

PAPER DETAILS

TITLE: II. Dünya Savası'nda Kadınlara Yönelik Hazırlanan Afislerin Göstergebilimsel Çözümlemesi:

"Women's Land Army" Örneği 1

AUTHORS: Samet KAVOGLU

PAGES: 111-124

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/497220>



II. Dünya Savaşı'nda Kadınlara Yönelik Hazırlanan Afişlerin Göstergebilimsel Çözümlemesi: “Women’s Land Army” Örneği*

Semiotic Analysis of the Posters Prepared Towards Women in the Second World War:
“Women’s Land Army” Case

Samet KAVOĞLU**

Öz

II. Dünya Savaşı'nın çetin şartlarında erkeklerin askere gitmesiyle azalan tarımsal üretimi tekrar arttırmak; kentli işsiz kadınları da bir iş sahibi yaparak, az da olsa gelir elde edilmesini sağlayarak, oluşan psikolojik yıkımın önüne geçmek amacıyla İngiltere, Avustralya ve ABD'de kurulan “Women’s Land Army” organizasyonlarının afişleri, araştırma kapsamında göstergebilimsel olarak incelenmiştir. Her üç ülkede de yayınlanan afişlerin ortak özellikleri kentli kadına hitap edilmesi nedeniyle tarım arazileri içerisinde şık ve bakımlı kadın görsellerinin kullanılması ve yapılan işin kolay ve keyifli olduğunu belirtmek adına kadınların güler yüzlü ve yorgunluk belirtisine yer verilmeden betimlenmesidir. Bu olumlu ve keyifli tasvire karşın gerek ilgili dönemde yaşayanların anlatımları, gerekse tarımsal üretim faaliyetinin doğası afişlerde gösterilenlerin gerçeklerle örtüşmediğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Kadın, Tarım, Üretim, Afiş.

Abstract

The paper applies semiotic analysis on the posters prepared by “Women’s Land Army” established in the USA, England and Austria in order to improve the agricultural production, which was decreased after men’s joining to the army in harsh conditions of the Second World War, and prevent psychological destruction by employing the unemployed urban women as well in some kind of labor and enabling them to earn income even if it is just a smidgen. The study in the paper argues that the posters published in these three countries have some characteristics in common; they all use visual expressions of

* Bu çalışma, 4. Genç Bilim Adamları Sempozyumu’nda sunulan tebliğ genişletilerek hazırlanmıştır.

** Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sametkavoglu@gmail.com.

presentable women in the agricultural lands due to addressing the urban women and describe the smiling women without any sign of exhaustion to indicate how this work is easy and pleasant. Despite these positive and pleasant descriptions, not only the statements of the people lived in the relevant period and but also the nature of agricultural production reveal that the signified do not jibe with reality.

Keywords: Semiotics, Women, Agriculture, Manufacturing, Poster.

Giriş

Küresel çapta çok büyük yıkımlara neden olan I. ve II. Dünya Savaşları, yaşanan can ve mal kayıplarının yanı sıra toplumsal hayatı çok derinden etkileyen yeni kavram ve olguların da oluşmasına neden olmuştur. Savaşa müdahil olan tüm ülkelerde üretimde ağırlıklı olarak görev alan erkeklerin, savaşa katılmak üzere orduya dahil edilmesiyle birlikte, toplumsal hayatın devamı, ordunun, kamunun ve vatandaşların ihtiyacı için kadınların daha yüksek oranda üretim faaliyetlerine katılımı gerekmiştir.

Sanayi tesislerinden, tarımsal üretime, hizmet sektörlerinden, ordu görevlerine kadar pek çok alanda kadın emeğine artan oranda ihtiyacı dikkate alan hükümetler, ilgili kurumları kanalıyla çeşitli faaliyetler düzenlemiş ve bunları duyurmak için dönemin en etkin iletişim yöntemleri olan basılı materyaller ve radyodan yararlanılmıştır.

Bu araştırma çerçevesinde tarımsal üretimi canlandırmak, savaş esnasında gerekli gıda maddelerinin sıkıntısını yaşamamak, bunların yanı sıra savaşa katılmayan kadın vatandaşları da bu seferberliğin içerisine dahil ederek, oluşabilecek psikolojik ve sosyolojik sorunların önüne geçmek amacıyla başta İngiltere olmak üzere, ABD ve Avustralya’da kurulan “Woman’s Land Army” yapılanmaları ele alınmış ve bu organizasyonlara daha fazla sayıda üye kazandırılmak amacıyla basılan afişler göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir.

Göstergebilim

Türkçede göstergebilim ile karşıladığımız semiyotik sözcüğü Yunanca semeiotike teriminden, semiyoloji sözcüğü ise Yunanca semeion (gösterge) ve logia (“kuram” “söz”) anlamından doğmuştur (Rifat, 1992, s. 17).

