

## I. DÜNYA SAVAŞI PROPAGANDA AFİŞLERİNDE KADIN TEMSİLLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELENMESİ\*

**Yrd. Doç. Dr. Mehmet Işık**  
Batman Üniversitesi  
Güzel Sanatlar Fakültesi

**Yrd. Doç. Dr. Şakir Eşitti**  
Ardahan Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi



### Öz

Savaşlar genellikle erkekler tarafından, kadın ve çocukları korumak amacıyla yürütülen bir mücadele olarak resmedilir. Bununla birlikte yaşanan işgücü kaybının telafisi, cephe gerisindeki faaliyetlerin idamesi, savaşan erkeklerin motivasyonu gibi nedenlerle kadınların bu mücadeleye destek olması başarı için hayati öneme sahiptir. Ancak verilen destek karşılığında kadınların toplumsal rollerinde herhangi bir değişiklik vaat edilmez. Kadından istenen, erkeğe bağımlılığını ve onun karşısındaki ikincil konumunu pekiştiren iyi bir eş, kendini çocuklarına adayan anne, mutlu bir ev hanımı gibi ataerkil rolleri yerine getirmesi yanında artan işgücü ihtiyacını karşılamak üzere iş hayatına katılmasıdır. Bu kapsamda bu çalışmada Birinci Dünya Savaşı yıllarında yayımlanan propaganda afişleri arasından rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen beş afiş, göstergebilimin sağladığı analiz araçlarından yararlanılarak çözümlenmiştir. Yapılan çözümlenmeler sonucunda afişlerin, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini koruyacak ve yeniden üretecek şekilde dolayısıyla da erkek egemen cinsiyetçi düzeni destekler biçimde tasarlandığı görülmüştür.

**Anahtar Sözcükler:** afiş, cinsiyet, toplumsal cinsiyet, propaganda, I. Dünya Savaşı

*Semiotic Examination of the Representation of Women in World War I  
Propaganda Posters in the Context of Gender*

### Abstract

Wars usually portrayed as a struggle with the intention of protecting the woman and children by man. At the same time, in order to be successful, the support of women for this struggle is become vital for the reasons such as the loss of workforce, maintenance of activities behind the façade and motivation of the men who fight in the struggle. However, in return for the support of the woman to man, not any changes promised for the social roles of women. The social roles which are requested by man for women are reinforcing dependence of women to man and fosters women's secondary position in the social structure. The things expected from woman besides accomplishing their patriarchic roles as such as being a good wife, devoted mother to her children, happy housewife, are also to join work life in order to meet the growing needs of the workforce. In this study, five propaganda posters which were published during the years of the First World War selected by random sampling method, and analyzed with the tools of semiotics. As a result of the analysis, it is observed that posters were designed in a manner that preserves and reproduces the traditional gender roles and therefore supports the male-dominated, sexist order.

**Keywords:** poster, sex, gender, propaganda, World War First

---

\*Makale geliş tarihi: 21.10.2014  
Makale kabul tarihi: 13.04.2015

## **I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Göstergibilimsel İncelenmesi**

### **Giriş**

Savaşlar birçok alanda olduğu gibi toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümünde de önemli rol oynar. Toplumsal hayatın derinden sarsıldığı bu olağanüstü dönemlerde, kadın ve erkeğe ilişkin cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesi sistemin devamı açısından hayatidir. Normal şartlarda devletin güvenliğine ve bekasına ilişkin görevler erkeklere yüklenirken savaş dönemlerinde kadınlar da bu görevleri üstlenmeye ya da üstlenen erkeklere destek olmaya davet edilir. Söz konusu dönemlerde erkeklerin askere alınması sebebiyle yaşanan işgücü kaybının telafisi, cephe gerisindeki faaliyetlerin idamesi, savaşan erkeklerin motivasyonunun sağlanması gibi nedenlerle kadınların bu mücadeleye destek olması başarı için hayati öneme sahiptir. Ancak verilen destek karşılığında kadınların toplumsal rollerinde herhangi bir değişiklik vaat edilmez. Kadından istenen, erkeğe bağımlılığını ve onun karşısındaki ikincil konumunu pekiştiren iyi bir eş, kendini çocuklarına adayan anne, mutlu bir ev hanımı gibi ataerkil rolleri yerine getirmesi yanında artan işgücü ihtiyacını karşılamak üzere iş hayatına katılmasıdır.

Kadınların savaşa katılmaya ya da destek vermeye çağrılması I. Dünya Savaşı yıllarında daha sistematik hale gelmiştir. Erkeklerin askere alınması sebebiyle kadın işgücüne olan ihtiyacın yoğun şekilde hissedildiği söz konusu dönemde kadınlar, kitle iletişim araçları da kullanılarak savaşa destek vermeye davet edilmişlerdir. Bu davette en sık kullanılan araç ise propaganda afişleri olmuştur. Oldukça profesyonel şekilde hazırlanan bu afişler, kadınlara biçilen toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kodların çözümlenmesi için zengin bir malzeme sunmaktadır. Bu çerçevede bu çalışmada, savaş afişlerinde kadınların hangi rol kalıpları içerisinde temsil edildiği ve hangi imgesel stratejilerle

toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretiminin sağlandığı, göstergebilimin sağladığı analiz araçlarından yararlanılarak ortaya koyulmuştur.

## 1. Toplumsal Cinsiyet ve Savaş

### 1.1. Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet rolleri, sosyal ortamın vazgeçilemeyen özelliklerindedir. Bireyin kimliğini ortaya koyma sürecinde etkili olan bu rollerin gereği olarak bireylerden, cinsiyetleri doğrultusunda, o cinsiyetten beklenen rol modellerine uygun kimlikler geliştirmesi beklenir (Sankır, 2010: 2). Söz konusu kimliklerin üretimi ve yeniden üretimi, binlerce yıldır devam etmekte olan eşitsiz cinsiyetçi düzenin sürdürülmesine hizmet eder. Bu noktada insanlık tarihi kadar eski bir olgu olan savaşlar (Daver, 1992: 181), hangi sebeple yapılsa yapılsın, mevcut düzenin sürdürülmesinde önemli işlevler yerine getiren toplumsal cinsiyet rollerinin, toplumca ve bireylerce benimsenmesinde önemli bir yere sahiptir.

Türkçe literatürde cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları sıklıkla birbiriyle karıştırılan ve birbiri yerine kullanılan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyet (sex) terimi kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade ederken (Stoller, 1994: 9; Bayhan, 2013: 153; Dökmen, 2004: 2-5), ilk kez 1965 yılında John Money tarafından “Sex Research: New Developments” başlıklı kitapta önerilen ve Robert Stoller tarafından 1968 yılında “Sex and Gender” başlıklı kitapta kavramlaştırılan (Harrison, 2006: 36) toplumsal cinsiyet (gender) ise; toplumun ve kültürün kadın ya da erkek olmaya yüklediği anlamları ve beklentileri ifade etmektedir (Stoller, 1994: 9-10, Connel, 1998). Çalışmalarıyla kavramın açıklık kazanmasına önemli katkılar yapan Ann Oakley’e göre ‘cinsiyet’(sex) biyolojik olarak erkek-kadın ayırımını anlatırken, ‘toplumsal cinsiyet’ (gender) erkeklik ve kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapmaktadır (Marshall, 1998: 98).

Toplumsal cinsiyet, her bir cinsiyet üyesi için uygun görülen davranış hakkındaki toplumsal beklentilerdir. Erkek ve kadınların birbirinden farklı olmasına yol açan fiziksel niteliklere değil, erkeklik ve kadınlık hakkındaki toplum tarafından oluşturulmuş özelliklere göndermede bulunur (Giddens, 2000: 621). Başka bir ifadeyle kadınlık ve erkeklik biyolojik değildir; içinde yaşadığımız toplumun ve dönemin şartlarına bağlı olarak anlam kazanır (Altınay, 2013: 19). Renkten giyim tarz ve biçimlerine, moda kadar tüm sembolik alanlarda toplumsal cinsiyet örüntüsü, toplum tarafından yaratılan ve kodlanan öğrenilmiş davranış pratiğidir (Bayhan, 2013: 156). Bu yüzden evrensel genel geçer bir cinsiyet tanımı yoktur. Kültürlere ve tarihi dönemlere

göre cinsiyetin ve cinselliğin kazandığı anlamlar değişiklik göstermektedir (Vance, 1995: 47).

Toplumsal cinsiyet verili değildir (Giddens, 2000: 119). Toplumsal cinsiyetin inşası, bedeni cinsiyet ve kimlik kategorilerine sabitleyen iktidar ilişkilerinin normatif işleyişi içerisinde gerçekleşir (Arpacı, 2013:131). Cinsiyeti anlamlandıran ve anlamlı kılan, toplum tarafından erkek ve kadına atfedilen özelliklerdir. Toplumsal cinsiyet bağlamında tanımlanan bu özellikler doğumdan ölüme kadar bireyi kuşatır. Erkek ve kadın olmak, salt doğuştan gelen bir özellik değil, toplum tarafından yaratılan bir kimliktir. Bedeni kadın ve erkek cinsiyeti ile kodlayan ve üreten toplum, bedeni biçimlendirir, denetler ve yeniden üretir (Bayhan, 2013: 163).

Genel olarak cinsiyetin her daim ve her yerde aynı olduğuna inanılır, çünkü o, “kültürel” olmaktan ziyade “doğal”dır. Oysaki cinsiyet ve cinsellik için fizyolojik ve biyolojik bir temel olmakla birlikte, bizim bunları isimlendirme, tanımlama, teşvik etme, bastırma ve biçimleme sürecimiz tümüyle kültürel (Brym, 1998: 75). Nitekim insanlık tarihinin neredeyse %99'luk bölümünü kapsayan tarım-öncesi avcı-toplayıcı yaşam biçimi, antropologlar tarafından kadın-erkek eşitsizliğinin anlamlı düzeyde ya da hiç olmadığı bir dönem olarak değerlendirilir. Özellikle de bir kadın etkinliği olan besin toplayıcılığının yaşamı sürdürmek açısından öne çıktığı toplumlarda cinsiyetler-arası eşitlik en üst düzeye varmaktadır (Kottak, 2001: 444-446).

Erkek ve kadın arasındaki eşitsizliğin ortaya çıkışında saban tarımının önemi büyüktür. Tarlayı sürme işinin ve toprağı elde tutma yolunda kaçınılmaz olarak kendisini gösteren sürekli çatışma halinin fiziksel gücü gerekli kılması, erkeği yoğun tarımın yaşam biçimi olduğu bu toplumsallık aşamasında öne çıkartırken kadını ev-içi hayatla sınırlar. Buna bağlı olarak oluşan roller ve kimlikler kadının erkek karşısındaki ikincil ve aşağı konumlanışının kültürel temelini hazırlar. Tarlayı da kadını da “süren” erkek, artık her ikisinin de sahibi olur (Atay, 2004: 16). Böylece kadın eskiçağlarda erkeğin yanında savaşa katılması, ata binmesi, silah kullanması, avlanması dolayısıyla aile ve toplum içerisinde sahip olduğu güçlü sosyal statüyü yitirmeye başlar. Ortaçağın başlarında kurnazlığı, güzelliği ve cilvesiyle sanata konu olan kadının statüsü, Ortaçağın sonlarında dinlerin etkisiyle zayıflar ve kadın cinselliği ile erkeği baştan çıkaran, günahkâr bir varlık olarak görülmeye ve şeytan/yılan gibi benzetmelere maruz kalmaya başlar (İnanç ve Üstüngöz, 1998).

Sonuç olarak savaşlar, kadın erkek eşitsizliğinin ortaya çıktığı ilk çağlardan bu yana, kadın ve erkek toplumsal cinsiyet kimliklerinin inşasında merkezi bir öneme sahip olmuştur. Bir sonraki alt başlıkta savaşların toplumsal cinsiyet kimliğinin oluşumunda oynadığı rol üzerinde durulacaktır.

