

# ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 69 Mart 2020 & Volume: 13 Issue: 69 March 2020

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4027>

## İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA KULLANILAN AMERİKAN PROPAGANDA AFİŞLERİNİN DEĞERLENDİRMESİ EVALUATION OF AMERICAN PROPAGANDA POSTERS USED IN WORLD WAR II

İsmailcan DOĞAN\*

### Öz

Propaganda, birçok yöntem ve tekniğe sahip olan, hedef kitleyi ikna etme amacı olan bir olgudur. Kullandığı yöntem ve tekniklerden birisi de afişlerdir. Propaganda aracı olarak afişler Birinci ve İkinci Dünya Savaşları'nda etkili bir teknik olarak kullanılmıştır. Günümüzde her ne kadar yerini medya araçlarına bıraksa da afişler özellikle reklamcılıkta ve siyasal iletişimde kullanılmaya devam etmektedir.

İkinci Dünya Savaşı'nda yer alan hem mihver devletler hem de müttefikler propaganda aracı olarak afişlerden faydalanmışlardır. Bu çalışmada savaşa sonradan dahil olan Amerika Birleşik Devletleri'nin İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında kullandığı propaganda afişlerinin göstergebilimsel olarak incelenmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde propaganda kavramı ve propaganda afişlerine değinilmiş, ikinci bölümde ise İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan propagandasına değinilmiştir. Daha sonra ise seçilen propaganda afişleri propaganda açısından değerlendirilmiştir. Birçok temada propaganda çalışması yapan Birleşik Devletlerin yapmış olduğu farklı temalardan seçilen on adet propaganda afişi incelenmiştir. Araştırmada incelenen afişlerde düşmanlar çeşitli metaforlarla temsil edilmiş, hedef kitlenin duygularına hitap edilmiş kimi zaman ise korku çekiciliğinden faydalanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Propaganda, Afişler, İkinci Dünya Savaşı, Amerika Birleşik Devletleri.

### Abstract

Propaganda is a phenomenon that has many methods and techniques and aims to convince the target audience. One of the methods and techniques used is posters. As a propaganda tool, posters were used as an effective technique in the first and second world wars. Today, although it is replaced by media tools, posters continue to be used especially in advertising and political communication.

Both Axis Powers and Allies in the Second World War benefited from the posters as a propaganda tool. In this study, the propaganda posters used by the United States before and during the second world war, which were later included in the war, were analyzed semiotically. In the first part of the research, the concept of propaganda and propaganda posters are mentioned, and in the second part, American propaganda in the second world war is mentioned. Then, the selected propaganda posters were evaluated in terms of propaganda. Ten propaganda posters, selected from different themes, were examined by the United States, which carried out propaganda work on many themes. In the posters examined in the research, the enemies were represented with various metaphors, and the feelings of the target audience were addressed, and sometimes their fear attractiveness was used.

**Keywords:** Propaganda, Posters, World War II, The United States of America.

### Giriş

Propaganda, geçmişten günümüze ikna olgusunun en önemli araçlarından birisi olmuştur. Birçok türü ve tekniği olan propaganda kaynak için faydalı olabilecek her türlü aracı kullanmaktan çekinmez. Günümüzde daha çok siyasal iletişimde zemin bulan propaganda faaliyetleri geçmişte hedef kitleyi etkilemek için savaş dönemlerinde adeta bir silah olarak kullanılmıştır. Savaş dönemlerinde propaganda birçok alanda faydalı olabilmektedir. Savaş için gerekli olan maddi ve psikolojik destek almada, insanları

\* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi.

savaşmak için orduya katılmayı teşvik etmede propaganda kullanılan en önemli ikna tekniklerinden birisi olmuştur (Lasweell, 1927, 9-10).

Bununla beraber propaganda İkinci Dünya Savaşı'nda da etkin bir biçimde hem müttefikler hem de mihver devletlerce kullanılmıştır. Kitle iletişim araçları bu dönemde propaganda yapmak için çok büyük fırsat sunmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nda daha çok gazete ve afişlerle yapılan propaganda İkinci Dünya Savaşı'nda radyonun yayılmasıyla başka bir boyuta everilmiştir. Ancak bu dönemde propaganda aracı olarak afişlerden ve gazetelerden vazgeçilmemiştir. Savaşan ülkeler kendi topraklarında, savaş bölgelerinde ve tarafsız ülkelerde propaganda çalışmaları yapmışlardır. Bu ülkelerden birisi de savaşa sonradan dahil olan Amerika Birleşik Devletleridir. Amerikan Hükümeti propagandayı birçok alanda, birçok amaçla yaptığını söylemek mümkündür. Amerikan ordusuna maddi destek olunmasını sağlamak, savaşa girmek için kamuoyunu ikna etmek, ordudaki askeri casusluk faaliyetlerini önlemek, düşmanlara karşı psikolojik üstünlük kurmak öne çıkan propaganda hedefleridir. Bu hedeflere ulaşmak için Amerika Birleşik Devletleri birçok propaganda aracından faydalanmıştır. İkinci Dünya Savaşı devam ederken kurulan *US Office of War Information* (OWI) İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan propagandasını yürüten merkezi kurum olarak faaliyet göstermiştir. Savaş boyunca faaliyetlerini sürdüren kurum radyo, televizyon, afiş, afiş, sinema vb. bütün propaganda araçlarını etkin bir biçimde kullanmıştır. OWI ayrıca yurt dışında da propaganda faaliyeti yürütmüştür.

OWI'nin en fazla kullandığı propaganda tekniklerinden birisi de propaganda afişleridir. Yapılan çalışmada propaganda afişleri üzerine odaklanılmıştır. Çalışmanın temel amacı İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'nin kullandığı propaganda afişlerini seçilen örneklem üzerinde incelemek ve değerlendirmektir. Çalışmada öncelikle propaganda kavramından ve propaganda afişlerinden bahsedilmiş daha sonra İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan propagandasına genel olarak değinilmiştir. Son olarak ise İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika'nın kullandığı propaganda afişlerinden öne çıkan on adet afiş göstergebilimsel yöntemle değerlendirilerek betimsel analizi yapılmıştır.

### **1. Propaganda Kavramı ve Propaganda Afişleri**

Propaganda, bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için: haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyetidir (Qualter, 1980, 279).

Propaganda'nın İkinci Dünya Savaşı yıllarındaki ustası Goebbels (W. Doob, 1950, 419-442) propagandayı "bir siyaset aleti, toplumu kontrol altında tutabilme gücü" olarak tanımlamaktadır. Yine Goebbels'e göre propagandanın işlevi sadece düşünceleri dönüştürmek değil, kitleleri cezbederek onları yönlendirmek ve böylece bireylerin uygun görülen düşünce tarzını benimsemelerini sağlamaktır. Propaganda, önemli fikirleri desteklemek ya da yaymak anlamında olup; Latince' de yaymak ve tohum ekmek anlamlarında kullanılmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2012, 2).

