

## PAPER DETAILS

TITLE: BIRLESİK DEVLETLER VE İKİNCİ DÜNYA SAVASI DÖNEMİ PROPAGANDA  
POSTERLERİ

AUTHORS: Burak BOYRAZ,Burak BOYRAZ

PAGES: 1-9

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/145754>



## BİRLEŞİK DEVLETLER VE İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI DÖNEMİ PROPAGANDA POSTERLERİ<sup>1</sup>

Arş. Gör. Burak BOYRAZ

Yıldız Teknik Üniversitesi

Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, Sanat Yönetimi Anabilim Dalı

bboyraz@yildiz.edu.tr

### ÖZET:

*İkinci Dünya Savaşı döneminde, “ekonomik seferberlik” olarak da bilinen milli politikalar hazırlayan Franklin D. Roosevelt Hükümeti; kamu kaynaklarından azami düzeyde yararlanmayı hedefleyen çalışmalar gerçekleştirmiş ve bu çalışmaların geniş kitlelerce benimsenmesi için propagandayı kullanmıştır. Böylece, savaş yıllarında propaganda adına kitle iletişim araçlarından; radyolardan, sinemalardan, gazetelerden ve dergilerden sıklıkla faydalanan F. D. Roosevelt Hükümeti; zafer adına resmi propaganda merkezleri kurmuş ve bu merkezlerde “milli propaganda” çerçevesinde yayınlar yapmıştır. Office of War Information, War Manpower Commission ve Women’s Bureau of the Department of Labor gibi kurumlarla örneklenebilecek bu yaklaşım doğrultusunda da; ülkenin ihtiyaçları kamuya aktarılmış ve hedef kitlelerden geri bildirimler alınmıştır.*

*Metnin ana teması olan posterler de; hükümetin söz konusu propaganda çalışmaları için kullandığı araçlardan biridir. Bu bağlamda metin dahilinde; propaganda posterlerinin; vatanseverlik, bağımsızlık, fedakarlık ve özgürlük gibi değerleri sembolize ettiklerine dikkat çekilmiş ve Birleşik Devletler’in savaş yıllarındaki propaganda anlayışının, duygusal yaklaşımlarla öne çıkan bir yapıya sahip olduğu ifade edilmiştir.*

**Anahtar sözcükler:** İkinci Dünya Savaşı, Birleşik Devletler, Propaganda Posterleri, Plastik Sanatlar, Görsel Tasarım.

### ABSTRACT:

*During The Second World War, The Franklin D. Roosevelt Government which prepared national policies known as "economic mobilization", focused on the works aiming at benefiting from the public resources at a maximum level and used propaganda to ensure that these policies are embraced by the masses. To this end, The F. D. Roosevelt Government made use of mass media including radios, cinemas, newspapers and magazines. In addition to this, in order to ensure the victory, official propaganda centers were created to publish works in accordance with the "national propaganda". In accordance with this approach, which can be exemplified through the institutions including Office of War Information, War Manpower Commission ve Women’s Bureau of the Department of Labor the needs of the country were transmitted to the public and feedbacks were received.*

*The posters, which are the main subject matter of the text, are one of the tools utilized by the government for propaganda. Within this scope, the fact that these propaganda posters focus on the values such as patriotism, independence, sacrifice and liberty is highlighted. From this point, another assertion of the text is that, the understanding of propaganda in the United States was mainly emotional.*

**Keywords:** Second World War, The United States of America, Propaganda Posters, Plastic Arts, Visual Design.

<sup>1</sup> 2014 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi çatısı altında gerçekleştirilen, Uluslararası Sanat Sempozyumu’nda bildiri olarak sunulan bu metin, yazarın propaganda posterlerini Birleşik Devletler ekseninde ele aldığı makalelerini pekiştirmek amacıyla hazırlanmıştır. (Oldukça geniş kapsamlı olan, İkinci Dünya Savaşı dönemi propaganda posterleri hakkında daha geniş bilgi alabilmek adına, künyeler kaynağının sonunda verilen makaleler incelenebilir).