## 1.2. Toplumsal Cinsiyet, Savaş ve Kimlik

Daha önce de belirtildiği gibi toplumsal cinsiyet üzerinde temellenen kadın erkek eşitsizliği insanlık tarihiyle yaşıt değildir. Bilakis insanlık tarihinin büyük bir bölümünü kapsayan tarım öncesi dönemde kadın ve erkek arasında kabaca eşitlik söz konusudur. Bu düzende eşitsizliği yaratıp besleyebilecek üretim yoktur. İster bitkisel ister hayvansal besin olsun, besin sağlama topluca gerçekleştirilen kolektif bir eylemdir. Toplumsal yapıda işbölümünün gelişmediği söz konusu dönemde, cinsler arasında “işlev bölümü” söz konusudur. Erkekler bir grup oluşturarak avlanırken, kadınlar ise yine grup oluşturarak toplayıcılığa çıkmaktadır (Şenel, 2009:137).

Zamanımızdan 5-10 bin yıl önce başlayan uzman avcılık döneminde, savunma ihtiyacı sebebiyle erkeğin önemi artarken, kadın da üreme alanında sahip olduğu önemle bunu dengelemiştir. Yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte kadınların geçim alanında önemleri artmakla birlikte ambarları yağmalamak ve toprağı ele geçirmek için yapılan sistemli saldırıların başlaması ile savunmanın önemi daha fazla artmıştır. Bunun yanında savunma ya da saldırı, tarımdan farklı olarak eşgüdümü, disiplini ve önderliği gerektirdiğinden, savaşı yöneten erkekler, barış zamanının bazı kolektif işlerini yönetmeye de aday olmuştur. Çapayla küçük sulama tarımından, büyük sulama ve saban tarımına geçilmesiyle birlikte kadın, üretim alanındaki önemini de büyük ölçüde kaybetmiş, böylece toplumsal yaşamda ikinci plana düşmüştür (Şenel, 1998: 17-35).

Erkeğin kadın karşısında önem kazanması savunma ihtiyacından kaynaklanmış ve savaşlar erkeğin kadın karşısındaki üstünlüğünün devamına hizmet etmiştir. Kapitalizm ve modern devlet ise kadın ve erkek cinsleri arasında var olan eşitsiz ilişkileri derinleştirip geliştirmiştir. Erkek ve kadın arasındaki geleneksel karşıtlıklardan yararlanan kapitalist sistemin ve modern devletin, evi geçindirmek ve korumakla yükümlü tarafı erkek olarak kurgulamasıyla, korunması ve bakılması gereken de kaçınılmaz olarak kadın olmuştur (Akgül, 2011: 17)

Modern devlet, bir yandan erkeği savaşmaya ve ölmeye ikna için onun savaşçı özellikler ile uyumlu ideal bir erkeklik tanımı yaparak kendi ahlaksal normlarını dayatırken, diğer yandan da “koruyan-kahraman erkek” imgesiyle erkeğe iktidar vaat etmiştir. Askerlik hizmetinin vatandaşlık görevi olarak erkeklere zorunlu kılınması ise onların devlet kurumlarıyla avantajlı bir ilişki deneyimlemesini sağlamıştır. Böylece, hem korumak, cesaret, güç eril anlamlar kazanmış hem de devlet kurumları erkek egemenliğinde yapılanmıştır. Bu durum kadınların görevini; askerlere, savaşa destek olmakla sınırlı tutarak kadınların toplum savunmasından dışlanmasına neden olmuş; erkeğin vatani

koruyan, savunan konumuyla üstünlüğünü onaylayan hiyerarşik cinsiyet ilişkilerini pekiştirmiştir (Akgül, 2011: 17).

İlk çağlarda olduğu gibi günümüzde de mücadele, çatışma ve savaş bir erkek ritüeli olarak kabul edilmekte ve hem erkeğin kendi erkekliğini ispat etmesine hem de başkalarının gözünde erkekliğin ifade edilmesine hizmet etmektedir (Onur ve Koyuncu, 2004: 40). Modern toplumların güvenlik gereksinimlerinin erkek vatandaş ordularına dayanması, ülkenin ve üzerinde yaşayanların korunması gereksiniminin “süper erkeklik” değerleriyle özdeşleşmesini sağlamakta, bu özdeşleşme ise askerlik yapan her erkeğe vatani koruma/kadınları ve çocukları koruma adına gerekli gördüğünde şiddet kullanma için icazet vermektedir (Sancar, 2011: 11). Vatani korumanın erkek görevi olarak tanımlanması gibi kadınları korumanın da erkek görevi olarak tanımlanması kadını erkek karşısında ikincil/yardımcı konuma mahkûm kılmaktadır.

Korunmaya muhtaç kadın bedeni ile vatan arasında bir ilişki kurularak, vatanın kadın bedeni olarak tasviri heteroerotik bir aşka, başka bir ifade ile erotikleştirilmiş bir milliyetçiliğe (Parker vd., 1992: 1) işaret eder. Dolayısıyla kadın bedeni, sadece erkek akrabalığını inşa etmek üzere kullanılmakla kalmayıp, sevilip adanılacak, sahiplenilip korunacak (Najmabadi, 2000: 132), uğruna ölmeyi göze alacak bir aşkla bağlanılacak, yabancılardan kıskanılacak bir sevgilinin bedenine dönüşür. Böylece kadın aşkı ile özdeşleştirilen vatan sevgisi aracılığıyla modern devletin erkekleri göreve çağrılır. Vatanın sınırlarını korumaktan aciz erkekler, sevdiği kadının bedenini korumayan erkeğin utancını taşımaya mahkûmdur ve kadını/toprağını koruyamayan bir erkeğin, o vücut ve toprak üzerinde hiçbir hakkı kalmaz. Bunu başarı ile yerine getiren erkeklerle ise, devlet ile ilişkisini daha imtiyazlı kılacak savaşma ve askerlik üzerinden tanımlanan bir birinci sınıf vatandaşlık hediye edilir (Akgül, 2011: 44-46).

Millet-ana ve anavatan imgeleri, çok güçlü duygular uyandırarak düşmanlara karşı ülke topraklarını korumayı bir ölüm kalım meselesine dönüştürür. Buna göre toprak ile anne arasında adeta ilksel bir bağ bulunmaktadır. İkisi de korunmaya muhtaç sayılır; ikisine de hayranlık duyulur; ikisinin de namusları için can vermeye hazır olmak gerekir (Saigol, 2000: 234). Günlük hayatın, savaş alanının tehlikeleri ve acımasızlıklarından uzak, korunması gereken dışıl bir alan olarak kurgulanmasıyla, burada kalan kadınların şiddetten arınmış, fedakâr, yardımcı, moral vericiler olarak kutsanması sağlanır ve kadınlara bu kutsallıklarını ancak koruyucularına destek vererek kazanabilecekleri öğretilir (Akgül, 2011: 92).

Kadınlar savaşlarda, milli kurtuluş mücadelelerinde ya da gerilla savaşında önemli roller oynasalar, hatta riskin büyüğünü alsalar bile erkeğin destekçisi ve besleyicisi olarak görülmeye devam ederler (Yuval-Davis, 1997:

93-94 ve Anthias, 1994: 350). Enloe'ya göre kadınlar milliyetçi hareketlerde ve çatışmalarda küçük, çoğunlukla da sembolik rollere indirgenirler (1990: 45). Ya ulusun korunup yüceltilecek ikonları olurlar ya da ele geçirilip aşağılanacak savaş ganimetleri. Böylece her durumda gerçek aktörler, özgürlüklerini, namus ve şereflerini, vatanlarını ve kadınlarını koruyan erkekler olur (Nagel, 2013: 68).

Erkeğin vatandaşlık görevinin yüceltilmesi, bunu destekleyen ve tamamlayan ideal bir dişiliğin inşası ile mümkündür. Modern devletin ulusal tahayyül şekilleri, toplumsal cinsiyete dayalı işbölümü gerektirir. Koruyucu ve güçlü erkek, tam karşıtı bir kategori yani korunmaya muhtaç, zayıf kadınlar olmadan inşa edilemez (Saigol, 2000: 242). Dolayısıyla bir erkeğin asker olarak değer bulması için onun savaşmasına destek veren ölümünü kutsayan fedakâr kadınlara ihtiyaç vardır. Anthias ve Yuval-Davis (1993: 19-20), kadınların ulusal toplulukların ve devletlerin yeniden üretiminde önemli roller oynadığını belirtir. Onlara göre bu rol sadece kadınların ulusal topluluğun gelecekteki üyelerini dünyaya getirmeleriyle sınırlı değildir. Kadınların topluluğun ideolojik yeniden üretiminde de merkezi bir yeri vardır. Kadınlar çocukların ilk eğiticileri olarak ulusal kültürün, ulusun yeni üyelerine aktarılmasını, dolayısıyla yeniden üretimini de sağlarlar. Bunların yanı sıra giyimleriyle, davranış tarzlarıyla, ulusun yasal ve sembolik sınırlarını hem belirler hem de yeniden üretirler.

Kadınlara verilen toplumun yeniden üretimi görevi, 19. yüzyılın son çeyreğinde İngiltere, Fransa ve Amerika'da gelişerek 1930-1945 arası dönemde Almanya'da uygulama olanağı bulan öjenizm ile birçok noktada kesişir. Nüfusun sağlıklı öğelerinin çoğal(tıl)masını, sağlıklı öğelerinin azal(tıl)masını ve böylelikle insan soyunun gelişt(tiril)mesini amaçlayan öjenizm, üremenin denetlenmesini amaçlayan her politika gibi kadın bedenini hedefler. Kadın bedeninin denetimi, aile kurumunun korunması ve dolayısıyla toplumsal düzen ve iktidarın yeniden üretimi açısından kuşkusuz çok önemlidir (Alemdaroğlu, 2002: 414-419). Öjenik düşüncede yarının annesi olarak görülen kadın, bir yandan sağlıklı çocuklar doğurmak suretiyle beyaz ırkın biyolojik üretimini sağlayarak, bir yandan da toplumun ahlaki değerlerini yeni nesillere aktararak hem uygarlığı yok olmaktan kurtarır hem de erkek egemen toplumun yeniden üretimine hizmet eder (Kline, 2001: 16-17).

Milliyetçi projelerde kadınların önemli görevlerinden bir diğeri de fedakârlıktır. Antik Yunan'dan bu yana kadınlardan, vatan uğruna kahraman erkekler doğurup yetiştirmesi ve gerektiğinde bu erkekleri ölme riskinin yüksekliğine rağmen savaşa göndermesi beklenir. Kendilerini tali, tamamlayıcı, yardımcı konuma iten cinsiyetçi sisteme ancak destek verdiği sürece değer bulan kadınlar, bu değeri kaybetmemek için, desteğin ötesinde savaşın teşvik

edicileri olabilmekte; erkeklerin cesaretsiz kaldığı durumlarda şiddetli bir kışkırtıcı rolüne bürünebilmektedir (Akgül, 2011: 102). Bu anlayışın bir sonucu olarak kadınlar Hindistan (Cockburn, 2009: 59), Yugoslavya (Enloe, 1998: 54), İrlanda, İsrail (Huges, 1998: 227) vb. birçok ülkede savaşın şiddetli destekçileri haline gelmektedir (Akgül, 2011: 49).

