

ÇİN MİLLİYETÇİ PARTİSİ TARAFINDAN JAPON İŞGALI'NE KARŞI YÜRÜTÜLEN ULUSAL SEFERBERLİK PROPAGANDASI

Caner ÇAKI¹
Gül ÇAKI²
Mustafa AKSOĞAN³
Mehmet Ozan GÜLADA⁴

ÖZ

7 Temmuz 1937 tarihinde Japonya ve Çin arasında dünya tarihinin en kanlı savaşlarından biri başlamıştı. Japonya, 1937 yılından itibaren Çin'in topraklarını işgale girişmiş ve ülkenin doğu bölgesindeki toprakların önemli bir bölümünü ele geçirmeyi başarmıştı. Çin'de o dönemde etkin olan Çin Milliyetçi Partisi (Kuomintang, KMT), ulusal seferberlik ilan ederek, Japonya'ya karşı Çin halkının tüm gücüyle savaşmasını istemişti. Bu aşamada KMT tarafından tarihteki en etkili ulusal seferberlik propagandalarından biri gerçekleştirilmiş ve yüz binlerce Çin vatandaşının Japonya'ya karşı verilen mücadelede aktif olarak rol alması sağlanmıştı. KMT ulusal seferberlik propagandasında posterleri etkili bir şekilde kullanmıştı. Çalışma kapsamında KMT tarafından kullanılan propaganda posterlerinde ulusal seferberlik propagandası bağlamında hangi mesajların verildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında Şanghay Propaganda Posterleri Sanat Müzesi'nden (SPPAC) amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen altı propaganda posterleri, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada belirlenen KMT'nin propaganda posterleri, ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce'in göstergebilim ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular kapsamında, KMT'nin posterler üzerinden Japonya'nın yenilebilmesi için mutlaka Çin halkının birlikte hareket etmesi gerektiğini vurguladığı ve diğer yandan Çin halkının Japonya'ya karşı verilen mücadelede kararlı bir şekilde savaştığı algısını oluşturduğu ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Japonya, Çin İşgali, Propaganda, Poster, Göstergebilim

¹ Arş. Gör., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Malatya, caner.caki@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1523-4649

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, gulcaki06@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5501-0191

³ Öğr. Gör., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Akçadağ Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Programcılığı Bölümü, mustafa.aksogan@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8233-2321

⁴ Öğr. Gör., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Akçadağ Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mehmet.gulada@ozal.edu.tr, 0000-0002-6826-3902

THE NATIONAL MOBILIZATION PROPAGANDA MADE BY CHINESE NATIONALIST PARTY AGAINST THE JAPANESE OCCUPATION

ABSTRACT

One of the bloodiest wars in the history of the world started between Japan and China on July 7, 1937. In the war, Japan occupied China's territory and managed to conquer a significant part of the territory in the eastern part of the country. The Chinese Nationalist Party (Kuomintang, KMT), which was active in China at that time, called for national mobilization and wanted to fight against Japan with the Chinese people's all power. At this stage, one of the most effective national mobilization propaganda in history was realized by KMT and hundreds of thousands of Chinese citizens actively involved in the struggle against Japan. KMT effectively used posters in national mobilization propaganda. The aim of the study was to determine which messages were given in the context of national mobilization propaganda in the posters used by KMT. For this purpose, six propaganda posters, which were determined using the sampling method from the Shanghai Propaganda Posters Art Museum (SPPAC), were examined using semiotic analysis method in qualitative research methods. Propaganda posters of the KMT, which were determined in the study, were analyzed in the light of USA linguist Charles Sanders Peirce's semiotics. According to the findings, it was revealed that the KMT emphasized that the Chinese people should act together against Japan and on the other hand, the perception that Chinese people fought against Japan determinedly was built through the posters

