

38. European Recovery Programı kapsamında hazırlanan propaganda afişlerinin ikonolojik ve ikonografik yöntemle incelenmesi¹

Merve ERSAN²

Yunus Şafak KAHRAMAN³

APA: Ersan, M. & Kahraman, Y. Ş. (2024). European Recovery Programı kapsamında hazırlanan propaganda afişlerinin ikonolojik ve ikonografik yöntemle incelenmesi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (39), 652-669. DOI: 10.29000/rumelide.1469443.

Öz

Yirminci yüzyılda benzeri daha önce görülmemiş büyüklükte yıkım ve çöküşe neden olan iki büyük savaş yaşanmıştır. Bütün dünyayı etkileyen Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarının teknolojik, siyasi ve tarihi sonuçları kadar, propagandaları da dikkat çekmektedir. Bu dönemde propaganda afişleri halkın belirli konularda dikkatini çekmek, onları yönlendirmek için en çok kullanılan kitle iletişim araçlarından biri olmuş, savaş sonrası dönemde de hükümetler tarafından siyasi faaliyetler konusunda halkı ikna etmek için kullanılmaya devam etmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Avrupa ülkelerinin içinde bulunduğu sosyal, siyasi ve ekonomik yıkımın yaralarını sarmak amacı ile Amerika Birleşik Devletleri, Türkiye Cumhuriyeti'ni de kapsayan bir yardım programını hayata geçirmiştir. Bu çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'nin European Recovery Programı kapsamında olan ülkeler tarafından yapılan propaganda afişlerinin ikonografik ve ikonolojik yöntemle analizleri yapılarak bu afişlerde görünenin ardındaki mesajlara ulaşılması amaçlanmıştır. Erwin Panofsky'nin sanat eserlerini incelemek için kullandığı ikonolojik ve ikonografik analiz yönteminin grafik tasarım alanında kullanımı propaganda afişlerinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmuştur. Üç aşamadan oluşan yöntem, afişlerin yapıldığı zamana ve mekâna göre anlamın nasıl şekillendiğini tespit etmeye yardımcı olmuştur. Sonuç olarak bu çalışmada incelenen afişlerin, dönemin birliktelik, ekonomik kalkınma ve gelecek güzel günlerin vaadi gibi siyasi söylemleri ve toplumun içinde bulunduğu psiko-sosyal durumu yansıttıkları görülmüştür. Ayrıca, sanatçıların kendi kültürlerinin mecazlarından, imgelerinden ve duygularından yararlandıkları, bunun yanı sıra, basit, sade ve tanınır imgeler kullandıkları görülmüştür.

¹ **Beyan (Tez/ Bildiri):** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Finansman: Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.

Telif Hakkı & Lisans: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Kaynak: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Benzerlik Raporu: Alındı – Turnitin, Oran: %1

Etik Şikayeti: editor@rumelide.com

Makale Türü: Araştırma makalesi, **Makale Kayıt Tarihi:** 22.02.2024-**Kabul Tarihi:** 20.04.2024-**Yayın Tarihi:** 21.04.2024; **DOI:** 10.29000/rumelide.1469443

Hakem Değerlendirmesi: İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme

² Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü / Assoc. Prof., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design (Ankara, Türkiye), merve.ersan@hbv.edu.tr, **ORCID ID:** 0000-0003-0587-7875, **ROR ID:** https://ror.org/05mskc574, **ISNI:** 0000 0004 7221 6011

³ Arş. Gör., KTO Karatay Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İletişim ve Tasarım Bölümü / Res. Assist., KTO Karatay University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Communication and Design Department (Konya, Türkiye), safak.kahraman@hbv.edu.tr, **ORCID ID:** 0009-0001-4304-9790 **ROR ID:** https://ror.org/05mskc574, **ISNI:** 0000 0004 7221 6011

Anahtar Kelimeler: Propaganda Afişleri, İkinci Dünya Savaşı, Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa, Marshall Planı, European Recovery Program (ERP).

Analysis of propaganda posters prepared within the scope of the European Recovery Program using iconological and iconographic method⁴

Abstract

In the twentieth century, two major wars occurred that caused unprecedented destruction and collapse. The technological, political, and historical consequences of the First and Second World Wars, which affected the entire world, are noteworthy. During this period, propaganda posters became one of the most widely used mass communication tools to attract the attention of the public on specific issues and to guide them. They continued to be utilized by governments after the war to persuade the public regarding political activities. Following the Second World War, aiming to alleviate the social, political, and economic devastation in European countries, the United States implemented an aid program that also included the Republic of Turkey. This study aims to analyze the propaganda posters produced by countries under the United States' ERP program using iconographic and iconological methods to reach the messages behind these posters. The utilization of Erwin Panofsky's iconological and iconographic analysis method, typically used to examine artworks, contributed to a better understanding of propaganda posters in the field of graphic design. The three-stage method helped determine how meaning was shaped according to the time and place the posters were created. As a result, it was observed that the examined posters reflected political discourses such as unity, economic development, and promises of better days ahead, as well as the psycho-social situation of the society during that period. Furthermore, it was noted that artists utilized metaphors, images, and emotions from their own cultures while also employing simple, plain, and recognizable images.

Keywords: Propaganda posters, Second World War, United States of America, Europe, Marshall Plan, European Recovery Program (ERP).

1. Giriş

Birinci Dünya Savaşı sonrasında silahlanma ve sömürge yarışının devam etmesi o dönemin büyük devletlerinin müttefik ve mihver devletler adı altında gruplaşarak İkinci Dünya Savaşını (1939-1945) başlatmalarına neden olmuştur. Yaklaşık kırk milyon insanın ölümiyle sonuçlanan İkinci Dünya Savaşı insan eliyle gerçeleştirilmiş en büyük felaketlerden biri olarak tarihe geçmiştir. Cephelerdeki sıcak çatışmaların yanı sıra cephe gerisindeki sivil ve psikolojik mücadelelerin de öne çıktığı İkinci Dünya Savaşı boyunca taraflar imkanlarını sonuna kadar seferber ederek o güne kadar görülmemiş boyutlarda

⁴ **Statement:** It is declared that scientific and ethical principles have been followed in the preparation process of this study and all the studies used are stated in the bibliography.

Conflict of Interest: No conflict of interest is declared.

Funding: No external funding was used to support this research.

Copyright & Licence: The authors own the copyright of their work published in the journal and their work is published under the CC BY-NC 4.0 licence.

Source: It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation of this study and all the studies used are stated in the bibliography.

Similarity Report: Received - Turnitin, Rate: 1

Ethics Complaint: editor@rumelide.com

Article Type: Research article, Article Registration Date: 22.02.2024-Acceptance Date: 20. 04.2024-Publication Date: 21. 04.2024; DOI: 10.29000/rumelide.1469443

Peer Review: Two External Referees / Double Blind

ve çeşitlilikte propaganda unsurunu işe koşmuşlardı. Birinci Dünya Savaşıyla başlayan savaş dönemi propagandaları İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında da günlük yaşamda yoğun bir şekilde kullanılmaya devam etmiştir (Öksüz ve Köksal, 2020). Propaganda içerikli radyo yayınları, afişler, çeşitli mecmualar bu dönemin sivil yaşamının önemli bir parçası olmuştur.

İki büyük dünya savaşının sonunda Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği zıt kutuplu iki büyük güç olarak dünya sahnesinde yerini almışken Savaş dönemine kadar dünya ekonomisinin lideri olan İngiltere tahtını Amerika Birleşik Devletleri'ne bırakmıştır (Yıldız, 2019). Savaşın geride bıraktığı tahribat ve yıkım, savaşa girsin ya da girmesin birçok devletin fakirlik ve borçların altında ezildiği yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Bu yeni dünya düzeninde Batı'yı temsilen Amerika'nın ve Doğu'yu temsilen Rusya'nın kendi amaçları doğrultusunda politik ve ideolojik argümanlarla hareket ederek diğer devletlere ekonomik yardımlarda buldukları bilinmektedir (Akın, 2017). Savaşın sona ermesiyle ülkelerin ilk hedefi savaş koşulları nedeniyle bozulan ekonomilerini düzeltmek olmuştur. Savaş sonrasında yeni dünyayı inşa etmek ve ülkelerin ekonomik olarak yeniden ayağa kalkmasını sağlamak için bir sistem arayışına girilmiş ve neticede 1944 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin Bretton Woods kasabasında 44 ülke temsilcisi bir araya gelerek mevcut sorunlara bazı çözümler üretmişlerdir. Özellikle savaşa girmiş batılı ülkelerin kalkınmalarını sağlamak ve uzun vadeli kredi vermek amacıyla günümüzde de faaliyetlerini sürdüren Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu (IMF) Amerika'daki bu görüşmelerden çıkan kararlar doğrultusunda kurulmuştur (Aydemir, 2021).

