar kadınların daha aşağı düzeyde olduğu düşüncesine veya kadınların ve erkeklerin toplumsal olarak klişeleşmiş rollerine dayalı ön yargıların, törelerin, geleneklerin ve diğer uygulamaların kökünün kazınması amacıyla kadınların ve erkeklerin sosyal ve kültürel davranış kalıplarının değiştirilmesine yardımcı olacak tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar herhangi bir gerçek veya hükmi şahsiyetin bu Sözleşmenin kapsamında kalan her türlü şiddet eylemini önleyecek gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 3 Bu bölüm uyarınca alınan tüm tedbirlerle, belirli şartlar nedeniyle hassas konuma gelmiş insanların ihtiyaçları göz önüne alınacak ve karşılanmaya çalışılacak ve tüm tedbirlerin merkezinde mağdurların insan hakları yer alacaktır.
- 4 Taraflar özellikle gençler ve erkekler olmak üzere, toplumun tüm bireylerinin bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet olayının önlenmesine aktif bir biçimde katkıda bulunmasını teşvik etmeye yönelik gerekli tedbirleri alacaktır.
- 5 Taraflar kültür, töre, din, gelenek veya sözde “namus” gibi kavramların bu Sözleşme kapsamındaki herhangi bir şiddet eylemine gerekçe olarak kullanılmamasını temin edeceklerdir.
- 6 Taraflar kadınların güçlendirilmesine yönelik program ve faaliyetlerin yaygınlaştırılması için gerekli tedbirleri alacaklardır.

### Madde 13 – Farkındalığın artırılması

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet eyleminin ortaya farklı şekillerde çıkışı ve bu eylemlerin çocuklar üzerindeki etkisi ve bu şiddet eylemlerinin önlenmesi ihtiyacı konusunda halk arasındaki farkındalığın ve anlayışın artırılması için, yerine göre ulusal insan hakları kuruluşları ve eşit haklar kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özellikle de kadın örgütleriyle işbirliği de dahil olmak üzere, düzenli olarak ve her düzeyde farkındalık artırıcı kampanya ve programları yaygınlaştıracak veya uygulayacaktır.
- 2 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki şiddet eylemlerini önlemeye yönelik mevcut tedbirler konusundaki bilgilerin halk arasında en geniş bir şekilde dağıtımını sağlayacaklardır.

### Madde 14 – Eğitim

- 1 Taraflar, yerine göre, tüm eğitim seviyelerinde resmi müfredata, kadın erkek eşitliği, toplumsal klişelerden arındırılmış toplumsal cinsiyet rolleri, karşılıklı saygı, kişisel ilişkilerde çatışmaların şiddete başvurmadan çözüme kavuşturulması, kadınlara karşı toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ve kişilik bütünlüğüne saygı gibi konuların, öğrencilerin zaman içinde değişen öğrenme kapasitelerine uyarlanmış bir biçimde dahil edilmesi için gerekli tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar 1. fıkrada belirtilen ilkeleri yaygın eğitimin yanı sıra, spor, kültür ve eğlence tesislerinde ve medyada yaygınlaştırılmasına yönelik gerekli tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 15 – Profesyonel kadroların eğitilmesi**

- 1 Taraflar, bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet eylemlerinin mağdurları veya mağduriyete neden olanlar üzerinde çalışan ilgili profesyonel kadroların, söz konusu şiddet olaylarının önlenmesi ve tespit edilmesi, kadın erkek eşitliği, mağdurların ihtiyaçları ve haklarının yanı sıra, ikincil mağduriyetin önlenmesi konularında uygun bir şekilde eğitimini sağlayacak veya bu eğitimi güçlendireceklerdir.
- 2 Taraflar 1. fıkrada sözü edilen eğitimin, bu Sözleşme kapsamındaki şiddet olayı vakalarının çeşitli kurumlara sevk edildiklerinde kapsamlı ve uygun bir biçimde ilgilienilmelerini mümkün kılmak üzere, birden fazla kurum ve kuruluş arasında koordineli işbirliği konusunda eğitimi de içermesini teşvik edeceklerdir.

#### **Madde 16 – Önleyici müdahale ve tedavi programları**

- 1 Taraflar ileride meydana gelecek şiddet olaylarını önleme ve şiddete dayalı davranış kalıplarını değiştirme amacıyla, aile içi şiddet girişiminde bulunanlar için, kişisel ilişkilerde şiddete başvurmeyen davranışlar benimsemeyi öğretmeye yönelik eğitim programları oluşturulmasını veya desteklenmesini mümkün kılacak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar özellikle cinsel suç işleyenlerin yeniden suç işlemelerini önlemeye yönelik eğitim programları oluşturulmasını veya desteklenmesini mümkün kılacak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır
- 3 Taraflar 1. ve 2. fıkrada belirtilen tedbirleri alırken, mağdurların insan haklarının emniyetinin ve desteklenmesinin başlıca kaygı olmasını ve yerine göre bu programların mağdurlara yönelik özel destek hizmetleriyle yakın koordinasyon içinde oluşturulup uygulanmasını temin edeceklerdir.

#### **Madde 17 – Özel sektör ve medyanın katılımı**

- 1 Taraflar, özel sektörü, bilgi ve iletişim teknolojisi sektörünü ve medyayı, bu sektörlerin ifade özgürlüğüne ve bağımsızlığına gerekli saygıyı göstererek, kadına yönelik şiddeti önlemeye ve kadın onuruna saygıyı arttırmaya yönelik politikaların oluşturulmasına ve uygulanmasına ve bu konularda kılavuzların oluşturulmasına ve kendi kendini düzenleyici standartların belirlenmesine katılmaya teşvik edecektir.
- 2 Taraflar özel sektör aktörleriyle işbirliği içinde, çocuklar, anne babalar ve eğitimciler arasında, zararlı olabilecek, cinsel ve şiddet içeren aşağılayıcı içeriklere erişim sağlayan bilgi ve iletişim ortamıyla nasıl baş edileceğine yönelik beceriler geliştirip yaygınlaştıracaktır.

### **Bölüm IV – Koruma ve destek**

#### **Madde 18 – Genel yükümlülükler**

- 1 Taraflar tüm mağdurları daha başka şiddet eylemlerine karşı korumak için gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar, iç hukukları uyarınca, bu Sözleşmenin 20 ve 22'nci maddelerinde belirtilen genel ve uzman destek hizmetlerine sevk de dahil olmak üzere, mağdurları ve tanıkları bu

Sözleşmenin kapsadığı her türlü şiddet eylemine karşı korur ve desteklerken; yargı birimleri, savcılar, kolluk kuvvetleri, yerel ve bölgesel yönetimler dahil, ilgili tüm devlet kurumlarının yanı sıra, sivil toplum kuruluşları ve ilgili diğer kurum ve kuruluşlarla etkili bir işbirliği için uygun mekanizmaların mevcudiyetini temin etmek üzere, gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.

- 3 Taraflar bu bölüm uyarınca alınan tedbirlerin:
  - kadınlara karşı şiddetin ve aile içi şiddetin toplumsal cinsiyet boyutlu bir anlayışa dayalı olmasını ve mağdurların insan haklarına ve emniyetine odaklanmasını,
  - mağdurlar, mağduriyete neden olanlar ve çocuklar arasındaki ilişkileri ve bu unsurların daha geniş toplumsal ortamını da göz önüne alan bütüncül bir yaklaşıma dayalı olmasını,
  - ikincil mağduriyetten kaçınılmasını amaçlamasını,
  - Şiddetin kadın mağdurlarının güçlendirilmesini ve ekonomik bağımsızlığını amaçlamasını,
  - yerine göre çeşitli koruma ve destek sistemlerinin aynı binalarda bulunmasına imkan sağlamasını,
  - Çocuk mağdurlar dahil, hassas konumdaki insanların spesifik ihtiyaçlarına dönük olmasını ve bu imkanların mağdurlara sağlanmasını temin edeceklerdir.
- 4 Söz konusu hizmetler, mağdurların şikayette bulunarak dava açmasından veya mağduriyete neden olanlar hakkında ifade vermesinden bağımsız olarak sağlanacaktır.
- 5 Taraflar uluslararası hukuk uyarınca konsolosluk korumasına veya diğer tür korumaya veya desteğe hakkı olan vatandaşlarına ve diğer mağdurlara bu tür hizmetleri sağlamak üzere uygun tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 19 – Bilgi**

Taraflar mağdurların mevcut destek hizmetleri ve yasal tedbirler konusunda anlayabildikleri bir dilde yeterli ve zamanında bilgi almalarını sağlayacak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 20 – Genel destek hizmetleri**

- 1 Taraflar mağdurların şiddet eylemi sonrasında iyileşmelerini kolaylaştıracak hizmetlere erişimini sağlayacak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır. Bu tedbirlere gerektiğinde, yasal ve psikolojik danışmanlık hizmetleri, finansal yardım, konut sağlama, eğitim, öğretim ve iş bulma yardımı da dahil olacaktır.
- 2 Taraflar mağdurların sağlık hizmetlerine ve sosyal hizmetlere erişim sağlamalarını ve söz konusu servislerin yeterli kaynağı olmasını ve hizmeti sağlayacak profesyonel kadroların mağdurlara yardımcı olacak ve onları uygun hizmet birimlerine sevk edecek şekilde eğitilmelerini temin edecek yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 21 – Bireysel/toplu şikayetlerde sağlanacak yardım**

Taraflar mağdurların ilgili bölgesel ve uluslararası bireysel/toplu şikayet mekanizmalarıyla ilgili bilgi sahibi olmalarını ve söz konusu mekanizmalara erişimini temin edeceklerdir. Taraflar mağdurlara, bu tür şikayetlerde buldukları sırada duyarlı ve bilgileye dayalı bir yardım sağlanmasını destekleyecek ve yaygınlaştıracaklardır.

### **Madde 22 – Uzman destek hizmetleri**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki şiddet eylemlerine maruz kalmış mağdurlara, yeterli bir coğrafi dağılım çerçevesinde, derhal, kısa ve uzun dönemli uzman destek hizmetleri sağlanması ve bu yönde gerekli düzenlemelerin yapılması için gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar tüm şiddet mağduru kadınlara ve çocuklarına uzmanlık gerektiren kadın destek hizmetlerini sağlayacak ve bu yönde gerekli düzenlemeleri yapacaklardır.