Keywords: Japan, China Invasion, Propaganda, Poster, Semiotics

GİRİŞ

1937 yılında İkinci Çin-Japon Savaşı başladığında, Çin'de Çin Milliyetçi Partisi (Kuomintang, KMT) ile Çinli komünistler arasında dünya tarihindeki en büyük iç savaşlardan biri yaşanmaktaydı. Japonya'nın Çin işgalinden önce, KMT lideri Çan Kay Şek ülkede önemli ölçüde kontrolü sağlamıştı. Buna karşın Çan Kay Şek, Japon saldırısından ülkeyi kurtarabilmek için ulusal seferberlik ilan ederek ülkedeki milliyetçiler ile komünistleri ortak düşman Japonya'ya karşı topyekun bir savaşta birleşmeye çağırmıştı. Bu amaçla ülkede KMT tarafından yoğun bir şekilde ulusal seferberlik propagandası yapılarak, Çin halkının KMT çatısı altında Japonya'ya karşı savaşması telkin edilmişti. Bu şekilde Çin halkının iç savaşı bırakarak, doğrudan Japon ordusuna karşı birlik olması istenmişti. KMT'nin ulusal seferberlik propagandası, dünyanın en kalabalık ülkesi Çin'de pek çok farklı grubu bir araya

getirmek için yoğun bir faaliyet göstermişti. Bu aşamada ucuz maliyeti nedeniyle posterler KMT'nin ulusal seferberlik propagandasında en etkili kullanılan kitle iletişim araçlarından biri haline gelmişti.

Türkiye'de son yıllarda göstergebilimsel analiz metodu içerisindeki farklı yöntemlerden yararlanılarak propaganda posterleri üzerine önemli akademik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Nazi Almanyası lideri Adolf Hitler'in Alman propagandası tarafından kült lider olarak nasıl inşa edildiğini ve Alman halkının Hitler'in çevresinde nasıl seferber edildiğini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterleri Fransız dilbilimci Roland Barthes'in göstergebilim kavramları üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda, posterler üzerinden Almanya'yı yönetebilecek tek kişinin Hitler olduğu mesajının verildiği, bu yolla Alman halkının Hitler'in alacağı her karara tartışmasız uymasının amaçlandığı ortaya konulmuştur. Yine Çakı (2018b), "İran-İrak Savaşı'nda Kullanılan İran Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada 1980 yılında başlayan İran-İrak Savaşı'nda kullanılan İran propaganda posterlerini ele almıştır. Çalışmada Barthes'in mit kavramı üzerinden analiz yapılmıştır. Çalışma sonucunda İran propagandasının Irak'a yönelik nefret söylemi içerisine girdiği ve bu yolla İran halkını Irak'a karşı seferber etmeye çalıştığı ortaya çıkarılmıştır. Çakı ve Gülada (2018), "2. Dünya Savaşı'ndaki Sovyet Propaganda Posterlerinin Öfke Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi" adlı çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet propagandası tarafından Nazi Almanyası'na karşı kitleleri harekete geçirebilmek için öfke çekiciliği tekniğinin ne amaçla kullanıldığı incelenmiştir. Çalışmada İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'ün Göstergeler Modeli kullanılmıştır. Elde edilen bulgularda, posterler üzerinden Nazilerin işlediği iddia edilen insanlık suçları ön plana çıkarılarak, Sovyet halkının öç almak için Nazilere karşı harekete geçmesinin amaçlandığı ortaya çıkarılmıştır. Çetin vd. (2018), "İran Devrimi'ndeki ABD Karşıtı Propaganda Afişlerinin Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden İncelenmesi" adlı çalışmada 1979 yılında gerçekleşen İran Devrimi'nde kullanılan propaganda afişlerinde ABD karşıtı söylemlerin ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir. Çalışmada Fransız antropolog Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli kullanılmıştır. Çalışma bulgularında, Lévi-Strauss'un ABD'ye yönelik doğrudan nefret söylemine yöneldiği, böylece İran halkının yeni rejimin çatısı altında toplanmasının amaçladığı sonucuna ulaşılmıştır. Gazi vd. (2018a), "İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu" adlı çalışmada ise Sovyet liderler Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in propaganda posterlerinde kült lider olarak nasıl inşa edildiğini incelemiştir. Çalışmada göstergebilimsel analiz Peirce'in

göstergebilim kavramları üzerinden yapılmıştır. Çalışma sonucunda posterlerde inşa edilen liderler kültü üzerinden, kitlelerin Komünizm ideolojisi altında birlik olmasının amaçlandığı ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmada KMT'nin posterlerinde doğrudan ulusal seferberlik propagandasında kullanılan mesajların göstergebilimsel analizinin yapılması amaçlanmaktadır. Böylece çalışmanın temel problemi olan "Ulusal seferberlik propagandasında hangi konular ön plana çıkmaktadır?" sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır.

