

# Gösteriden İdeolojiye: Zara Kampanyasında Estetikleştirilmiş Politik Anlatı

Rümeysa İspir

Yüksek Lisans Öğr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
rumeysaispirr00@gmail.com, ORCID ID: 0009-0009-7791-1834

## ÖZ

Bu çalışma, Zara markasının 2023 yılı “Atelier” kampanyasını Ferdinand de Saussure’ün göstergebilimsel yaklaşımı çerçevesinde analiz ederek moda reklamlarında estetik ile ideoloji arasındaki ilişkiyi sorgulamayı amaçlamaktadır. Araştırma, kampanya görsellerinde yer alan savaş, yıkım ve ölüm çağrışımlı imgelerin estetik bir anlatı içerisinde yeniden kurgulanarak politik anlamlarının nasıl görünmezleştirildiğini incelemektedir. Bu doğrultuda çalışma, gösteren ve gösterilen kavramları temel alınarak yürütülen nitel bir göstergebilimsel çözümleme yöntemine dayanmaktadır. Analiz kapsamında kampanyaya ait üç görsel detaylı biçimde incelenmiş; görsel kodlar, sembolik öğeler ve kompozisyonel düzenlemeler ideolojik bağlarıyla birlikte değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, kampanya görsellerinin estetik bir bütünlük içinde sunulmasına rağmen, arka planda politik şiddet ve çatışma gerçekliğine gönderme yaptığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, söz konusu görsellerin estetikleştirme yoluyla ideolojik içeriği nötrleştirdiği ve politik duyarsızlığı yeniden ürettiği tespit edilmiştir. Moda reklamlarının yalnızca estetik bir temsil alanı olmadığı; aynı zamanda ideolojik anlam üretimi ve kültürel kodların dolaşıma sokulduğu bir mecra olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergebilim, moda reklamları, ideoloji, Zara, estetikleştirme.

**Citation | Atıf:** İspir, R. (2026). Gösteriden İdeolojiye: Zara Kampanyasında Estetikleştirilmiş Politik Anlatı. *Epigraf: Sanat, Dil ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2026, 2(1), 71-85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19714792>

Received | Geliş Tarihi: 09.03.2026 | Revised | Revizyon Tarihi: 17.04.2026 | Accepted | Kabul Tarihi: 22.04.2026

© 2026 Epigraf. This article is published under a Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 license.

*Epigraf: Journal of Art, Language, and Culture Studies* | <https://epigrafdergi.com/>

## From Spectacle to Ideology: Aestheticized Political Narrative in Zara's Campaign

### ABSTRACT

This study examines the relationship between aesthetics and ideology in fashion advertising by analyzing Zara's 2023 "Atelier" campaign within the framework of Ferdinand de Saussure's semiotic approach. The research investigates how images evoking war, destruction, and death in the campaign visuals are reconstructed within an aesthetic narrative, thereby rendering their political meanings invisible. Accordingly, the study is grounded in a qualitative semiotic analysis of the concepts of signifier and signified. Within the scope of the analysis, three visuals from the campaign were examined in detail; visual codes, symbolic elements, and compositional arrangements were evaluated in relation to their ideological contexts. The findings reveal that although the campaign visuals are presented within an aesthetic unity, they implicitly refer to underlying realities of political violence and conflict. However, it was determined that through aestheticization, these visuals neutralize ideological content and reproduce political indifference. The study concludes that fashion advertising is not merely a field of aesthetic representation but also a medium through which ideological meanings are produced and cultural codes are circulated.

**Keywords:** Semiotics, fashion advertising, ideology, Zara, aestheticization.

### Giriş

Göstergebilim, yalnızca dilsel yapıların çözümlenmesiyle sınırlı kalmayan; aynı zamanda görsel, kültürel ve ideolojik anlam üretim süreçlerini inceleyen disiplinlerarası bir analiz alanı olarak modern sosyal bilimler içerisinde merkezi bir konuma sahiptir. Özellikle dijitalleşme ve görsel kültürün hâkimiyet kazandığı çağdaş iletişim ortamlarında, imgelerin anlamlandırılması ve bu imgeler aracılığıyla kurulan ideolojik yapıların çözümlenmesi, göstergebilimi vazgeçilmez bir yöntem haline getirmektedir. Görsel temsillerin yalnızca estetik birer nesne olmadığı; aynı zamanda belirli tarihsel, kültürel ve politik bağlamlar içerisinde anlam kazandığı dikkate alındığında, göstergebilimsel analiz, bu çok katmanlı yapıyı açığa çıkarmada güçlü bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu alanda kurucu isimlerden biri olan Ferdinand de Saussure, göstergeyi "gösteren" (signifier) ve "gösterilen" (signified) olmak üzere iki



temel bileşen üzerinden tanımlayarak anlamın doğrudan değil, toplumsal uzlaşmalar ve ilişkisel farklılıklar aracılığıyla üretildiğini ortaya koymuştur. Saussure'e göre dilsel göstergelerin nedensizliği, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkinin doğal değil, uzlaşmalı ve keyfi bir yapıya dayanmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum, anlamın sabit bir özden değil; kültürel, tarihsel ve ideolojik bağlamlar içerisinde kurulan ilişkilerden türediğini göstermektedir. Dolayısıyla, görsel metinlerin okunması sürecinde en belirleyici unsur, bu göstergelerin içinde üretildiği toplumsal bağlamdır. Göstergebilim bu yönüyle, imgelerin ardında yer alan ideolojik yapıların ve anlam katmanlarının açığa çıkarılmasını amaçlayan eleştirel bir okuma pratiği sunmaktadır.