### **Madde 23 – Barınaklar**

Taraflar mağdurlara, ve özellikle kadın ve çocuklara, kalacak güvenli yer sağlamak üzere uygun, yeterli sayıda kolayca erişilebilir barınaklar oluşturmak ve mağdurların yardımına proaktif bir biçimde koşmak üzere gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 24 – Telefon yardım hatları**

Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet olayıyla ilgili olarak telefonla arayanlar için, gizliliğe bağlı kalarak veya arayanların kimliklerinin açıklanmamasına gereken dikkati göstererek, ülke çapında 7 gün 24 saat esasına göre faaliyet gösteren ücretsiz telefon hatlarının oluşturulması için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 25 – Cinsel şiddet mağdurlarına destek**

Taraflar mağdurlar için tıbbi ve adli tıp muayenesi yapmak, travma desteği ve danışmanlık hizmetleri sağlamak üzere uygun, yeterli sayıda ve kolayca erişilebilen, ırza geçmeyle ilgili kriz merkezleri veya cinsel şiddet sevk merkezleri oluşturmak üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 26 – Çocuk tanıkların korunması ve bunlara destek sağlanması**

- 1 Taraflar mağdurlara koruma ve destek hizmetleri sağlanırken, bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet olayının çocuk tanıklarının haklarının ve ihtiyaçlarının gerektiği gibi biçimde göz önüne alınması maksadıyla gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Bu madde uyarınca alınacak tedbirlere bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet olayının çocuk tanıklarına, yaşlarına uygun psikososyal danışmanlık hizmeti dahil edilecek ve söz konusu tedbirlerle çocuğun menfaatlerine uygun olarak gereken ilgi gösterilecektir.

### **Madde 27 – Haber verme**

Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki şiddet eylemlerinin gerçekleştirilmesine tanık olan veya bu tür eylemlerin gerçekleştirildiğine veya müteakip şiddet eylemlerinin

gerçekleştirilebileceğine dair makul gerekçeleri olan şahısların bunu yetkili makamlara bildirmelerini teşvik etmeye yönelik gerekli tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 28 – Profesyonel kadroların bildirimleri**

Taraflar iç hukukun belirli meslek sahiplerine getirdiği mahremiyet ilkesinin, uygun koşullar altında, söz konusu meslek erbabının bu Sözleşme kapsamında yer alan ciddi bir şiddet eyleminin gerçekleştirildiğine dair makul nedenleri olması halinde, böyle bir şiddet eyleminin gerçekleştirildiğini ve müteakip ciddi şiddet eylemlerinin gerçekleştirilebileceğini, yetkili kurum veya makamlara bildirmesinin önünde engel teşkil etmemesini temin etmek üzere gerekli tedbirleri alacaklardır.

### **Bölüm V – Esasa müteallik hukuk**

#### **Madde 29 – Hukuk davaları ve hukuk yolları**

- 1 Taraflar mağdurun saldırgana karşı yeterli hukuki yollara başvurmasını sağlayacak yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar mağdurlara, uluslararası hukukun genel ilkelerine uygun olarak, güç ve yetkileri dahilinde gerekli önleyici veya koruyucu tedbirleri almayan devlet makamlarına karşı yeterli hukuki yolların sağlanması için gerekli yasal veya diğer önlemleri alacaklardır.

#### **Madde 30 – Tazminat**

- 1 Taraflar mağdurların bu Sözleşmede belirlenen herhangi bir suç nedeniyle faillerden tazminat talep etme hakkına sahip olmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Hasarın fail, sigorta şirketi veya finansmanı devletçe sağlanan sağlık ve sosyal sigorta hükümlerince karşılanmaması halinde, ciddi bedensel yaralanma veya sağlık bozukluğuna uğrayanlara yeterli Devlet tazminatı sağlanacaktır. Bu durum, mağdurun emniyetine gereken dikkat sarfedilmesi koşuluyla, Tarafların, söz konusu tazminatın, fail tarafından verilen tazminat kadar azaltılması talep etmesini ihtimal dışı bırakmaz.
- 3 2. fıkra uyarınca alınacak tedbirler, tazminatın makul bir süre içinde verilmesini teminat altına alacaktır.

#### **Madde 31 – Velayet altına alma, ziyaret hakları ve emniyet**

- 1 Taraflar çocukların velayetinin ve ziyaret haklarının belirlenmesinde, bu Sözleşme kapsamındaki şiddet olaylarının göz önüne alınmasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar herhangi bir ziyaret hakkı veya velayet hakkının kullanılmasının mağdurun veya çocukların haklarını veya emniyetini tehlikeye düşürmemesini sağlayacak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 32 – Zorla evlendirmelerin doğuracağı hukuki sonuçlar**

Taraflar mağdura gereksiz bir parasal veya idari yük getirmeksizin, zorla gerçekleştirilen evliliklerin geçersiz ve hükümsüz kılınabilmesini veya sona erdirilmesini temin edecek yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 33 – Psikolojik şiddet**

Taraflar bir şahsın psikolojik bütünlüğünü zorlamayla veya tehditlerle ciddi bir şekilde bozmaya yönelik kasıtlı girişimlerin cezalandırılmasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 34 – Taciz amaçlı takip**

Taraflar başka bir şahsa yönelik olarak gerçekleştirilen ve bu şahsı, şahsın kendisini güvende hissetmesini önleyecek şekilde korkutacak, kasıtlı bir biçimde tekrarlanan tehditkar davranışların cezalandırılmasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 35 – Fiziksel şiddet**

Taraflar başka bir şahsa karşı kasten fiziksel şiddet eylemlerinde bulunmanın cezalandırılmasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 36 – Irza geçme de dahil olmak üzere cinsel şiddet eylemleri**

- 1 Taraflar aşağıdaki kasten gerçekleştirilen eylemlerin cezalandırılmasını sağlamak üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:
  - a başka bir insanla, rızası olmaksızın, herhangi bir vücut parçasını veya cismi kullanarak, cinsel nitelikli bir vajinal, anal veya oral penetrasyon gerçekleştirmek;
  - b bir insanla, rızası olmaksızın, cinsel nitelikli diğer eylemlere girişmek;
  - c Başka bir insanın, rızası olmaksızın, üçüncü bir insanla cinsel nitelikli eylemlere girmesine neden olmak.
- 2 Rıza, mevcut koşullar bağlamında değerlendirilmek üzere, şahsın özgür iradesi sonucunda gönüllü olarak verilmelidir.
- 3 Taraflar 1. fıkrada yer alan hükümlerin aynı zamanda iç hukukta kabul edilmiş olan, eski veya mevcut eşlere veya birlikte yaşayan bireylere karşı gerçekleştirilmiş eylemler için geçerli olmasının temin edilmesi için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 37 – Zorla yapılan evlilikler**

- 1 Taraflar bir yetişkini veya çocuğu kasten evliliğe zorlamanın cezalandırılmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar, bir yetişkinin veya çocuğun, ikamet ettiği Taraf veya Devletten farklı bir Tarafa veya devlete, söz konusu yetişkini veya çocuğu evliliğe zorlama amacıyla kasten

kandırılarak götürülmesinin cezalandırılmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 38 – Kadın sünneti**

Taraflar aşağıda belirtilen kasten gerçekleştirilen eylemlerin cezalandırılmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:

- a kadının labia majora, labia minora veya klitorisinin tümünün kesilip çıkartılması, labia majoranın kenarlarının birleştirilmesi veya başka türlü bir kesmeye tabi tutulması;
- b bir kadını a fıkrasına belirtilen eylemlerden birine maruz kalmaya zorlama veya bu eylemleri bir kadına yaptırmak;
- c bir genç kızı a bendinde belirtilen eylemlerden herhangi birine teşvik etmek, zorla maruz bırakmak veya bunları bizzat kendisine uygulatmak

#### **Madde 39 – Kürtaja ve kısırlaştırmaya zorlama**

Taraflar aşağıda belirtilen kasti eylemlerin cezalandırılmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:

- a kadına, önceden bilgilendirilmiş oluru almadan kürtaj uygulamak;
- b Bir kadının önceden bilgilendirilmiş onayı olmaksızın ve kadın söz konusu usulün mahiyetini anlamaksızın, kadının doğal üreme kapasitesini sona erdirmeye maksatlı veya bu etkiyi doğuran bir ameliyat yapmak.

#### **Madde 40 – Cinsel taciz**

Taraflar bir şahsın onurunu ihlal etme etkisi yaratan veya bu maksatla gerçekleştirilen, ve özellikle de aşağılayıcı, düşmanca, hakaretamiz, küçük düşürücü veya saldırgan bir ortam yaratırken, her türlü istenmeyen, cinsel mahiyette sözlü veya sözlü olmayan veya fiziksel davranışın cezai veya diğer yasal yaptırıma tabi olmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 41 – Yardımcı olmak ve yataklık yapmak ve yeltenmek**

- 1 Taraflar bu Sözleşmenin Madde 33,34,35,36,37,38.a ve 39. Maddelerince belirlenmiş suçların işlenmesine, bu suçlar kasten işlendiğinde, yardımcı olmak ve yataklık yapmanın suç olarak kabul edilmesi için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar, kasten işlendiğinde, bu Sözleşmenin madde 35,36,37,38.a ve 39. Maddelerince belirlenmiş suçları işleme girişimlerinin suç kabul edilmesi için gerekli yasal veya diğer önlemleri alacaklardır.

#### **Madde 42 – Sözde “namus” adına işlenen suçlar da dahil olmak üzere, işlenen suçlar için gerekçelerin kabul edilmemesi**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamında kalan şiddet eylemlerinin gerçekleştirilmesinden sonra başlatılan ceza davalarında kültür, töre, din, gelenek veya sözde “namus”un gerekçe olarak

öne sürülmesinin önlenmesini temin etmek üzere, gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

- 2 Taraflar, herhangi bir şahsın bir çocuğu 1. fıkradaki eylemleri gerçekleştirmeye kışkırtmasının, yapılan eylemlerle ilgili olarak söz konusu şahsın cezai sorumluluğunu ortadan kaldırmasının önlenmesini temin etmek üzere, gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 43 – Cezai suçların uygulanması**

Bu Sözleşme uyarınca belirlenen suçlar, mağdurla fail arasındaki ilişkinin mahiyetinden bağımsız olarak geçerli olacaktır.