1. Ulusal Seferberlik Propagandası

Seferlik kavramı, "*Bir ülkenin silahlı kuvvetlerini savaşa hazır duruma getiren, ülkenin ekonomisini, yönetimini savaş gereklerine uyacak duruma sokan hazırlık ve önlemlerin tümü*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Ulusal seferberlik ise bir ulusun sahip olduğu tüm kaynakları ihtiyaç durumunda savaşta kullanmasını ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, ulusal seferberlikte ülkedeki tüm kaynakların hazırlanması, toplanması ve kullanılması iktidardaki egemen gücün kontrolüne girmektedir. Ülkedeki yöneticiler gerektiğinde kanunlar yoluyla sıkı yönetim ilan edebilmekte, vatandaşlarının temel hak ve hürriyetleri üzerinde sınırlamalara gidebilmektedir. 20. yüzyılda yaşanan savaşlarda ülkeler düşmanlarına karşı başarı elde edebilmek için ulusal seferberlikten sıklıkla yararlanmışlardır. Savaşta ulusal seferberlik ilan eden ülkeler, kitleleri topyekun harekete geçirebilmek için yoğun bir şekilde propaganda disiplininin faydalanmaktadır (Çakı, 2018c: 33). Propaganda kavramı kitlelerin fikirlerini şekillendirmek, algılarını kimi zaman manipüle etmek ve propagandacının niyetlerine yönelik bir tepki elde etmek için yapılan sistematik bir iletişim tekniği olarak tanımlanabilmektedir (Jowett ve O'donnell, 2014: 7). Nitekim propaganda ulusal seferberlikte savaşın meşruiyeti konusunda kitleleri ikna etmek ve savaşta düşmana karşı ulus nezdinde genel bir hareket oluşturmak için kullanılmaktadır.

Birinci Dünya Savaşı'nda gerek İttifak Devletleri gerekse İtilaf Devletleri savaşta birbirlerine üstün gelebilmek için ulusal seferberlik ilan etmiştir. (Welch, 2014). Bu dönemde savaşan tarafların ulusal seferberlik propagandasında, gazete, dergi, poster ve broşür en etkili kitle iletişim araçları olmuştur. 20. yüzyılda ulusal seferberlik propagandasının en etkili kullanıldığı ülkelerden biri ise Sovyetler Birliği olmuştur. Bolşevikler, Rusya'da çarlık rejimini yıktıktan sonra milliyetçilerden oluşan Beyaz orduya karşı iç savaş vermiş, bu süreçte Kızıl Ordu ulusal iç savaş sonlandırmak ve ülkede yönetimi tek elde toplayabilmek için Sovyet ülkesinde

yaşayan herkesin birlik içerisinde olduğunu vurgulayan propaganda faaliyetlerine girişmişti (Kenez, 1985: 11). Sovyetler Birliği, 22 Haziran 1941 tarihinde Alman orduları tarafından saldırıya uğradığında, Nazi Almanyası'nın kayıtsız şartsız teslim olacağı 7 Mayıs 1945 tarihine kadar tarihteki en kapsamlı ulusal seferberlik propagandasını gerçekleştirmiştir. Diğer yandan Sovyet propagandası, ilan edilen Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamında da kitleleri üretim odaklı ulusal seferberliğe çağırıyordu (Çakı, 2018e: 272).

İkinci Dünya Savaşı süresince savaşa katılan pek çok ülkede ulusal seferberlik propagandası yapılmıştır. Bunlar içerisinde ulusal seferberliğin en etkili olduğu ülkelerin başında Nazi Almanyası gelmiştir (Rupp, 2015: 82). Nazi Almanyası 1943 yılından itibaren ağır yenilgiler almış ve cephelerde asker sıkıntısı çekmeye başlamıştır. Aynı yıl içerisinde Nazi Almanyası'nda ulusal seferberlik bağlamında Müttefik Devletleri'ne karşı topyekun savaş (Totaler Krieg) ilan edilmiştir. Böylece Naziler, Alman halkının var güçleri ile savaşa katkı sağlamasını amaçlamıştı. İlerleyen süreçte Halk Fırtınası (Volkssturm) adı verilen birlikler kurularak savaşabilecek durumda olan tüm Alman erkekler cephelelere gönderilmeye başlanmıştır (Kershaw, 2009: 818). Naziler, dönemin modern kitle iletişim araçlarını propaganda faaliyetlerinde etkili bir şekilde kullanmıştı (Çakı, 2018d: 1569). Nazi Almanyası gibi savaşa katılan ülkeler de savaş için tüm kaynaklarını seferber etmişti.