Göstergebilim, öbür okuma yöntemlerine eklenen yeni bir okuma biçimi değil, okumanın, çözümlemenin koşulları konusunda ortaya atılmış, geliştirilmiş, tutarlı, tümü kapsayıcı bir varsayımlar ağıdır. Bir başka deyişle anlatılarda, metinlerde anlamların nasıl birbiriyle eklemlenerek üretildiğini araştıran, öncelikle de bu üretim sürecini ortaya koyabilecek bir kuramsal aygıt (düşünme modeli) geliştiren bilimsel tasarıdır (Rifat, 1996, s. 17).

Göstergebilimsel çözümlemeye başvuran kişi;

Çokanlamlı dizgeleri ele aldığında, "yoruma açık dizge" ya da "anlamı sonsuz dizge" diyerek, "her şeyi söyleyebilme" yetkisini kendine tanımaz. Anlatının çokanlamlılığını (anlatı içine yerleşmiş, aralarında bağlantı bulunan anlamlar demeti) yine anlatının kendi içinde tutarlı bağıntılar, ilişkiler ağı kurarak yeniden yapılandırmaya çalışır. Anlatının yüzeyine değil, derinliklerinden yüzeye uzanan üretim sürecini çözümlerken, "her şeyin söylenebileceği"ne değil, "her şeyin birbirleriyle bağlantı içinde bulunduğu"na, bu nedenle, çözümleyici söylemin de bir tutarlılık içinde yaratılabileceğine inanır. (Rifat, 1996: 14-15)

Fiske (2003) bu durumu şöyle bir örnekle açıklamaktadır:

Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; "sokak" sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayarı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu bir oyun alanı hâline getirebilirim. Ya da siyah-beyaz bir film, sert odak ayarı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan çocuklar için soğuk, zalim, barınılmaz ve yıkıcı bir mekân hâline getirebilirim. (s. 116)

İtalyan göstergebilimci Umberto Eco; "Dilsel olan veya olmayan herhangi bir metnin işleyişi, üretilme anının yanı sıra bu metnin anlaşılması, gerçekleşmesi, yorumlanması açısından hem alıcının oynadığı rol, hem de metnin bu tür katılım biçimlerini nasıl öngördüğü göz önüne alınır" der. Televizyon bildirilerini inceleyen Eco televizyonda verilen bildirilerin yani kodların kendi vericilerinin düzgülerine uygun olarak incelenmesinin uygun olmadığını belirtir ve kendi alıcılarının kodlarına bağlı olarak ne söylediğinin ya da ne söyleyebileceğinin de incelenmesi gerektiğini belirtir. Eco çalışmalarında üç tür amaç belirtir. Bunlar: 1- Yaratıcının amacının (*intentio auctoris*) araştırılması olarak yorum, 2- Yapıtın amacının (*intentio operis*) araştırılması olarak yorum, 3- Okurun amacının (*intentio lectoris*) verilişi olarak yorum arasındaki ayrımdır.

Burada sorulması gereken sorular:

- Metinde, yazarın ne söylemek istediği
- Metinde, metnin ne söylediği
- Metinde alıcının orada ne bulduğunu, alıcının kendi anlamlama dizgelerine, arzularına ya da isteklerinin ne olduğudur. (Akt. Rifat, 2005)

Sonuç olarak kısaca ifade etmek gerekirse; bir iletişimin gerçekleşebilmesi için verici tarafından gönderilen mesajın alıcı tarafından anlaşılması gerekir. Dolayısıyla alıcının peşinde olduğu şey göstergenin hangi maddeden yapıldığı, biçimi, hacmi ya da görüntüsü değildir. Onun için önemli olan, göstergenin anlamıdır. Çünkü alıcı, göstergenin ne anlattığını anlayabilirse bildiriye çözmüş olacaktır. (Günay, 2002, s. 184)

Reklamların Göstergebilimsel Çözümlemesi

Culler'ın (1985), Saussure'ü konu edindiği kitabındaki "bir ekinde anlamı olan her şey bir gösterge ise, dolayısıyla göstergebilimsel bir araştırma nesnesiyse, göstergebilim insanbilimlerin

ve toplumbilimlerin çoğu dallarını kapsamına alacaktır. Herhangi bir insan etkinliğine, müzik olsun, mimarlık, görgü kuralları, reklâm, moda, yazın olsun, her birine göstergebilim açısından yaklaşabiliriz” (s. 100) şeklindeki ifadesinden yola çıkarak basılı reklam materyalleri olan afişlerin de göstergebilimsel çözümlemesinin yapılabileceği düşüncesi hakim olmuş ve bu konuda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Dilbilimci olan Saussure göstergebilimsel çözümlemeyi metinler üzerinde yapmış, Charles Sanders Pierce ise çalışmalarıyla alanın genişlemesine imkan sağlamıştır.

Pierce, Lady Welby’ye yazdığı mektupta “matematik, ahlak, metafizik, genel çekim, termodinamik, erkekler ve kadınlar, şarap, ölçü ve tartı birimi, ne olursa olsun her şeyi ancak göstergebilimsel olarak incelemiştir.” şeklinde yazmaktadır. Felsefecinin bu mektubu ve çeşitli çalışmaları göstergebilimin, dilbilim ve edebiyat dışı alanlarda geçerlik kazanmasını sağlamıştır (Akt. Küçükdoğan, 2009).