#### **Madde 44 – Yargı yetkisi**

- 1 Taraflar suçun aşağıdaki hallerde işlenmesi halinde, bu Sözleşme uyarınca belirlenen herhangi bir suçla ilgili olarak yargı yetkisi oluşturmak üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:
  - a kendi topraklarında; veya
  - b kendi bandıralarını taşıyan bir gemide; veya
  - c kendi yasalarına göre tescil edilmiş bir uçakta; veya
  - d kendi vatandaşlarından biri tarafından; veya
  - e normal ikametgahı kendi topraklarında olan bir şahıs tarafından işlenmesi halinde.
- 2 Taraflar söz konusu suçun vatandaşlarından birine veya normal olarak kendi topraklarında ikamet eden birine karşı işlenmesi halinde, bu Sözleşmede belirlenen herhangi bir suçla ilgili olarak yargı yetkisi oluşturmaya yönelik gerekli yasal veya diğer tedbirleri almaya çalışacaklardır.
- 3 Bu Sözleşmenin Madde 36,37,38 ve 39 uyarınca belirlenen suçların kovuşturulması için, taraflar yargı yetkilerinin söz konusu eylemlerin işlendikleri topraklarda cezalandırılması koşuluna tabi olmasının önlenmesini temin etmek üzere, gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 4 Bu Sözleşmenin Madde 36,37,38 ve 39'u uyarınca belirlenen suçların kovuşturulması için, taraflar 1 d ve e fıkralarına ilişkin yargı yetkisinin, kovuşturmanın ancak mağdurun eylemi haber vermesinden sonra veya Devlet'in suçun işlendiği yerle ilgili bilgiyi sağlaması halinde başlatılması koşuluna bağlı olmasının önlenmesini temin etmek üzere, gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 5 Taraflar, eylemi icra ettiği iddia edilen failin kendi topraklarında bulunduğu hallerde ve söz konusu şahsı sırf milliyetine istinaden üçüncü bir tarafa teslim etmedikleri durumlarda, bu Sözleşmede belirlenen suçlarla ilgili yargı yetkisini oluşturmak üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 6 Birden fazla Taraf bu Sözleşme uyarınca belirlenen ve işlendiği iddia edilen bir suçla ilgili yargı yetkisi talebinde bulunduğu anda, ilgili taraflar, yerine göre, kovuşturma için en iyi yargı yetkisini belirleme amacıyla birbirleriyle istişarede bulunacaklardır.

- 7 Uluslararası hukukun genel kuralları saklı kalmak kaydıyla, bu Sözleşme, Taraflardan birinin kendi iç hukukuna dayalı olarak icra edeceği cezai yargı yetkisini uygulamadan hariç tutmaz.

#### **Madde 45 – Yaptırımlar ve tedbirler**

- 1 Taraflar Bu Sözleşme uyarınca belirlenen suçların, ciddiyetleri dikkate alınarak, etkili, orantılı ve caydırıcı cezalarla cezalandırılması için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar faillerle ilgili olarak aşağıda belirtilen diğer tedbirler de alabilirler:
- hüküm giyen şahısların izlenmesi veya bu şahısların kontrol altında tutulması;
  - Çocuğun menfaatleri, ki buna çocuğun güvenliği de dahildir, başka bir şekilde teminat altına alınamıyorsa velayet haklarının geri alınması.

#### **Madde 46 – Cezayı ağırlaştırıcı koşullar**

Taraflar, aşağıdaki koşulların, bu koşulların söz konusu suçun halihazırda temel unsurlarını oluşturmadığı hallerde, iç hukukun ilgili hükümlerine uygun olarak, bu Sözleşmede belirlenen suçlarla ilgili olarak verilecek cezanın belirlenmesinde ağırlaştırıcı koşullar olarak göz önünde bulundurulabileceğini temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:

- a suçun, iç hukukun kabul ettiği eski veya mevcut bir eşe veya birlikte yaşanan bireye karşı, aile fertlerinden biri tarafından, mağdurla birlikte ikamet eden biri tarafından veya yetkisini suistimal eden biri tarafından işlendiği hallerde;
- b suçun veya suçların mükerrer olarak işlenmesi halinde;
- c suçun belirli şartlar nedeniyle hassas konuma gelmiş bir bireye karşı işlenmesi halinde;
- d suçun bir çocuğa karşı veya çocuğun huzurunda işlenmesi halinde;
- e suçun iki veya daha fazla insan tarafından birlikte hareket ederek işlenmesi halinde;
- f suçtan önce veya suçun işlenmesi esnasında çok aşırı düzeylerde şiddet uygulanmış olması halinde;
- g suçun silah kullanarak veya silah tehdidiyle işlenmiş olması halinde;
- h suçun mağdura ağır fiziksel veya psikolojik zarar vermesi halinde;
- i Failin daha öncede de benzer suçlardan hüküm giymiş olması halinde.

#### **Madde 47 – Başka bir Tarafça verilen hükümler**

Taraflar ceza hükmünü belirlerken, bu Sözleşme uyarınca belirlenen suçlarla ilgili olarak başka bir Tarafça verilen nihai hüküm olasılığını da göz önüne alarak gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

**Madde 48 – Zorunlu anlaşmazlık giderme alternatif süreçlerinin veya hüküm vermenin yasaklanması**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamında yer alan her türlü şiddet olayıyla ilgili olarak, arabuluculuk ve uzlaştırma da dahil olmak üzere, zorunlu anlaşmazlık giderme alternatif süreçlerini yasaklamak üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar bir para cezasının ödenmesinin emredilmesi halinde, failin mağdura karşı finansal yükümlülüklerini yerine getirebilme yeteneğinin gereken biçimde hesaba katılmasının temin edilmesi için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

**Bölüm VI – Soruşturma, kovuşturma, usul hukuku ve koruyucu tedbirler**

**Madde 49 – Genel yükümlülükler**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet olayı ile ilgili soruşturma ve yasal işlemlerin, bir yandan cezai işlemlerin tüm safhalarında mağdurun hakları dikkate alınırken, gereksiz bir gecikme olmaksızın sürdürülmesini temin etmek üzere gerekli yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar temel insan haklarına uygun bir biçimde ve toplumsal cinsiyet temelli bir şiddet eylemi anlayışıyla, Sözleşme uyarınca belirlenen suçların etkili bir biçimde soruşturulup kovuşturulmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

**Madde 50 – Ani mukabele, önleme ve koruma**

- 1 Taraflar sorumlu kolluk kuvveti birimlerinin bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet eylemine karşı, mağdurlara yeterli korumayı derhal sağlayarak süratle ve gereken biçimde mukabelede bulunmalarını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar önleyici operasyonel tedbirler ve kanıt toplama da dahil olmak üzere, sorumlu kolluk kuvveti birimlerinin bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet eylemini süratle ve uygun bir biçimde önlemesi ve bunlara karşı koruma sağlamasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

**Madde 51 – Risk değerlendirmesi ve risk yönetimi**

- 1 Taraflar riski yönetmek ve gerektiğinde koordineli bir biçimde emniyet ve destek temin etmek üzere tüm yetkili makamların ölüm riski, durumun ciddiyeti ve şiddet eyleminin tekrarlanması riskini değerlendirmelerini temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar 1. fıkrada belirtilen değerlendirmede, soruşturmada ve koruyucu tedbirler uygulamasının her aşamasında, bu Sözleşme kapsamındaki şiddet eylemlerini gerçekleştirenlerin ateşli silahlara sahip olduğunun göz önüne alınmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

**Madde 52 – Acil durumlarda uzaklaştırma emirleri**

Taraflar, yetkili makamlara, ani tehlike durumlarında, aile içi şiddet faillerinin, mağdurun veya risk altındaki şahsın ikametgahını yeterli bir süre için terk etme emri verme ve faillerin

mağdurun veya risk altındaki şahsın ikametgahına girmesini veya mağdurla veya risk altındaki şahısla temas etmesini yasaklama yetkisi verilmesini temin edecek yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

#### **Madde 53 – Engelleme veya koruma emirleri**

- 1 Taraflar bu Sözleşme kapsamındaki her türlü şiddet mağdurlarının uygun engelleme veya koruma emirlerinden yararlanmasını temin edecek gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar 1. fıkrada sözü edilen engelleme emirlerinin aşağıdaki niteliklere sahip olmasını temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:
  - söz konusu emirler mağdurun derhal korunmasını sağlayacak ve mağdura gereksiz finansal veya idari yük getirmeyecektir;
  - belirli bir süre için veya bu süreyle ilgili bir değişiklik yapıncaya veya yürürlükten kalkıncaya kadar verilecektir;
  - gerektiğinde derhal yürürlüğe (ex parte) girecektir;
  - diğer yargı süreçlerinden bağımsız olarak veya bunlara ilaveten verilebilecektir;
  - daha sonra başlatılabilecek yargı süreçlerine dahil edilmesi mümkün olacaktır.
- 3 Taraflar 1. fıkrada saptanan kısıtlama veya koruma emirlerinin ihlallerin etkili, orantılı ve caydırıcı cezai veya diğer yasal yaptırımlara tabi olmasını sağlamak üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alır.

#### **Madde 54 – Soruşturmalar ve kanıtlar**

Taraflar herhangi bir hukuk veya ceza davasında mağdurun cinsel geçmişi ve davranışıyla ilgili var olan kanıtlara yalnızca davayla ilgili ve gerekliyse izin verilmesini temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer önlemleri alacaktır.