Savaş ideal erkek tipi gibi ideal kadın tipini de güçlendirir. Savaş dönemlerinde cinsiyetçi sistem kadınları da erkekler gibi daha güçlü bir şekilde baskı altına alarak onlardan kimi kez savaşa gidecek askerleri ve savaşı yüreklendiren kutsal destekçiler, kimi kez askerlerin ordu içinde ve savaş sırasında gündelik ihtiyaçlarını, hatta arzularını karşılayan fahişeler ve yardımcıları, moral verici eşler, dahası kimi kez eşitlik hakkını savunarak askerlik yapmak isteyen kadınlar olarak yararlanır (Akgül, 2011: 91). Bu sistemde kadınlara bir yandan sakin, pasif, yaşam veren, barışçıl gibi özellikler atfedilmekte diğer yandan da onlardan bu özelliklere tümüyle aykırı bir şekilde şiddete destek vermeleri beklenmektedir. (Akgül, 2011: 93).

Kısaca ifade etmek gerekirse savaş, eşit olmayan toplumsal cinsiyet ilişkilerini daha da derinleştiren bir eylemdir. Savaşın kadının zayıf olarak konumlanışını, kadın bedeninin erkeğin sahipliğinde ve korumasında olduğu anlayışını güçlendirdiği ya da kimi kez yerinden edilen binlerce kadını çok düşük yaşam standartlarında yaşamaya zorladığı; bedenlerine ve ruhlarına zarar verecek muameleye, kontrole, aşağılama ve şiddete maruz bıraktığı açıktır. (Akgül, 2011: 289). Bununla birlikte kadınların genellikle savaşları desteklediği; hatta savaşlar sırasında erkeklerce yürütülen birçok işi yüklendikleri görülür. I. Dünya Savaşı'nda da böyle olmuş, kadınlar savaştan büyük zarar görmelerine rağmen birçok fedakârlığa katlanarak cephe gerisi faaliyetlerin büyük çoğunluğunu yerine getirmişlerdir. Söz konusu dönemde kadınların kendilerine biçilen toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranarak savaşa destek olmaya ikna edilmesinde devletlerin yürüttüğü propaganda faaliyetlerinin etkisi büyüktür. Televizyon ve radyonun yaygınlık kazanmadığı I. Dünya Savaşı yıllarında afişler, kamuoyunun dolayısıyla da kadınların savaşa desteğinin sağlanmasında kullanılan başlıca araçlardan biri olmuştur. Buradan hareketle bu çalışmada savaş döneminde iç ve dış kamuoylarını ikna amacıyla bastırılan savaş afişleri incelenmiştir.

### **1.3. I. Dünya Savaşı, Savaş Afişleri ve Toplumsal Cinsiyet**

İnsanlık tarihi boyunca savaşlar, toplumsal cinsiyet kimliklerinin dolayısıyla da kadın erkek eşitsizliğinin inşasında ve yeniden üretiminde belirleyici rol oynamıştır. Goldstein'e (1994) göre toplumsal cinsiyet rollerinin savaşlardan daha belirgin olduğu bir yer yoktur. Bunlar arasında ilk kitlesel



savaş olan I. Dünya Savaşı'nın, toplumsal cinsiyet açısından özel bir yeri bulunmaktadır. Onu diğerlerinden farklı kılan sadece silah teknolojilerindeki gelişmişlik düzeyi, savaşın cephelerden kentlere sıçraması ve askerler dışında kadın, erkek, çocuk tüm halkın savaşa katılmaya çağrılması değil, kitle iletişim araçlarının halkı savaşa ikna ve propaganda amacıyla kullanılmasıdır. Savaş boyunca bir yandan düşman kuvvetleriyle doğrudan iletişim sağlayan el ilanları ve broşürler balon ya da uçak aracılığıyla düşman bölgelerine atılırken, diğer yandan da gazetelerde yayımlanan çeşitli ilanlar ile erkekler savaşa katılmaya, kadınlar ise eşlerini savaşa göndermeye davet edilmiştir.

I. Dünya Savaşı yılları propagandayla biliş ve davranış yönetiminin kitleler üzerinde uygulandığı ve bu uygulamalardan dersler çıkarıldığı bir dönem olmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 54). Propaganda çalışmalarında uzman gazeteciler, tanınmış yazarlar, bilim adamları, istihbarat elemanları ve siyasetçilerden yararlanılmıştır. İngiliz hükümetinin daha savaşın ilk aylarında, 2 Eylül 1914'de, Dışişleri Bakanlığı kontrolünde Wellington House olarak tanınan basın bürosunu açarak (Carmichael, 2003: 16) propaganda faaliyetlerinde bulunmaya başlaması kamuoyunu ikna ve manipüle etmeye verilen önemin kanıtıdır. Aynı dönemde Fransa'da da benzer amaçlarla savaşın daha ilk günlerinde bir büro kurulmuş ve basına oldukça yoğun bir sansür uygulanmıştır (Marlin, 2002: 63; Collins, 2008: 6). Savaş sonlarına doğru 1917 yılında ABD'de kurulan Halkı Aydınlatma Komitesi (U.S. Committee on Public Information/Creel Commission) ise altı ay içerisinde savaşa karşı olan pasifist Amerikan halkını, Alman olan her şeyi yok etmek, Almanları lime lime etmek, savaşa girmek ve dünyayı kurtarmak isteyen isterik, savaş çığırtkanı bir halka dönüştürmeyi başarmıştır (Chomsky, 2011: 11-12).

Kitle basınının ve sinemanın büyük önem kazandığı ve sıkı kontrol altına alındığı bu dönemde broşürler, afişler ve kartpostallar da önemli kitle iletişim araçları haline gelmiştir. Fransız İhtilali'nden itibaren etkili şekilde kullanılmaya başlayan propaganda afişleri, 1914-1918 yılları arasında altın çağını yaşamış (Aktaş, 2012: 282), sadece Amerika'da Halkı Aydınlatma Komitesi (Creel Commission) tarafından 100 milyondan fazla afiş ve broşür dağıtılmıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 54). Televizyon, radyo gibi medya araçlarının yaygın olmadığı bu dönemde en önemli propaganda aracı olarak (Aulich ve Hewitt, 2007: 9) ön plana çıkan afiş; Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa, Almanya, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Rusya, Avustralya, Kanada, İtalya gibi devletler tarafından yoğun şekilde kullanılmıştır. Birinci Dünya Savaşı, kullanılan posterlerle o derece özdeşleşmiştir ki, Birinci Dünya Savaşı "Poster Savaşı" olarak da adlandırılmıştır (Shover, 1975: 469).

İnsanlara yapmaları gerekenleri devlet adına ileten bu afişler aracılığıyla savaşa asker toplamaktan, cephe arkasında savaşa nasıl destek olunacağına kadar birçok konuda topluma yol gösterilmeye çalışılmış ve halkın savaş propagandasını kolektif olarak algılaması sağlanmıştır. Söz konusu afişler aynı zamanda cephe gerisinde savaşı ve düşmanı tam olarak algılayamayan kitlelere savaşı anlaşılır kılmanın da bir yolu olmuş, uzaktaki düşmanı yakına taşıyarak toplumda savaşı sürekli gündemde tutmuştur (Özgişi, 2013:294-295). Böylece afişler, savaş sırasında propagandanın temel görsel öğelerinden biri olmuştur.

Savaş süresince afişleri en etkili kullanan ülke İngiltere'dir (Aktaş, 2012: 285). Bu afişlerde en sık kullanılan temalar askere gönüllü kaydın arttırılması; anti-Alman propagandası (Alman Kızıl Haçının sivil halka ve yaralı askerlere acımasız tutumu, mezalim propagandası); savaş ekonomisine destek (cephe gerisinde tasarruf edilmesi, savaş bonolarının alınması vd.) istenmesidir. "Britons! Join Your Country's Army!" ve "Women of Britain Say GO!" afişlerinde en çok kullanılan iki slogan olarak karşımıza çıkmaktadır. İngiltere'nin en büyük rakibi Almanya da propaganda afişleri konusunda oldukça başarılıdır. Almanya tarafından hazırlanan afişlerde askere yazılmayı özendirmek için yapılan çağrılar yanında Alman üstün sanayi gücünün İtilaf Devletleri tarafından hedef alındığı vurgulanmış, kendilerinin üretim açısından düşmanlarına karşı üstün olduğu dile getirilmiştir. Özellikle İngiltere'ye karşı hazırlanan afişlerde ise, etnik kökeni İngiliz olmayanlara –İrlandalı, İskoçyalı, Hintli vb.– yönelik olarak İngiliz aristokrasisinin onları sömürdüğü üzerinde durulmuştur. Afiş kullanımında başarılı olan bir diğer ülke de savaşa 1917'de dâhil olmasına karşın en çok propaganda afişi üreten ülke olan ABD'dir. Amerikan propaganda afişlerinde, müttefiklerinden farklı olarak, diğer devletlere ve uluslara (örneğin Sırlar, Polonyalılar, Museviler, Ermeniler vb.) yardım edilmesi ve destek olunması teması da sıklıkla işlenmiştir. Fransa ve Çarlık Rusya'sı ise afişler konusunda diğerleri kadar başarılı olamamıştır (Tamer, 2010: 188-189).

Savaşa katılımı arttırmak, bağış toplamak, maddi yardım elde etmek, halkın ilgisini sağlamak ve kamuoyunu savaşın haklılığına ikna etmek amacıyla Osmanlı Devleti haricinde, savaşa katılan tüm ülkeler tarafından kullanılan propaganda afişlerinin en belirgin ortak özelliği, askere kaydolmanın arttırılmasından evlerde tasarrufa, gönüllü hemşirelikten savaş bonolarının satışına, kötü muamele ve tecavüz mağduru olmaktan güçlü, erkek yerine üretime katkı sağlayan birey olmaya kadar kadın ve çocuk imgesinin sıklıkla kullanılmasıdır (Tamer, 2010: 188).

Kadın imgelerinin savaş afişlerinde sıklıkla kullanılmış olması, bu afişlerin propaganda dışında, bir diğer önemli işlevi de yerine getirdiğine; toplumsal cinsiyet rollerinin inşasında, benimsenmesinde dolayısıyla da

cinsiyetçi sistemin yeniden üretiminde rolü olduğuna işaret etmektedir. Çalışmanın bu bölümünde kişisel cesaret ve kahramanlık gibi erkeğe atfedilen değerlerin yanı sıra kadınların fedakârlıklarının ve savaşa yaptıkları katkıların da yüceltiildiği I. Dünya Savaşı dönemi propaganda afişleri, göstergibilimin sunduğu olanaklardan faydalanılarak çözümlenecektir.

## 2. Yöntem

I. Dünya Savaşı dönemi propaganda afişleri, savaşan ülke halklarını savaşçı faaliyetlere yönlendirmeyi amaçlamış ve bu amaca ulaşabilmek için hâkim toplumsal cinsiyet rollerini yansıtmış ve güçlendirmiştir. Sanatçılar mitik ve mitleştirilmiş ulusal figürleri kullanmış ve askerleri, fabrika işçilerini ve ev kadınlarını, onları taklit etmesi konusunda cesaretlendirmek için yüceltmıştır. Savaş dönemi propagandası kabul edilebilir davranışlara ilişkin idealleri dayatmaya çalışmış, toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirmiş ve milliyetçiliği erkek ve kadınları orduya katılma, yiyecek tasarrufu yapma ya da savaş tahvilleri almaya ikna için bir araç olarak harekete geçirmiştir (Schneider, 2013: 2). Toplumsal cinsiyet rollerinin söz konusu afişlerde nasıl örüldüğünün ve buna dair mesajların nasıl iletildiğinin incelendiği bu çalışmada, rastgele örneklem metodu ile seçilen beş savaş afişi, ataerkil düzenin kodlarını çözmeye kullanılan yöntemlerden birisi olan göstergibilimden yararlanılarak çözümlenmiştir.

