

**T.C.**  
**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**I. VE II. DÜNYA SAVAŞI PROPAGANDA AFİŞLERİNDE**  
**KULLANILAN İLLÜSTRASYON KAVRAMI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Seçil ERDEN**

**Grafik Tasarımı Anasanat Dalı**  
**Grafik Tasarımı Programı**

**EKİM, 2023**



**T.C.**  
**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**I. VE II. DÜNYA SAVAŞI PROPAGANDA AFİŞLERİNDE**  
**KULLANILAN İLLÜSTRASYON KAVRAMI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Seçil ERDEN**  
**(Y2112.310001)**

**Grafik Tasarımı Anasanat Dalı**  
**Grafik Tasarımı Programı**

**Tez Danışmanı: Prof. Mehmet Reşat BAŞAR**

**EKİM, 2023**



# ONAY FORMU





## ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum "I. ve II. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kullanılan İllüstrasyon Kavramı" adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça 'da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.  
(18/10/2023)

Seçil ERDEN



## ÖNSÖZ

Grafik tasarım, görsel estetik kaygısı taşıyan bir iletişim aracı olarak çevremizdeki varlığını sürdürür. Afiş sanatı ise grafik tasarımın etkinliğini arttırmak ve hedef kitleyle iletişimi kolaylaştırmak için kritik bir araç olarak öne çıkar. Afiş sanatı, kullanım amacına bağlı olarak farklı şekillerde ifade bulabilir; reklam, kültür, tanıtım gibi alanlarda halkı bilgilendirmek amacıyla kullanılabilirdiği gibi, propaganda kavramı altında eserler vererek halkın düşüncelerini, ideolojilerini ve tutumlarını şekillendirmek için savaş dönemlerinde sıkça başvurulan bir yöntem olmuştur. Bu çalışmanın amacı, I. ve II. Dünya Savaşları sırasında kullanılan propaganda afişlerinin illüstrasyonlarına odaklanarak, bu dönemlerdeki görsel iletişimin gücünü ve etkisini incelemektir. Aynı zamanda, tarihsel bir perspektiften propaganda afişlerinin nasıl kullanıldığını ve görsel dilin insanların duygusal tepkilerini nasıl etkileyebileceğini anlamak için bir fırsat sunmaktadır. İllüstrasyonların görsel unsurları, sembolizmi ve mesajları incelenerek, dönemin politik, sosyal ve kültürel bağlamı da aydınlatılmayı hedeflemektedir. Bu araştırma, farklı ülkelerin propaganda afişlerini ele alarak, savaş dönemlerindeki ideolojik mesajların görsel sanatın gücüyle nasıl iletmeye çalışıldığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Her bir afişin arkasındaki hikaye, tasarımcıların niyetleri ve toplum üzerindeki etkileri, kaynaklar ve uzman görüşleri kullanılarak açığa çıkarılacaktır. Bu çalışmanın amacı, okuyucuyu sadece görsel eserler olarak değil, aynı zamanda tarihsel, politik ve sosyal belgeler olarak propaganda afişlerinin illüstrasyonlarıyla tanıştırmaktır. Bu çalışma, görsel kültürümüzü anlamak, geçmişi ve dünyayı daha kapsamlı bir şekilde kavramak için bir yol haritası sunmayı hedefleyerek kaleme alınmıştır.

Projemin planlanması, araştırılması ve oluşturulmasında gösterdiği sabır ve destek için değerli hocam Prof. Mehmet Reşat BAŞAR'a içten teşekkürlerimi sunarım. Bu zorlu tez sürecinde yanımda olan ve her zaman desteğini hissettiğim sevgili babam Hasan ERDEN ve sevgili annem Nurten ERDEN'e derin

teşekkürlerimi iletmek isterim. Motivasyonum düşük olduğunda yanımda olan sevgili arkadaşlarıma ve üzgün olduğum anlarda moral kaynağım olan kedi ve köpek dostlarıma da teşekkür borçluyum.

Ekim, 2023

Seçil ERDEN



# I. VE II. DÜNYA SAVAŞI PROPAGANDA AFİŞLERİNDE KULLANILAN İLLÜSTRASYON KAVRAMI

## ÖZET

Propaganda kavramı çok eski çağlardan beri süregelen bir ikna ve manipülasyon tekniğidir. Kullanım amacına göre şekil alan geniş bir yelpazesi vardır. Kimi zaman ideolojileri benimsetmek ve düşünceleri empoze etmek için kullanılmışsa da kimi zaman da kandırma, bilgiyi manipüle ederek topluma dikte etmek için kullanılmıştır. Savaş dönemlerinde topluma doğrudan propagandayı yayabilmek için ise afiş sanatına çokça başvurulmuştur çünkü afiş sanatı toplum ile görsel bir iletişim kaynağıdır ve düşünceleri yaymak için çok etkilidir. Görsel illüstrasyonlar, okuma yazma bilmeseler bile toplumla iletişime geçebilme becerisine sahip en güçlü silahtır.

I. ve II. Dünya savaşlarında yapılmış propaganda afişlerinde genellikle savaşın olumsuz tarafı gösterilmemiştir. Bunun sebebi halkı motive etmek ve olumsuz şartları lehine çeviren bir tutumu benimsemektir. Bu çalışmanın konusu, erkekleri savaşa çağıran, kadınların da savaşa ve savaşın yaratmış olduğu ekonomik krize katkı sağlamalarını amaçlayan, düşmanları şeytanlaştırıp halka algı manipülasyonu yaptıran ya da casusluk yapanları aleni şekilde tehdit eden afişlerin görsel öğelerini, sembollerini ve stilistik özelliklerini analiz ederek, bu afişlerin nasıl bir etki yarattığını ve iletişim amaçlarına nasıl hizmet ettiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Propaganda afişleri, 1. Dünya Savaşı Afişleri, 2. Dünya Savaşı Afişleri, İllüstrasyon, Grafik Tasarım



# **THE CONCEPT OF ILLUSTRATION USED IN WORLD WAR I. AND II. PROPAGANDA POSTERS**

## **ABSTRACT**

The concept of propaganda has been a persuasive and manipulative technique dating back to ancient times. It encompasses a broad spectrum shaped by its intended use. While it has been employed at times to instill ideologies and impose thoughts, it has also been used for deception, manipulating information to dictate to society. During wartime, posters were frequently utilized to directly disseminate propaganda to the public, as poster art serves as a visual communication tool with society and is highly effective in spreading ideas. Visual illustrations, even for those who may not be literate, are the most powerful means of communicating with the community.

In propaganda posters created during World War I and II, the negative aspects of the wars were generally not depicted. This was done to motivate the public and adopt an attitude that turns adverse conditions in their favor. The focus of this study is to analyze the visual elements, symbols, and stylistic features of posters that call men to war, encourage women to contribute to the war and the resulting economic crisis, demonize enemies and openly threaten those engaged in espionage. By doing so, the study aims to reveal how these posters create an impact and serve their communication purposes.

**Keywords:** Propaganda Posters, World War I Posters, World War II Posters, Illustration, Graphic Design



# İÇİNDEKİLER

## Sayfa

ONUR SÖZÜ .....	i
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vii
İÇİNDEKİLER .....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
<b>I. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>II. GRAFİK TASARIMDA AFİŞ.....</b>	<b>5</b>
A. Afişin Tanımı ve Tarihçesi .....	5
1. Afiş Türleri.....	8
2. Afiş Tasarımında İllüstrasyon.....	9
3. Propaganda Afişlerinin Toplumsal Hayata Etkisi.....	12
a. Mobilizasyon ve Propaganda.....	13
b. Düşman Algısı .....	13
c. Duygusal Etki .....	14
d. Toplumsal Değişim .....	14
e. İdeolojik Etki .....	14
i. Görsel dil ve semiyotik .....	14
ii. Kültürel ve sosyal bağlam .....	15
4. Afiş Sanatında Görsel Odaklama Unsurları.....	15
a. Görsel Etki.....	15

b. Kompozisyon .....	16
c. Tipografi .....	16
d. Görsellik .....	17
e. Konsept ve Yaratıcılık .....	17
<b>III. PROPAGANDA .....</b>	<b>21</b>
A. Propaganda Kavramı.....	21
1. Propaganda Tanımı .....	21
2. Propaganda Araçları.....	22
3. Propaganda Türleri.....	23
a. Beyaz Propaganda .....	24
b. Gri Propaganda .....	25
c. Kara Propaganda.....	26
4. Propaganda: Sanat, Savaş ve İletişim Arasındaki Etkileşim.....	26
B. Savaş ve Propaganda .....	26
C. İletişim ve Propaganda.....	28
D. Sanat ve Propaganda.....	29
1. Propaganda Algı Yönetimi.....	30
E. Propaganda Algı Yönetimi Örnekleri .....	32
F. Propaganda Afişlerinin Toplum Hayatına Etkisi.....	38
1. Tarihteki İlk Propaganda Afişleri .....	39
<b>IV. I. VE II. DÜNYA SAVAŞLARI .....</b>	<b>43</b>
A. I. Dünya Savaşına Genel Bakış.....	43
B. II. Dünya Savaşına Genel Bakış .....	45
<b>V. PROPAGANDA AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ.....</b>	<b>47</b>
A. Afiş Analizleri.....	47
1. Kadınlara Yönelik Propaganda Afişleri .....	47

2. Nazi Almanyası Propaganda Afişleri.....	60
3. Amerika'nın Uncle Sam'i (Sam Amca).....	67
4. Sovyet Rusya Propaganda Afişleri .....	75
B. I. Ve II. Dünya Savaşı Afişlerine Genel Bakış.....	85
<b>VI. SONUÇ.....</b>	<b>115</b>
<b>VII.KAYNAKÇA .....</b>	<b>117</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>127</b>





## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 1.	“Théâtre de l’Opéra, Carnaval” Jules Chéret, 1892 .....	10
Şekil 2.	“Ambassadeurs: Aristide Bruant” Henri de Toulouse-Lautrec, 1892 ...	11
Şekil 3.	“F. Champenois Imprimeur-Éditeur” Alphonse Mucha, 1897.....	11
Şekil 4.	"Hope" Shepard Fairey, 2008.....	18
Şekil 5.	” Let's Catch Him With His "Panzers" Down!” U.S. Government Printing Office, 1942-43 .....	32
Şekil 6.	“Your Bit Can Help Drive Him Mad!” 1942 .....	34
Şekil 7.	“Keep this Horror From Your Home.” Office for Emergency Management, 1942-45.....	35
Şekil 8.	“Stop Him and The Job’s Done” U.S. Government Printing Office, 1944.....	36
Şekil 9.	“This man is your friend: Chinese: he fights for freedom.” 1942 .....	37
Şekil 10.	“The M-1 does my talking! with your cartridges” Jes Wilhelm Schlaikjer, 1897.....	38
Şekil 11.	“ J. Paul Marat” 1793 .....	40
Şekil 12.	“Labour isn’t working.” 1998.....	41
Şekil 13.	"We Can Do It!", J. Howard Miller, 1943 .....	48
Şekil 14.	“Keep Calm and Carry On” 1939.....	49
Şekil 15.	“Worker and peasant women, all should go to the polls!” N. Valerianov, 1925 .....	50
Şekil 16.	“The Emancipated Woman is Building Socialism” Adolf Strakhov, 1926.....	51
Şekil 17.	“Housework is slavery, Give yourself a new life!” 1931.....	52

Şekil 18.	: “Motherland is Calling!” Irakli Toidze, 1941 .....	53
Şekil 19.	“It’s a Tradition With Us, Mister!” J. Howard Miller, 1942-43.....	54
Şekil 20.	“Women Work For Victory!” 1943.....	56
Şekil 21.	“Join The Women’s Land Army” England, 1941 .....	57
Şekil 22.	“Join The Women’s Land Army” Australia, 1943 .....	58
Şekil 23.	“The Frenchwoman In War Time Georges Emile Capon, 1917.....	59
Şekil 24.	“Ein Volk, ein Reich, ein Führer!” Heinrich Knirr, 1938 .....	61
Şekil 25.	“Mr. Hitler Wants To Know!” 1939-1945 .....	63
Şekil 26.	“Der ist Schuld am Kriege!” Hans Schweitzer, 1943 .....	64
Şekil 27.	“A Jew In New York” Gino Boccasile, 1943.....	65
Şekil 28.	“Youth serves the Fuhrer! All ten-year olds into the Hitler Youth!” 193566	
Şekil 29.	“I Want You For U.S. Army”, 1942.....	68
Şekil 30.	“Defend American Freedom : It's Everybody's Job” McClelland Barclay, 1942.....	70
Şekil 31.	“I’m Counting On You.” Leon Helguera, 1943 .....	71
Şekil 32.	“Defend Your Country” Tom B. Woodburn, 1943 .....	73
Şekil 33.	“We salute the Chinese Republic on her Birthday October 10th” United China Relief , 1941 .....	74
Şekil 34.	“Christmas with poem by N. Gorlov below” Dmitrii Moor, 1921 .....	76
Şekil 35.	“Did You Volunteer?” Dmitrii Moor, 1920 .....	77
Şekil 36.	“Beat the Whites with the Red Wedge” El Lissitzky, 1919 .....	78
Şekil 37.	“Books (Please)” Alexander Rodchenko, 1924.....	79
Şekil 38.	“Anti Imperialist Exhibition” Gustav Klutssis, 1931 .....	80
Şekil 39.	“Oppressed Peoples of the Whole World” Gustav Klutssis, 1924.....	82
Şekil 40.	“The Development of Transportation, The Five-Year Plan” Gustav Klutssis, 1929.....	83
Şekil 41.	“Long Live the World October!” Gustav Klutssis, 1933 .....	84

Şekil 42.	“Someone talked!” Frederick Siebel, 1942 .....	86
Şekil 43.	“This is the enemy.” - United States. Office of War Information. 1943.	87
Şekil 44.	"This is the Enemy" Karl Koehler and Victor Ancona, 1943 .....	89
Şekil 45.	“Less Dangerous than Careless Talk” Albert Dorne, 1944.....	90
Şekil 46.	“ Ours, To Fight for Freedom From Fear” Norman Rockwell, 1943....	91
Şekil 47.	“Take Care! “ United States. War Production Board, 1942 .....	93
Şekil 48.	“Wake Up America!” James Montgomery Flagg, 1917 .....	94
Şekil 49.	“Enlisted for Duration of The War.” R.G. Prail, 1915.....	96
Şekil 50.	“Keep 'em rolling!” Leo Lionni. 1941.....	97
Şekil 51.	“U.S. Army: Guardian Of The Colors” Tom B. Woodburn, 1940.....	98
Şekil 52.	“Soldiers Life.” Tom B. Woodburn, 1941 .....	100
Şekil 53.	“Sacrifice the Privilege of Free Men” Nikol Schattenstein, 1940.....	101
Şekil 54.	“Don’t Let That Shadow Touch Them.” Lawrence Beall Smith, 1942	103
Şekil 55.	“Don’t Get Hurt” Victor Keppler, 1943.....	104
Şekil 56.	“This Is Our War.” WAAC, 1942 .....	105
Şekil 57.	“The Greatest Mother in the World.” Alonzo Earl Foringer, 1918.....	107
Şekil 58.	“Over The Top For You.” Sidney H. Riesenberg, 1918 .....	108
Şekil 59.	“Share in the Victory” Haskell Coffin, 1918.....	109
Şekil 60.	“Help Him Win By Saving and Serving” 1918.....	110
Şekil 61.	“Boys & Girls!” You Can Help Your Uncle Sam Win the War," James Montgomery Flagg, 1917 .....	111
Şekil 62.	"Join Women's Land Army of the U.S. Crop Corps," Hubert Morley, 1943 .....	112
Şekil 63.	"Food is a Weapon: Don't Waste It" U.S. Office of War Information, 1943.....	113
Şekil 64.	“Your Country Needs You“ Alfred Leete, 1914 .....	114



## I. GİRİŞ

Bu çalışma, propaganda afişlerinin illüstrasyonlarının I. ve II. Dünya Savaşları dönemlerinde nasıl kullanıldığına odaklanmaktadır. Afişlerin illüstrasyonları, savaş dönemlerinin görsel iletişim gücünü anlamamıza ve o dönemin ideolojik mesajlarının nasıl görsel sanat yoluyla aktarıldığının analiz edilmesine yardımcı olmaktadır. Bu çalışma, görsel kültürün anlaşılmasına katkıda bulunmanın yanı sıra propaganda tekniklerinin etkilerini değerlendirmek açısından da önemli bir kaynak sunmaktadır. Bu tezin amacı, farklı ülkelerin propaganda afişlerinde kullanılan illüstrasyonları inceleyerek, görsel dilin insanların duygusal tepkilerini nasıl etkileyebileceğini ve propaganda afişlerinin toplum üzerindeki etkisini araştırmaktır. Aynı zamanda, bu çalışma dönemin politik, sosyal ve kültürel bağlamını ele alarak, propaganda afişlerinin tasarımcılarının niyetlerini ve mesajlarını anlamamıza yardımcı olur.

Bu araştırma, görsel ve semiyotik analiz yöntemlerini kullanarak propaganda afişlerinin illüstrasyonlarını ayrıntılı bir şekilde incelemektedir. Uzman görüşleri ve kaynaklara dayanarak, her bir afişin tasarım öğeleri, sembolleri ve taşıdığı mesajlar detaylı bir şekilde analiz edilirken, aynı zamanda o dönemin politik, sosyal ve kültürel arka planı da göz önünde bulundurulur. Bu analitik yaklaşım, propaganda afişlerinin görsel ve anlamsal yönlerini anlamamıza ve o dönemdeki ideolojik etkileri daha iyi kavramamıza yardımcı olur.

Bu giriş bölümünün ardından, çalışma dört ana bölüme ayrılmıştır: İlk bölümde, afiş tarihi ve illüstrasyon kavramı geniş bir perspektifte ele alınmaktadır. İkinci bölümde, propaganda kavramı ve teknikleri ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır. Üçüncü bölümde, I. ve II. Dünya Savaşlarına genel bir bakış sunularak, propaganda faaliyetlerinin bu dönemlerdeki rolü anlatılmaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise savaş dönemi propaganda afişlerinin illüstrasyonlarına odaklanılmakta ve farklı ülkelerin propaganda afişlerinden örneklerle incelenmektedir. Bu çalışma, savaş dönemlerinin görsel ifadesini

anlamamıza ve propaganda afişlerinin toplumsal etkilerini anlamlandırmamıza önemli bir katkı sunmaktadır.

İlk bölümde, afiş tarihi ve illüstrasyon kavramı geniş bir perspektifte ele alınmaktadır. Afişlerin görsel iletişimdeki yerine odaklanılırken, illüstrasyonların nasıl güçlü bir görsel araç haline geldiği detaylı bir şekilde incelenmektedir. Bu inceleme, illüstrasyonların afişlerin etkili bir propaganda aracı olma yolundaki rolünü aydınlatmayı amaçlamaktadır.

Propaganda afişlerinin illüstrasyonlarının I. ve II. Dünya Savaşları dönemlerinde nasıl kullanıldığına odaklanmaktadır. Afişlerin illüstrasyonları, savaş dönemlerinin görsel iletişim gücünü anlamamıza ve o dönemin ideolojik mesajlarının nasıl görsel sanat yoluyla aktarıldığının analiz edilmesine yardımcı olmaktadır. Bu bölüm, görsel kültürün anlaşılmasına katkıda bulunmanın yanı sıra propaganda tekniklerinin görsel etkilerini değerlendirmek açısından da önemli bir kaynak sunmaktadır.

Afiş tasarımında illüstrasyonun rolü ve önemi bu bölümde detaylı olarak ele alınmaktadır. İllüstrasyonların afişlerdeki anlam taşıma potansiyeli, tasarımın temel unsurlarından biri olarak açıklanmaktadır. Propaganda afişlerinin toplumsal hayata etkisi, mobilizasyonun nasıl sağlandığı, düşman algısının nasıl şekillendiği, duygusal etkinin nasıl oluşturulduğu ve toplumsal değişim üzerindeki rolü gibi konular ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır.

Afiş tasarımında görsel etkinin nasıl sağlandığı, kompozisyonun nasıl düzenlendiği, tipografinin nasıl kullanıldığı ve konseptin nasıl yaratıcılığa dönüştüğü bu bölümde detaylı şekilde anlatılmaktadır. Görsel odaklama unsurlarıyla afişlerin izleyici üzerindeki etkisi de incelenmektedir. Türk propagandasının tarih boyunca nasıl bir afiş kültürü oluşturduğu incelenmekte ve Türk propaganda afişlerinin örnekleri üzerinden illüstrasyonların nasıl kullanıldığı ve hangi mesajların iletmeye çalışıldığı analiz edilmektedir.

İkinci bölümde propaganda kavramı ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır. Propagandanın amacı, stratejileri ve etkileri bu bölümde ele alınmaktadır. Ayrıca, propaganda afişlerinin nasıl birer iletişim aracı olarak kullanıldığına dair temel prensipler tartışılmaktadır.

Propaganda kavramı derinlemesine incelenmekte ve farklı boyutları ele alınmaktadır. Propaganda tanımı, propaganda araçları ve propaganda türleri gibi konular ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır. Beyaz, kara ve gri propaganda kavramlarına dair detaylı analizler sunulmaktadır. Ayrıca, propaganda ile sanat, savaş ve iletişim arasındaki etkileşim incelenmekte ve savaşın propaganda üzerindeki etkileri, iletişimin propaganda ile nasıl iç içe geçtiği ve sanatın propaganda üzerindeki rolü açıklanmaktadır. Bu bölümde ayrıca, propaganda afişlerinin toplumsal hayata etkisi ve algı yönetimi konuları ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Propaganda afişlerinin toplum hayatına etkisinin örnekleri incelenerek, bu afişlerin nasıl bir toplumsal etki yarattığı anlatılmaktadır. Bu bölümdeki ayrıntılı analizler, propaganda kavramının farklı yönlerini ele alarak, propaganda afişlerinin sadece iletişim aracı olarak değil aynı zamanda toplumsal etkileri açısından da önemini vurgulamayı amaçlamaktadır.

Üçüncü bölümde, I. ve II. Dünya Savaşlarına genel bir bakış sunulmaktadır. Her iki savaşın tarihsel, politik ve sosyal bağlamı açıklanarak, propaganda faaliyetlerinin bu dönemlerdeki rolü anlatılmaktadır. Ayrıca, savaşların özellikleri ve bu dönemlerdeki uluslararası ilişkilerin nasıl şekillendiği üzerinde durulmaktadır. Bu bölümde, I. Dünya Savaşı ve II. Dünya Savaşı'nın genel hatlarıyla nasıl seyrettiği ve bu dönemlerdeki propaganda faaliyetlerinin savaşın seyrine etkisi incelenmektedir.

Bunun ardından, dördüncü bölümde I. ve II. Dünya Savaşlarının ayrıntılı analizine geçilerek, her bir savaşın özellikleri, nedenleri, sonuçları ve propaganda açısından önemi detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Bu analizler, propaganda afişlerinin savaşın seyrindeki etkilerini ve bu afişlerin dönemin ideolojik mesajlarının nasıl iletmeye çalışıldığını daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

Savaş dönemi propaganda afişlerinin biçim ve içerik açısından derinlemesine bir analizi yapılmaktadır. Bu bölümde, farklı temalar altında üretilmiş propaganda afişleri incelenerek, savaşın farklı yönleri ve ideolojik mesajların nasıl yansıtıldığı ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Kadınlara yönelik propaganda afişleri, Nazi Almanyası propaganda afişleri, Uncle Sam propaganda afişleri ve Sovyet Rusya propaganda afişleri gibi örnekler incelenerek, bu afişlerin tasarım öğeleri, semboller ve taşıdığı mesajlar ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmektedir.

Ayrıca, beşinci bölümün bir alt başlığında I. ve II. Dünya Savaşı afişlerine genel bir bakış sunulmaktadır. Bu bölümde, her iki savaşın propaganda afişlerinin genel karakteristiği ve dönemin ideolojik etkileri üzerine bir değerlendirme yapılmaktadır. Afişlerin dönemin politik ve toplumsal durumuna nasıl yansıdığı ve savaşın seyriyle nasıl değiştiği incelenmektedir. Bu analizler, propaganda afişlerinin savaş dönemlerinin görsel ifadesi olduğunu ve nasıl bir ideolojik araç olarak kullanıldığını daha derinlemesine anlamamıza yardımcı olacaktır.



## II. GRAFİK TASARIMDA AFİŞ

### A. Afişin Tanımı ve Tarihçesi

Afiş, kökenini Fransızca kelime olan 'affiche' den alan bir terimdir. Görsel iletişimin güçlü bir aracı olan afişler, bir mesajı hedef kitleye iletmek, bir ürünü veya etkinliği tanıtmak, bir fikri desteklemek veya bir kampanyayı duyurmak için kullanılan etkileyici bir sanat formudur. Türk Dil Kurumunda; “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanları” olarak ifade edilmektedir. Afiş sanatı, tarih boyunca evrim geçirmiş ve toplumun değişen ihtiyaçlarına ve teknolojik ilerlemelere paralel olarak gelişmiştir. “Çok sayıda üretilmesi, sürekli bir mesajı vurgulamak adına birçok yere asılması ve çoğaltma özelliği bu değişimin özelliklerindedir. (Dinçeli, 2016: 38)” Afişlerin kökeni, insanların mağara duvarlarına ve taşlara çizimler yaparak iletişim kurma ihtiyacıyla başlamıştır. İlk çağlarda, duvar resimleri ve kabartmalar, hikayeleri anlatmak, avlanma sahnelerini göstermek veya dini inançları yansıtmak amacıyla kullanılmıştır. Antik Mısır döneminde de duvar resimleri ve hiyeroglifler, halka açık alanlarda bilgileri aktarmak için kullanılmıştır. “M.Ö. 4000 yıllarında Asur ticaret kolonilerinin Anadolu’daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak amacıyla, kil tabletler üzerine çivi yazıları yazar ve halka duyurulardı. Bu çalışmalar afişin ilk örnekleri sayılabilir” (Tepecik, 2002: 72)

Afiş sanatının modern anlamda kullanımı, endüstri devrimiyle birlikte ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısında, endüstriyel üretimin artması ve ürünlerin hızla tüketiciye ulaşmasıyla birlikte, reklam ihtiyacı da artmıştır. Bu dönemde, litografik baskı tekniklerinin gelişmesi ve taş baskı yöntemlerinin kullanılması, afişlerin seri üretimini mümkün kılmıştır. Teknolojinin hızlı ilerlemesi ve ticari faaliyetlerin yaygınlaşması, sanatın da geniş kitlelere kolaylıkla ulaşmasını sağlamıştır. Ayrıca, tasarım odaklı eğitim kurumlarının ortaya çıkmasıyla birlikte, sanat ve tasarım süreçleri daha profesyonel bir şekilde planlanıp yönetilmeye başlamıştır.

Paris, 19. yüzyılın sonlarında afiş sanatının merkezi haline gelmiştir. Ünlü afiş sanatçıları Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha ve Jules Chéret gibi isimler, çağlarının popüler kültürünü ve eğlence dünyasını yansıtan etkileyici afişler yaratmışlardır. Bu dönemde, afişler güzel sanatlarla ticari iletişimin kesişim noktasında yer almış ve sanatsal değeri olan eserler haline gelmiştir.

20. yüzyılda, afiş sanatı reklam endüstrisinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Modernist hareketler, özellikle Bauhaus ve Avangard, sadeleştirilmiş ve etkileyici tasarımlarla afişlerin önemini vurgulamıştır. Daha sonra, 1960'lar ve 1970'lerde pop art akımının etkisiyle, renkli ve göz alıcı afişler yaygın hale gelmiştir. “Bu dönemde oluşturulan afişler elbette sanatsal kaliteye sahip değildi. Ancak diğer sanat dallarının önemli derecede bir gerileme sürecine girdiği ortamda savaşa ilgili temalara yer veren afişler gelişim sürecine giren grafik sanatına öncülük etmiştir” (Özmutlu, 2009: 52).

Afiş sanatının anlamı, bir mesajı iletmek ve izleyiciler üzerinde bir etki yaratmakla ilgilidir. Afişler, izleyicinin dikkatini çekmek için görsel olarak etkileyici bir şekilde tasarlanır. Renkler, şekiller, yazı karakterleri ve görsel unsurlar, izleyiciye mesajın duygusal ve zihinsel olarak etkileşimli bir şekilde iletilmesine yardımcı olur. Afişler, hedef kitleyi harekete geçirmeye teşvik etmek, bir ürünü satın almaya veya bir etkinliğe katılmaya yönlendirmek gibi belirli bir amaca hizmet eder. Toplumun değerleri, tutumları ve inançları üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Politik afişler, sosyal mesajlar ve toplumsal hareketler için önemli bir propaganda aracı olarak kullanılır. Bir afiş, toplumsal değişimi teşvik etmek, bilinç yaratmak veya bir sosyal meseleye dikkat çekmek amacıyla tasarlanabilir. Afişler aynı zamanda kültürel etkinliklerin, sanat sergilerinin, konserlerin ve festivallerin tanıtımı için de kullanılır. “Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler, sosyal afişler gurubunda yer almaktadır” (Becer, 2019: 202). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, dijital afişler ve çevrimiçi reklamcılık önem kazanmıştır. İnternet ve sosyal medya platformları, afişlerin daha geniş kitlelere erişmesini ve daha hızlı bir şekilde paylaşılmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, klasik afiş sanatı hala değerini korumakta ve sokaklarda, mağazalarda ve etkinlik mekanlarında varlığını sürdürmektedir. Afiş sanatı, görsel iletişimde güçlü bir araç olarak

kalmaya devam etmektedir. İyi tasarlanmış bir afiş, izleyiciler üzerinde derin bir etki bırakabilir, bir markanın tanıtımını güçlendirebilir veya bir fikrin yayılmasına katkıda bulunabilir. Aynı zamanda, afişler sanatçılar için yaratıcı ifade ve özgünlük açısından bir platform sağlar.

Tarih boyunca evrim geçirmiş ve toplumun değişen ihtiyaçlarına cevap vermiştir. İletişimin güçlü bir aracı olarak afişler, görsel açıdan etkileyici tasarımlarıyla izleyicilerin dikkatini çeker ve mesajları hedef kitleye aktarmak için kullanılır. Afişlerin toplum üzerindeki etkisi ve anlamı, reklamcılık, politika ve kültür gibi çeşitli alanlarda kendini gösterir.

Afiş sanatı, görsel iletişimin gücünü vurgular ve toplumda bilinç oluşturmak, farkındalık yaratmak ve insanların harekete geçmesini sağlamak için önemli bir araç olarak değerini korumaktadır. İster klasik afişler olsun, ister dijital afişler olsun, her biri kendi özgün özellikleriyle mesajlarını iletmek için etkili bir şekilde kullanılır.

“Bir tasarım çalışması, hangi uygulama alanında olursa olsun bazı ortak gerekliliklere ve işlemlere sahiptir. Bu ister bir afiş çalışması olsun, isterse billboard, broşür, kurumsal kimlik, hareketli, hareketsiz reklam uygulaması, tümünün ortak amacı hedef kitleye mesajı açık, anlaşılır, doğrudan ve en kısa zamanda iletmek olmalıdır. (Küçük, 2013: 45)

Afiş sanatı iletişim dünyasında güçlü bir yer tutar çünkü izleyiciye doğrudan hitap eder. Görsel unsurların ve tasarımın yanı sıra, afişlerde kullanılan yazılar ve sloganlar da büyük önem taşır. Kelimelerin etkili ve akılda kalıcı bir şekilde kullanılması, izleyicinin mesajı hızla anlamasını sağlar ve onların üzerinde bir etki yaratır. Afişlerin oluşturulma sürecinde, kompozisyon, tipografi, boşluk, mekân, içerik, aralık ve renkler arasındaki ilişki son derece önemlidir. Afişin tasarım aşamasında yaratıcılık, temel fikri oluştururken, kullanılan renklerden yazı stili çeşitliliğine kadar tüm unsurlar, hedef kitleye yönelik etkili bir mesaj iletilmesini sağlamak için dikkatle kurgulanmalıdır.