Günümüzde görsel kültürün önemli bir bileşeni haline gelen moda reklamları, yalnızca estetik beğeniye hitap eden görseller üretmekle kalmayıp; aynı zamanda toplumsal değerleri, kimlikleri ve politik söylemleri yeniden üreten güçlü bir iletişim alanı olarak işlev görmektedir. Moda endüstrisi, görsel anlatı stratejileri aracılığıyla belirli yaşam tarzlarını, ideolojik kodları ve kültürel temsilleri dolaşıma sokarken, bu temsilleri çoğu zaman estetik bir yüzey altında yeniden kurgulamaktadır. Bu bağlamda, moda reklamlarının yalnızca ticari birer iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda ideolojik anlam üretim mekanizmaları olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma, moda sektörünün küresel ölçekte etkili aktörlerinden biri olan Zara markasının 2023 yılı "Atelier" kampanyasına ait görselleri inceleyerek, estetik ile ideoloji arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kampanya görsellerinde yer alan savaş, yıkım ve ölüm çağrışımlı imgelerin estetik bir anlatı içerisinde yeniden yapılandırılması, bu imgelerin taşıdığı politik anlamların nasıl dönüştürüldüğü ve görünmezleştirildiği sorusunu gündeme getirmektedir. Özellikle Filistin'de süregelen çatışma ve şiddet ortamına göndermede bulunduğu düşünülen bu görseller, estetikleştirme yoluyla politik gerçekliğin nasıl yeniden temsil edildiğini tartışmaya açmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, Saussure'ün göstergebilim kuramı temel alınarak yürütülen nitel bir çözümleme yaklaşımına dayanmaktadır. Araştırma kapsamında kampanyaya ait görseller, "gösteren" ve "gösterilen" düzeyleri üzerinden analiz edilmekte; görsel kodlar, sembolik öğeler ve kompozisyonel yapılar tarihsel, kültürel ve ideolojik bağlamlarıyla birlikte değerlendirilmektedir. Böylece, estetik yüzeyde nötr ve sanatsal bir anlatı sunuyor gibi görünen görsellerin, derin yapıda hangi politik ve ideolojik anlamları taşıdığı ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

### **Filistin-İsrail Çatışmasının Tarihsel ve Politik Bağlamı**

Filistin-İsrail çatışması, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Orta Doğu'nun siyasal, toplumsal ve jeopolitik yapısını derinden etkileyen ve bölgesel güç dengelerinin yeniden şekillenmesinde belirleyici rol oynayan uzun soluklu bir çatışma alanı olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu çatışmanın tarihsel kökenleri, 1948 Arap-İsrail Savaşı öncesine uzanmakla birlikte, modern anlamda kırılma noktası, İngiltere'nin



Filistin üzerindeki manda yönetiminin sona ermesinin ardından 14 Mayıs 1948 tarihinde İsrail Devleti'nin kurulmasının ilan edilmesiyle ortaya çıkmıştır (Kenar & Sehweil akt. Asirvatham, 2025, s. 32). Bu gelişme, yalnızca yeni bir devletin kuruluşu anlamına gelmemiş; aynı zamanda bölgedeki etnik, dini ve politik gerilimleri derinleştirerek uzun vadeli çatışma dinamiklerinin temelini oluşturmuştur.

İsrail Devleti'nin kuruluşuna Arap devletlerinin sert tepki göstermesiyle aynı yıl içerisinde I. Arap-İsrail Savaşı patlak vermiştir. Savaş, Arap devletlerinin askeri müdahalesine rağmen, İsrail'in Batılı aktörlerin desteğiyle üstünlük sağlamasıyla sonuçlanmıştır (Kişi, 2023, s. 266). Bu süreçte, Filistin topraklarının önemli bir kısmı İsrail kontrolüne geçmiş; çok sayıda Filistinli yerinden edilmiş ve bu durum, bölgedeki mülkiyet, kimlik ve egemenlik tartışmalarını derinleştirmiştir (Ekici, 2025, ss. 428-431). Dolayısıyla çatışma, yalnızca askeri bir mücadele olmanın ötesine geçerek, kolektif hafıza ve ulusal kimlik inşası süreçleriyle doğrudan ilişkili bir yapıya bürünmüştür.

1967 yılında gerçekleşen Altı Gün Savaşı, bölgedeki güç dengelerini köklü biçimde değiştiren bir diğer kritik dönüm noktasıdır. Bu savaş sonucunda İsrail'in toprak kazanımları artmış ve Filistin meselesi uluslararası siyasetin merkezinde daha görünür hale gelmiştir. Bu gelişmeler, Filistin ulusal kimliğinin siyasal düzlemde daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Nitekim işgal altında yaşayan Filistinliler açısından önemli bir kırılma noktası, Aralık 1987'de başlayan I. İntifada hareketi olmuştur. Bu halk ayaklanması, Filistin direnişinin kitlesel ve örgütlü bir biçimde görünürlük kazanmasını sağlamış ve uluslararası kamuoyunun dikkatini bölgeye çekmiştir.