Toplumsal cinsiyet alanında çalışan araştırmacılar uzun bir zamandır cinsiyet farklılıklarının nasıl kodlandığını çözümlenmede göstergibilimin sunduğu olanaklardan yararlanmaktadır. En genel anlamıyla, “işaretler, göstergeler” bilimi (Erdoğan, 2010: 314), göstergeleri inceleyen bilim (Özcan, 2007: 131), “gösterge dizgelerinin işleyişini bilimsel bir yöntemle inceleyen ve betimleyen” bilim dalı (Rıfat, 2009: 15), “diller, düzgüler, belirtgeler, vb. gibi gösterge dizelerini inceleyen bilim” (Guiraud, 1994: 17), “göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılması” (Fiske, 2014: 122) şeklinde tanımlanan göstergibilimin, üzerinde herkesin anlaştığı bir tanımı bulunmadığı gibi bilim ya da yöntem olup olmadığı konusunda da bir fikir birliği sağlanmış değildir.

Saussure’un “göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bilim” (1998: 46) olarak tasarladığı Göstergibilimde dikkat metin üzerinde toplanır, izleyici “okuyucu” olarak nitelenir ve iletişim sürecinde aktif rol alır. Okuyucu kendi deneyimini, tutumlarını ve duygularını kullanarak metnin anlamını yaratır (Erdoğan, 2010: 316). Başka bir ifadeyle Göstergibilim, insanın içinde yaşadığı dünyayı anlamasını sağlayacak bir model geliştirebilir (Rıfat, 2009: 23).

Göstergebilim çözümlemesinde temel amaç, anlamı ve anlam oluşumunu incelemek olduğundan inceleme nesnesinin bütüncül ve tamamlanmış bir yapı olması beklenir. İncelenecek nesnenin bu bütünlük içinde alıcıya bir anlam sunduğu düşünüldüğünde bu anlamın oluşum amaçları ve araçları göstergebilim aracılığıyla belirlenebilir. Bu belirleme her türlü inceleme nesnesi için ayrıntılı, yüzeyden derine inen bir okuma süreciyle gerçekleştirilebilir. Göstergebilim, nesnesinin birbirine benzeyen veya benzemeyen özelliklerini ortaya koyarak, nesnesinin önceden oluşturulmuş yapısını betimledikten sonra, onu değişik bakış açılarıyla inceler bakış açıları arasında bağıntılar kurar ve bunları belli bir dizge içinde sunar. Hiçbir bakış açısına öncelik ve ayrıcalık tanımaz (Kıran, 2004: 51).

Göstergebilim, bir dizge (anamlı ve yapılı bir bütün) oluşturan birimlerin aralarında, bir bağıntı, bir kurallı dayanışmanın bulunduğu inandır; anlamın benzer öğelerden değil, karşıt öğeler arasındaki ilişkilerden doğduğu varsayımından hareket eder. Bu nedenle, insanın düşünsel, dilsel, kurmaca yaratımının en üst aşamalarında yer aldığı kabul edilen, yoğun anlam demetinden oluşmuş yazınsal sanatsal ürünlere (sonuç) ve üretimlere (süreç) yaklaşırken bile, bu ürün ve üretimlerin yapısına uygun bir tutarlılık içinde çalışmayı ister. Bu tür çokanlamlı dizgeleri ele aldığına, "yorumu açık bir dizge" ya da "anlamı sonsuz bir dizge" diyerek, "her şeyi söyleyebilme" yetkisini kendisine tanımaz. Anlatının çokanlamlılığını (anlatı içine yerleşmiş, aralarında bağlantı bulunan anlamlar demetini) yine anlatının kendisi içinde tutarlı bir bağıntılar, ilişkiler ağı kurarak yeniden yapılandırmaya çalışır. Anlatının yüzeyini değil, derinliklerinden yüzeye uzanan üretim sürecini çözümlerken, "her şeyin söylenebileceği"ne değil, "her şeyin birbiriyle bağıntı içinde bulunduğu"na, bu nedenle, çözümleyici söylemin de bir tutarlılık içinde yaratılabileceğine inanır (Rıfat, 2009: 22-23).

Yazılı ya da görsel göstergebilim, inceleyeceği her bütüncüye öncelikle bir bütün olarak değerlendirir ve anlam katanlarını ve anlama olgusunu daha iyi ortaya koyabilmek için kesitlemeye (fr. sequence) girişir. Her metin (afiş, resim, müzik parçası vb.) bir bütün olarak ele alınmalıdır, parçalar ancak o zaman anlamlı hale gelir. Bir bütüncüye yani resmi afişi ya da metni kesitlere ayırmak, anlatının temel yapısını ortaya koymak için gerekli bir aşamadır. Her kesitleme ile belirli bir anlamsal yapıyı ortaya koymak amaçlanır ve bu nedenle de bir kesit içindeki anlam yaratıcı karşıtlıklar ortaya konulur. Göstergebilimsel çözümlemede nesnel bir inceleme için kesitleme, kesitler içinde ve kesitler arası anlam yaratıcı karşıtlıkları ortaya koymak ilk yapılacak çözümleme girişimleridir (Günay, 2002: 173).

Göstergebilim ele aldığı bütüncedeki anlamın oluşumunu ortaya koymaya çalışır. Anlamın ortaya konması da belli bir bütünlük ve kapalılık

içinde sunulan göstergeler dizgesini bir arada çözümlmek, aralarındaki ilişkileri ortaya koymak ve yüzeysel yapıdan derin yapıya doğru bir okuma süreci gerçekleştirmekle olabilir. Kısaca göstergebilim ele aldığı bildiride anlamın nasıl oluştuğunu ortaya koyabilmek için ilk bakışta görülebilen öğelerden, belli bir ayrıntılı okuma elde edilebilecek anlamlı yapılara doğru giden çözümlmelere girer. Kısaca bir araya gelerek belli bir anlam sağlayan göstergeler arasındaki ilişkileri her boyutta çözümler (Günay, 2002: 186). Göstergebilim açısından anlam, bir bağlam içinde kullanılan her türlü göstergenin birbiriyle olan ilişkisinden ve aralarındaki karşıtlıktan doğmaktadır. Bir resimde, afişte ya da fotoğraftaki nesnelere ve göstergeler bir anlam oluşturmak için, ilgili görsel bildirinin genel anlamına bir katkı sağlamak için afişin, resmin ya da fotoğrafın içinde yer alır (Günay, 2002: 160). Başka bir ifadeyle değişik gösterge türleri kullanılmış olsa da afiş, resim ya da fotoğraf bir bütün olarak belirli bir anlam yaratabilecek bir bildiri olarak değerlendirilmelidir.

Bu yaklaşımdan hareketle bu çalışmada incelenen propaganda afişlerinin her biri bir bütün olarak değerlendirilmiş ancak; anlatının temel yapısını ortaya koyabilmek için her bir afiş kesitlere ayrılarak bu kesitler içerisindeki anlam yaratıcı karşıtlıklar ortaya konularak çözümlenmiştir. Söz konusu afişlerde idealize edilmiş “kadınlık” sunumlarının nasıl temsil edilmekte olduğu irdelenmiş, toplumsal cinsiyete ilişkin anlamların nasıl düzenlenmekte ve iletilmekte olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çözümlmeler yapılırken Barthes’ın “*Çağdaş Söylenler*” başlıklı eserinde geliştirdiği Göstergebilimsel yaklaşımı temel alınarak yan anlamlarla kurulan mitler ortaya çıkartılmış ve gösterilmiştir. Afişlerde yer alan görsel göstergeler tek başlarına anlam oluşturmadıklarından, metinleri ile birlikte değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma boyunca toplumsal ve kültürel yaşamdan, savaş ortamından, bilimden, doğadan seçilen kodlara; renk kullanımlarına, özel simgelerin kullanımlarına odaklanılarak bu temsiller içinde anlamın nasıl üretildiği ve toplumsal cinsiyetin nasıl kurulduğu ortaya konulmuştur.

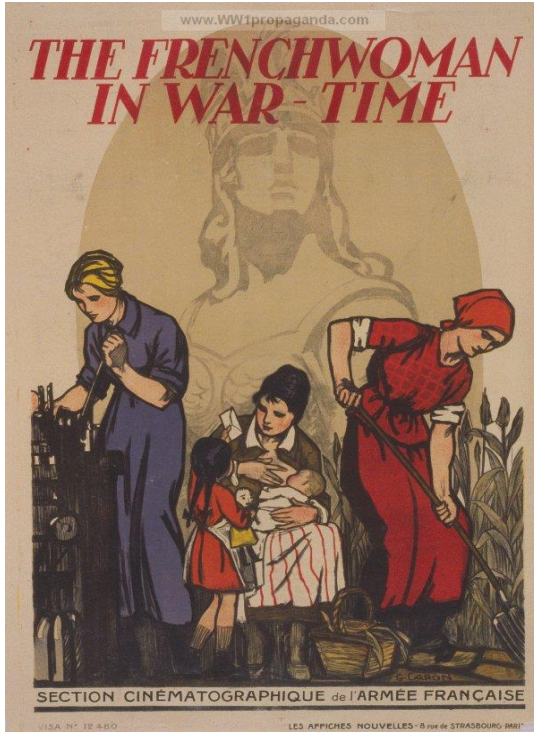
### 3. Bulgular

Bu bölümde rastgele örneklem metodu ile seçilen beş adet savaş afişinin Göstergebilimsel çözümlmesi yapılarak elde edilen bulgular sunulmuştur. Afişlerden elde edilen erkek kimliğine ilişkin bulgulara yer verilmemiş, ancak bunlar arasında kadın kimliği açısından önem taşıyanlara değinilmiştir.

İncelemek üzere seçtiğimiz ilk afiş, Georges Emile CAPON tarafından 1917 yılında tasarlanan “Savaş Zamanında Fransız Kadınları” başlıklı afiştir. Afişte soldaki kadın fabrikada çalışmakta, ortadaki kadın bir yandan erkek çocuğunu emzirmekte, diğer yandan da kız çocuğu ile ilgilenmekte, sağdaki

kadın ise tarlada çalışmaktadır. Arka planda ise Zafer Tanrıçası Nike, Victoria ya da Bellona olduğu sezilen bir kadın silueti yer almaktadır. Afişin zamanı belli değildir, ancak üzerindeki yazı afişin savaş yıllarına ait olduğuna işaret etmektedir. Kadınların farklı işlerle meşgul olarak resmedilmesi ise olayların üç farklı mekanda (fabrika, ev ve tarla) geçtiğini ifade etmektedir.

I. Dünya Savaşı afişleri kadınları, savaş gayretlerine geleneksel ve yeni yollarla yardımcı olurken resmeder: dikiş dikerken, konserve yaparken, yemek hazırlarken; hemşirelik yaparken, cephe yakınında araç kullanırken; üniforma ile fabrikalarda ya da silahlı hizmetlerde ve gönüllü kuruluşlarda çalışırken. Bu görüntüler kadın işgücü için yeni bir zemin talebi ortaya çıkarmış ve tarihçilerin “topyekûn savaş” olarak isimlendirdikleri sivil hayatın askerileştirilmesi ve seferber edilmesi yaklaşımının, yani “sivil cephe” (home front) kavramının doğuşunda önemli rol oynamıştır. Bu yaklaşımla paralel olarak propaganda afişlerinde, kadınlara kendilerini savaşın bir parçası olarak düşünmelerini sağlayacak şekilde seslenilmiştir (James, 2009: 291).



İncelenen afişte de kadınlar, kadının geleneksel rolü olan çocuğa bakmak yanında fabrikada ve tarlada çalışıyor şekilde resmedilmektedir

Çocukları ile ilgilenen kadının merkezde yer alması, kadının temel rolünün neslin devamı için çocuklara bakmak olduğuna göndermede bulunmaktadır. Diğer iki kadın ise zafer için fabrikada ve tarlada çalışmaktadır. Bu ikisinin, çocukları ile ilgilenen kadının iki yanında resmedilmesi, fabrikada ve tarlada çalışmanın, çocuk bakmaktan sonraki ikincil görevler olarak görüldüğünü ifade etmektedir.