Olaya reklâmlar açısından bakıldığında ise şunlar söylenebilir. Her reklâm bir üründen söz eder; bu onun düz anlamıdır. Ancak başka şeyler anlatır; bu da onun yan anlamıdır (Akt. Küçükdoğan, 2009),

John Fiske (2003), bu yaklaşımla ilgili şöyle bir örnek vermektedir:

Chanel firması Fransız yıldız Catherine Deneuve’yü, parfümüne incelikli geleneksel Fransız şıklığının özel bir imgesini vermek için seçtiğinde Catherine Deneuve sistemdeki bir gösterge hâline geldi. Bir gösterge olarak Catherine Deneuve’nün anlamını belirleyen, diğer gösterge yıldızlarıdır. Catherine Deneuve bir Susan Hampshire (fazla İngiliz), bir Twiggy (fazla genç, modayı yakından izleyen, benimsediği modayı çabuk değiştirebilen), bir Brigitte Bardot (aptal sarışın) ve diğerleri değildi. (s. 69)

Fisk’in ifade ettiği şekilde örnekler çoğaltılabilir, fakat genel olarak ele alındığında, günümüzde göstergebilim çabaları aralıksız olarak büyüyorsa, bu, gerçekte, dünyadaki anlamlamanın önemini ve yayılımını daha iyi fark ediyoruz demektir. Anlamlama artık modern dünyanın düşünme biçimi durumuna gelmektedir; bu biraz da, “olay”ın, daha önceleri pozitif bilimin düşünce birimini oluşturmuş olması gibi bir şeydir (Barthes, 1993, s. 155).

Women’s Land Army

Woman’s Land Army (WLA) savaşa giden erkeklerin yerine tarımda çalışmaları için kadınları teşvik etmek amacıyla I. ve II. Dünya Savaşı esnasında İngiltere’de kurulan sivil bir örgütlenmedir. İngiltere’de “Land Girls” olarak bilenen organizasyonun savaş zamanındaki tarımsal üretime sağladıkları katkılar, olumlu sosyolojik ve psikolojik etkiler tespit edilince aynı ad ve faaliyet tanımlarıyla Amerika Birleşik Devletleri ile Avustralya’da da WLA’lar kurulmuştur (Wikipedia, 2012).

İngiltere’de I. Dünya Savaşı zamanında Tarım Bakanlığı tarafından organize edilen “Land Army” 1915 yılında faaliyetlerine başlamış ve 1917 yılı sonuna kadar 260.000 civarında kadın, tarım işçisi olarak, 20.000’i de kendi hesaplarına WLA’da çalışmışlardır.

Sadece İngiltere'de 6 milyon erkeğin savaşa katıldığı bir dönemde gıda arz ve güvenliğinin sağlanması ve kadınların da savaşın bir parçası haline gelmesi amacıyla kurulan WLA'lara ilk anda geleneksel çiftçilerin çoğunun karşı çıkmasına rağmen Ticaret Bakanlığının yoğun bilgilendirmeleri sonucu bu faaliyet başarıya ulaşmıştır.

I. Dünya Savaşı'nın bitmesiyle normal hayatlarına dönen kadınlara, II. Dünya Savaşı'nın sinyallerinin iyice hissedilir olmaya başlamasıyla birlikte tarımsal üretimin arttırılması amacıyla tekrar ihtiyaç duyulduğunda, dönemin İngiliz Hükümeti WLA'yı Haziran 1939'da tekrar başlatmıştır.

WLA'ya katılanların büyük bölümü kırsalda yaşayan kadınlar olmakla birlikte, Londra ve kuzeydeki sanayi şehirlerinden katılan da pek çok kadının organizasyon içerisinde yer alması önemli bir noktadır.

İlk etapta gönüllülük esasına göre işleyen sistem, zorunlu askere almalar tarafından desteklenince 1944'te 80.000 civarında üye kitlesine sahip oldu ve dağıtıldığı 21 Ekim 1950 tarihine kadar faaliyetlerini devam ettirdi (Nationalarchives, 2012).

Daha önce de ifade edildiği gibi bu sistem ABD'de ve Avustralya'da da uygulanmıştır. 1943 yılında kurulan "Women's Land Army of America" (WLAA) 1947 yılına kadar, 1942 yılında kurulan "Australian Women's Land Army" (AWLA) ise 1945 yılına kadar faaliyetini sürdürmüştür.

Australian Women's Land Army

AWLA, II. Dünya Savaşı sırasında tarım sektöründe artan işgücü ihtiyacını karşılamak amacıyla 27 Temmuz 1942'de İngiliz WLA örnek alınarak kurulmuştur. Japonya'nın karşı blokta yer alması ile birlikte, Avustralya derhal asker alımlarına başlayınca boş kalan çiftlikler ve tarım arazilerinin işlenmesi için; savaş döneminde yurtdışından gıda maddesi temininin zorluğu da hesaba katılarak, kamu ve kadın örgütlenmeleri ortaklığında, İşgücü Genel Müdürlüğü koordinatörlüğünde hızlı bir örgütlenmeye gidilmiştir. 18 ila 50 yaş arasındaki İngiliz ya da müttefik ülke kökenli göçmenlerin kabul edildiği organizasyonda kentli ve tarımsal faaliyetler konusunda bilgisi düşük kadınlar ağırlıktaydı (AWM, 2012; Wikipedia, 2012).