Propaganda kavramı olumsuz olarak algılanan bir kavram olmakla birlikte birçok kavramla eş anlamı bir biçimde kullanılmaktadır. Sıklıkla propagandanın eş anlamlısı olarak; yalanlar, biçim bozukluğu, hilekarlık, manipülasyon, zihin kontrolü, psikolojik savaş, beyin yıkama ve palavra gibi kelimeler kullanılmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2012, 2).

Geçmişte bakıldığında propaganda yöntem ve teknikleri özellikle savaş dönemlerinde oldukça etkin bir biçimde kullanılmıştır. Yakın tarihte Birinci Dünya Savaşı'nda, İkinci Dünya Savaşı'nda ve Soğuk Savaş döneminde propaganda ustalarına ve bu konudaki önemli propaganda çalışmalarına rastlamaktayız. Günümüzde de propagandanın kullanımı devam etmekle birlikte siyasal iletişim alanı propagandanın zemin bulduğu en önemli alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öte yandan propagandada hedefe ulaşabilmek için kullanılacak olan bütün araçlar kullanılmaktadır. İşin aslı propaganda araç ayrımı yapmamaktadır. Burada önemli olan hedef kitleye ulaşmak için seçtiği aracın kendi istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte olmasıdır. Ancak hedef kitlenin özelliklerine bağlı olarak propagandacının kullanacağı araç ve yöntem değişir. Genel olarak bakıldığında bu araçlar basılı, yüz yüze ve görsel işitsel araçlar olmak üzere üç kısımda incelenebilir (Doğan, 2015, 302):

- Basılı Araçlar: Gazete, dergi, kitap, broşür, el ilanı, yazılı afiş, vb.
- Yüz Yüze Araçlar: Toplantılar, mitingler, seminerler, tiyatro oyunları, yürüyüşler, canvassing vb.

- Görsel İşitsel Araçlar: Radyo, sinema, televizyon, müzik, telefon, internet, sosyal medya, videolar, hoparlör vb.

Bu araçların içerisinde diğerlerine göre daha eski dönemlerden beri kullanılan afişler, propaganda yapanlar tarafından etkin bir biçimde kullanılmıştır. İnsanların fikirlerini değiştirerek ikna etmeyi amaçlayan propaganda afişleri ilk olarak on altıncı yüzyılda Almanlar tarafından Protestan reformunda kullanılmıştır. Daha sonra da etkin bir propaganda aracı olarak değerlendirildiğinde propaganda afişlerinin savaşımlardan, siyasal seçimlere kadar oldukça yaygın bir kullanımı olduğu görülmektedir (Seidman, 2008, 3).

Savaş dönemlerinde propaganda amaçlı olarak yapılan afişlerde, vatansever bir dil ve resim kullanılıyordu. İkna gücünü arttırmak için kullanılan bu afişleri profesyonel veya amatör ressamalara yaptırılmaktaydı (Tunc, 2012, 201).

Propaganda afişleri, belirli spesifik konularda mesaj vermek için de etkin bir biçimde kullanılabilir. Anlatılmak istenen bazen direkt olarak verilirken bazen de bir metafor kullanılarak farklı bir biçimde anlatılabilmektedir (Ryan, 2012, 248).

Propagandada afişlerinde önemli bir diğer nokta sloganlarla görselin birbiriyle ilişkili olmasıdır. Slogan resmi en basit ve anlaşılır bir biçimde hedef kitleye aktarmalıdır. Sloganlarla propaganda afişleri farklı olursa hedef kitle propaganda afişini farklı anlayabilmektedir. Örneğin Nazi propagandasında sloganlar etkin bir biçimde kullanılmıştır. "One People! One Reich! One Führer!" gibi sloganları sürekli tekrarlamışlardır (Welch, 2004, 218).

Propaganda afişleri Birinci Dünya Savaşı'nda savaşan ülkeler tarafından etkin bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Birinci Dünya Savaşı bu anlamda "Afiş Savaşı" olarak da adlandırılan bir savaştır. Birinci Dünya Savaşı zamanında baskı teknolojisinin ucuz olması, kısa sürede dağıtımının yapılarak geniş kitlelere yayılabilmesi savaşta gerekli propagandayı yapabilmek için oldukça iyi bir fırsattı (Shover, 1975, 469). Birinci Dünya Savaşı'nda Sadece Amerika'da Halkı Aydınlatma Komitesi (Creel Commission) tarafından 100 milyondan fazla afiş ve broşür dağıtılmıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, 54). Örneğin ünlü Sam Amca afişi ABD'de savaş sırasında en fazla üretilen afişlerden birisiydi (Afiş 1). "Seni istiyorum" başlığının yer aldığı afiş savaş sırasında beş milyon adet sattı. Başka bir "Sam Amca" afişi ise "kızlar ve erkekler Sam Amcanıza savaş kazanmak için yardım edin, yarımlığınızı (dolar) biriktirin" sloganıyla kamuoyuna sunuldu (Rider, 1983: 35).



Afiş 1: "I Want You" Propaganda Afişi (Solda) ve "Boys And Girls!" Propaganda Afişi (Sağda)

Kaynak: blogs.miamioh.edu

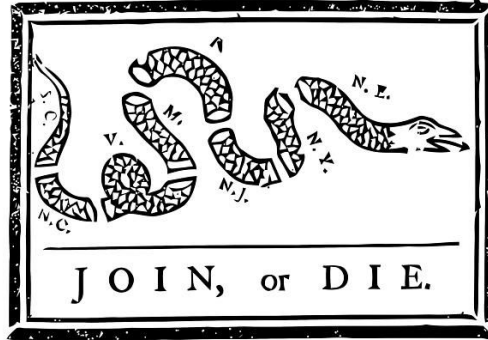
20. yüzyılda reklamcılıkta ve savaşta propagandanın en etkili unsurlarından birisi olan afişler, kullandıkları sloganlarla ve görsellerle dönemin politikaları ve toplumun durumun hakkında bizlere önemli ipuçları vermektedir. Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı devleti haricindeki savaşan bütün ülkeler propaganda afişlerini etkin bir biçimde kullanmıştır. Birleşik Krallık olarak, İngiliz Hükümeti özellikle İrlanda, Avustralya, Kanada, İskoçya ve Hindistan'da hem savaşa katılımı arttırmak hem de savaşa karşı yükselen sesleri bastırmak amacıyla propaganda afişleri üzerine yoğunlaşmıştır (Tamer, 2010, 188). Propaganda afişleri savaş öncesi ve savaş dönemlerinde insanlara yol gösteren bir araç olarak da

kullanılmıştır. Savaşa asker toplamak için kullanılan afişler aynı zamanda cephe gerisinden orduya nasıl destek olunur sorusunun da cevabını veren bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır (Özgişi, 2013, 294-295).