## GİRİŞ

Bugün pek çok Amerikalı, *F. D. Roosevelt*'in Birleşik Devletler Başkanı olarak uzun ve başarılı bir dönem geçirmesinde, onun tekerlekli sandalyeden başkanlığa kadar ilerlemesini sağlayan azimli kişiliğinin payı olduğu görüşünü taşımaktadır. Çünkü, 30 Ocak 1882'de New York'da dünyaya gelen ve *Harvard College* ile *Colombia Law School* gibi önemli kurumlarda eğitim alan *F. D. Roosevelt*'in hayatı, 1911 yılında New York senatörü olarak başladığı siyasi kariyerinin onuncu yılında (1921) geçirdiği felç yüzünden olumsuz yönde değişmiştir (Hargrove, 2000: 14). Buna karşın, uzunca bir süre koltuk değnekleri ve tekerlekli sandalye kullanmak zorunda kalan *F. D. Roosevelt*, hastalıkla mücadele etmiş ve 1928'de New York valisi olmayı başarmıştır (Hargrove, 2000: 14). İlerleyen zamanlarda siyasi kariyerindeki atılımlara devam eden *F. D. Roosevelt*'in bu yükselişi, 1933 yılında Birleşik Devletler'in 32. Başkanı seçilene kadar da sürmüştür (Hargrove, 2000: 14).

Yukarıdaki görüş doğrultusunda, kişiliğinin yanı sıra *F. D. Roosevelt*'in siyasi başarısında; ordu ve kamuyu eşgüdümlü hareket etmeye teşvik eden, başarılı kalkınma politikalarının da katkısı olduğunu belirtmek gerekir. Zira, 1930'lu yılların ortalarından itibaren, ülke ekonomisini güçlendirmeye yönelik çalışmalara ağırlık veren *F. D. Roosevelt*, kamuyu bu çalışmalara dahil etmek adına ciddi bir çaba göstermiştir. Bu çaba dahilinde, propagandadan azami düzeyde faydalanan *F. D. Roosevelt* hükümeti, kitlelerin desteğini kazanmak ve milli politikalar üzerinde kesin sonuçlar almak üzere, söz konusu yöntemin etkisini arttırmaya yönelik disiplinlerarası çalışmalara da öncelik vermiştir. Böylece, görevde kaldığı süre boyunca, ülkenin ekonomi tarihi içinde önemli yer tutan; *Büyük Buhran*'ın<sup>2</sup> devam eden etkileri ve İkinci Dünya Savaşı gibi krizleri aşmak için kamu desteğini alan *F. D. Roosevelt*, başarılı propaganda kampanyaları ile ikonlaşmıştır.

Yazarın, *F. D. Roosevelt*'in başkanlığı dönemindeki propaganda posterlerini ele alan makalelerini pekiştirmek amacıyla hazırlanan bu bildiri dahilinde de, *F. D. Roosevelt* hükümeti politikalarının, kamudan pozitif geri bildirimler almasında önemli etkisi bulunan propaganda posterlerinden örnekler incelenecektir. Bu kapsamda, metnin ilk bölümünde; bahsi geçen posterlere yönelik iletişimsel üslubu daha açıklayıcı kılabilmek adına, öncelikle dönemin medya anlayışı ele alınmıştır. Çok kısa bir şekilde radyolardan, süreli-basılı yayınlardan ve reklam ilanlarından bahsedilen bu bölümü takip eden ikinci bölümde ise yazarın daha önceki makalelerinde yer verilmeyen poster örnekleri analiz edilmiştir. Sonuç bölümünde de propaganda posterleri ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.

<sup>2</sup> Birleşik Devletler'de 1929-1930 yılları arasında ortaya çıkan ve 1930'lu yılların sonuna kadar etkisini hissettiren ekonomik kriz.



## YÖNTEM VE KAPSAM

Metne başlamadan önce çalışmanın yöntemine ve kapsamına da değinmek gerekir. Literatür taraması ve görsel veri analizinden oluşan (açıklama yöntemi) bu metnin tarihsel kapsamı; İkinci Dünya Savaşı dönemidir. Bu bağlamda, 1933-1945 yılları arasında başkanlık görevini sürdüren (32. Başkan) *F. D. Roosevelt*'in de sadece 1939-1945 yılları arasındaki görsel propaganda anlayışı ele alınmıştır. Ayrıca yine bu bildiride, çalışmanın konu kapsamını oluşturan propaganda posterlerine ek olarak, dönemin medya anlayışını ifade etmede yardımcı olması amacıyla giriş bölümünde de belirtildiği gibi; radyolara, süreli-basılı yayınlara ve reklam ilanlarına da değinilmiştir.