Haftada 48 saat çalışılan ve ortalama 30 Şilin ücret alınan AWLA'da 1943 yılına gelindiğinde 2382 daimi ve 1039 yardımcı üye olmak üzere toplam 3421 üye vardı ve bu örgütün ulaştığı en yüksek noktaydı. AWLA mensupları genel olarak sebze-meyve yetiştiriciliği, domuz, koyun ve kümes hayvanları bakımı gibi işlerde çalışmışlardır. Daimi çalışanlara hastalık yardımı da ödenmesine rağmen, aynı işi yapan erkeklerden çok daha düşük ücretlerle çalıştırılmışlardır (AWM, 2012).

Women's Land Army of America

WLAA, İngiliz WLA örnek alınarak I. ve II. Dünya Savaşlarında faaliyet gösteren, savaşan erkeklerin yerine kadınların çalışması prensibine dayalı tarımsal bir üretim yapılanmasıdır (Weiss, 2009). 1917-1921 ve 1943-1947 yılları arasında çalışmalarını yürüten organizasyonda görev alan kadınlar bazı kaynaklarda "farmerettes" olarak ifade edilmektedir (Radcliffe, 2012).

I. Dünya Savaşı süresince çoğu eğitimli ve üniversitelerin koordinasyonu ile irtibat kurulan 15-20 bin kentli kadın WLAA'da istihdam edilmiştir. Theodore Roosevelt gibi ilericiler tarafından desteklenen WLAA özellikle ABD'nin Batı ve Kuzeydoğu bölgelerinde etkili olmakla birlikte, dönemin ABD Başkanı Woodrow Wilson'ın muhalifleri tarafında kadın gücü ve bu faaliyetlerin kadın sağlığı üzerine etkileri konusu sorgulanmıştır (Wikipedia, 2012).

II. Dünya Savaşına gelindiğinde ise, 18 yaş altı kız ve erkekler için kurulan "Victory Farm Volunteers" organizasyonu ile birlikte Amerikan Mahsul Teşkilatı çatısı altında yeni bir yapılanmaya gidilmiştir. Bu dönemde sadece Oregon Eyaleti'nde çalışan WLAA üyelerinin sayısı dahi 135 bin kişi düzeyindedir (Arcweb, 2012; Nebraskahistory, 2012).

Yöntem

Araştırmada İngiltere, ABD ve Avustralya'da II. Dünya Savaşı süresince kadınları tarımsal faaliyetlere yönlendirmek amacıyla basılmış afişler göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Göstergebilimin araştırmaya konu her nesneyi bütüncül olarak değerlendirip, anlam katan unsurları ve anlamaya aracılık eden unsurları kesitlere ayırma yaklaşımı ekseninde şekillenen araştırmada üç ülkenin kadınlara dönük propaganda afişleri bütünün içerisindeki karşıtlıklar ve imgelere yüklenen anlamlar üzerinden okunmaya çalışılacaktır. Bu noktada giyim, sözsüz iletişim öğeleri ve arka fon gibi simgesel kodların yanı sıra sloganların ve diğer yazılı göstergelerin de ayrıntılı analiz edileceği ve göstergeler arası ilişkilerin çeşitli açılardan sorgulamaya tabi tutulacağı ifade edilebilir.

Sınırlılıklar

Araştırmaya konu afişlerin basılı nüshalarını incelemek için ilgili ülkelerin yerleşik arşivlerine erişim gerekmektedir. Araştırmanın mekânsal ve zamansal kısıtlılıkları ile yaşanabilecek bürokratik engeller göz önünde bulundurularak, ilgili görsellerin internet ortamına aktarılan suretlerinden faydalanılmıştır. İlgili döneme ait afişlerin çokluğu ve makale kapsamında değerlendirilmesinin zorluğu nedeniyle, incelenecek afişlerin seçiminde arama motorlarından yararlanılmış ve araştırma evresinde arama motorlarında en üst sırada yer alan görseller incelenmek üzere seçilmiştir.

Bulgular

Çalışmada İngiltere, Avustralya ve ABD'deki WLA organizasyonlarının afişleri göstergebilimsel çözümlemeye tabi tutulurken üç husus üzerinde durulmuştur. Bunlardan ilki görsel göstergeler, ikincisi yazılı göstergeler, son olarak da göstergeler arası ilişkiler hususudur.

Görsel 1'de yer alan WLA görseli, İngiliz Tarım ve Maliye Bakanlıkları ile Ulusal Servis tarafından H.M. Kırtasiye Ofisi'ne hazırlattırılıp, 1939-1945 yılları arasında Londra cadde ve sokaklarına asılmıştır.