Komünizmi benimseyen Sovyetler Birliği, İkinci Dünya savaşının ardından hem ekonomik hem de siyasi anlamda güç kazanmaktaydı. Komünist sistem tüm dünyada popülaritesini arttırırken özellikle doğu Avrupa, Sovyetler Birliğinin kontrolü altına girmişti. Komünist sistemin karşısındaki en büyük güç olan Amerika bu yönetim sisteminin başta Avrupa olmak üzere diğer ülkeler tarafından kabul edilmemesi için gerekli siyasi adımları atmaya çalışmıştır. Bu çerçevede Fransa, İtalya, Almanya gibi güçlü Avrupa ülkelerini Komünizm sisteminden ve Sovyetler Birliği kontrolünden uzaklaştırmak ve kendi tarafında tutmak isteyen Amerika, Avrupa'nın kalkınması için başta ekonomik olmak üzere çeşitli yardımlarda bulunmuştur (Uzunkaya, 2019).

Art arda yaşanan savaşlar nedeniyle Avrupa toplumunda yaşanan umutsuzluk Avrupa sanatını da etkilemiştir. Yeni kıtaya yapılan göçlerin etkisiyle de sanatın merkezi tıpkı siyasi güçte olduğu gibi Avrupa'dan Amerika'ya kaymıştır. Söz konusu dönemde kültürel anlamda Avrupa, aile yaşantısı, moda ve kadın hakları konusunda da önemli değişikliklere sahne olmuştur (Hobsbawm, 2019). Gruplaşmalar ve sonrasında gelen savaşların ardından Avrupa'da siyasi bir söylem olarak birliktelikten ve ülkeler üstü bir birliktelik kurmaktan sıkça söz edilmiştir. Bu birliktelik söylemleri ekonomik ve savunma amaçlı birçok kuruluşu oluşturmuştur. 1949'da NATO (Kuzey Atlantik Paketi Örgütü), 1951'de AKÇTY (Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu), 1958'de AET (Avrupa Ekonomik Topluluğu) kurularak birliktelik söylemleri uygulamaya konulmuştur. Avrupa'da hâkim olan bu birliktelik ve dayanışma mesajları bu çalışmaya konu olan propaganda afişlerinin hemen hepsinde görülmektedir. İkinci Dünya savaşından güçlü bir ekonomiyle çıkan Amerika Birleşik Devletleri'nin bir hükümet politikası olarak uyguladığı Marshall Planı doğrultusunda 1948-1951 yılları arasında Avrupa'nın üretkenliğini ve ekonomik yeterliğini arttırarak siyasi istikrar sağlamak için Avrupa Kalkındırma Programı (ERP) hayata geçirilmişti. Marshall Planı birbirine düşman olan ülkeleri dahi Avrupa Kalkındırma Planı (ERP) çerçevesinde bir araya getirerek bu ekonomik bütünleşmeyi barış ve refaha kavuşmalarının bir anahtarı olarak kabul etmiştir (Belge vd., 2015). Bu program kapsamında Türkiye'nin de içinde olduğu 16 Avrupa ülkesine ekonomik yardım sağlanmıştır. ERP programının tanıtılması için 1950 yılında programın anlamını ve

hedeflerini gösteren 12 bin yarışmacının katıldığı bir afiş yarışması düzenlenmiştir. Marshall Planına dahil on iki ülkenin temsilcisi olarak görev yapan jüri bu eserler arasından 25 afişi seçmiş, Hollanda'dan katılan Reijn Dirksen imzalı propaganda afişi yarışmanın birincisi olmuştur. Değerlendirmeye alınan 25 afiş arasından amaçlı örnekleme yöntemiyle 16 afiş seçilerek bu çalışmanın örnekleme oluşturulmuştur.

2. Propaganda Afişleri

Türk Dil Kurumu propagandayı, bir düşünceyi, bir öğretiyi ya da bir inancı başkalarına yaymak, benimsetmek veya tanıtmak amacı güden söz, düşünce, yazı vb. yollar ile yapılan çalışmalara verilen isim olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2009). Qualter (1980: 279), propagandayı bir kişinin veya grubun, iletişim araçlarını kullanarak başka kişilerin veya grupların tutumlarını etkilemeyi, kontrol altına almaya veya değiştirmeyi amaçlayarak belirli bir durum veya konumda istedikleri tepkileri elde etmeyi umarak bilinçli bir şekilde giriştikleri bir faaliyet olarak tanımlamaktadır. Propaganda kavramını modern anlamıyla bilimsel olarak inceleyen ilk araştırmacılardan biri kabul edilen Lasswell'e göre propaganda, kamuoyunun karmaşık duygularını ve görüşlerini yönlendirme gücüne sahip bir araç olup, bu nedenle çeşitli bilimsel disiplinlerde, sosyolojiden iletişime, psikolojiden siyaset bilimine kadar konu edilmiştir (Akt: Değirmenci, 2018:18). Eğitimden sanata toplum içinde pek çok alanda kullanılan propagandanın temel amacı; hedef kitlenin istenilen şekilde yönlendirilmesidir. Propaganda kendi içinde, kendi doğrusunu ortaya koyan bir ikna sanatıdır. Bütün dünyayı etkileyen iki büyük savaşın yaşandığı dönemde kitle iletişim araçlarının tamamı hükümetlerin propagandaları için kullanılmıştır. Bu dönemde afişler, halkı motive etmek ve yönlendirmek için kullanılan en etkili propaganda araçlarından biri olmuştur. Afiş, bilgi verme amacının yanı sıra hedef kitleye yeni ve sıra dışı şeyler anlatma özelliği taşıyan, zaman zaman eğlendirici ve uyarıcı mesajlar ileten bir iletişim aracıdır (Çeken, 2020: 287). Sembolik bir sunum alanı olan afişler çok fazla bilgiyi az görselle aktarma potansiyeline sahiptir (Çeken ve Arslan, 2016). Afiş, kitleleri yönlendirmenin yanı sıra belirli bir bilgi veya kavram açısından bir fikrin tetikleyicisi olabilmektedir (Pehlivan Baskın, 2022: 175). Bu sebeple sokaklarda, parklarda, meydanlarda, yazılı basında propaganda afişlerine sıkça yer verilmiştir. Savaşa katılan bütün ülkeler, savaşı kazanmak için propagandanın önemini çok iyi kavramıştır, çünkü halkın desteğini alarak ve halkı motive ederek savaşı kazanabilmek mümkündür. İkinci Dünya Savaşı sonrasında da hükümetler uyguladıkları politikalarda aynı şekilde propaganda afişlerinden yararlanmaya devam etmişlerdir.

İki büyük dünya savaşının yaşandığı 20. yüzyıl, insanlık tarihinde propagandanın en yoğun kullanıldığı dönemlerden biri olmuştur. Hükümetlerin mesajlarını halka ulaştırma yolları radyo, gazete, dergiler, reklam panoları ve afişler gibi araçlarla sınırlıydı. Savaş döneminde halkın motivasyonunu ve desteğini sağlamak, hükümetler için kritik önem taşıyordu. Savaş dönemi afişleri gibi propaganda araçları, milliyetçilik duygularını, ülkeler arasındaki gerginlikleri, korkuları ve ırkçı düşünceleri yansıtarak hükümetlerin mesajlarını iletmekte etkili oldu (Çeken ve Ersan, 2022).

Bu çalışmada İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerikan hükümetinin özellikle savaşa giren ülkelere yaptığı ekonomik yardımları konu alan propaganda afişlerinin, farklı ülkelere ait örneklerinin ikonografik ve ikonolojik yöntemle incelenmesi yapılmıştır. Araştırma İkinci Dünya Savaşı sonrası kapsayan sınırlı bir dönemin propaganda afişlerini konu almakta olup, literatür taramasından edinilen bilgiler ve ulaşılabilen görsellerle sınırlıdır. Bu çalışmada, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Amerika Birleşik Devletleri'nin European Recovery Program (ERP) kapsamında ekonomik yardımda bulunduğu ülkelerin propaganda afişlerinin ikonografik ve ikonolojik incelenmesi yapılmıştır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada incelenen propaganda afişleri Panofsky'nin ikonolojik ve ikonografik yöntemiyle çözümlenmiştir. Panofsky'nin sıraladığı üç anlam evresi, bu afişlerin yapıldığı zamana ve mekâna göre anlamın nasıl şekillendiğini tespit etmeye yardımcı olacaktır. Araştırmada Panofsky'nin teorisinin görsel sanatların farklı dallarına ait eserlerin açıklanmasında kullanılması, alanyazına katkıda bulunması bakımından önemlidir.