İkinci Dünya Savaşı'nda ulusal seferberlik propagandasına pek çok farklı kitle iletişim aracından yararlanılmıştır. Bunlar içerisinde en önde gelen araçlardan biri radyo olmuştur. Özellikle bu dönemde radyonun yaygın bir kullanım ağına kavuşması, propaganda amaçlı kullanılmasında önemli bir etken olmuştur (Holbrook, 1985: 347). Radyoların okuma yazma bilmeyen kitleler için ideal bir kitle iletişim aracı olması ulusal seferberlik propagandasında savaşan tarafların çok daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Radyo üzerinden savaş ilanı, hava bombardımanı gibi olağanüstü durumlarda kitlelere anında bilgi aktarımı sağlanabilmekte ve aktarılan bilgi üzerinden propaganda faaliyeti yürütülebilmekteydi. Diğer yandan sinema filmleri de ulusal seferberlik propagandasında kullanılmıştı. Çekilen propaganda filmleriyle kitlelerin coşku, öfke, hüznü ve korku duygularına hitap edilmesi, bu yolla kitlelerin harekete geçirilmesi amaçlanmıştır.

Soğuk Savaş Dönemi'nde, İkinci Dünya Savaşı'nın aksine ulusal seferberlik kavramı yaygın kullanımını kaybetmiş, daha çok Batılı devletler tarafından müdahaleye uğrayan Kore, Vietnam, Afganistan ve Irak gibi sınırlı sayıda ülkede ulusal seferberliğin uygulandığı görülmüştür. Bu süreçte ulusal seferberlik

propandasında televizyon önemli bir kitle iletişim aracı olarak hizmet görmeye başlamıştır.

2. Çin Milliyetçi Partisi'nin İkinci Çin-Japon Savaşı'ndaki Ulusal Seferberlik Propandası

Çin'de gerçekleşen devrimden sonra Çin'in son hanedanlığı olan Çing Hanedanı yıkılmış ve yerine 1 Ocak 1912 tarihinde Çin Cumhuriyeti kurulmuştur. Çin Cumhuriyeti'nin kurulması ülkede siyasi istikrarın kurulmasını sağlamamıştır. Ülkede merkezi otoritenin sağlanamaması, yerel yöneticilerin güç kazanmasına neden olmuştur. Diğer yandan ülkede Çin Milliyetçi Partisi (KMT) ve Çin Komünist Partisi (ÇKP) arasında iktidar mücadelesi de yaşanmaya başlanmıştır. Nihayetinde 1 Ağustos 1927 tarihinde iki grup arasındaki çatışmalar iç savaşa dönüşmüştür. Bu aşamada Çan Kay Şek liderliğindeki KMT ülkede etkili olmaya başlamış, buna karşı ÇKP, KMT'nin liderliğine karşı mücadelesini sürdürmüştür. Bu süreçte ÇKP'nin en önemli destekçisi Sovyetler Birliği olurken, KMT'nin en önemli destekçisi ABD olmuştur. Nitekim Japon işgalinden sonra tekrar başlayan Çin İç Savaşı'nda komünistlerin ülkede güçlenmesini istemeyen ABD, doğrudan Çan Kay Şek liderliğindeki Tayvan'ı destekleme kararı almıştı (Kissinger, 2010: 460). Japon işgali öncesinde Çin'de KMT önemli bir güç haline gelmiş ve otoritesini kurmayı başarmıştı (Seng, 1961: 24). Bu nedenle Çin'de yürütülen propaganda faaliyetlerinde KMT çok daha etkili olmuştur.