Savaş sonrası afişlerde verilen mesajlar savaştan dönen askerlere saygı gösterilmesi vurgusu, savaştan dönen yaralı askerlerin hayata kazandırılması için kamuoyuna çağrı vurgusu, savaş sonrası zararın karşılanması için bağış ve yardım vurgusu, zafer ve vatanseverlik vurgusu ve ayrıca Hükümet'e destek vurgusu savaş sonrası dönemlerde propaganda afişlerinin genel konusunu oluşturmaktaydı (Aktaş, 2012, 287).

## 2. İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan Propagandasına Genel Bakış

Birleşik Devletler Hükümeti tarihsel süreç içinde yukarıda da belirtildiği gibi propagandayı ülke politikalarına yön vermeye yardımcı olacak biçimde kullanmıştır. Amerikan Devrimi'ni de içeren geniş bir periyodu kapsayan bu yaklaşım adına, farklı dönemlerde çok sayıda metin yazılmış, kitaplar basılmış ve politik karikatürler çizilmiştir. Benjamin Franklin'in kolonilerin birleşmesi konusunda hazırladığı Join or Die (1754) adlı karikatürle örneklendirilebilecek (Afiş 2) bu ilk politik Amerikan propagandaları, Birinci Dünya Savaş Döneminde daha sistematik biçimde ele alınmış, İkinci Dünya Savaş döneminde ise bir disipline dönüşmüştür (Jowett ve O'Donnell, 2012, 80).



Afiş 2: Benjamin Franklin Join Or Die Politik Afişi

**Kaynak:** loc.gov

Propaganda, teknolojik ve bilimsel yeniliklerin 20. yüzyıldan itibaren gelişmesi ve dönüşüme uğraması neticesinde daha sistematik hale gelmiştir. Bu sistematik dönüşüm, beraberinde siyasal ve savaş zamanı jeopolitik kaygılardan öte; tüketim, ekonomik tesirler, kültürel kabuller ve toplumsal aidiyetin artırılması konularında, bireylere yönelik manipüle edici propagandif eylem modellerinin gelişimini ortaya çıkarmıştır. İmajlar, semboller, duygular ve siyasal-toplumsal alana özgü her türlü mesaj; içeriğinde propagandif eğilimler barındırmaktadır (Çetin, 2014, 240).

İkinci Dünya Savaşı boyunca Amerika Birleşik Devletleri'nde yüzlerce propaganda afişi basılmış ve dağıtılmıştır. Propaganda afişleri birçok konuda hazırlanmıştır. Savaş bonoları alımı için teşvik afişleri, orduya asker alımı için teşvik, ülke savunması, vatandaşların tasarruf yapmaya teşvik gibi konular öne çıkan başlıca temalardı. İkinci Dünya Savaşı boyunca OWI'nin yapmış olduğu propaganda afişlerinin temalarını incelediğimizde ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir (Witkowski, 2003, 72):

Tablo 1: İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan Propaganda Afişlerinin Temaları

	Sayı	Yüzde
Savaş Bonoları*	50	14,8
Ülke Savunması	47	13,9
Orduya Alma	40	11,8
Malzeme Koruma*	33	9,8
Sağlık	31	9,2
Casusluk	23	6,8
Ev işleri	23	6,8
Müttefikler	17	5,0
Sivil savunma	16	4,8
Başkan	15	4,4
Fiyat İdaresi*	14	4,1
Konserve/erzak dağıtım (Orduya)*	12	3,6
Zafer bahçeleri*	9	2,7
Afişler ve cepheden bilgi	8	2,4
Toplam	338	%100

\*Tasarruf temalı afişler

Mahaney'e (2002, 41) göre propaganda afişlerinde etkili olmak için hedef kitlenin her şeyden önce afişi görmesi gerekmektedir. Bu nedenle Amerika Birleşik Devletlerince kullanılan propaganda afişlerinde renk uyumu, vurgulama ve duygulara hitap etme vardır. Amerikan propaganda afişleri İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sırasında genel olarak dört şekilde hedef kitleye sunulmuştur:

Birinci tip afişler vatanseverlik temalı afişlerdir. Bu afişlerde kullanılan kadınlar veya erkekler gururlu ve güçlü bir biçimde yansıtılır. Kırmızı, beyaz ve mavi renkler bu tip afişlerde bolca kullanılır. Zira bu renkler Birleşik Devletlerin bayrak renkleridir. Afişte kullanılan kişiler her zaman iyimser bir biçimde haklı sebepler için çalışmakta ya da savaşmaktadır.

İkinci tip afişler duygusal temalı afişlerdir. Bu tip afişlerde örneğin evine hiç dönemeyecek olan bir asker, askerin eve dönmesini bekleyen bir köpek, sevdiği adamdan gelen mektubu okuyan bir kadın ya da savaştan gelen çocuklarını kucaklayan bir aile metonimi olarak kullanılabilir.

Üçüncü tip afişler alaycı ya da aşağılayıcı mizah kullanılan afişlerdir. Genellikle bir Alman ya da Japon karikatürize edilerek, alaycı duruma düşürülebilir.

Dördüncü afiş tipi ise olumsuz ve kült olan afişlerdir. Bu afişlerde ölen veya yaralanan bir asker gösterilmiştir. Ayrıca mağlubiyet durumunda ortaya çıkabilecek korkunç sonuçlar, faşizmin dehşeti vs. bu tip afişlerde yer bulmuştur.

Bunlardan başka propaganda afişleri Amerikalılar tarafından gıda üretimi, gıdanın tasarrufu ve tüketimi konulu propaganda afişleri de yapmışlardır (Tunc, 2012, 197).

### 3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, Amerika Birleşik Devletleri'nin İkinci Dünya Savaşı'nda kullandığı propaganda afişlerini değerlendirerek nelere vurgu yapıldığını, alt metinlerde hangi mesajların verildiğini, bu mesajlar verilirken hangi metaforların kullanıldığını ortaya çıkarmaktır.

Savaş dönemlerinde kullanılan propaganda afişleri, genellikle halkları savaş için harekete geçmeyi ve motive etmeyi hedeflemiştir. Bunun için profesyonel ya da profesyonel olmayan sanatçılardan faydalanılmış, sanatçılar mitleştirilmiş ulusal figürleri kullanarak hem askerleri hem de vatandaşlarını cesaretlendirmiştir (Aktaran: Işık ve Eşiti, 2015, 665). Propaganda aracı olarak kullanılan savaş afişleri özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'nda sıklıkla kullanılmıştır. Buradan hareketle bu çalışmada incelenen propaganda afişlerinin her biri bir bütün olarak değerlendirilmiş ancak; anlatının temel yapısını ortaya koyabilmek için her bir afiş kesitlere ayrılarak ve bu kesitler içerisindeki anlam, yaratıcı karşıtlıklar ortaya konularak çözümlenmiştir.