## Örneklerle İkinci Dünya Savaşı Döneminde Birleşik Devletler'de Medya Anlayışı

Türk Dil Kurumu tarafından kısaca; “iletişim ortamı” olarak tanımlanan medya, temelde sözlü, yazılı ve görsel iletişim araçlarından yararlanan bir bilgi paylaşım ağı olarak ifade edilebilir (Türk Dil Kurumu, 2014). Medya çatısı altında yer alan, medya stratejisi (medya planlama) ise, yazarlar *John R. Rossiter* ve *Peter J. Danaher*'in *Advanced Media Planning* (v.1) adlı eserlerinde belirttiği gibi, belirli bir bütçe çerçevesinde oluşturulan; erişim, sıklık ve reklam döngü sayısı gibi temel parametrelerle ilişkilendirilen bir kavramdır (Rossiter & Danaher, 2004: 1-2). Politikada, hükümetlerin kitle iletişim adımlarında faydalandığı basamakların bütününe ifade eden bu kavram, İkinci Dünya Savaşı döneminde Birleşik Devletler'in siyasi faaliyetlerinde sıklıkla kullanılmış ve propagandanın daha önce hiç olmadığı kadar günlük hayata dahil olmasına yardımcı olmuştur.

Bu çerçeveden bakıldığında, son derece geniş bir yelpazeye sahip olan propaganda güdümlü medya olgusunun, İkinci Dünya Savaşı'nda bilimselleşen bir yaklaşımla ele alınmasının, *F. D. Roosevelt Hükümeti*'nin kamudan güvenoyu almasında da etkili olduğu rahatlıkla söylenebilir. Zira, dönemin medya anlayışında kamuya açık olan iletişim araçlarının neredeyse tamamında, hükümet lehine propagandalar içeren yayınlar yapılmıştır. Radyolar, süreli - basılı yayınlar ve reklam ilanları, medyanın işlevsel kullanımı ile ilgili olan bu durumu açıklamak adına incelenebilir.

Medyanın işlevselliği, Birleşik Devletler ve İkinci Dünya Savaşı çerçevesinde ele alındığında, ön planda olan medya araçlarından birinin, radyolar olduğunu söylemek yanlış olmaz. Çünkü, kitlesel iletişim ve propaganda konusunda *F. D. Roosevelt Hükümeti*'ne yardımcı olan işitsel araçların başında gelen radyolar, Birinci Dünya Savaşı sonrasında ülkede temel ihtiyaçlardan biri haline gelmiştir. Yazarlar *William H. Young* ve *Nancy K. Young*'ın da özetlediği gibi; 1930'lardan sonra popülerleşmeye başlayan ve süreli-basılı yayınlar karşısında, taze haberleri kamuya duyurma konusunda bir adım önde olan bu



araçlar, ekonomik artılarıyla birlikte, hemen hemen her Amerikan ailesinin vazgeçilmezi olmuştur (Young & Young, 2010: s. 501).

Radyolar için geçerli olan bu durum, aynı dönemde süreli ve basılı yayınlarda da kendini göstermektedir. Radyolar gibi ekonomik ve kullanışlı olan bu tür yayınlar, Amerikan halkı tarafından güncel haberler hakkında bilgi sahibi olmak gibi temel ihtiyaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Ancak, günümüz perspektifinden bakıldığında, konu tarihi belgelemek olunca, süreli-basılı yayınların; içerdikleri fotoğraflar ve metinlerle birlikte araştırmacılar için radyolardan daha önde durduğunun altını çizmek gerekir.

Dönemin reklam ilanlarında da, belirtilen bu özelliğin izlerine rastlanabilir. Öyle ki, İkinci Dünya Savaşı dönemindeki reklam ilanlarının dikkate değer bir kısmı, illüstratif görselleri sayesinde ülkenin içinde bulunduğu koşulları yansıtan belgeler olma niteliğindedir. Ulusal değerlere gönderme yapan, milli politikaları destekleyen ve militarizmi sembolize eden fotoğraflar, çizimler ve illüstrasyonlar, ürün ayırt etmeksizin pek çok ilanda gözlemlenebilir.