#### **Madde 55 – Ex parte (nizasız) ve ex officio (re’sen) yargılama**

- 1 Taraflar, bu Sözleşme’nin 35, 36, 37, 38 ve 39. maddelerinde belirlenen suçlarla ilgili soruşturma ve kovuşturmaların, suçun kısmen veya tamamen kendi topraklarında işlenmiş olması durumunda, mağdurun ifadesine veya şikayetine bağlı olmaksızın ve mağdurun ifadesini veya şikayetini geri çekmesi durumunda dahi devam edebilmesini temin edeceklerdir.
- 2 Taraflar, kendi iç hukuk kurallarının öngördüğü koşullara uygun biçimde, bu Sözleşme’de belirlenen suçlarla ilgili olarak yürütülen soruşturma ve yargı süreçlerinde mağdurun kendi talebi doğrultusunda kamu kuruluşlarından ve sivil toplum kuruluşlarından ve aile içi şiddet danışmanlarından yardım ve/veya destek almasına olanak sağlamak üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alacaktır.

### **Madde 56 – Koruma tedbirleri**

- 1 Taraflar soruşturmaların ve yargı sürecinin tüm safhalarında, özellikle aşağıdakileri sağlayarak, mağdurların, tanık olarak özel ihtiyaçları da dahil olmak üzere, haklarını ve çıkarlarını koruyacak yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır:
  - a mağdurların, ailelerinin ve tanıkların, sindirmeye, misillemeye ve tekrar mağdur bırakılmaya karşı korunmalarını sağlayacaklardır;
  - b mağdurun en azından kendisinin veya ailesinin tehlikede olabileceği durumlarda, failin kaçması veya geçici veya kesin olarak serbest bırakılması halinde mağdurun bilgilendirilmesini sağlamak;
  - c mağdurlara, iç hukuk kurallarının öngördüğü koşullar altında, hakları ve faydalanabilecekleri hizmetler ve şikayetlerinin takibi, masraflar, soruşturma veya davaların genel gelişimi ve mağdurların bu süreç içindeki rolleri, ve davalarının sonuçları hakkında bilgi vermek;
  - d mağdurun iç hukuk kurallarının usulüne uygun olarak duruşmalara katılmasını,, kanıt temin etmesini ve kendi görüşlerini, ihtiyaçlarını ve kaygılarını doğrudan veya bir aracı vasıtasıyla sunmasını ve bunların dikkate alınmasını sağlamak;
  - e mağdurlara haklarının ve menfaatlerinin usule uygun olarak arz edilmesi ve dikkate alınması için uygun destek hizmetleri sağlamak;
  - f mağdurun mahremiyetini ve görüntüsünü korumak için tedbirlerin alınabilmesini temin etmek;
  - g mağdur ile failer arasında temastan mahkemede ve kolluk kuvvetlerinin binalarında, mümkün olduğu ölçüde kaçınmak;
  - h davaya taraf olarak katılan veya kanıt sunan mağdurlara bağımsız ve yetkin çevirmenler sağlamak;
  - i iç hukuk kurallarına uygun biçimde, mağdurun, varsa uygun iletişim teknolojilerinden yararlanarak, mahkeme salonuna gitmeden veya en azından fail olduğu iddia edilen kişinin mahkeme salonunda bulunmadığı bir ortamda ifade vermesini sağlamak
- 2 Kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddet mağduru ve tanığı olan bir çocuğa, çocuğun çıkarları ilkesini dikkate alınarak, yerine göre, özel koruma önlemleri sağlanacaktır.

### **Madde 57 – Hukuki yardım**

Taraflar, mağdurların iç hukuk kurallarının öngördüğü koşullar altında hukuki yardım ve ücretsiz adli yardım alma hakkını sağlayacaklardır.

### **Madde 58 – Zaman aşımı**

Taraflar, bu Sözleşme'nin 36, 37, 38 ve 39. maddelerinde tanımlanan suçlarla ilgili yasal işlemlerin başlatılması için öngörülen zaman aşımı süresinin, mağdurun reşit olmasından sonra etkili bir dava sürecini başlatmaya olanak tanıyacak şekilde, yeterli bir süre devam

etmesini ve suçun ağırlığıyla orantılı olarak sağlamak üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alacaktır.

## **Bölüm VII – Göç ve iltica**

### **Madde 59 – Oturma izni**

- 1 Taraflar, ikametgâh durumu iç hukuk tarafından tanınan eş veya birlikte yaşanan bireye bağlı olan mağdurlara, evliliğin veya ilişkinin bozulması durumunda özellikle zor koşullarda, başvuru üzerine, evliliğin veya ilişkinin süresini dikkate almaksızın eşten bağımsız oturma izninin verilmesini sağlamak üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alacaktır. Eşten bağımsız oturma izninin verilmesine ve süresine ilişkin koşullar iç hukuk tarafından belirlenir.
- 2 Taraflar ikametgâh durumu iç hukuk tarafından tanınan eş veya birlikte yaşanan bireye bağlı olan mağdurların ikametgah nedeniyle başlatılan sınır dışı işlemlerini bağımsız oturma izni için başvurularına olanak sağlayacak şekilde durdurabilmelerini sağlamak üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 3 Taraflar, aşağıdaki durumlardan biri veya her ikisi birden söz konusu olduğunda mağdurlara yenilenebilir oturma izni verecektir:
  - a yetkili makamların, mağdurların, kişisel durumlarının bir gereği olarak ülkede kalmalarının gerekli olduğunu uygun bulması halinde;
  - b yetkili makamların mağdurların, soruşturma veya cezai işlemler sırasında yetkili makamlarla işbirliği içinde olmaları amacıyla ülkede kalmalarının gerekli olduğunu uygun bulması halinde
- 4 Taraflar evlilik amacıyla başka bir ülkeye getirilen ve bunun sonucunda normal olarak yaşadıkları ülkenin oturma iznini kaybeden zorla evlilik mağdurlarına, izinlerini geri alabilmelerini temin etmek üzere gereken yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 60 – Toplumsal cinsiyete dayalı iltica talepleri**

- 1 Taraflar kadına yönelik, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin, Mültecilerin Statüsüne İlişkin 1951 Sözleşmesi 1A(2) Maddesi anlamında zulüm olarak ve tamamlayıcı/ ikincil korumayı gerektiren ciddi bir hasar biçimi olarak tanınabilmesini temin etmek üzere gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.
- 2 Taraflar, Sözleşme’de tanımlanan tüm gerekçelerin toplumsal cinsiyete duyarlı bir şekilde yorumlanmasını ve bu gerekçelerden herhangi biri veya bir kaçını nedeniyle zulüm görme tehlikesi söz konusuysa, başvuru sahiplerine, yürürlükteki ilgili hukuki vasıtalarla göre mülteci statüsünün tanınmasını temin edeceklerdir.
- 3 Taraflar iltica başvurusu yapanlar için toplumsal cinsiyete duyarlı ülkeye kabul usullerinin ve destek hizmetlerinin yanı sıra, toplumsal cinsiyet yönergelerini ve mülteci statüsünün belirlenmesi ve uluslararası koruma için başvuruyu da kapsayan, toplumsal cinsiyete duyarlı sığınma usullerini oluşturmak için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaklardır.

### **Madde 61 – Geri göndermeme**

- 1 Taraflar, uluslararası hukuk çerçevesindeki yükümlülükleri uyarınca geri göndermeme ilkesinin tanınması için gerekli yasal veya diğer tedbirleri alacaktır.
- 2 Taraflar statüsü ve ikamet durumuna bakılmaksızın, korumaya muhtaç, kadına yönelik şiddet mağdurlarının hayatlarının risk altında olabileceği veya işkenceye veya insanlık dışı muameleye veya cezalandırılmaya maruz kalabilecekleri hiçbir ülkeye hiçbir durum altında iade edilmeyeceklerini güvence altına almak üzere gerekli yasal veya diğer önlemleri alacaklardır.

## **VIII. Bölüm – Uluslararası işbirliği**

### **Madde 62 – Genel prensipler**

- 1 Taraflar, bu Sözleşmenin hükümlerine uyararak, medeni hukuk ve ceza hukuku konularında işbirliğine ilişkin uluslararası ve bölgesel anlaşmaları ve belgeleri uygulayarak, ortak veya karşılıklı mevzuat ve iç hukuk kuralları esas alınarak üzerinde mutabakata varılmış düzenlemeleri uygulayarak, ve mümkün olan en kapsamlı şekilde, aşağıdaki amaçlara yönelik olarak işbirliği yapacaklardır:
  - a bu Sözleşmenin kapsamına giren her türlü şiddet eyleminin önlenmesi, bunlarla mücadele edilmesi ve bunların kovuşturulması;
  - b mağdurların korunması ve mağdurlara destek sağlanması;
  - c bu Sözleşmeye göre suç olarak kabul edilen eylemler hakkında soruşturmaların ve yasal sürecin yürütülmesi;
  - d Koruma emirleri dahil olmak üzere, Tarafların yargı makamlarınca bu konuya ilişkin verdikleri hukuki ve cezai kararlarının uygulanması.
- 2 Taraflar, bu Sözleşme uyarınca suç olarak tanımlanan bir eylemin mağdurlarının, bu suç ikamet ettikleri ülkeden başka bir Taraf devletin topraklarında gerçekleştiği takdirde, ikamet ettikleri Devletin yetkili makamlarına şikayet başvurusunda bulunabilmelerini temin etmek üzere gereken yasal ve diğer tedbirleri alacaklardır.
- 3 Bu sözleşmeye Taraf başka bir devlet ile, cezai konularda, suçluların iadesinde veya o devletin verdiği hukuk ve ceza davaları kararlarının uygulanmasında, aralarında yapmış oldukları anlaşmaya dayanarak hukuki konularda karşılıklı yardımlaşmada bulunan bir Taraf, böyle bir anlaşma yapmadığı başka bir Taraftan, kendisine hukuki işbirliği talebi geldiğinde, bu Sözleşmenin tanımladığı suçlara ilişkin cezai konularda, suçluların iadesinde veya bu Sözleşmeye Taraf o ülkenin hukuk veya ceza davaları kararlarının uygulanmasında karşılıklı hukuki yardımlaşmada bulunabilmek için bu Sözleşmeyi hukuki temel olarak alabilir.
- 4 Taraflar, kadınlara yönelik şiddetin ve aile içi şiddetin önlenmesi ve bunlarla mücadele edilmesi çabalarını, üçüncü Devletlerin yararlanacağı kalkınma amaçlı yardım programlarıyla, gereken yerlerde bütünleştirecekler, Madde 18, 5. fıkra uyarınca mağdurların korunmasını kolaylaştırmak amacıyla üçüncü Devletlerle ikili ve çok taraflı anlaşmalar yapacaklardır.