Afişlerin iletişim gücü, toplumun farklı kesimlerine ulaşma yeteneğiyle de ilgilidir. Sokaklarda, toplu taşıma araçlarında, alışveriş merkezlerinde ve diğer halka açık alanlarda sergilenen afişler, geniş bir kitleye erişim sağlar. Bu sayede,

bir markanın veya etkinliğin tanıtımı büyük ölçüde artırılabilir ve hedef kitle üzerinde derin bir etki bırakabilir.

Afişlerin iletişim gücünü artıran bir diğer önemli faktör ise estetik değeridir. İyi tasarlanmış bir afiş, görsel olarak çekici, dikkat çekici ve hatırlanabilir olmalıdır. Renklerin, şekillerin ve kompozisyonun uyumlu bir şekilde kullanılması, izleyicinin gözünde afişi daha çarpıcı hale getirir ve mesajın daha etkili bir şekilde iletilmesini sağlar. “Grafik tasarımcıların tıpkı kültürler, sosyal gruplar ve işletmelerde olduğu gibi, kendilerine ait kelime dağarcıkları vardır. Tasarım problemlerine yönelik belli bir yaklaşımda iletişim ve yorum bu tasarım dilini anlayarak ve benimseyerek doğru biçimde yapılabilir” (Ambrose & Aono-Billson, 2013: 100).

Afiş sanatı iletişimin güçlü bir aracıdır ve mesajların etkili bir şekilde iletilmesini sağlar. İster ticari bir ürünün tanıtımı olsun, ister bir sosyal mesele hakkında farkındalık yaratma amacı gütsün, afişler toplum üzerinde derin bir etki bırakabilir. İyi tasarlanmış, anlamlı ve çarpıcı afişler, izleyicilerin zihninde iz bırakır ve hedeflenen mesajın etkisini artırır. Afiş sanatının sürekli olarak evrim geçirmesi ve yeni teknolojilerle birlikte ilerlemesi, iletişim dünyasında afişlerin önemini ve etkisini daha da artırmaktadır.

## **1. Afiş Türleri**

Afişler, politika, propaganda, iş gücü, emek, çevre, eğlence, reklamcılık ve tanıtım gibi çeşitli konuları ele alan geniş bir yelpazede yer almaktadır. Bu yaratıcı görsel araç, ticari ve ekonomik kaygıları da içeren çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Afişler, bu konuları etkili bir şekilde ifade etmek ve izleyicilerin dikkatini çekmek için kullanılan güçlü bir iletişim aracıdır. Afişler, iletişim ve tanıtım amacıyla kullanılan görsel iletişim araçlarıdır ve çeşitli türleri bulunmaktadır. Tanıtım afişleri, bir ürün, hizmet veya organizasyonun tanıtımını yapmak için kullanılırken; sosyal bilinçlendirme afişleri, toplumsal konular hakkında bilinçlenmeyi sağlamayı hedefler. Etkinlik afişleri, konserler, festivaller veya sergiler gibi etkinliklerin duyurusunda kullanılırken; propaganda afişleri bir fikri veya ideolojiyi yaymak veya desteklemek amacıyla tasarlanır. Eğitim afişleri ise eğitimsel konuları vurgular ve öğrenmeyi teşvik eder. Her bir afiş türü,

amacına uygun olarak tasarlanır ve izleyicilere etkileyici bir mesaj iletmeyi amaçlar.

## 2. Afiş Tasarımında İllüstrasyon

İllüstrasyon, bir problemi betimleyerek çözüm sunma sürecidir. Bu süreçte genellikle yorumlama, eğitme, teşvik etme, şaşırtma, hikaye anlatma, açıklama, yönlendirme, bilgilendirme, süsleme ve eğlendirme gibi iletişim unsurları kullanılır. İllüstrasyonda sıkça metafor ve metonomiye başvurulur. Hedefe odaklanarak fikirlerin görsel olarak ifade edilmesi ve mesajın net bir şekilde iletilmesi, illüstrasyonun temel amacını oluşturur. Bu yöntem, yorumlama dışında, açık bir anlatımı tercih eden bir görselleştirme tekniğidir. "İllüstrasyon artık canlı ve sürekli gelişmekte olan güçlü bir uygulamalı sanat biçimidir. Zengin bir tarihe sahip bu antik mecra, aynı zamanda her alanda çarpıcı imge ve mesajlar yaratabilen yaşamsal, dinamik, çağdaş bir ifade, yorum ve iletişim aracıdır. (Wigan, 2012: 288) "

İllüstrasyon, bir fikri veya temayı betimlemenin görsel bir biçimidir ve anlatıda da aynıdır. Resimsel anlatım, öncelikle plastik sanatların öğelerini kullanırken, fotoğraf, kolaj, tipografi ve hatta hareketli görüntüler gibi öğelerden de oluşabilir. Terimlerin açıklamalarına teknik kısıtlamalar getirilmesi uygun görülmemiştir. Yani sadece boya, kağıt ve fırça ile yapıldığını söylemek bu durumda doğru ve tutarlı bir teşvik değildir. Bir hikaye anlatmak için hemen hemen her teknoloji kullanılabilir ve deneysel olarak uygulanabilir. Resimlerin kişisel bir içgüdüğü vardır ve kodlar hedef kitleye iletilir. Grafik tasarım işinin isimsiz kahramanlarından söz edilebilir. Tüketime dayalı modern yaşam düzeninde afişler, billboardlar, etiketler, ambalajlar, broşürler, web siteleri, interaktif çalışmalar ya da hareketli görseller reklam ajanslarının günlük işleridir, Bu sebeple, ajans markasını yansıtan imzadan başka bir isim bulunmamaktadır. Ancak illüstrasyonda durum farklıdır. İllüstratörün kendine özgü bir tarzı veya duruşu vardır. İllüstratör, bireysel olarak bir imza gibidir ve kendi varlığını sürdürmektedir.

İllüstrasyon, afişin tasarımını tamamlamak ve hedef kitleye mesajını daha etkili bir şekilde iletmek için kullanılan bir görsel unsurdur. "Basit bir bilgilendirme aracı olmasının ötesinde afiş, insanlara farklı ve yeni bir şeyler

söyleyebilen, zaman zaman güldüren, eğlendiren, zaman zaman da uyaran, rahatsız hatta tehdit eden ve etmesi gereken bir iletişim aracıdır (Ertep, 2007: 80)”. Afişin özelliklerini ve hedef kitlesini dikkate alarak özel olarak tasarlanır. Bu bağlamda, illüstrasyonlar, afişin konusuna, amacına ve hedef kitlesine uygun bir şekilde tasarlanır. İllüstrasyonlar, afişin algılanabilirliğini ve hatırlanabilirliğini artırır ve izleyicinin afişi daha kolay anlamasına yardımcı olur. İllüstrasyonlar, afişlerin dikkat çekici olmasına da yardımcı olur. İyi bir illüstrasyon, izleyicinin dikkatini çekebilir ve afişin hedef kitlesine mesajını daha etkili bir şekilde iletebilir. İllüstrasyonlar, afişlerin görsel hafızada kalıcı olmasını sağlar ve izleyicinin afişi hatırlamasına yardımcı olur.



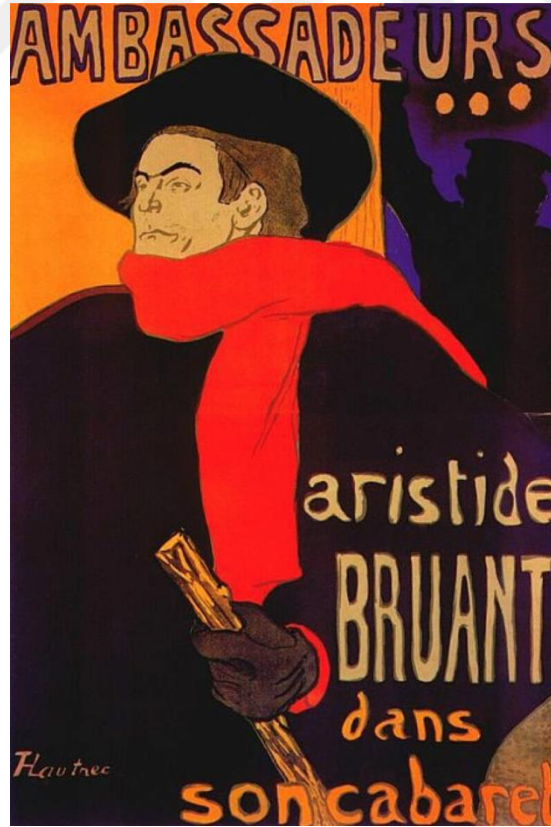
Şekil 1. “Théâtre de l’Opéra, Carnaval” Jules Chéret, 1892

Kaynak: gallica.bnf.fr, 2023



Şekil 2. ‘‘Ambassadeurs: Aristide Bruant’’ Henri de Toulouse-Lautrec, 1892

Kaynak: tr.wikipedia.org, 2023



Şekil 3. ‘‘Aristide Bruant’’ Alphonse Mucha, 1897

Kaynak: commons.wikimedia.org, 2023

İllüstrasyonlar, afişlerin tasarımında önemli bir rol oynar. İllüstrasyonlar, afişlerin amacına, konusuna ve hedef kitlesine uygun olarak tasarlanmalıdır. İyi bir illüstrasyon, izleyicilerin dikkatini çekebilir, afişi hatırlamalarını sağlayabilir ve mesajın etkisini artırabilir. "Açıklamak, örneklendirmek ya da süslemek amaçlı resimlendirme çalışması (Ambrose, 2010: 286)" olan illüstrasyon, özellikle bilgi iletişiminin güçlendiği yeni ortamlarda ve çokça görselleştirmede önemli bir anlatım ağına ve olanağına erişmektedir. İllüstrasyon, çizim, boyama veya dijital olarak oluşturulabilen bir sanat dalıdır ve farklı çeşitleri bulunmaktadır. İllüstrasyon çeşitleri şunlardır:

**Karikatür:** Genellikle mizahi bir amaçla yapılan çizimlerdir. Karikatürler, genellikle ünlü insanların portreleri veya toplumsal olayları ele alır.

**Çocuk kitapları illüstrasyonları:** Çocuk kitaplarında kullanılan illüstrasyonlar, çocukların kitapları daha ilgi çekici hale getirmek için kullanılır. Çocuk kitapları illüstrasyonları, genellikle renkli ve canlıdır.

**Bilimsel illüstrasyonlar:** Bilimsel kitaplar ve dergiler için yapılan illüstrasyonlardır. Bu tür illüstrasyonlar, genellikle doğa veya bilim konularını görselleştirmek için kullanılır.

**Moda illüstrasyonları:** Moda endüstrisinde kullanılan illüstrasyonlardır. Bu tür illüstrasyonlar, giysi tasarımlarını görselleştirmek için kullanılır.

**Animasyon karakterleri:** Animasyon filmlerinde kullanılan karakterlerin tasarımlarının yanı sıra çizimleri de illüstrasyon olarak kabul edilir.

**Konsept illüstrasyonları:** Tasarım, reklam ve pazarlama endüstrisinde kullanılan illüstrasyonlardır. Bu tür illüstrasyonlar, bir fikri veya ürünü görselleştirmek için kullanılır.

**Çizgi roman illüstrasyonları:** Çizgi roman kitaplarında kullanılan illüstrasyonlardır. Bu tür illüstrasyonlar, karakterlerin ve hikayenin anlatımını sağlar. Bu illüstrasyon çeşitleri, farklı amaçlar için kullanılır ve her biri kendine özgü tasarım özellikleriyle ayrılır.

### **3. Propaganda Afişlerinin Toplumsal Hayata Etkisi**

Propaganda afişleri, toplumun duygu ve düşüncelerini etkilemek için sıklıkla kullanılan bir araç olmuştur. Afişler, hızlı ve etkili bir şekilde, bir mesajın

geniş kitlelere iletilmesine yardımcı olabilir. “Afişin iletişim şekli monolog gibi görünebilir, ancak bireylerin düşünmesini ve sonunda aktif bir rol almalarını hedeflediği için, aslında bir diyalog aracıdır. (Ertep, 2007: 80)” Propaganda afişleri genellikle basit ve çarpıcı tasarımlara sahip olur, bu nedenle mesajları kolayca anlaşılır ve hatırlanır hale getirir.

Propaganda afişlerinin toplum hayatına etkisi, propaganda yapanın amacına ve afişin içeriğine bağlıdır. Örneğin, propaganda afişleri savaş zamanlarında kullanıldığında, düşmanı küçük düşürmek, kendi halkını ve askerlerini cesaretlendirmek amacıyla hazırlanabilir. Bu tür afişler, savaşın yıkıcı etkilerini azaltmak için kullanılan moral güç araçlarıdır. Fransız kökenli bir tasarımcı olan Phillippe Apeloig, Başarılı bir afiş tasarımının, hedef kitlenin ilgisini uyandıran ve düşünme eylemine yönelten agresif bir görsel” olduğunu ifade etmektedir. (Rivers, 2007: 26). Ancak, propaganda afişleri bazen yanıltıcı veya manipülatif olabilir. Propaganda yapanlar, belirli bir politik görüşü benimsetmek, bir ürünü pazarlamak veya insanları belirli bir yönde harekete geçirmek için afişleri kullanabilirler. Bu tür afişler, insanların düşüncelerini etkileyerek, kararlarını yanlış yöne yönlendirebilirler.

Özetle, propaganda afişlerinin toplum hayatına etkisi, propaganda yapanın amacına ve afişin içeriğine bağlıdır. Doğru kullanıldığında, afişler, toplumu bilgilendirmek, cesaretlendirmek veya eğitmek için kullanılabilir. Ancak, yanıltıcı veya manipülatif olarak kullanıldığında, afişler, toplumda güven kaybına ve yanıltıcı fikirlere neden olabilir.

### **a. Mobilizasyon ve Propaganda**

Savaş afişleri, savaşa katılımı teşvik etmek ve toplumu mobilize etmek için propaganda amacıyla kullanılmıştır. Afişler, vatanseverlik, ulusal birlik ve dayanışma gibi değerleri vurgulayarak halkın savaşa çabalarına destek olmasını sağlamıştır. Bu afişler, savaşa gönüllü katılımı artırmak, ekonomik kaynakları harekete geçirmek ve halkın moralini yükseltmek gibi amaçlarla kullanılmıştır.

### **b. Düşman Algısı**

Savaş afişleri, düşman algısını şekillendirmede önemli bir rol oynamıştır. Afişlerde düşman sıklıkla korkunç ve tehditkar bir şekilde tasvir edilirken, kendi askerler ve vatandaşlar kahraman, cesur ve güçlü bir şekilde gösterilmiştir. Bu tür

afişler, düşmana karşı öfke, nefret ve motivasyon yaratma amacıyla kullanılmıştır.

### **c. Duygusal Etki**

Savaş afişleri, duygusal tepkileri harekete geçirme potansiyeline sahiptir. Afişlerde sıklıkla dramatik sahneler, acı çeken insanlar, kayıplar ve fedakarlıklar gibi temalar kullanılır. Bu tür afişler, halkta üzüntü, endişe, öfke, korku veya umut gibi duygusal tepkileri uyandırarak destek veya tepki sağlamayı amaçlamıştır.

### **d. Toplumsal Değişim**

Savaş afişleri, toplumsal değişimi teşvik etme ve savaşın etkilerini yönlendirme amacıyla kullanılmıştır. Afişlerde savaşa destek vermek, askerlere yardım etmek, savunma ve güvenlik önlemlerini takip etmek gibi toplumsal davranış biçimleri teşvik edilmiştir. Ayrıca, savaş afişleri, kadınların savaş çabalarına katkısını vurgulayarak toplumsal cinsiyet rollerinde değişikliklere işaret etmiştir.

### **e. İdeolojik Etki**

Savaş afişleri, belirli bir ideolojiyi ve politik mesajları iletmek için kullanılmıştır. Afişlerde ideolojik değerler, devletin politikaları veya liderlik üzerinde vurgu yapılırken, belirli gruplara yönelik önyargıları da pekiştirebilir. Afişlerin toplum üzerinde etkili olabilmesi için, toplumun bu afişleri anlamlandırabilmesi önemlidir. Afişler, görsel iletişim araçları olarak kullanıldığından, mesajlarını hızlı ve etkili bir şekilde iletmek için görsel semboller, renkler, şekiller ve metinleri kullanır. Afişlerin anlamlandırılması, genellikle iki önemli faktöre dayanır;

### **i. Görsel dil ve semiyotik**

Afişlerde kullanılan görsel unsurlar, semiyotik olarak adlandırılan bir dilsel sistemin parçalarıdır. Renkler, şekiller, semboller ve metinler gibi görsel unsurlar, belirli anlamlar ve çağrışımlar taşır. Örneğin, kırmızı renk tehlike veya tutkuyla ilişkilendirilirken, bayrak sembolü vatanseverlik ve ulusal kimlikle ilişkilendirilebilir. Bu semiyotik unsurlar, toplumun belli bir kültürel, dilsel ve sembolik arka plana sahip olmasıyla anlamlandırılabilir ‘Özetlemek gerekirse

görsel dil, tıpkı doğal dil dizgeleri gibi bağıntı (dizisel, dizimsel) ve ilişkilerden (karşıtlık, benzerlik, çelişkinlik) oluşmuş bir yapı özelliği taşır” (Öztoğat, 1998: 256).

## **ii. Kültürel ve sosyal bağlam**

Afişlerin anlamlandırılması, kültürel ve sosyal bağlama göre değişebilir. Bir afişin anlamı, o afişin sergilendiği toplumun değerleri, inançları, deneyimleri ve tarihi arka planıyla ilişkilendirilebilir. Kültürel referanslar, sembollerin ve mesajların anlaşılmasına yardımcı olabilir. Örnek olarak, bir afişin üzerinde yer alan geleneksel kıyafetler veya semboller, belli bir kültüre ait olduğunu ve o kültürde belirli anlamlar taşıdığını ifade edebilir. Ayrıca, afişlerin anlaşılması kişisel deneyimler, eğitim seviyesi, sosyal arka plan ve iletişim becerileri gibi faktörlere de bağlıdır. İnsanlar, kendi deneyimlerine, bilgi birikimine ve algılama süreçlerine dayanarak afişleri yorumlarlar. Afişlerin toplum tarafından anlamlandırılması, görsel dilin kullanımı, semiyotik unsurların anlaşılması ve kültürel/sosyal bağlama bağlıdır. İnsanların kişisel deneyimleri ve algılama süreçleri de bu anlamlandırma sürecine katkıda bulunur.

## **4. Afiş Sanatında Görsel Odaklama Unsurları**

Bir afişin cazibesi, çeşitli görsel ve tasarım unsurları aracılığıyla izleyiciyi etkileme ve ilgisini çekme yeteneğine dayanır. Tunalı’ya göre, ürün ile kullanıcı özne arasındaki ilgi sadece duysal psikoloji nitelikte değildir. Örneğin, çay içtiğim bardak, görerek ve dokunarak algıladığım bir ürün olduğu kadar, aynı zamanda hoşuma giden bir üründür. Bu hoşlanma olayı, duygusallığa bağlı olmakla birlikte onu aşan bir estetik duygusunu ifade eder (Tunalı, s,82). Bir afişin cazibesine katkıda bulunan bazı faktörler şunlardır:

### **a. Görsel Etki**

Görsel Etki: Cazip afişler, izleyicinin dikkatini çeken güçlü bir görsel etkiye sahiptir. Bu, cesur renklerin, etkileyici görsellerin ve çarpıcı kompozisyonların kullanımıyla elde edilebilir. Görsel unsurlar özenle seçilir ve düzenlenir, böylece görsel açıdan etkileyici ve unutulmaz bir tasarım oluşturulur. Afiş tasarımında görsel etki, izleyiciler üzerinde hedeflenen duygusal, bilişsel ve estetik tepkiler uyandırmayı amaçlar. İyi bir afiş tasarımı, izleyicinin dikkatini çekmeli, ilgisini sürdürmeli ve mesajın etkisini artırmalıdır.

Görsel etkiyi sağlamak için kullanılan bazı stratejiler vardır. Renk, afişin duygusal etkisini belirleyen önemli bir unsurdur. Canlı ve kontrast renkler dikkati çekerken, uyumlu renkler ise atmosferi yaratır. Renkler, mesajın iletilmek istenen duygusal tonunu veya marka kimliğini vurgulamak için kullanılır.

## **b. Kompozisyon**

Kompozisyon, afişin düzeni ve bileşenlerin yerleşimi demektir. Tasarım yerleşim açısından kusurlu ise görsel düzensizlikler fark edilebilir. Afiş tasarımı yapılırken kullanılan objeler kompozisyon bütünlüğünü sağlamalıdır. Resim, heykel, grafik, edebiyat, müzik ve tasarımın birçok alanında kullanılan kompozisyon, farklı parçaları bir araya getirerek anlamlı bir bütün oluşturma sürecidir. Tasarım ürününün kompozisyon konsepti görsel olarak birbirini tamamlayan yatay ve dikey çizgiler, açık ve koyu değerler, renk değişimleri, statik ve dinamik nesnelere içermektedir. Kompozisyondaki nesnelere dengesinin sağlanmasında sanat yaratıcısının estetik kaygılarının yanı sıra izleyicinin ve hedef kitlenin estetik bakış açısı da önemlidir.

İyi bir kompozisyon, denge, vurgu ve ritim gibi öğeleri içermelidir. Bu şekilde, izleyiciye net bir mesaj sunulabilir ve gözü yönlendirebilir. Görsellerin, metnin ve diğer grafik unsurların yerleştirilmesi görsel açıdan hoş ve uyumlu olmalıdır. Görsel hiyerarşi, afişteki unsurların önem sırasına göre düzenlenmesini sağlar. Başlık, büyük görseller veya renkli ve vurgulu öğeler gibi unsurlar kullanılarak dikkat çekici bir düzen oluşturulabilir. Bilgilerin açık bir hiyerarşisi, izleyicinin afiş üzerinde kolayca gezinmesini ve ana mesajı kavramasını sağlar. Görsellerin izleyiciyle güçlü bir bağ kurması önemlidir. Görseller, anlatılmak istenen mesajı desteklemeli, izleyicinin duygusal tepkisini uyandırmalı veya hedeflenen eylemi tetiklemelidir.

## **c. Tipografi**

İletişimin önemli bir parçası olan yazı, ortaya çıkışından bu yana çeşitli alanlarda uygulanmıştır. Günümüzde görsel iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte yazının görsel boyutu olan tipografi, afiş tasarımının gelişimine katkı sağlamıştır. Tipografi, izleyiciler ve okuyucular gibi hedef kitleye estetik olarak hitap edecek şekilde işaret ve semboller tasarlamaktır. “Tipografi, tarihte Gutenberg’in icat ettiği değiştirilebilen hurufat tekniği ve bununla birlikte gelişen

kitap basımı ve çoğaltımının kullanımı ile ortaya çıkmış bir terimdir. (Artan, 2019: 17)'' Görsel iletişimin ve grafik tasarımın ayrılmaz bir parçası olan tipografi; şerit, reklam panosu, yönlendirme levhası, trafik levhası vb. uygulamalarla insanlara sürekli olarak bilgi ve yönlendirme sunar. Arnheim'a göre görme seçici olarak çalışır. Şeklin algılanması, basitliği ve genelliği nedeniyle görsel kavramlar olarak adlandırılabilen form kategorilerinin uygulanmasına dayanmaktadır. Afiş tasarımında tipografi ve kaligrafi gibi teknikler görsel beğeniye artırmak için kullanıldığında, beş duyudan en önemlisi olan görsele her zaman öncelik verilmesi gerekir. Yazı karakteri seçimi, boyutu, stil ve düzenlemesi de görsel etkide önemlidir. Başlık, alt başlık ve metinlerin tipografi kullanımı, mesajın vurgulanmasına ve afişin bütünlüğüne katkıda bulunur. Tipografi seçimi, bir afişin cazibesini büyük ölçüde etkiler. Benzersiz ve iyi tasarlanmış yazı tipleri, genel tasarıma kişilik ve görsel çekicilik katar. Tipografi okunabilir olmalı, uygun boyutta olmalı ve izleyicinin dikkatini yönlendirmek ve mesajı güçlendirmek için stratejik olarak yerleştirilmelidir. Tasarımda boşluklar da önemli bir etkiye sahiptir. Negatif alanlar, görselleri veya metinleri daha vurgulu hale getirir, okunabilirliği artırır ve tasarımın nefes almasını sağlar.

Görsel etkiyi sağlamak için bu stratejilerin doğru bir şekilde kullanılması, afişin etkisini artırabilir ve izleyicilerin dikkatini çekebilir. Bununla birlikte, tasarımın hedef kitleye ve mesaja uygun olması da önemlidir.

#### **d. Görsellik**

Yüksek kaliteli ve ilgili görsellerin kullanımı, izleyicinin ilgisini çekmede önemli bir rol oynar. İlgi çekici görseller, illüstrasyonlar, fotoğraflar veya grafikler, mesajı etkili bir şekilde iletmeye yardımcı olur ve duygusal tepkiler uyandırır. Görsellik görsel açıdan çekici, iyi düzenlenmiş ve afişin teması veya amacıyla uyumlu olmalıdır.

#### **e. Konsept ve Yaratıcılık**

Cazip afişler genellikle güçlü bir kavramsal yaklaşım ve yaratıcı bir uygulama sergiler. Sadece bilgilendirici gösterimlerden öteye geçerler ve fikirleri, duyguları veya hikayeleri aktarmayı hedeflerler. Benzersiz ve yenilikçi tasarım

tercihleri, beklenmedik yan yana getirmeler veya zekice görsel metaforlar, bir afişi öne çıkarır ve unutulmaz bir izlenim bırakır.



Şekil 4. "Hope" Shepard Fairey, 2008

Kaynak: en.wikipedia.org, 2023

Dünyaca en ünlü ve ilgi çeken afişlerden biri, 2008 yılında Barack Obama'nın Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimleri kampanyası için Shepard Fairey tarafından tasarlanan "HOPE" afişi olarak bilinir. Bu afiş, siyasi bir mesajı etkili bir şekilde iletmek için basit bir tasarım ve güçlü semboller kullanır. Afiş, Barack Obama'nın portresini stilize ederek, mavi ve kırmızı renklerle vurgulanmış "HOPE" (Umut) yazısıyla birleştirir. "HOPE" afişi, sade ve etkileyici tasarımıyla büyük bir etki yaratmış, popüler kültürde ve politik tartışmalarda önemli bir simge haline gelmiştir.

- **Görsel Dünyanın İfadesi: İllüstrasyonun Kullanım Biçimleri ve Önemi**

Görsel sanatların bir parçası olan illüstrasyonlar, gerçek dünyadaki nesnelere veya soyut kavramları ifade etmek amacıyla kullanılır. Bu görsel çalışmalar, sanatçının özgün tarzını yansıtarak hedeflenen mesajı daha etkili bir şekilde iletmeyi amaçlar. İllüstrasyonlar çeşitli tekniklerle oluşturulur, bu

yöntemler arasında çizim, boyama ve dijital tasarım bulunur. Her sanatçının benzersiz yaklaşımı ve stilinin olması nedeniyle, illüstrasyonlar genellikle kişisel ve özgün bir ifade taşır.

Bu sanatsal ifade, farklı alanlarda kullanımıyla eserlere derinlik katmaktadır. Özellikle dijital çağın gelişimiyle birlikte, illüstrasyonun kullanım alanları daha da genişlemiştir. Edebiyattan reklama, eğitim materyallerinden sinemaya kadar farklı alanlarda kullanılan bu çalışmalar, iletmek istenen mesajı daha etkili bir şekilde aktarmada önemli bir role sahiptir.

İllüstrasyonlar, eserlerin anlamını derinleştiren, duygusal bağlar kurmada yardımcı olan ve anlatının daha anlaşılır hale gelmesini sağlayan unsurlardır. Ayrıca ticari afiş tasarımlarında da etkili bir şekilde kullanılır. Afişler, kısa ve öz mesajları iletmek için kullanılır ve illüstrasyonlar bu mesajları daha etkili bir şekilde iletmek için kullanılır. Bu görsel öğeler, soyut fikirleri veya karmaşık kavramları anlatmak için de kullanılır.

Afiş tasarımlarında illüstrasyonun kullanılması, afişin estetik değerini artırabilir ve izleyiciyi etkileyebilir. Özgün ve çekici illüstrasyonlar, markaların kimliğini yansıtarak hedef kitlesine güçlü bir şekilde ulaşabilir. Bu görsel öğeler aynı zamanda farklı yaş gruplarına, kültürel geçmişlere ve ilgi alanlarına hitap edebilir. Böylece illüstrasyonlar, izleyici kitlesine etkili bir şekilde ulaşmanın önemli bir aracı haline gelir.

Bu bağlamda, illüstrasyonlar görsel sanatın güçlü bir ifade biçimidir ve eserlerin anlamını zenginleştirir. Geleneksel olarak metinle ifade edilmesi güç olan fikirleri anlatmak, duygusal bağlar kurmak ve iletişimi güçlendirmek için kullanılır. Görsel öğeler, estetik değeri artırmanın yanı sıra izleyicileri etkilemek ve mesajı anlamalarını sağlamak için etkili bir araçtır. Ayrıca afiş tasarımlarında kullanılan bu öğeler, mesajın daha etkili bir şekilde iletilmesini sağlar ve izleyicinin afişe daha yakından bakmasını teşvik eder.



### **III. PROPAGANDA**

#### **A. Propaganda Kavramı**

##### **1. Propaganda Tanımı**

Propagandanın sözlük anlamı “Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmaya, benimsetmeye ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışma” şeklindedir. (TDK, 2023) Propaganda terimi, ilk olarak 17. yüzyılda Katolik Kilisesi tarafından yaygınlaştırılmıştır ve "dini inançları yayma" amacını taşımaktadır. Ancak günümüzde propaganda, sadece dini inançları yaymakla sınırlı değildir. Propaganda, belirli bir mesajı kitlelere ulaştırmak, bilinçlerini etkilemek ve düşüncelerini yönlendirmek için çeşitli iletişim tekniklerini kullanır. Bu teknikler arasında tekrar, duygusal manipülasyon, yanıltıcı bilgi verme, sembolik kullanım ve güçlü lider figürleri yüceltme gibi unsurlar yer almaktadır. Propaganda, toplumların düşüncelerini ve davranışlarını etkileme gücüne sahiptir. İyi yapılandırılmış bir propaganda, insanları belirli bir ideolojiye, politikaya veya ürüne yönlendirebilir. “Propaganda, kitle için kullanılan bir dildir; radyo, basın, sinema yoluyla kitleye ulaştırılan sözler ya da daha başka simgeler kullanılır. Propagandacının amacı, propagandanın kapsamına alınan, birer propaganda konusu olan noktalarda, kitlelerin tutumunu etkilemektir. (Domenach, 1969: 7) “ Birinci ve İkinci Dünya Savaşları döneminde, devletler savaş çabalarını desteklemek ve askere katılımı teşvik etmek için yoğun propaganda kampanyaları düzenlemiştir. Bu kampanyalarda, afişler, radyo yayınları, gazete makaleleri ve film projeksiyonları gibi çeşitli medya araçları kullanılarak belirli bir düşünce veya ideolojiye sadakat oluşturulmuştur.

Bir örnek olarak, Nazilerin propaganda makinesi, Adolf Hitler'in liderliği altında Alman halkını etkilemek ve ırkçı ideolojilerini benimsetmek amacıyla yoğun bir şekilde çalışmıştır. Bu propaganda kampanyalarında, arındırılmış Alman ırkının üstünlüğü vurgulanmış, Yahudilere ve diğer azınlıklara karşı nefret yayılmış ve savaşa katılımın önemi vurgulanmıştır. Bu propaganda kampanyaları,

Alman halkının büyük bir kısmını etkilemiş ve Nazi rejimine olan desteklerini artırmıştır. O dönemde propaganda “Bir kişinin tekelinde olanın başkalarıyla paylaşılması, başkalarına da aktarılması süreci, güç (iktidar) kaynağı olarak kullanılan mekanizma, kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranışı” şekline dönüşmüştür (Zillioğlu, 2003: 4).