13 Kasım 1944 tarihli *LIFE*'da yer alan *Oneida*'nın (mutfak takımları) ilanı ile bu durum örneklenebilir (Şekil 1). Çünkü, söz konusu figüratif ilanda, İkinci Dünya Savaşı döneminden bir asker ailesi tasvir edilmiş ve savaşın Amerikan toplumu üzerindeki etkileri, ilanda yer alan duygusal metin eşliğinde betimlenmiştir. Yazar *Nicholas J. O'Shaughnessy*'nin; *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction* adlı eserinde, propagandanın temelini oluşturan anahtar öğelerden biri olarak gösterdiği “duygu” olgusundan sıkça yararlanan bu tür yaklaşımlar, militarist göndermelerin yer aldığı diğer reklam ilanlarında da mevcuttur (O'Shaughnessy, 2004: 110). 13 Mart 1944 tarihli *LIFE*'da yer alan, *Weather-Bird and Peters Diamond Brand*'ın çocuk ayakkabıları ilanında da bu göndermeler mevcuttur (Şekil 2). Biraz açmak gerekirse, bahsi geçen ilandaki fotoğraf kurgusunda iki çocuğa yer verilirken, ön plandaki erkek çocuk asker miğferi ve oyuncak tabancasıyla, ülkenin içinde bulunduğu savaşı sembolize etmiştir. Ayrıca, ilanda yer alan metinde ürünün kalitesi vurgulanırken, ara sloganlarda dönemin ünlü savaş bonolarının alımını teşvik eden cümleler de kullanılmıştır. Aynı sayıdaki bir diğer ilan olan, “Flyng 75” temalı *General Motors* ilanında da, Nasyonal Sosyalistlerin zırhlı konvoyunu vuran küçük bir uçak filosunun illüstrasyonu kullanılmış ve görselle militarist propaganda pekiştirilmiştir (Şekil 3).



Şekil 1. *Oneida*'nın *Life* Dergisinde Yer Alan İlanı, Kasım 1944. Kaynak: Jones, J. Bush (2009) *All Out For Victory !*, United States of America, Brandeis University Press. s. 18.



Şekil 2. Weather-Bird and Peters Diamond Brand'ın Çocuk Ayakkabıları İlanı. Kaynak: *LIFE*, 13 Mart 1944, s. 18.



Şekil 3. The Flying 75 Temalı İlan. Kaynak: *LIFE*, 13 Mart 1944, s. 11.

Örneklerden de anlaşılabileceği gibi propagandayı dolaylı yoldan gerçekleştiren reklam ilanlarında, ilgi çekici resim ve illüstrasyonlardan sıkça faydalanmıştır. Bu yaklaşım, reklamcılıkta kullanılan yöntemlerden sıklıkla yararlanan propaganda posterlerinde de kendini göstermektedir. Çünkü, hükümetin resmi propaganda merkezi olan *Office of War Information*<sup>3</sup> gibi kurumlarda, kamudan pozitif geri bildirimler almak adına; iletişim, halkla ilişkiler ve reklamcılıkla ilgili disiplinlerden gelen bireylere istihdam sağlanmıştır.

### Propaganda Posterleri

İkinci Dünya Savaşı döneminde, posterler gibi görsel propaganda faaliyetlerinde, verilen mesajın kamu tarafından algılanmasını ve benimsenmesini kolaylaştırmak adına, ülkelerin milli değerlerini ve geleneklerini göz önünde bulunduran üretimler hazırlanmıştır. Bu nedenle, gerçekleştirilen propaganda çalışmaları, tarafların siyasi hareketlerini gösterirken, ülkelerin özgün sembollerini de göz önüne sermektedir.

<sup>3</sup> *Office of War Information* hakkında daha fazla bilgi için: Bkz. Boyraz, B. Cantürk, A. (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Askeri Propaganda Posterleri, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Cilt: 7, Sayı: 33, 496-503.