Japonya, 18 Eylül 1931 tarihinde Çin'in Mançurya bölgesini işgale girişmişti. Bölgede yapılan mücadeleden sonra 27 Şubat 1932 tarihinde Japonya bölgenin tamamında kontrol kurmayı başarmıştı (Hart, 2015: 275). Japonya, Mançurya'da işgal edilen bölgede Mançuko Devleti adında bir devlet kurmuştu. 1945 yılında yıkılıncaya dek Mançu tamamen Japonya'nın denetiminde hareket eden bir devlet olmuştur. Japonya'nın Mançurya'yı işgali Çin İç Savaşı'nın geçici olarak durmasına ve iç savaşa katılan her iki tarafın da ortak düşmana karşı harekete geçmesine yol açmıştı. 1937 yılında başlayan Japon işgalinden, 1945 yılında Japonya'nın İkinci Dünya Savaşı'ndan yenildiği döneme kadar Çin-Japon ilişkileri en olumsuz dönemlerinden birini yaşamıştı (Coble, 2007: 394). Özellikle 7 Temmuz 1937 tarihinde başlayan İkinci Çin-Japon Savaşı'nda, Çin'deki milliyetçi ve komünist gruplar Japonya'ya karşı ortak hareket etmeye başlamıştı. Çan Kay Şek bu süreçte temkinli davranarak, hem Çin Cumhuriyeti'nin Japonya ile mücadelesini kararlı bir şekilde sürdürmüş hem de ÇKP ile geçici olarak yapılan işbirliğine mesafeli yaklaşmıştı. Çan Kay Şek, KMT'nin Japonya ile mücadelesi sürerken, ÇKP'nin güçlenmesinden endişelenmekteydi. Çinli komünistlerin rejimini yıkmak ve kendi etkilerini genişletmek için savaş şartlarından yararlanacaklarından korkmuştu (Hsiung ve Levine, 2016: 6). Tüm bu düşünceler

Çin'de KMT ve ÇKP'nin tam olarak bir araya gelmesini önlemişti. KMT'nin ulusal seferberlik propagandasında her ne kadar milliyetçi ve komünist tüm Çin halkının bir araya gelmesini telkin edilmiş olsa da doğrudan propagandasında ÇKP'yi etkili bir şekilde yansıtmaktan kaçınmıştı.

Çin ve Japonya arasından cephede yaşandığı gibi propaganda alanında da büyük bir savaş yaşanmıştı (Nish, 1993: 8). İkinci Çin-Japon Savaşı'nda, Çin Cumhuriyeti'nin propaganda çalışmalarında genel olarak KMT'nin etkili olduğu söylenebilmektedir. Buna karşın ÇKP de imkanları doğrultusunda Japonya'ya karşı kitleleri seferber etmeye çalışmıştır. KMT'nin propaganda faaliyetlerinde doğrudan Japon ordusuna karşı nefret söylemi inşa edilmekte ve ulusal birlik sağlandığı taktirde Çin halkının Japonya'yı er geç yenilgiye uğratacağı bildirilmekteydi. KMT propagandası, Japonya'yı Çin halkına tehlikeli bir işgalci olarak yansıtmaktaydı. Bu süreçte KMT'nin temel amacı Çin halkının ulusal seferberlikten koparak Japon hakimiyetine geçmesini önlemektir (Morton, 1937: 305). Nitekim propaganda, Japonya tarafından etkili bir şekilde kullanılmaktaydı (Kushner, 2007: 21). Bu süreçte KMT'nin propaganda faaliyetlerine yönelik Japonya da karşı propaganda faaliyetine yönelmişti. Bu aşamada Japon uçakları tarafından Çin'deki yerleşim yerlerine propaganda içerikli materyaller atılmaktaydı. Benzer şekilde işgal altındaki topraklarda Japon askeri kamyonları üzerinden de propaganda materyalleri dağıtılmaktaydı (Rowe, 1939: 564). Bu aşamada Japon işgal propagandasının, KMT propagandasının etkisini azaltmayı, işgal altındaki halkın destek ve rızasını elde etmeyi, ülke içerisinde girilen düzenlemelerde iş birlikçilerinin sayısını artırabilmeyi hedeflediği söylenebilmektedir.

3. Metodoloji

İkinci Çin-Japon Savaşı sırasında KMT tarafından Japonya'ya karşı hazırlanan posterler üzerinden ulusal seferberlik propagandası ele alınmıştır. Böylece KMT özelinde ulusal seferberlik propagandasında hangi konuların ön plana çıkarıldığı ve rakip tarafa yönelik hangi söylemlerin kullanıldığına ortaya konulması amaçlanmıştır.

Çalışma çerçevesinde yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, Türkiye'de akademik çalışmalar içerisinde doğrudan ulusal seferberlik propagandasını ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu açıdan çalışma, gerek ulusal seferberlik propagandası bağlamında literatüre katkı sağlaması, gerekse KMT özelinde elde edilen bulgular ile ulusal seferberlik propagandasının kullanımını örnekler üzerinden açıklaması bakımından alanda önem taşımaktadır.