### **Madde 63 – Risk altındaki kişilerle ilgili tedbirler**

Taraflardan herhangi birinin, edindiği bilgilere dayanarak, bir kişinin başka bir Taraf ülkede bu Sözleşmenin Madde 36, 37 38 ve 39'da belirtilen şiddet eylemlerine her an maruz kalma riski altında olduğunu düşünmek için makul nedenleri varsa, bilgilere sahip olan bu Tarafın elindeki bilgileri, gerekli tedbirlerin alınmasını sağlamak amacıyla, gecikmeksizin diğer Tarafa iletmesi teşvik edilmektedir. Risk altındaki kişinin çıkarları açısından, mümkün olan her yerde bu bilgilere, korumayla ilgili mevcut hükümlerin ayrıntıları da dahil edilmelidir.

### **Madde 64 – Bilgilendirme**

- 1 Önlemler alması talep edilen Taraf, talep eden Tarafı bu konuda atılan adımların sonuçları hakkında derhal bilgilendirecektir. Talep edilen Taraf, önlemlerin alınmasını talep eden Tarafı, amaçlanan faaliyetlerin yerine getirilmesini engelleyen veya önemli derecede geciktirme ihtimali olan koşullardan da gecikmeksizin haberdar edecektir.
- 2 Taraflardan biri, karşıdan bir talep gelmeksizin, kendi yaptığı soruşturmalar çerçevesinde edindiği bilgileri, bu bilgilerin karşı Tarafa bu Sözleşmede belirtilen suçları önlemede veya bu suçlara ilişkin soruşturma ve kovuşturma başlatılmasında veya yürütülmesinde yardımcı olacağını düşünüyorsa veya söz konusu karşı Tarafın bu konuyla ilgili işbirliği talebi olacağını düşünüyorsa, kendi iç hukukunun izin verdiği ölçüde diğer Tarafa iletebilir.
- 3 2. Fıkra uyarınca herhangi bir bilgi edinen bir Taraf, uygun görüldüğü takdirde, yargı sürecinin başlatılması veya bu bilgilerin hukuki ve cezai kovuşturmada göz önüne alınması için bu bilgileri kendi yetkili makamlarına ulaştıracaktır.

### **Madde 65 – Verilerin Korunması**

Kişisel veriler, Kişisel Verilerin Otomatik İşlenmesinde Bireylerin Korunması Sözleşmesinin Taraflara getirdiği yükümlülükler gereğince saklanacak ve kullanılacaktır (ETS No. 108).

## **IX. Bölüm – İzleme yöntemi**

### **Madde 66 – Kadınlara yönelik şiddetle ve aile içi şiddetle mücadele konusunda uzmanlar grubu**

- 1 Kadınlara yönelik şiddetle ve aile içi şiddetle mücadele konusunda uzmanlar Grubu (bundan böyle "GREVIO" olarak anılacaktır) bu Sözleşmenin Taraflarca uygulanmasını izleyecektir.
- 2 GREVIO en az 10, en çok da 15 üyeden oluşacak, üyelerin cinsiyet ve coğrafi bölge açısından dengeli olması, ayrıca farklı konularda uzmanlaşmış olmaları gözetilecektir. Üyeler, dört yıllık bir görev süresi için Tarafların aday gösterdiği kişiler arasından Taraflar Komitesince seçilecek; üyeler ancak bir dönem daha görev yapabilecek ve Taraf ülkelerin vatandaşları arasından seçilecektir.
- 3 10 üyenin ilk seçimi bu Sözleşmenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde yapılacaktır. Diğer 5 üyenin seçimi ise 25inci ülke onayladığında veya katıldığında gerçekleştirilecektir.
- 4 GREVIO üyelerinin seçimi şu prensiplere göre yapılacaktır:

- a yüksek ahlaki değerlere sahip bir kişiliği olan; insan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınlara yönelik şiddet ve aile içi şiddet, veya mağdurlara yardımcı olma veya onları koruma konularında yetkinlikleri kabul edilmiş, veya bu Sözleşmenin kapsadığı alanlarda mesleki deneyimi olan kişiler arasından Şeffaf usuller ile seileceklerdir;
  - b GREVIO'da aynı ülke vatandaşı iki ye bulunamaz;
  - c üyeler, temel hukuk sistemlerini temsil etmelidirler;
  - d kadınlara yönelik şiddet ve aile içi şiddet alanı ile ilgili kişileri ve kurumları temsil etmelidirler;
  - e üyeler kendi kişisel özellikleriyle katılacaklar, görevlerini yerine getirirken bağımsız ve tarafsız davranacaklar ve görevlerini etkili bir Şekilde yerine getirmeye müsait olacaklardır.
- 5 GREVIO yelerinin seçilme usulleri, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından, Taraflara danışıldıktan ve Tarafların oybirliğiyle onayı alındıktan sonra, bu Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden itibaren altı ay içinde belirlenecektir.
  - 6 GREVIO kendi çalışma esaslarını kendisi belirleyecektir.
  - 7 GREVIO yeleri ve, Madde 68'in 9. ve 14. fıkralarında belirtildiği Şekilde lke ziyareti yapacak diğer heyet yeleri, bu Sözleşmenin ekinde belirlenmiş olan ayrıcalıklardan ve dokunulmazlıklardan yararlanacaklardır.

#### **Madde 67 – Taraflar Komitesi**

- 1 Taraflar Komitesi, Sözleşmeye Taraf ülkelerin temsilcilerinden oluşacaktır.
- 2 Taraflar Komitesi, Avrupa Konseyi Genel Sekreteri tarafından toplantıya çağırılacaktır. İlk toplantısını, bu Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden itibaren bir yıl içinde, GREVIO üyelerini seçmek üzere yapacaktır. Müteakip toplantılar, Tarafların üçte birinin, Taraflar Komitesinin Başkanının veya Genel Sekreterin talebi üzerine yapılacaktır.
- 3 Taraflar Komitesi kendi çalışma esaslarını kendisi belirleyecektir.

#### **Madde 68 – Usuller**

- 1 Taraflar, GREVIO'nun hazırladığı bir soru formunu esas alarak, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine, GREVIO tarafından değerlendirilmek üzere, bu Sözleşmenin hükümlerinin uygulanabilmesini sağlayacak yasama tedbirleri ve diğer tedbirler hakkında bir rapor sunacaktır.
- 2 GREVIO 1. fıkra uyarınca sunulan bu raporu, ilgili Tarafın temsilcileriyle birlikte değerlendirecektir.
- 3 Daha sonraki değerlendirme faaliyetleri dönemler halinde yapılacak, bunların uzunluğuna da GREVIO karar verecektir. Her dönem başında GREVIO, değerlendirmeye esas alınacak spesifik maddeleri seçerek bir soru formu gönderecektir.

- 4 GREVIO bu izleme usulünü yürütmek için uygun araçları belirleyecektir. GREVIO her değerlendirme dönemi için, Tarafların uygulamalarını değerlendirme prosedürüne esas oluşturacak bir soru formu kullanabilir. Bu soru formu bütün Taraflara hitaben hazırlanacaktır. Taraflar bu ankete ve GREVIO'dan gelecek bütün bilgi taleplerine cevap vereceklerdir.
- 5 GREVIO, Sözleşmenin uygulamasıyla ilgili bilgileri, insan haklarının korunmasıyla görevli ulusal kurumlar yoluyla olduğu kadar sivil toplum kuruluşlarından ve sivil toplumdaki edinebilir.
- 6 GREVIO, bu Sözleşmenin ilgi alanına giren bölgesel ve uluslararası enstrümanlardan ve kuruluşlardan elde edilecek mevcut bilgilere gereken önemi verecektir.
- 7 Her değerlendirme dönemi için soru formu belirlerken GREVIO, bu Sözleşmenin Madde 11'inde belirtildiği şekilde Taraflarca toplanmış olan mevcut verileri ve araştırmaları dikkate alacaktır.
- 8 GREVIO, diğer uluslararası belgeler uyarınca oluşturulmuş kuruluşlardan olduğu kadar Avrupa Konseyi İnsan Hakları Komiserinden, Parlamenter Asamblesinden ve Avrupa Konseyinin bu konuda özelleşmiş birimlerinden bu Sözleşmenin uygulamaları hakkında bilgi edinebilir. Söz konusu kuruluşlara iletilen şikayetler ve bunların sonuçları GREVIO'ya bildirilecektir.
- 9 GREVIO, elde edilen bilgiler yetersiz ise veya 14. fıkrada hükmedilen koşullarda, ulusal makamların işbirliği ve bağımsız ulusal uzmanların yardımıyla, ülke ziyaretleri düzenleyebilir. Bu ziyaretler sırasında GREVIO'ya belirli konularda uzmanlaşmış kişiler yardımcı olabilir.
- 10 GREVIO, değerlendirmeye esas alınan sözleşme hükümlerinin uygulamalarına ilişkin incelemelerinin yer alacağı bir rapor taslağı hazırlayacak; bu taslakta, tespit edilmiş sorunları söz konusu Tarafın ne şekilde ele alması gerektiğine ilişkin önerilerine ve tavsiyelerine de yer verecektir. Bu rapor taslağı, hakkında değerlendirme yürütülen Tarafa, yorumlarını almak üzere iletilecektir. Bu yorumlar, raporun kabulü sürecinde GREVIO tarafından dikkate alınacaktır.
- 11 Elde edilen bütün bilgileri ve Tarafların yaptığı yorumları esas alarak GREVIO, raporu ve, bu Sözleşme hükümlerini uygulayabilmek amacıyla Taraf ülkenin aldığı tedbirlere ilişkin vardığı sonuçları, kabul edecektir. Bu rapor ve varılan sonuçlar, ilgili Tarafa ve Taraflar Komitesine gönderilecektir. GREVIO'nun raporu ve varılan sonuçlar, söz konusu Tarafın olası yorumlarıyla birlikte, kabul edildikten sonra kamuya açıklanacaktır.
- 12 1. ila 8. fıkralardaki usuller saklı kalmak üzere, Taraflar Komitesi rapora ve GREVIO'nun vardığı sonuçlara dayanarak söz konusu Tarafa yönelik şu tavsiyeleri benimseyebilir: (a) GREVIO'nun vardığı sonuçların uygulanması için alınması gereken tedbirlere ilişkin tavsiyeler; gerekirse bunların uygulanması hakkındaki bilgilerin sunulması için bir tarih belirlenebilir; ve (b) bu Sözleşmenin layıkıyla uygulanabilmesi için söz konusu Taraf ile işbirliğini geliştirmeyi amaçlayan tavsiyeler.
- 13 GREVIO'ya, Sözleşmenin geniş çapta veya defalarca ihlalinin önlenmesi veya sınırlandırılması amacıyla derhal müdahale gerektiren sorunların bulunduğunu gösteren güvenilir bilgilerin ulaştığında, kadınlara yönelik ciddi, büyük çapta veya sürekli şiddet uygulanmasını

önlemek için taraflarca alınan tedbirlere ilişkin özel bir raporun acilen sunulmasını talep edebilir.