Söz konusu durum, savaş döneminde orduya asker kazandırma, sanayi kollarının ihtiyaç duyduğu alanlara işçi toplama ve tasarrufta bulunma gibi temalarla hazırlanan pek çok posterde görülen ve Birleşik Devletler bayrağının renklerinden oluşan kostümler giyen; *Sam Amca* ve *Rosie The Riveter* figürleri ile örneklenebilir. Vatanseverlik, fedakârlık ve cesaret gibi olgulara göndermeler yapan kompozisyonlarda kullanılan bu figürler, çeşitli kurgusal sahnelerle birlikte kamuya sunulmuştur.

Yukarıdaki bilgilere ek olarak, hedef kitlelere göre; farklı yaş ve cinsiyet gruplarını simgeleyen Amerikalıların portreleri (figürleri) ile birlikte zamanla bir жанr haline dönüşen propaganda posterleri için, ister direk ister dolaylı yoldan olsun pek çok sanatçının çalıştığını da belirtmek gerekir. Bu kapsamda, İkinci Dünya Savaşı döneminde, bazı eserler sanatçısı tarafından doğrudan hükümetin propaganda politikalarına yardımcı olmak için hazırlanırken, bazıları da propaganda yönetmenleri tarafından sonradan bu posterlere uyarlanmıştır. Örnekle, Birleşik Devletler’de; illüstratör/ressam *Norman Rockwell*’ın *Dört Özgürlük* temalı yağlıboya eserleri, hükümete bağlı propaganda merkezlerince, ilerleyen zamanlarda ekonomi odaklı propaganda posterlerinde kullanılırken, bir diğer illüstratör/ressam, *Tennessee* doğumlu *Weimer Pursell*’in savaş döneminde ürettiği bazı çalışmaları, özellikle propaganda posterlerinde yer almak için resmedilmiştir.

Göstergebilimsel yöntemden sıklıkla yararlanan bu posterleri, örneklerle incelemek, dönemin duygusal içerikli propaganda olgusunu anlamak adına bize yardımcı olabilir.

*Lawrance Beall Smith*’in; *Don’t Let That Shadow Touch Them* (Şekil 4) adlı poster çalışmasında kompozisyonun ana elementleri üç adet çocuk figürüdür. Oyuncakları ile oynayan bu çocuklar, ellerinde tuttukları Birleşik Devletler bayrağı eşliğinde vatan sevgisine gönderme yaparken, figürlerin hemen üzerinde yer alan gamalı haç gölgesi, Nazi Almanyası’nın oluşturduğu tehlikeyi sembolize etmektedir. Böylece, duygusal eğilimlerden yola çıkılarak hazırlanan bu poster aracılığıyla, savaşı finanse etmek için kamuya arz edilen hazine bonolarının (Bkz. *Savaş Bonoları*) talep görmesi hedeflenmiştir. Benzer özelliklere, *United We Win* (Şekil 5) adlı fotoğraflı posterde de rastlamak mümkündür. *Alexander Liberman*’ın askeri teçhizatların üretiminde çalışan iki işçiye odaklanan fotoğrafının kullanıldığı bu çalışma, reklam sloganlarında olduğu gibi kısa ve öz mesaj anlayışıyla oluşturulmuştur. Posterde, yine Birleşik Devletler bayrağı yer alırken, birlik, beraberlik ve vatanseverlik teması, kollektif hareket bilinci eşliğinde vurgulanmıştır. *When You Ride Alone You Ride With Hitler !* (Şekil 6) adlı poster de kollektif hareket bilincinin önemini vurgulayan bir başka çalışmadır. Zira, *Weimer Pursell*’in hazırladığı bu çalışmada, otomobillerin kamu yararına (tasarruf adına) paylaşılması öğütlenmiştir. Bu kapsamda, beyaz kontürlerle çizilen bir *A.Hitler* figürüne de yer verilen poster aracılığıyla bir Anti-Nazi propagandası da yapılmıştır.