İkonografi, görselleri incelemek, kategorize etmek ve yorumlamak için kullanılan bir yöntemdir. Erwin Panofsky, ikonografik ve ikonolojik eleştiri yöntemiyle sanat tarihine ilişkin farklı bir bakış açısı ortaya koymuştur. Panofsky'e göre semboller belirli bir toplumsal grubun genel tutum ve inançları üzerine şekillenmektedir (Bedir Erişti, 2016). Teoriye göre görseller; disiplinler arası bir bakış açısıyla geçmişte belirli bir zamana ait kültür, siyaset, toplum ve yaşam hakkında tarihi kaynaklar olarak ele alınır. Bu nedenle, eserlerin yaratıldığı koşullar ve dönemle ilgili mümkün olduğu kadar çok bilgi edinilerek çalışma yapılması önemlidir. Panofsky, teorisini üç aşamalı bir şekilde sistemleştirmiştir. Bunlardan ilki; teorinin en temel adımı olarak kabul edilen ve eserdeki bileşenleri tanımlayan birincil veya doğal anlam aşamasıdır. *Ön ikonografik* inceleme de denilen bu aşama *olgusal* ve *ifadesel* olmak üzere alt kategorilere ayrılır. Eserlerdeki renk ve çizgi düzenlemeleri veya kullanılan materyal bilgisi gibi saf biçimler olgusal anlamla ifade edilir. Eserde yer alan bir figürün matemli duruşu veya bir evin sıcak ve huzurlu ortamı ise ifadesel anlamla açıklanır. Hem olgusal hem de ifadesel anlamlar, bir görselin kültürel arka planı hakkında herhangi bir bilgi olmaksızın, günlük yaşam deneyimi ile yorumlanabilir (Panofsky, 2012).

Teorinin ikinci aşaması olan uzlaşım sal anlamda yapılan incelemelerde gündelik pratik deneyimlerimizden daha fazlası gereklidir. Eserde bulunan hikayeler, kişileştirmeler, alegoriler, semboller, nitelikler ve amblemler gibi sembolik unsurları anlamlandırmak için eserin kendisi dışında kitaplar, mitler ve konuya ilişkin standart temsil uygulamaları gibi materyallere başvurmak gerekir (Cömert, 2010). Bu aşama "*dar anlamda ikonografik analiz*" olarak adlandırılır.

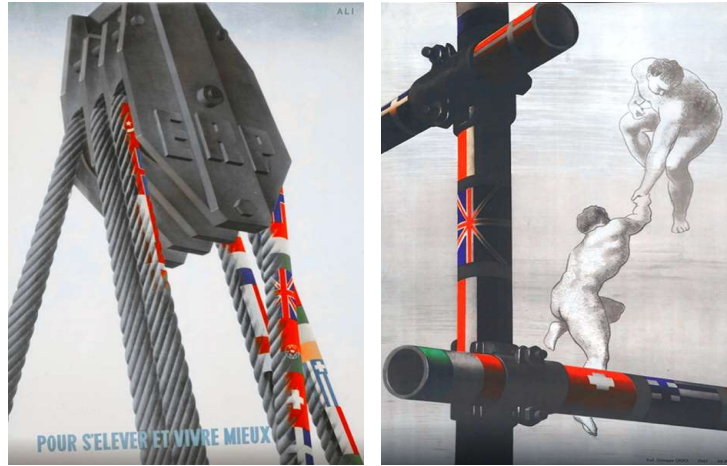
Panofsky'nin üç anlam evresinin sonuncusu ise *içsel anlam veya içerik* kısmıdır. İmgeler, hikayeler alegoriler yerine sembolik değerlerle ilgilenen içsel anlam veya içeriğin yorumu, yazınsal kaynaklardan aktarılanlardan fazlasını gerektirir. Bunlar yorumlayıcının kendi zihinsel yetisi doğrultusundaki sezgileri ve karşılaştırma yapacağı pek çok uygarlık belgesinden edindiği bilgileri bir araya getirebilmesi becerisidir. Bu aşamada ön ikonografik inceleme ve ikonografik analizden toplanan materyaller, resmin yaratıldığı dönemin bilgisi ile sentezlenir. Panofsky'nin teorisinin bu üç aşaması da sanat eserinin farklı yönlerine işaret eden bir bütün olarak düşünülür ve yorumlayıcının öznel donanımından bağımsız değildir (Panofsky, 2012).

Görsellerin iletişim kurmak için kullanımı, insanlık tarihinde kültürel ve toplumsal iletileri aktarmanın bir yöntemi olarak uzun geçmişe sahiptir (Delil, 2023). Panofsky'nin üç aşamalı sanat eseri analizi yönteminin en önemli özelliği bu yöntemin farklı görsel sanat dallarına ait eserlerin incelenmesinde kullanılabilmesidir. Alanyazına bakıldığında araştırmacıların bu yöntemi fotoğraf, heykel, resim, afiş gibi sanat eserlerini incelemek için kullandığı görülmektedir. Çağrışımlar yoluyla hedef kitleye istenilen mesajı verme gücüne sahip olan afişlerin ikonolojik ve ikonografik analizinin yapılması onların görünenin ötesinde taşıdığı anlamların anlaşılmasına katkıda bulunacaktır.

4. Bulgular

Görsel 1a'da "Büyüme ve daha iyi yaşamak için" (Pour S'elever Et Vivre Mieux) sloganlı 75x55 cm boyutlarında litografi tekniği ile basılan afiş bulunmaktadır. Afişte çokgen yapılı, metalik renkte dev makara üzerinde rölyef E, R, P harfleri görülmektedir. Ülke bayraklarının renkleri haricinde, afişin geneline gri tonları hakim iken, arka planda bulunan gökyüzünün üst kısımlarında açık mavi tonları görülmektedir. Vinç makarası inşa etmeyi, ağır bir yükü kaldırmayı betimlemektedir. Makaranın halatları üzerine programa dâhil olan Avrupa ülkelerinin bayrakları resmedilmiştir. Afiş uzlaşım anlam bakımından incelendiğinde, kompozisyonun üst tarafında bulunan mavi tonlar gökyüzünü ve yüksekliği temsil ederken, makaranın gökyüzünde olması refahı ve zirveyi anlatmaktadır. Metalden yapılmış, keskin hatlı ve devasa görünümlü bu endüstriyel vinç makarası sağlamlığı, güvenilirliği ve gücü ifade etmektedir. Makaraya bağlı olan çelik halatların sağlam görünümü izleyiciye güven mesajını vermektedir. Halatlar sayesinde programa katılan ülkeler ve Amerika Birleşik Devletleri arasında kuvvetli bir bağ olduğu anlatılmak istenmiştir. Programa katılan ülkelerin bayraklarının da bu çelik halatlar üzerine resmedilmesi ülkelerin sağlam ve güvenilir bir zeminde birliktelik kurmaları gerektiği mesajını içermektedir.

Afiş ikonolojik açıdan değerlendirildiğinde, öncelikle Birinci Dünya Savaşı'nın gölgesinde doğan ve iki dünya savaşına da şahitlik eden Romalı sanatçı Alfredo Laila tarafından yapıldığını belirtmek gerekir. İtalyan orta yüzyıl modernizminde eserler üreten sanatçı bu eserinde yaşadığı dönemlerin zorluğu ile paralel olarak güçlü metal bir vinci simge olarak kullanmıştır. Afişte görülen sert ve sağlam vinç makarası Amerika Birleşik Devletleri'ni temsil etmekle beraber yardım edilen ülkelerin vince takılan yük kısmında değil, makaradan ve halattan oluşan sistemin bir parçası olarak halatların üzerine resmedilmesi, birliktelik ve ortaklık mesajı vermektedir. Bu afişte ERP programına dahil olan ülkeler, yardım edilmeye muhtaç ülkeler olmak yerine ekonomik kalkınmayla dünya ticaret döngüsüne dahil olan ülkeler olarak düşünülmüştür.