Filistin ulusal kimliğinin kurumsallaşma süreci, 15 Kasım 1988 tarihinde Filistin Ulusal Konseyi'nin Cezayir'de bağımsız Filistin Devleti'nin kurulduğunu ilan etmesiyle yeni bir aşamaya geçmiştir. Bu gelişme, Filistin'in uluslararası alanda tanınma sürecini hızlandırmış; Türkiye'nin de bu devleti tanıyan ilk ülkeler arasında yer alması, diplomatik açıdan önemli bir adım olarak değerlendirilmiştir (Ekici, 2025, ss. 432-433). Bununla birlikte, 1993 yılında imzalanan Oslo Anlaşmaları, taraflar arasında barış sürecine yönelik umutları artırsa da, anlaşmaların kırılğan yapısı ve uygulama sorunları nedeniyle kalıcı bir çözüm üretilmemiştir.

Oslo sürecinin başarısızlığa uğramasının ardından, 2000 yılında başlayan II. İntifada, bölgedeki şiddet sarmalını yeniden derinleştirmiştir. Takip eden süreçte İsrail-Filistin çatışması, dönemsel ateşkeslere rağmen süreklilik arz eden bir kriz alanı olarak varlığını sürdürmüştür. 2007 yılında Gazze Şeridi'nin Hamas kontrolüne geçmesinin ardından İsrail tarafından uygulanan kara, hava ve deniz ablukası, bölgedeki insani krizi daha da ağırlaştırmıştır (Armutlu, 2025, s. 43). Bu durum, yalnızca askeri bir kuşatma değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal yaşamı doğrudan etkileyen çok boyutlu bir izolasyon sürecine işaret etmektedir.



Uluslararası düzeyde ise Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin çatışmaya yönelik çözüm üretme kapasitesi, büyük güçlerin politik pozisyonları nedeniyle sınırlı kalmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nin İsrail lehine kullandığı veto yetkisi, çatışmanın uluslararası hukuk çerçevesinde çözülmesini zorlaştıran temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Nitekim 2023 yılında Binyamin Netanyahu hükümeti döneminde Gazze'ye yönelik insani yardım ve geçici ateşkes çağrısı içeren tasarının veto edilmesi, uluslararası sistemin işleyişine yönelik eleştirileri yeniden gündeme getirmiştir (Armutlu, 2025, s. 44).

Filistin-İsrail çatışması, yalnızca iki taraf arasında süregelen bir siyasi ve askeri gerilim değil; aynı zamanda kimlik, egemenlik, temsil ve uluslararası güç ilişkileri bağlamında çok katmanlı bir kriz alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Bu çatışmanın tarihsel ve politik arka planı, günümüzde görsel kültür ve medya temsilleri içerisinde yeniden üretilmekte; özellikle moda, reklam ve sanat alanlarında estetikleştirilmiş anlatılar aracılığıyla farklı biçimlerde dolaşıma sokulmaktadır. Bu bağlamda, söz konusu tarihsel sürecin anlaşılması, çalışmanın analiz ettiği görsel temsillerin ideolojik arka planını çözümlmek açısından kritik bir önem taşımaktadır.

### **Ferdinand de Saussure'ün Göstergibilim Çerçevesinden "Atelier" Kampanyasının Analizi**

Bu çalışma, Zara markasının Aralık 2023 tarihinde yayımladığı "Atelier" kampanyasına ait görselleri, Ferdinand de Saussure'ün göstergibilim kuramı çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Kampanya görsellerinde yer alan estetik kompozisyonlar, savaş, yıkım ve ölüm çağrışımlı imgelerle birlikte değerlendirildiğinde, yalnızca bir moda anlatısı sunmakla kalmayıp aynı zamanda politik ve ideolojik anlamlar üreten çok katmanlı bir temsil alanı oluşturmaktadır. Özellikle Filistin'de süregelen çatışma ve şiddet ortamına gönderme yaptığı düşünülen bu görseller, estetikleştirme yoluyla politik gerçekliğin yeniden kurgulanması ve dönüştürülmesi açısından dikkat çekicidir. Bu bağlamda çalışma, söz konusu görsellerde yer alan göstergeleri ideolojik ve kültürel boyutlarıyla çözümlmeyi hedeflemektedir.

Göstergibilim, yalnızca dilsel anlamların incelenmesiyle sınırlı olmayan; aynı zamanda görsel, kültürel ve ideolojik yapıların analizine imkân tanıyan disiplinlerarası bir yöntemdir. Dilbilimsel yaklaşımları temel alarak nesnelere, imgelere ve anlatıları birer gösterge sistemi içerisinde değerlendiren bu alan, anlamın nasıl üretildiğini ve iletildiğini çözümlmeye odaklanmaktadır (Güneş, 2012, s. 33). Bu çerçevede göstergibilim, yalnızca sözcükler ve metinlerle değil; görseller, semboller ve söylemsel pratiklerle de ilgilenerek anlamın çok katmanlı yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır (Güneş akt. Coquet, 2012, s. 33).