Şekil 4. *Don't Let That Shadow Touch Them*, 1942. Lawrence Beall Smith. Kaynak: [digital.libraryunt.edu](http://digital.libraryunt.edu)



Şekil 5. *United We Win*, 1943. Fotoğraf; Alexander Liberman. Kaynak: [archives.gov](http://archives.gov)



Şekil 6. *When You Ride Alone You Ride With Hitler !*, 1943. Weimer Pursell. Kaynak: [archives.gov](http://archives.gov)



## SONUÇ

Metnin genelinde de ifade edildiği gibi, görsel propaganda olgusu, İkinci Dünya Savaşı döneminde propagandayı çok yönlü biçimde ele alan kurumların çalışmalarıyla bir ivme kazanmıştır. *Office of War Information*, *War Manpower Commision* ve *Women's Bureau of the Department of Labor*'un girişimleriyle örneklendirilebilecek bu yaklaşım doğrultusunda, propaganda bilimsel bir biçimde ele alınmış ve görsel sanatlar disiplinleriyle geniş ölçekli bir iş birliği gerçekleştirilmiştir. Böylece hükümetin gereksinimlerine yönelik talepler, görsel algıya hitap eden çalışmalar eşliğinde kamuya servis edilmiş ve *F. D. Roosevelt Hükümeti* özellikle ekonomi ve işgücü alanlarında (pozitif geri bildirimlerle sonuçlanan propagandalar sayesinde), diğer ülkeler karşısında avantajlı konuma geçmiştir.

Propaganda posterleri de bu başarının bir parçası olarak görülebilir. Zira, savaş bonolarının satışı, askeri endüstrinin ihtiyacı olan işgücünü kazanmak adına yapılan başarılı girişimlerde söz konusu posterler öncü iletişim araçlarından biri olmuştur.

Görsel propagandanın bir uzantısı olan bu tür posterler, kendi dönemlerinde kamusal alanlarda, kalabalık mekanlara asılmış ve zamanla disiplinlerarası çalışmaların (sanat-siyaset-reklamcılık-davranış bilimleri) birer sembolü haline gelmişlerdir. Buna ek olarak, kitlelerle ekonomik ve hızlı iletişim sağlayan bu posterler, aynı zamanda savaş döneminde sanatın toplumsal misyonuna da farklı bir boyut katmıştır. Çünkü Birleşik Devletler'de sanat okulları ve sanat gruplarının pek çoğu propaganda posterlerine yardımcı olmak amacıyla çeşitli tasarımlar, resimler yapmıştır. Metinde daha önce bahsi geçen, *Norman Rockwell*, *Weimer Pursell* ve *Lawrance Beall Smith* gibi sanatçılara ek olarak *Adolph Treidler* ve *Lawrance Wilbur* gibi illüstratör ve ressam da bu misyona destek vermiştir.

Son olarak, şunu belirtmek gerekir ki, söz konusu posterler ve sanat alanındaki etkileşim, İkinci Dünya Savaşı'nın öncesinde gerçekleşen küresel atılımların bir uzantısıdır. Çünkü, başta İngiltere olmak üzere pek çok ülke Birinci Dünya Savaşı döneminde bu tür posterlerden etkili biçimde yararlanmaya yönelik politikalar hazırlamıştır. Böylece; Sovyetler Birliği, Nazi Almanyası ve Japonya gibi ülkelerin İngiltere'de ki posterleri referans almasıyla rekabete dönüşen bu görsel propaganda anlayışı, zamanla hükümet politikalarını simgeleyen resimsel belgelerin oluşmasını sağlamıştır.



## KAYNAKLAR

Hargrove, Julia (2000) *Franklin D. Roosevelt's Four Freedoms Speech*. Dayton: Teaching and Learning Company.

O'Shaughnessy, Nicholas J. (2004) *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction*, Manchester: Manchester University Press.

Rossiter, R. John, Danaher, Peter J. (2004) *Advanced Media Planning, Volume 1*, Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.

Young, William H., Young, Nancy K. (2010) *World War II and the Postwar Years in America: A Historical and Cultural Encyclopedia, Volume I: A-I*, California: ABC-CLIO.

Türk Dil Kurumu. [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) [02.11.2014].

## Yazarın İlgili Makaleleri

Boyras, B. (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Kadın İşgücü Temalı Propaganda Posterleri, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Cilt: 7, Sayı: 34, 431-442.

Boyras, B. Cantürk, A. (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Askeri Propaganda Posterleri, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Cilt: 7, Sayı: 33, 496-503.

Boyras, B. (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Savaş Bonosu Posterleri, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi / Journal of the Human and Social Science Researches*, Cilt: 3, Sayı: 4'de yayımlanmak üzere kabul edilmiştir.