Dikey olarak tasarlanan afişte WLA üniforması giyen bakımlı bir kadın figürü ile mavi bir gökyüzü ve yeşillenmekte olan tarlalar görülmektedir. "Sağlıklı ve Mutlu Bir İş İçin Kadınların Arazi Ordusu'na Katılın" olarak Türkçeleştirilebilecek bir ifade ve detaylı bilgi için irtibat bilgileri yer almaktadır.

Görsel 1. İngiltere'de II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayımlanan WLA Afişi



Kaynak: McMaster Ü. Kütüphaneleri

WLA Afişinin Görsel Göstergeleri

WLA afişinde yer alan görsel göstergeler buğday başakları içerisinde bir elinde ceket, bir elinde dirgeni ile arka fonda yer alan tarlaya bakan, bakımlı bir kadındır.

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

İngiltere'de II. Dünya Savaşı sürecinde WLA'ya üye olanlara iki adet kısa kollu gömlek ile iki çift çorabın yanı sıra birer çift ayakkabı/çizme ile yeşil kazak, önlük, şort, şapka ve yağmurluktan oluşan uniformalar verilmiştir. Görselde yer alan kadının üzerindeki kıyafetler de işbu WLA üniformasıdır.

İlk bakışta dikkati çekeceği gibi kıyafetler kadının üzerine tam oturmuş ve arkada görünen tarlayı işlemesine rağmen üzerinde tek bir leke olmadığı gibi, az bile olsa terleme belirtisi görülmemektedir.

b. Sözsüz İletişim:

Ortaya koyduğu işe gururla bakan, kendinden emin ve dik bir duruş sergileyen kadın figürü buğday başaklarının içerisindeki ayakları hariç tamamen görünmektedir. Afişin sol tarafında hafif yan bir açıyla resmedilen kadının yüzünde beliren ifade yaptığı işten duyduğu gururu gösterirken, uçsuz bucaksız tarlaların ortasında bakımlı görüntüsüyle dikkat çekmektedir.

c. Arka Fon:

Arka fonda masmavi bir gökyüzü altında açmakta olan buğday tarlası ve etrafta yeşillenmiş olan diğer araziler görünmektedir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“For A Healthy, Happy Job Join The Women’s Land Army”

“Sağlıklı ve Mutlu Bir İş İçin Kadınların Arazi Ordusuna Katılın” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının “For a healthy, happy job” bölümü mavi bulutların önünde lacivert, italik ve bombeli bir stilde, “join the” kısmı askeriye çağrıştırarak şekilde koyu yeşil ve italik; “Women’s Land Army” ise koyu kahve, tümü büyük harflerle ve ince bir fontla yazılmıştır.

b. Diğer:

“For Details Apply To Nearest WLA County Office Or To WLA Headquarters 6 Chesham Place (Street) London S.W. 1.”

“Ayrıntılı bilgi için en yakın WLA Bölge Ofisine ya da 6 Chesham Yerleşim Yeri (Caddesi) Londra S.W.1’deki WLA Merkezine müracaat edebilirsiniz” şeklinde çevrilebilecek yazının “For details” bölümü küçük harf ve italik olarak, geri kalan bölüm ise bir alt satırda ve büyük harflerle kahverengi olarak yazılmıştır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

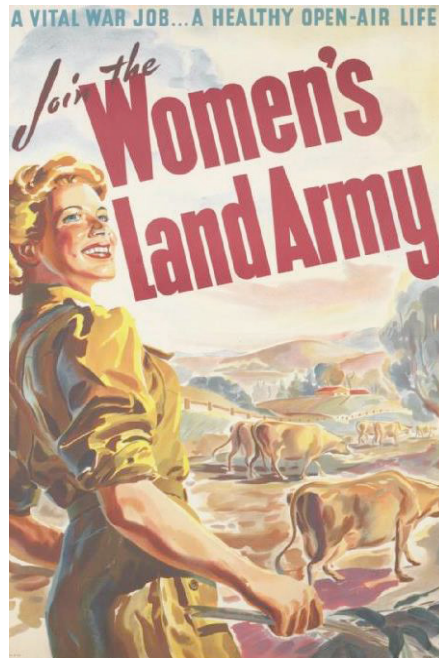
WLA afişinde göze çarpan ilk husus yaptığı işten gurur duyan üniformalı kadın görselidir. II. Dünya Savaşı’nın çetin şartları içerisinde “sağlıklı ve mutlu bir iş” bulmanın önemli bir fırsat olduğu nitelendirilmek istendiğinden bulutların önünde, özgürlüğü temsil eden mavi ve italik bir font kullanılması vurguyu kuvvetlendirmiştir. Haki renkteki “join the” (katıl) yazısı ve üniforma savaş psikolojisindeki toplumda, kadınları da bu faaliyete katılarak savaşın bir parçası olduklarına ikna amaçlı olarak kullanılmıştır. Kentli ve daha önce tarımla ilişkili işlerde çalışmamış kadınları

hedef kitle olarak seçen organizasyon afişlerinde kadın figürünü tarlaların ortasında bir moda ikonu gibi resmederek önyargıları ve korkuları yıkmaya çalışmıştır. "Women's Land Army" ifadesine de tamamı büyük harflerle ve basılı alanın dörtte biri ölçüsünde yer verilerek dikkatler organizasyona çekilmek istenmiştir. Organizasyon, kadınlardan oluşan bir tarım ordusunu temsil ettiği için, kadın zarafetine uygun ince bir font seçildiği de görülmektedir. Afişte uçsuz bucaksız tarlalarda tek bir kadının resmedilerek, bir kadının bile neler başarabileceği mesajı verilirken, diğer taraftan bireyselci İngiliz yaşam tarzına da bir gönderme yapılmaktadır.