- 14 GREVIO, söz konusu Tarafın verdiği bilgileri ve kendisine ulaşan diğer güvenilir bilgileri göz önüne alarak, bir veya daha fazla üyesini, bir soruşturma yapıp acilen GREVIO'ya rapor etmek üzere tayin edebilir. Gerektiğinde ve söz konusu Tarafın rızası ile, bu soruşturma kapsamında söz konusu ülkeye bir ziyaret de yapılabilir.
- 15 14. fıkrada sözü edilen soruşturmanın bulguları incelendikten sonra GREVIO bu bulguları, kendi yorum ve tavsiyelerini ekleyerek söz konusu Tarafa, durum gerektiriyorsa Taraflar Komitesine ve Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesine iletacaktır.

#### **Madde 69 – Genel tavsiyeler**

GREVIO uygun düşen ve gereken her durumda, bu Sözleşmenin uygulamasına ilişkin genel tavsiyeler belirleyebilir.

Madde 70 – İzlemede parlamentonun rolü

- 1 Ulusal parlamentolar, bu Sözleşmenin uygulanması için alınan tedbirlerin izlenmesine katılmaya davet edilecektir.
- 2 Taraflar GREVIO raporlarını kendi ulusal parlamentolarına sunacaklardır.
- 3 Avrupa Konseyi Parlamenter Asamblesi, bu Sözleşmenin uygulamalarını düzenli aralıklarla değerlendirmeye davet edilecektir.

### **X. Bölüm – Diğer uluslararası enstrümanlarla ilişkiler**

#### **Madde 71 – Diğer uluslararası enstrümanlarla ilişkiler**

- 1 Bu Sözleşme, Sözleşmeye Taraf olan ülkelerin Taraf olduğu veya Taraf olacağı ve bu Sözleşmenin ele aldığı konular hakkında hükümler içeren diğer uluslararası enstrümanlardan doğan yükümlülükleri etkilemeyecektir.
- 2 Bu Sözleşmenin Tarafları, Sözleşmenin hükümlerini tamamlamak veya güçlendirmek veya bu hükümlerle ifadesini bulmuş prensiplerin uygulanmasını kolaylaştırmak amacıyla birbirleriyle, bu Sözleşmenin ele aldığı konularda iki taraflı veya çok taraflı anlaşmalar yapabilirler.

### **XI. Bölüm – Sözleşmede yapılacak değişiklikler**

#### **Madde 72 – Değişiklikler**

- 1 Taraflardan herhangi birinin bu Sözleşmede değişiklik yapmak üzere getireceği her teklif, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine iletilecek ve Genel Sekreter tarafından Avrupa Konseyi üye Devletlerine, bütün imza sahiplerine, bütün Taraflara, Avrupa Birliğine, Madde 75'in hükümleri uyarınca bu Sözleşmeyi imzalamaya davet edilen Devletlere ve Madde 76'nın hükümleri uyarınca bu Sözleşmeyi kabul etmeye davet edilmiş bütün Devletlere gönderilecektir.

- 2 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, değişiklik teklifini değerlendirecek ve, bu Sözleşmenin Avrupa Konseyi üyesi olmayan Tarafların görüşünü aldıktan sonra, Avrupa Konseyi Kuruluş Belgesi Madde 20.d’de belirtildiği şekilde çoğunluk sağlayarak değişikliği kabul edebilecektir.
- 3 Bakanlar Komitesi tarafından 2. fıkraya göre kabul edilen değişiklik metni, onaylanmak üzere Taraflara gönderilecektir.
- 4 2. fıkraya göre kabul edilen herhangi bir değişiklik, tüm Tarafların onaylarını Genel Sekretere bildirdikleri tarihten itibaren bir aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü yürürlüğe girecektir

## **XII. Bölüm – Son maddeler**

### **Madde 73 – Bu Sözleşmenin etkileri**

Bu Sözleşmenin hükümleri, kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddeti önlemeye ve bunlarla mücadelede çalışan kimselere daha uygun haklar tanıyan veya tanıyacak olan iç hukuk hükümlerinin ve halen yürürlükte olan veya yürürlüğe girme ihtimali bulunan bağlayıcı uluslararası enstrümanların hükümlerinin uygulanmasını engellemeyecektir.

### **Madde 74 – Uyuşmazlıkların çözülmesi**

- 1 Taraflar, bu Sözleşmenin hükümlerinin uygulanması veya yorumlanmasında ortaya çıkabilecek herhangi bir uyuşmazlığı karşılıklı olarak görüşerek, uzlaşarak, bir hakeme başvurarak veya karşılıklı olarak anlaşarak belirleyecekleri herhangi bir barışçıl yoldan çözümlemenin yollarını arayacaklardır.
- 2 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, anlaşmazlığa düşen Tarafların başvurabileceği, tarafların üzerinde mutabık kalmaları halinde, çözüm yöntemleri oluşturabilir.

### **Madde 75 – İmzalama ve yürürlüğe girme**

- 1 Bu Sözleşme Avrupa Konseyi üye Devletlerinin, hazırlanma sürecine katılmış üye olmayan Devletlerin ve Avrupa Birliğinin imzasına açılacaktır.
- 2 Bu Sözleşme onaya veya kabule tabidir. Onay veya kabul belgeleri Avrupa Konseyi Genel Sekreterliğine teslim edilecektir.
- 3 Avrupa Konseyi üye devletlerinden en az sekizi dahil olmak üzere, Sözleşmeyi imzalayan 10 devletin, 2. fıkranın hükümleri uyarınca Sözleşmenin bağlayıcılığına rıza gösterdiklerini ifade etmelerinden itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü yürürlüğe girecektir.
- 4 1. fıkrada söz edilen ve Sözleşmenin bağlayıcılığına rıza gösterdiğini sonradan bildiren devletler veya Avrupa Birliği açısından Sözleşme, onay veya kabul belgesinin teslim tarihinden itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü yürürlüğe girecektir.

### **Madde 76 – Sözleşmeye katılım**

- 1 Bu Sözleşme yürürlüğe girdikten sonra, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, bu Sözleşmenin Taraflarına danışıp oybirliği ile onaylarını alarak, Avrupa Konseyine üye

olmayan ve Sözleşmenin hazırlanmasında yer almamış bir Devleti, Avrupa Konseyi Kuruluş Belgesi Madde 20.d uyarınca sağlanan çoğunluk kararı ve Bakanlar Komitesinde yer almaya yetkili Tarafların temsilcilerinin oybirliği ile aldığı karara dayanarak, bu Sözleşmeye katılmaya davet edebilecektir.

- 2 Yeni katılan bir Devlet açısından Sözleşme, katılım belgesinin Avrupa Konseyi Genel Sekreterine teslim tarihinden itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü yürürlüğe girecektir.

#### **Madde 77 – Bölgesel uygulama**

- 1 Sözleşmeyi imzalarken veya onay, kabul veya katılım belgesini teslim ederken bir Devlet veya Avrupa Birliği, bu Sözleşmenin geçerli olacağı bölgeyi veya bölgeleri belirtebilir.
- 2 Bir Taraf, daha sonraki bir tarihte, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bir bildirimde bulunup, bu Sözleşmenin uygulama alanını, bu bildirimde belirteceği ve uluslararası ilişkilerinden sorumlu olduğu veya namına taahhütlere girmeye yetkili olduğu başka bölgeleri de kapsayacak şekilde genişletebilir. Böyle bir bölge açısından Sözleşme, bildirimden Genel Sekretere ulaştığı tarihten itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü yürürlüğe girecektir.
- 3 Son iki fıkra gereğince yapılan herhangi bir bildirim, bu bildirimde belirtilen bölgeler açısından, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine yapılacak bir duyuru ile geri çekilebilir. Geri çekme, bu duyurunun Genel Sekretere ulaştığı tarihten itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci günü işlerlik kazanacaktır.

#### **Madde 78 – Çekinceler**

- 1 2. ve 3. fıkralarda belirtilen istisnalar hariç, bu Sözleşmenin hiçbir hükmüne ilişkin çekince konamaz.
- 2 Bir Devlet veya Avrupa Birliği, Sözleşmeyi imzaladığı esnada veya onay, kabul veya katılım belgesini teslim ederken, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bildirimde bulunup aşağıdaki maddelerin hükümlerini uygulamama hakkını veya yalnızca spesifik durumlarda veya koşullarda uygulama hakkını saklı tuttuğunu beyan edebilir:
  - Madde 30, 2. fıkra;
  - Madde 44, 1.e, 3. ve 4. fıkra;
  - Madde 55, küçük suçlara ilişkin Madde 35'e göre 1. fıkra;
  - Madde 37, 38 ve 39'a göre Madde 58;
  - Madde 59.
- 3 Bir Devlet veya Avrupa Birliği, Sözleşmeyi imzaladığı esnada veya onay, kabul veya katılım belgesini teslim ederken, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bildirimde bulunup Madde 33 ve 34'te belirtilen davranışlar için cezai yaptırımlar yerine cezai olmayan yaptırımlar uygulama hakkını saklı tuttuğunu beyan edebilir.

- 4 Taraflardan herhangi biri, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bildirimde bulunup, bir çekinceyi tamamen veya kısmen geri çekebilir. Bu bildirim, Genel Sekretere ulaştığı tarihten itibaren geçerli olacaktır.