Saussure'ün yapısalcı yaklaşımına göre gösterge, "gösteren" (signifier) ve "gösterilen" (signified) olmak üzere iki temel bileşenden oluşmaktadır. Gösteren, bir kavramın



işitsel ya da görsel biçimini temsil ederken; gösterilen, bu biçimin zihinsel karşılığını ifade etmektedir. Bu iki unsur arasındaki ilişki doğal değil, toplumsal uzlaşuya dayalıdır ve bu nedenle göstergeler keyfi bir yapı taşımaktadır (Tapu, 2024, s. 82). Anlam üretimi, göstergelerin tek başına varlığından değil; diğer göstergelerle kurduğu ilişkisel farklılıklar üzerinden gerçekleşmektedir. Saussure'ün bu yaklaşımı, görsel metinlerin yalnızca estetik yüzeyleri üzerinden değil, aynı zamanda tarihsel, kültürel ve ideolojik bağlamları içerisinde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Bu doğrultuda Zara'nın "Atelier" kampanyasına ait görseller, dilsel bir metin gibi ele alınarak çözümlenmektedir. Görsellerde yer alan kompozisyonlar, sembolik öğeler ve estetik düzenlemeler, yalnızca görsel bir beğeni nesnesi olarak değil; aynı zamanda belirli bir ideolojik söylemin taşıyıcısı olarak değerlendirilmektedir. Kampanya görsellerinde savaş, yıkım ve ölüm imgelerinin estetik bir form içerisinde yeniden sunulması, politik gerçekliğin doğrudan temsili yerine dolaylı ve simgesel bir anlatımın tercih edildiğini göstermektedir. Bu durum, yaşanan tarihsel ve toplumsal olayların estetik bir yüzey altında yeniden üretilerek tüketim nesnesine dönüştürülmesi şeklinde yorumlanabilir.

Görsellerin bu şekilde kurgulanması, yalnızca coğrafi bir çatışmanın temsiliyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda şiddet, acı ve yıkım gibi deneyimlerin estetikleştirilerek yeniden dolaşıma sokulmasına da işaret etmektedir. Bu bağlamda, Filistin'de yaşanan politik olayların kampanya görsellerinde soyut ve estetik bir biçimde yeniden yapılandırılması, söz konusu gerçekliğin görünürlüğünü dönüştürmekte ve ideolojik bir nötrleştirme süreci üretmektedir. Dolayısıyla estetik form, politik içeriğin üstünü örten bir araç haline gelmektedir.

### **Göstergenin Görsel Dili**

Saussure'ün göstergebilim kuramının merkezinde yer alan gösterge kavramı, anlam üretim süreçlerini açıklamada temel bir analitik araç sunmaktadır. Gösterge, kavram ile işitsel/görsel imgenin birleşiminden oluşan çift yönlü bir yapı olarak tanımlanmakta; bu yapı içerisinde anlam, toplumsal uzlaşılar ve kültürel kodlar aracılığıyla inşa edilmektedir (Sivas, 2012, s. 530). Gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki, Saussure'ün ifadesiyle ayrılmaz bir bütünlük arz etmekte ve bu iki unsur, bir madeni paranın iki yüzü gibi birlikte anlam üretmektedir (Saussure, 1971, s. 158).

Bu bağlamda görsel dil, modern iletişim biçimlerinin en güçlü araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Reklam afişleri, moda görselleri ve diğer görsel metinler, yalnızca estetik bir düzenleme sunmakla kalmayıp; aynı zamanda kültürel değerleri, ideolojik yönelimleri ve toplumsal anlamları taşıyan göstergeler olarak işlev görmektedir. Anlamın oluşumu, nesnel gerçekliğin doğrudan yansıtılmasıyla değil; toplumun ortak uzlaşıları ve yorumlama pratikleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu nedenle görsel metinlerin okunması, yalnızca yüzeydeki estetik unsurların değerlendirilmesini değil;



bu unsurların arkasında yer alan ideolojik ve kültürel yapıların çözümlemesini de gerektirmektedir.

Bu çalışma, Zara'nın "Atelier" kampanyasına ait görselleri Saussure'ün göstergebilimsel yaklaşımı çerçevesinde analiz ederek, moda reklamlarının estetik bir temsil alanı olmanın ötesinde ideolojik anlam üretim süreçlerine nasıl dahil olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle çalışma, görsel kültür ve moda iletişimi alanında estetik ile ideoloji arasındaki ilişkiye eleştirel bir perspektif sunmaktadır.

## Yöntem

Bu çalışmada, Zara markasının Aralık 2023 tarihli "Atelier" kampanyasına ait görseller, nitel araştırma desenleri içerisinde yer alan göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın kuramsal ve metodolojik temelini Ferdinand de Saussure'ün yapısalcı göstergebilim yaklaşımı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, görsel metinlerde anlamın nasıl üretildiğini ve bu anlamın hangi ideolojik bağlamlar içerisinde şekillendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırma kapsamında amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak kampanyaya ait üç görsel seçilmiştir. Bu görsellerin seçilmesinde, savaş, yıkım ve ölüm gibi güçlü sembolik çağrışımlar içermeleri ve estetik bir anlatı içerisinde politik göndermeler barındırmaları belirleyici olmuştur. Seçilen görseller, birer "görsel metin" olarak ele alınmış ve Saussure'ün gösterge kuramı çerçevesinde "gösteren" ve "gösterilen" düzeyleri üzerinden analiz edilmiştir.