Çalışmamızda nitel araştırma yöntemlerinden olan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak Amerika Birleşik Devletleri'nin İkinci Dünya Savaşı'ndan önce ve savaş sırasında kullandığı propaganda afişlerinden öne çıkan afişler analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında incelediğimiz propaganda afişleri Fransız Göstergebilim Uzmanı Roland Barthes'in düzanlam ve yan anlam boyutlarında analiz edilmiştir. Bu bağlamda propaganda afişlerinde verilmek istenen mesajlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Afişlerde hangi metaforlardan faydalandığı propaganda açısından incelenerek değerlendirilmiştir.

Buradan hareketle çalışmamızın evreni, İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri tarafından propaganda amaçlı kullanılan tüm afişlerdir. Witkowski (2003) İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'nde 338 adet propaganda afişi bastırıldığından bahsetmektedir. Fakat tüm propaganda afişlerine ulaşmanın güçlüğü nedeniyle öne çıkan propaganda afişlerinden ulaşılabilen 66 adet propaganda afişi incelenmiş, bu afişlerden ise amaçlı örneklem yoluyla konularına göre en iyi temsil ettiği düşünülen ve öne çıkan 10 adet afiş analize tabi tutulmuştur.

### 3.1. İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan Propaganda Afişlerinin Değerlendirilmesi

İkinci Dünya Savaşı döneminde daha pek çok sanatçı el yapımı illüstrasyonlar, karikatürler, posterler ve fotomontajlarla propaganda afişleri üzerinde çalışmıştır (Witkowski, 2003, 72). Çoğunlukla siyasi propaganda amacıyla tercih edilen bu afişler, önceki bölümlerde de belirtildiği gibi; kadın ve erkekleri askerliğe yazılmaya yönlendirme, savaşta fayda sağlayabilecek mesleklere dahil olma ve üretime katılma gibi hareketleri teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır (Witkowski, 2003, 72).

Araştırmamız kapsamında incelediğimiz ilk afişte, Barthes'in düz anlam boyutunda elleri zincirlenmiş Özgürlük Heykeli görülmektedir (Afiş 3). Özgürlük Heykeli'nin arka tarafında dumanların yükselmekte olduğu ve afişte Özgürlük Heykelinin hemen önünde büyük harflerle "Never!" yani "Asla" kelimesi dikkat çekmektedir. Görselde Özgürlük Heykeli'nin başını öne doğru eğdiği ve yukarıda tutması gereken meşalesini de indirdiği görülmektedir. Dikkat çeken bir diğer detay da meşalesinin sönmüş olmasıdır.

Barthes'in yan anlam boyutunda afiş değerlendirildiği zaman ise Amerika'nın en önemli sembollerinden birisi olan Özgürlük Heykeli'ne zincir vurulması, mihver devletlerin Amerika'nın özgürlüklerine kastettiklerini ve amaçlarının bu olduğu mesajını vermektedir. Amerika'da bulunan Özgürlük Heykeli Amerika denilince ilk akla gelen simgelerden birisidir. Öyle ki bu simge ABD sinemasında, televizyonda, gazetelerde de sık sık kullanılmaktadır. Özgürlüğün simgesi olan bu yapının propaganda afişinde kullanılması ABD kamuoyunu harekete geçirmek için iyi seçilmiş bir propaganda stratejisi olduğu söylenebilir. Afişteki ayrıntıları incelediğimizde Özgürlük Heykeli'nin meşalesinin de sönmüş olduğu görülmektedir. Burada verilmek istenen mesaj mihver devletlerin başarılı olması durumunda özgürlüklerin son bulacağı mesajı olarak yorumlanabilir. Ayrıca Özgürlük Heykeli'nin başının eğilmiş ve yüz ifadesinin üzgün olması da hedef kitlenin duygularına hitap ettiği söylenebilir. Diğer taraftan Özgürlük Heykeli demokrasinin de simgesi olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında zaman mihver devletlerin demokrasiye de karşı olduklarını ve başarılı olmaları durumunda demokrasiye zincir vurulacağı mesajını bu afişten çıkarabiliriz. Afişin dikkat çeken bir diğer yanı ise ortasında büyük harflerle yazılı olan "Never" yani "Asla" kelimesidir. Burada ABD kamuoyuna afişte gösterilen yukarıda bahsettiğimiz özgürlüklere zincir vurulması durumunun asla olmayacağını, bunun için kitlelerin harekete geçmesi gerektiği tek bir kelime ve vurguyla hedef kitleye aktarılmıştır.



Afiş 3: "Never" Propaganda Afişi

Kaynak: digital.library.unt.edu



İkinci propaganda afişimiz Afiş 4 'te görülmektedir. Afişin düzenlem boyutu incelendiğinde afişte Nazi Almanya'sının lideri Adolf Hitler ve İkinci Dünya Savaşı'nda Japon İmparatoru olan Hirohito dikkat çekmektedir. Adolf Hitler'in başında Nazi simgesinin bulunduğu bir şapka bulunmaktadır. Yine Japon İmparatoru Hirohito'nun da Japon İmparatorluğu simgesinin bulunduğu bir şapka takmaktadır. Diğer taraftan afişte iki liderin arka tarafında büyük bir orman yangını görülmektedir. Alt tarafında ise afişin yarısını kapsayacak şekilde büyük harflerle yazılmış "Our Carelessness Their Secret Weapon" ve "Prevent Forest Fires" mesajları yer almaktadır.

İkinci Dünya Savaşı sürecinde Amerika Birleşik Devletleri savaşa girmek için kamuoyunu ikna etmede birçok yol kullanmıştır. Bir önceki afişte ABD'nin müdahale etmemesi durumunda Amerika'da özgürlük ve demokrasiye zincir vurulacağı mesajı verilmeye çalışılırken bir diğer propaganda afişinde ise dünyada büyük bir yangın olduğu mesajı verilmektedir. Afişte liderlerin arka tarafında yanan ormanın dünya olduğunu söylemek yanlış olmaz. Burada yangından sorumlu olan kişiler ise ön tarafta yer alan Adolf Hitler ve Hirohito olarak gösterilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nda silahlar çok önemli bir rol oynamıştır. Hatta atom bombasının tarihte ilk ve tek kullanıldığı savaş, bu savaş olarak kayıtlara geçmiştir. Zira savaş devam ederken, savaşan devletler bir yandan daha etkili olan silahları geliştirmek için adeta bir yarışa girmişlerdir. Afişte bu duruma atıf yapılarak ABD kamuoyuna seslenilmiştir. Verilen mesajda "Onların Gizli Silahları Bizim İlgisizliğimizdir" denilerek aslında Nazi Almanyası ve Japon İmparatorluğu'nun bir gücü olmadığını ABD kamuoyunun ilgisizliğinin onları güçlü bir konuma getirdiğini mesajı verilmektedir. Diğer taraftan "Orman Yangınının Önle" mesajı ile hedef kitleye harekete geçmesi için çağrıda bulunulmaktadır.