Günümüzde de propaganda, siyasi kampanyalarda, reklamcılıkta ve sosyal medya üzerinde etkili bir şekilde kullanılmaktadır. “Halk ucuz gazeteler, afişler ve sinema gibi gelişmiş kitle iletişim araçları yoluyla neredeyse her gün devlet propagandasının hedefi haline gelmiştir.”(Clark, 2011: 12) Siyasi liderler ve partiler, seçimlerde propaganda tekniklerini kullanarak seçmenleri etkilemeye ve desteğini kazanmaya çalışır. Reklam sektörü de ürünleri ve hizmetleri pazarlamak için propaganda yöntemlerini kullanır. Sosyal medya ise, kolay erişilebilirliği ve geniş kitlelere ulaşma potansiyeli sayesinde propaganda aracı olarak büyük bir önem kazanmıştır.

Propaganda, psikolojik savaşın etkili silahlarından biridir; bilgileri ve tutumları değiştirmek, yönlendirmek ve yaymak amacıyla kullanılır. Ana Britannica Ansiklopedisinde, “...bir bütün olarak toplumun ya da belirli bir kesimin inanç, tutum ve davranışlarını yönlendirmek amacıyla, bilinçli olarak seçilmiş bilgi, olgu ve savları sistemli bir çaba içinde ve çeşitli araçları kullanarak yayma etkinlikleri” olarak tanımlanmıştır.

Propaganda, tartışmalı bir konu olup eleştirel analizlere tabi tutulmaktadır. Bazı eleştirmenler, propaganda kullanımının demokratik değerlere ve bireysel özgürlüklere zarar verdiğini savunurken, diğerleri propaganda tekniklerinin etkili iletişim araçları olduğunu ve belirli bir mesajın halka ulaşmasında önemli bir rol oynadığını ileri sürer. Propaganda analizi, mesajın kaynağını, iletişim araçlarını, hedef kitlesini ve etkilerini değerlendirerek propaganda kullanımının etiğini ve etkinliğini sorgulamayı amaçlar.

## **2. Propaganda Araçları**

Propaganda, insanları bir düşünceyi, fikri veya ideolojiyi benimsemeye ikna etmek için çeşitli araçlar kullanır. Propaganda araçları, geniş bir yelpazede olabilir ve farklı türlerde mesajlar vermek için kullanılabilir. Bazı yaygın propaganda araçları şunlardır:

Medya: Radyo, televizyon, gazete, dergi ve diğer basın yayın organları, hedef kitleye mesajlar iletmek için yaygın olarak kullanılan propaganda araçlarıdır.

Afişler: Genellikle açık ve etkileyici bir mesaj taşıyan büyük boyutlu görsellerdir.

Broşürler: İlgili mesajları taşıyan küçük kitapçıklar veya el ilanlarıdır.

Film ve diğer görsel medya: Propaganda amaçlı filmler, videolar, animasyonlar ve diğer görsel medya, insanları fikirleri benimsemeye ikna etmek için kullanılır.

Sloganlar: Kısa, kolay hatırlanabilir ve etkileyici cümlelerdir.

Şarkılar ve marşlar: İnsanların duygularını harekete geçiren müzik ve sözler içeren propaganda araçlarıdır.

Propaganda toplantıları: Toplantılar, konferanslar ve diğer etkinlikler, insanları fikirleri benimsemeye ikna etmek için kullanılan yaygın propaganda araçlarıdır.

Endüstriyel ve ticari ürünler: Propaganda amaçlı kullanılan ürünler, farklı mesajları taşıyan logolar, reklamlar ve diğer öğeler içerebilir.

### **3. Propaganda Türleri**

Propaganda, bir iletişim aracı olarak kullanılan çeşitli türleri olan etkileyici bir stratejidir. Propaganda türleri, iletişimin hedefine ve kullanılan tekniklere bağlı olarak farklılık gösterir. Beyaz propaganda, belirli bir kaynağın açıkça tanımlandığı ve onaylandığı resmi bir propaganda türüdür. Bu tür propaganda genellikle devlet veya kurumsal kaynaklar tarafından üretilir ve doğruluk ve gerçeklik vurgusu yapar. Kara propaganda ise düşman veya rakip taraflarca üretilen yanıltıcı ve manipülatif bilgilerin kullanıldığı bir propaganda türüdür. Bu tür propaganda, hedef kitle üzerinde yanıltıcı bir etki yaratmayı amaçlar ve genellikle düşmanı zayıflatma veya hedefi itibarsızlaştırma amacı taşır. Gri propaganda ise kaynağının belirsiz olduğu veya düşman tarafından üretildiği bilinmeyen bir propaganda türüdür. Gri propaganda, gerçeklikle oynayarak, kafa karıştırıcı veya karmaşık bilgilerle hedef kitlenin duygusal tepkilerini etkilemeyi

amaçlar. Bu tür propaganda genellikle bilgi kirliliği yaratma, şüphe uyandırma ve manipülasyon tekniklerini kullanır.

### **a. Beyaz Propaganda**

Beyaz propaganda, açıkça tanımlanan ve kaynağı belirtilen resmi veya kurumsal kaynaklar tarafından üretilen bir propaganda türüdür. “Şeffaflığın temel alındığı ve sadece doğruların söylendiği ayrıca da kaynağın bilindiği propaganda türüdür (Tarhan, 2013).” Bu tür propaganda genellikle devletler, hükümetler, siyasi partiler veya kurumsal yapılar tarafından kullanılır. Beyaz propaganda, amacını genellikle kamuoyunu etkilemek, bir fikri veya politikayı desteklemek veya belli bir ideolojiyi yaymak olarak belirler. “Beyaz propagandanın bir özelliği de kaynağın ulaşılabilir, teyit edilebilir olması yani kaynak hakkında kuşku uyandıracak hiçbir emarenin olmamasıdır (Erkış ve Summak, 2014).” Genellikle gerçeklik ve doğruluk vurgusu yapar. Bu tür propaganda, açık ve doğru bilgilerin kullanılmasını tercih eder ve genellikle bilimsel verilere, uzman görüşlerine veya istatistiklere dayanır. İletilen mesajlar, mantıklı argümanlarla desteklenir ve genellikle hedef kitlenin güvenini kazanmayı amaçlar. Genellikle açık ve görsel olarak etkileyici iletişim araçları kullanır. Propaganda afişleri, televizyon veya radyo reklamları, basılı yayınlar veya sosyal medya platformları gibi kanallar aracılığıyla yayılır. İletilen mesajlar, genellikle olumlu duygusal tepkileri uyandırmak veya belirli bir ideoloji veya politikayı desteklemek için tasarlanır.

Beyaz propaganda, etkileme ve ikna etme yöntemleriyle diğer propaganda türlerinden ayrılır. Diğer propaganda türlerine nazaran daha şeffaf bir şekilde faaliyet gösterir ve kaynağı açıkça belirtilir. Bir örnek olarak, II. Dünya Savaşı yıllarında yayın yapan BBC kanalının yayınları bu kapsamda öne çıkan beyaz propaganda örneklerinden olmuştur. Hatta o dönem düşman ülkenin lideri olan Hitler’in bile BBC’nin haberleri ile ilgili olarak “Bu istediğini söyler ama doğruyu söyler” dediği belirtilmiştir (Avcı, 2018). Buna rağmen, beyaz propaganda da manipülasyon ve yanıltıcı tekniklere başvurabilir. Doğru bilgilerin seçilmesi veya çarpıtılması, istatistiklerin yanıltıcı şekilde sunulması veya çıkarımların yanlış yapılması gibi taktikler kullanılabilir. Genellikle kamusal tartışmalara katkıda bulunmak, bir politikayı veya ideolojiyi desteklemek veya bir kurumun itibarını artırmak gibi amaçlarla kullanılır. Hedef kitlenin güvenini

kazanma ve destek sağlama üzerine odaklanırken, genellikle açık ve doğru bilgilerin kullanılmasıyla güvenilirlik sağlamaya çalışır.

## **b. Gri Propaganda**

“Gri propaganda beyaz propagandanın aksine kaynağın net olarak belli olmadığı ve mesajların doğruluğu ve güvenilirliği hakkında da belirsizliğin hakim olduğu propaganda türüdür (Özsoy, 1998).” Bu tür propaganda, gerçeklikle oynayarak, kafa karıştırıcı veya karmaşık bilgilerle hedef kitlenin duygusal tepkilerini etkilemeyi amaçlar. Genellikle kaynakların gizli kalması veya çeşitli kanallardan yayılması nedeniyle tanınması zor bir türdür. Propagandacılar, bu tür propaganda aracılığıyla gerçeklik algısını sarsmayı ve toplumda şüpheyandırmayı hedefler. Gerçek ve yanıltıcı bilgilerin karışımını kullanarak, hedef kitlenin güvenini sarsar ve belirli bir amaca veya fikre yönlendirme yapmayı amaçlar. “Verilen doğru bilgilerin yanında amaca uygun yanlış bilgilerde propagandacı tarafından servis edilir ve doğru ile gerçek ayırt edilemeyecek hale getirilir. Kimi zaman ise gerçekler kasıtlı olarak çarpıtılır. Hedef kitlenin manipüle edilmesi için çok sık kullanılan bir propaganda yöntemidir ve hemen her ülkede özellikle politik meseleler hakkında sık sık kullanılır. (Özer, 2019) “

Gri propagandanın bir diğer ilginç özelliği de rivayetler ve söylentiler üzerinden yayılabilesidir. Bu propaganda, genellikle bilgi kirliliği yaratma, şüpheyandırma ve manipülasyon tekniklerini kullanır. Propagandacılar, gerçeklikle bağdaşmayan bilgileri veya çelişkili açıklamaları yayarak hedef kitlenin aklını karıştırmaya çalışır. Bu tür propaganda, yanıltıcı istatistikler, sahte belgeler, montajlanmış görseller veya söylentilerin yayılması gibi yöntemleri kullanabilir. “II. Dünya Savaşı yıllarında İngilizlerin, Nazi radyolarını taklit ederek gerçek ve yalan haberleri kendi çıkarlarına olacak şekilde servis etmeleri de bir gri propaganda örneğidir (Akarcalı, 2003).” Genellikle toplumu bölme veya karışıklık yaratma amacı güder. Farklı gruplar arasında çatışma veya düşmanlık oluşturmayı hedeflerken, kaynakların belirsizliği ve bilginin karmaşıklığı nedeniyle kontrol edilmesi zor bir ortam yaratır. Bu propaganda türü, toplumda kafa karışıklığı ve güvensizlik yaratarak hedef kitlenin kararlarını etkilemeyi amaçlar.

### **c. Kara Propaganda**

Kara propaganda, düşman veya rakip taraflarca üretilen ve yayılan yanıltıcı ve manipülatif bilgilerin kullanıldığı bir propaganda türüdür. Kara propaganda, genellikle hedef kitle üzerinde yanıltıcı bir etki yaratmayı amaçlar ve düşmanı zayıflatma veya hedefi itibarsızlaştırma amacı taşır. Bu tür propaganda, genellikle kendi kaynaklarını veya kimliklerini gizler ve bilgilerin kaynağını açıkça belirtmez. ‘‘Kara Propaganda da mesajın geldiği kaynak bellidir ancak bu kaynak gerçek kaynak değildir yani gerçek kaynak gizli tutulur. Görünen kaynak aslında gerçek kaynak olmadığından böylelikle gerçek kaynak gizlenerek daha rahat şekilde hedefe mesajlar gönderebilmek de, böylelikle de hedef kolaylıkla etki altına alınabilmektedir (Deneçli ve Deneçli, 2014).’’ Böylelikle, iletişim aracılığıyla hedef kitlenin dikkatini çekerek, manipülatif mesajlarını daha etkili bir şekilde iletebilir. Kara propaganda, yanlış bilgilerin kasıtlı olarak yayılması, gerçeklerin çarpıtılması veya düşmanı itibarsızlaştıracak iftira, söylenti ve dedikoduların yayılması gibi yöntemleri kullanabilir.

Bu propaganda türü, genellikle duygusal tepkileri tetiklemeye ve toplumda korku, endişe veya öfke gibi duyguları uyandırmaya çalışır. Kara propagandada, gerçeklerin yanı sıra çarpıtılmış veya yanıltıcı istatistikler, sahte belgeler veya görsel kanıtlar kullanılabilir. Böylelikle, hedef kitlenin güvenini sarsar ve kendi çıkarları doğrultusunda bir algı oluşturmaya çalışır. ‘‘Her türlü yalan, aşağılayıcı bilgi, iftira gibi unsurlara kara propagandanın araçlarındandır (Avcı, 2018).’’

Bu bağlamda kara propaganda genellikle savaş zamanlarında veya çatışma dönemlerinde yoğun bir şekilde kullanılır. Düşmanı zayıflatmak, moral bozmak, kamuoyunu etkilemek veya hedef kitlenin desteğini azaltmak gibi amaçlar taşır. Kara propaganda, genellikle gerçeklikten uzaklaşarak, düşmanı suçlamak veya yalan yanlış bilgilerle toplumu manipüle etmek için kullanılan bir silahtır.

## **4. Propaganda: Sanat, Savaş ve İletişim Arasındaki Etkileşim**

### **B. Savaş ve Propaganda**

Günümüzde, savaş ve propaganda kavramları, tarih boyunca insanoğlunun karşılaştığı en etkili ve güçlü araçlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Savaşlar, milenyumlar boyunca toplumları etkilemiş, devletlerin kaderini belirlemiş ve

dünya tarihinde derin izler bırakmıştır. Propaganda ise, bu savaşlarda stratejik bir rol oynamış, insanların düşüncelerini şekillendirmiş ve toplumsal algıyı yönlendirmiştir. ‘‘Propaganda daha fonksiyonel olarak ise kaynağına yani propagandacıya fayda sağlama amacı güden, topluluğun duygu ve düşüncelerini bu noktada kontrol altında tutmayı ya da değiştirmeyi amaçlayan görüşler olarak tanımlanmıştır (Tarhan, 2013).’’

Savaşın doğası, insanların içgüdüsel olarak çatışmaya ve düşmanlığa meyilli olmalarından kaynaklanmaktadır. ‘‘Ulusların birbirlerini etkilemek için kullandıkları değişik propaganda kategorileri bulunmaktadır. Savaş alanındaki en ciddi ve acil sorun, psikolojik savaş yoluyla düşmanın savaşma azmini baltalama taktiği idi. Destek kazanma ve diğer ulusların eğitim yöntemlerini etkileme yoluyla sempati kazanma ise dolaylı sorunlardır (Sorensen,1968: 3). İnsanlar, toprak, kaynaklar, ideolojiler veya diğer nedenlerle birbirleriyle çatışabileceklerini keşfetmişlerdir. Savaş, bu çatışmaların en yıkıcı ve şiddetli şeklidir ve genellikle büyük bir insanlık trajedisine sonuçlanır.

Ancak savaşın kendisi, bir araç olarak kullanıldığında, büyük bir güce dönüşebilir. İşte burada propaganda devreye girer. Propaganda, bilinçli bir şekilde yayılan bilgi, fikir veya görüşlerin manipülatif bir şekilde kullanılmasıdır. Savaş dönemlerinde, taraflar kendi amaçları doğrultusunda propaganda araçlarını kullanarak halkın desteğini kazanmaya çalışır. Bu amaçla, duygusal bağlantılar, milliyetçilik, ideolojik inançlar ve diğer psikolojik faktörler kullanılır.

’’19. Yy. devlet ve devletin temsilcileri açısından bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Yönetenler sadece şartlar gerektirdiği zaman değil, her an kamuoyunun desteğini almak zorunda olduklarını anladıkları andan itibaren propagandaya siyasal iktidarlarının vazgeçilmez bir unsuru olarak değer vermişlerdir (Akarcalı, 2003: 15).’’

Birçok savaşta, propaganda araçları etkili bir şekilde kullanılmıştır. Örneğin, I. Dünya Savaşı sırasında, Amerikan hükümeti, "Uncle Sam" olarak bilinen ikonik bir figürü kullanarak halkın askere katılımını teşvik etmiştir. Bu figür, Amerikan değerlerini temsil eden yaşlı bir adam olarak tasvir edilmiş ve "Seni Birleşik Devletler Ordusu'nda istiyorum!" mesajıyla halka hitap etmiştir. Benzer şekilde, II. Dünya Savaşı döneminde, propaganda afişleri, milliyetçilik

duygularını kışkırtmak, düşmanı küçümsemek ve savaşa katılımı teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır. Bu afişlerde, askeri liderlerin karikatürize edilmiş halleri, düşmanı aşağılamak ve halkın savaşa karşı motivasyonunu artırmak için kullanılmıştır.

Savaş ve Propaganda arasındaki ilişki karmaşıktır. Savaşın doğası gereği, propaganda savaşan taraflar arasında düşmanlık ve nefret duygularını körükleyebilir. Propaganda, düşmanın kötücül ve tehdit edici bir şekilde tasvir edilmesini sağlayarak, toplumun düşmanı hedeflemesine ve savaşa katılmasına yönlendirebilir. Aynı zamanda, propaganda barış yanlısı düşünceleri bastırabilir, insanları savaşa destek vermeye ikna edebilir ve eleştirel düşüncüyü engelleyebilir. Propaganda, savaşın bir parçası olarak kullanıldığında toplumlara etkileyebilir, düşmanlık duygularını körükleyebilir ve savaşa katılımı teşvik edebilir.

Bu ikili arasındaki ilişkinin derinlemesine incelenmesi, toplumların bilinçli düşünceye ve eleştirel analize önem vermesini sağlayarak, etkili propagandanın etkisini sınırlayabilir. Ayrıca, toplumların propaganda araçlarına karşı daha bilinçli ve eleştirel bir tutum geliştirmeleri, manipülasyona karşı savunmalarını güçlendirebilir. Örnek olarak, II. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası, propagandayı büyük bir etkinlikle kullanmış ve Adolf Hitler'in liderlik figürünü güçlendirmek için mitingler, afişler ve film prodüksiyonları gibi araçlara başvurmuştur. Hitler, savaşa giriş nedenlerini ve ideolojisini halka benimsetmek için propagandayı etkili bir şekilde kullanmıştır. Benzer şekilde, Soğuk Savaş döneminde ABD ve SSCB arasında propaganda savaşı yaşanmıştır. Her iki taraf da kendi ideolojilerini yaymak, düşmanı kötülemek ve kendi halklarını savaşa hazırlamak için çeşitli propaganda araçlarına başvurmuştur. Radyo yayınları, televizyon programları, gazeteler ve diğer medya araçları propaganda savaşında kullanılan etkili platformlardır.

### **C. İletişim ve Propaganda**

İletişim ve propaganda arasındaki ilişki birbirine bağlıdır. İletişim, bir mesajın bir kaynaktan bir alıcıya iletildiği herhangi bir süreçtir. Bu süreçte mesajın doğru bir şekilde iletildiği, anlaşıldığı ve yorumlandığından emin olmak önemlidir. Propaganda, iletişimin belirli bir türüdür ve belirli bir amaca yönelik

olarak tasarlanmıştır. Propaganda, bir grup insanı bir fikir, düşünce, ürün veya hedefe yönlendirmek için çeşitli teknikler kullanır. Propaganda, bir düşünce veya ideolojinin yayılmasına yardımcı olmak, bir hükümetin politikalarını desteklemek veya bir ürün veya hizmetin satışını artırmak gibi hedeflere yönelik olarak kullanılabilir.

İletişim ve propaganda arasındaki fark, propaganda mesajlarının, genellikle belirli bir amaca yönelik olarak tasarlanmış ve kontrol edilmiş olmasıdır. Propaganda, mesajın alıcısı üzerinde etki bırakmak için bilinçli olarak belirli teknikleri kullanır. Bu teknikler, mesajın inandırıcılığını artırmak, mesajın tekrarlanması, duygusal manipülasyon ve ayrımcılık gibi unsurları içerir. İletişim ve propaganda arasındaki ilişki, iletişim sürecindeki tarafların kontrolüne ve niyetlerine bağlıdır. İletişim sürecindeki tarafların niyeti bilgilendirmek veya eğlendirmekse, iletişim amaçlıdır. Ancak, niyet propaganda ise, mesajın doğru bir şekilde iletildiğinden ziyade, mesajın belirli bir hedefi gerçekleştirmesi amaçlanır. Bu bağlamda, iletişim ve propaganda arasındaki fark, niyetlerinde ve kontrol derecelerinde yatar. İletişim doğal bir süreçtir ve herhangi bir amaca yönelik olabilir. Propaganda ise, belirli bir amaca yönelik olarak tasarlanmıştır ve mesajın alıcısı üzerinde belirli bir etki bırakmak için çeşitli teknikler kullanır.

#### **D. Sanat ve Propaganda**

Sanat ve propaganda, tarihsel olarak birbirleriyle bağlantılı olmuştur. Propaganda, bir düşünceyi, fikri veya ideolojiyi yaymak için tasarlanmış mesajları ifade ederken, sanat, duygu, estetik ve düşünsel ifade için tasarlanmıştır. Sanat ve propaganda, birbirleriyle çatışabilir veya birlikte çalışabilirler. Sanat, genellikle özgürlük, yaratıcılık ve yenilikçiliği özendirirken, propaganda daha sıkı bir kontrol ve kısıtlama anlayışına dayanır. Propaganda, sadece belli bir mesajı yaymakla sınırlanırken,

Sanat daha geniş bir yelpazede konulara değinir ve birçok farklı mesajı iletebilir.

Bazı sanat formları, propaganda araçları olarak kullanılabilir. Özellikle savaş zamanlarında, resim, film, tiyatro, müzik ve diğer sanat formları, askeri güçlerin sevkıyatı, düşmanların küçük düşürülmesi, vatanseverliğin teşvik

edilmesi ve diğler amaçlar için propaganda amaçlı kullanılmıştır. Ancak, sanatın propaganda aracı olarak kullanılması, sanatın özgürlüğüne ve yaratıcılığına zarar verebilir. Diğler taraftan, bazı sanatçılar, sanatlarını toplumun ilerlemesi ve iyileşmesi için bir araç olarak kullanırlar. Bu tür sanatçılar, sosyal değışimi teşvik ederler ve sosyal ve politik sorunlara duyarlılığı artırırırlar. Bu tür sanatçıların eserleri, genellikle politik, toplumsal veya kültürel bir mesaj taşıyarak propaganda amaçlı kullanılabilir, ancak bu mesajlar, sanatçının kişisel ifadesi ve yaratıcılığına dayanır.

Sanat propagandası yaratmanın birçok yolu var: mimari, Drama, müzik, spor giyim ve bunun ötesinde cinayet, intihar, terör vb. şiddet eylemleri propaganda amaçlı kullanılabilir. Giyim açısından en çarpıcı örnek, dünya tarihinin en şık giyinen orduları arasında yer alan Nazi üniformasıdır. Üniforma başlı başına bir moda tasarım ürünüdür ve rütbeye göre değışen üniformalar hiyerarşiyi açıkça göstermektedir. Kışın subayların giydiğı Nazi paltoları, yazın ise çöl iklimlerinde giyilen üniformalar son derece detaylı, kaliteli ve pratiktir. Sanat ve propaganda, birbirleriyle bağlantılıdır, ancak farklı amaçlar için tasarlanmıştır. Sanat, duygu, estetik ve düşünsel ifade için tasarlanmışken, propaganda, belli bir mesajı yaymak için tasarlanmıştır. Sanatın propaganda aracı olarak kullanılması, sanatın özgürlüğüne ve yaratıcılığına zarar verebilir. Ancak, bazı sanatçılar, sanatlarını sosyal değışim için bir araç olarak kullanırlar ve bu tür sanat eserleri, propaganda amaçlı kullanılabilir.

## **1. Propaganda Algı Yönetimi**

“Propaganda, insanların zihinlerini etkilemeyi amaçlayan bir araçtır ve propaganda afişleri de çeşitli görsel ve sözel tekniklerle insanların algılarını yönetmeye ve düşüncelerini bir konuda şekillendirmeye yönelik bir propaganda türüdür (Jowett & O'Donnell, 2015)”. 1. ve 2. Dünya Savaşları sırasında yapılan propaganda afişleri, algı yönetiminde önemli bir rol oynamıştır. Philip M. Taylor'a göre "Propaganda, güç sahibi olanlar için kamunun görüşlerini şekillendirmek ve etkilemek için yaygın ve temel bir araçtır. Gerçekliğin algılarını kontrol etmek ve manipüle etmek için yüzyıllardır kullanılmaktadır." (Taylor, 2013: 3) şeklinde tasvir edilmiştir.

Gestalt'ın "bilişsel algı kuramı"na göre, nesnelerin renkleri, şekilleri, hareketleri gibi fiziksel özellikleri ayrı ayrı değerlendirilmesine rağmen, bu özellikler bireylerin bilişsel ve duyuşsal nitelikleri doğrultusunda bir araya getirilip anlamlandırılarak bir bütün haline getirilmektedir (Erişti ve Urgan, 2016: 314). Propaganda afişleri, düşmanı şeytanlaştırmak ve savaş çabasını desteklemek için kullanılmıştır. Afişler, düşmanı kötü ve müttefik güçleri kahraman ve erdemli olarak tasvir eden resimler ve sloganlar kullanmıştır (Jowett & O'Donnell, 2015). Bu afişler, insanların zihninde düşmana negatif bir imaj yaratmayı ve savaşı bir ahlaki zorunluluk olarak görmelerini amaçlamıştır.

'Düşmanı şeytanlaştırmak yanı sıra, propaganda afişleri milliyetçiliği ve ulusal birliği teşvik etmek için de kullanılmıştır. Bu afişler, insanların görev ve gurur duygusu hissetmelerini sağlamak için sloganlar kullanmıştır (Jowett & O'Donnell, 2015). "Tanrı ve Vatan için", "Sakin Ol ve Devam Et" veya "Orduda, Donanmada veya Hava Kuvvetlerinde Hizmete Katılın" gibi sloganlar kullanılarak insanların görev ve gurur duygusu hissetmeleri sağlanmıştır. Bu afişler, insanların savaş çabasında kişisel bir çıkarı olduğunu ve katkılarının ülkelerinin başarısı için hayati öneme sahip olduğunu hissettirmeyi amaçlamıştır.

'Propaganda afişleri, insanların algılarını etkilemek için korkuyu da bir araç olarak kullanmıştır. İnsanları harekete geçirmek için en kötü senaryoları tasvir eden afişler sıklıkla kullanılmıştır (Jowett & O'Donnell, 2015)'. Bu afişler, insanlarda bir aciliyet hissi yaratmayı ve harekete geçmelerini sağlamayı amaçlamıştır.

## E. Propaganda Algı Yönetimi Örnekleri



Şekil 5. "Let's Catch Him With His "Panzer" Down!" U.S. Government Printing Office, 1942-43

Kaynak: poulwebb.blogspot.com, 2022

(Şekil 5) gösterilen afiş, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri'nde propaganda amacıyla kullanılmıştır. Afiş, askeri üniformadan ceket ve şapka giyen Adolf Hitler'in çıplak alt bedeniyle birlikte animasyonlu bir resmini içermektedir. Hitler'in arkası kamera tarafından dönük ve ayaklarının dibinde parçalanmış oyuncak tankların bir yığılışı bulunmaktadır. Afişdeki metin "Let's catch him with his 'Panzer' down! We will – if we keep 'em firing!" şeklindedir ve Amerikan endüstri işçilerinin savaşı kazanmak için silah ve diğer gereçleri üretmeye devam etmeleri gerektiğini vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu yolla zafer duygusu, gurur ve birlik duygusu oluşturularak hizmet eden insanlar için ortak bir düşman vurgulanmaktadır."Adolf Hitler'in karikatür görüntüsünü içeren propaganda afişi, II. Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri'nde endüstri işçilerinin savaş çabası için silah ve diğer malzemeler üretmeye devam etmelerini teşvik etmek için kullanılmıştır (Library of Congress, n.d) Ayrıca, afiş Amerikan endüstri işçilerinin savaşa ne kadar katkıda bulduklarını da öne çıkararak onların emeğine saygı göstermektedir. Bu

nedenle, afiş sadece savaş propagandası için değil, aynı zamanda Amerikan tarihindeki endüstriyel gelişmenin bir göstergesi olarak da görülebilir. Bu propaganda afişi, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılmıştır. Afiş, askeri üniforma giyen Adolf Hitler'in çıplak alt bedeninin, animasyonlu bir resmini göstermektedir. Hitler'in arkası kamera tarafından dönük ve ayaklarının etrafında parçalanmış oyuncak tanklar yer almaktadır. Afişte "Let's catch him with his 'Panzers' down! We will – if we keep 'em firing!" şeklinde bir metin yer almaktadır. "Afişin metni olan 'Let's catch him with his 'Panzers' down! We will – if we keep 'em firing!' ifadesi, ortak bir düşman vurgulayarak hizmet eden insanlar için zafer duygusu, gurur ve birlik duygusu oluşturmayı amaçlamaktadır (Kongre Kütüphanesi, t.y.)." Bu metin, Amerikan endüstri işçilerinin savaşı kazanmak için silah ve diğer malzemeleri üretmeye devam etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

Afişin öne çıkan özelliklerinden biri, Hitler'in alay edilmesi yoluyla ortaya çıkan mizah unsurudur. Resmin üst kısmı saygın bir izlenim verirken, alt kısmı tam tersi bir etki yaratır. Bu durum, afişi çekici kılmaktadır çünkü izleyici tarafından tanınan bir konuya dair esprili bir yaklaşım sunar. Hitler'i güçlü bir kötü adam olarak düşünmek zaten yaygın bir tema iken, nefret edilen ve etkili bir kişinin imajını insanların günlük hayatlarında alay edilen bir şeyle ilişkilendirmek afişi kolayca anlaşılabilir kılmaktadır.

Metinde yer alan "Let's catch him with his 'Panzers' down" ifadesi, Hitler'in savunmasız olduğu bir anda yenmenin bir çağrışımını taşıırken aynı zamanda "panzer" kelimesi de Almanların savaş sırasında kullandığı bir tank türünü ifade etmektedir. Bu nedenle, afiş sadece Hitler'i çıplak yakalamakla suçlamakla kalmaz, aynı zamanda onu yenmenin bir yolunu işaret eder. Afişteki oyuncak tank parçaları, eğlenceli bir kelime oyununun yanı sıra, Amerikan endüstri işçilerinin savaşa katkısının önemini vurgular.

1942 yapımı "Your Bit Can Help Drive Him Mad!" isimli propaganda afişi

(Şekil 6), Japonlara karşı Amerikan halkının savaş çabasına katkı yapmaları için tasarlanmış bir propaganda aracıdır. Afişte, Japon İmparatorluğu'nun askeri liderlerini karikatürize edilmiş şekillerde gösterilir. Afişin mesajı, Amerikan halkının Japon askerlerine karşı savaşmak için her türlü

aracı kullanabileceği, hatta eğlence ve hobi aktivitelerinin bile savaş çabasına katkı sağlayabileceği yönündedir. Afiş, Amerikan halkına savaş çabalarını artırmaları için bir çağrı niteliği taşımaktadır.



Şekil 6. “Your Bit Can Help Drive Him Mad!” 1942

Kaynak: [www.loc.gov](http://www.loc.gov), 2023

Afişteki karikatürler, düşman askerlerine karşı savaşma arzusunu artırmak ve düşmanı aşağılamak amacıyla tasarlanmıştır. Aynı zamanda, Japon İmparatorluğu'nun liderlerinin karikatürize edilmiş halleri, Amerikan halkının düşmanın kötü niyetini görmesine ve düşmanı nihai olarak yenmek için kararlılık kazanmasına yardımcı olabilir.