Afiş toplumsal cinsiyet açısından oldukça güçlü bir anlatıma sahiptir. Kadınlar birçok savaş dönemi afişinde olduğu gibi muhafazakâr elbise ve saç stilleriyle gösterilmekte; dolayısıyla ülkenin değerlerini ve vatanın namusunu giyim tarzları ile korumaktadır. Kadınların her

üçünün de saçları toplanmıştır. Wilkinson’a göre, giyim biçimi ne olursa olsun saçlar kadının, kadınlığının ve doğurganlığının göstergesidir. Bu görüş otların toprağın saçı olarak görülmesi yaklaşımıyla ilişkili görünür (2010: 108). Afişteki kadınların tamamının saçlarını toplanmış olması, kadınlıklarını ve cinsel cazibelerini vurgulamaktan kaçındıklarına işaret etmektedir. Saçların bu biçimi, tüm vücudu örten geleneksel kıyafetlerle birleştiğinde kadınları ulusun kutsal simgeleri haline getirmektedir.

Birinci Dünya Savaşı’nın önemli özelliklerinden birisi de başta silah sanayi olmak üzere artan işgücü ihtiyacının kadınların çalışma hayatındaki önemini ve görünürlüğünü arttırmasıdır. Savaş, katılan birçok ülkede ciddi ekonomik ve sosyal değişimleri beraberinde getirmiş ve erkeklerin cepheye gitmesiyle ağır sanayi, tarım, kamu hizmetleri alanlarında daha önce erkeklerin yerine getirdiği görevlerin kadınlar tarafından üstlenilmesine neden olmuştur. Bununla birlikte çalışan kadınlar toplumda kadın kimlikleri ile değil, eril kimlikleri ile kabul görmüş, bu durum afişlere de yansımış ve kadınlar genellikle cinsiyetsiz ya da eril kimliklerle tasvir edilmiştir (Levitch, 2009: 161). Nitekim bu afişte de kadınlar, geleneksel kıyafetleri içerisinde kadınlıklarını ve cinsel cazibelerini vurgulamaktan kaçınır şekilde resmedilmiştir.

Bunun yanında fabrikada ve tarlada çalışan iki kadın zayıf ancak hamarat olarak betimlenmiştir. Cinsiyetçi düzende erkek oldukça güçlü kaslara sahip şekilde tahayyül edilirken, kadın zarif ve kas gücünden yoksundur; ancak maharetlidir. Sancar’a göre (2009) endüstriyel kapitalizmin modernlik değerleri, güç ile kinetik iş yapma kapasitesine sahip kas gücünü özdeşleştiren bir anlamı, eril biyopolitiğin temeli yapmıştır. Erkek bedeninin iş yapma kapasitesi “güç” olarak, kadın bedeninin kas becerileri ise ‘hamaratlık’ olarak birbirinden ayrılmış, dahası “kas gücü gerektiren işler”i yapmak daha değerli olmuştur. Ayrıca fabrikada çalışır şekilde resmedilen kadın oldukça bitkin görünmektedir. Bu durum kadınların, kadınlıklarından vazgeçseler dahi daha önce erkeklerce yerine getirilen işleri onlar gibi yapamayacağını ifade etmektedir.

Toplumsal cinsiyet ile ulus devlet arasında oldukça güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Arzulayan öznenin –erkek koruyucunun– arzulanana nesneyle –ulus devletle– bağları o kadar tutku yüklüdür ki, –savunma ve savaş imgeleri bu ilişkide merkezi önem taşır– her yerde ve her zaman karşımıza çıkar (Saigol, 2000: 234). Bu tespit antik Yunan ve Roma’dan bu yana savaşın simgesinin genellikle tanrılar (Mars, Ares vb.), zaferin simgesinin tanrıçalar (Nike, Victoria, Bellona vb.) olması ile örtüşmektedir. Savaşların genellikle erkek tanrılarla (Ares, Mars vb.) gösterilirken, zaferin kadın tanrıçalarla resmedilmesi toplumsal cinsiyet anlayışına uygundur. Savaşın, kadını korumak uğruna

gerçekleştirilen bir etkinlik olarak görüldüğü cinsiyetçi düzende, savaş erkeksi değerlerle, zafer ise kadınsı değerlerle özdeşleştirilmekte; böylece erkeğin koruyan, kadının korunan rolü pekiştirilmektedir.

Afişte toplumsal cinsiyet açısından dikkat çeken bir diğer husus ise kadının erkek çocuğu emzirirken resmedilmesidir. Erkek çocuk annesine hem bağımlıdır hem de onu emmek suretiyle sömürmektedir. İlk başlarda anneye tamamen bağlı olan erkek çocuk, zamanla annesinin vücudunu sömürerek büyüyecek; hatta zamanla güçlenerek onu da tahakküm altına alacaktır. Kız çocuk ise fiziksel olarak erkek olana göre anneden biraz daha uzaktır ve toplumsal cinsiyet rolüne uygun olarak elinde bir oyuncak bebek bulunmaktadır. O da annesi gibi büyüünce ülke için gürbüz çocuklar yetiştirecektir. Kız çocuğun elindeki mektup ise babanın cephede olduğuna işaret etmektedir. Babanın mektup yazmış olması onun ailesine düşkün bir kişi olduğunu, bununla birlikte ülke sevgisinin ailesine olan sevgisine baskın geldiğini ifade etmektedir.

“Britanya’nın Kadınları Git Deyin” başlıklı afiş, dönemin en ilginç



askere çağırma görselleri arasındadır. E.V. Kealey tarafından 1915 yılında tasarlanan afişte geleneksel giysileri içerisinde bir kadın, bir genç kız ve bir erkek çocuk evlerinin açık penceresinden dışarıdan düzen içerisinde yürüyüş yaparak geçmekte olan askerlere bakmaktadır. Zaman ve uzam net olarak belli değildir. Ancak, açık pencere evin; kol düzeninde geçen askerler ise savaşın düzdeğişmeci olduğundan olayların evde ve evin hemen dışında, savaş döneminde geçtiği sonucuna varılabilir.

Seçilen bu afiş de toplumsal cinsiyet değerleri ile yüklüdür. Kadın dışarıdan geçen askerleri pasif şekilde izlemektedir. “Aktif erkek, pasif kadın” miti burada da karşımıza çıkmaktadır. Kadın geleneksel yeri olan evde, erkek ise dışarıda gösterilmektedir. Erkek çocuk her ne kadar ev içerisindeyse de o henüz erkeklik değerlerini kazanmadığı için annesinin



yanındadır. Genç kız ve erkek çocuk anne ile birlikte resmedilerek “Çocuklarla ilgilenmek annenin işidir” başat miti yeniden üretilmektedir. Böylece özel alan kadını, kamusal alan ise eril olarak işaretlenmektedir.

Kadınlar geleneksel giysileri içerisinde ve saçları topludur. Bu onların kadınlıklarını ve cinsel cazibelerini vurgulamaktan çekindiklerini ifade etmektedir. Ayrıca kadınlar oldukça zayıf, çaresiz ve endişeli görünmektedir. Kadınların bu şekilde betimlenmesi cinsiyetçi yaklaşımla uyumludur. Kadınların güçsüzlük ve çaresizliği karşısında toplumsal cinsiyet rolleri gereği onları korumakla görevli erkekler, kadın ve çocuklarını korumak için savaşa katılmaya çağrılmaktadır.

Afişteki kadınların bir diğer özelliği ise pencerenin önünden geçen askerlere gururla bakmalarıdır. Cephede savaşan erkeklerle gurur duymaları ve kendi eş ve oğullarını savaşa göndermeleri eril düzende kadınlardan beklenen rol davranışlarıdır. Bu sebeple afişte kadınlara toplumsal cinsiyet rolleri ile uyumlu şekilde “Britanya’nın Kadınları Git Deyin!” şeklinde seslenilmektedir. Fedakâr kadın imgesi savaş afişlerinde en sık kullanılan imgelerden birisi olmuştur. “Gerçek Bir Kadın Kocasından Vazgeçer”, “Kadınlar! Evinizin güvenliği için savaşta fedakârlık yapmak zorundasınız” gibi sloganlarla kadınlar eşlerini savaşlara göndermeye çağrılmıştır (Shover, 1975: 472). Kadınların endişeli gözlerle dışarıdan geçmekte olan erkeklere bakmasından bu çağrıya uydukları ve “erkeklerini” cepheye gönderdikleri anlaşılmaktadır.

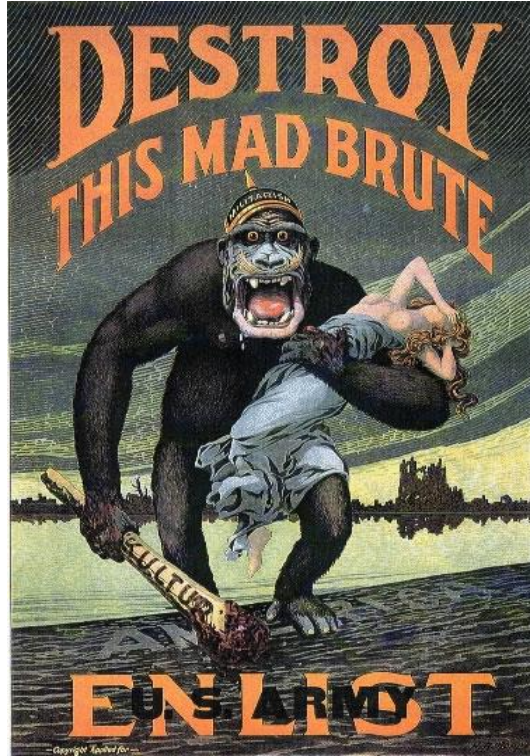
Üçüncü afişimiz “Bu Deli Canavarı Yok Edin-Orduya Katılın” başlıklı afiştir. Afiş H.R. Hopps tarafından 1917 yılında Amerika’da tasarlanmıştır. Amerikan propaganda afişlerinde 1915 yılından itibaren masum insanlar teması bakire kız ya da Meryem Ana görseli (genç kız ya da kucağında bebek taşıyan anne) şeklinde sıklıkla kullanılmaya başlamıştır (Robertson, 2003: 140). Bunlardan birisi olan afişte elinde “Kültür” yazan kanlı bir sopa taşıyan, başına “militarizm” yazan miğfer giymiş sakallı bir goril ile gorilin kucağında yarı çıplak, eliyle yüzünü kapatmış sarışın bir kadın yer almaktadır. Goril Amerika yazan toprakta henüz ayak basmış ve ilerlemeye başlamış görünürken, arka planda bir deniz ve ufukta kara bulutlar altında yanmış yıkılmış bir kent silüeti yer almaktadır. Afişin zamanı ve uzamı net olarak belli değildir. Ancak gorilin Prusya askerlerine has miğferinden ve bıyığından olayların savaş yıllarında geçtiğini, toprak üzerindeki yazıdan ise Amerika kıtasında geçtiğini anlıyoruz.

Özellikle savaşın ilk yıllarında İngiliz propagandası, askerlik hizmetini kadın ve çocukları korumakla eşitleyen eril idealden yararlanarak savaşın haklılığı üzerine odaklanmıştır. Erilliğin ikili sınıflandırmasına (iyi erkekler ve kötü erkekler dikotomisine) dayandırılan bu haklı savaş argümanı afişlerde sıklıkla işlenmiştir. Afişlerde İngiliz askerleri adil savaşçılar olarak genellikle savunan, onurlu ve asil niyetli figürler şeklinde sunulurken, Alman askerleri vahşi ve açgözlü savaşçılar olarak genellikle insanlık dışı faaliyetler gerçekleştiren saldırgan figürler şeklinde sunulmuştur (Albrick, 2009: 316).