Görsel 1: a) Alfredo Laila, Pour S'elever Et Vivre Mieux b) Guiseppe Croce

Görsel 1b' de bulunan afişin tipografik bir mesaj içermemesi dikkat çekmektedir. Afişte ön ikonografik analiz bağlamında üç adet mat metalik renkte borunun kelepçe ile birbirine tutturulduğu görülmektedir. Sağ üst tarafta ise iki adet nü biçimde insan figürü bulunmaktadır. Figürlerden üstte olan; elini aşağı, diğer figüre doğru uzatmış ve onun elini tutmuş şekilde resmedilmiştir. Altta figür ise kendisine

uzatılan elden destek olarak yukarı doğru tırmanmaktadır. Afişin uzlaşım sal anlamına bakıldığında birleşik ve dikine tırmanan borular, bir inşaatın dış cephe iskelesinin görünen küçük bir kesitidir. İskele üzerinde bulunan E.R.P. ülkelerini simgeleyen bayraklar, yeniden inşa için dayanışma içinde olmayı ifade etmektedir. Posterde bulunan erkek figürlerinin birbirleri ile biçimsel açıdan benzemesi eşitliği belirtirken, sağ köşede elini uzatan figür Avrupa'ya yardım eden Amerika Birleşik Devletleri'ni temsil etmektedir. Yardım eli uzanan figür ise programdan yararlanan Avrupa ülkelerini temsil ederek bu ülkeleri yardıma muhtaç konumda göstermektedir. Ayrıca yardım edenin yukarıda yardım edilenin aşağıda olması, ülkelerarası güç ilişkisini temsil etmektedir.

Afiş ikonolojik olarak incelendiğinde, tasarımcısı Guiseppe Croce'nin İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'nın ve İtalya'nın bulunduğu karmaşayı mahşere benzettiği söylenebilir. Michelangelo'nun Sistina Şapeli'nde bulunan "Mahşer" adlı freskine atıf yapan sanatçı, arka planda rönesans İtalya'sının hala ayakta olduğunu gösteren iki nü eskizini kullanmıştır. Tasarımcı Vatikan'da bulunan Sistine Şapelinin sunak duvarına işlenmiş "Mahşer" freskinde farklı yerlerde resmedilmiş iki farklı nü figürünü birleştirerek okyanusun karşı kıyılarında bulunan Avrupa ve Amerika'nın birlikteliğini sembolize etmiştir. Afişte görülen ve üzerinde Avrupa ülkelerinin bayrakları olan iskele demirleri, savaştan çıkmış Avrupa'nın yeniden inşasını ve bu ülkelerin birbirlerine olan karşılıklı muhtaçlığını vurgulamıştır. Dayanışma ile yeniden inşa olmaya aday olan ülkeler, Amerika Birleşik Devletleri'nin yardım programıyla refaha kavuşabileceklerdir.

Görsel 2a'da bulunan "Avrupa iş birliği" (Coopération Inter-européenne) sloganlı afiş litografi tekniğiyle basılmıştır. Afişte mavi zemin üzerinde beyaz tonlarda birbirlerine bilekten kenetlenmiş dört kol görülmektedir. Kolların ortasında Avrupa Kalkındırma Programından yararlanan ülkelerin bayraklarına yer verilmiştir. Afiş uzlaşım sal anlam bakımından incelendiğinde; birbirine kenetlenmiş kollar programa dahil olan ülkeler arasında sıkı bir dayanışmayı ve iş birliğini işaret etmektedir. Çalışmada Marshall Planından bahsedilmemiş, birlikteliğin ve güçlü durmanın önemine değinilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası Fransa, siyasi çalkantılara ve sömürgelerinin bağımsızlıklarını ilan etmesine rağmen ekonomik büyümesini hızla gerçekleştirmeyi başarmıştır. Bu güç Fransa'nın Avrupa'da birlik oluşumunun en büyük aktörlerinden biri olmasını sağlamıştır. Söz konusu dönemin siyasi söylemleri doğrultusunda bu afişte de birlik olma vurgusu yapılmıştır. Afiş ikonolojik açıdan incelendiğinde, İkinci Dünya Savaşı'nı görmüş olan sanatçı Fabien Vienne bayrakların baskın olarak kırmızı renklerde olmasına karşılık zeminde mavi ve kollarında beyaz rengi kullanmıştır. Sanatçı paletinde bulunan baskın mavi, beyaz ve kırmızı tonlar ile meşhur Fransız milliyetçiliğini ifade ederken aynı renklere sahip Amerika Birleşik Devletleri bayrağına da atıfta bulunmuştur. Afişte doğrudan Amerika Birleşik Devletleri'yle ilgili bir sembol bulunmasa da batıyı temsil eden sayfanın solundan gelen yoğun ışık Amerika Birleşik Devletleri'ni sembolize etmektedir. Görseldeki kollar bir döngü şeklinde kenetlenmiştir. Böyle bir görsel, program kapsamındaki ülkelerin bir bütünü parçaları gibi birbirine olan ihtiyaçlarını temsil etmektedir. Bu döngü aynı zamanda Amerikan Bağımsızlık Savaşı'nda Fransa'nın Amerika'ya yaptığı yardımları da akla getirmektedir. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'nin üstünlüğü düşünülmezken okyanusun diğer ucunda beliren bu güç eşit görülmeye çalışılmıştır.



Görsel 2 a) Fabien Vienne, Coopération Intereuropéenne b) Andre Golven, Sève Nouvelle Vie Meilleure

Görsel 2b’de bulunan “Avrupa iş birliği” (Coopération Inter-européenne) sloganlı litografi tekniğinde basılan afiş doğal anlam açısından incelendiğinde; parmak uçları ile obje taşıyan bir el figürü ve figürün parmakları üzerinde programa katılan ülkelerin bayraklarının yer aldığı bir plaka görülmektedir. Plakanın ortasından yukarı uzanan fidan, “Yeni hayatı daha değerli kıl” (Sève Nouvelle Vie Meilleure) sloganını dengeli bir şekilde ortadan ayırmıştır. Uzlaşım sal anlam bakımından incelendiğinde, sanatçı Andre Golven’in betimlediği fidan, umudu temsil etmektedir. Fidan genç ve narin bir yapıda resmedilmiştir, bu nedenle el üstünde tutulmalıdır. Burada verilmek istenen mesaj Avrupa’nın iş birliğine özenle bakması gerektiğidir. Fransız gastronomi tarihinde 1800’lü yıllarda Marie-Antoine Carême’in öncülüğünü yaptığı Fransız Mutfağı Devriminde yiyeceğin değerli bir eser gibi taşınması geleneği başlamıştır (Yerlikaya, 2016, s.6). Afiřteki el figürü bu geleneğe atfen plakayı tipik bir Fransız garsonunun ikram tepsisini tuttuğu gibi tutmaktadır.

İçsel anlam bakımından afişte, Fransız bayrağında bulunan renklerin tonlarının kullanıldığı görülmektedir. Amerikan bayrağının aynı renklere sahip olduğu düşünülürse plakayı tutan elin Amerika olduğu anlaşılır. Plakayı verimli bir araziye benzeten sanatçı iş birliğinden doğan yeni umutları fidanla tasvir etmiştir. Amerika Birleşik Devletleri tarafından Avrupa’ya yapılan yardımların programa katılan ülkelere servis edilen güzel bir gelecek olduğu mesajı verilmiştir.