İkinci Çin-Japon Savaşı'nda KMT tarafından ulusal seferberlik boyutunda Japonya'ya karşı kullanılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm posterlere ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılma yoluna gidilmiştir. Bu amaçla çalışma kapsamında, Şanghai Propaganda Posterleri Sanat Müzesi'nden (SPPAC) amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen altı propaganda posterleri örneklem olarak analiz edilmiştir (SPPAC, 2019).

Çalışmanın altı propaganda posterleri üzerinden incelenmesi ve elde edilen bulgular kapsamında genellemelerde bulunulması da çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranması amaçlanmıştır;

KMT'nin İkinci Çin-Japon Savaşı sırasında kullandığı Japonya karşıtı propaganda posterlerinde;

- Japonya nasıl ve ne şekilde sunulmuştur?

- Çin halkının ulusal seferberliğe destek vermesi amacıyla hangi konular ön plana çıkarılmıştır?

- görsel ve yazılı kodlar üzerinden hangi propaganda mesajları verilmiştir?

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen KMT'nin altı posterleri ulusal seferberlik propagandası boyutunda ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce'in göstergebilim kavramları ışığında analiz edilmiştir.

Gösterge somut bir kavramın soyut bir kavramı temsil etmesi, onun yerine kullanılması ve kitlelerin zihninde belirli bir imaj oluşturmasını ifade etmektedir (Çetin ve Eşiyok Sönmez, 2015: 199). Göstergebilim de, göstergeler aracılığıyla insanların inşa ettikleri anlamları inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilim sayesinde mesaj içerisinde gizlenen kodlar çözümlenebilmekte, böylece verilmek istenen asıl mesaj kitleler tarafından anlaşılabilir (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018: 295). Günlük hayatta insanlar pek çok gösterge ile karşı karşıya gelmektedir. Bu açıdan göstergebilimin incelediği alan oldukça geniş bir olguyu temsil etmektedir. Göstergebilim, 20. yüzyılda ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'ün dilbilimi alanındaki çalışmaları ile ön plana

çıkıştır (Gazi vd., 2018b: 15). Saussure, göstergebilimi gösteren ve gösterilen olmak üzere iki (Gazi ve Çakı, 2018: 53), Peirce ise göstergebilimi gösterge, nesne ve yorumlayıcı olarak üç kavram üzerinden temellendirmiştir (Kalkan Kocabay, 2008: 19). Peirce'e göre gösterge, nesneye göndermede bulunmaktadır. Bu aşamada yorumlayıcının zihninde beliren göstergeyi algılandığında zihinde beliren olgu göstergebilimden ortaya çıkan mesajı ya da temsili ortaya çıkarmaktadır. Bu aşamada gösterge, yorumlayıcının deneyimleri doğrultusunda şekillenmektedir.

Peirce göstergebilimsel incelemesinde görüntüsel gösterge, simge, belirtisel gösterge olmak üzere üç temel kavram üzerinde durmaktadır. *Görüntüsel gösterge*, göstergenin temsil ettiği nesneye benzemesi durumunu ifade etmektedir. Bir kişinin fotoğrafı basit bir görüntüsel göstergedir. *Belirtisel gösterge* ise gösterge ve nesne arasındaki bağlantıyı temsil etmektedir. Bir yerde dumanın görülmesinin ateş ile ilişkilendirilmesi belirtisel göstergeyi örneklemektedir. Simge, gösterge ve kavram arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı, buna karşın insanların uzlaşısı sonucunda oluşan bir bağın kurulduğu durumları ifade etmektedir. Sözcük en bilinen simgelerden biridir (Fiske, 2017: 131). Çalışma kapsamında KMT'nin propaganda posterleri bu üç kavram üzerinden detaylı şekilde analiz edilmiştir.

4. Analiz

Çalışmanın bu bölümünde "Yemin", "Düşman", "Emperyalizm", "Seferberlik", "Mücadele" ve "Güç" konulu altı propaganda posterleri göstergebilimsel açıdan ele alınmıştır.