Seçilen afişte, gorilin saldırganlığı ile Almanya'nın saldırganlığı arasında benzerlik ilişkisi kurularak goril görseli Almanya'nın eğretilmesi olarak kullanılmıştır. Böylece Almanlar tecavüz eden, yağmalayan, öldüren vahşi hayvanlar olarak resmedilmiştir (Keene, 2006 :58). Nitekim Amerika ve İngiltere, Alman karşıtı propagandalarını Hun barbarlığı üzerine oturtmuştur (Backer, 2007: 83). Almanlar, Ortaçağ'da Avrupa'yı harabeye çeviren Hunlara benzetilmiş hatta birçok afişte "Hunlar" olarak isimlendirilmiştir.

Almanların, Hunlar olarak gösterilmesiyle yürütülmekte olan savaş ile Ortaçağ şövalyelerinin genç kız ve anneleri vahşi barbarlardan kurtarması arasında benzerlik ilişkisi kurularak, savaş Almanların barbarlıklarına karşı uygarlığı korumak için verilen bir Haçlı mücadelesi olarak gösterilmeye çalışılmıştır (Wilcox, 2010: 76). Görseldeki gorilin Amerika sahiline ayak basmış olması ise savaşın Avrupa'da bitmeyeceğine, Amerika kıtasına da yayılacağına işaret etmektedir. Genç erkekler bu tehlike karşısında kadınlarını korumak üzere savaşa davet edilmektedir.

Ayrıca gorilin elinde taşıdığı kanlı sopada "kültür" başka bir ifadeyle "uygarlık" yazması da Almanlara atfedilen barbarlık özelliğiyle yakından ilişkilidir. Söz konusu sopa, saldırı amacıyla kullanılmış olması (bunu üzerindeki



kanlardan anlıyoruz) ve rakibe yönelik tehdit içermesi nedeniyle benzerlik ilişkisi kurularak Alman silah endüstrisinin eğretilmesi olarak kullanılmıştır. Böylece uygarlığın olanaklarını kullanarak büyük bir silah sanayi yaratmış olan Almanların, bu silahları vahşice kullanabilecekleri ve Amerikan medeniyetini yok edebilecekleri anlatılmaya çalışılmıştır.

Görseldeki kadın, toplumsal cinsiyet rolüne uygun olarak zayıf ve korunmaya muhtaç olarak resmedilmiştir. Eliyle yüzünü kapatmış olan kadın yarı çıplaktır, göğüsleri görünmektedir ve elbiseleri parçalanmıştır. Bu görüntü kadının tecavüze uğradığını göstermektedir. Tecavüz özellikle İngiliz propaganda afişlerinde sık kullanılan bir tema olmuş (Grayzer, 1999: 63) ve 1915'ten itibaren Amerikan afişlerinde de sıklıkla kullanılmıştır. Aynı zamanda önemli bir savaş stratejisi olan tecavüz (Hunt, 2004: 49; Niarchos, 1995), erkeklere kadınlştırılan ulusun kendilerini kurtarıcı olarak çağırdığı kurgusunu yaratma olanağı verir. Böylece düşman, ulusu iğfal eden, ulusun namusuna hanel getiren başka erkekler olarak tahayyül edilir (Enloe, 2013: 216). Bu düşman erkeklerin hedefinde ise ulusun biyolojik ve kültürel üreticileri olarak görülen kadınlar yer alır. Kadınlar olmaksızın neslin dolayısıyla da ulusun devamı mümkün değildir. Bosna, Ruanda, Hindistan vb. ülkelerde yaşanan savaşlarda darbe ve yaralamaların kadın üreme organlarına yönelik olması bu anlayışla yakından ilişkilidir. Görseldeki kadının elbiselerinin parçalanmış ve göğüslerinin açıkta olması, o dönemde savaşa girmeye karşı olan Amerikan toplumunun hem erkeklerine hem de kadınlarına yönelik mesajlar taşır. Bir yandan kadınlara görselde olduğu gibi savaşın Amerika kıtasına ulaşması halinde uğrayabilecekleri tecavüz ve saldırılar hatırlatılarak savaşa destek olmaları gerektiği mesajı verilirken, bir yandan da erkekler eşleri ve çocuklarının, Belçika ve Avrupa'da kadınların uğradığı onur kırıcı saldırılara maruz kalmamaları ve ulusun devamı için orduya katılmaya çağırılmaktadır.

Yüzyılın başında popüler hale gelen Şövalyelik kodları, savunmasız kadın bedenini savaşın ana nedeni olarak belirlemiş ve düşmana merhametsiz, cinsellik düşkünü bir yırtıcı hayvan rolünü biçmiştir (Wilcox, 2010: 76). Propagandacıların Almanların Belçika kasabalarına 1914 yazı sonlarında yaptığı saldırıları tecavüz (Rape of Belgium) olarak isimlendirmesi ve bu şekilde afişlere taşınması vatani kadın vücudu ile özdeşleştiren toplumsal cinsiyet yaklaşımlarıyla uyumludur. Bu yaklaşımdan hareketle söz konusu argümanların dişileştirilmiş Belçikanın savunulmasından dişileştirilmiş Amerika'nın savunulmasına aktarılmasıyla, milliyetçi erillik, "cesur" ve "korkusuz" erkeklerin "sevdiklerini Alman istilacıların Belçikalılara uyguladığı acımasız barbarlıktan korumak için" askerliğe katılmaya davet edilmesiyle şifrelenmiştir. Böylece erkekler, ülke kadınlarının bedenlerini yani

dişileştirilmiş vatanlarını koruma rolünü üstlenmeye çağrılmıştır (Albrick, 2009: 318).

Gorilin kucagındaki kadın, yüzünü eliyle kapatmıştır. Yüzün el ile kapatılması utanmanın yerleşmiş imajıdır. Kadının yüzünü kapatmış olması uğradığı saldırı sonrasında yaşadığı utancın göstergesidir. Ne var ki bu sadece kadının kişisel utancı değildir. Cinsiyetçi düzende kadınların namusuna helal gelmesi büyük bir ulusal utançtır, kültürel/dinsel açıdan büyük bir yüz karasıdır ve intikamının alınması şarttır (Saigol, 2013: 251). Bu intikamı almak ise genç erkeklere düşmektedir. Dolayısıyla erkekler çağrıya kulak vermeye ve Avrupa'nın yaşadığı utancı yaşamamak için orduya katılmaya davet edilmektedir.

Tıpkı ulus anlatısının kadın bedenleri üzerinde kurulması gibi, düşman da zaferini kadın bedeni üzerine yazar (Saigol, 2013: 251). Zayıf, savunmasız kadın bedenleri savaş zamanında askerlerin gücünü kanıtlayacakları araçlara dönüşürler. Brownmiller'in (1993: 38) "törensiz savaş alanı" olarak ifade ettiği tecavüze uğramış kadın bedeni galip erkeğin üstünlüğünün, mağlup erkeğin ise yenilgisinin göstergesidir (Akgül, 2011: 186). İncelenen afişte de bu yaklaşıma uygun olarak Almanya'nın Avrupa üzerinde kurduğu hâkimiyet, tecavüze uğramış bir kadın görseli kullanılarak ifade edilmiştir. Görselin arka planındaki harabeye dönmüş kent görüntüsü Avrupa'nın düzdeğişmecesidir ve saptamalarımızı güçlendirmektedir.

İncelemek üzere seçilen dördüncü afişimiz "Mutfak Zaferin Anahtarıdır. Daha Az Ekmek Tüketin" başlıklı afiştir. Afiş 1917 yılında İngiltere'de tasarlanmıştır. Afiş üzerinde elinde büyükçe bir tencere bulunan bir kadın ve büyük bir anahtar bulunmaktadır. Anahtar sözcüğü yerine anahtar görseli tercih edilmiştir. Afişin zamanı ve uzamı belli değildir. Görsel üzerindeki "zafer/victory" sözcüğünden savaş yıllarına ait olduğu, "mutfak/kitchen" sözcüğünden, fırından ve kadının elindeki tencereden uzamın mutfak



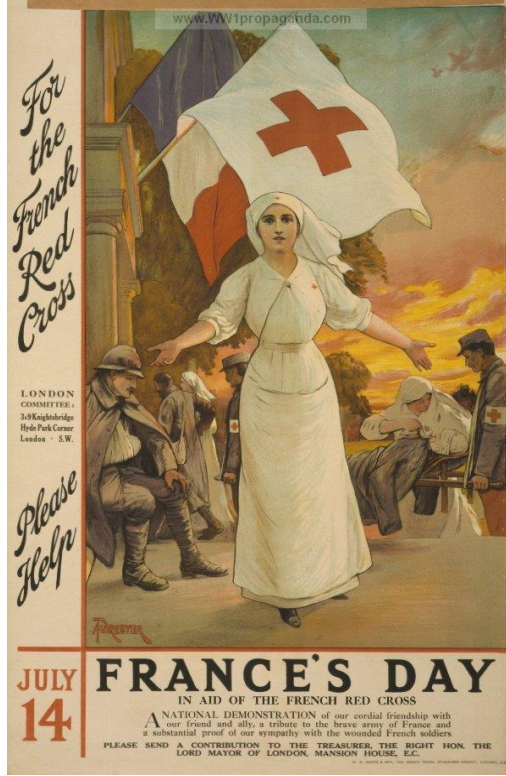
olduğu anlaşılmaktadır.

Afişte yemek pişirme edimi üzerinden mutfağın ve ev işlerinin kadınlara ait olduğuna ilişkin başat mit yeniden dolaşıma sokulmakta dolayısıyla eşitsiz cinsiyetçi düzen pekiştirilmektedir. Duman tüten tencere ve fırın raflarındaki yiyecekler kadının geleneksel mekânı olan mutfakta geleneksel rolü olan yemek pişirme işini yapmakta olduğuna işaret etmektedir. Dünya Savaşı yıllarında kadın çalışma hayatında daha fazla görünürlük kazanmışsa da, birincil görevlerinin ev ve mutfakta yerine getirdikleri işler olduğu anlayışı değişmemiştir. Görselde kadının kendisinden başka herhangi bir aile ferdi görünmemesine rağmen tencerenin büyüklüğünden ve fırında pişmekte olan yiyeceklerin fazlalığından hane halkının kalabalık olduğu anlaşılmaktadır.

Yemek yapmakta olan kadının yüzünün gülümsemesi, onun yapmakta olduğu işten büyük keyif aldığına göstergesidir. Gıdalara dikkat etme görevini yalnızca anneye bağlayan, kadının görev sınırlarını çizen ve bunu olması gereken, insanları mutluluğa götüren rol çerçevesi içinde göstererek doğallaştıran mit düşünüldüğünde; afişin içerdiği ideolojik söylem daha anlaşılır hale gelmektedir. Buna göre kadın mutluluğunun sebebi toplumsal cinsiyet rolüne uygun olarak yemekleri hazırlama görevini yerine getiriyor olmasıdır. Dolayısıyla gülümseyen kadın görseli ile cinsiyetçi düzenin biçtiği rollere uygun davranmanın, kadına mutluluk vereceği mesajı verilmektedir.

Görseldeki kadın birçok afişte olduğu gibi geleneksel giysileri içerisinde ve saçları topludur. Bu görünüm onun cinsel cazibeden uzak olduğunu ifade etmektedir. Bu durum kadının arzu edilen bir değer olması yanında erkeği çılgına çeviren bir varlık olması ile yakından ilişkilidir. Kadının –bir erkeğe ait olsa bile- diğer erkekler tarafından beğenilebilir olması, erkeğin hegemonyasına karşı bir tehdit oluşturur. Diğerlerinin kadını arzuluyor olması ya da arzulama ihtimali erkeğin değerli bir nesne olan kadına bakışını değiştirebilir. Bu noktada erkek diğer erkeklere değil, arzu nesnesi olarak onları baştan çıkarma potansiyeli taşıyan kadına yüklenir. Bu nedenle kadını korumaya yönelik ve hatta örtünmeye zorlar (Meral, 2011: 317). Afişlerin neredeyse tamamında kadınların cinsel cazibeden uzak olarak resmedilmesinin arkasında orduya katılan erkeklerin geride bıraktığı kadınların başkaları tarafından arzulandığını düşünmesinin önüne geçme kaygısı bulunmaktadır. Kendilerini sadakat ile bekleyen kadın imgesi, erkeklere, savaşın zor koşullarına dayanma gücü vermekte, bu süreci katlanabilir kılmaktadır. Birçok asker çatışmaya evde kendilerini bekleyen eşe, sevgiliye geri dönüş umudu taşıyarak gider (Akgül, 2011: 102). Bu yüzden propaganda görsellerinde kadınların cinsel cazibeden uzak olarak resmedilmesine özen gösterilmektedir.