Görsel 3: a) Brian Dear, The Fruit Of Co-operation, b) Leonard Ray Horton, You Hold The Key

Görsel 3a'da "Dayanışmanın Meyvesi" (The Fruit of Co-operation) sloganlı litografi tekniği ile basılmış afiş bulunmaktadır. Afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde, sarımsı bir zemin üzerinde, yeşil yapraklı kırmızı bir elma görülmektedir. İki boyutlu bir Avrupa haritası meyveyi tutan bir el şeklinde betimlenmiştir. Şeffaf siyah kontur ile sınırlanmış "Refah" (Prosperity) kelimesi yarısı meyvenin üzerine gelecek şekilde yazılmıştır. Uzlaşım bağlamında incelendiğinde ise, sanatçı Brian Dear'ın el biçiminde Avrupa haritasında programa dahil olan ülkelere vurgu yaparken iş birliğinin tatlı bir meyvesi olan refahı betimlediği anlaşılmaktadır. Afiş içsel anlam bakımından incelendiğinde; dünyanın her bir köşesine el atmış olan İngiltere'nin emperyalist kültürünü büyük el sembolünde hissetmek mümkündür. Birinci Dünya Savaşı'na dünyanın en güçlü imparatorluğu olarak giren İngiltere, iki büyük savaş geçirmiş ve büyük bir mücadeleden sonra Avrupa ve Balkanlardaki etkinliğini Amerika Birleşik Devletleri'ne devretmek zorunda kalmıştır. Tasarımda görülen el figürü, tuttuğuna değer katan bir ustayı yahut elde ettiği objeyi gösteren bir insanı akla getirmektedir. Bir başka bakış açısıyla elin pozisyonu birilerinin değerli bir nesneyi göğes tutarak hayranlıkla bakması eylemini düşündürmektedir. Parmaklarda tutulan meyvenin kırmızı olması olgunlaşmış, tatlı ve sululu bir elmayı çağrıştırmaktadır. Öte yandan Avrupa kültürünün bir parçası olan Grimm Masallarında geçen temiz kalpli kızın ısıracağı kırmızı elma her ne kadar güzel ve lezzetli görünse de zehirlidir ve onun derin bir uykuya dalmasına neden olmuştur. Buradaki alt anlam; Amerika Birleşik Devletleri'nin Avrupa'yı zenginlik ve refah vaadiyle sakinleştirip huzur dolu dinginliğe sokması Avrupa'nın geleceği için endişe verici olabileceğidir. Böylelikle, ekonomik rahatlık azaldıkça ve meyve tükendikçe Avrupa'da yeniden savaşların başlayabileceği gerçeği mesajı verilmek istenmiştir.

Görsel 3b'de bulunan "Anahtar Senin Elinde" (You Hold The Key) sloganlı litografi ile basılmış afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde; altın renkli bir anahtar görülmektedir. Anahtarın üzerinde başak rölyefi, ucunda programa katılan ülkelerin bayrakları yer almaktadır. Anahtarın deliğinden geçen metalik gri halkanın ortasında büyük harflerle "E.R.P." yazmaktadır. Slogan afişin alt kısmına yerleştirilmiştir. Afiş, uzlaşım anlam bakımından incelendiğinde; anahtarın üzerindeki başak rölyefi, refahı, bolluğu, bereketi ve dayanıklılığı sembolize etmektedir. Anahtarın altın renkli olması, yeterli parayla her türlü zorluğun üstesinden gelinebileceği anlamını taşıyan "altın anahtar her kapıyı açar" İngiliz deyimine bağlantılıdır. Anahtarın kilitleri açabilmesi için her bir dişin önemi vardır dişlerden biri kırık ya da eksik olursa kilit açılmayacaktır. Afiş tasarımcısı program kapsamındaki ülkelerin

bayraklarını anahtarın dişlerine yerleştirerek, her bir devletin birlik için önemli olduğu mesajını vermektedir.

Afişin ikonolojik analizinde, başak rölyefli altın anahtar imgesi, Amerika'nın Avrupa'ya yaptığı parasal yardımları temsil etmektedir. Afişte resmedilmiş olmasa da anahtar imgesiyle bağlantılı olarak refaha açılan bir kapı söz konusudur. Anahtarın bu kapının kilidini açması kilit ve anahtar dişlerinin birbirine uymasına bağlıdır. Ülkelerin bayraklarının anahtarın dişlerine yerleştirilmesiyle verilen mesaj, kilidin açılması ve refaha ulaşılması için birlikte uyum içinde çalışılması gerekliliğidir. Anahtarla simgelenen yardım her ne kadar Avrupa'ya bahşedilen bir altın anahtar olsa da bu yardımı değerlendirmek yine Avrupa'nın elindedir. Anahtarın postere bakan kişiye dönük olması ve "sen" (you) kelimesinin altının çizilerek vurgulanması izleyiciye "programa katılan ülkelere kapıyı açacak olan sensin, bu program çerçevesinde hareket edersen kapılar sana açılacaktır" mesajını vermektedir.



Görsel 4: a) Alfred Lutz, Inter-europäische Zusammenarbeit für bessere Lebensbedingungen

Görsel 4a'da "Daha iyi bir yaşam için, iş birliği" (Inter-europäische Zusammenarbeit für bessere Lebensbedingungen) sloganlı litografik tekniği ile basılmış afiş bulunmaktadır. Afiş doğal anlam bakımından incelendiğinde, üzerindeki iş kıyafetinde yardım programına katılan Avrupa ülkelerine ait bayrakların olduğu bir aşçı görülmektedir. İllüstratif bir dilde betimlenen aşçı, elinde uzun kahverengi ahşap bir kepece tutmaktadır. Üzerinde ERP yazan iki kulplu metalik gri bir kazan aşçının önüne yerleştirilmiştir. Aşçı gülümseyen bir yüz ifadesiyle önündeki kazanı karıştırmaktadır. Afiş uzlaşım anlam bakımından incelendiğinde, aşçının programdan yararlanan ülkelerin bayraklarından oluşan iş kıyafeti, gelecekte birliktelik içinde yapılacak işlerin olduğu mesajını vermektedir. Figür Avrupa Kalkındırma Programının adının yazılı olduğu büyük bir kazanda yemek pişirirken imgelenmiştir. Yemeği hazırlayan yine Avrupa ülkelerinin kendisidir, fakat yemek kazanı Amerika Birleşik Devletleri tarafından verilmiştir. Birinci Dünya Savaşı yenilgisinin ardından fakirlik ve enflasyonla boğuşan Almanya, İkinci Dünya Savaşı'ndan da yenilgiyle çıkmıştır. Kullanılan kazanın büyüklüğü ekonomik yardımların ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Afişin ikonolojik analizinde, sanatçı Alfred Lutz'un iki büyük savaşın yenilgisinin ardından açlık ve yoksullukla imtihan olan Almanya'da tokluk ve refaha duyulan ihtiyacı aşçı ve yemek sembolleriyle ifade ettiği görülmektedir. "ERP" aşçının en önemli aracı olan kazanın üzerine yazılmıştır. Aşçının hevesli bir tavırla lezzetli bir yemeği hazırlıyormuş gibi görünmesinin nedeni programın kazanç ve mutluluk verici

olduğunun gösterilmek istenmesidir. Aşçının programa katılan ülkelerin bayraklarının olduğu kıyafeti giymesi Amerika Birleşik Devletleri ve bu ülkeler arasındaki birlikteliği anlatmaktadır.

Görsel 5a'da "Tüm bayraklar göndere" (All Our Colours to the Mast) sloganlı litografi tekniğiyle kağıda aktarılmış bir afiş görülmektedir. Afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde, afişin merkezine tipografik beyaz bir gemi yerleştirilmiştir. Geminin bulunduğu zeminde koyu gökyüzü ve dalgalı bir deniz görülmektedir. Programdan yararlanan ülkelerin bayrakları geminin üst kısmına yelken şeklinde dizilmiştir. Gemi imgesinin önünde kanatlı bir figür bulunmaktadır. Uzlaşımsal anlam bakımından, Art Deco afişleri ile öne çıkmış olan Hollandalı tasarımcı Rejin Dirkse'ne ait bu afişte "Avrupa" yazısının zorlu koşullarda yol alan bir gemi şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Gökyüzü, deniz ve gemide nötr renkler tercih edilerek bayrakların renkleri parlak bir şekilde vurgulanmıştır. Fırtınalı hava ve dalgalı deniz, Avrupa'nın içinden geçtiği savaş ve yoksullukla dolu zor zamanları anlatmaktadır. Yelken bir geminin denizde yol almasını sağlayan en önemli unsurdur. Yelkenlerin hepsinin açılmış olması, geminin dayanışma ve iş birliği sayesinde yol aldığını göstermektedir. Afişte gemi imgesinin kullanılması Hollanda'nın sahip olduğu büyük limanlar ve denizcilik tarihiyle ilişkilidir. Günümüzde de büyük bestecilere ilham verip film ve kitaplara konu olan "Uçan Hollandalı" adlı bir hayalet gemi efsanesi 18. yüzyıldan bu yana Hollanda'dan bütün dünyaya yayılmıştır. Efsaneye göre hayalet geminin kaptanı fırtınalı bir havada mürettebatın ısrarına rağmen "kıyamete kadar denizde yolculuk yapmak zorunda olsam da limana dönmeyeceğim" diyerek sonsuza kadar lanetlenmiştir. O zamandan bugüne kadar denizlerde hayalet gemiyi gördüğünü iddia edenlerin sayısı oldukça fazladır. Bu nedenle sanatçı Rejin Dirksen Uçan Hollandalı efsanesine atıfta bulunmak için gemi imgesini kullanmıştır.