"Evden Bu Korkuyu Uzak Tutarız", İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan propaganda afişi (Şekil 7), Japonları tecavüzcü olarak tasvir ederek savaş tahvili satın almaya teşvik etmek için görsel ve metinsel unsurları kullanmaktadır. Afişin yaratıcısı, tüm Amerikalılara güçlü bir sosyal ve siyasi mesaj iletmek için renk, ölçek, desen, metin ve temsilde dikkatli seçimler yaptı.

Sanat veya siyasi bir geçmişi olmayanlar bile hızlıca anlayabilecekleri basit ve açık bir mesaj taşıyan afişin merkezinde Japon askeri yer almaktadır ve abartılı yüz özellikleri izleyicide korku ve nefret uyandırmaktadır. Aksine, Amerikalı kadının savunmasız ve korku dolu ifadesi, izleyicinin Japonlara karşı nefretini daha da artırır.



Şekil 7. "Keep this Horror From Your Home." Office for Emergency Management, 1942-45

Kaynak: dp.la, 2023

"Evden Bu Korkuyu Uzak Tutarız", İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan propaganda afişi, Japonları tecavüzcü olarak tasvir ederek savaş tahvili satın almaya teşvik etmek için görsel ve metinsel unsurları kullanmaktadır. Afişin yaratıcısı, tüm Amerikalılara güçlü bir sosyal ve siyasi mesaj iletmek için renk, ölçek, desen, metin ve temsilde dikkatli seçimler yaptı. Sanat veya siyasi bir geçmişi olmayanlar bile hızlıca anlayabilecekleri basit ve açık bir mesaj taşıyan afişin merkezinde Japon askeri yer almaktadır ve abartılı yüz özellikleri izleyicide korku ve nefret uyandırmaktadır. Aksine, Amerikalı kadının savunmasız ve korku dolu ifadesi, izleyicinin Japonlara karşı nefretini daha da artırır.

Afişi ayrıntılı olarak incelediğimizde, Japon askerinin koyu teni ile Amerikalı kadının açık teni arasındaki kontrast dikkate değerdir. Bu kontrast, kötülük ve iyilik arasındaki mücadeleyi simgelemekte ve Japonları düşman, Amerikalıları ise kurban olarak tasvir etmek için kullanılmaktadır. Ek olarak, Japon askerinin siyah şapkası, afişte başka bir kontrast yaratmak için kullanılmış ve karanlık ve ışık temasını daha da vurgulamıştır. Afişin tam görsel potansiyeli, çeşitli görsel ve metinsel unsurların dikkatli analiziyle gerçekleştirilebilir.

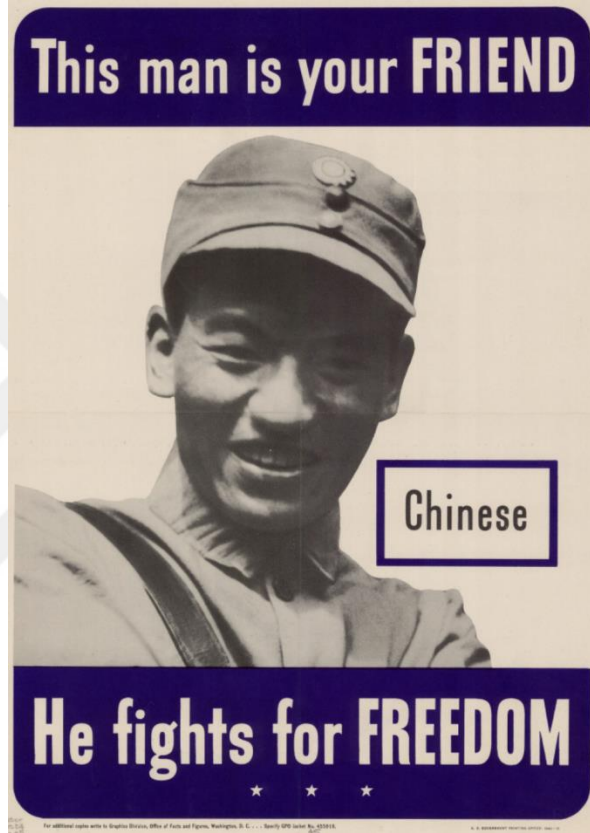


Şekil 8. “Stop Him and The Job’s Done” U.S. Government Printing Office, 1944

Kaynak: calisphere.org, 2023

İkinci Dünya Savaşı sırasında yayınlanan “Onu Durdurun ve Bu İş Bitsin” adlı propaganda afişi, 1945 yılında yayınlanmış ve Japon askerini acımasız bir şekilde tasvir etmiştir. Afişte Japon askeri, Arisaka tüfeği nişan alırken izleyiciye bakmaktadır. Harry Morse Meyers tarafından tasarlanmış ve 1945 yılında yayınlanmıştır. Meyers, afişde yoğun bir şekilde görsel unsurları kullanarak, izleyiciyi Japon askerine karşı duygusal bir tepki vermeye çağırmaktadır. Bu afişin incelenmesi, savaş sırasında kullanılan propaganda araçlarının nasıl işlediğine dair bir fikir vermektedir.

(Şekil 9) II. Dünya Savaşı sırasında ABD Hükümeti tarafından üretilen bir Çin propagandası afişi olarak bilinir. Afişte, dostça bir Çin askerinin resmi yer almaktadır ve "Bu adam senin arkadaşın, Özgürlük için savaşıyor" mesajı verilmektedir. Afişin amacı, Amerikan halkına Çinlilerin müttefikleri olduğunu ve savaşın kapsamlı bir küresel çaba olduğunu hatırlatmaktır. Bu afiş, II. Dünya Savaşı döneminde Amerikan halkının milletlerarası dayanışmayı önemseyen bir mesajını yansıtmaktadır.



Şekil 9. "This man is your friend: Chinese: he fights for freedom." 1942

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

II. Dünya Savaşı döneminde Japon askerleri, fiziksel özellikleri nedeniyle canavarlaştırılmış ve doğrudan düşman olarak hedef gösterilmiştir. Bu tutum o kadar yaygınlaşmıştır ki, ABD'nin müttefiki olan Çin Cumhuriyeti'ne yönelik destek afişlerinde Çinli askerler tasvir edilirken "Çinli" ibaresi altına eklenmek zorunda kalmıştır. Bu durum, Amerikan toplumunun Japon ve Çinliler arasındaki fiziksel farklılıkları ayırt edebilecek bir algıya sahip olmadığını göstermektedir.

Bir başka Amerikan propaganda afişi, "The M-1 does my talking!...with your cartridges" başlığı altında yayınlanmıştır. Afiş, İkinci Dünya Savaşı sırasında yayınlanmış ve M-1 tüfeğinin kullanımı için halka çağrıda bulunmayı amaçlamaktadır. Afişte, M-1 tüfeğiyle silahlanmış bir asker görülmektedir ve altında, "Bu M-1 tüfeği konuşuyor... sizin mermilerinizle" yazmaktadır. Bu slogan, tüfeğin etkinliğine vurgu yaparak halkın desteğini ve silahlanmasını arttırmayı hedeflemiştir. Ayrıca, Amerika halkına, İkinci Dünya Savaşı'nda kullanılan silahların önemine ve savaşın kazanılması için halkın katılımının ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmektedir.



Şekil 10. "The M-1 does my talking! with your cartridges" Jes Wilhelm Schlaikjer, 1947

Kaynak: oac.cdlib.org, 2023

## F. Propaganda Afişlerinin Toplum Hayatına Etkisi

Propaganda afişleri, toplum hayatına derin etkileri olan güçlü iletişim araçlarıdır. Bilgilendirme, duygusal etkileşim, tutum ve davranış değişikliği, sembol ve kimlik oluşturma, mobilizasyon ve yönlendirme gibi yollarla toplum

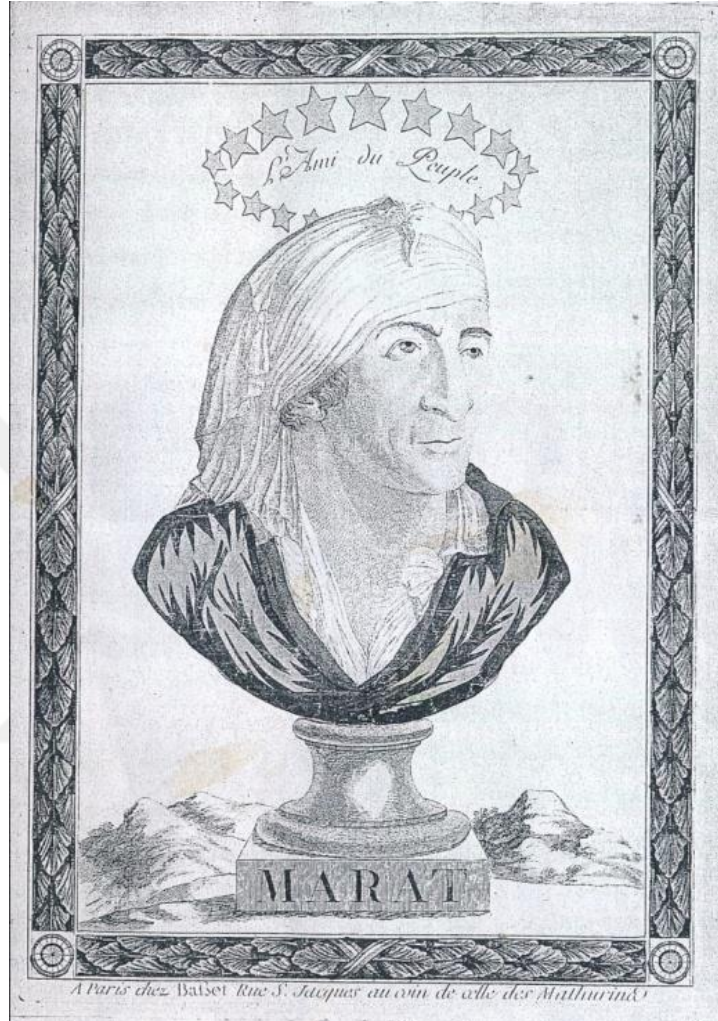
üzerinde etkisini sürdürür. Bu afişler, politik propagandadan ticari reklamlara kadar çeşitli alanlarda kullanılır ve hedef kitle üzerinde istenilen tepkileri uyandırmayı amaçlar. Propaganda afişlerinin toplum hayatına etkileri çeşitlidir. İlk olarak, bu afişler bilinç oluşturarak toplumu belirli bir konu hakkında bilgilendirir. Toplumun farkındalığını artırarak, insanları daha iyi bilgilendirir ve tartışmalara yol açar. Aynı zamanda duygusal etkileşim yoluyla insanların duygusal tepkilerini uyandırır. Sevgi, korku, gurur veya öfke gibi duygusal tepkileri tetikleyerek, insanların belirli bir konuya karşı tutumlarını şekillendirir. Propaganda afişleri aynı zamanda tutum ve davranış değişikliği üzerinde etkilidir. İnsanların tutumlarını ve davranışlarını değiştirmeyi hedefleyerek, belirli bir ürünü satın almalarını, bir düşünceye destek vermelerini veya belirli bir eylemi gerçekleştirmelerini teşvik eder. Bu afişler, insanların değerlerini, inançlarını ve alışkanlıklarını etkileyerek istenen davranış değişikliklerini sağlamaya çalışır.

Sembol ve kimlik oluşturma da propaganda afişlerinin etkili olduğu bir alanı kapsar. Afişlerde kullanılan semboller, görseller ve metinler, belirli bir kimliği temsil eder. Bir ülkenin veya grubun değerlerini, ideallerini ve kimliğini yansıtarak insanları bir araya getirir. Bu sayede toplumsal bir bağ oluşturulur ve belirli bir kimliğin güçlendirilmesine katkı sağlanır. Bu bağlamda, propaganda afişleri mobilizasyon ve yönlendirme amacı güder. İnsanları belirli bir amaç etrafında birleştirerek toplumu harekete geçirir ve yönlendirir. Toplumu belirli bir eylem veya değişim için harekete geçirirken, toplumsal bir duyarlılık oluşturur. Bu afişler, toplumu belirli bir yönde hareket etmeye teşvik ederek, istenen sonuçların elde edilmesine yardımcı olur.

## **1. Tarihteki İlk Propaganda Afişleri**

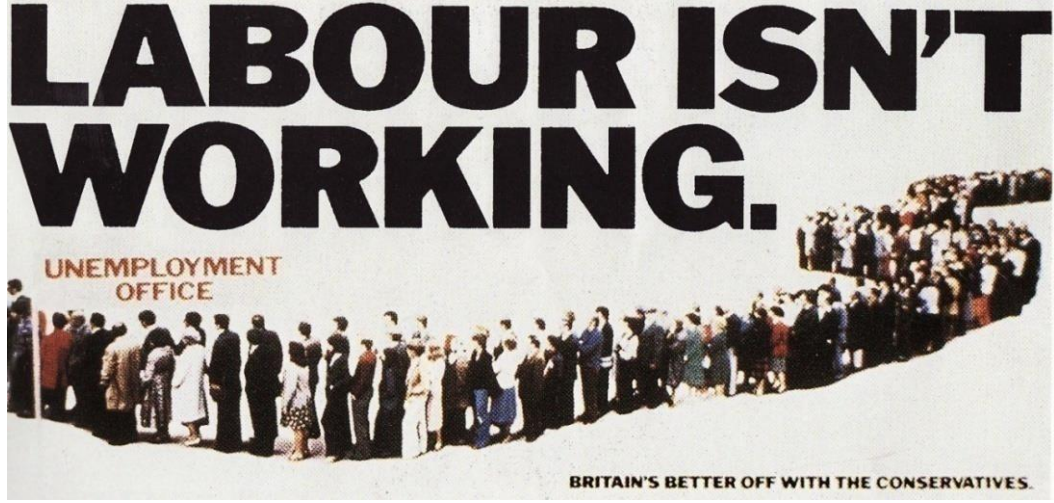
Propagandanın tarihi çok eskilere dayanmasına rağmen, günümüzde bildiğimiz anlamda kullanımı yaklaşık 100 yıllık bir geçmişe sahiptir. Propaganda afişleri ise bu geçmişin önemli bir parçasıdır. “Tarihin ilk çağlarında taş duvarlara kazınırken, 15. yy’dan sonra kâğıtlara yazılmaya başlanılan afişler gittikçe sanat değeri olan birer propaganda ve reklam aracı haline gelmiştir (Ana Britannica, 1986: 122).” “Propaganda afişinin tarihsel kökleri çok derindir. Önceki zamanlardaki modern propaganda afişleri köylerde, kasabalarda, genellikle savaş tasvirleri şeklinde ve bazen üzerinde tipografi de olacak şekilde

kitap satan dükkanların pencerelerinde bulunurdu. V&A' nin grafik iletişim koleksiyonunun en erken örneklerinden biri Fransız Devrimi'nin öldürülen kahramanlarından biri olan sol kanat gazetecisi Jean Poul Marat resimde görülmektedir (Timmers,1998: 102).”



Şekil 11. “ J. Paul Marat” 1793

Kaynak: /collections.vam.ac.uk, 2023



Şekil 12. "Labour isn't working." 1998

Kaynak: medium.com, 2023

"Propagandanın en iyi bilinen şekli afişlerdir. Fakat bunun merkezinde yer alan öge hedef alınan kitlenin etkilendiği davranış ve iletişim şekilleridir. Böyle olsa dahi propaganda çoğunlukla seçilmiş insan duygularını manipüle etmekte, bu nedenle mesajları aktarmada afişler ve web tasarımları da kullanılabilir (Stokoe, 2010.)."

"Propagandanın bilinçsiz kitleleri ya da bireyleri belli amaçlara yöneltmek için yalnızca psikolojik simgeler kullanmanın yeterli olamayacağını ileri sürdü. Lasswell'e göre psikolojik simgeler dışında başka simgeler de kullanarak saptanan hedeflere ve amaçlara yönelik propagandada başarılı olmak mümkündür (Akarcalı,2003:19)."



## IV. I. VE II. DÜNYA SAVAŞLARI

### A. I. Dünya Savaşına Genel Bakış

I. Dünya Savaşı, 1914-1918 yılları arasında gerçekleşmiş olan bir küresel çatışmadır. Savaş, İttifak Devletleri (Alman İmparatorluğu, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Osmanlı İmparatorluğu ve İtalya) ile İtilaf Devletleri (Birleşik Krallık, Fransa, Rusya, Japonya ve diğer bazı ülkeler) arasında gerçekleşen bir çatışma olarak bilinir. Savaşın başlangıcı, 28 Haziran 1914 tarihinde Bosna-Hersek'in başkenti Saraybosna'da gerçekleşen bir suikast girişimiyle tetiklenmiştir. Avusturya-Macaristan Veliht Prensi Franz Ferdinand ve eşi, Sırp milliyetçisi Gavrilo Princip tarafından öldürülmüştür. Bu olay, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu ve Sırbistan Krallığı arasında gerilimi artırmış ve çatışma zincirini başlatmıştır. Bu suikast sonrasında, çeşitli ittifak sistemleri devreye girmiş ve bir dizi diplomatik hamle gerçekleşmiştir. ‘’ 19. yüzyılın sonunda Avrupa'da milliyetçilik ve etnik çatışmaların ortaya çıkması, farklı devletler ve halklar arasında gerilimlere neden oldu ve Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun sosyal ve siyasi yapısında çatlaklara yol açtı. (Anderson, 1991).’’ Avusturya-Macaristan, Sırbistan'a bir dizi talepte bulunarak savaş tehdidinde bulunmuş ve ardından Sırbistan'a savaş ilan etmiştir. Bu, çeşitli ittifaklara bağlı olarak diğer devletlerin de savaşa dahil olmasına yol açmıştır.

Savaşın başlamasıyla birlikte, savaşan taraflar arasında çatışmalar Avrupa'nın farklı bölgelerinde hızla yayılmıştır. İttifak ve İtilaf Devletleri arasında büyük askeri operasyonlar gerçekleşmiş, cepheler oluşmuş ve siper savaşları yaşanmıştır. Toplamda, yaklaşık 70 milyon asker savaşa katılmış ve çatışmalarda büyük insan kayıpları yaşanmıştır. Savaşın sonucunda, 11 Kasım 1918 tarihinde Almanya'nın yenilgisiyle sonuçlanan bir ateşkes anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma, savaşa son vermiş ve birçok toprak değişimi ve politik dönüşümlere yol açmıştır. Ayrıca, savaşın sonucunda imzalanan Versay Antlaşması ile Almanya ağır bir şekilde cezalandırılmış ve savaşın sonuçlarından biri olarak II. Dünya Savaşı'nın temelleri atılmıştır. I. Dünya Savaşı'nın

sonucunda büyük bir ekonomik, siyasi ve toplumsal dönüşüm yaşanmıştır. İmparatorluklar dağılmış, yeni uluslar ve sınırlar oluşturulmuş ve uluslararası ilişkilerde köklü değişiklikler meydana gelmiştir.

Savaşın nedenleri karmaşık ve çok yönlüdür. Bunlar arasında ulusal çıkarlar, sömürgecilik, silahlanma yarışı, imparatorlukların çöküşü, milliyetçilik ve sınıfsal çatışmalar gibi faktörler yer almaktadır. Ayrıca, taraflar arasında güvensizlik, yanlış hesaplamalar ve diplomatik hatalar da savaşın patlak vermesinde etkili olmuştur. Savaşın sonuçları derin ve kalıcı olmuştur. İnsan kayıpları ve yıkım büyüktü. Milyonlarca insan hayatını kaybetmiş, sakat kalmış veya yaralanmıştır. Ekonomik kaynaklar tükenmiş, şehirler harap olmuş ve tarım alanları tahrip edilmiştir. Savaş sonucunda imzalanan antlaşmalar, uluslararası ilişkilerde kalıcı etkiler yaratmış ve gelecek yılların dengesini belirlemiştir.

Savaş sonucunda uluslararası örgütler ve barışçıl çözüm mekanizmalarının kurulması için adımlar atılmıştır. Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kurumlar, benzer çatışmaların tekrar yaşanmaması ve barışın sağlanması amacıyla kurulmuştur. I. Dünya Savaşı, modern dünya tarihinde bir dönüm noktası olmuştur. Savaşın yıkıcı etkileri, uluslararası ilişkilerin şekillenmesini, devletler arası işbirliği ve müzakerelerin önemini vurgulamıştır. Aynı zamanda, savaşın sonucunda ortaya çıkan sorunlar, II. Dünya Savaşı'nın da temel nedenlerinden biri olmuştur.

1. Dünya Savaşı sırasında halkı galeyana getirmek için çeşitli provokatif hareketler yapıldı. Bu hareketlerin amacı, halkı savaşa hazırlamak, desteklerini artırmak ve düşmanla mücadele için motive etmektir. Bazı örnekler şunlardır:

Propaganda: Savaş sırasında, ülkeler kendi halklarına ve düşman ülke halklarına yönelik propaganda kampanyaları yürüttüler. Bu kampanyalar, savaşın haklılığına ve ülkenin düşmanla mücadelesine vurgu yapıyordu.

Gazeteler: Savaş sırasında gazeteler, savaşın seyrini takip etmek ve halkı bilgilendirmek için kullanıldı. Ancak, bazı gazeteler savaş propagandası yaparak halkı galeyana getirmeye çalıştılar.

Milliyetçilik: Savaş sırasında milliyetçilik duyguları yükseldi. Ülkeler, milli gurur ve vatanseverlik duygularını körüklediler ve düşmanı kötülemeğe çalıştılar.

Gösteriler: Savaş sırasında, ülkelerde düzenlenen gösteriler ve mitingler, halkın savaşa hazırlanması ve destek vermesi için düzenlendi. Bu gösterilerde, ülkenin liderleri savaşın haklılığına ve ülkenin düşmanla mücadelesine vurgu yaptılar.

Propaganda filmleri: Savaş sırasında propaganda filmleri yapıldı ve halka gösterildi. Bu filmlerde, düşman ülkenin kötülüğü ve ülkenin zaferi vurgulandı.

Savaş müzeleri: Savaş sırasında, ülkelerde savaş müzeleri açıldı ve halka gösterildi. Bu müzelerde, ülkenin düşmanla mücadelesi ve savaşın kahramanları vurgulandı.

Bu provokatif hareketler, savaşın halk üzerindeki etkisini artırdı ve savaşın seyrini belirleyen önemli bir faktör oldu. Ancak, bu hareketlerin aşırı milliyetçilik, nefret ve düşmanlığı körüklemesi, savaşın sonuçlarına da katkıda bulundu.

## **B. II. Dünya Savaşına Genel Bakış**

II. Dünya Savaşı, 1939 yılından 1945 yılına kadar süren ve dünya genelinde birçok ülkenin katıldığı bir çatışma dönemidir. Savaş, iki büyük askeri ittifak olan Mihver Güçleri ve Müttefik Devletler arasında gerçekleşti. “Dünya nüfusunun yüzde 80’ini oluşturan yaklaşık 60 ülkeden 50 milyon kişi insanlık tarihinin en acımasız dünya savaşından alevlerin içinde yok olup gittiler. (Ataöv, 2008: 9)” Mihver Güçleri, Nazi Almanyası, İtalya ve Japonya’yı içeren bir ittifaktı. Adolf Hitler’in liderliğindeki Nazi Almanyası, komşu ülkeleri istila etmeye ve genişlemeye başladı. İtalya ise Benito Mussolini liderliğindeki Faşist rejimiyle benzer bir şekilde yayılcı politikalar izledi. Japonya ise Asya’da genişleme çabaları içindeydi ve 1937’de Çin’e saldırarak savaşın başlamasına katkıda bulundu. Savaşın başlama noktası, 1 Eylül 1939 tarihinde Nazi Almanyası’nın Polonya’ya saldırmasıdır. Bu saldırı, Müttefik Devletlerin (özellikle İngiltere ve Fransa’nın) Almanyaya savaş ilan etmesiyle sonuçlandı. Almanyanın saldırgan politikaları ve Polonya’nın işgali, savaşın tırmanmasına ve diğer ülkelerin müdahalesine yol açtı. II. Dünya Savaşı, tüm dünyada birçok ülkenin savaşa katılmasıyla genişledi. Müttefik Devletler, Nazi Almanyası ve İtalyaya karşı birleşen ülkelerden oluşuyordu. Bu koalisyon, İngiltere, Fransa, Sovyetler Birliği,

Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Avustralya ve diğer birçok ülkeyi içeriyordu. Savaş boyunca birçok önemli çatışma ve olay gerçekleşti. Almanya'nın Avrupa'yı istila etmesi, Sovyetler Birliği ile Almanya arasındaki Doğu Cephesi'nde şiddetli mücadeleler, Pasifik'teki Japonya'nın genişlemesi ve Pearl Harbor saldırısı gibi olaylar savaşın seyrini etkiledi.

Savaşın sonucunda, Müttefik Devletler Nazi Almanyası ve Japonya'yı mağlup etti. 1945 yılında Almanya teslim oldu ve Avrupa'da savaş sona erdi. Japonya ise Amerika Birleşik Devletleri'nin atom bombası kullanması ve Sovyetler Birliği'nin saldırısı sonucunda teslim oldu. II. Dünya Savaşı'nın sonucunda, dünya haritası ve siyasi denge büyük ölçüde değişti. Birçok ülke bağımsızlığını kazandı ve bazı ülkelerin sınırları yeniden çizildi. Savaşın sonucunda kurulan Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar, barış ve güvenliği sağlamak amacıyla ortaya çıktı. “Savaştan sonra kurulan bu mahkemeler de, her zaman olduğu gibi, “yengilerin adaleti” sergilendi” (Ataöv, 2008: 205)

Savaşın en önemli sonuçlarından biri, büyük bir insan kaybı ve yıkımın yaşanması oldu. Milyonlarca insan hayatını kaybetti, şehirler tahrip edildi ve ekonomik kaynaklar tükenerek birçok ülkenin ekonomisi ciddi şekilde zarar gördü. Ayrıca, ırkçılık, totaliterizm ve militarizm gibi ideolojilerin tehlikesi dünya çapında daha iyi anlaşıldı. Bu savaş, insanlığın barış, özgürlük ve insan haklarına olan inancını derinden etkiledi ve uluslararası ilişkilerin şekillenmesinde dönüm noktası oldu.

Dünya Savaşı'nın ardından, Soğuk Savaş dönemi başladı ve dünya iki kutuplu bir yapıya büründü. ABD ve Sovyetler Birliği arasında ideolojik, politik ve askeri rekabetin yaşandığı bu dönemde birçok bölgesel çatışma ve kriz ortaya çıktı. Sonuç olarak, 2. Dünya Savaşı, tarihin en büyük çatışmalarından biridir ve dünya tarihinde derin izler bırakan bir dönüm noktasıdır. Savaşın nedenleri, gelişmesi ve sonuçları, insanlık için önemli dersler ve anlamlar barındırmaktadır. Bu savaş, uluslararası işbirliği, barış ve insan hakları gibi değerlerin önemini vurgulamış ve gelecek nesillere daha iyi bir dünya inşa etme sorumluluğunu yüklemiştir.

## V. PROPAGANDA AFİŞLERİNİN İNCELENMESİ

### A. Afiş Analizleri

#### 1. Kadınlara Yönelik Propaganda Afişleri

Propaganda afişleri, tarihte birçok amaç için kullanılmıştır. Bu amaçlardan biri, kadınların toplumsal ve siyasi hayattaki rolünü şekillendirmek ve belirli bir yönde etkilemek olmuştur. Kadın temalı propaganda afişleri, kadınların gücüne, fedakarlığına ve önemine vurgu yaparak, toplumun kadınlar hakkındaki algısını değiştirmeyi ve belirli bir ideolojiyi yaymayı amaçlar. Kadın temalı propaganda afişleri, genellikle kadın figürlerinin resmedildiği ya da kadınların rol aldığı sahnelerin yer aldığı görsellerdir. Bu afişler, kadınların toplumun önemli bir parçası olduğunu ve savaş, üretim ya da siyasi hayatta aktif olarak yer alabileceğini gösterir.

II. Dünya Savaşı sırasında ABD'de üretilen "Rosie the Riveter" adlı propaganda afişi, kadınların gücüne vurgu yapar. Afişte, kaslı bir kadın figürü olan "Rosie" görüntülenmiştir ve altında "We Can Do It!" (Bunu yapabiliriz!) yazısı yer almıştır. Kadınların savaş çabalarına katılımını artırmada etkili olmuştur, kadınların üretim sektöründe yer alabileceklerine dair toplumsal bir algı değişikliği yaratmıştır. Afiş aynı zamanda, savaş sırasında ABD'de kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek ve üretim sektöründe çalışan kadınların motivasyonunu artırmak için kullanılmıştır. Kadınların savaş çabalarına katkıda bulunabileceklerini gösteren bu afiş, kadınların toplumsal rollerini değiştirmeye yönelik bir adım olarak kabul edilmiştir.



Şekil 13. "We Can Do It!", J. Howard Miller, 1943

Kaynak: americanhistory.si.edu, 2023

Afişin yaygın olarak kullanıldığı dönemde, kadınlar arasında büyük bir etki yarattığı düşünülmektedir. Afiş, kadınların sadece ev işleri yapmakla sınırlı olmadığını, üretim sektöründe de yer alabileceklerini göstermiştir. Bu, savaş sırasında kadınların işgücüne katılımında önemli bir artışa yol açmıştır.

"We Can Do It!" afişi, günümüzde de hala popülerdir ve kadınların güçlü, cesur ve kararlı bir şekilde herhangi bir alanda yer alabileceklerine dair bir sembol olarak kabul edilir. Afiş, kadın hakları hareketinin sembollerinden biri haline gelmiştir ve kadınların toplumsal rollerinin değişmesinde etkili bir faktör olmuştur.

'Keep Calm and Carry On' afişi (Şekil 14.), İkinci Dünya Savaşı sırasında Birleşik Krallık hükümeti tarafından üretilen bir propaganda afişi olarak bilinir. Afişte, kırmızı bir arka plan üzerinde, beyaz bir taç sembolü ve altında "Keep Calm and Carry On" (Sakin Kal ve Devam Et) yazısı yer alır.



Şekil 14. ‘Keep Calm and Carry On’ 1939

Kaynak: [history.blog.gov.uk](http://history.blog.gov.uk), 2023

‘Keep Calm and Carry On’ (Sakin Kal ve Devam Et) afişi Birleşik Krallık halkının moralini yükseltmek ve İkinci Dünya Savaşı sırasında birlik ve dayanışma mesajı vermek için tasarlanmıştır. Ancak, afişler dağıtılmamış ve savaşın sonuna kadar kullanılmamıştır. Bazıları, afişlerin üretim maliyetleri yüksek olduğu için kullanılmadığını düşünmektedir.

Afiş, 2000’li yılların başında yeniden keşfedildi ve popüler kültürde büyük bir etki yarattı. Aynı zamanda, savaş sırasında İngiliz halkının direnç ve dayanıklılığını simgeleyen bir sembol haline geldi. Bu afişin yeniden popülerleşmesi, birçok farklı varyasyonun üretilmesine ve çeşitli ürünlerde kullanılmasına yol açtı.

Keep Calm and Carry On afişi, günümüzde de hala popülerdir ve birçok kişi için ilham verici bir mesaj taşır. Afiş, stresli veya zor durumlarda sakin kalmayı ve hayatın zorluklarına karşı mücadele etmeyi teşvik eder. Sovyetler Birliği de II. Dünya Savaşı sırasında kadın temalı propaganda afişleri üretti. Bu afişlerde,

kadınlar genellikle silahlı kuvvetlerde ya da sivil savunma ekiplerinde görüntülenmiştir. Sovyet kadınlarının güçlülüğü ve fedakarlığına vurgu yapılmıştır ancak bazı propaganda afişleri, kadınları geleneksel rolleriyle sınırlama eğilimindeydi. Özellikle Nazi Almanyası'nda, kadınlar doğurganlık ve ev işleriyle ilgili bir rol oynama stereotipleriyle sınırlı kaldılar. Hitler'in propaganda afişlerinde kadın figürlerinin kullanımı da kadınları sadece geleneksel rolleriyle tanımlama ve önemsizleştirme eğilimini yansıtabilir.