Görsel 2'de yer alan afiş ise Avustralyalı kadınların tarım ve hayvancılık faaliyetlerinde çalışmasını özendirebilmek adına AWLA tarafından 1943 yılında H ve G Pty Ltd. Şti.'ye hazırlattırılmıştır.

745x478 mm ölçülerinde, dikey olarak hazırlanan afişte Avustralyalı bir kadın elinde ince bir ağaç dalı ile hayvan sürüsünün yanı başında resmedilmiştir.

Görsel 2. Avustralya'da II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayımlanan AWLA Afişi



Kaynak: İmparatorluk Savaş Müzesi

AWLA Afişinin Görsel Göstergeleri

AWLA afişinde yer alan görsel göstergeler elinde ince sopasıyla sarı saçlı, beyaz tenli, yapılı saçları, makyajlı yüzü ile bakımlı bir kadın ve arka fonda geniş bir arazide büyük baş hayvanlar şeklindedir.

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

AWLAda da katılımcılara, İngiltere'deki gibi üniforma benzeri kıyafetler verilerek, savaş psikolojisindeki toplumun düşünce sistematığına uygun bir giyim tarzı benimsenmiştir. Açık kahve tonlarında kolları dirseklere kadar sıyrılmış kıyafet kadının üzerine tam oturmuş ve arkada görünen büyükbaş hayvanlarla ilgilenmesine rağmen üzerinde tek bir leke de olmamıştır.

b. Sözsüz İletişim:

Şehirli kadın için zor bir iş olarak görülebilecek hayvancılık faaliyetiyle uğraşmasına rağmen yüzünün gülüyor olması, yaptığı işten keyif aldığı ve düşüncedekinin aksine bu faaliyetin çok da zor bir iş olmadığı mesajını vermektedir. Afişin yarıya yakın bölümünü kaplayan kadın figürünün kendinden emin ve dik duruşu, saçlarının ve makyajının çiftlik ortasında bile normal hayatındaki gibi yapılı oluşu aslında dikkatle okunması gereken göstergeler olarak dikkat çekmektedir. Görseldeki kadın figürünün ten ve saç rengi de dönemin düşünce sistematığını okumak adına önemli sözsüz, yazılı olmayan göstergelerdir.

c. Arka Fon:

Arka fonda çitlerle çevrilmiş bir arazi ve küçük yükseltiler ile birlikte yarıya kadar görünen bir ağaç ve birkaç adet büyükbaş hayvan görünmektedir. Çok parlak olmasa da mavi bir gökyüzü resmedilmiştir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“A Vital War Job... A Healthy Open-Air Life”

“Join The Women's Land Army”

“Hayati Bir Savaş Görevi... Sağlıklı Açık hava Hayatı” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının “A Vital War Job... A Healthy Open-Air Life” afişin üst bölümünde, turkuaz rengi ve büyük harflerle, “join the” koyu kahve, italik ve aşağıdan yukarıya doğru; “Women's Land Army” ise kırmızı renkte ve ilk harfleri büyük olarak yazılmıştır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

Savaş ortamında hazırlanmış afişte hem yazılı hem de görsel göstergelerle psikolojik faktörlere göndermeler yapıldığı görülmektedir. Yapılacak iş “hayati bir savaş görevi” olarak nitelendirilirken, kadın figürünün üzerindeki askeri üniformayı çağrıştıran kıyafetle vurgu kuvvetlendirilmiştir. Diğer taraftan resmedilen kadın figürünün beyaz tenli, sarı saçlı, Avrupalı bir karaktere büründürülmesi, ilgili dönemde özellikle İngiltere kökenli olanlarla, müttefik ülke

orijinli olanların bu organizasyona dahil edilmesi isteğinin bir yansımasıdır. Ayrıca gülümseyen ve ufka bakan kadın figürü savaşın kazanılacağına ve geleceğin aydınlık olduğuna dair verilmek istenen mesajı da içerisinde barındırmaktadır. Yine burada da geniş bir arazide tek bir kadın resmedilerek, WLA afişinde olduğu gibi bir kişinin bile savaşta önemli olduğu mesajı verilmek istenmektedir.

"Women's Land Army" ifadesi yalnızca ilk harfleri büyük ve kalın bir fontla, kırmızı renkte yazılmıştır. Font ve punto yapısı ile dikkatler organizasyona çekilerken, renk seçimiyle de kadınlarla özel bir oluşum olduğu vurgusu pekiştirilmiştir.