Görsel 5: a) Rejin Dirksen, All Our Colours To The Mast b) Isidore Spreekmeester, Whatever the weather, we must move together

Afiş ikonolojik bağlamda incelendiğinde; anlatılan efsane ile ilişkili olarak "başaramayacak bile olsak barış ve refah için sonsuza dek çalışacağız" mesajı verilmektedir. Geminin önünde kanatlı bir objenin kullanılması ve geminin E harfinin üst ucunun uzun tutulması geminin istikbale adeta uçar gibi yol aldığının simgesidir. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'ne atıfta bulunan herhangi bir imgeye yer verilmemiştir.

Görsel 5b'de yer alan "Tüm koşullarda birlikte çalışmalıyız" (Whatever the weather, We must move together) sloganlı afiş İkinci Dünya Savaşı'ndan Jan Galjé adı ile saklanarak sağ çıkan sanatçı Isidore Spreekmeester'a aittir. Belçika'nın Antwerp kentinde güzel sanatlar akademisinde eğitim görmüş olan

sanatçının tasarladığı afiş doğal anlam bakımından incelendiğinde, koyu gri zemin üzerine metalik gri renkte direk ve programa katılan ülkelerin bayrakları ile kaplanmış kanatları olan bir yel değirmeni görülmektedir. Değirmenin ana gövdesinde dalgalanan bir Amerikan bayrağı mevcuttur. Uzlaşım sal anlam bakımından, afişin zemininde kullanılan koyu gri renk fırtınalı bir havayı temsil etmektedir. Savaş yıllarının bütün olumsuzluklarını bizzat yaşayan sanatçı afişinde fırtınalı bir havada kanatları dönen yel değirmeni imgesini kullanmıştır. Güçlü bir şekilde sabit duran metal kulenin dönen kanatlarının merkezinde bulunan Amerikan Bayrağı'nın dalgalanması ve diğer ülkelerin bayraklarıyla kaplı kanatların dönmesi sürekliliğe işaret etmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında şartlar ne kadar zor, rüzgar ne kadar kuvvetli olursa olsun yel değirmeninin kanatları savrulmamalı, ülkeler birbirleri ve merkezdeki Amerika Birleşik Devletleri'yle bir bütün halinde zorlukların üstesinden gelmelidir. Afişte yel değirmenin tercih edilme sebebi Hollanda'nın yel değirmenleriyle meşhur bir ülke olmasıdır. Yel değirmeni imgesi aynı zamanda üretimi ve bereketi sembolize etmektedir. Afiş, ikonolojik bakımdan incelendiğinde, Amerikan tarzı metal çiftlik yel değirmeni güçlü metal kulesi ile, yerinde sapa sağlam ve dik duran Amerika Birleşik Devletleri'ni temsil etmektedir. Rüzgârın yönüne göre, yani güce göre hareket eden kanatlar ise diğer ülkelerdir. Ülkelerin rüzgârın estiği yöne kendi eksenlerinde dönmeleri birlikteliği ve devamlılığı anlatılmakta, Amerika Birleşik Devletleri'nin etkisinde oluşan bu iş birliğinin her şeye rağmen sürdürülmesi vurgulanmaktadır.

Görsel 6a'da bulunan "Avrupa'nın bir kısmı refaha taşınıyor" (Einiges Europa Trägt Wohlstand) sloganlı afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde, çalışmanın zemininde diğer objeleri öne çıkaran nötr bir rengin tercih edildiği görülmektedir. Üst tarafında metalik renkte, üzerinde ERP yazan bir kanca resmedilmiştir. Mat metalik renkte olan kancanın tuttuğu zincirin ilk halkasının üzerinde programa dâhil olan ülkelerin bayrakları vardır. Zincirin metalik siyah ikinci halkasında sarı renkte çark ve başak imgesi mevcuttur. Afiş uzlaşım sal anlam bakımından incelendiğinde, zincirin üzerinde Amerika Birleşik Devletleri'nin Avrupa'ya uzattığı yardım elini temsil eden Avrupa Kalkındırma Programı'nın baş harflerinin gömülü olduğu çelik mavisi bir kanca bulunmaktadır. Kanca bir nesneyi tutmak ve kaldırmak için kullanılan bir araçtır. ERP yazılarının kanca üzerinde olması programın Avrupa'nın yükselişini sağlayacağı düşüncesine vurgu yapmaktadır. Kancaya bağlı zincirin birinci halkasında programa dâhil olan ülkelerin bayraklarının resmedilmesi birlikteliği ifade etmektedir. Önemi vurgulanmak istenen bir düşünce ya da olgu için "zincirin ilk halkası" deyi mi kullanılır. Zincirin ilk halkasında bütün bayrakların resimlerinin yer almasının nedeni birlikteliğin her şeyden üstün olduğu mesajının verilmek istenmesidir. Zincirin ikinci halkası üzerinde bulunan çark; üretimi, endüstriyi ve devamlılığı imgelerken başak, birlikte gelecek olan refahı bolluğu ve zenginliği sembolize etmektedir.

Afişin tasarımcısı Walter Hofmann 1906 yılında Viyana'da doğmuş ve ölümüne kadar bu şehirde yaşamıştır. Büyük dünya savaşlarının ikisine de tanıklık etmiş olan sanatçının afişi, ikonolojik bakımdan incelendiğinde, Hofmann'ın çelik mavisi renginde, gücü ve sağlamlığı temsil eden kancayı kullanarak, Avrupa'nın yardımına koşan ve bir anda büyük ağabey rolünü üstlenen Amerika Birleşik Devletleri'ni ifade etmek istediği söylenebilir. Üzerinde programa dahil olan ülkelerin bayraklarının olduğu paslanmış zincir halkaları iki büyük dünya savaşından dolayı yorgun düşmüş ve yıpranmış Avrupa'yı çağrıştırmaktadır. Bu paslı zincirin yandan görünen ikinci halkasında ise altın renkli başak ve çark bulunmaktadır. Başak bereketi ve ekmeği, yani refahı anlatırken çark ise üretim döngüsünü ve çalışmayı temsil eder. Bu durumda da anlatılmak istenen; Avrupa'nın kalkınması için gereken başlangıç desteğinin Amerika Birleşik Devletleri tarafından verilmesinin ardından bu ülkelerin kendi kendilerine yetecekleri düşüncesidir. Bu düşüncenin arka planında ise yardımların Avrupa'yı Amerika Birleşik Devletleri'ne bağımlı hale getireceği düşüncesine karşılık Avrupa'nın kendi bağımsızlığından vazgeçmediği anlaşılmaktadır.



Görsel 6: a) Walter Hofmann, Einiges Europa Trägt Wohlstand b) Erns Storch, Frieden Durch Intereurop. Zusammenarbeit

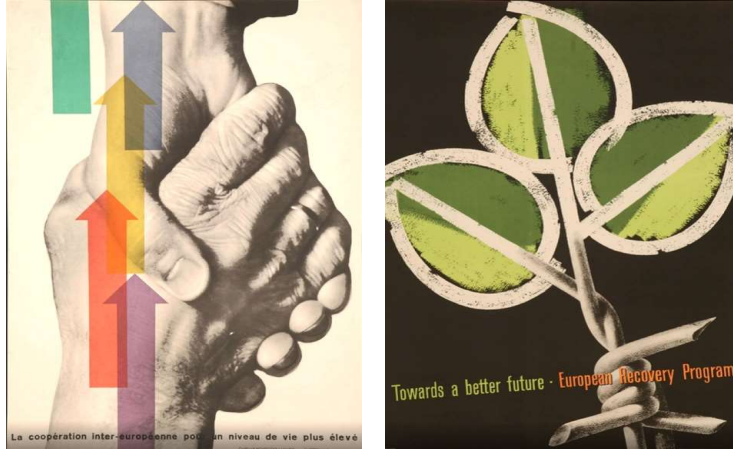
Görsel 6b’de “Avrupa’da barış ve dayanışma” (Frieden Durch Intereurop. Zusammenarbeit) sloganı ile yer alan afiş bulunmaktadır. Eser doğal anlam bakımından incelendiğinde, koyu zemin üzerine kanatları üç farklı renkte el imgesinden oluşan ve ağzında zeytin dalı olan beyaz gövdeli bir güvercin illüstrasyonu görülmektedir. Uzlaşımsal anlamda, ağzında zeytin dalı olan güvercin barışı sembolize eder. Kanatlarda görülen renkli eller ise iş birliğini ve çoğulculuğu temsil etmektedir. Burada, Avrupa’nın farklı ülkelerinin birlik ve beraberlik ile barışa kavuşabileceği vurgulanmak istenmiştir. Afişte kullanılan beyaz, kırmızı ve mavi Amerikan bayrağı renklerini, güneşi yahut yıldızı temsil eden sarı renk ise Amerikan bayrağının üzerindeki yıldızları akla getirmektedir.