Görsel üzerindeki yazıda mutfağın zaferin anahtarı olduğu belirtilerek daha az ekmek tüketilmesi istenmektedir. Görselde bir kadın dışında başka bir



açmış bir hemşire ile onun arka planında kolu bandajla sarılmış bir asker, iki sıhhiye eri tarafından sedye ile taşınan başı bandajlı yaralı bir asker, ona yardım eden bir hemşire, başka bir asker ve ona yardım eden başka bir hemşire ile Fransa ve Kızılhaç bayrakları yer almaktadır. Afişin zamanı ve uzamı belli olmamakla birlikte arka plandaki yangın ve yaralı asker görüntülerinden zamanın savaş yılları ve uzamın ise muharebe alanının hemen yakınında bir yer olduğu tahmin edilmektedir. Burada yangın ve yaralı askerler, cephenin eğretilemesidir.

Diğer propaganda afişlerinde olduğu gibi bu görseldeki kadınlar da cinselliklerinden arındırılmış olarak resmedilmiştir. Hemşirelerin bu şekilde cinsiyetsiz resmedilişi, onları annelik rolüne yaklaştırır. Tıpkı annenin çocuğunu beslemesi, yaralarını sarması, ona bakması gibi hemşireler de askerler için savaşın getirdiği zorlukları dayanabilir kılan moral verici annelere benzerler (Akgül, 2011: 111). Arka plandaki hemşirenin yaralı askerle bir annenin çocuğuyla ilgilenmesini andırır şekilde ilgilenmesi bu tespitle örtüşmektedir.

kişi bulunmadığından çağrının kadınlara yönelik olduğu izlenimi uyanmaktadır. Her ne kadar yemek hazırlama kadın işi olarak görülse de, daha az ekmek tüketilmesinin sadece kadınlardan istenmesi cinsiyet ayrımcılığı açısından oldukça anlamlıdır. Fedakârlık yapması, daha az yemesi ya da tüketmesi istenen yine kadındır. Kadınlara yönelik bu çağrıyla, kadınların erkeklerin ürettikleri ile hayatlarını idame ettirdikleri miti de örtük olarak yeniden üretilmektedir. Hâlbuki savaş yıllarında özellikle de tarım sektöründe azımsanmayacak bir kadın işgücü söz konusudur.

Beşinci afişimiz Birinci Dünya Savaşının en aktif kadın katılımcıları olan hemşirelerle ilgilidir. “Fransa’nın Günü” başlıklı afişte ellerini iki yana



Afişte ön plandaki hemşirenin iki kolunun da yanlara doğru açık olduğu görülmektedir. Bu onun yardım istediğini ifade etmektedir. Kollarının açık şekilde afiştten fırlayıp bize doğru koşacakmış gibi resmedilmesi ise yardıma olan ihtiyacın aciliyetini göstermektedir. Görselin çevresinde yer alan yazılarda da yardıma olan ihtiyaç ifade edilmekte, vatandaşlardan cesur Fransız ordusunun yaralı askerleri için yardımda bulunmaları istenmektedir.

Afişte en göze çarpan özelliklerden birisi de yaralı askerlerin kanlı görüntüleri yerine bandajlı görüntülerinin tercih edilmesidir. Hâlbuki gelişen savaş teknolojisi (makinelî tüfekler, uzun menzilli toplar, zehirli gazlar vb.), mevzi savaşı gibi sebeplerle savaş yıllarında yaralanan ya da mağdur edilen bedenler, çoğunlukla erkeklere ait olanlardır. Buna karşın afişlerde yer alan yaralı ya da fiziksel şiddet görmüş bedenlerin çoğunluğu kadınlara aittir. James'e (2009: 287) göre bunun temel nedeni kadının savunmasız olarak betimlenmesinin erkeğin gelişen savaş teknolojisi karşısındaki savunmasızlığını inkâr ve yerinden etme işlevi görmesidir. Böylece savaşın zayıflattığı kadınların kurban, erkeklerin koruyucu olduğu anlayışının değişmesine engel olunmaya çalışılmaktadır. Bu afişte de yaralı askerler bandajlı şekilde resmedilerek bu yaklaşıma uygun hareket edilmiştir.

## Sonuç

Toplumsal yaşamın hemen her alanında egemen cinsiyetçi söylemin hâkim olduğu başta feministler olmak üzere birçok bilim insanı tarafından dile getirilmektedir. Buna göre erkek egemen ideoloji işlerken başat tanımlamaları doğallaştırmakta ve kadınların ikincil konumu çeşitli stratejilerle yeniden kurulmaktadır. Bununla birlikte cinsiyetçi söylem sadece kadını ikincil konuma mahkum etmez, erkeği de belli rol kalıpları içerisine hapsederek onu da tahakküm altına alır. Böylece hem kadınlar hem de erkekler toplumsal yaşamdan dışlanma tehdidi altında belli rol kalıpları içerisinde hareket etmeye zorlanır. Savaşlar ise kadın ve erkek toplumsal cinsiyet rollerinin hem pekiştirildiği hem de yeniden üretildiği olağanüstü dönemlerdir.

Görsel ve işitsel medyanın henüz yaygınlık kazanmadığı Birinci Dünya Savaşı döneminde kullanıma sokulan propaganda afişlerini incelediğimiz bu çalışmada, incelenen afişlerde, bir yandan savaş öncesinde geçerli olan toplumsal cinsiyet rollerinden yararlanılarak erkek ve kadınlara savaşa ilişkin çeşitli görevler yüklenirken diğer yandan da söz konusu rollerin çeşitli görsel ve dilsel stratejilerle yeniden üretildiği saptanmıştır.

Yapılan analizlerde afişlerin, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini koruyacak ve yeniden üretecek şekilde dolayısıyla da erkek egemen cinsiyetçi düzeni destekler biçimde tasarlandığı görülmüştür. Kadınlık ve erkeklığe ilişkin

mevcut kodlardan yararlanılırken, var olan ataerkil söylemin yeniden üretildiği, böylece çeşitli yönlerden güçlenen ataerkil ideolojinin, verili ve belirli toplumsal rollerin özelliklerini aynı ideolojik çerçeve içinde pekiştirdiği saptanmıştır.

Afişlerde, hem erkek hem de kadın özneler toplumsal cinsiyet rolleriyle uyumlu söylemlerle seslenilerek savaşa destek olmaları sağlanmaya çalışılmıştır. İncelenen afişlerin tamamına yakınında, toplumsal cinsiyet rolleri kesin çizgilerle ayrılmıştır. Erkeklerden savaşa katılmaları istenirken, kadınlardan da erkeklerini savaşa göndermeleri, çocuklara bakmaları, daha az tüketmeleri istenmiştir. Toplumsal cinsiyet rollerinin muğlaklaştığı durumlar ise kadınların erkeklerin savaşa gitmesi sebebiyle artan işgücü ihtiyacını karşılamak üzere daha önce erkeklerce yerine getirilen işlerde çalışmaya davet edildiği afişlerde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte bu görsellerdeki kadınlar kendi kimlikleri ile değil eril kimliklerle resmedilmiştir.

Okuyucuları savaş çabalarının zorunluluğuna ikna edebilmek için genellikle basit ve açık mesajların tercih edildiği afişlerde, toplumsal cinsiyete ilişkin değerler şifrelenerek verilmiştir. Bu afişlerde kadınlar toplumsal cinsiyet rollerine uygun olarak zayıf, savunmasız ve erkek korumasına muhtaç şekilde resmedilirken, erkekler de kendi rollerine uygun olarak cesur, saldırgan, koruyucu, güçlü, kaslı olarak resmedilmiştir.

Afişlerde önemli bir savaş stratejisi kabul edilen tecavüz, hem erkekleri hem de kadınları savaşa ikna amacıyla sıklıkla kullanılmıştır. Saldırıya uğramış kadın görselleri, hem erkekleri savaşa katılma yönünde harekete geçirmede, hem de kadınları savaşı desteklemeye iknada etkili araçlar olarak ön plana çıkmıştır. İlginç olan nokta, gelişen savaş teknolojisi sebebiyle daha fazla erkek bedeni zarar gördüğü halde afişlerde genellikle zarar görmüş kadın bedenlerinin resmedilmiş olmasıdır. Bu strateji ile erkeğin fiziksel olarak zayıf gösterilmesine müsaade edilmeyerek alışılmış toplumsal cinsiyet kodlarının altüst edilmesinin önüne geçilmiştir.

Afişler üzerindeki metinler ve görseller rastlantısal olarak seçilmemiş oldukça profesyonelce hazırlanmıştır. Anlatımı zenginleştirmek ve hedef kitlenin dikkatini çekebilmek için benzetme ve çağrışımlar yoluyla eğretilmelerden; betimleme ve parça-bütün ilişkisi kurma yoluyla da düzdeğişmecelerden yararlanılmıştır. Toplumsal cinsiyete ilişkin değerler toplumu rahatsız etmeyecek bir kurgulama yoluyla verilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda Birinci Dünya Savaşı yılları boyunca savaştan devletlerin, toplumlarını savaşa ikna etmek için toplumsal cinsiyet rol kalıplarından yararlandığı, afişler yoluyla bu rol kalıplarının savaş koşullarına uygun olarak yeniden üretilmesini ve aktarılmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.



## Kaynakça

- Albrinck, Meg (2009), "Humanitarians and He-Men: Recruitment Posters and the Masculine Ideal", Pearl James (Ed.), *Picture This: World War I Posters and Visual Culture*, (Lincoln: University of Nebraska Press): 312-339.
- Akgül, Çiğdem (2011), *Militarizmin Cinsiyetçi Suretleri* (İstanbul: İletişim Yayınları).
- Aktaş, Özgür (2012), "Propaganda Posterlerinde Savaş ve Barış Temasının İşlenişi Üzerine Öğrenci Görüşleri", *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*, 32 (2): 281-309.
- Alemdaroğlu, Ayça (2002). "Öjeni Düşüncesi." Tanıl Bora, Murat Gültekinil (Ed), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*, Cilt4, İstanbul: İletişim Yayınları, 414-421.
- Altınay, Ayşe G. (2013). "Giriş: Milliyetçilik, Toplumsal Cinsiyet ve Feminizm", Ayşe Gül Altınay (Der), *Vatan Millet Kadınlar* (İstanbul: İletişim Yayınları): 15-32.
- Anthias, Floya ve Yuval-Davis, Nira (1993), *Racialized Boundaries: Race, Nation, Gender, Colour and Class and the Anti-Racist Struggle* (London: Routledge).
- Arpacı, Murat (2013). "Modernitenin Eşiğinde Toplumsal Cinsiyet Rejimi: Pastoral İktidar, Beden Politikaları ve Evlilik", *Doğu Batı*, 63: 131-146.
- Atay, T. (2004), "Erkeklik En Çok Erkeği Ezer", *Toplum ve Bilim*, 101: 11-30.
- Backer, Kristen W. (2007), "Kultur-Terror: The Composite Monster in Nazi Visual Propaganda", Niall Scott (Ed.), *Monsters and the Monstrous: Myths and Metaphors of Enduring Evil* (New York: Rodopi): 81-103.
- Barthes, Roland (1993), *Göstergibilimsel Serüven* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları) (Çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat).
- Barutçu, Atilla (2013), *Türkiye'de Erkeklik İnşasının Bedensel ve Toplumsal Aşamaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Bayhan Vehbi (2013), "Beden Sosyolojisi ve Toplumsal Cinsiyet", *Doğu Batı*, 63: 147-164.
- Bayık, Ayla, İnci Erefe, Süheyla Özsoy, Aynur Uysal, M. Özer ve Şafak Ergül (2002), "Kadın Mesleği Olarak Hemşireliğin Türkiye'de Son Yüzyıldaki Gelişimi", *Hemşirelik Forumu Dergisi*, 5 (6): 16-25.
- Brym, Robert J. (1998), *New Society: Sociology for the 21st Century* (Toronto: Harcourt Brace).
- Brownmiller, Susan (1993), *Against Our Will: Men, Women, and Rape* (New York: Ballantine Books).
- Bulfinch, Thomas (2012), *Greek and Roman Mythology: The Age of Fable* (New York: Courier Dover Publications).
- Carmichael, Jane (2003), *First World War Photographers* (London: Routledge).
- Chomsky, Noam (2011), *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda* (Canada: Seven Stories Press).
- Cockburn, Cynthia (2009), *Buradan Baktığımızda: Kadınların Militarizme Karşı Mücadelesi* (İstanbul: Metis Yayınları).
- Collins, Ross F. (2008), *World War I: Primary Documents on Events from 1914 to 1919* (Westport: Greenwood Publishing Group).