Göstergebilimsel çözümleme sürecinde, her bir görsel öncelikle betimsel düzeyde incelenmiş; kompozisyon, renk kullanımı, figür yerleşimi ve nesne ilişkileri gibi görsel kodlar tespit edilmiştir. Ardından bu görsel unsurların işaret ettiği kavramsal anlamlar değerlendirilerek, göstergelerin oluşturduğu anlam katmanları çözümlenmiştir. Bu süreçte anlamın yalnızca görsel yüzey üzerinden değil, aynı zamanda tarihsel, kültürel ve ideolojik bağlamlar içerisinde üretildiği kabul edilmiştir. Saussure'ün yaklaşımı doğrultusunda, göstergeler arasındaki ilişkisel farklılıklar ve sistem içindeki konumları dikkate alınarak anlamın nasıl inşa edildiği analiz edilmiştir.

Çalışma, görsellerde yer alan estetik düzenlemelerin, savaş ve şiddet gibi politik içerikleri nasıl yeniden yapılandırıldığını ve bu içerikleri nasıl görünmezleştirdiğini incelemeye odaklanmaktadır. Bu bağlamda analiz, yalnızca estetik çözümleme ile sınırlı kalmayıp; aynı zamanda ideolojik anlam üretim süreçlerini de kapsamaktadır. Özellikle kampanya görsellerinde kadın figürünün merkezî konumda yer alması, bu figürün hem estetik hem de tarihsel temsiller üzerinden yüceltilmesi ve buna eşlik eden savaş, ölüm ve yıkım imgelerinin birlikte sunulması, politik duyarsızlığın estetik bir form içerisinde yeniden üretildiği bir yapı olarak değerlendirilmiştir.

başlarını kapsayan bir zaman kesitinde gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte tespit edilen veriler, dijital ekran görüntüleri aracılığıyla sabitlenerek arşivlenmiş; elde edilen bulgular özgünlüğüne sadık kalınarak betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir.

### **Bulgular ve Analiz**

Göstergebilimsel çözümlenmeye tabi tutulan ilk metin “Tabutun İçindeki Manken” olarak adlandırılan fotoğraftır. Zara markasının ‘Atelier’ (Aralık 2023) kampanyasına ait olan bu görsel metin, Tim Walker tarafından çekilmiş bir reklam fotoğrafıdır.



**Görsel 1.** Tabutun İçindeki Manken (Tim Walker)

**Fotoğrafın Genel Görüntü Anlatımı:** Değerlendirme yapılacak fotoğraf, Zara markasının “Atelier” kampanyası için çekilmiştir. Görselin orta noktasında bulunan ahşap dolap ve içerisinde markaya ait tasarım kıyafeti taşıyan manken görülmektedir. Yerde bulunan heykel birkaç yerinden bağlanmıştır. Beyaz ambalajla paketlenip yere serilmiş siyah heykel gövdesi ve heykelin bir elinin yukarıda olduğu da görülmektedir. Görselin sağ ve sol kenarlarında ise dolaba matkapla zincir sistemiyle müdahale eden figüran manken ile dolap kapağının arkasında beyaz eli



ve siyah tozlu ayakkabısı görülen manken bulunmaktadır. Mankenin arkasında ipe sallandırılmış duvar parçası ve dolabın üzerinden ipe bağlı moloz parçaları görülmektedir. Gösterilen düzeydeki unsurlar; savaş, medeniyetin çöküşü, savaşın ardından geriye kalan sessizlik ve ipe sallandırılan duvar parçalarının şekil olarak belirli bir coğrafyanın haritasına benzeme olarak okunabilir.

Bu görselde kullanılan devrilmiş sütun heykel, klasik Batı uygarlığını çağrıştırmaktadır. Yerde olması ve ambalajlanmış olması bir çöküş imgelerine gönderme yapmaktadır. Heykelin siyah olması ve sağ elinin havada olması, ikonik gösterge olarak bir medeniyetin yıkılışını düşündürmektedir. Reklam fotoğrafının orta noktasında ahşap dolap yer almaktadır. Fotoğrafın genel anlatım biçimine dahil edildiğinde dolap bir medeniyet olarak ifade edilebilir. Dolabın kapağında bulunan sembollerin incelendiğinde ise yağmur ve nem alabilir, kırılabilir ve açılabilir simgeleri görülmektedir. Ahşap dolabın medeniyet olarak okunmasıyla birlikte üzerinde bulunan işaret de o coğrafyaya istenildiği gibi girilip istila edilebileceği, yıkılabileceği ve her türlü deformasyona uygun olabileceği belirtilmektedir. Dolap içinde bulunan beyaz tenli ve sarı saçlı mankenin Batılı olduğu söylenebilmektedir. Mankenin üzerinde deri ve metal materyallerle işleme yapılması her türlü vahşetin, katliamın yapılabildiğini simgeleyebilmektedir. Siyah deri ceketin kalıbına bakıldığında ise Batı medeniyetinin askeri üniformasını anımsatmaktadır ve çöküş yaşayan medeniyetin Batı askerleri tarafından istila edildiği okunabilmektedir. Dolap kapağının yanında ve üzerinde görülen beyaz eller ve siyah tozlu ayakkabının sahibi kapağın arkasında durmaktadır. Bu da beyaz elleri ve beyaz kıyafetiyle temiz görünen Batı'nın siyah ve tozlu ayakkabısına bakıldığında aslında karanlık işlerle ilgilendiği ama temiz görünmeye çalıştığı söylenebilmektedir. Sürgülü merdivenin üzerinde bulunan mankenin elinde ise zincirli matkapla kaldıracı montelendiği görülmektedir. Kaldıracın ucunda ise ipe paketlenme formatında molozlar bağlıdır. Bu duvar parçaları da yıkılmış ve çökmüş medeniyeti ifade etmektedir. Dolabın arkasında ipe asılı paramparça duvar parçası da coğrafi konum olarak Filistin bölgesine benzemektedir. Özellikle dolabın arkasında ve ipe asılı şekilde olması Filistin topraklarının istila edildiği ve hükmünün verildiği anlamına gelecek okunabilmektedir.