Afiş 4: "Prevent Forest Fires" Propaganda Afişi

Kaynak: digital.library.unt.edu

İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan propaganda afişlerinde korku çekiciliği sıklıkla kullanılmıştır. Nazilerin ve Japonların ABD için bir tehdit olarak gösterildiği ve korku ögesi olarak kullandığı birçok propaganda içeriği mevcuttur. İncelediğimiz üçüncü propaganda afişinde yine bu tema kullanılmıştır (Afiş 5). Propaganda afişi düzenlem bağlamında incelendiğinde çift başlı bir canavar dikkat çekmektedir. Canavarın elinde büyük ve kanlı bir bıçak mevcuttur. Çift başa sahip olan canavarın başlarından birisi Adolf Hitler diğeri ise Hirohito olarak tasvir edilmiştir ve her iki kişinin de ağzından kanlı salyalar akmaktadır. Yine bu afişte de Nazilerin ve Japon İmparatorluğu'nun simgeleri göze çarpmaktadır. Görselde canavarın Özgürlük Heykelini yıktığı görülmektedir. Bununla birlikte afişte elinde tamir anahtarı bulunan bir el görülmektedir. Tamir anahtarın üzerinde ise "Producton" kelimesi dikkat çekmektedir. Afişin alt tarafında ise "Stop This Monster That Stops Nothing" "Produce to The Limit!" "This is Your War!" sloganları yer almaktadır.

Barthes'in yananlam boyutunda bu propaganda afişi incelendiği zaman, canavarın Özgürlük Heykelini yıkması Amerika'ya karşı bir işgal tehdidi olarak sunulmuştur. Burada dikkat çeken ise elinde "Üretim" yazılı bir anahtar bulunan elin canavara karşı durmasıdır. Kompozisyonda dikkat çeken bu elin, Nazi ve Japon tehditlerine karşı Amerika'nın elindeki güç olarak üretimi ve birlikteliği vurgulamaktadır.

Zira afişin sloganında da bu mesaj verilmektedir. “Hiç Durmayan Bu Canavarı Durdur...Limitleri Zorlayarak Üret” ve “Bu Senin Savaşın” mesajları verilerek savaşı kazanmanın yolunun birlikte üretim yapmak olduğu söylenmiş ve savaş için destek toplanılması istenmiştir.



Kaynak: digital.library.unt.edu

Afiş 5: “This is Your War” Propaganda Afişi

İkinci Dünya Savaşı'nda propaganda afişleri, sadece kamuoyunu savaşa girmeye ikna etmek için kullanılmamıştır. Bunun yanında halkın orduya maddi destek vermesi için de çalışmalar yapılmaktaydı. Birleşik Devletler Hükümeti'nin milli ekonomi politikaları çerçevesinde gerçekleştirilirken, kamuyu bu harekete dahil etmek için çeşitli yöntemler kullanılmıştır. Kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilen ve propaganda ile reklamı harmanlayan bu yöntemler dahilinde; radyolardan, gazetelerden, dergilerden, el ilanlarından ve afişlerden sıkça faydalanılmıştır (Boyraz ve Cantürk, 2014, 856). Aşağıdaki görsel savaş bonoları alımını teşvik etmek için yapılmış propaganda afişlerinden birisidir. Afişin düzenlamı incelendiğinde kadın bir fabrika işçisi görülüyor. Kolunun kirilenmiş olduğu görülen işçi elindeki parayı zarfın içine koyuyor. Alt tarafta ise “Put At Least 10 Every Payday In War Bonds” metni dikkat çekiyor. Afişin üst tarafında ise “This is My Fight Too” sloganı yer almaktadır.

ABD Hazine Bakanlığı tarafından 1942 yılında yapılmış olan afişin yananlamına baktığımızda güzel bir fabrika işçisinin kullanılması ve kolunun kirli olması ile bir Hollywood tanıtımı hissini verdiği söylenebilir (Witkowski, 2003, 77). Afişte kadının kullanılması da önemli bir detaydır. Amerikan Propagandası zaman zaman kadınları propaganda afişlerinde kullanmıştır. Burada kadınları ikna etmek amaçlanmıştır (Ryan, 2012, 251).

Birleşik Devletler 'de kadınların iş gücüne katılımı o dönemde önemlidir. Zira, ülkede 1939 ve 1945 yılları arasında; yaş, medeni durum, eğitim ve meslek gibi farklı hedef kitle gruplarındaki kadınlara milli ekonomiye dahil olmayı öğütleyen pek çok afiş basılmıştır. Yakından incelemek gerekirse; Birleşik Devletler Hükümeti Baskı Ofisi tarafından hazırlanan bu afişlerde; işçi kıyafetli kadınlar fabrikalarda çalışırken resmedilmiş, alt mesajlarda ülkenin kadın işgücüne olan ihtiyacı ve iş olanakları vurgulanmıştır. Yapılan bu propaganda eşliğinde de pek çok kadın, ofis ve fabrikalardaki iş gücüne katılmaya teşvik edilmiştir (Aktaran: Boyraz ve Cantürk, 2014: 856). Afişte ayrıca “Bu Benim de Savaşım” mesajı ile topluma birlik olma mesajı ve bu savaşın bütün yurttaşların savaşı olduğu mesajı verilmeye çalışılmıştır.





Afiş 6: "War Bonds" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu

Beşinci propaganda afişi olan "Become A Nurse, Your Country Needs You" sloganlı afişte farklı bir ihtiyacı karşılamak için hedef kitleye mesaj gönderilmiştir. *American Nurses Association* tarafından 1942 yayınlanan afişte hemşirelik şapkasını alan bir genç kadın görülmektedir. Sadece elleri ve kolları gösterilen bir erkek genç kadına hemşirelik şapkasını takmaktadır. Erkeğin kollarında Amerikan bayrağını andıran yıldızlar ve mavi elbise dikkat çekiyor. Genç kadın ise beyaz yakalı ve mavi bir üniforma giyiniyor (unt.edu).