Şekil 15. "Worker and peasant women, all should go to the polls!" N. Valerianov, 1925

Kaynak: [exhibitions.globalfundforwomen.org](http://exhibitions.globalfundforwomen.org), 2023

N. Valerianov'un 1925 tarihli "Worker and Peasant Women - All Should Go to the Polls!" (İşçi ve Köylü Kadınları- Tümü Sandık Başına!) adlı afişi, Sovyetler Birliği'nde kadınların oy kullanma haklarını savunan bir mesaj vermektedir. Afiş, kadınların siyasi haklarını kullanmaları için bir çağrıda bulunmakta ve bu hakların hayati öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda, işçi ve köylü kadınları özellikle vurgulayarak, toplumun en düşük sınıflarından gelen kadınların da bu haklara sahip olması gerektiğini belirtmektedir.

Afiş, kadınların oy kullanma hakkı mücadelesinin Sovyetler Birliği'nde özellikle önemli olduğu bir dönemde yapılmıştır. 1917 Ekim Devrimi'nden sonra, yeni hükümet kadınların eşit haklarını ve özgürlüklerini savunmuş ve kadınların oy kullanma hakkını tanıtmıştır. Ancak bu hak, çeşitli engellerle karşılaşmış ve uygulamada kadınların oy kullanması sınırlı kalmıştır. 1925'teki bu afiş, kadınların oy kullanma haklarının uygulanmasına yönelik bir çağrı yaparak, kadınların siyasi katılımlarının önemini vurgulamıştır.



Şekil 16. "The Emancipated Woman is Building Socialism" Adolf Strakhov, 1926

Kaynak: [tate.org.uk](http://tate.org.uk), 2023

Adolf Strakhov'un 1926 tarihli "The Emancipated Woman is Building Socialism" (Özgürleşen Kadın Sosyalizm Kuruyor) afişi, Sovyetler Birliği'nde kadınların sosyalizm inşasında oynadığı rolü vurgulamak için yapılmış bir propaganda afişidir. Afişte, elinde kırmızı bir bayrak tutan kadın figürü yer almaktadır. Bu figür, Sovyet devriminin ardından kadınların özgürleşmesi ve

sosyalizmin inşası için mücadele ettiğini simgelemektedir. Afişteki kızıl bayraklar, sosyalizmin sembolüdür ve kadınların da bu ideolojinin inşasında yer aldığını gösterir. Kadınların bu afişteki aktif rolü, Sovyetler Birliği'nin kadınlara verdiği önemi ve kadınların siyasi ve toplumsal hayatta aktif bir şekilde yer almalarının teşvik edildiğini gösterir. Bu afiş, Sovyet propagandasında sıkça kullanılan ve kadınların özgürleşmesi, toplumsal eşitlik ve sosyalizm gibi kavramları vurgulayan temaları yansıtmaktadır. Afiş, David King'in "Red Star Over Russia: A Visual History of the Soviet Union from 1917 to the Death of Stalin" adlı kitabında da yer almaktadır. Kitap, Sovyetler Birliği'nin ilk yıllarında yapılmış propaganda afişleri ve diğer görsel materyalleri içermektedir.



Şekil 17. “Housework is slavery, Give yourself a new life!” 1931

Kaynak: etsy.com, 2023

Housework is slavery, Give yourself a new life!” (Ev işleri köleliktir. Kendine yeni bir hayat ver!) afişi, Sovyet kadınlara ev işlerinden kurtulmaları için çağrı yapan bir propaganda afişidir. Afişteki kırmızı giyimli kadın, ev işlerinden kurtulmuş ve yeni bir hayat için kapıyı açmış olarak tasvir edilmiştir. Arkasında yer alan şehir ise kadınların yeni bir hayata adım atabilecekleri modern bir Sovyet toplumu olarak görülmektedir. Afiş, Sovyet toplumunun kadınların

özgürleştirilmesi konusunda ileri görüşlü bir yaklaşım sergilediğini göstermektedir.



Şekil 18. : ‘Motherland is Calling!’ Irakli Toidze, 1941

Kaynak: ozhanozturk.com, 2023

Ruslar savaşa girdikten sonra, Amerikan ikonu ‘‘Sam Amca’’ propagandasının etkilerini görererek kendi ikonları ‘‘Anavatan’’ teması ile bu afişi hazırlamışlardır. Ruslar gençleri savaşa çağırmak için çekiç ve orak kullanmak yerine vatanseverlik duygularını canlandırmak için anne ve vatan temaları kullanmıştır. Bu afiş, 20. yüzyıl Rusya'sının en önemli grafik eserlerinden biridir ve Sovyetler Birliği'nin Nazi Almanyası ile olan Büyük Vatanseverlik Savaşı'nın ilk günlerinde, Temmuz 1941'de oluşturulmuştur. O zamandan beri milyonlarca kez basılmış ve Rus kurtuluş mücadelesinin nihai sembolü haline gelmiştir. Ayrıca Sovyet yaşamının birçok yönünü etkilemiş ve sanatçılara, heykeltıraşlara ve diğer yaratıcı kişilere, Anavatan gibi anıtlar tasarımları için ilham kaynağı olmuştur.

Afişin merkezinde, kırmızı bir elbise giyen bir kadın yer almaktadır ve elini havaya kaldırarak Sovyet askeri yeminini temsil eden belgeyi göstermektedir. Her Sovyet askeri, ulusa, Sovyet Anavatanına ve İşçi ve Köylü Hükümetine bağlılık yemini etmek zorunda kalmaktaydı. Anavatan afişi, Irakli Toidze tarafından yerinde oluşturulmuştur. Radyo duyurusunu duyduktan sonra, eşi Tamara, "Savaş!" diye bağırdığında, Irakli ondan donuk bir pozisyon almasını ve hareketsiz kalmasını istemiştir. Bu nedenle, kadının kendine özgü duruşu, afişin en ikonik unsurlarından biridir. Joseph Stalin, hemen 5 bin kopyanın basılmasını emretmiş ve bunları Sovyetler Birliği'ndeki her komutanın ofisine ve işe alım istasyonuna göndermiştir. Afişin etkisi önemliydi, çünkü askerler, ailelerinin fotoğrafları ve Komünist Parti Üyelik kartlarıyla birlikte, "Anavatan" kartlarını da yanlarında taşıyarak, çocuklarını özgürleştirici savaşa götürmeye hazır her askerin annesini temsil ettiği düşünülen bu afişi yanlarında taşımışlardır. Savaş sırasında geri çekilirken, afişler düşmandan koruyarak askeri bayraklar gibi sık sık yanlarında taşınmıştır. Savaştan sonra bu afiş sık sık Lenin ve Stalin'in görüntülerinin yanında resmi yerlerde sergilenmiştir.



Şekil 19. "It's a Tradition With Us, Mister!" J. Howard Miller, 1942-43

Kaynak: en.m.wikipedia.org, 2023

Afiş tasarımlarında kadının ülke savunması ve ekonomideki rolünün betimlendiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmada, geçmiş döneme (Amerikan Bağımsızlık Savaşı 1775-1783) atıfta bulunarak tasarlanan sol taraftaki figür, yüzündeki tebessümle ülke savunmasına gönüllü olarak katıldığını ifade etmektedir. Afiş, "Savaş Üretimi Komitesi" tarafından hazırlanmış olup, figürün elindeki silahı doldururken tebessüm etmesi, enerjik duruşu ve vatan savunmasındaki görevini yerine getirmekten duyduğu mutluluğu aktarmaktadır. Aynı kadın figürünün modern Amerika'nın savunmasında yer almasından da mutluluk duyduğu, yüzündeki tebessümden anlaşılmaktadır.

Afişte, kadının birçok yerdeki hassas yapısına rağmen ülkenin savunma ve kalkınmasında üzerine düşen görevi başarıyla yerine getirdiği açık ve net bir dille ifade edilmektedir. Kadın figürlerinin farklı dönemlere ait olduğu kıyafetlerinden anlaşılabilir da tipografik anlatımla pekiştirilen mesaj, Amerikan kadınlarının her dönemde ülkenin zor anlarında yardıma koştuğunu vurgulamaktadır. Afişin kompozisyonuna bakıldığında, kadının istekli ifadesini vurgulamak için sıcak renklerle desteklenen portre, soğuk renklere sahip fon içerisinde dikkat çekmektedir. Tipografide kullanılan kırmızı renk, çarpıcılığı artırmak amacıyla dağıtılarak bütün-parça zenginliği sağlanmıştır. Kompozisyonda figürlere vurgu yapmak için gri zemin kullanılarak figür-fon ilişkisi sağlanmış ve arkalarındaki tarama efektiyle boşlukta oldukları hissi verilmeye çalışılmıştır. Afişteki bireyler ayrı ayrı zeminlere yerleştirilerek yaptıkları işlerin kişiselleştirilmediği, Amerikan kadınlarının savaş dönemlerindeki rolünün sembolize edildiği görülmektedir.

“Women Work For Victory!” (Kadınlar Zafer İçin Çalışın!) afişinde (Şekil 20), figürlerin üçgen bir yapı oluşturacak şekilde alttan genişleyip üstten daraldığı görülmektedir. Kadınların adımlar atarak zeminde geniş bir alan kaplaması, etkili bir alan kullanımı ve hareketli bir atmosfer oluşturur. Üç kadın figürü ritmik bir biçimde yerleştirilmiştir. Kıyafetlerde kullanılan turuncu ve mavi renkler, kontrast bir etki yaratmaktadır. Nötr bir zemin üzerine uygulanan mavi-turuncu kontrast renkler, figürlerin ve yazının ön plana çıkmasını sağlar. Afişte iki farklı tipografik karakter kullanılmıştır. Alt şeritte yer alan bilgi ve üst kısımdaki slogan yazıları modern ve tırnaksız karakterlerle yazılmışken, figürlerin üzerindeki tipografik öğeler el yazısı formunda kullanılmıştır ve kıyafetlerle kontrast renkte

yer almaktadır. "WOMEN" kelimesi, kalın bir biçimde yazılmış ve sol üst köşede yer alarak hiyerarşik olarak önemli bir noktayı vurgulamaktadır.

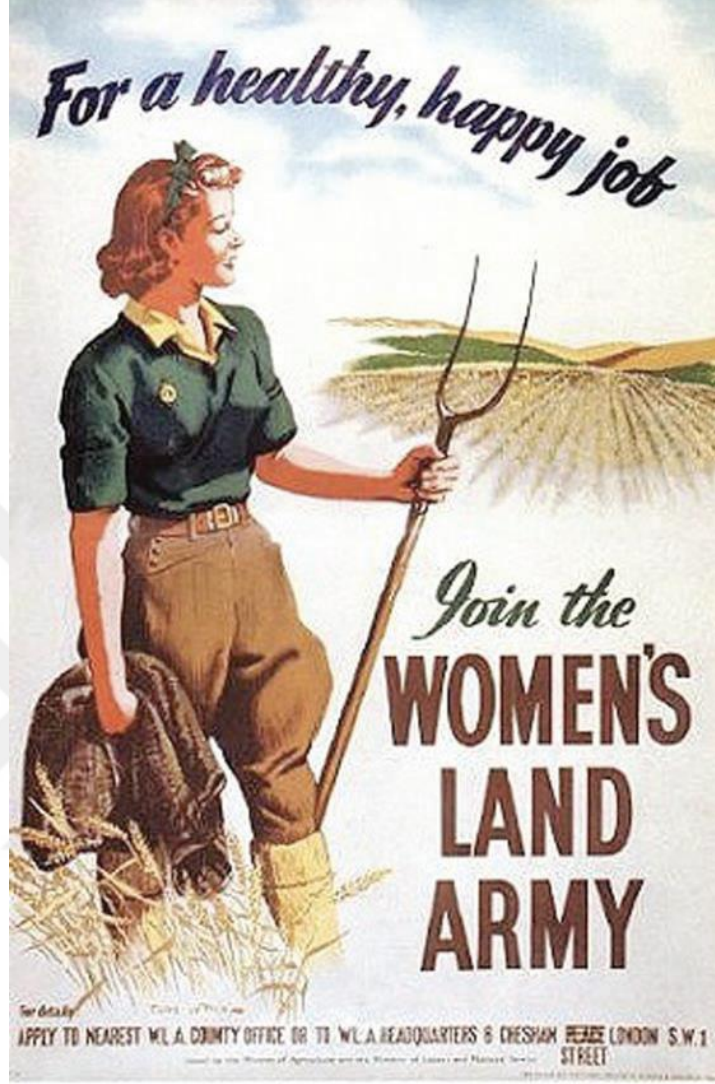


Şekil 20. "Women Work For Victory!" 1943

Kaynak: lowes.com, 2023

WLA afişi, (Şekil 21.) İngiliz Tarım ve Maliye Bakanlıkları ile Ulusal Servis tarafından hazırlanmış ve 1939-1945 yılları arasında Londra'nın cadde ve sokaklarına asılmıştır. Afiş dikey bir şekilde tasarlanmış olup, üzerinde WLA (Women's Land Army) üniforması giymiş düzgün bir kadın figürü, mavi bir gökyüzü ve yeşillenen tarlalar yer almaktadır. Türkçe olarak "Sağlıklı ve Mutlu

Bir İş İçin Kadınların Arazi Ordusu'na Katılın" şeklinde ifade edilebilecek bir mesaj ve daha detaylı bilgi için iletişim bilgileri yer almaktadır.

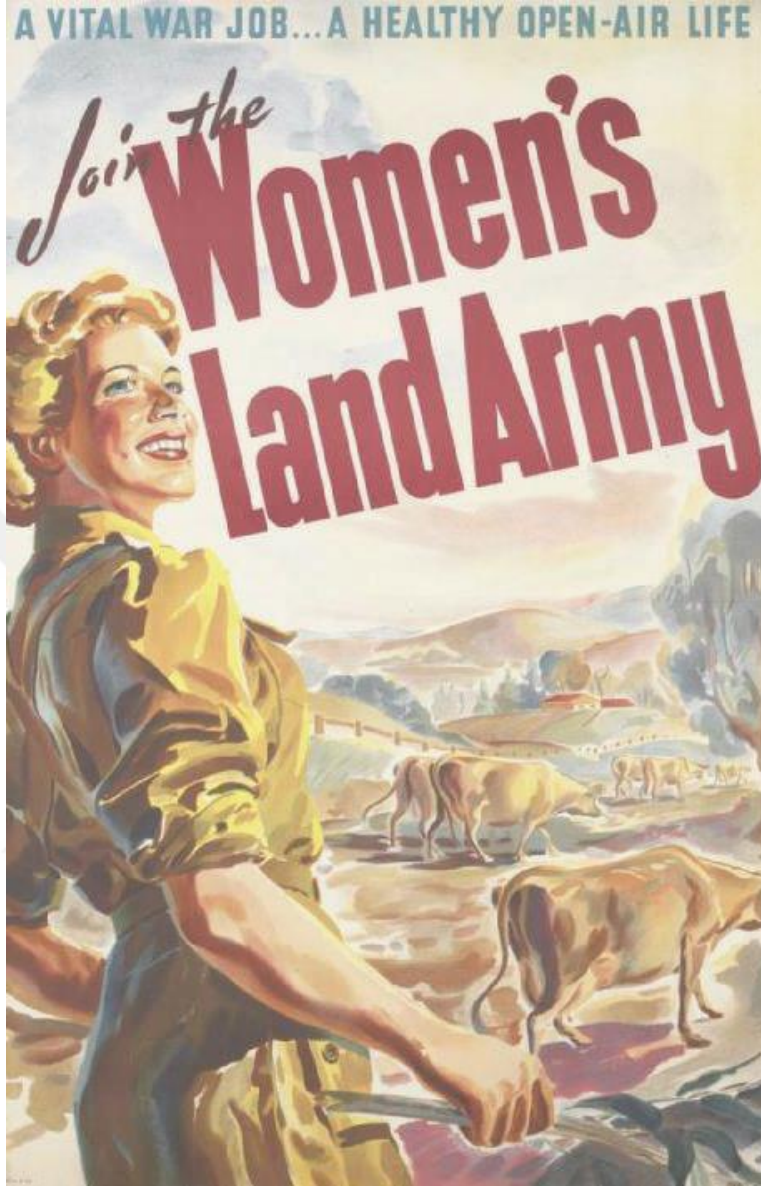


Şekil 21. "Join The Women's Land Army" England, 1941

Kaynak: iwm.org.uk, 2023

İlk bakışta dikkat çeken nokta, kadının kıyafetlerinin üzerine tam oturmuş olması ve tarlayı işlerken üzerinde hiçbir leke veya ter izi olmamasıdır. Arka planda masmavi bir gökyüzünün altında açan buğday tarlası ve etrafında yeşillenen diğer araziler göze çarpmaktadır. Afişte en dikkat çekici unsur, işinden gurur duyan üniformalı kadın figürüdür. II. Dünya Savaşı'nın zorlu şartları içinde "sağlıklı ve mutlu bir iş" bulmanın önemli bir fırsat olduğu vurgulanmak istendiğinden, bulutların önünde özgürlüğü simgeleyen mavi ve italik bir yazı tipi kullanılarak vurgu yapılmıştır. Haki renkteki "join the" (katıl) yazısı ve üniforma

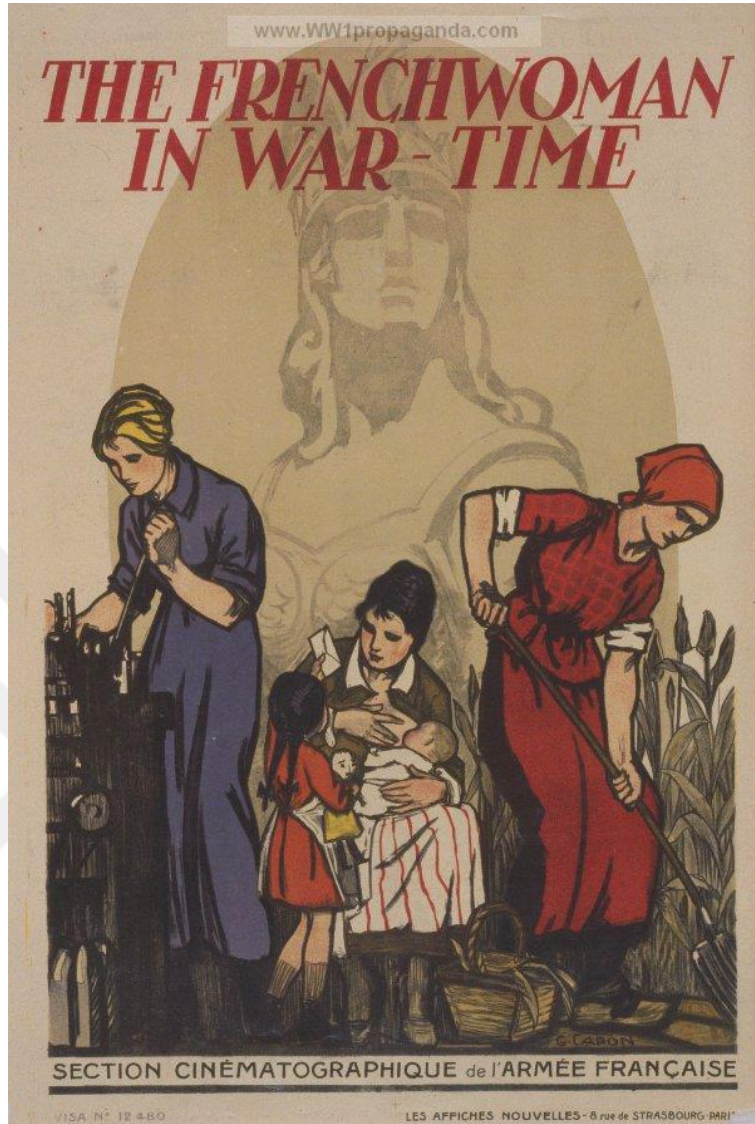
ise savaş psikolojisinde toplumu ikna etmek amacıyla kadınların bu faaliyete katılarak savaşın bir parçası olduklarına işaret etmek için kullanılmıştır.



Şekil 22. 'Join The Women's Land Army' Australia, 1943

Kaynak: dva.gov.au, 2023

Avustralyalı bir kadın, elinde ince bir ağaç dalıyla hayvan sürüsünün yanında durarak, dikey bir afişte resmedilmiştir. WLA'yı temsil eden afişte, kadının sarı saçları, beyaz teni ve makyajlı yüzüyle bakımlı bir görünümü vardır. Kadının gülümseyen yüz ifadesi, hayvancılık faaliyetinden keyif aldığını ve bu işin aslında zor olmadığını iletmektedir. Afişin büyük bir kısmını kaplayan kadın figürü, kendine güvenen duruşu ve düzenli görünümüyle dikkat çekmektedir. Ten rengi ve saç rengi ise dönemin düşünce sistemini yansıtan önemli işaretlerdir.



Şekil 23. “ "The Frenchwoman In War Time Georges Emile Capon, 1917

Kaynak: prints-online.com,2023

Şekil 23'te, soldaki kadın bir fabrikada çalışırken, ortadaki kadın hem erkek çocuğunu emzirip hem de kız çocuğuyla ilgilenmektedir. Sağdaki kadın ise tarlada çalışmaktadır. Arka planda belirsiz bir şekilde görünen kadın silüeti, zafer sembolü olarak yorumlanabilir. Afişin tarihi net olmamakla birlikte, üzerindeki yazılar savaş dönemine işaret etmektedir. Kadınların farklı mekanlarda ve farklı işlerle temsil edilmesi, olayların çeşitli alanlarda ve mekanlarda gerçekleştiğini göstermektedir. Çocuklarıyla ilgilenen kadının merkezde yer alması, kadının ana rolünün neslin devamı için çocuklara bakmak olduğunu vurgulamaktadır. Diğer

iki kadın ise zafer için fabrika ve tarlada çalışmaktadır. Bu, fabrika ve tarlada çalışmanın, çocuk bakımının ardından ikinci planda tutulduğunu göstermektedir.

## 2. Nazi Almanyası Propaganda Afişleri

Adolf Hitler, II. Dünya Savaşı sırasında etkili bir propaganda kampanyası yürüttü. Bu propaganda kampanyası, Alman halkını savaşa hazırlamak, Almanya'nın savaşı kazanacağına inandırmak ve Nazi ideolojisini yaymak amacıyla kullanıldı. Nazi propagandasının kritik yöntemlerinden biri, uyguladıkları taktiklerin sadece iki zıt kutup üzerinde yoğunlaşmasıydı. 'Hitler kitleleri peşinden sürüklemek için birtakım sembollerin, mitlerin ve efsanelerin son derece önemli olduğunu iyi tespit etmiştir''(Akarcalı, 2003: 86).'' Alman propagandasına göre bir şey ya iyiydi ya da kötüydü ve Naziler, halkın hafızasının kısıtlı olduğunu ve algısının zayıf olduğunu varsaydı. Bu yöntemin etkili olmasının nedeni, sınırlı sayıdaki konunun yoğun bir şekilde tekrarlanmasıydı. Böylece halk, propagandanın istenilen etkiye ulaşması için şekillendirilmiştir.

Hitler görsel iletişimi çok etkili bir şekilde kullandı. Nazi bayrağı, swastika sembolü, Hitler'in afişleri, propaganda filmleri ve diğer görsel semboller sıklıkla kullanıldı. Radyo ise propaganda yayınlarının iletilmesi için önemli bir araç olarak kullanıldı. Radyo programları, savaşa ilişkin haberleri, zaferleri ve Nazi ideolojisi hakkında mesajları Alman halkına ulaştırmak için kullanıldı. Hitler özellikle haftalık radyo konuşmalarında Alman halkını savaşa katılmaya çağırdı ve düşmanlarına karşı nefret duygusu aşıladı. Ayrıca, Hitler propaganda amaçlı filmler ürettirerek Nazi ideolojisini yaymaya çalıştı. Bu filmler, Yahudilerin ve diğer azınlıkların aşağılanması, Nazi liderlerinin övgüsü ve Almanya'nın üstünlüğünün vurgulanması gibi mesajlar içeriyordu. Propaganda kampanyasının bir diğer önemli yöntemi ise mitolojik algı yaratmaktı. Hitler, Alman halkının mitolojik bir imajını oluşturarak, Almanların savaşçı bir ruha sahip olduğunu, üstün bir ırk olduklarını ve zaferi hak ettiklerini vurgulamaya çalıştı. Ayrıca, Hitler düşmanlarına karşı aşağılayıcı söylemler kullanarak Alman halkının nefret duygularını körüklemeye çalıştı. Özellikle Yahudiler, Polonyalılar, Ruslar ve diğer düşman ülkelerin halkları hakkında yapılan propagandalarda aşağılama ve ayrımcılık söylemleri yoğun olarak kullanıldı. Bu propaganda yöntemleri, Alman

halkının savaşa bağlılığını artırdı ve Nazi ideolojisini benimsemelerine yardımcı oldu. Ancak, sonunda savaşın kaybedilmesinde etkili olan birçok faktör olduğu için propaganda tek başına savaşı kazanmak için yeterli olmadı.



şekil 24. "Ein Volk, ein Reich, ein Führer!" Heinrich Knirr, 1938

Kaynak: collections.ushmm.org, 2023

"Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer!" (Tek Halk, Tek İmparatorluk, Tek Lider!) sözü, Adolf Hitler döneminde Nazi Almanyası tarafından yaygın olarak kullanılan bir slogan ve propaganda ifadesidir. Bu ifade, Hitler'in otoriter liderliğini ve Alman halkının birliğini vurgulamayı amaçlamaktadır. Slogan,

Almanya'nın tek bir halktan oluştuğunu, tek bir devlete sahip olduğunu ve bu devletin tek bir lider tarafından yönetildiğini ifade etmektedir. Hitler, bu ifadeyle Alman halkının birlik ve beraberlik içinde güçlü bir toplum oluşturmasını hedeflemiştir. Hitler'in afişteki duruşu, onu bir obje gibi sergilemektedir. Kararlılık dolu ve sert bakışları, Alman halkına güven verirken hedef kitlenin dikkatini çekmektedir. Kompozisyon açısından incelendiğinde, Hitler afişin merkezine yerleştirilmiş ve hafif alt açıdan tasvir edilerek boyunun olduğundan daha uzun görünmesi sağlanmıştır.

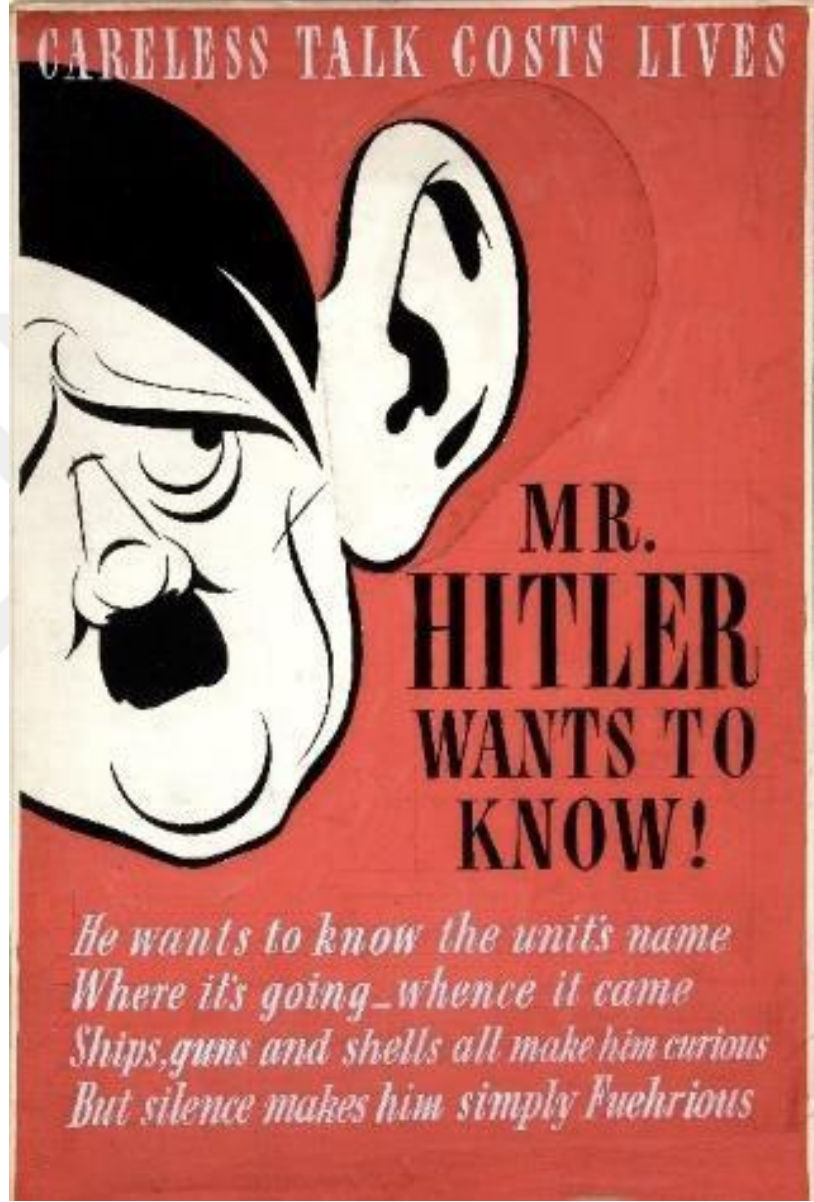
Işık kaynağına doğru bakması, yüzünü aydınlatırken odak noktasını tamamen kararlı bakışlarına yönlendirmektedir. Afişin alt kısmında, beyaz renkte ortalanmış bir şekilde yer alan metin, görsel imgeden sonra ikinci bir odak noktası olarak dikkat çekmektedir. Nazi propagandasının bir parçası olarak, "Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer!" sloganı sık sık afişlerde ve diğer propaganda materyallerinde kullanılmıştır. Afişler genellikle Hitler'in portresi veya imajıyla birlikte ve yanında "Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer!" sloganıyla tasarlanmıştır. Bu afişler, Hitler'in liderliğinin kutsallığını, Alman halkının birliğini ve devletin gücünü vurgulamak amacıyla kullanılmıştır.

Propaganda aracılığıyla tekrar edilen bu slogan, Alman halkının Hitler'e olan sadakatini pekiştirmeyi ve Nazi ideolojisini benimsemelerini sağlamayı amaçlamıştır. Aynı zamanda, Alman halkını bir araya getirerek ulusal kimlik duygusunu güçlendirmek ve Hitler'in liderliği altında savaşa hazır olmalarını sağlamak için kullanılmıştır.

"Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer!" sloganı, Nazi propagandasının önemli bir unsuru olarak, Hitler'in otoriter yönetimini meşrulaştırmak ve toplumun desteğini kazanmak için etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Bu slogan, Nazi Almanyası'nın totaliter rejimini desteklemeyi ve Hitler'e olan bağlılığı artırmayı amaçlayan güçlü bir mesajı temsil etmektedir.

"Mr. Hitler Wants to Know!" (Hitler Bilmek İstiyor!) (Şekil 25) afişinin tasarımcısı ve tam olarak hangi yılda yapıldığı bilinmemektedir. Ancak II. Dünya Savaşı sırasında İngiliz Hükümeti tarafından hazırlandığı bilinmektedir. Afiş, casusluk kavramına dikkat çekmek amacıyla oluşturulmuştur. Afişin odak noktası, Hitler'in resmedildiği büyük bir portredir. Hitler'in kulakları, abartılı bir

şekilde büyük ve dikkat çekici bir şekilde tasvir edilmiştir. Bu, izleyiciye Hitler'in dinlemek istediği ve bilgi toplama amacıyla casusluk faaliyetlerinde bulunduğu izlenimini vermektedir. Ayrıca, Hitler'in yüz ifadesi alaycı bir tavırla ve hafifçe ağlamaklı bir şekilde tasvir edilmiştir. Bu, İngilizlerin Hitler'e istedikleri bilgileri vermeyerek onu kandırdıkları ve manipüle ettikleri mesajını iletmektedir.