Zara markasının "Atelier" kampanyası için hazırlanan ilk görsel, Batı medeniyetinin sömürgeci ve politik eylemlerini simgesel olarak göstermektedir. Filistin'de yaşanan soykırıma karşı, estetik ve modernizinin arkasında gizlenen kapitalist görsel kültürünün ideolojik manipülasyon aracı olarak okunabilmektedir. Göstergibilimsel çözümlenmeye tabi tutulan ikinci metin "Mankenin Omuzundaki Kenfenli Heykel" olarak adlandırılan fotoğraftır. Zara markasının 'Atelier' (Aralık 2023) kampanyasına ait olan bu görsel metin, Tim Walker tarafından çekilmiş bir reklam fotoğrafıdır.



Görsel 2. Mankenin Omuzundaki Kefenli Heykel (Tim Walker)

**Fotoğrafın Genel Görüntü Anlatımı:** Değerlendirme yapılacak fotoğraf, Zara markasının “Atelier” kampanyası için çekilmiş bir diğer görseldir. Fotoğrafın orta noktasında beyaz tenli manken görülmektedir. Tasarım olan siyah metal işlemeli deri ceketini üzerinde taşımaktadır. Mankenin omuzunda taşıdığı beyaz kumaşa sarılı cansız manken bulunmaktadır. Görselin arka planında bulunan ipe asılmış beyaz duvar parçası görülmektedir. Mankenin arkasında bulunan lahiti andıran tahta parçası vardır. Gösterilen düzeydeki görsel; ölüm, matem ve sessizlik gibi anlamları ifade edebilmektedir.

Metal süslemelerle işlenmiş siyah deri ceket giymiş beyaz tenli manken görülmektedir. Siyah deri ceket Batı askeri üniforması ve mankenin beyaz tonlarda yapılan makyajı ölümü ifade edebilmektedir. Beyaz kumaşa sarılmış cansız manken ise kefenlenmiş ölü insan olarak okunabilmektedir. Mankenin arkasında bulunan ahşap dolaba ise lahit denilebilir. Kefene sarılmış cansız bedeni kadın mankenin tek elinden destek olarak kolay bir şekilde omuzunda taşıması, Batı'nın güçlü olduğunu ve Filistin'i istila edebildiklerini gösterebilmektedir. Mankenin arkasında bulunan lahite benzeyen ahşap dolabın bulunması da gözler önünde yapılan soykırım sonucunda katledilen Filistinlilerin tabuta koyulduğu yani gömüldüğünü ifade etmektedir. İpe asılmış beyaz duvar parçası da Filistin bölgesinin haritasına benzemektedir. Soykırıma uğrayan medeniyetin yok edildiğini ifade eden asılma formatı, Batı'nın coğrafi konumu işgal ettiği yönünde okunabilmektedir.

Bu fotoğrafta Batı'nın güç temsili üzerinden Filistin'e düzenlediği sistematik şiddetinin simgesel ve modern olarak ifade edilme şekli görülmektedir. Estetik olarak düzenlenen görsel, ideolojik bir meşruiyet üretmektedir. Modern görsel kültürde ise normalleştirilen sömürgeci söylemleri görünür kılmaktadır.

Göstergebilimsel çözümlenmeye tabi tutulan üçüncü metin “Mankenlerin Hiyerarşik Pozu” olarak adlandırılan fotoğrafıdır. Zara markasının ‘Atelier’ (Aralık 2023) kampanyasına ait olan bu görsel metin, Tim Walker tarafından çekilmiş bir reklam fotoğrafıdır.