İkinci Dünya Savaşı devam ederken Amerikan ordusunun bütün kollarında hemşirelere olan talep oldukça fazlaydı. Amerikan ordusunun bu açığı kapatmak için yapmış olduğu propaganda afişlerinden birisi olan bu afişte yananlam bağlamında Amerikan bayrağı olan erkek eli Amerikan ordusunu ve halkını temsil etmektedir. "Hemşire Ol! Ülkenin Sana İhtiyacı Var" sloganı ise insanları hemşire olmaya teşvik etmektedir. Afişteki kadının yüzündeki gülümseme, hemşire olmaktan memnun olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.



Afiş 7: "Become A Nurse" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu

İkinci Dünya Savaşı'nda Birleşik Devletlerde savaşta yeterli gıda tedarikini karşılamak için zafer bahçeleri isimli bahçeler ekilmiştir. Ortalama bir Amerikalının savaşa destek vermesinin en pratik yollarından birisi olan bu yöntemle Amerikan ordusunun gıda ihtiyacı karşılanıyordu. Amerikalıların zafer bahçelerini ekmeye teşvik etmek için ise birçok propaganda afişi hazırlanmıştır. Zafer bahçeleri ABD tarım departmanı tarafından oluşturulmuş bir kapmayandır (Toft, 2017, 45). Aşağıdaki propaganda afişinde bunun önemli bir örneği görülmektedir (Afiş 8). Afişte ön tarafta bir sebze yığını, arka tarafta ise biri kadın biri erkek olmak üzere iki çiftçi görülmektedir.

Bilindiği gibi propaganda afişleri duygusal bir çekiciliğe sahiptir. Zafer Bahçeleri isimli bu afişte de hem verilen slogan hem de parlak renkler ve sebze yığını Amerikan vatandaşlarını duygusal olarak etkilemeyi amaçlamıştır. "Your Victory Garden Counts More Than Ever" mesajı ile zafer bahçelerine her zamankinden daha fazla ihtiyaç olduğu söylenmektedir. Burada verilmek istenen mesaj, vatanseverliğin sadece kendi ürünlerini yetiştirmekten geçmediği, ülkesi için de ekmesi gerektiği, savaşı kazanmak için bunun gerekli olduğu mesajıdır.



Afiş 8: "Your Victory Garden Counts More Than Ever!" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu

Birleşik Devletlerin İkinci Dünya Savaşı sırasında endişelendiği ve bunun üzerine propaganda yaptığı önemli bir konu da casusluk konusudur. Bunun önüne geçebilmek için birçok propaganda afişi yapılmıştır. Bunların başarılı bir örneği "Someone Talked" başlıklı propaganda afişidir. Afişin düzenlamında denizde boğulan bir asker görülmektedir. Afişte büyük harflerle "Birisi Konuştu" yazısı dikkat çekmektedir.

"Someone Talked" isimli propaganda afişi İkinci Dünya Savaşı'nda kullanılmış en popüler propaganda afişlerinden birisidir. Bu propaganda afişinin yananlamına baktığımızda, afişin zekice tasarlanmış olduğunu söyleyebiliriz. Burada boğulan denizcinin son sözlerinin "Birisi Konuştu" olması, insanların umursamazlığından ya da dikkatsizliğinden dolayı casusların bilgiyi haber aldığını ve bu sebeple de bir savaş gemisinin vurularak denizcilerin boğulduklarını göstermektedir. İkinci Dünya Savaşı sırasında casusların Amerikan toplumuna sızarak önemli askeri bilgileri öğrenmeleri konusundaki tehlikenin ne kadar ciddi olduğunu vurgulama noktasında bu propaganda afişi başarılı bir örnektir. Afişte dikkat çeken bir diğer nokta da boğulan askerin eliyle suçlayıcı bir işaret kullanmasıdır. Burada suçladığı kişi ya da kişiler dikkatsiz bir biçimde konuşarak casusların bilgi edinmesini sağlayan insanlardır. Boğulan askerin ölüm sebebi, onların dikkatsizliğini ya da boşboğazlığıdır ve bunu hayatıyla ödemiştir.

Diğer taraftan bu propaganda afişi sadece topluma yönelik olarak değildir. Bu afiş aynı zamanda ordu içerisinde de tersanelere, ordu ve donanma karakollarına, sahildeki askerlerin gidebilecekleri restoranlara ve eğlence yerlerine asılmıştır (nh.gov).



Afiş 9: "Someone Talked!" Propaganda Afişi

Kaynak: digital.library.unt.edu

İkinci Dünya Savaşı'nda Birleşik Devletlerin propaganda afişlerinden bir diğeri Birleşmiş Milletler temalı afiştir. Afişte müttefiklerin yanında yer alan ülkelerin bayrakları yer almaktadır. Afişte Haiti, Norveç, Brezilya, ABD, Küba, Dominik Cumhuriyeti, İngiltere, Yunanistan, Guatemala [İngiliz bayrağının arkasında], Güney Afrika, Çekoslovakya, Etiyopya, Lüksemburg, Kanada, Sovyetler Birliği, Belçika, Bolivya, Yugoslavya, Honduras, Panama, Irak, Hindistan, Kosta Rika, El Salvador, Avustralya, Filipinler, Polonya, Meksika, Hollanda ve Yeni Zelanda devletlerinin bayrakları yer almaktadır. Afişin altında ise "The United Nations Fight for Freedom" (Birleşmiş Milletler Özgürlük için Savaşıyor) cümlesi yer almaktadır. Afişte uçaklar, tanklar ve gemilerden oluşan bir filo görülmektedir. Bayrakların etrafında büyük bir duman bulutu ve alevler yer almaktadır.

Propaganda afişinin yananlamına baktığımızda dünya çapında bir birlik ve beraberlik mesajının verildiği görülmektedir. Savaş zamanında Birleşmiş Milletler'in büyük bir ittifak olduğunu dünyaya göstermesi bakımından bu afiş önemlidir. Afişte Fransa bayrağı olmaması ise anormal bir durum olarak görülebilir. Afişte yer alan donanma, tanklar ve uçaklar Birleşmiş Milletler'in ordularını temsil etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin bayrağının en üstte olması ise özgürlük konusunda oluşturulan bu ittifakın lideri olduğunun göstergesidir. Bu afiş ayrıca müttefiklere de bir mesaj ertmektedir. Müttefik devletlerin hep birlikte güçlü oldukları mesajı bu afişin alt metinlerinden okunabilir. Afişin üst tarafına konumlandırılmış olan büyük harflerle "United" kelimesi İngilizcede birleşik, müttefik, ortaklık gibi anlamlara gelmektedir. Bu kelimeyle tüm müttefiklere birlikteliğin önemi vurgulanmıştır.