Şekil 25. "Mr. Hitler Wants To Know!" 1939-1945

Kaynak: ifz-muenchen.de, 2023

Afişin yanında, büyük ve siyah harflerle "Mr. Hitler Wants To Know!" (Hitler Bilmek İstiyor!) yazısı yer almaktadır. Bu ifade, Hitler'in İngilizleri dinlediğini ve ne konuştuklarını öğrenmek istediğini vurgulamaktadır. Aynı

zamanda, Hitler'in kulaklarına dikkat çekmek ve izleyiciye casusluk faaliyetlerinin gerçekliğini aktarmak amacıyla tasarlanmıştır.

Bu illüstrasyon seçiminin sebebi, İngiliz Hükümeti tarafından casusluk konusunda farkındalık yaratmak ve halkı bilinçlendirmektir. İzleyicilere Hitler'in casusluk faaliyetlerine karşı dikkatli olmaları gerektiğini ve hassas konular hakkında konuşmamları gerektiğini hatırlatmaktadır. Görsel ve sözel mesajların birleşimi, Hitler'in kulaklarını büyüterek görsel bir vurgu yapmasıyla birlikte, etkileyici bir şekilde casusluk tehlikesini aktarmaktadır.



Şekil 26. “Der ist Schuld am Kriege!” Hans Schweitzer, 1943

Kaynak: loc.gov, 2023

Şekil 26’da, kilolu ve kurnaz bir adamı gösteren bir el görsel imge olarak kullanılmıştır. El, afişin sağ üst kısmında yer alırken, sol alt kısımda bir adamın resmedildiği bölgeyi işaret etmektedir. Afişte dikkatlice incelendiğinde, adamın sol üst yakasında "JUDE" (Yahudi) yazısı görülmektedir. Bu mesajı desteklemek

için altıgen bir yıldız ve özel bir şapka tasarımı kullanılmıştır. Yahudi figürü, fiziksel olarak kısa, kilolu ve tombul bir şekilde tasvir edilmiştir ve yüz ifadesi kurnaz ve pazarlıkçı bir izlenim bırakmaktadır. Afişin tipografik olarak ise "Der Ist Schuld Am Kriege!" (Savaş Suçlusunu!) ifadesi yer almaktadır. Bu ifade, savaşın Yahudiler tarafından başlatıldığını vurgulamaktadır ve afiş üzerindeki Yahudilere tüm sıkıntıların yüklenmesini amaçlamaktadır. Kompozisyon incelendiğinde, görsel imgeyle tipografinin uyumlu bir şekilde kullanıldığı görülmektedir ve bu da afişin etkileyciliğini artırmaktadır.

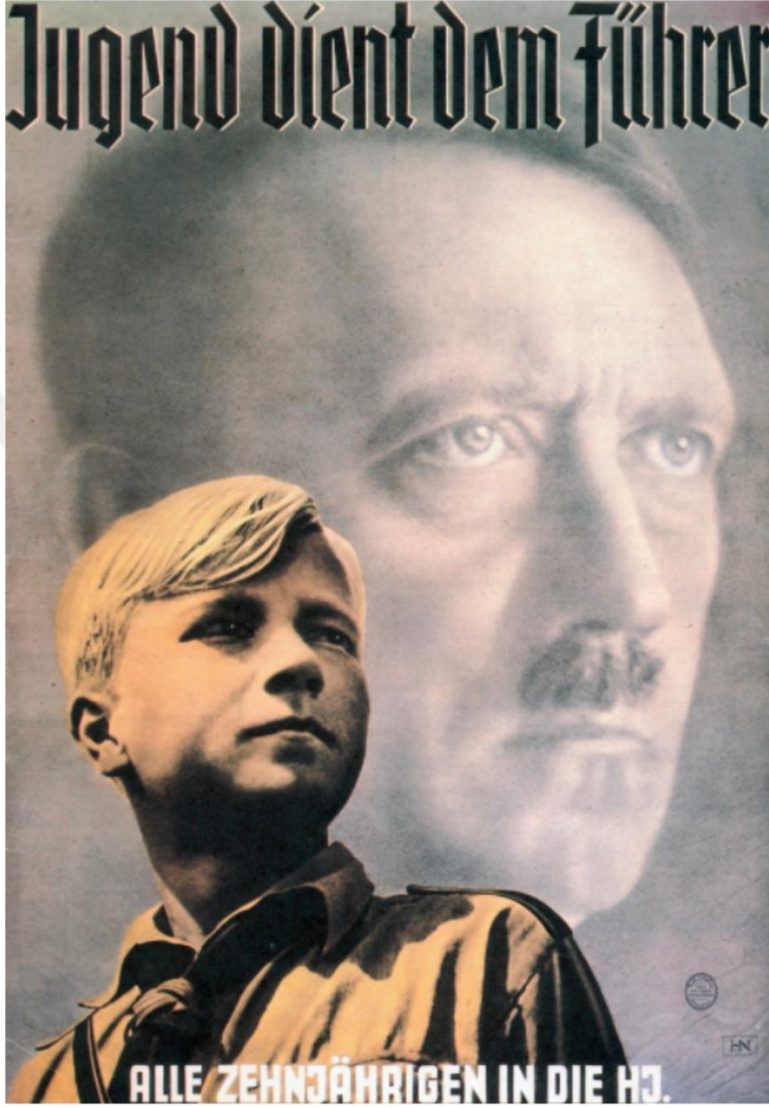


Şekil 27. "A Jew In New York" Gino Boccasile, 1943

Kaynak: commons.wikimedia.org, 2023

1943 yılında İtalyan illüstratör Gino Baccalisse tarafından tasarlanan afiş (Şekil 27), New York'ta bir Yahudi figürünü temsil etmektedir. Afiş, Yahudi karşıtı propaganda amacıyla kullanılmıştır. Kısa boylu ve şişman bir adam, altıgen yıldız metaforuyla birlikte afişte yer almaktadır. Adamın sinsi bir

gölümsemeyle yumruğunu sıkması, Yahudilerin Amerika'da saklanarak ülkeyi İtalya ve Almanya'ya karşı doldurduğu algısını vermektedir. Afiş, kompozisyon olarak Yahudi figürünün sağ tarafta ve Özgürlük Heykeli'nin sol tarafta yer aldığı bir düzenlemeye sahiptir.



Şekil 28. “Youth serves the Führer! All ten-year olds into the Hitler Youth!”  
1935

Kaynak: facinghistory.org, 2023

Şekil 28’de ki afiş, Nazi Almanyası döneminde Hitler Gençliği'ne katılımı teşvik etmek amacıyla oluşturulmuştur. Almanca olarak "Gençlik lideri hizmet eder! On yaşındaki tüm çocuklar Hitler Gençliği'ne" şeklindeki mesaj, gençlerin Hitler'in liderliğindeki ideolojiye ve toplumsal yapıya katılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Kompozisyonun sol alt tarafında genç bir çocuğun portresi resmedilmiştir. Yüz ifadesi ve duruşu, sadakat ve kararlılık mesajını iletmektedir. Hemen arkasında daha bulanık olarak Hitler'in portresi yer almaktadır. Hitler, afişte "lider" metaforu olarak kullanılmıştır. Bu afişte propagandanın asıl amacı Hitler'i gençlik ideolojisinde kült lider olarak tanıtmaktır. İki portre de yukarı doğru bakmaktadır. Hitler Gençliği, Nazi Partisi'nin gençlik örgütü olarak kurulmuş ve gençleri Nazi ideolojisine bağlı, disiplinli ve askeri yetenekleri olan bireyler olarak yetiştirmeyi amaçlamıştır. Bu afiş, Hitler Gençliği'ne katılımı teşvik etmek, gençlerin Hitler'in liderliğindeki toplumun bir parçası olmalarını sağlamak ve gelecekteki nesillerin Nazi ideolojisine bağlı kalmasını sağlamak için kullanılmıştır.

### **3. Amerika'nın Uncle Sam'i (Sam Amca)**

I. Dünya Savaşı'nın en ikonik ve en güçlü afişleri tartışmasız "Uncle Sam" afişleridir. Bu figür ile I. Dünya Savaşı sırasında milyonlarca askerin orduya katılımı sağlanmıştır. I. Dünya Savaşı döneminde "Uncle Sam" veya Türkçe adıyla "Sam Amca" olarak bilinen ikonik bir figür, Amerika Birleşik Devletleri'nin savaş çabalarını desteklemek ve halk arasında birlik ve vatanseverlik duygusu oluşturmak amacıyla kullanılan bir semboldür. Sam Amca, Amerikan hükümetinin resmi bir simgesi olarak ortaya çıkmış ve savaş döneminde popülerlik kazanmıştır.

Sam Amca'nın propaganda ve algı yönetimi açısından rolü, savaş çabalarını desteklemek için kullanılan birçok afiş, karikatür ve diğer görsel materyallerde yer almasıdır. Genellikle beyaz saçlı ve sakallı bir adam olarak tasvir edilen Sam Amca, Amerikan halkına savaşa katılım çağrısı yapmak, gönüllü olmalarını teşvik etmek ve savaş tahvilleri gibi finansal araçlara yatırım yapmalarını sağlamak için kullanılmıştır. Görsellerde genellikle ellerinde bayraklar veya askeri kıyafetlerle tasvir edilen Sam Amca, güçlü bir şekilde "Benim ülkem" veya "Amerika için savaş" mesajını iletmekteydi. Aynı zamanda, Sam Amca'nın görsellerinde savaşa karşı düşmanları aşağılamak ve kötü göstermek için stereotipik Sam Amca'nın sembolizmi, Amerikan halkının kolektif kimliğini temsil etmek ve ulusal birliği vurgulamak amacıyla kullanılmıştır. Bir şekilde tasvir edilen düşmanlar da bulunmaktaydı. Sam Amca figürü, I. Dünya Savaşı döneminde Amerikan halkı

arasında ulusal birlik ve vatanseverlik duygularının oluşturulmasına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Propaganda ve algı yönetimi açısından, Sam Amca figürü Amerikan hükümeti ve diğer kuruluşlar tarafından etkili bir araç olarak kullanılmış ve savaş çabalarını desteklemek için geniş çapta yayılmıştır. Akıllara bazı sorular gelmektedir. Bu propaganda afişinde kullanılan figüre neden "Uncle Sam" adı verildi? "Uncle Sam" ismi, Amerikan hükümetinin sembolik bir temsilcisi olarak ortaya çıkan figüre verilen bir takma addır.



Şekil 29. "I Want You For U.S. Army", 1942

Kaynak: upload.wikimedia.org, 2023

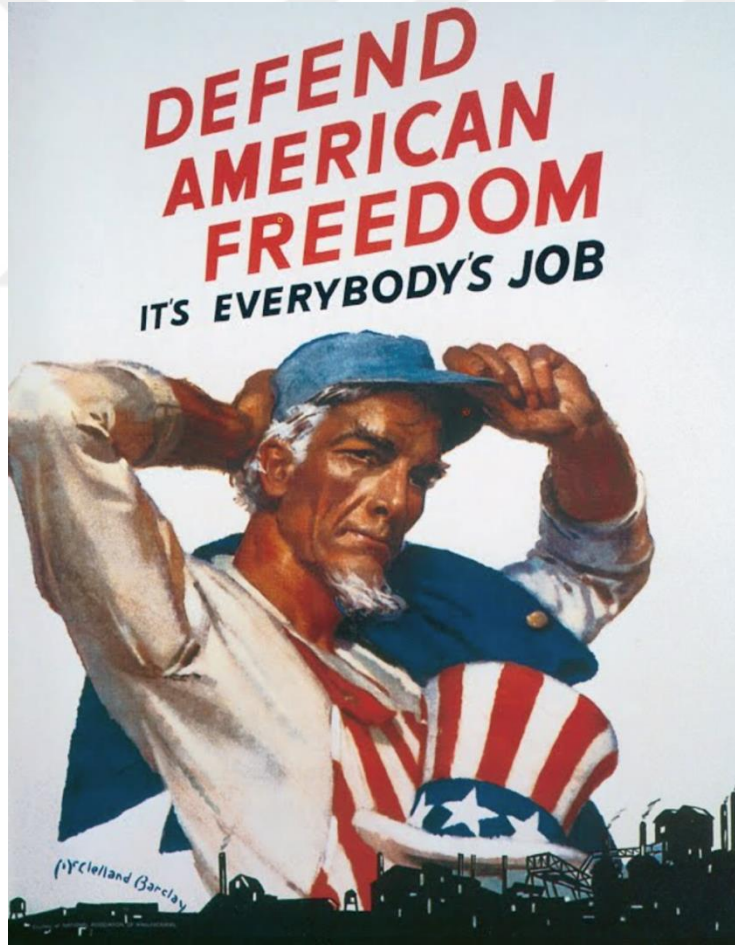
İsmiyle ilgili olarak birkaç farklı hikaye ve teori bulunmaktadır. En yaygın teori, "Uncle Sam" ifadesinin, War of 1812 (1812 Savaşı) sırasında bir tedarikçi olarak hizmet veren Samuel Wilson adlı bir işadamına dayandığıdır. Samuel Wilson, askeri konserve kutularına "US" (United States) damgası vurarak tedarik sağlamıştır. Bu damga, Uncle Sam ifadesine kısaltma olarak yorumlanmış ve Samuel Wilson, Uncle Sam olarak anılmaya başlamıştır.

Diğer bir teori ise Uncle Sam ifadesinin, koloniyal dönemde Amerika'daki Hollandalı yerleşimcilerin Sinterklaas (Aziz Nikolaus) karakterine dayandığıdır. Sinterklaas, Amerika'da popüler bir figürdü ve zamanla yerini Uncle Sam'in alması muhtemeldi. Her ne olursa olsun, Uncle Sam ifadesi ve ismi zamanla Amerikan halkı arasında popülerlik kazanmış ve sembolik bir anlam taşımıştır. İsmi, Amerikan hükümetinin sembolü olarak kullanılan figüre atfedilmiş ve Uncle Sam, savaş dönemlerinde ve sonrasında Amerikan kimliği ve vatanseverlik duygusuyla ilişkilendirilmiştir.

‘I Want You For U.S Army’ (Seni ABD Ordusunda İstiyorum) Görsel 29. afişinde Amerikan bayrağının renklerine gönderme yapan görseller yer almaktadır. Beyaz bir zemin üzerinde mavi ve kırmızı çerçeveli, yaşlı bir adam görülmektedir. Adam beyaz saç ve sakallıdır, beyaz gömlek ve koyu mavi ceket giymekte, kırmızı papyon takmaktadır. Üzerindeki silindir şapka beyaz üzerine koyu mavi kalın şerit ve beyaz yıldız figürleriyle süslenmiştir. Adamın yüz ifadesi kızgın ve çatıktır. Sol kolu tam olarak görünmezken sağ eli afişin hedef kitlesine işaret etmektedir. İşaret parmağı izleyiciye doğru yönelmiştir, hedef kitleyi göstermektedir. ‘Sam Amca’nın (Uncle Sam) lakabını temsil eden U.S. sembolünün, askerler için tedarik edilen et varillerinin üzerinde yer alan ve devlet mülkiyetini belirten Birleşik Amerika’nın kısaltması olan U.S. sembolünü gören askerlerin bu kısaltmayı kendi aralarında “Uncle Sam” olarak kullanmaları sonucu ortaya çıktığı düşünülmektedir” (Britannica, 2020). Bu durumda, afişte yer alan "Uncle Sam" ifadesinin U ve S harflerinin "United States" ifadesini çağrıştırmasının önemine işaret edilebilir. Afişin yazılı kısmında, İngilizce olarak "I Want You For U.S. Army" şeklinde tercüme edilebilecek "Seni Birleşik Amerika Ordusu'na istiyorum" ifadesi bulunmaktadır. Afişin en alt kısmında ise "Nearest Recruiting Station" şeklinde çevrilebilecek "En Yakın Askere Alma İstasyonu" ifadesi yer almaktadır. Yazı karakterleri tamamen büyük harflerle

vurgulanmıştır. "You" kelimesi, "Sen" anlamına gelirken diğer kelimelerden farklı olarak daha büyük puntoda ve siyah çerçeve içerisinde kırmızı renkle yazılmıştır. Diğer kelimeler ise kırmızı çerçeve içerisinde siyah renkle yazılmıştır. "Nearest Recruiting Station" ifadesi, diğer yazılara göre daha küçük puntuyla büyük ve siyah harflerle yazılmıştır. Sam Amca'nın parmak işaretinin (işaret parmağı ve sert temas) bir önem ifadesi şeklinde yansıdığı ve Sam Amca'nın Amerika Birleşik Devletleri için duygusal bir ikon olarak kör itaat ve bağlılık talep ettiği anlaşılmaktadır (Monckton, 2015: 4).

“Sam Amca, Amerika Birleşik Devletleri'nin vatanseverlik temalı tek sembolü olup, ulusal alegori şeklinde kişiselleştirilmiş, bu kavramın 1950 yılında “ulusal sembol” olmasına resmi olarak karar verilmiştir (Library of Congress, 2014).”



Şekil 30. “Defend American Freedom : It's Everybody's Job” [McClelland Barclay](#), 1942

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Görsel 30’da, Sam Amca ana figürdür. Amerikan özgürlüğünü savunmak için ayağa kalkmasına dair güçlü bir mesaj iletilmek istenmiştir. Burada seyircilere hissettirilmek istenilen mesaj, Amerikan vatandaşlarına ülkelerini savunma görevlerini yoğun bir şekilde hissettirmektir. Afiş, erkekleri ülkeleri için savaşmaya ve orduya katılmaya davet etmektedir. “Bu herkesin işi!” sözü ise seyircinin harekete geçmek zorunda olması yönünde uygulanmış olan bir propaganda tekniğidir.



Şekil 31. “I’m Counting On You.” Leon Helguera, 1943

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

"Size güveniyorum! Konuşmayın: birlik hareketleri, gemi seferleri- savaş teçhizatı." adlı afiş (Görsel 31), II. Dünya Savaşı sırasında önemli askeri bilgilerin gizliliği ve güvenliği konusundaki önemi vurgulamak için kullanılan bir propaganda afişi olmaktadır.

Afiş, kararlı ve ciddi duruşuyla Uncle Sam figürünü konu almaktadır ve izleyiciye doğrudan sessizlik işareti yaparak kişisel sorumluluk duygusu oluşturmak istenmiştir. Uncle Sam, silahlı kuvvetleri temsil ederken, her bireyin kritik bilgileri koruma görevine sahip olduğunu simgelemektedir.

"Size güveniyorum!" ifadesi, izleyiciye doğrudan bir çağrı yaparak milli güvenliğin korunmasındaki rolünü vurgulamaktadır. Kişinin görev duygusunu çağrıştırarak, diğer insanlarla özellikle halka açık yerlerde duyarlı askeri konuları tartışmamaları gerektiğini hatırlatmak istenmiştir. Bu tür bilgilerin düşman casuslar tarafından duyulabileceği bir ortamda, dikkatli olunması gerektiği vurgulanmıştır. Askerin elinin altında listelenen belirli talimatlar, konuşulmaması gereken konuları hatırlatmaktadır. Birlik hareketleri, gemi seferleri ve savaş teçhizatı, askeri operasyonların kritik bileşenleridir ve açığa çıkarılmaları durumunda silahlı kuvvetlerin güvenliğini ve etkinliğini tehlikeye atabilmektedir.

1943 yılında yayımlanmış 'Defend Your Country' (Ülkeni Savun!) afişi (Görsel 32), dönemin ruhunu ve Amerikan toplumunun savaş çabalarına olan katılımını yansıtan önemli bir örnektir. Afişin ana noktası olan sembolik 'Sam Amca' karakteri, sert bir ifadeyle kaşlarını çatmış, ceketi ve silindirik şapkasının yerde olduğu bir sahneyi göstermektedir. Sam Amca, bir eliyle kollarını sıvarken diğer eli yumruk şeklindedir, bu da kararlılığını ve hazırlıklı oluşunu simgeler. Sam Amca'nın hemen arkasında uçan bir kel kartal ve güneş bulunmaktadır. Kel kartal, özgürlük, güç ve ulusal gururun simgesi olarak kabul edilir. Güneş umudu ve aydınlığı temsil eder. Arka plan tasarımı yıldız ve çizgilerden oluşan bir motif içermekte ve afişin direklere monte edilmiş gibi görünmesi amaçlanmıştır. Bu tasarım, Amerikan değerlerine ve savunmaya vurgu yapmak için kullanılmıştır. Afişin başlığı olan 'Defend Your Country (Ülkeni Savun!)' oldukça dikkat çekicidir. Afişte görsel bütünlük sağlamak ve ilgiyi başlıkta toplayabilmek için başlıkta kırmızı renk kullanılmıştır. Mavi ve kırmızı renklerin kontrastı hem ABD bayrağı vurgusu yapmış hem de kompozisyon birliği sağlamıştır. Afişin altında yer alan 'Enlist Now in the United States Army' (Hemen Amerika Birleşik

Devletleri Ordusuna Katıl)’’ afişin ana mesajını daha da vurgulamak ve izleyiciyi doğrudan harekete geçmeye teşvik etmek için yer almıştır. Bu ifade Amerikan halkında acilen ordunun bir parçası olmaları çağrısını yapmayı amaçlar.



Şekil 32. ‘‘Defend Your Country’’ Tom B. Woodburn, 1943

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023



Şekil 33. "We salute the Chinese Republic on her Birthday October 10th"  
United China Relief , 1941

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Kırmızı, beyaz ve mavi tonlarda tasarlanmış bir afiş olan "Birleşik Çin Yardımı (ABD)" afişi, Çin Cumhuriyeti'nin doğum gününde selamlama amacı taşımaktadır. Afişin odak noktasında Sam Amca, Çinli bir askerle el sıkışırken görülmektedir. Bu el sıkışma, ABD'nin Çin Cumhuriyeti'ne cesaret ve destek verme niyetini vurgulamaktadır. Arkalarında ise ABD ve Çin bayrakları ile Sun Yatsen'in bir afişi duvara asılmıştır. Bu detaylar, iki ülke arasındaki dayanışmayı ve iş birliğini göstermektedir. Afiş, ABD'nin Çin'in cesur mücadelesine yardım

etmek için harekete geçmeye çağırılmaktadır. Tasarımında kullanılan renkler, ABD'nin ulusal renklerini temsil etmektedir. Bu renklerin kullanımı, afişin Amerikan bağlantısını ve desteğini vurgulamaktadır. Sam Amca'nın askeri üniforması ise ABD'nin askeri gücünü ve kararlılığını yansıtmaktadır.

"Birleşik Çin Yardımı (ABD)" afişi, ABD halkını, Çin Cumhuriyeti'nin yanında durmaya ve onların cesurca savaşına yardım etmeye teşvik etmek amacıyla tasarlanmıştır. Afiş, Amerikan halkına, Çin'e olan desteğin önemini ve ortak değerleri vurgulayarak yardım çağrısında bulunmaktadır.

#### **4. Sovyet Rusya Propaganda Afişleri**

Sovyetler, propaganda faaliyetlerini, düşünceleri ve eylemleri belirli bir hedefe yönlendirmek ve yeni sosyalist insanı geliştirmek amacıyla toplumun her kademesinde etkin bir şekilde kullanmıştır. Siyasi iktidar, kitle iletişimi üzerinde tam bir kontrol sağlayarak sinema, radyo, tiyatro, müzik, görsel materyaller, afişler ve daha birçok aracı amaca yönelik propaganda için kullanmıştır. Lenin, modern dünyanın araçlarının üzerine kurulu olduğunu ve bütün araçların insanlığın emrinde kullanılmasını belirterek, ideolojilerin gerisinde ve hizmetinde kalan propaganda faaliyetlerine ayrı bir önem yüklemiştir. Propaganda afişleri, komünist semboller ve Marksist sloganlarla devletin güçlenmesini sağlamak için kullanılmıştır. Rus halkı arasındaki düşük okur-yazar oranı ve Marks ve Lenin'in ideolojik eserlerinin geniş kitleler tarafından anlaşılabilmesi, basın yayın organlarının istenen seviyede olmasını güçleştirmiştir. Propaganda afişleri, geleneksel Rus Ortodoks ikonalarına benzer sembollerle basit ve kolaylıkla anlaşılabilen etkili bir propaganda yöntemi olarak kullanılmıştır.

D. Moor tarafından 1921 yılında üretilen propaganda afişi, Sovyet Rusya'da yaygın olarak kullanılan bir afiştir. İçerisinde, devrim sonrasındaki iç savaş yıllarında Sovyetler Birliği'nin askeri gücünü ve devrimci ruhunu yansıtan sembolik bir tasarım kullanılmıştır.



Şekil 34. "Christmas with poem by N. Gorlov below" Dmitrii Moor, 1921

Kaynak: mcbcollection.com, 2023

1921 yılında D. Moor tarafından tasarlanan bir propaganda afişi (Şekil 34), üzerinde N. Garlov'un şiiri bulunmaktadır. Afişin temel teması, doğuda Bethlehem'e doğru yol alan Üç Kral ve diğer önde gelen figürlerle, işçilerin, köylülerin ve Kızıl Ordu birliklerinin devrimci amaçlar doğrultusunda Kızıl Yıldız'a doğru hareketini karşılaştırmaktadır. Sovyetler Birliğinde yaşanan devrim sonrası dönemini yansıtmaktadır. Üst kısımdaki sahne, geleneksel Hristiyan Noel öyküsünü temsil eder, Üç Kral'ı ve diğer önemli figürleri doğuya, Bethlehem'e doğru hareket halinde gösterir. Bu, Hristiyanlığın sembolik bir temsilidir.

Afişin alt kısmında ise tamamen farklı bir içerik hakimdir. İşçiler, köylüler ve Kızıl Ordu birlikleri, Sovyet devriminin ideallerini ve Kızıl Yıldız simgesini taşıyarak ilerler. Bu Sovyet Birliği'nde gerçekleşen toplumsal ve politik değişimin bir yansımasıdır. Afiş geleneksel dini temaları Sovyet Devriminin ideolojisiyle birleştirerek, yeni bir dönemin başladığını ve devrimin zaferini simgeler. Aynı zamanda Dimitrii Moor'un tarzı, güçlü ve etkileyici bir görsel iletişim sunar.



Şekil 35. ‘Did You Volunteer?’ Dmitrii Moor, 1920

Kaynak: bl.uk, 2023

Dmitry Moor'un 1920 tarihli "Did You Volunteer?" (Gönüllü Oldun mu?) adlı propaganda afişi, Rus İç Savaşı'nın en şiddetli dönemlerinden birinde Sovyet ordusuna katılmaya çağıran bir mesaj içerir. Afişte, Sovyet kırmızısı bir arka plan üzerinde, büyük ve kalın harflerle "Gönüllü Oldun Mu?" yazısı yer alır. Bu yazı, insanları savaşa katılmaya teşvik etmek için kullanılan klasik bir propaganda tekniğidir.

Bu afiş, Sovyet propagandasının en ünlü örneklerinden biridir ve halkı gönüllü olarak Kızıl Ordu'ya katılmaya çağıran bir mesajı temsil eder. Afişin tasarımı, işçilerin, çiftçilerin ve kadınların da savaşta yer alması gerektiği

mesajını vurgular. Ayrıca, "Gönüllü oldun mu?" sorusuyla, halkın sorumluluğu ve fedakarlığı üzerine odaklanır.

Dmitry Moor'un afişleri, sadece propaganda aracı olarak değil aynı zamanda sanatsal birer eser olarak da değerlidir. Bu afişte, basit tasarımı, net mesajı ve cesur renkleri ile Sovyet propagandasının gücünü yansıtır.



Şekil 36. "Beat the Whites with the Red Wedge" El Lissitzky, 1919

Kaynak: en.wikipedia.org, 2023

El Lissitzky'nin "Beat the Whites with the Red Wedge" (Beyazları Kırmızı Kama ile Yen) adlı afişi, Sovyet Rusya'nın iç savaşı döneminde 1919 yılında yapılmış bir propaganda afişi olarak bilinmektedir. Afişte, Kızıl Ordu'nun Beyaz Ordu'yu yenmesi için kullanılan kırmızı üçgen bir kesit, beyaz oval bir kesiti kesmektedir. Bu tasarım, Kızıl Ordu'nun güçlü bir şekilde saldırgan bir şekilde Beyaz Ordu'ya karşı hareket etmesini vurgulamaktadır. Afiş, El Lissitzky'nin işlevsel, modernist tarzının bir örneği olarak kabul edilir. Yalın ve etkileyici bir tasarıma sahiptir ve geniş renkli yüzeyler kullanarak güçlü bir etki yaratır. Afiş

hem sembolik hem de güçlü bir mesaj veren kırmızı üçgen şeklinin yanı sıra, kullandığı devrimci kırmızı ve beyaz renkleriyle de dikkat çeker. "Beat the Whites with the Red Wedge" afişi, dünya çapında modernist tasarımın önde gelen örneklerinden biri olarak kabul edilir. Afiş, Sovyet propagandasının yanı sıra, 20. yüzyıl sanat tarihinin de önemli bir parçasıdır.



Şekil 37. "Books (Please)" Alexander Rodchenko, 1924

Kaynak: en.wikipedia.org, 2023

Aleksander Rodchenko'nun 1920 tarihli Books (Kitaplar) afişi, Sovyet Rusya'da sanatın ve tasarımın devrimci bir araç olarak kullanılmasının örneklerinden biridir. Afiş Rodchenko'nun Konstrüktivist yaklaşımının bir yansımasıdır. Konstrüktivizm, nesnelere mekandaki yerleşimi ve hareketiyle ilgilenen, dinamik diyagonal kompozisyonları vurgulayan radikal soyut resimler üretmiştir. Afişin mesajı oldukça açıktır. "Books (Please) In All Branches of Knowledge" yani (Kitaplar Lütfen! Tüm Bilgi Alanlarında) Bu Sovyet halkının kitap okuma ve eğitim konusundaki önemini vurgular. Afişte dikkat çeken en önemli özelliklerden biri, Rodchenko'nun geometrik ve keskin tasarım anlayışıdır. Rodchenko'nun ifadesiyle "Ben resmi mantıklı bir sonuca indirgedim ve üç tuval sergiledim: kırmızı, mavi ve sarı. İtiraf ettim: her şey

tamamlandı.’’(Moma.org, 2023) Alexander Rodchenko, sanatı günlük yaşamın parçası haline getirme misyonunu benimsemiştir.



Şekil 38. "Anti Imperialist Exhibition" Gustav Klutssis, 1931

Kaynak: moma.org, 2023

Gustav Klutssis'un 1931 tarihli "Anti-Imperialist Exhibition" (Anti-Imperialist Sergisi) afişi, Sovyetler Birliği'nin emperyalizme karşı duruşunu vurgulamayı amaçlayan bir propaganda aracıdır. Afişteki mesaj oldukça açıktır: Sovyetler Birliği, emperyalizmin yayılmasına karşı çıkmaktadır ve bu sergi, emperyalist ülkelerin dünya üzerindeki egemenliğine karşı bir meydan okumadır. Afişte kullanılan yıldız ve kırmızı renk, Sovyet sembolizmi içinde önemli bir yere sahiptir ve Sovyetler Birliği'nin anti-emperyalist mücadelesini simgelemektedir.

Gustav Klutssis, bu afişte de diğer propagandalarında olduğu gibi fütürist ve deneysel tasarım tekniklerini kullanmıştır.

Gustav Klutssis, "Oppressed Peoples of the Whole World, Unite!" (Bütün Dünya Ezilen Halkları, Birleŝin!) (Ŗekil 39.) adlı afişi 1924 yılında Sovyetler Birliği'nde yayınladı. Afiş, Sovyetler Birliği'nin "proleter devrimi" fikrini yansıtır ve dünya genelindeki tüm ezilen halkların birleŝmesi gerektiğini vurgular.