Görsel 3. Mankenlerin Hiyerarşik Pozu (Tim Walker)

**Fotoğrafın Genel Görüntü Anlatımı:** İnceleme yapılacak son görsel, Zara markasının “Atelier” kampanyası için çekilmiş fotoğrafıdır. Görselde en çok dikkat çeken kadın modeldir. Manken üzerinde siyah deri ceket, siyah deri çizme ve eldiven, inci kolye ve beyaz tonlarda makyaj taşımaktadır. Kadın modelin ayağının altında onu diğerlerinden üstte tutan beyaz bir materyal bulunmaktadır. Yanında Batı’nın dekoratiflerinden biri olan bahçe şelalesi ve erkek heykel vardır. Arkasında ise ipe asılı duvar parçaları sallanmaktadır. Zincire bağlı olarak asılı ahşap yapı ve içerisinde beyaz kumaşa sarılı heykel görülmektedir. Ahşap yapının önünde bulunan heykel köpek, beyaz bir poşetin içine sarılmıştır ve dolaba işlem yapan bir başka mankende görselde yer almaktadır. Fotoğrafın sol köşesinde bulunan erkek mankenin, gövdesi ikiye ayrılmış kadın heykelini birleştirmeye çalıştığı görülmektedir. Önünde ise toz içinde kalmış Anadolu’ya ait motifle dokunmuş halı yer almaktadır. Arkasında ise demir yapıya benzeyen kaldıraç vardır. Buna bağlı olan moloz, ahşap yapı ipe bağlı duvar parçaları görülmektedir. Değerlendirilecek olan bu dekoratifler arasında sadece estetik görünen markaya ait ürünü taşıyan kadın mankendir.

Fotoğrafın sol köşesinde yer alan erkek mankenin, kadın heykelinin ortadan ikiye ayrılmış gövdesini birleştirmeye çalışması, işgal edilen coğrafyadaki kadınların bedenleri soykırım yapan erkekler tarafından yeniden şekillendirildiğini anlamını

ifade etmektedir. Yerde bulunan Anadolu yöresine ait motifle dokunmuş halının üzerinin toz ve pislik içinde olması, Filistin topraklarının işgal edildiğini görülmektedir. Lahitin önünde bulunan poşete sarılı köpek ise bu coğrafyanın artık güvenliğinin ele geçirildiğini ifade etmektedir. Tabutu andıran ahşap yapının içerisindeki kefene sarılmış şekilde bulunan siyah heykelle Filistin halkının katledildiğini açık bir şekilde sunmaktadır. Lahitin yanında ipe asılı olan Filistin haritası, incelenen diğer iki görselden ziyade daha açık bir şekilde görülmektedir. Görselin en arkasında bulunan demir kaldıraça bağlı olan moloz, tabut ve Filistin haritası, bu medeniyetin tamamen kontrol altına alınarak yok edildiğini açık bir şekilde göstermektedir. Fotoğrafın sağ köşesinde yer alan Batı askerinin heykeli ve Batı'nın geleneksel su havuzu süsünün bulunması da o coğrafyaya ait kültürün ve medeniyetin Filistin topraklarına yerleştiği söylenebilmektedir. Zara markasının tasarımı olan, tamamı deriden yapılmış ürünleri taşıyan mankenin ayağının altındaki moloz parçasıyla üst konumda bulunması, Batı medeniyetinin üstünlük kurduğu anlamına gelmektedir. Mankenin üzerindeki vatkalı ceketin yapısı askeri konumdaki bireylerin giymiş olduğu cekete benzemektedir ve diğer görselden ziyade temiz çizimlerin olması da artık kirlenmesine sebep olacak hiçbir şeyin kalmadığını ifade etmektedir. Siyah deri temiz eldivenler ise elleriyle Filistin halkını katliam ettiklerini fakat bunu gizlediklerini göstermektedir.

Filistin bağlamında incelenen bu imge, savaş sonrasında yıkılan medeniyeti estetik olarak göstermektedir. Ancak bu görsel, yaşanan trajediyi temel anlamda göstermek yerine simgesel bir dekor olarak ifade edilmektedir. Filistin medeniyetinde yaşanan yıkımın politik bir şekilde sunulmamış, yerini daha süslü ve gösterişli bir görsel dile bırakmıştır.

## Sonuç

Bu çalışma, Zara markasının 2023 yılı "Atelier" kampanyasına ait seçilmiş görselleri Ferdinand de Saussure'ün göstergibilimsel yaklaşımı çerçevesinde analiz ederek, moda reklamlarının yalnızca estetik bir temsil alanı olmadığını; aynı zamanda ideolojik ve politik anlamların üretildiği çok katmanlı bir iletişim mecrası olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır.

Saussure'ün gösteren ve gösterilen kavramları temelinde gerçekleştirilen çözümleme, kampanya görsellerinin güçlü ve evrensel semboller aracılığıyla çok katmanlı bir anlam üretim sürecine sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda görsellerin, yalnızca estetik birer tasarım unsuru olarak değil; aynı zamanda alımlayıcıya belirli düşünsel ve duygusal içerikler sunan göstergeler bütünü olarak işlev gördüğü anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, anlamın sabit ve tekil olmadığı; aksine alımlayıcının kültürel, tarihsel ve ideolojik konumuna bağlı olarak farklı biçimlerde yeniden

üretildiği görülmektedir. Bu durum, görsel metinlerin çoğul anlam yapısını ve yorumlanabilirliğini ortaya koymaktadır.

Analiz edilen üç görselde, savaş, yıkım ve ölüm gibi güçlü politik çağrışımlar taşıyan göstergelerin estetik bir kompozisyon içerisinde yeniden yapılandırıldığı tespit edilmiştir. Bu estetikleştirme süreci, söz konusu imgelerin tarihsel ve politik bağlamlarından kopararak görsel bir yüzeyde nötrleştirilmesine yol açmaktadır. Nitekim moloz parçaları, kefene sarılı bedenler, askeri üniformayı çağrıştıran kıyafetler ve tabut imgeleri gibi unsurlar, estetik bir anlatının parçası haline getirilerek ideolojik içeriklerinin görünürlüğüne zayıflatılmaktadır. Bu durum, politik şiddet ve çatışma gerçekliğinin dolaylı ve simgesel bir biçimde yeniden temsil edilmesi anlamına gelmektedir.