- Connel Raewyn W. (1998), *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları) (Çev. Cem Soydemir).
- Coşkun, A. ve Yılmaz, L. (1996), "Tarih Boyu Yasalarda Türk Kadını", *Şişli Etfal Hastanesi Dergisi*, 1 (2): 61-67.
- Daver, Bülent. (1992). "Savaş ve Barış Üzerine." *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 3 (10), 181-186
- Dökmen, Zehra Y. (2004), *Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar* (Ankara: Sistem Yayıncılık).
- Enloe, Cynthia (1990), *Bananas, Beaches and Bases: Making Feminist Sense of International Politics*, (Berkeley: University of California Press).
- Enloe, Cynthia (1998). "All the Men are in the Militias, All the Women are Victims", Lois Ann Lorentzen and Jennifer Turpin (Eds), *The Women and War Reader*, (New York: New York University Press): 227-233.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2010), *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, (Ankara: Erk Y.).
- Fiske, John (2014), *İletişim Çalışmalarına Giriş* (İstanbul: Pharmakon Y.) (Çev. Süleyman İrvan).
- Fischer, H. C. ve Dubois, E.X. (1937), *Sexual Life During The World War* (London: Aldor).
- Giddens, Antony (2000), *Sosyoloji* (Ankara: Ayraç Yayınları) (Çev. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel).
- Göksel, Burhan (1993), *Çağlar Boyunca Türk Kadını ve Atatürk* (Ankara: Kültür Bakanlığı Atatürk Dizisi).
- Grant, Michael ve John Hazel (2002), *Who's Who in Classical Mythology* (London: Routledge).
- Grayzel, Susan R. (1999), *Women's Identities at War: Gender, Motherhood, and Politics in Britain and France During The First World War*, (NC: University of North Carolina Press).
- Guiraud, Pierre (1994). *Göstergebilim* (İstanbul: İmge Kitabevi) (Çev. Mehmet Yalçın).
- Günay, Doğan (2002), *Göstergebilim Yazıları* (İstanbul: Multilingual Yayınevi).
- Harrison, Wendy C. (2006), "The Shadow and the Substance", Kathy Davis, Mary Evans, ve Judith Lorber (Eds.), *Handbook of Gender and Women's Studies* (London: Sage Publication): 35-52
- Hewitt, John ve Jim Aulich (2007), *Seduction or Instruction?: First World War Posters in Britain and Europe* (Manchester: Manchester University Press).
- Hunt, Swanee (2004), *This Was Not Our War: Bosnian Women Reclaiming the Peace*, (Durham, NC: Duke University Press).
- Üstünsöz, Ayfer ve N. İnanç (1998), "Kadın, Güç ve Hemşirelik", *Hemşirelik Forumu*, 1 (2): 5-70.
- Keene, Jennifer D. (2006). *World War I*. (Westport: Greenwood Publishing Group)
- Kıran, Ayşe (2004). "Göstergebilim ve Yazınsal Çözümlemeler", N. Tanyolaç Öztokat (Der). *Disiplinlerarası Ortam ve Yöntem Sorunları*, (İstanbul: Multilingual): 50-61.
- Kline, Wendy (2001). *Building a Better Race: Gender, Sexuality and Eugenics from the turn of the Century to The Baby Boom*. London: Univercity of California Press.
- Kottak, Conrad P.(2001), *Antropoloji* (Ankara: Ütopya Yayınları) (Çev. Dilek Erdal).
- James, Pearl (2009). "Images of Femininity in American World War I Posters", Pearl James (Ed.), *Picture This: World War I Posters and Visual Culture*, (Lincoln: University of Nebraska Press): 273-311.

- Marlin, Randal (2002). *Propaganda and the Ethics of Persuasion* (New York: Broadview Press).
- Marshall, Gordon (1998). *Sosyoloji Sözlüğü* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları) (Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü).
- Meral, Pınar Seden (2011). "Erkek Hegemonyasının (Yeniden) Üretimi: Dergi Reklamlarında Hegemonik Erkekliğin Temsili", İlker Erdoğan (Ed.), *Medyada Hegemonik Erkeklik ve Temsilleri* (İstanbul: Kalkedon Yayınları): 297-324.
- Mosse, George L. (1996). *The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity*, (New York: Oxford University Press).
- Nagel, Joane (2013), "Erkeklik ve Milliyetçilik: Ulusun İnşasında Toplumsal Cinsiyet ve Cinsellik", Ayşe Gül Altınay (Der), *Vatan Millet Kadınlar* (İstanbul: İletişim Yayınları): 103-125.
- Najmabadi, Afsanef (2013), "Sevgili ve Ana Olarak Erotik Vatan: Sevmek, Sahiplenmek, Korumak", Ayşe Gül Altınay (Der), *Vatan Millet Kadınlar*, (İstanbul: İletişim Yayınları): 129-165.
- Niarchos, Catherine (1995), "Women, War, and Rape: Challenges Facing The International Tribunal for the Former Yugoslavia", *Human Rights Quarterly*, 17: 649-690.
- Onur, Hilal ve Berrin Koyuncu (2004), "Hegemonik Erkekliğin Görünmeyen Yüzü: Sosyalleşme Sürecinde Erkeklik Oluşumları ve Krizleri Üzerine Düşünceler", *Toplum ve Bilim*, 101: 31-49.
- Özgişi, Tunca (2013), "Bir Siyasi İmge Olarak Çocuk ve Savaşlar: I. Dünya Savaşı Örneği", *Electronic Turkish Studies*, 8 (11): 293-312.
- Paret, Peter, Beth I. Lewis ve Paul Paret (1992), *Persuasive Images: Posters of War and Revolution from the Hoover Institution Archives* (Princeton: Princeton University Press).
- Özcan, Ebru (2007), *Göstergebilimsel Açısından Reklam Dilinin Tüketim Toplumuna etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Parker, Andrew, Mary Russo, Doris Sommer ve Patricia Yaeger (1992), *Nationalisms and Sexualities*, (London: Routledge).
- Rıfat, Mehmet (2009), *Göstergebilimin ABC'si* (İstanbul: Say Yayınları).
- Robertson, Linda R. (2003), *The Dream of Civilized Warfare: World War I Flying Aces and the American Imagination* (Minneapolis: University of Minnesota Press).
- Sağol, Rubina (2013), "Militarizasyon, Ulus ve Toplumsal Cinsiyet: Şiddetli Çatışma Alanları Olarak Kadın Bedenleri", Ayşe Gül Altınay (Der), *Vatan Millet Kadınlar* (İstanbul: İletişim Yayınları): 129-165.
- Sankır, Hasan (2010), "Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Anlamlandırılış Biçiminin 'Kadın Sanatçı Kimliği'nin Oluşum Sürecine Etkileri", *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, Mart: 1-29, ([http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/hasan\\_sankir\\_1\\_1010.pdf](http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/hasan_sankir_1_1010.pdf), erişim 11.06.2014)
- Sancar, Serpil (2009), "Gücün İmgesi Kas Olursa: Erkekliğin Biyo-iktidar olarak Kuruluşu", *Arredamento Mimarlık Dergisi*, 11: 106-107.
- Sancar, Serpil (2009a), *Erkeklik: İmkânsız İktidar: Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler* (İstanbul: Metis Yayınları).
- Sancar, Serpil (2011), "Önsöz", Çiğdem Akgül (Ed.), *Militarizmin Cinsiyetçi Suretleri* (İstanbul: İletişim Yayınları): 9-14.

- Saussure, Ferdinand (1998), *Genel Dilbilim Dersleri* (İstanbul: Multilingual Yayınevi) (Çev. Berke Vardar).
- Schneider, Benjamin (2013), *The Only Road for an Englishman: Gender in British World War I Propaganda Posters*, [http://www.academia.edu/6375741/The\\_Only\\_Road\\_for\\_an\\_Englishman\\_Gender\\_in\\_British\\_World\\_War\\_I\\_Propaganda\\_Posters](http://www.academia.edu/6375741/The_Only_Road_for_an_Englishman_Gender_in_British_World_War_I_Propaganda_Posters), erişim 22.06.2014.
- Scheper-Hughes, Nancy (1998), "Maternal Thinking and The Politics of War". Lois Ann Lorentzen and Jennifer Turpin (Eds), *The Women and War Reader*, (New York: New York University Press): 227-233
- Shover, Michele J. (1975), "Roles and Images of Women in World War I Propaganda", *Politics & Society*, 5: 469-486.
- Şenel, Alaeddin (2009), *İnsanlık Tarihi: Kemirgenlerden Sömürgenlere* (Ankara: İmge Kitabevi).
- Şenel, Alaeddin (1998), *Siyasal Düşünceler Tarihi* (Ankara: Bilim ve Sanat Kitabevi).
- Stoller, Robert J. (1994). *Sex and gender: The Development of Masculinity and Femininity* (London: Karnac Books).
- Tamer, Aytül (2010), *Birinci Dünya Savaşı'nda İngiltere ve ABD'nin Osmanlı Devleti'ne Karşı Yürüttüğü Propaganda Faaliyetlerinin Amerikan ve İngiliz Basını Bağlamında İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Türkoğlu, Nurçay (2005), *Görü-Yorum* (İstanbul: Der Yayınları).
- Wilkinson, Kathryn (2010), *Semboller ve İşaretler* (İstanbul: Alfa Y.) (Çev. Seda Toksoy).
- Wilcox, L. (2010), "Gendering the Cult of the Offensive", Laura Sjoberg (Ed.), *Gender and International Security: Feminist Perspectives* (New York: Routledge): 61-82.
- Woollacott, Angela (1994), "Khaki Fever and Its Control: Gender, Class, Age and Sexual Morality on the British Homefront in the First World War", *Journal of Contemporary History*, 29: 325-347.
- Vance, Carole S. (1995), "Social Construction Theory and Sexuality", Maurice Berger, Brian Wallis and Simon Watson (Eds.), *Construction Masculinity*, (New York: Routledge): 37-48.
- Velioğlu, Perihan ve Kamerya Babadağ (1993), *Hemşirelik Tarihi ve Deontolojisi* (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları),
- Yuval-Davis, Nira and Anthias, Floya (1994), "Women and the Nation-State", J. Hutchinson and A.D. Smith (Eds), *Nationalism* (Oxford: Oxford: University Press): 312-16.