İki büyük dünya savaşını yaşayan Avrupa, biri okyanusun diğer tarafında olmak üzere birbirine zıt iki düşünceye sahip güçlü devletlerin oluşumuna şahitlik etmiştir. Çalışma ikonolojik bakımdan incelendiğinde, Erns Storch’a tarafından Avrupa’nın savaşlardan yorulmuş ve barışa en muhtaç olduğu zamanda oluşturulan afişte, barışın sadece hep birlikte ve el ele çalışarak gerçekleştirilebileceği anlatılmak istenmiştir. Tasarımın derinliklerine renk tonları olarak saklanan Amerika Birleşik Devletleri arka planda Avrupa’yı destekleyen güç olarak gösterilmek istenmiştir.

Görsel 7a’da “Yüksek bir yaşam standardı için Avrupa iş birliği” (“La Coopération Inter-Européenne Pour Un Niveau De Vie Plus Élevé”) sloganına sahip litografik baskı tekniği ile yapılmış afiş bulunmaktadır. Afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde, birbirini sıkıca tutmuş iki el görülmektedir. Siyah beyaz olan afişte, ellerin üzerinde yukarı doğru yeşil, mavi, sarı, kırmızı ve mor tonlarında şeffaf oklar bulunmaktadır. Afişin tasarımcısı Gottfried Honegger 1917’de Birinci Dünya Savaşı’nın ortasında doğmuş, İkinci Dünya Savaşı’na şahitlik etmiş olup Zürih, New York ve Paris’te yaşamıştır. Sanatçı, yaşadığı ülkelerdeki sanat akımlarına tanıklık etmiş ve bunların özelliklerini tarzına yansıtmıştır. 1950’lerde Amerikan pop art kültürü eserlerini çağrıştıran bu afişin uzlaşımsal anlamı incelendiğinde, üst tarafta yukarı doğru çeken el yardım eden el pozisyonundayken aşağıdaki el yardım alan el pozisyonunda gösterilmiştir. Eller üzerinde bulunan renkli oklar çoğulculuğu, okların yönleri ise yukarı doğru hareketi işaret etmektedir.

Görsel içsel anlam bakımından incelendiğinde; renkli okların her biri, programın farklı ülkelerin katılımıyla gerçekleştiğini ifade etmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında renklerin ifade ettiği anlamlardan da faydalanarak programın Avrupa ülkelerine; mor ile zenginlik, kırmızıyla yaşam, sarı ile

çekicilik, maviyle huzur ve yeşille umut vaat ettiği söylenebilir. Afişte aşağıda bulunan eli tutup yukarı çekmek suretiyle yardım eden el Amerika Birleşik Devletleri'ni, yardım için sıkıca tutunmuş el ise Avrupa'yı sembolize etmektedir. Yardıma muhtaç elin yaşlı bir görünümde olmasıyla "eski kıta" olarak da adlandırılan Avrupa'nın savaşlardan yorgun düşmesi anlatılmıştır. Yardım eden elin ise daha genç resmedilmesi "yeni kıta" olarak da adlandırılan Amerika'yı temsil etmektedir.



Görsel 7: a) Gottfried Honegger, La Coopération Inter-Européenne b) Emil Hotz, Towards a Beter Future

Görsel 7b'de yer alan "Daha iyi bir geleceğe doğru-Avrupa Kalkındırma Programı" (Towards a Beter Future-European Recovery Program) sloganlı litografik baskı afiş Emil Hotz'a aittir. Afiş doğal anlam bakımından incelendiğinde, siyah zemin üzerinde gri dikenli tel örgü ve devamında beyaz çizgi ile konturlanmış üç yeşil yaprak resmedilmiştir. Uzlaşım anlamında, dikenli tel imgesi savaşı ifade etmektedir. Telin yukarı doğru yeşil yapraklara dönmesi, Marshall Planı ile alınan yardımlarla daha iyi bir gelecek için umudun var olduğuna işaret etmektedir. Afiş ikonolojik bakımdan incelendiğinde, Birinci Dünya Savaşı'nda kullanılan ve daha sonra da savaşın simgesi haline gelen tel örgü, burada Avrupa'nın geçirdiği ve içinde bulunduğu kötü günleri simgelemektedir. Tel örgünün bir inşaat yahut yol yapımında kullanılan boyama tarzı ile yeşil yapraklara dönüşmesi, Avrupa'nın yeniden inşa edilerek refaha ulaşacağını anlatmaya çalışmaktadır. Afişte yardımın baş aktörü olan Amerika Birleşik Devletleri'ne dair bir sembol bulunmaması dikkat çekmektedir.

Görsel 8a'da bulunan "Yüksek yaşam standardı için Marshall Planı" (Samarbete För Fred-Erihet-Högre Levnadsstandard-Marshall Hjälpen) sloganlı litografik baskı tekniği ile kağıda aktarılan afiş Erik Oelmeleo tarafından tasarlanmıştır. Afiş, doğal anlam bakımından incelendiğinde, mavi tonlara sahip zemin üzerinde yardım alan ülkelerin bayrakları ile kaplanmış iki kol, kırmızı ve mavi renklerde iki el bulunmaktadır. Afişin sloganı bu kolların çektiği halatın üzerine yerleştirilmiştir. Uzlaşım anlamında, afişte gövdesi görünmeyen güçlü bir adam imgesinin kolları gösterilmektedir. Burada halat çeken güçlü kol imgesinin kırmızı ve mavi renkleri Amerika Birleşik Devletleri'ni temsil etmektedir. Kolların üzerindeki bayraklardan yapılmış kıyafet ise yardım alan ülkeleri temsil etmektedir. Çalışma ikonolojik bakımdan incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri işi yapan asıl güç olarak üstün konuma yerleştirilirken, kolların üzerindeki kıyafetin bayraklardan oluşması birbirinden farklı kültürel ve siyasi yapılara sahip devletlerin bulunduğu Avrupa'nın birlik olması gerektiği mesajını vermektedir. Böylelikle, yardım programının birliktelik ve dayanışma olmadan işe yaramayacağı anlatılmak istenmiştir.



Görsel 8: a) Erik Oelmeleo, Samarbete För Fred-Ernhet-Högre Levnadsstandard, b) Justa Abert, Marshall Hjälpen

Görsel 8b'de bulunan Justa Abert imzalı "Marshall Planı" (Marshall Hjälpen) sloganlı çalışma doğal anlam bakımından incelendiğinde; beyaz zemin üzerinde tasarlanmış afişin arka planında sarı ve mavi renkler bulunmakta, paslı bir dikenli tel örgüyü kesen bir metal makası imgesi görülmektedir. Makasın bir yarısı mavidir ve üzerine beyaz yıldızlar bulunmaktadır. Makasın diğer yarısı ise kırmızıdır. Afişin sloganı beyaz renkte yazılarak makasın üzerine yerleştirilmiştir. Afiş uzlaşım anlam bakımından incelendiğinde; zemininde bulunan sarı ve mavi renkler güneşli ve aydınlık bir gökyüzünü temsil etmektedir. Dikenli tel ise esaretin temsilcisidir. Teli iki bıçağının arasına alan ve kesmekte olan güçlü metal makas imgesi ise Amerika bayrağının renklerine ve yıldız simgesine sahiptir.