Amerikan Mahsul Teşkilatı tarafından Hubert Morley'e hazırlattırılan Görsel 3'teki afiş 1943-1945 yılları arasında ABD'nin çeşitli eyaletlerinde kadınların WLAA'ya katılımını teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır.

Dikey olarak hazırlanan afişte olgunlaşmış meyveleri toplayan, WLAA logolu kıyafet giyin bir kadın resmedilmiştir.

WLAA Afişinin Görsel Göstergeleri

WLAA afişinde yer alan görsel göstergeler bir eliyle üzeri meyvelerle dolu ağaç dalını tutan, diğer eliyle de olgunlaşmış meyveleri toplayan bakımlı bir kadın görselidir.

Görsel 3. ABD'de II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayımlanan WLAA Afişi



Kaynak: Oregon Eyalet Üniversitesi Kütüphanesi (oregondigital.org)

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

İngiltere ve Avustralya'daki üniformalara nazaran, üzerinde organizasyonun arması da olsa sivil hayata görece yakın kıyafet seçimi afişte dikkati çekmektedir. Altta siyah bir pantolon, üstte ise açık renk kolları dirseklere kadar kıvrık V yaka tişört giymiş şekilde resmedilen kadının sağ omzundan asılı ve sol tarafında duran, büyük bölümü de ağacın arkasında kaldığı için sepet olduğu düşüncesi uyandıran görsel, giysiler alt başlığı içerisinde ele alınmaktadır. Diğer görsellerde olduğu gibi estetik kaygılar bu afişte de ön plana çıkarılmış ve kıyafetler kadının üzerine tam oturmuş şekilde resmedilmiştir.

b. Sözsüz İletişim:

Olgunlaşmış meyvelerle dolu ağaç dalından ürün toplayan kadının gülen ve yukarı bakan yüzünde yaptığı işten duyduğu gurur gösterilirken, hasat gibi zor ve yorucu bir faaliyet yürüten biri olmasına rağmen saçlarının yapılı oluşu ve yorgunluk ya da terleme belirtisinin yer almaması dikkat çeken sözsüz iletişim öğeleridir.

c. Arka Fon:

Afişte WLAA üyesi kadın ve meyve ağacı dışında görsel bir unsur yer almamaktadır. Arka fonda sadece mavi bir gökyüzü görünmektedir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“Harvest War Crops”

“Savaş mahsullerinin hasadı” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının ilk harfi büyük, diğerleri küçük olmakla birlikte, ince ve italik bir font seçilmiş, renk olarak da kırmızı tercih edilmiştir.

b. Diğer:

“The Women’s Land Army” büyük harflerle ve mor olarak yazılmış alt satırına da daha küçük puntolarla, büyük ve siyah harflerle bağlı olduğu teşkilat olan “of The U.S. Crop Corps” yazısı eklenmiştir. Ayrıca afişin sol alt köşesinde teşkilatın logosu yer almaktadır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

WLAA afişinde daha önce incelenen diğer iki görselden farklı olarak arka plan kullanılmadan sadece kadın figürüne ve meyvelerin toplandığı bir ağaç dalına yer verilmiştir. Kadın oldukça bakımlı ve neşeli resmedilirken, yapılan işin zorluğu gibi gerçeklerden uzaklaşarak verilmek istenen mesajın kuvvetlendirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Kadının üzerindeki kıyafetler

İngiltere ve Avustralya uygulamasının aksine savaş üniformasından ziyade kolej üniformasına benzer şekilde tasarlanmıştır. Bu seçim askeri disiplinden daha çok, savaş döneminde toplumsal aidiyet duygusunu arttırmak için kurulmuş gönüllü bir oluşum izlenimi vermek için tercih edilmiş; bu durum üniformayla birlikte oluşabilecek aktif savaş psikolojisinin önüne geçilmek istendiği şeklinde yorumlanabilir. Zira ilgili dönemde savaşın ABD toprakları dışında sürüyor olması da bu düşüncüyü kuvvetlendirmektedir. Afişte diğerlerine nazaran dikkat çeken bir diğer nokta da katılıma dönük doğrudan bir çağrı ifadesinin yer almamasıdır. Savaş mahsullerinin toplanması olarak tanımlanan keyifli, yorucu olmayan ve faydalı bir faaliyet olduğu ve bunun WLAA tarafından gerçekleştirildiği ifade edilerek dolaylı bir çağrı yapılmaktadır.

Sonuç

İngiltere, Avustralya ve ABD'de yayımlanan her üç afişte de yazılı ve görsel göstergelerle gösterilmek istenen hususlar incelendiğinde, ortak noktanın kentli kadınların hedeflenmesi olduğu görülmektedir. Kentli kadına alıştığı hayattan vazgeçmeden, bu işleri yaparken de bakımlı olabileceği, çok fazla yorulmadan, sağlıklı ve mutlu bir iş yapabileceği mesajının veriliyor olması görünenin (düzanlam) ötesinde vurgulanan başlıca husustur.