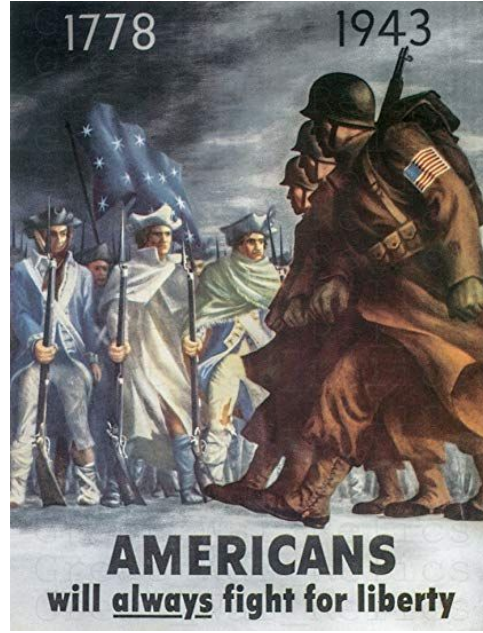


Afiş 10: "The United Nations Fight for Freedom" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu

"Americans will Always Fight for Liberty" isimli afişte ise Amerikan Devrimi'ndeki askerler ile 1943 yılındaki Amerikan askerleri görülmektedir. US Office of War Information tarafından üretilen bu propaganda afişi İkinci Dünya Savaşı'nda kullanılan etkili ve önemli afişlerden birisidir. Afişte kasklı ve paltolu Amerikan askerleri görülmektedir. Devrim dönemindeki askerlerin bazılarının kıyafetlerinin yırtık olduğu ayrıntısı da mevcuttur. Askerlerin ellerinde tüfekler vardır. 1943 yılındaki askerlerin karlar üzerinden yürüyerek disiplinli bir biçimde geçtikleri görülmektedir. Afişin renklerine baktığımızda renk zıtlığının olduğu görülmektedir. Devrim dönemi askerleri açık mavi ve beyaz renk ağırlıkta, İkinci Dünya Savaşı'ndaki Amerikan askerleri ise kahverengi ağırlıklıdır. Ayrıca en yakında olan askerin omuzunda Amerikan bayrağı açık bir şekilde göze çarpmaktadır.

Afişin yananlamına baktığımızda özellikler vatanseverlik ve özgürlük teması üzerinden gidildiği söylenebilir. Afişte Amerika'nın geçmişte olduğu gibi şimdiki askerlerinin de özgürlük savaşçısı olduğu gösterilmektedir. Vatanseverlik vurgusu yapılarak Amerika'nın savaşına destek çabası içerisine girilmektedir. Nitekim afişte yer alan "Americans will Always Fight for Liberty" (Amerikalılar her zaman özgürlükleri için savaşacak) mesajı bunu destekler niteliktedir. "Always" (Her zaman) kelimesinin altının çizili olması Amerikalıların mihver devletlere karşı savaşmada kararlı olduklarını göstermektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın en bilinen afişlerinden birisi olarak öne çıkan bu afiş vatanseverlik ve özgürlük mesajı ile geçmişte olduğu gibi şimdi ve gelecekte de hem Amerikalılara hem de mihver devletlere mesaj vermektedir. Ayrıca afişte her iki jenerasyonun da özgürlükleri için savaştıkları vurgusu yapılmıştır.

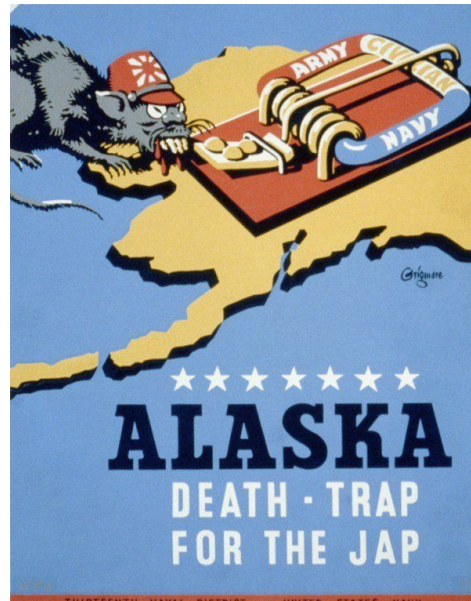




Afiş 11: "Americans will Always Fight for Liberty" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu

İncelediğimiz son afiş "*Alaska-Death-Trap for The Jap*" isimli Amerikan donanması propaganda afişidir. Afişi düzenlem bağlamında incelediğimizde Birleşik Devletlere bağlı olan Alaska Eyaleti'nin haritası görülmektedir. Haritanın üzerinde ise bir fare tuzağı yer almaktadır. Tuzağın üzerinde ordu, sivil ve deniz kuvvetleri kelimeleri dikkat çekmektedir. Diğer taraftan tuzağa yaklaşan bir fare görülmektedir. Farenin başında ise Japon İmparatorluğu'nu temsil eden ve yükselen güneşin bulunduğu bir fes vardır. Afişin alt yazısında ise "*Alaska-Death-Trap for The Jap*" (Alaska Japonya için Ölüm Tuzağı) ifadeleri yer almaktadır.

Afişi yananlam bağlamında incelediğimiz zaman, Alaska Eyaleti'nin Japonlar tarafından işgal etme girişimi ihtimaline karşı yapılmış bir afiş olduğunu söylemek mümkündür. Bu afişte Japonya'yı bir fareye benzeterek düşmanı aşağılama yoluna gidildiği görülmektedir. Bilindiği gibi fareler zararlı kemirgenler olarak kabul edilir. Bu afişte ise Alaska'ya zarar vermek isteyen fare için bir tuzak kurulmuştur. Birlik ve beraberlik mesajının verildiği fare tuzağında ordu, sivil, halk ve deniz kuvvetlerinin iş birliği ile bu zararlı farenin yok edileceği gösterilmiştir.



Afiş 12: "Alaska-Death-Trap for The Jap" Propaganda Afişi  
Kaynak: digital.library.unt.edu



## SONUÇ

Propaganda, tarihin birçok döneminde gerek devletler tarafından gerekse de kişiler tarafından önemli bir ikna silahı olarak kullanılmıştır. Özellikle savaş dönemlerinde kendini gösteren propaganda faaliyetlerinin kitleler üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Afişler her zaman genel propaganda çabalarının önemli bir parçası olmuştur. Örneğin İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan propaganda aracı olarak afişler, billboardlar ya da broşürler olarak tasarlanmış ve dağıtılmıştır (Ryan, 2012, 250).

İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında Amerika'da US Office of War Information kurumu propaganda yönetim görevini üstlendi. Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda amaçlı olarak kullanılan afişler bu defa İkinci Dünya Savaşı'nda daha etkili bir biçimde kullanılmaya başlandı. Amerika Birleşik Devletleri'nin savaş öncesi kamuoyunu savaşa ikna etmek için propaganda faaliyetleri yürüten US Office of War Information kurumu, savaş sırasında da gerek vatanseverlik gerekse de birlik beraberlik üzerine yüzlerce propaganda afişi hazırlamıştır. Hazırlanan bu afişler ülkenin her yerine dağıtılmıştır.

Çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'nin hazırlamış olduğu propaganda afişleri incelenmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nda US Office of War Information tarafından 338 adet propaganda afişi hazırlanmıştır (Witkowski, 2003, 72). Bu afişlerin temaları dönemin koşullarına göre değişiklik göstermiştir. Kimi afişlerde vatanseverlik ön plana çıkarılırken, kimi afişlerde ordunun maddi olarak desteklenmesi için propaganda yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda genel olarak renkler iyi kullanılmış bu durum da afişlerin daha dikkat çekici olmasını sağlamıştır. Ayrıca afişler, sloganlar ve metinlerle desteklenmiş, hedef kitleye verilmek istenen mesajlar net bir biçimde iletilmiştir. İncelenen afişlerden bu mesajlardan öne çıkan noktalar şu şekildedir;

Amerikan propaganda afişlerinin odaklandığı noktalardan bir tanesi özgürlük mesajıdır. İncelenen afişlerde Amerikan Halkı'nın özgürlüğü için her şeyi yapacağı ve özgürlüğünü kaybetmemek için savaşacağı algısı oluşturulmuştur. Dolayısıyla afişlerde Özgürlük Heykeli'ni kullanmak propaganda açısından iyi bir tercih olduğu söylenebilir. Öne çıkan bir diğer propaganda teması korku çekiciliğidir. Bu noktada propaganda hazırlayıcıları Nazi Almanya'sı ve Japon İmparatorluğu'nu düşman olarak ele almışlar ve hem dünya için hem de Amerika Birleşik Devletleri için büyük bir tehlike olarak tasvir etmişlerdir. Propaganda afişlerinde korku çekiciliğini kullanırken Nazi Almanya'sı ve Japon İmparatorluğu'nu metaforlar kullanarak hedef kitleye sunmuşlardır. Tasarruf temalı afişler de savaş boyunca kullanılan propaganda afişleridir. Bu afişlerde ise genelde savaş durumundan dolayı tasarruf yapılması gerektiği, yapılan tasarruflardan ordu için de destek olunması gerektiği mesajı verilmiştir. Bu afişlerde genel olarak herhangi bir metonimlerden faydalanılmadan düz anlamlı bağlamında mesajların verildiği görülmüştür.

## KAYNAKÇA

- Aktaş, Özgür (2012). Propaganda Afişlerinde Savaş ve Barış Temasının İşleniş Üzerine Öğrenci Görüşleri. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty*, (GUJGEF), S. 32 (2), s. 281-309.
- Boyraz, Burak ve Cantürk, Ali (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Savaş Bonusu Afişleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, S. 3(4), s. 855-869.
- Çetin, Beyzade Nadir (2014). Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 24(2), s. 239-265.
- Doğan, İsmailcan (2015). Propaganda Aracı Olarak İnternet: Kayseri İli Merkez Seçmeni Üzerine Bir Alan Araştırması (Internet As A Propaganda Tool: A Study on Voters in The Kayseri). *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, S. 3(2), s. 296-319.
- Doob, Leonard W. (1950). 'Goebbels' Principles of Propaganda. *The Public Opinion Quarterly*, Oxford University Press on Behalf of The American Association for Public Opinion Research. S. 15(3), s. 419-442.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz, Alemdar (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Işık, Metin ve Eşitti, Şakir (2015). I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Göstergibilimsel İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, S. 70 (3), s. 655-682.
- Jowett, Garth. S. ve O'donnel Victoria (2012). *Propaganda and Persuasion*. USA: Sage Publications.
- Lasswell, Harold D. (1927). *Propaganda Technique in The World War*. London: Kegan Paul, Trench, Trubnc Company Ltd.
- Leone, Massimo (2017). Silence Propaganda: A Semiotic Inquiry into The Ideologies of Taciturnity. *Signs and Society*, S. 5(1), s. 154-182.
- Mahaney, Darlene (2002). Propaganda Posters. *OAH Magazine of History*, S. 16(3), s.41-46.
- Özgişi, Tunca (2013). Bir Siyasi İmge Olarak Çocuk ve Savaşlar: I. Dünya Savaşı Örneği. *Electronic Turkish Studies*, S. 8 (11), s. 293-312.
- Qualter, H. Terence (1980). Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi, Çev. Ünsal Oskay. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, S. 1-4, s. 255-307.

- Rider, Mary M. (1983). Images of Propaganda: World War I and World War II Posters. Queen City Heritage, *The Journal of The Cincinnati Historical Society*, S. 41(1), s.31- 36.
- Ryan, Kathleen (2012). Don't Miss Your Great Opportunity: Patriotism and Propaganda in Second World War Recruitment. *Visual Studies*, S. 7(3), s. 248-261.
- Seidman, Steve (2008). *Posters, Propaganda, and Persuasion in Election Campaigns Around The World and Through History*. New York, Peter Lang.
- Shover, Michele J. (1975). Roles and Images of Women in World War I Propaganda. *Politics & Society*, S. 5(4), s. 469-486. <https://doi.org/10.1177/003232927500500404>
- Tamer, Aytül (2010). *Birinci Dünya Savaşı'nda İngiltere ve ABD'nin Osmanlı Devleti'ne Karşı Yürüttüğü Propaganda Faaliyetlerinin Amerikan ve İngiliz Basını Bağlamında İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Toft, Holly F. (2017). *All Out For Victory: The Nebraska Advisory Defense Committee in World War II* (Order No. 10605053), Available From Proquest Dissertations & Theses Global. (2009355075). Retrieved From <https://search.proquest.com/docview/2009355075?accountid=15875>
- Tunc, Tanfer E. (2012). Less Sugar, More Warships: Food As American Propaganda in The First World War. *War in History*, S.19(2), s. 193-216.
- Welch, David (2004). Nazi Propaganda and The Volksgemeinschaft: Constructing A People's Community. *Journal of Contemporary History*, S. 39 (2) s. 213-238.
- Witkowski, Terrence. H. (2003, Spring). World War II Poster Campaigns. *Journal of Advertising*, S. 32 (1), s. 69-82.
- İnternet Kaynakları  
<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc570/> erişim 31.01.2020.  
<https://www.nh.gov/nhsl/ww2/ww59.html> erişim 31.01.2020.  
<https://digital.library.unt.edu/> erişim 31.01.2020.  
<https://blogs.miamioh.edu/> erişim 31.01.2020.  
<https://www.loc.gov/pictures/item/2002695523/> erişim 31.01.2020.