#### **Madde 79 – Çekincelerin geçerliliği ve gözden geçirilmesi**

- 1 Madde 78, 2. ve 3. fıkralarda söz edilen çekinceler, bu Sözleşmenin ilgili Taraf açısından yürürlüğe girdiği tarihten itibaren beş yıllık bir süre için geçerli olacaktır. Ancak, bu çekinceler aynı süreler için yenilenebilir.
- 2 Avrupa Konseyi Genel Sekreterliği, çekincenin geçerlilik süresinin bitiminden onsekiz ay önce, ilgili Tarafa bu sürenin biteceğine dair hatırlatma yapacaktır. Sürenin dolmasından en geç üç ay öncesine kadar ilgili Taraf çekincesini sürdüreceğini, değiştireceğini veya geri çekeceğini Genel Sekretere bildirecektir. İlgili Taraf bir bildirimde bulunmadığı takdirde Genel Sekreterlik bu Tarafa çekincesinin altı aylık bir süre için daha otomatik olarak geçerli sayılacağını bildirecektir. Bu sürenin bitiminden önce ilgili Taraf çekincesini sürdüreceğine veya değiştireceğine dair bir niyet bildirmediği takdirde çekince geçerliliğini kaybedecektir.
- 3 Taraflardan herhangi biri, Madde 78, 2. ve 3. fıkralara uygun olarak çekince koyduğu takdirde, bu çekince yenilenmeden önce veya talep üzerine, çekincenin devam etmesinin gerekçeleri hakkında GREVIO'ya bir açıklama yapacaktır.

#### **Madde 80 – Sözleşmenin feshi**

- 1 Taraflardan herhangi biri, Avrupa Konseyi Genel Sekreterine yapacağı bir bildirimle, herhangi bir zaman bu Sözleşmeyi feshedebilir.
- 2 Sözleşmenin feshi, konuya ilişkin bildirim Gen. Sekretere ulaştırıldığı tarihten itibaren üç aylık sürenin bitimini izleyen ayın birinci gününde yürürlüğe girecektir.

#### **Madde 81 – Bildirimler**

Avrupa Konseyi Genel Sekreteri, Avrupa Konseyi üye Devletlerine, Sözleşmenin hazırlanmasında yer almış üye olmayan Devletlere, bütün imza sahiplerine, bütün Taraflara, Avrupa Birliğine ve bu Sözleşmeye katılmak üzere davet edilmiş olan bütün Devletlere şu konuları bildirecektir:

- a atılan her imza;
- b ulaştırılan her tasdik, kabul, onay veya katılım belgesi;
- c bu Sözleşmenin Madde 75 ve 76 uyarınca yürürlüğe girdiği her tarih;
- d Madde 72'ye göre kabul edilen her değişiklik ve bu değişikliklerin yürürlüğe girdiği tarihler;
- e Madde 78 uyarınca konulan her çekince ve geri çekilen her çekince;
- f Madde 80 uyarınca yapılan her fesih bildirimi;
- g bu Sözleşmeyi ilgilendiren diğer bütün işlemler, bildirimler veya haberleşmeler.

Bu belgeyi teyiden, usule uygun olarak yetkili kılınan aşağıdaki imza sahipleri, bu Sözleşmeyi imzalamışlardır.

İstanbul'da, 2011 yılı Mayıs ayının 11. günü, İngilizce ve Fransızca olarak, her iki dildeki metin de aynı derecede geçerli olmak üzere, tek nüsha halinde hazırlanan bu belge, Avrupa Konseyi arşivinde saklanacaktır. Avrupa Konseyi Genel Sekreteri bu belgenin onaylı kopyalarını Avrupa Konseyine üye her Devlete, bu Sözleşmenin hazırlanma sürecine katılmış üye olmayan Devletlere, Avrupa Birliğine ve bu Sözleşmeye katılmak üzere davet edilmiş bütün Devletlere gönderecektir.

#### Ek – İmtiyazlar ve muafiyetler (Madde 66)

- 1 Bu ek, Sözleşmede Madde 66'da sözü edilen GREVIO üyeleri ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyeleri için uygulanacaktır. "Ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyeleri" terimi, bu ek çerçevesinde, Sözleşmede Madde 68, 9. fıkrada sözü edilen bağımsız ulusal bilirkişileri ve uzmanları, Avrupa Konseyi çalışanlarını ve ülke ziyareti sırasında GREVIO'ya eşlik etmek üzere Avrupa Konseyi tarafından görevlendirilmiş tercümanları kapsayacaktır.
- 2 GREVIO üyeleri ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyeleri, ziyaretin hazırlanması ve yürütülmesine ilişkin görevlerini yerine getirirken ve ilaveten bu görevlerinin bir parçası olarak seyahat ederken, bazı imtiyazlar ve muafiyetlerden yararlanırlar:
  - a kişisel tutuklanma veya gözaltından ve kişisel eşyalarına el konulmasından muafiyet, resmi yetkileri dahilinde konuştukları veya yazdıklarının ve tüm eylemlerinin her türlü yasal işlemde muafiyeti;
  - b ikamet ettikleri ülkeden çıkarken ve ülkelerine dönerken ve görev yaptıkları ülkeye giriş ve çıkışta, dolaşım özgürlüğüne uygulanabilecek kısıtlamalardan muafiyet; görevlerini yerine getirme sürecinde ziyaret ettikleri veya transit geçtikleri ülkelerde yabancı olarak kaydedilmekten muafiyet.
- 3 Görevlerini yapmak üzere gerçekleşen ziyaret sırasında GREVIO üyeleri ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyeleri gümrük ve döviz kontrollerinde, geçici resmi görev yapan yabancı hükümet temsilcilerine sağlanan kolaylıklar ve hizmetlerden yararlanacaklardır.
- 4 GREVIO üyeleri ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyelerinin Sözleşmenin uygulanması hakkında yürüttükleri değerlendirme çalışmalarına ilişkin belgelerin, GREVIO'nun faaliyetleriyle ilgili olduğu sürece dokunulmazlığı vardır. GREVIO'nun resmi yazışmalarında veya GREVIO üyelerinin ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyelerinin resmi haberleşmelerinde kesinti ve sansür uygulanamaz.
- 5 GREVIO üyelerine ve ülke ziyaret heyetlerinin diğer üyelerine, tam bir konuşma özgürlüğü ve görevlerini yerine getirdikleri süre içinde tam bir bağımsızlık temin etmek amacıyla, söz konusu kişilerin bu görevleri sona ermiş olsa bile, görevlerinin yerine getirilmesi sırasındaki sözlü veya yazılı ifadeleri ve her türlü eylemleri, yasal işlemlerden muaf tutulmaya devam edilecektir.
- 6 İmtiyazlar ve muafiyetler, bu ekin 1. fıkrasında belirtilen kişiler için, şahsi yarar sağlamak amacıyla değil, GREVIO'nun çıkarları için, çalışırken bağımsız hareket edebilmelerini sağlamak üzere tanınmıştır. Bu ekin 1. fıkrasında sözü edilen kişilerin muafiyetlerinin kaldırılması Avrupa Konseyi Genel Sekreteri tarafından, muafiyetin adaletin işlemesine engel olduğunu düşündüğü durumlarda ve GREVIO'nun çıkarlarına zarar vermeksizin kaldırılabilceği durumlarda gerçekleşir.

## EK C

### ANKET ARAŞTIRMA BULGULARI

Anketi oluşturan ilk 3 soru katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, eğitim durumu ve yaşla ilgili soruları kapsamaktadır. Takip eden 9 soru kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın toplum içindeki algısını hedefleyen sorulardan oluşmaktadır. Son 5 soruda ise atasözleri ve kadına yönelik şiddet bağlantısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çevrimiçi yapılan ankete toplamda 201 kişi katılmıştır. Anket çalışmasından elde edilen bulgular şu şekildedir.

#### Anket Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular

Ankette katılımcılara ilk soruda cinsiyetleri sorulmuştur.

**Tablo Ek 3. 1.** Ankette Yer Alan 1. Sorunun Analizi

Soru: 1. Cinsiyetiniz?	%	Kişi
Kadın	85,6	167
Erkek	14,4	28

Katılımcıların %85,6'sı kadın (167), %14,4'ü (28) erkek cevabını vermiştir. 6 kişi ise soruyu yanıtız bırakmıştır. Buna göre ankete katılanların büyük çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır.

**Tablo Ek 3. 2.** Ankette Yer Alan 2. Sorunun Analizi

Soru: 2. Eğitim Durumunuz?	%	Kişi
İlkokul	1,5	3
Lise	11,8	23
Üniversite	60	117
Yüksek Lisans	19	37
Doktora	7,7	15

Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında en büyük oranı %60'la (117) üniversite, en küçük oranı %1,5'la (3) ilkokul oluşturmaktadır. %19 (37) yüksek lisans, %11,8 (23) lise, %7,7 (15) ise doktora düzeyindeki eğitim alanına dahildir.

**Tablo Ek 3. 3.** Ankette Yer Alan 3. Sorunun Analizi

Soru: 3. Yaşınız?	%	Kişi
20-30	24,6	48
31-40	42,1	82
41-50	13,8	27
51-60	16,4	32
60 ve üzeri	3,1	6

Katılımcılar %41,8 ile 31-40 yaş arasında en yüksek katılıma sahiptir. %24,7'si 20-30 yaş arası, %16,5'i 51-60 yaş arası, %13,9'u 41-50 yaş arası, %3,1'i ise 60 yaş ve üzeri yaş grubuna aittir.

### **Ankete Katılanlarda Kadına Yönelik Şiddet Algısına İlişkin Bulgular**

Kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın toplum içindeki algısını hedefleyen 9 sorudan oluşan bu bölüme ilişkin bulgular şu şekildedir.

**Tablo Ek 3. 4.** Ankette Yer Alan 4. Sorunun Analizi

Soru: 4. Toplum içinde kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın temel nedeni sizce nedir?	%	Kişi
Kültür	34,5	67
Yetersiz Eğitim	46,4	90
Dini Öğretiler	6,2	12
Öğrenilmiş Çaresizlik	12,9	25

Tablodan da görüldüğü gibi toplum içinde kadına yönelik şiddet ve ayrımcılığın temel nedenine katılımcıların %34,5'i kültür, %46,4'ü yetersiz eğitim, %6,2'si dini öğretiler, %12,9'u ise öğrenilmiş çaresizlik cevabını vermiştir.