Afişe ikonolojik bağlamda bakıldığında yapılan yardımların Avrupa'yı savaşın getirdiği ekonomik buhranın esaretinden özgürleştireceği anlatılmak istenmiştir. Afiş zeminindeki mavi renk, açık gökyüzünü ve özgürlüğü sembolize etmektedir. Dikenli tel örgü ise programdan yararlanan ülkelerin yoksulluğun esaretinde olduğunun sembolüdür. Tarihteki iki büyük savaşın bir parçası olan dikenli tel, bu savaşlar döneminde esir kampları ve savaş cephelerinde yaşanan insanlık dramının en ürkütücü sembollerinden biri olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri ise teli kesen makas olarak esareti bitiren, sınırları kaldıran kurtarıcı konumda resimlenmiştir.



Görsel 9: a) Gaston van den Eynde, Par Le Plan Marshall

Görsel 9 a'da yer alan "Marshall Planı Yüksek Yaşam Standardı İçin İş Birliği" (Par Le Plan Marshall Coopératiön Intereuropeenne Pour Un Niveau De Vie Plus Élevé) sloganlı litografik baskı afiş Belçikalı Gaston Van Den Eynde imzalıdır. Doğal anlam bağlamında, afişin zemininde açık mavi gökyüzü, ön tarafta çiçek açmış bir fidan ve bu fidanı destekleyen tahta parçası resmedilmiştir. Fidan kırılmış ve tahta bir destekle tutturulmuştur. Bu tahta parçası ile yanındaki fidanı birbirine bağlayan şeritler, programdan yararlanan ülkelerin bayraklarından oluşmaktadır. Eser uzlaşım anlam bakımından incelendiğinde; açık mavi gökyüzü ve çiçek açmış ağaç fidesi baharı ve umudu temsil etmektedir. Kırılmış ve yeniden tutturulmuş fidanla temsil edilen Avrupa'yı temsil etmekte olup, umudun yerinde yeşermesini sağlayan ve destek olan sağlam tahta parçası ise Avrupa Kalkındırma Programı'na atıfta bulunmaktadır.

Çalışma ikonolojik bakımdan incelendiğinde fidanın tahta desteğe, üzerinde bayraklar olan şeritlerle sarılması, umudun yeşermesinin verilen desteğe bağlı olduğunu göstermektedir. Üzerinde bayraklar olan şeritler resimde fidanı desteğine sıkı sıkı sararak birleştirmektedir. Gelecek adına umudu yeşertenler, şeridin üzerindeki bayrakların ait olduğu ülkeler olacaktır. Ülkeler arası bu birliktelik gelecek güzel günlerin habercisidir. Avrupa ülkelerinin bayrakları bir arada, aynı şeridin üzerinde gösterilerek aynı kaderi paylaştıkları ve gelecekte yine ayrılmadan birlikte davranmaları gerektiği anlatılmak istenmiştir.

Sonuç

Görsel iletişimin en önemli özelliği sayfalarca yazıyla anlatılabilecek mesajları tek bir imge ile verebilmesidir. İletilmek istenen mesajı, en etkili yoldan aktarabilen görsel unsurlardan biri afişlerdir. İki büyük savaşın politik argümanlarından biri olan propaganda afişleri, hükümetler tarafından kitleleri etkilemek ve yönlendirmek amacıyla sıklıkla kullanılmıştır. Afişlerin politik amaçlarla talep edilmesi aynı zamanda bu sanat dalının gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bu çalışmaya konu olan afişler de, benzer şekilde savaş sonrası Avrupa'nın kalkınması için yapılan yardımların iyi niyetli ve tarafsız olduğunu iletmek amacıyla hazırlanmışlardır. Böylece propaganda afişlerinin kitle iletişimine olan etkisinden faydalanılmak istenmiştir.

Afişlerin; kendi döneminin sanatsal, kültürel, politik anlayışlarını yansıtması kaçınılmazdır. Araştırmada kullanılan Panofsky'nin üç aşamalı ikonolojik ve ikonografik analiz yöntemi, afişlerin

yapıldığı zamana ve mekâna göre anlamın nasıl şekillendiğini tespit etmeye yardımcı olmuştur. İncelenen afişlerin temel olarak; o dönemin birliktelik, ekonomik kalkınma ve gelecek güzel günler vaadi gibi siyasi söylemleri ve toplumun psiko-sosyal durumunu yansıttıkları görülmektedir. Afişlerin neredeyse hepsinde ülkelerin milli sembolleri olan bayraklara yer verilmesinin nedeni, iletilmek istenen mesajların milli bir mesele olarak değerlendirilmesinin istenmesidir. Afişlerde kültürel ve evrensel imgeler kullanılmakla beraber barış, refah, kalkınma ve endüstrileşme kavramları vurgulanmaktadır. Ayrıca, Avrupa'da görülen 1950'li yıllara ait yüzyıl ortası modernizminin etkisi; afişlerdeki semboller, temalar ve kullanılan parlak renklerde kendini göstermektedir. Sanatçıların kendi kültürlerinin mecazlarından, imgelerinden ve duygularından yararlandıkları, bunun yanı sıra, basit, sade ve tanınır imgeler kullandıkları görülmüştür. Sonuç olarak ikonolojik ve ikonografik sanat eleştirisi bağlamında afişlerin farklı boyutlarıyla disiplinler arası bir bakış açısıyla incelenmesi, afişlerin daha iyi anlaşılması ve yorumlanmasına katkı sağlamıştır.

Kaynakça

- Akın, F. (2017). İkinci Dünya Savaşı sonrası yeni dünya düzeni ve Türkiye. *İş ve Hayat*, 3(5), 119-135. <https://dergipark.org.tr/en/pub/isvehayat/issue/52096/680397>
- Aydemir, B. (2021). II. Dünya Savaşı Sonrasında (1945-1950) Türkiye'nin İktisadi Durumu ve Sosyal Hayatta Yaşanan Gelişmeler. *İctimaiyat*, 5(1), 73-89. DOI: 10.33709/ictimaiyat.909848
- Bedir Erişti, S. D. (2016). *Görsel araştırma yöntemleri teori, uygulama ve örnek*. Pegem Akademi: Ankara
- Belge, T., Best, A., Hanhimäki, J. M., Maiolo, J. A., ve Schulze, K. E. (2015). *20. yüzyılın uluslararası tarihi*. Siyasal Kitabevi.
- Çeken, B. (2020). İllüstrasyonun afiş tasarımında kullanımı ve illüstrasyon içeren afiş tasarımlarının çözümlenmesi. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 9(66), 285-295.
- Çeken, B., ve Arslan, A. A. (2016). İmgelerin göstergibilimsel çözümlenmesi "film afişi örneği". *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2).
- Çeken, M. B., ve Ersan, M. (2022). II. Dünya Savaşı Döneminde Propaganda Afişleri: ABD ve Almanya Örneği. *Ulakbilge*, 72: 477-488. doi: 10.7816/ulakbilge-10-72-05
- Değirmenci, F. (2018). Siyasal İletişimin Öncülü Olarak Siyasal Propaganda. *Lobicilik ve Siyasal İletişim*, Atatürk Üniversitesi.
- Delil, S., (2023). Hareketli posterlerde grafik tasarımın rolü üzerine bir inceleme. *SED Journal of Art Education*, 11(1), 10-19. doi: 10.7816/sed-11-01-02
- Henry Ford Museum. (2023). *European recovery program posters*. <https://www.thehenryford.org/collections-and-research/digital-collections/artifact>
- Hobsbawm, E. (1996). *Kısa 20. Yüzyıl Aşırımlar Çağı*. (Y. Alogan, Çev.). Sarmal Yayınevi.
- Öksüz, H. ve Köksal, A. (2020). Birinci Dünya Savaşı'nda Alman propaganda albümlerine bir örnek: "Album De La Grande Guerre". *History Studies* 12(6), 3183-3198. <https://doi.org/10.9737/hist.2020.961>
- Panofsky, E., (2021), İkonoloji Araştırmaları: Rönesans Sanatında İnsancıl Temalar. (O. Düz Çev.). Pinhan Yayınları
- Pehlivan Baskın, Z. (2022). Çocuklara Yönelik Tasarlanan Afişlerde Tipografi Kullanımı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (59).
- Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(1), 255-307.
- TDK (2009), Türkçe Sözlük, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Uzunkaya, S. ř. (2019). İkinci dünya savaşı sonrasında Türkiye ekonomisi ve Marshall planının ekonomiye etkileri. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 176-185.
<https://doi.org/10.38009/ekimad.540293>

Yıldız, Ö. (2019). İkinci dünya savaşına genel bir bakış. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 62-75.