Elde edilen bulgular, Filistin bağlamında değerlendirilebilecek savaş ve şiddet imgelerinin, moda estetiği içerisinde yeniden üretilerek tüketim kültürüne eklenildiğini göstermektedir. Bu süreçte, tarihsel ve toplumsal bir gerçeklik olarak var olan şiddetin, görsel bir anlatı aracılığıyla dönüştürülerek estetik bir nesneye indirgenmesi söz konusudur. Dolayısıyla kampanya görselleri, yalnızca bir moda anlatısı sunmakla kalmamakta; aynı zamanda ideolojik anlamların yeniden üretildiği ve politik duyarsızlığın estetik bir form içerisinde dolaşıma sokulduğu bir temsil alanı oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, moda reklamlarının günümüz görsel kültürü içerisinde yalnızca ticari bir iletişim aracı olarak değerlendirilmesinin yetersiz olduğu görülmektedir. Bu çalışma, moda endüstrisinin estetik üretim süreçleri aracılığıyla ideolojik söylemleri yeniden yapılandırıldığını ve kültürel anlamları dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Zara'nın "Atelier" kampanyası, estetik ile ideoloji arasındaki ilişkinin somut bir örneği olarak değerlendirilebilir. Elde edilen bulgular, görsel kültür ve moda iletişimi alanında estetik söylemin ideolojik işlevini görünür kılması bakımından literatüre katkı sunmaktadır.

### **Finansal Destek / Financial Support**

This research did not receive any financial support.  
Bu çalışma herhangi bir finansal destek almamıştır.

### **Kaynakça**

Aytaş, M., & Koca, S., & Ulutaş, S. (2023). Gerilimin zaman-imge bağlamında varoluşu: Her şeyi bitirmeyi düşünüyorum. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (64), 71-98.

Aytaş, M., & Demir, Y. (2024). Sergei Parajanov sineması ve kültürel ikonografi: Narın rengi (1969) filminin göstergebilimsel analizi. *Tykhie Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(16), 159-180.

- Barut, E., & Odacıoğlu, M. C. (2017). Anlambilim teorilerindeki temel ve yan anlam kavramları ve anlambilim-çeviribilim ilişkisi. *Tarih Okulu Dergisi*, 11(33), 927-943. <https://doi.org/10.14225/Ioh1006>
- Bircan, U. (2015). Saussure’de dil, dilbilim ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, (13), 43-66.
- Civelek, M., & Türkay, O. (2020). Göstergebilimin kuramsal açıdan incelenmesine yönelik bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3), 771-787.
- Çağlar, B. (2012). Bir iletişim biçimi olarak göstergebilim. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 22-34.
- Danış, E., Karataş, M., Güven, A., Nazlı, H., & Kahraman, H. (2023). Cereyan filminin göstergebilimsel çözümlemesi. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 10(5), 1655-1669.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları. (Orijinal eser 1982’de yayımlanmıştır)
- Güneş, A. (2012). Çağdaş bir çözümleme yöntemi: Göstergebilim. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(5), 32-43.
- Güneş, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *NWSA Humanities*, 8(4), 332-348.
- Kanlıoğlu, A., & Aytas, M. (2016). Sıradan objeleri yeniden yorumlamak: Chema Madoz fotoğraflarının eleştirel perspektiften göstergebilimsel analizi. *Selçuk İletişim*, 9(2), 225-241.
- Özmkas, U. (2010). *Peirce, Saussure ve Derrida’da gösterge kavramı* (Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi).
- Özgür, A. (2006). Göstergebilim. [http://www.ahmetozgur.com/akademik/gostergebilim\\_2006.pdf](http://www.ahmetozgur.com/akademik/gostergebilim_2006.pdf)
- Saussure, F. de. (1971). *Genel dilbilim dersi* (Bally & Sechehaye, Ed.; Çev.).
- Sivas, A. (2012). Göstergebilim ve sinema ilişkisi üzerine bir deneme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 527-538.
- Ünal, M. F. (2016). Göstergebilimin serüveni. *Mütefekkir Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 379-398.
- Yakar Tapu, G. (2024). Yeşil aklama kapsamında yasaklanan reklam afişlerinin göstergebilimsel analizi. *Online Journal of Art and Design*, 12(3), 78-94.
- Zara. (2023, Aralık 11). *Atelier* [Reklam fotoğrafı]. <https://images.app.goo.gl/BSwdpTcQwcu67r459>
- Zara. (2023, Aralık 11). *Atelier* [Reklam fotoğrafı]. <https://images.app.goo.gl/b7RsgweZ87xmzBxr8>
- Zara. (2023, Aralık 11). *Atelier* [Reklam fotoğrafı]. <https://images.app.goo.gl/8jCKYg8NzyhT4BWaA>
- Zariç, M. (2014). Göstergebilim ve yapıbozumdan postmodernist yapısal eleştiriye. *Turkish Studies*, 9(12), 751-767.