**Tablo Ek 3. 5.** Ankette Yer Alan 5. Sorunun Analizi

Soru: 5. Kadına yönelik şiddet veya ayrımcılık haberlerinin medya kuruluşlarında yeterince yer aldığını düşünüyor musunuz?	%	Kişi
Çok Az	70,8	138
Gerektiği Kadar	22,1	43
Çok Fazla	7,2	14

Kadına yönelik şiddet ve ayrımcılık haberlerinin medya kuruluşlarında yeterince yer aldığını düşünüyor musunuz? sorusuna katılımcıların %70,8'i çok az cevabını verirken %22,1'i gerektiği kadar, %7,2'si çok fazla yer verildiğini belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 6.** Ankette Yer Alan 6. Sorunun Analizi

Soru: 6. Kadına yönelik şiddet veya ayrımcılık haberlerinin medya kuruluşlarında doğru bir şekilde verildiğini düşünüyor musunuz?	%	Kişi
Kesinlikle Yanlış	14,9	29
Bazen Doğru	82,6	161
Her zaman doğru	2,6	5

Tablo 11’de kadına yönelik şiddet ve ayrımcılık haberlerinin medya kuruluşlarında doğru şekilde verilir verilmediğine ilişkin veriler yer almaktadır. Katılımcıların %82,6 gibi büyük bir çoğunluğu bazen doğru derken, %14,9’u kesinlikle yanlış, %2,6’sı ise her zaman doğru demeyi tercih etmiştir.

**Tablo Ek 3. 7.** Ankette Yer Alan 7. Sorunun Analizi

Soru: 7. Toplumsal sıkıntılar ölçeğinde düşünüldüğünde kadına yönelik şiddet veya ayrımcılık davranışları sizce ne derecede önemli?	%	Kişi
Önemli Değil	3,1	6
Oldukça Önemli	21	41
Çok Önemli	75,9	148

Toplumsal sıkıntılar ölçeğinde kadına yönelik şiddet ve ayrımcılık davranışlarının önemine ilişkin bulgular Tablo 12’de verilmiştir. Katılımcıların %75,9’la büyük bir çoğunluğu bu durumu çok önemli görürken, %21’i oldukça önemli, %3,1’i ise önemli değil değerlendirmesinde bulunmuştur.

**Tablo Ek 3. 8.** Ankette Yer Alan 8. Sorunun Analizi

Soru: 8. Türkiye’de kadına yönelik şiddetin veya ayrımcılığın diğer ülkelerden daha fazla olduğunu düşünüyor musunuz?	%	Kişi
Daha Az	7,2	14
Diğer Ülkelerle Aynı	20	39
Daha Fazla	72,8	142

Tablo 13’de katılımcıların %72,8’i Türkiye’de kadına yönelik şiddet veya ayrımcılığın diğer ülkelerden daha fazla olduğunu belirtirken, %20’si diğer ülkelerle aynı, %7,2’si ise diğer ülkelerden daha az demmiştir.

**Tablo Ek 3. 9.** Ankette Yer Alan 9. Sorunun Analizi

Soru: 9. Kadınların iş gücündeki (kamu ve özel sektör) istihdam oranlarını yeterli görüyor musunuz?	%	Kişi
Oldukça Yeterli	15,4	30
Yetersiz	82,1	160
Çok Yetersiz	2,6	5

Katılımcıların %82,1’lik büyük çoğunluğu kadınların kamu ve özel sektördeki istihdam oranlarını yetersiz görürken, %15,4’lük oran oldukça yeterli, %2,6’sı ise çok yetersiz görmektedir.

**Tablo Ek 3. 10.** Ankette Yer Alan 10. Sorunun Analizi

Soru: 10. Kadın meseleleriyle ilgili yapılan reklam veya sosyal sorumluluk projelerini yeterli buluyor musunuz?	%	Kişi
Yeterli Bulmuyorum	92,6	176
Oldukça Yeterli	6,8	13
Çok Yeterli	0,5	1

Tablo 15’teki verilerden de anlaşılacağı üzere ankete katılanların %92,6’sı kadın meseleleriyle ilgili yapılan reklam ve sosyal sorumluluk projelerini yeterli bulmazken, %6,8’i oldukça yeterli, %0,5’i ise çok yeterli bulunduğunu belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 11.** Ankette Yer Alan 11. Sorunun Analizi

Soru: 11. Kadın meseleleriyle ilgili yapılan kampanya veya sosyal sorumluluk projelerine (bağış, imza kampanyası, sosyal medya paylaşımı, gösteri) aktif katılım sağlayarak destekliyor musunuz?	%	Kişi
Desteklemiyorum	2,1	4
Bazen Destekliyorum	58,8	114
Her Zaman Destekliyorum	39,2	76

Katılımcıların %58,8'i kadın meseleleriyle ilgili yapılan kampanya ve sosyal sorumluluk projelerine aktif katılım sağlayarak bazen desteklediğini ifade ederken, %39,2'si her zaman desteklediğini, %2,1'i ise desteklemediğini belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 12.** Ankette Yer Alan 12. Sorunun Analizi

Soru: 12. Hangi alanda yapılan reklam ve kampanyalar sizce daha etkili olmaktadır?	%	Kişi
Televizyon Reklamları	41,5	81
Açık Hava Reklamları (billboard, raket)	7,7	15
Sosyal Medya Reklamları	50,8	99

Hangi alanda yapılan reklam ve kampanyaların daha etkili olduğuna ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 17'ye göre katılımcıların %41,5'i televizyon reklamları, %7,7'si açık hava reklamları, %50,8'i ise sosyal medya reklamlarının daha etkili olduğunu belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 13.** Ankette Yer Alan 13. Sorunun Analizi

Soru: 13. İstanbul Sözleşmesi'ni duydunuz mu? İçeriği hakkında bilginiz var mı?	%	Kişi
Evet Duydum. Biliyorum	93,3	182
Hayır Duymadım. Bilmiyorum	6,7	13

Ankette yer alan İstanbul Sözleşmesi'ni duydunuz mu, içeriği hakkında bilginiz var mı, sorusuna katılımcıların %93,3'lük büyük çoğunluğu evet duydum biliyorum cevabını verirken, %6,7'lik kısmı hayır duymadım, bilmiyorum şeklinde cevap vermiştir.

### **Ankete Katılanlarda Kadın Atasözleri Algısına İlişkin Bulgular**

**Tablo Ek 3. 14.** Ankette Yer Alan 14. Sorunun Analizi

Soru: 14. Toplumsal algı ve öğretilerde atasözleri ve deyimler sizce önemli mi?	%	Kişi
Evet Önemli	86,7	170
Hayır Önemli Değil	3,6	7
Bilmiyorum	9,7	19

Tablo 19’da atasözleri ve deyimlerin toplumsal algı ve öğretilerdeki önemine dair bulgular yer almıştır. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğunu oluşturan %86,7’si atasözlerinin etkisini önemli bulurken, %3,6’sı önemli bulmadığını belirtmiş, %9,7’si ise bilmediğini belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 15.** Ankette Yer Alan 15. Sorunun Analizi

Soru: 15. Toplumsal hafızada yer alan atasözleri insan davranışları üzerinde sizce etkili oluyor mu?	%	Kişi
Evet Oluyor	71,3	139
Hayır Olmuyor	7,7	15
Bilmiyorum, Üzerinde Düşünmedim	21	41

Toplumsal hafızada yer alan atasözleri insan davranışları üzerinde sizce etkili oluyor mu sorusuna katılımcıların %71,3’ü evet derken, %7,7’si hayır demiş, %21’si ise bilmiyorum üzerinde düşünmedim demeyi tercih etmiştir.

**Tablo Ek 3. 16.** Ankette Yer Alan 16. Sorunun Analizi

Soru: 16. Günlük konuşma dilinde atasözlerinden faydalanır mısınız?	%	Kişi
Evet	38,8	75
Hayır	6,1	12
Bazen	55,6	109

Katılımcıların %55’i günlük konuşma dilinde atasözlerinden bazen faydalandığını, %38,3’i faydalandığını %6,1’i ise faydalanmadığını belirtmiştir.

**Tablo Ek 3. 17.** Ankette Yer Alan 17. Sorunun Analizi

Soru: 17. Kadınların konu edildiği atasözleri hakkında ne düşünüyorsunuz?	%	Kişi
Olumsuz ve Ötekileştirici	91,9	171
Olumlu ve Güzel	8,1	15

Kadınların konu edildiği atasözleri hakkında ne düşünüyorsunuz sorusuna katılımcıların büyük bir çoğunluğu olumsuz ve ötekileştirici cevabını verirken %8,1'i ise olumlu ve güzel demeyi tercih etmiştir.

**Tablo Ek 3. 18.** Ankette Yer Alan 18. Sorunun Analizi

Soru: 18. Kadınların konu edildiği atasözlerinin şiddeti ve ötekileştirmeyi meşrulaştırdığını düşünüyor musunuz?	%	Kişi
Evet	43	83
Hayır	4,1	8
Hepsi Olmasa da Bir Kısmı	52,8	102

Katılımcıların %52,8'si kadınların konu edildiği atasözlerinin şiddeti ve ötekileştirmeyi meşrulaştırdığını düşünüyor musunuz sorusuna hepsi olmasa da bir kısmı diye cevap verirken, %43'ü evet, %4,1'si hayır cevabını vermeyi tercih etmiştir.

Anket çalışmasından elde edilen bulgulara göre kadına yönelik şiddet ve ayrımcılık toplum içinde önemli bir sorun olarak görülmekte, bununla mücadele konusunda farkındalık çalışmaları ve kampanyalarına ihtiyaç duyulduğu ifade edilmektedir. Ayrıca atasözlerinin toplum içi algıda önemli olduğu ve kadına yönelik atasözlerinin ise çoğunlukla olumsuz ve ötekileştirici olduğu kabul edilmektedir.

## ÖZGEÇMİŞ