Afişte, dünya haritası üzerinde yalın bir Ŗekilde tasvir edilmiş insanlar yer alır. Afişin en üstünde, kırmızı bir Ŗerit içinde "Bütün Dünya Ezilen Halkları, Birleŝin!" yazısı yer alır. Afişin altındaki yazıda ise, "Birleşik Devletler Sömürgecilik Çeteleri! İngiliz Sömürgecilik Çeteleri! Fransız Sömürgecilik Çeteleri! Japon Sömürgecilik Çeteleri! Birleŝin Karşı Devrimin Karşısında!" yazmaktadır. Klutssis'in bu afişi, Sovyetler Birliği'nin proleter devrim fikrini dünya geneline yaymak amacıyla yayınlanmıştır. Afiş, ezilen halkları bir araya getirerek emperyalizme karşı mücadele etmeye çağırır ve Sovyetler Birliği'nin uluslararası dayanışma politikalarının bir örneği olarak görülebilir. Afişte kullanılan yalın tasarım ve net mesaj, Sovyet propagandasının genel özelliklerini yansıtır.



Şekil 39. "Oppressed Peoples of the Whole World" Gustav Klutsis, 1924

Kaynak: artsy.net, 2023

Alt kısımda yer alan görsel (Görsel 40) Gustav Klutsis'in 1929 tarihli "Let's Fulfill the Plan of Great Works in the Five-Year Plan!" adlı çalışmasıdır. Afişte sarı arka plan üzerine yerleştirilmiş siyah çerçeveli bir üçgen ve içinde bir tren resmi yer almaktadır. Üst kısmında yer alan metinde ise "Beş Yıllık Plan'da Büyük İşleri Gerçekleştirelim!" yazmaktadır.



Şekil 40. “The Development of Transportation, The Five-Year Plan” Gustav Klutsis, 1929

Kaynak: moma.org, 2023

Afiş, Sovyetler Birliği'nin ilk beş yıllık planı için propaganda amacıyla üretilmiştir. Beş yıllık plan, Sovyetler Birliği'nin ekonomik kalkınmasını hızlandırmak için 1928-1932 yılları arasında uygulanan bir programdır. Bu plan, ülkenin ekonomik yapısını köklü bir şekilde değiştirmeyi hedeflemekteydi ve ağır sanayiye yatırım yapılmasını öngörmekteydi. Afişteki tren, beş yıllık planın en önemli projelerinden biri olan Trans-Sibirya Demiryolu'nun tamamlanmasını

simgelemektedir. Bu projenin tamamlanması, ülkenin doğusundaki kaynakları batıya taşımak ve sanayileşmeyi hızlandırmak için önemli bir adımdı. Klutsis, afişte yalın bir tarz kullanarak, halkın bu projeye katılımını teşvik etmek istemiş ve bu amaçla treni en belirgin unsurlardan biri olarak seçmiştir.



Şekil 41. "Long Live the World October!" Gustav Klutsis, 1933

Kaynak: worldofartglobal, 2023

Gustav Klutsis'in 1933 tarihli "Long Live the World October!" "Şan Olsun Ekim Devrimine!" afişi, Sovyetler Birliği'nde yükselen faşizm ve aşırılıklara karşı bir mesaj vermektedir. Afişte, farklı etnik kökenlerden işçilerin ellerinde kırmızı bayraklar tutarak bir dünya üzerinde durdukları görülmektedir. Bu, sosyalizmin uluslararası bir hareket olduğunu vurgulamaktadır. Afişte, işçilerin kendi aralarında birlik ve dayanışma içinde olduğu görülmektedir. Bu birliktelik,

sosyalist bir toplumun inşası için gerekli olan dayanışmayı ve iş birliğini temsil etmektedir. Ayrıca, bayraklar üzerindeki kelimeler "Barış" ve "Sosyalizm" mesajını iletmektedir. Afişin üst kısmında, "Şan Olsun Ekim Devrimine!" yazmaktadır. Bu, 1917 Ekim Devrimi'nin yıldönümünü kutlamak için yapılan bir afiş olduğunu göstermektedir. Afiş, Sovyetler Birliği'nin emekçi sınıfının birliğini ve dayanışmasını temsil ederken, aynı zamanda ülkede yükselen faşizme ve aşırılıklara karşı bir uyarı niteliği taşımaktadır.

### **B. I. Ve II. Dünya Savaşı Afişlerine Genel Bakış**

Propaganda afişleri, I. ve II. Dünya Savaşları sırasında savaşın seyrinde önemli bir rol oynadı. Bu afişler, hükümetlerin ve siyasi partilerin ideolojilerini, politikalarını ve hedeflerini halka aktarmak için yaygın olarak kullanılmaktadır. Propaganda afişleri, sosyal destek kazanmak, düşmanları karalamak, orduya ilham vermek ve ulusal birlik ve kimlik duygusunu geliştirmek için tasarlanmıştır. Görsel imgeler, semboller, renkler ve etkileyici metinler kullanılarak afişin etkisi artırılır ve hedef kitleye güçlü bir mesaj iletilir. Bu afişler genellikle liderlerin portrelerini, ulusal sembollerini, askeri seferberlikleri, düşmanların kötü resimlerini ve vatansever vurguları içerir. Savunuculuk afişleri, sosyal duygusal tepkileri harekete geçirmek ve arzu edilen davranışları teşvik etmek için psikolojik ve duygusal manipülasyon tekniklerini kullanır.



Şekil 42. "Someone talked!" Frederick Siebel, 1942

Kaynak: loc.gov, 2023

"Someone talked! (Biri Konuştu!) isimli 1942 yapımı propaganda afişi, II. Dünya Savaşı döneminde kullanılmış önemli bir örnektir. Afişin tasarımcısı Frederick Siebel'dir. Afiş, casusluk ve güvenlik konularını vurgulamak amacıyla oluşturulmuştur.

Afişte, suyun üzerinde zar zor görülen bir adamın başı ve kolu yer almaktadır. Adamın ifadesi dikkatlice bakmakta ve izleyiciye doğru işaret etmektedir. Bu tasarım, casusluk faaliyetlerinin tehlikelerini ve sonuçlarını temsil etmektedir. Afişin koyu renkler ve dramatik bir kompozisyon kullanması,

izleyicide bir an gerilim ve endişe yaratmaktadır. İşaret edilen kişi, potansiyel bir casus veya güvenlik tehdidi olarak algılanabilir. Yazı karakteri, punto ve kompozisyon arasındaki ilişki, mesajın net bir şekilde iletilebilmesi için zemin oluşturmuştur. Afişin başlığı olan "Someone talked!" (Biri konuştu!) ifadesi ise gizli bilgilerin ifşa edildiğine ve güvenlik açığının olduğuna işaret etmektedir. Bu afiş, halkı casusluk faaliyetlerine karşı dikkatli olmaya ve güvenlik önlemlerine uymaya teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır. İzleyicilere, milli güvenliğin korunması için herkesin sorumluluk taşıdığı mesajı verilmektedir. Siebel'in tasarladığı bu propaganda afişi, etkileyici görsel unsurları ve güçlü bir mesajıyla, dönemin siyasi atmosferini yansıtmakta ve halkın bilinçlenmesine katkıda bulunmaktadır



Şekil 43. "This is the enemy." - United States. Office of War Information. 1943.

Kaynak: movieposters.ha.com, 2023

Amerika Birleşik Devletleri Savaş Bilgi Ofisi tarafından 1943 yılında hazırlanan "This is Enemy!" (İşte Düşman!) afişi, II. Dünya Savaşı sırasında propaganda amaçlı kullanılmış önemli bir görseldir. Afiş, düşmanı tanımlama ve tehdidi vurgulama amacıyla tasarlanmıştır. Afişin merkezinde, kolunda gamalı haç işareti olan bir kol tasviri yer almaktadır. Bu sembol, Nazi Almanyası'nı ve onun ideolojisini temsil etmektedir. Kolla birlikte "Kutsal İncil" etiketli bir kitap ve bir kılıç da görselleştirilmiştir. Kitap ve kılıç, düşmanın hem dini argümanları hem de askeri gücünü temsil etmektedir. Bu tasarım, düşmanın tehlikesini vurgulamak ve halkı ona karşı birlik olmaya teşvik etmek amacıyla yapılmıştır. Afişin karanlık ve tehditkâr atmosferi, izleyiciye düşmanın kötülüğünü ve ideolojisinin tehlikelerini anlatmaktadır. Afişin başlığı olan "This is Enemy!" (İşte Düşman!) ifadesi, net bir şekilde düşmanı tanımlamakta ve ona karşı birlik olmanın önemini vurgulamaktadır. Bu mesaj, halkın dikkatini düşmanın tehditlerine çekmek ve onunla mücadele etme motivasyonunu artırmak için kullanılmıştır. Savaş Bilgi Ofisi'nin bu propaganda afişi, halkın düşmanı tanıması, ona karşı birlik olması ve savaşın gerekliliklerine uyum sağlaması konularında bilinçlenmesine katkıda bulunmuştur. Tasarımın güçlü ve etkileyici unsurları, izleyicilerde düşman karşısında birleşme ve zafer için harekete geçme duygusunu uyandırmayı amaçlamaktadır.

Karl Koehler ve Victor Ancona tarafından 1943 yılında yapılan "This is the Enemy" (İşte Düşman) afişi (Görsel 44.), II. Dünya Savaşı sırasında propaganda amacıyla kullanılan önemli bir görseldir. Afiş, Almanya'nın askeri gücünü ve onun ideolojisini eleştirel bir şekilde yansıtmayı hedeflemektedir. Afişin odak noktasında, stilize edilmiş bir karikatür olarak tasvir edilen bir Alman askerinin portresi yer almaktadır. Askerin göğsünde gamalı haç sembolü bulunmaktadır, bu da Nazi Almanyası'nı ve onun militarist ideolojisini temsil etmektedir. Askerin yüzünde tek bir gözlük takması dikkat çekicidir. Gözlükte, darağacında asılı duran bir kişinin yansıması görülmektedir. Bu yansıma, Almanya'nın insan haklarına ve özgürlüklere olan ihlallerini, zalimliklerini ve savaş suçlarını sembolize etmektedir. Bu detay, Alman askerinin karanlık ve vahşi yüzünü göstererek, düşmanın kötülüğünü vurgulamayı amaçlamaktadır.

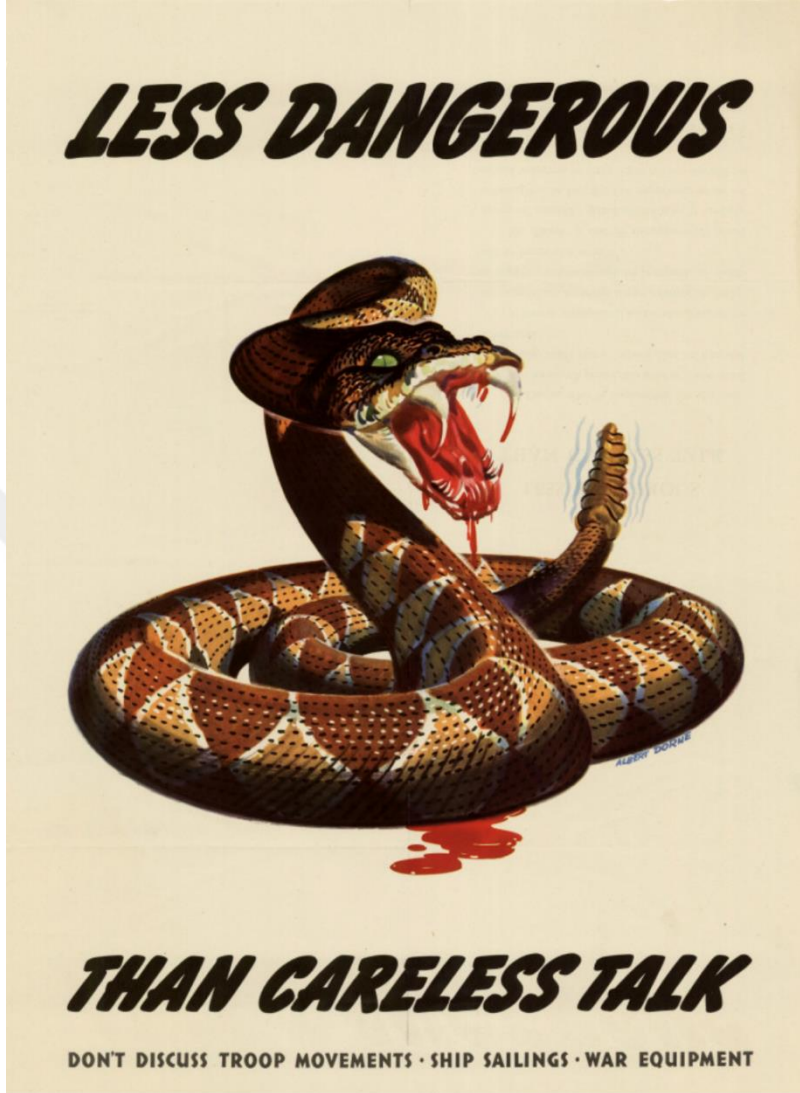


Şekil 44. "This is the Enemy" Karl Koehler and Victor Ancona, 1943

Kaynak: movieposters.ha.com, 2023

Afişin başlığı olan "This is the Enemy" (İşte Düşman) ifadesi, net bir şekilde düşmanın tanımlandığı ve tehdit olarak algılandığı bir mesaj vermektedir. Afiş, izleyicilere Almanya'nın askeri tehdidini ve zalimliğini göstererek, halkı savaşa karşı motive etmeyi amaçlamaktadır. Bu propaganda afişi, Almanya'nın militarist ideolojisine karşı bilinçlendirme yapmayı ve halkın birleşerek savaşa karşı mücadele etmesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Tasarımın vurgulu ve

etkileyici unsurları, izleyicilerde düşmana karşı birlik olma ve zafer için harekete geçme duygusunu uyandırmayı hedeflemektedir.



Şekil 45. ‘Less Dangerous than Careless Talk’ Albert Dorne, 1944

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Albert Dorne tarafından 1944 yılında oluşturulan "Less Dangerous than Careless Talk: Don't Discuss Troop Movements, Ship Sailings, War Equipment" (Dikkatsiz Konuşmaktan Daha Az Tehlikeli: Asker Hareketlerini, Gemilerin Yolculuklarını, Savaş Malzemelerini Tartışmayın) propaganda afişi, II. Dünya Savaşı sırasında askeri güvenliğin önemini vurgulamayı amaçlayan önemli bir görseldir. Afişin merkezinde, kan damlatan ağzından ve dişlerinden görülen, vurmaya hazır bir sarmal, yeşil gözlü bir çingiraklı yılanın illüstrasyonu yer almaktadır. Kanın yılanın yanındaki yerde toplandığı görülmektedir. Bu tasarım, tehlikenin sembolü olarak kullanılan çingiraklı yılanın tehditkar ve saldırgan bir

şekilde betimlenmesiyle dikkati çekmeyi hedeflemektedir. Başlıktaki "Less Dangerous than Careless Talk" (Dikkatsiz Konuşmaktan Daha Az Tehlikeli) ifadesi, izleyicilere konuşmanın, bilgi paylaşımının ve dedikodunun askeri operasyonları, gemi seferlerini ve savaş ekipmanını tehlikeye atabileceğini vurgulamaktadır. Afiş, halka askeri sırların korunması ve düşmana bilgi sızdırılmasının önemini hatırlatmayı amaçlamaktadır. Bu propaganda afişi, askeri güvenlik bilincini artırmak ve halkı bilinçli bir şekilde konuşmaya teşvik etmek için tasarlanmıştır. Yılanın vurgulu ve tehditkâr duruşu, izleyicilerde dikkatli ve sorumlu bir şekilde bilgi paylaşma gerekliliğini aşılamaı hedeflemektedir. Afiş, askeri operasyonların başarısı için sessizliğin ve güvenliğin önemini vurgulayarak, halkın aktif bir şekilde askeri gizliliğe katkıda bulunmasını amaçlamaktadır.



Şekil 46. “Ours, To Fight for Freedom From Fear” Norman Rockwell, 1943

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Norman Rockwell tarafından 1943 yılında yapılan "Bizimki – Uğruna Savaşmak: Korkudan Özgürlük" adlı afiş, II. Dünya Savaşı döneminde Amerikan halkını desteklemeye ve savaşa katılmaya teşvik etmek amacıyla oluşturulan etkileyici bir görseldir. Afişin merkezinde, bir anne ve baba figürü yer almaktadır. Bu figürler, iki çocuğu yatağa sokmak için çaba gösterirken tasvir edilmiştir. Anne, sevgi ve özenle çocuklarına sarılmış durumdadır. Baba ise gözlük ve elinde "BOMBINGS KI-HORROR HIT" yazan bir gazete tutmaktadır. Bu detay, savaşın getirdiği korkunun ve saldırıların bir yansımasıdır. Afişin temel amacı, halka savaşın gerçekliklerini ve getirdiği tehlikeleri hatırlatmak ve onları savaşa olan desteğe teşvik etmektir. Anne ve baba figürleri, evdeki güvenliği ve sevdiklerinin refahını koruma arzusunu temsil etmektedir. Gazete başlığı, savaşın yıkıcı etkilerini ve sivil hayatı tehdit eden saldırıları vurgulamaktadır. Afişin renkli ve sıcak tonları, aile değerlerini ve birlik duygusunu yansıtmaktadır. Rockwell'ın karakteristik detaycılığı, gerçekçi bir şekilde ailenin duygularını ve endişelerini ifade etmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede, izleyicilerde savaşa katılım konusunda daha fazla duygusal bağlılık ve sorumluluk hissi oluşturmayı hedeflemektedir. "Bizimki – Uğruna Savaşmak: Korkudan Özgürlük" afişi, savaşın evlere ve ailelere getirdiği gerçek tehditleri yansıtarak, halkın savaşa olan destek ve fedakarlık duygusunu canlandırmayı amaçlamaktadır. Aile birliği, sevgi ve özgürlük arzusu üzerine kurulu bu afiş, savaşın getirdiği zorluklara karşı birlikte hareket etmenin önemini vurgulayarak Amerikan halkının duygusal bir tepki vermesini hedeflemektedir.

Amerika Birleşik Devletleri Savaş Üretim Kurulu tarafından 1942 yılında oluşturulan "Kendine İyi Bak! Hitler için Boş Eller Çalışır" (Görsel 47) afişi, II. Dünya Savaşı döneminde savaş çabalarını desteklemek ve halkı teşvik etmek amacıyla hazırlanmış etkileyici bir görseldir. Afişin merkezinde, izleyiciye bakan bir yetişkin erkek figürü yer almaktadır. Erkek, şapka takmakta ve sol kolunu askıda tutmaktadır. Sağ göğüs cebinin üzerinde büyük bir düğme veya rozet bulunmaktadır. Bu detaylar, savaşa katılımın ve üretkenliğin sembolleridir.



Şekil 47. "Take Care!" United States. War Production Board, 1942

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Afişin temel mesajı, kişisel sorumluluk ve çaba gösterme gerekliliğidir. "Kendine İyi Bak!" ifadesi, her bireyin kendi sağlığına ve refahına dikkat etmesi gerektiğini vurgulamaktadır. "Hitler için Boş Eller Çalışır" ifadesi ise, Hitler'in ideolojisine karşı savaşmanın ve aktif olarak üretken olmanın önemini vurgulamaktadır.

Afişin siyah beyaz bir fotoğraf içeren renkli bir tasarıma sahip olması, dikkat çekiciliğini artırmak ve mesajın daha etkili iletilmesini sağlamak amacıyla kullanılmıştır. Yetişkin erkek figürü, güvenilirlik ve liderlik değerlerini temsil

etmektedir. Şapka takması ve rozetin varlığı, kişisel kimlik ve katılımın sembolleridir.

"Kendine İyi Bak! Hitler için Boş Eller Çalışır" afişi, bireylerin kendi sağlıklarına dikkat etmeleri ve üretken olmaları gerektiğini vurgulayarak, savaş çabalarına aktif bir şekilde katılmayı teşvik etmektedir. Bireylerin üzerlerine düşen sorumluluğu yerine getirmeleri ve Hitler'in ideolojisiyle savaşmak için boş durmadan çalışmalarını gerektiği mesajını iletme amaçlamaktadır.



Şekil 48. "Wake Up America!" James Montgomery Flagg, 1917

Kaynak: loc.gov, 2023

James Montgomery Flagg tarafından 1917 yılında oluşturulan "Uyan Amerika! Medeniyet Her Erkeği, Kadını ve Çocuğu Çağırır!" adlı propaganda

afiş, Amerika Birleşik Devletleri'nin I. Dünya Savaşı'na katılmasından kısa bir süre sonra, 19 Nisan'da New York'ta düzenlenen "Uyan, Amerika" Günü etkinliği için hazırlanmış etkileyici bir görseldir. Afişin merkezinde, Amerika'nın kişileşmesi olan Columbia modeli olarak bilinen aktris Mary Arthur yer almaktadır. Mary Arthur, Flagg'in Amerika ve Özgürlük sembollerini temsil eden figürüdür.

Uyan Amerika afişinde, uykuda olan Mary Arthur, vatansever yıldızlar ve çizgilerle süslenmiş bir Frig şapkası takmaktadır. Frig şapkası, Roma döneminden beri özgürlüğün sembolü olarak kullanılan bir başlıktır. Mary Arthur, uyurken bir yivli sütunun yanında tasvir edilmektedir. Bu sütun, batı klasik antik çağına ve medeniyetine bir göndermedir. Afişteki bu görsel referanslar, Amerika'nın medeniyetin temsilcisi olduğunu vurgulamaktadır. Arka planda, tehditkâr fırtına bulutları toplanırken, afişin ana mesajı "Uyan Amerika!" olarak verilmektedir.

Afiş, Amerikan halkını savaşa katılmaya ve ulusal görevlerini yerine getirmeye çağırılmaktadır. Medeniyetin korunması ve özgürlüğün savunulması için her erkek, kadın ve çocuğun harekete geçmesi gerektiği vurgulanmaktadır. James Montgomery Flagg'in bu ikonik afişi, savaşa katılımın önemini vurgulamak amacıyla tasarlanmıştır. Uyuyan Amerika'yı temsil eden Columbia'nın çağrısı, vatandaşları bilinçlendirmek ve harekete geçmelerini teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır. Afiş, Amerikan halkına birlik ve direniş mesajı iletilirken, savaşın zorluklarına karşı birlikte mücadele etme çağrısı yapmaktadır.

R.G. Praill tarafından Avenue Press tarafından Londra W.C.'de oluşturulan "Savaş Süresince Askeriye Alındı. Yaralılar için Ulusal Yumurta Toplamaya Yardım Edin" (Görsel 49), adlı afiş, savaş döneminde yaralı askerlere yardım etmek amacıyla düzenlenen ulusal bir kampanyayı tanıtmak için kullanılan etkileyici bir görseldir.

Afişin merkezinde, kırmızı bir bacak bandı takan bir tavuk tasviri yer almaktadır. Tavuğun kanadı da taçla süslenmiştir, bu da onun ulusal bir sembol olduğunu vurgulamaktadır. Tavuğun bacak bandı, askerlerin yaralanması ve ihtiyaç duydukları yardımı simgeler.

Afiş, insanların yaralı askerlere yardım etmek için ulusal yumurta toplamasını teşvik etmektedir. Yumurtalar, savaş döneminde protein ve besin

kaynağı olarak değerli bir role sahipti ve yaralı askerlerin iyileşmesine katkıda bulunmak amacıyla toplanmıştır.



Şekil 49. ‘‘Enlisted for Duration of The War.’’ R.G. Prail, 1915

Kaynak: loc.gov, 2023

1941 yılında Leo Lionni tarafından tasarlanmış ve "Keep 'em Rolling!" (Onları Hareket Halinde Tut!) (Şekil 50) afişin amacı, Amerika Birleşik Devletleri'nin II. Dünya Savaşı çerçevesinde savaş çabalarına katkı sağlamaya ve moral yükseltmeye yönelik mesajlar iletmektir.

Afişin tasarımı oldukça dikkat çekicidir. Merkezde, ABD bayrağının tasarımına bindirilmiş siyah beyaz fotoğraflar bulunur. Bu tasarım, vatanseverlik ve birlik duygusunu vurgularken, Amerikan kimliği ve ulusal gururu sembolize eder.



Şekil 50. "Keep 'em rolling!" Leo Lionni. 1941

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Mavi alanda, omuzlarında uzun kordonlar üzerinde fenerler taşıyan ve kaynak kaskları takan bir grup erkeğin fotoğrafı bulunur. Bu erkeklerin çalışma kıyafetleri, endüstriyel üretim ve askeri ekipman üretimindeki katkıları temsil eder. Bu şekilde, savaş çabalarına katılan işçilerin ve emekçilerin vurgulanması amaçlanır.

Çizgili alanda, PT teknelerinin fotoğrafları yer alır. PT tekneleri, hızlı torpido botları olarak bilinir ve savaşın deniz cephesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu teknelerin gösterilmesi, Amerikan donanmasının gücünü ve çeşitliliğini yansıtır.

"Keep 'em Rolling!" ifadesi, askeri ve sivil araçların, teçhizatın ve üretimin sürdürülmesinin önemini vurgular. Afiş, Amerikan halkını, savaş çabalarını desteklemeye, üretime devam etmeye ve savaşın zaferle sonuçlanması için birlikte çalışmaya teşvik etmek amacıyla tasarlanmıştır. Bu tür afişler, toplumun bir araya gelerek ortak hedeflere ulaşmasını teşvik etmekte ve savaşın gereksinimlerine dikkat çekmektedir.



Şekil 51. "U.S. Army: Guardian Of The Colors" Tom B. Woodburn, 1940

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Görsel 51’de afiş 1940 yılında Tom B. Woodburn tarafından tasarlanmış ve "U.S. Army: Guardian of the Colors" (U.S. Ordusu: Renklerin Koruyucusu) temasıyla oluşturulmuştur. Afiş, Amerika Birleşik Devletleri Ordusu'nun gücünü ve koruyucu rolünü vurgulamayı amaçlamaktadır.

Afişin merkezinde, ordu üniformaları giymiş ve kask takmış dört askerin renkli bir görüntüsü bulunur. Bu askerler, ordunun çeşitli görevlerdeki temsilcilerini sembolize ederken, aynı zamanda birlik, disiplin ve ulusal savunma mesajını iletmektedir.

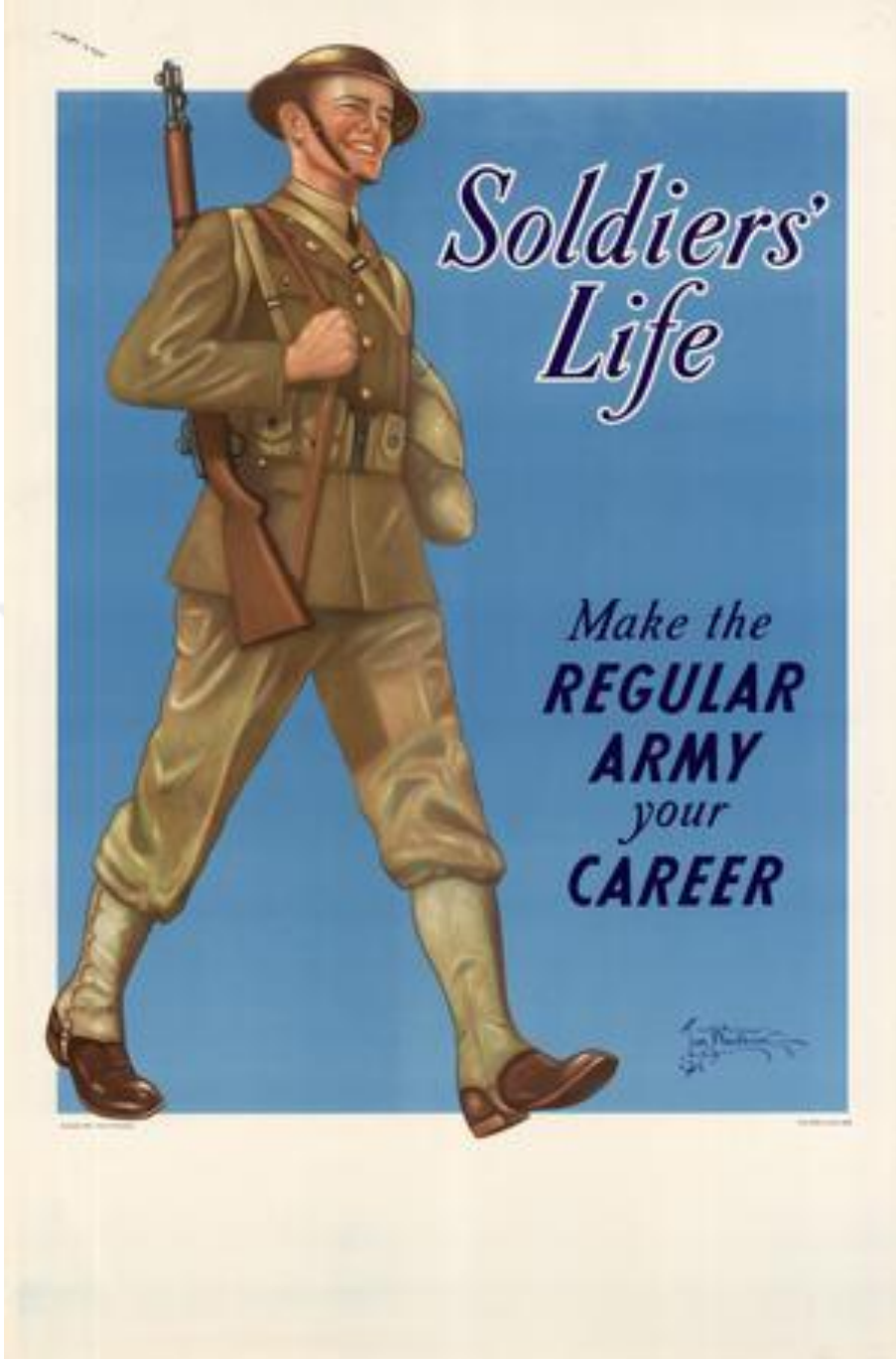
Merkezde iki bayrak tutan asker, Amerika Birleşik Devletleri bayrağı ile kartal armalı bir bayrağı temsil eder. Bu semboller, Amerika'nın birliğini, özgürlüğünü ve gücünü yansıtır. Kartal, gurur ve koruma sembolü olarak sıklıkla kullanılan bir figürdür.

Afişin dışında yer alan iki asker ise tüfeklerini tutmaktadır. Bu, orduya ait silahlı gücü ve hazır bulunuşluğu temsil ederken, askerlerin çeşitli alanlardaki görevlerini göstermek amacıyla eklenmiş olabilir.

"Guardian of the Colors" ifadesi, orduyu renklerin ve değerlerin koruyucusu olarak tasvir eder. Renkler, askeri birliğin ve geleneklerin sembolüdür. Afiş, Amerika Birleşik Devletleri Ordusu'nun ulusal değerleri ve birliği koruma misyonunu ön plana çıkarırken, halkı orduya destek olmaya ve güçlü bir ulusal savunma sağlamaya teşvik etmeyi hedefler.

1941 yapımı propaganda afişi, "Askerlerin Hayatı: Düzenli Orduyu Kariyeriniz Yapın" adıyla Tom B. Woodburn tarafından tasarlanmıştır. Afiş, Amerika Birleşik Devletleri Ordusu'na olan ilgiyi ve katılımı teşvik etmek amacıyla üretilmiştir.