Rakamlar incelendiğinde üç ülkede de kentli kadınlara yönelik hazırlanmış afişlerle hedef kitleye ulaşım sağlandığı, fakat çizilen tabloyla (gösterilen) gerçeklerin örtüşmediği de ilgili dönem araştırmalarında görülmektedir. Örneğin İngiltere'de WLA'ya katılanların büyük çoğunluğunun daha önce garsonluk, hizmetçilik, kuaförlük ya da fabrika işçiliği gibi işlerde çalışmış; çoğunun daha önce tarımda hiç çalışmamış ve çok azının kırsalda yaşamış kadınlardan oluştuğu ve yapılan işlerin, afişlerde göz alıcı şekilde tasvir edilen yaşamdan oldukça uzak olduğu ifade edilmiştir (BBC, 2012).

Reklamlar ister ticari, isterse de kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ya da devlet kaynaklı olsunlar, doğaları gereği gerçek ile hayalin sınırlarını flulaştırarak bireyleri reklamverenin hedeflerine yönlendirmeyi amaçlayan iletişim araçlarıdır.

Sonuç olarak, kamu kaynakları ile finanse edilen ve savaş zamanı azalan tarımsal üretimi tekrar sürdürülebilir bir çizgiye çıkarmak amacıyla kurulan WLA'lara üye kazandırmak için hazırlanan her üç reklam afişinde de ifade edilen fluluğun yaratıldığı görülmektedir. Göstergibilimsel bir okumayla incelendiğinde hedef kitleleri harekete geçirmek için yazılı ve görsel göstergelerin harmonisinden faydalandığı, savaş ortamında arzulanan mutlu, huzurlu ve aydınlık günlerin hayalinin de çeşitli göstergelerle pazarlandığı sonucuna varılabilir.

Kaynaklar

- Australian Women's Land Army (2012). Awm.gov.au. 07.04.2012 tarihinde http://www.awm.gov.au/encyclopedia/homefront/land_army.asp adresinden edinilmiştir.
- Australian Women's Land Army (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Australian_Women%27s_Land_Arm adresinden edinilmiştir.
- Culler, J. (1985). *Saussure*. N. Akbulut (Çev.). İstanbul: Afa Yayınları.
- Çamdereli, M. (2000). Çok ileri giderek bir 'mavi' afişi okumak ya da bir reklâm afişinin göstergebilimsel çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 5.
- Çamdereli, M. (2006). Reklam arası. Konya: Tablet Yayınevi.
- Elaine F. Weiss (2009). Before rosie the riveter, farmerettes went to work. *Smithsonianmag.com*. 07.04.2012 tarihinde <http://www.smithsonianmag.com/history-archaeology/Before-Rosie-the-Riveter-Farmerettes-Went-to-Work.html> adresinden edinilmiştir.
- Farm Labor Programs Work to Bring In the Crops (2012). State.or.us. 07.04.2012 tarihinde <http://arcweb.sos.state.or.us/pages/exhibits/ww2/services/farm.htm> adresinden edinilmiştir.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. S. İrvan (Çev.). Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Günay, D. (2002). *Göstergebilim yazıları*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Harvest War Crops poster (2012). 07.04.2012 tarihinde <https://oregondigital.org/catalog/oregondigital> adresinden edinilmiştir.
- Join the Women's Land Army (2012). Iwm.org.uk. 07.04.2012 tarihinde <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/33507> adresinden edinilmiştir.
- Küçükdoğan, R. (2009). *Reklam nasıl çözümlenir? Reklam iletişimde göstergeler ve stratejiler*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Ministry of Agriculture and the Ministry of Labour and National Service, Poster, [1939-1945] (2012). McMaster.ca. 07.04.2012 tarihinde <http://digitalcollections.mcmaster.ca/ministry-agriculture-and-ministry-labour-and-national-service-poster-1939-1945> adresinden edinilmiştir.
- Rifat, M. (1992). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Rifat, M. (1996). *Göstergebilimcinin kitabı*. İstanbul: Düzlem Yayınları.
- Rifat, M. (2005) XX. yüzyılda dilbilim ve göstergebilim kuralları 2: Temel metinler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- The Lost Army: The Woman's Land Army of America (2012). Radcliffe.edu. 07.04.2012 tarihinde http://www.radcliffe.edu/schles/schlesnews_lostarmy.aspx adresinden edinilmiştir.
- The Women's Land Army in Britain (2012). BBC. 07.04.2012 tarihinde <http://news.bbc.co.uk/dna/ptop/plain/A2116478> adresinden edinilmiştir.
- Women in World War II – Introduction (2012). Nationalarchives.gov.uk. 07.04.2012 tarihinde http://www.nationalarchives.gov.uk/womeninuniform/wwii_intro.htm adresinden edinilmiştir.
- Women's Land Army (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Women's_Land_Arm adresinden edinilmiştir.
- Women's Land Army of America (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Woman%27s_Land_Arm_of_America adresinden edinilmiştir.
- World War II – Crop Corps (2012). Nebraskahistory.org. 07.04.2012 tarihinde http://www.nebraskahistory.org/publish/publicat/timeline/wwii_crop_corps.htm adresinden edinilmiştir.