Afişin merkezinde, İkinci Dünya Savaşı'nın başlarında bir askerin renkli bir görüntüsü yer alır. Asker, Amerika Birleşik Devletleri Ordusu üniforması giymiş ve kask takmıştır. Aynı zamanda bir tüfek taşıyan asker, askeri hazır bulunuşluluğu ve disiplini sembolize ederken, askeri yaşamın ciddiyetini yansıtır. Askerin yürürken gülümsemesi, askeri kariyerin ve ordunun potansiyel olarak olumlu deneyimleri üzerine odaklanan bir imaj çizmeye çalıştığını gösterir. Gülümseme, askeri hayatın sadece ciddiyetle değil, aynı zamanda başarılarla ve memnuniyetle dolu olabileceği mesajını iletme amacıyla kullanılmış olabilir.



Şekil 52. "Soldiers Life." Tom B. Woodburn, 1941

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Afişin arka planı mavi renkte olup, muhtemelen sakinlik, sadelik ve güven duygusu sağlamak için seçilmiştir. Mavi aynı zamanda Amerikan bayrağındaki mavi renkle de uyum içindedir ve ulusal bir kimlikle bağlantı kurar. Bu afiş, Amerikan gençlerini askeri kariyere ve düzenli orduya katılmaya teşvik ederek, ulusal savunmanın önemini vurgulamayı amaçlar. Askeri hayatın disiplin, gelişim

ve onur ile dengeli bir şekilde birleştigi bir yol olarak tasvir edilmesi, genç nesillerin orduya katılma düşüncesini desteklemeyi hedefler.



Şekil 53. "Sacrifice the Privilege of Free Men" Nikol Schattenstein, 1940

Kaynak: digital.library.unt.edu,2023

Görsel 53'te belirtilen propaganda afişi, Nikol Schattenstein tarafından tasarlanmış ve "Fedakarlık: Özgür İnsanların Ayrıcalığı" adını taşıyor. Afiş, savaş döneminde özgürlüğün ve fedakarlığın önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Afişin merkezinde, kahverengi saçlı bir kadını kucaklayan bir asker görülüyor. Asker, sırtında bir kask, silah ve sırt çantası taşımaktadır. Askerin kucakladığı

kadının yüz ifadesi, güvenlik ve koruma duygusunu yansıtırken, asker de fedakarlık ve özveriyle hareket eden bir figür olarak tasvir edilmiştir.

Afiş, askerin savaş alanında gösterdiği cesaret ve fedakarlığın, toplumun özgürlüğünü koruma ve sürdürme çabalarıyla doğrudan bağlantılı olduğunu anlatır. Askerin sırtındaki kask ve silah, onun görev ve sorumluluklarını temsil ederken, sırt çantası da askerin taşıdığı yükleri sembolize edebilir. Pencereden dışarı eğilen asker ve kucakladığı kadın, toplumun savaş çabalarına olan katılımını ve desteğini temsil ederken, aynı zamanda birliğin ve dayanışmanın önemini de vurgular. Afişin mesajı, savaş dönemindeki zorluklara rağmen özgürlüğün ve ayrıcalığın korunması için fedakarlığın gerekliliğini vurgular.

Nikol Schattenstein'in bu tasarımı, savaşın toplumun her kesimine etkisini ve savaşın getirdiği sorumlulukları anlatan etkili bir örnek olarak öne çıkar. Afiş, savaş dönemindeki fedakarlık ve birlik ruhunu yansıtarak insanları motive etmeyi hedefler.

Görsel 54'te propaganda afişi, Lawrence Beall Smith tarafından tasarlanmış ve "Don't Let That Shadow Touch Them: Buy War Bonds" adını taşımaktadır. Afiş, savaş dönemindeki sivil halkın savaş çabalarına destek olmalarını teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

Afişin merkezinde, üç çocuk oyuncaklar ve bir bayrakla çevrili bir alanda görülüyor. Çocuklardan biri oyuncak askeri uçağı tutarken, diğer bir çocuk kâğıttan yapılmış bir şapka takıyor ve elindeki bayrağı bir basit direğe asmış durumda. Kız çocuğu ise oturmuş ve bir bebek bebeği tutuyor. Ancak en dikkat çekici detay, çocukların üzerine yayılan bir gamalı haça benzeyen bir gölgenin varlığıdır. Bu sembol, Nazilerin Almanya'nın sınırlarını aşarak diğer ülkelere ulaşma amaçlarına atıfta bulunuyor. Çocuklar ve masumiyetleri, savaşın etkilerinden korunmaları gerektiğini sembolize ederken, gölge ise savaşın karanlık yüzünü ve tehlikelerini temsil eder.



Şekil 54. "Don't Let That Shadow Touch Them." Lawrence Beall Smith, 1942

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Afişin mesajı oldukça güçlüdür. "Bu Gölgeyi Onlara Dokundurma: Savaş Tahvilleri Alın" ifadesiyle savaşa karşı finansal destek sağlamanın önemi vurgulanıyor. Aynı zamanda çocukların geleceğini ve masumiyetini koruma gerekliliği altını çiziliyor. Afiş, insanları savaş tahvilleri almaya teşvik ederken, bunun aynı zamanda çocukların ve gelecek nesillerin güvence altına alınması anlamına geldiğini de anlatıyor.

Savaşın etkilerini ve insanların yaşamlarını nasıl etkileyebileceğini dramatik bir şekilde göstererek, toplumu harekete geçmeye ve savaşa karşı destek sağlamaya davet ediyor.



Şekil 55. "Don't Get Hurt" Victor Keppler, 1943.

Kaynak: digital.library.unt.edu,2023

Şekil 55'de ki propaganda afişi, Victor Keppler tarafından tasarlanmış ve "İncinmeyin: Hayatına Mal Olabilir" adını taşıyor. Afiş, ABD Ordu Güvenlik Programı kapsamında askeri personelin güvenliği konusunda farkındalık oluşturmayı amaçlamaktadır.

Afişin odak noktasında, kolunda alçı ile askıda olan bir işçi adam görülüyor. Adam tulum ve iş gömleği giymiş durumda, işçi sınıfının temsilini yapmaktadır. Onun arkasında ise kumda yere yatmış düşmüş bir askerın görüntüsü bulunuyor. Bu görüntü, askeri personelin risk altında olduğunu ve işçilerin dikkatsizliğinin

ciddi sonuçlara yol açabileceğini vurgular. Afişin altında, ABD Ordu Güvenlik Programı mührü bulunuyor, bu da afişin resmi bir kampanya tarafından desteklendiğini gösteriyor.



Şekil 56. "This Is Our War." WAAC, 1942

Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023

Afiş, işçi ve asker arasında bir paralellik kurarak, her iki tarafın da dikkatli olmaları gerektiğini vurguluyor. İşçinin dikkatsizliğinin sadece kendisi için değil,

aynı zamanda askeri personel için de tehlike oluşturabileceğini gösteriyor. Bu mesajla, güvenlik konusundaki sorumluluğunun herkesi kapsadığına dikkat çekiliyor.

Afiş, etkileyici görsel öğeler ve güçlü bir mesajla, izleyicilere güvenlik konusundaki ciddiyeti anlatıyor. Askeri personelin ve işçilerin birlikte sorumluluk taşıdığını vurgulayarak, güvenli çalışma koşullarının sağlanmasının önemini ortaya koyuyor.

Görsel 56'da propaganda afişi, "Bu Bizim Savaşımız: WAAC, Kadın Ordusu Yardımcı Kolordusu, Amerika Birleşik Devletleri Ordusu'na Katılın" başlığıyla 1942 yılında yapılmıştır. Afiş, Kadın Ordusu Yardımcı Kolordusu'na katılmaya teşvik etmek ve kadınların savaş çabasına katılımını artırmak amacıyla üretilmiştir.

Arka planı altın-turuncu tonlarda tasarlanmıştır. Bu arka planın üzerine Pallas Athene'nin kafasının soluk bir taslağı yer almaktadır. Pallas Athene, antik mitolojide savaş stratejisi, bilgelik ve savunma tanrıçası olarak kabul edilir. Bu sembol, kadınların savaş çabasına katılarak ülkenin savunmasında rol üstlenmeleri gerektiğini vurgular.

Afişin merkezinde, WAAC üniformalı bir kadının siyah beyaz bir fotoğrafı bulunmaktadır. Kadının başı ve omuzları büyük şekilde tasvir edilmiştir. WAAC, Kadın Ordusu Yardımcı Kolordusu'nun kısaltmasıdır. Bu kadınlar, ordunun çeşitli destek görevlerinde çalışarak erkek askerlere destek sağlamışlardır. Afişin mesajı, kadınların savaş çabasında önemli bir rol oynadığını ve WAAC'a katılarak ülkenin savunmasına yardımcı olabileceklerini vurgular. Bu afiş, kadınların güçlü ve etkili bir şekilde savaş çabasına katılabileceğini ve ülkenin savunmasına katkı sağlayabileceğini anlatmayı amaçlar. Aynı zamanda semboller ve renkler aracılığıyla savaşa katılımın ulusal bir değer olduğunu vurgular.



Şekil 57. "The Greatest Mother in the World." Alonzo Earl Foringer, 1918  
Kaynak: knowledge.e.southern.edu, 2023



Şekil 58. "Over The Top For You." Sidney H. Riesenberg, 1918  
Kaynak:knowledge.e.southern.edu, 2023



Şekil 59. "Share in the Victory" Haskell Coffin, 1918  
Kaynak:wisconsinhistory.org, 2023



Şekil 60. "Help Him Win By Saving and Serving" 1918  
Kaynak:knowledge.e.southern.edu, 2023



Şekil 61. 'Boys & Girls!' James Montgomery Flagg, 1917  
Kaynak:teva.contentdm.oclc.org,2023



Şekil 62. "Join Women's Land Army of the U.S. Crop Corps," Hubert Morley, Kaynak: nal.usda.gov, 2023



Şekil 63. "Food is a Weapon: Don't Waste It" U.S. Office of War Information,  
Kaynak: digital.library.unt.edu, 2023



Şekil 64. ‘Your Country Needs You‘ [Alfred Leete](#), 1914  
Kaynak:countrylife.co.uk, 2023

## VI.SONUÇ

I. ve II. Dünya Savaşları dönemlerinde yapılan propaganda afişlerinin illüstrasyonlarının rolü ve etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu çalışma, savaş dönemlerinin görsel iletişim gücünü anlamamıza ve o dönemin ideolojik mesajlarının nasıl görsel sanat yoluyla aktarıldığının analiz edilmesine yardımcı olmaktadır. Görsel öğeler, semboller ve stilistik unsurlar, izleyiciye belirli mesajları iletmek ve istenen tepkileri uyandırmak amacıyla kullanılmıştır. Afişlerde kullanılan görsel imgeler ve metinler, milliyetçilik, kahramanlık, düşmanlık ve vatanseverlik gibi duygusal bağlantılar kurmayı hedeflemiştir. Ayrıca, propaganda afişlerinin toplumsal etkilerini, insanlar üzerinde nasıl algı yönetimi yapıldığı ve iletişim üzerindeki gücünü değerlendirmek açısından önemli bir kaynak sunmaktadır.

Görsel dilin gücünün ve propaganda afişlerinin toplumsal etkilerinin nasıl oluştuğunu anlamamıza yardımcı olan bu çalışma, ilk olarak afişlerin illüstrasyonlarıyla birlikte savaş dönemlerinin ideolojik mesajlarını nasıl yansıttığını aydınlatmaktadır. Afişlerin tasarım öğeleri, semboller ve görsel etkileri incelenerek, propaganda afişlerinin savaşın seyrinde nasıl bir rol oynadığı derinlemesine analiz edilmiştir.

Daha sonra, propaganda kavramı ve teknikleri ayrıntılı bir şekilde ele alınarak, propaganda afişlerinin iletişim aracı olarak kullanılmasının temel prensipleri açıklanmıştır. Propaganda farklı boyutlarıyla incelenerek, etkileri detaylı bir şekilde değerlendirilmiş, ayrıca propaganda afişlerinin toplumsal hayata etkisi, algı yönetimi ve duygusal etkileri gibi konulara odaklanılmıştır.

Savaşların tarihsel, politik ve toplumsal arka planını ele alan bir bölüm, I. ve II. Dünya Savaşlarına genel bir bakış sunmuştur. Her iki savaşın propaganda faaliyetlerinin dönemin rolünü yansıtarak savaşın etkileri ve sonuçları incelenmiştir. Savaşların uluslararası ilişkileri nasıl şekillendirdiği ve toplumsal değişimlere nasıl yol açtığı detaylı bir şekilde tartışılmıştır.

Son olarak, I. ve II. Dünya Savaşları dönemlerindeki propaganda afişlerinin biçim ve içerik açısından ayrıntılı bir analizi yapılmıştır. Farklı ülkelerin örnek propaganda afişleri incelenerek, savaşın farklı yönleri ve ideolojik mesajların nasıl yansıtıldığı derinlemesine ele alınmıştır. Afişlerin tasarım öğeleri, semboller ve taşıdığı mesajlar ayrıntılı bir şekilde incelenmiş, bu bağlamda propaganda afişlerinin illüstrasyonlarının I. ve II. Dünya Savaşları dönemlerindeki önemini ve etkisini vurgulamıştır.

Bu çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular, propaganda afişlerinin sadece iletişim aracı olarak değil aynı zamanda toplumsal etkileri açısından da önemini vurgulamaktadır. İllüstrasyonların kullanımı, izleyicinin duygusal bağ kurmasını kolaylaştırmış ve mesajların daha etkili iletilmesini sağlamıştır. Propaganda afişlerinin savaş dönemlerindeki önemi, sadece o dönemin politik ve askeri hedeflerini değil, aynı zamanda toplumsal değerleri, duygusal tepkileri ve ulusal kimliği de şekillendirdiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, bu çalışmada propaganda afişlerinin illüstrasyonları incelenerek savaş dönemlerinin görsel iletişim gücünü ve propaganda tekniklerinin etkisini anlamaya katkı sağlamaya çalışılmıştır. Görsel dilin gücü ve propaganda afişlerinin I. Ve II. Dünya Savaşları dönemindeki rolünü incelemeyi amaçlayan bu çalışmada hala keşfedilmemiş pek çok alan ve yönelim tespitinin yapılması için çaba gösterilmiştir. Bundan sonraki aşamada bu çalışmadaki konular, daha kapsamlı bir şekilde ele alınarak, daha ayrıntılı ve özgün araştırmalar, tarih, sanat ve iletişim alanlarında yeni bilgilerin keşfedilmesine katkı sağlayabilir.

Farklı ülkelerin propaganda afişlerini karşılaştırmak, baskı tekniklerinin ve teknolojilerinin bu afişlerin tasarımlarına etkisi, propaganda afişlerinin görsel dili ve semiyotik unsurları üzerine derinlemesine analizler gibi çalışma alanı önerileri propaganda afişlerinin görsel iletişimdeki rolünü daha da aydınlatmak ve bu afişlerin toplumlar üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak için yol gösterici olabilir. Bu alandaki araştırmaların sürmesi, tarih, sanat ve iletişim alanlarında daha fazla bilgi ve anlayışın ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır.

## VII. KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

- AKARCALI, S. (2003). **İletişim ve Propaganda**. İstanbul, İmaj Yayıncılık.
- AMBROSE, G., AONO-BILLSON, N. (2013). **Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım, Grafik tasarım Temelleri**. İstanbul, Literatür Yayınları.
- ANDERSON, B. (1991). **Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism**. London: Verso.
- ATAÖV, T. (2008). **2. Dünya Savaşı**. İstanbul: İleri Yayınları, 1. Baskı.
- BECER, E. (2011). **İletişim ve Grafik Tasarım**. Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.
- CLARK, T. (2011). **Sanat ve Propaganda**. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- DOMENACH J.-M. (1969). **Politika ve Propaganda**. Varlık yayınları, s. 7.
- ELLUL, J. (1973). **Propaganda: The Formation of Men's Attitudes**. Vintage Books.
- JOWETT G. S., O'DONNELL, V. (2017) **Propaganda ve İkna**, çev. Rana Kahraman Duru vd., İstanbul: Artes Yayınları.
- ÖZSOY, O. (1998). **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**. İstanbul, Alfa Kitabevi.
- SMITH, A. (2010). **Propaganda: A Pluralistic Perspective**. Journal of Communication, 60 (1).
- SORENSEN, T. C. (1968). **The World War, The Story of American Propaganda**, Harper and Row Publishers, New york, Evanston, London
- TANSUĞ, S. (2008). **Çağdaş Türk Sanatı**. İstanbul, Remzi Kitabevi.
- TARHAN, N. (2004). **Psikolojik Savaş, Gri Propaganda**. İstanbul, Timaş Yayınları.
- TEPECİK, A. (2002). **Grafik Sanatlar**. Ankara, Detay Sistem Ofset.
- TIMMERS, M. (1998). **The Power of the Poster**. London, V&A Publications.

WIGAN, M. (2012). **Görsel İllüstrasyon Sözlüğü**. (Çev. M. E. Uslu). İstanbul, Literatür Yayıncılık.

ZILLIOĞLU, M. (2003). **İletişim Bilgisi**. Cem Yayınevi

## DERGİLER

ARTAN, H. I. (2019), **T. Fikret Uçar, Kaligrafi ve Tipografinin Afiş Sanatına Yansımaları**. Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, s.17.

DENEÇLİ S. ve DENEÇLİ C. (2014) **Propagandada İknanın Yeri**. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Cilt 11)

ERİŞTİ, S.D. ve URGUN, G. (2016). **Görsel Algı Kuramlarına Göre Reklam İçerikli Tasarımların Değerlendirilmesi**. Art-e Sanat Dergisi, 9 (17), 313-342.

ERKIŞ, İ. U. ve SUMMAK, M. E. (2011). **Propaganda Ve Dış Politika**. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi

ERTEP, H. (2007). **Gündelik Yaşamımızın Ucundan Tutunan Bir Tasarım Nesnesi: Afiş**, Grafik Tasarım: Görsel İletişim Kültürü Dergisi, (13), 80.

ÖZTOKAT, N. (1998), **“Göstergebilim ve Plastik Sanatlarda Çözümleme”**, 12. Dilbilim Kurultayı Bildirileri.

YEMENCİOĞLU, A. K. (2022). **Göstergebilim İle Afiş Analizi: I Want You For U.S. Army (Uncle Sam) Makalesi**, Kapadokya Üniversitesi (Cilt 8)

## TEZLER

DİNÇELİ, D. (2016). **“Türkiye’de Afiş Sanatının Görsel Kültürdeki Yeri”** (Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi SBE. s.38.

GÜVENİLİR, T. (2013). **“Amerika Birleşik Devletleri’nde II. Dünya Savaşı Propaganda Aracı Olarak Afiş.”** (Yüksek Lisans Tezi) Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Dokuz Eylül Üniversitesi

- KÜÇÜK, B. (2013). ‘‘Görsel İletişim Tasarımı Açısından Sanatsal ve Kültürel Afişlerin Çözümlemesi; Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri’’ (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi SBE. 2013,
- ÖZER, N. P. (2011). ‘‘Propagandada Yöntemler, Araçlar ve Bir Propaganda Modeli Olarak; Herman ve Chomsky Propaganda Modeli’’ (Yüksek Lisans Tezi) Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Selçuk Üniversitesi.
- ÖZMUTLU, A. (2009). ‘‘Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Gösterge- bilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı.’’ (Yüksek Lisans Tezi) Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

## ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- STOKOE, C. (2010). 100 years of Propaganda, the Good, the Bad, the Ugly. [www.smashingmagazine.com](http://www.smashingmagazine.com)
- URL-1 ‘‘American War Posters’’ [https://digital.library.unt.edu/search/?fq=str\\_title\\_serial%3A%22American+War+Posters%22&start=48](https://digital.library.unt.edu/search/?fq=str_title_serial%3A%22American+War+Posters%22&start=48) (Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2023.)
- URL-2 ‘‘World War I.’’ <https://www.loc.gov/collections/world-war-i-posters/about-this-collection/>
- URL-3 ‘‘Théâtre national de l'Opéra. Carnaval 1892 Poster’’ <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9015513g.item> (Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2023.)
- URL-4 ‘‘Aristide Bruant Poster’’ [https://tr.wikipedia.org/wiki/Aristide\\_Bruant](https://tr.wikipedia.org/wiki/Aristide_Bruant) (Erişim Tarihi: 9 Mart 2023.)
- URL-5 ‘‘Alfons Mucha - F. Champenois Imprimeur-Éditeur Poster’’ [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alfons\\_Mucha\\_-\\_F.\\_Champenois\\_Imprimeur-%C3%89diteur.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alfons_Mucha_-_F._Champenois_Imprimeur-%C3%89diteur.jpg) (Erişim Tarihi: 2 Temmuz 2023.)
- URL-6 ‘‘Propaganda Posters’’ <https://poulwebb.blogspot.com/2015/05/world-war-2-propaganda-posters-part-3.html> (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2022.)

- URL-7 “Your bit can help drive him mad!” <https://www.loc.gov/item/2011648639/>  
(Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-8 “Keep this Horror From Your Home.”  
<https://dp.la/item/3d8c5bfbd49ffe97219ff6a58a32ff2> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-9 “Stop him and the job's done.”  
<https://calisphere.org/item/ark:/28722/bk0007t0f56/> (Erişim Tarihi: 5 Haziran 2023.)
- URL-10 “This man is your friend : Chinese”  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc233/> (Erişim Tarihi: 8 Nisan 2023.)
- URL-11 “The M-1 does my talking!”  
<https://oac.cdlib.org/ark:/28722/bk0007s8s1k/?brand=oac4> (Erişim Tarihi: 2 Şubat 2023.)
- URL-12 “Marat. L'Ami du Peuple”  
<https://collections.vam.ac.uk/item/O75947/marat-lami-du-peuple-print-basset-paul-andre/marat-lami-du-peuple-print-basset-paul-andr%C3%A9/marat-lami-du-peuple-print-basset-paul-andr%C3%A9/>  
(Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-13 “We Can Do It!”  
[https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah\\_538122](https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_538122)  
(Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-14 “Keep Calm and Carry On” <https://history.blog.gov.uk/2014/06/27/keep-calm-and-carry-on-the-compromise-behind-the-slogan/> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-15 “World War Women Posters”  
<https://exhibitions.globalfundforwomen.org/exhibitions/women-power-and-politics/appearance/emancipated> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-16 “Emancipated Woman: Build Socialism!”  
<https://www.tate.org.uk/art/artworks/strakhov-emancipated-woman-build-socialism-p81699> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)

- URL-17 ‘Women Posters’<https://ozhanozturk.com/wp-content/uploads/2019/08/Anavatan-%C3%87a%C4%9F%C4%B1r%C4%B1yor.jpg> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-18 ‘Propaganda Posters’<https://pdfs.semanticscholar.org/96ab/585b100ec8cf46aca50a18fba3d1fb3277b6.pdf> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-19 ‘Ein Volk, ein Reich, ein Führer!’  
<https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn3725> (Erişim Tarihi 12 Mart 2023.)
- URL-20 ‘Mr. Hitler Wants To Know!’ [https://www.ifz-muenchen.de/en/news/topics/man-hoert-man-spricht?no\\_cache=1&print=1&type=98&cHash=4de48cbf48181b064c19aa4d3e2c2a04](https://www.ifz-muenchen.de/en/news/topics/man-hoert-man-spricht?no_cache=1&print=1&type=98&cHash=4de48cbf48181b064c19aa4d3e2c2a04) (Erişim Tarihi: 12 Mart 2023.)
- URL-21 ‘Der ist Schuld am Kriege!’ <https://www.loc.gov/item/2003675449/> (Erişim Tarihi: 10 Mart 2023.)
- URL-22 ‘New York’ta Bir Yahudi’  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Jewish\\_Bolshevism?uselang=tr#/media/File:Gino\\_Boccasile\\_\(1901-52\)\\_Jewish\\_Bolshevik\\_defending\\_America\\_New\\_York\\_Statue\\_of\\_Liberty.\\_WWII\\_Italian\\_fascist\\_anti-semitic\\_-Jewish\\_-American\\_-communist\\_propaganda\\_poster\\_Repubblica\\_Sociale\\_Italiana\\_wolfsonian.org\\_No\\_known\\_copyright\\_XB19.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Jewish_Bolshevism?uselang=tr#/media/File:Gino_Boccasile_(1901-52)_Jewish_Bolshevik_defending_America_New_York_Statue_of_Liberty._WWII_Italian_fascist_anti-semitic_-Jewish_-American_-communist_propaganda_poster_Repubblica_Sociale_Italiana_wolfsonian.org_No_known_copyright_XB19.jpg) (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2023.)
- URL-23 ‘Youth serves the Fuhrer! All ten-year olds into the Hitler Youth!’  
<https://www.facinghistory.org/resource-library/hitler-youth-propaganda> (Erişim Tarihi: 11 Mart 2023.)
- URL-24 ‘I Want You For U.S. Army.’  
[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/5/59/20081223224120%21J.\\_M.\\_Flagg%2C\\_I\\_Want\\_You\\_for\\_U.S.\\_Army\\_poster\\_%281917%29.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/5/59/20081223224120%21J._M._Flagg%2C_I_Want_You_for_U.S._Army_poster_%281917%29.jpg) (Erişim Tarihi: 2 Mart 2023.)

- URL-25 "Defend American freedom: it's everybody's job."  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc611/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-26 "I'm counting on you! : don't discuss: troop movements, ship sailings-war equipment "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc467/> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-27 "Defend your country!"  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc422/?q=DEFEND%20YOUR%20COUNTRY> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-28 "We salute the Chinese Republic on her birthday October 10th "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc472/?q=CHINESE%20REPUBLIC> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-29 "Christmas with poem."  
<https://mcbcollection.com/early-soviet-anti-religious-propaganda> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-30 "Did you volunteer?"  
<https://www.bl.uk/collection-items/did-you-volunteer> (Erişim Tarihi: 5 Mart 2023.)
- URL-31 "Beat the Whites with the Red Wedge "  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Beat\\_the\\_Whites\\_with\\_the\\_Red\\_Wedge](https://en.wikipedia.org/wiki/Beat_the_Whites_with_the_Red_Wedge) (Erişim Tarihi: 6 Mart 2023.)
- URL-32 "Housework is slavery, Give yourself a new life!"  
<https://www.etsy.com/listing/384807526/down-with-kitchen-slavery-grigorii> (Erişim Tarihi: 21 Nisan 2023.)
- URL-33 "Poster by Alexander Rodchenko "  
[https://en.wikipedia.org/wiki/File:1924\\_Poster\\_by\\_Alexander\\_Rodchenko,\\_showing\\_Lilya\\_Brik\\_saying\\_in\\_Russian\\_Books\\_%28Please%29\\_in\\_all\\_branches\\_of\\_knowledge.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:1924_Poster_by_Alexander_Rodchenko,_showing_Lilya_Brik_saying_in_Russian_Books_%28Please%29_in_all_branches_of_knowledge.jpg) (Erişim Tarihi: 19 Aralık 2022.)
- URL-34 "Anti-Imperialist Exhibition."  
<https://www.moma.org/collection/works/4819> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)

- URL-35 "Oppressed Peoples of the Whole World . "
- <https://www.artsy.net/artwork/gustav-klutis-oppressed-peoples-of-the-whole-world-dot-dot-dot> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2023.)
- URL-36 "The Development of Transportation, The Five-Year Plan "
- <https://www.moma.org/collection/works/5254> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2023.)
- URL-37 "Long Live the World October!"
- <https://www.worldofartglobal.com/collections/gustav-klutis/products/gustav-klutis-long-live-the-world-october-russia-1933-reproduction-200gsm-a3-vintage-russian-constructivism-communist-propaganda-poster> (Erişim Tarihi: 4 Mart 2023.)
- URL-38 "Someone Talked!" <https://www.loc.gov/item/93500969/> (Erişim Tarihi: 13 şubat 2023.)
- URL-39 "This Is The Enemy!" <https://movieposters.ha.com/itm/movie-posters/war/world-war-ii-propaganda-us-government-printing-office-1943-owi-poster-no-76-20-x-28-this-is-the-enemy-barbara/a/161843-54428.s> (Erişim Tarihi: 2 Haziran 2023.)
- URL-40 "Less Dangerous than Careless Talk. "
- <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc489/> (Erişim Tarihi: 20 şubat 2023.)
- URL-41 "Ours-to fight for : freedom from fear."
- <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc372/> (Erişim Tarihi: 20 şubat 2023.)
- URL-42 "Take care! "
- <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc186/?q=take%20care> (Erişim Tarihi: 20 şubat 2023.)
- URL-43 "Wake up America!" <https://www.loc.gov/item/91726511/> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)
- URL-44 "Enlisted for duration of the war. "
- <https://www.loc.gov/resource/cph.3g11169/> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)

- URL-45 "Keep 'em rolling!"<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc281/>  
(Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-46 "U.S. Army : guardian of the colors. "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc275/?q=u.s.%20army>  
(Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-47 "Soldiers' life : make the regular Army your career."  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc274/?q=soldiers%20life>  
(Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-48 "Sacrifice : the privilege of free men. "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc187/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-49 "Don't let that shadow touch them: buy war bonds. "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc205/?q=Buy%20war%20bonds> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-50 "Don't get hurt : it may cost his life. "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc269/?q=dont%20get%20hurt> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-51 "This is our war-- : join the WAAC, Women's Army Auxiliary Corps, "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc172/?q=THIS%20IS%20OUR%20WAR> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2023.)
- URL-52 "The Greatest Mother of the World "1918  
<https://knowledge.e.southern.edu/wwiposters/54/> (Erişim Tarihi: 2 Haziran 2023.)
- URL-53 "Over the top for you - Buy U.S. gov't bonds "  
<https://knowledge.e.southern.edu/wwiposters/71/> (Erişim Tarihi: 2 Haziran 2023.)
- URL-54 "Share in the Victory "  
<https://www.wisconsinhistory.org/Records/Image/IM131264> (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2023.)

- URL-55 "Help Him Win by Saving and Serving. "  
<https://knowledge.e.southern.edu/wwiposters/66/#:~:text='Help%20Him%20Win%20by%20Saving,trade%20in%20for%20war%20bonds.>  
(Erişim Tarihi: 2 Haziran 2023.)
- URL-56 "Boys and Girls! You can help your Uncle Sam win the War."  
<https://teva.contentdm.oclc.org/digital/collection/p15138coll18/id/1951/>  
(Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2023.)
- URL-57 "Join The Women's Land Army Of The U.S. Crop Corps "  
<https://www.nal.usda.gov/exhibits/speccoll/items/show/217> (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2023.)
- URL-58 "Food is a weapon : don't waste it! "  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc156/> (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2023.)
- URL-59 "Your Country Needs You"  
<https://www.countrylife.co.uk/luxury/art-and-antiques/curious-questions-who-created-the-your-country-needs-you-poster-223980> (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2023.)
- URL-60 "Rodchenko Alıntı"  
<https://www.moma.org/artists/4975>

## **DİĞER KAYNAKLAR**

MONCKTON, H. (2015). Week 3 semiotics homework. Theories of communication [PowerPoint slides].

Yeni Cumhuriyet Ansiklopedisi (1983). 5. Cilt, İstanbul, Arkın Kitabevi.

Ana Britannica (2004). 15. Baskı, 18. Cilt, İstanbul, Ana Yayıncılık.

Ana Britannica, Genel Kültür Ansiklopedisi (1986b). Cilt 18. İstanbul, Ana Yayıncılık.



## ÖZGEÇMİŞ

**Seçil ERDEN :**

### Öğrenim Durumu

**Yüksek Lisans:** : İstanbul Aydın Üniversitesi  
Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım

**Lisans:** : İstanbul Aydın Üniversitesi  
Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım

### Mesleki Deneyim

**Soylu Orman Ürünleri** : Sanat Yönetmeni  
2021-2023

**İdeal Reklamcılık** : Grafik Tasarımcı  
2019-2021

**Siyavuşpaşa K.T.M.L** : Grafik Tasarım Eğitmeni  
2018-2019

### Yayınlar

**İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi**, Sait Maden'in  
Kitap Kapaklarına Tipografik Yaklaşımlar ve Aziz Nesin Kitap Kapağı  
Tasarımlarının İncelenmesi Makalesi