4.1. "Yemin" Konulu Propaganda Posterleri

"Yemin" konulu propaganda posterleri 1937 yılına aittir. Poster görüntüsel gösterge açısından analiz edildiğinde, elinde tüfeği ve süngüsü bulunan devasa boyutta bir asker görselinin posterin merkezine konumlandırıldığı görülmektedir. Posterin hemen önünde duvar yıkıntıları bulunmaktadır. Posterin arka fonu olarak siyah renk kullanılmıştır. Askerin çevresinde ise kanı andıran kırmızı lekeler bulunmaktadır. Görsel kodlarda asker kırmızı tonlarda sunulmakta, aynı zamanda posterdeki yazılı ton içinde kırmızı tonlar kullanılmaktadır. Posterin altında "Milleti ölümüne savunmak için yemin ederim" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 1. "Yemin" Konulu Propaganda Posterini



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Tablo 1. "Yemin" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Yıkıntılar içerisinde tüfeğini doğrultmuş bir asker
Belirtisel Gösterge	Çin halkının vatanlarını Japonya'ya karşı savunmak için kararlı oldukları ve bunun için gerektiğinde ölümü göze aldıkları düşüncesi
Simge	Posterde yer alan asker görseli, Japonya'ya karşı mücadele veren Çin ordusunu simgelemektedir

Belirtisel gösterge açısından propaganda posterini incelendiğinde, posterde asker görselinin devasa boyutta büyük aktarılması, Çin halkının tüm fertlerinin savaşa katılması durumunda Çin ordusunda oluşabilecek gücü yansıtılmaktadır. Çin halkı ve ordusu doğrudan asker görseli üzerinden simgeleştirilmektedir. Böylece asker görseli Çin halkının birliğinin somut bir göstergesi olarak ön plana çıkarılmaktadır. Posterde elindeki tüfek ve süngü ile askerinin Japon ordusuna karşı savaşmaya gittiği aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde askerinin hemen önünde resmedilen yıkıntılar ise Japonya'nın saldırısı sonucu zarar gören Çin şehirlerini temsil etmektedir. Posterdeki yazılı kodlarda ise Çin askerlerinin vatanlarını savunmak için fanatikleştikleri ve Japonya'ya karşı topraklarını canları pahasına koruyacakları mesajları verilmektedir. Posterin arka fonunun karanlık olarak yansıtılması ile Japon

işgali altındaki Çin'de zor günlerin geçtiği algısı oluşturulmaktadır. Askerin siyah arka fonda kırmızı renkte sunulması ile de doğrudan dikkatlerin askere odaklanması sağlanmaktadır. Posterde Çin halkının Japon ordusuna karşı savaşı kazanabilmesi için mutlaka birlik olması gerektiği mesajı iletilmektedir. KMT propagandası, Çin'de siyasi ve ideolojik çekişmelerin bir yana bırakılarak doğrudan Çin halkının Çin ordusuna destek vermesi istenmektedir.

4. 2. "Düşman" Konulu Propaganda Posterleri

"Düşman" konulu propaganda posterleri 1937 yılına aittir. Poster görüntüsel gösterge boyutunda ele alındığında, posterin merkezinde devasa büyüklükte bir kalp görseline yer verildiği görülmektedir. Kalp görselinin içerisinde yumruk şeklinde ellerin çıktığı yansıtılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde ellerden kan damladığı aktarılmaktadır. Kalbin hemen altında da yere yığılmış bir asker görseline yer verilmiştir. Sunum kodları içerisinde askerin hareketsiz yatması öldüğü algısını vermektedir. Diğer yandan kalbin içerisinden çıkan yumruk yapılmış ellerin doğrudan askeri hedef aldığı görülmektedir. Posterin üstünde "Milyonlarca insanın aklında Japon düşmanı yok etme sözü var" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.

Resim 2. "Düşman" Konulu Propaganda Posterleri



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Tablo 2. "Düşman" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Bir kalp görselinin içerisinde çıkan kanlı eller ve yere yıkılmış bir asker
Belirtisel Gösterge	Çin halkının Japon ordusuna karşı duyduğu öfke Çin halkını Japonya'ya karşı bir araya getirmektedir. Çin halkının birlikte hareket etmesi ile Japonya'nın savaşı kaybedeceği düşüncesi
Simge	Posterde yer alan kan içerisindeki eller, Japonya'ya karşı mücadele veren Çin halkını simgelemektedir

Propaganda posterini belirtisel gösterge açısından incelendiğinde, posterde yer alan kalbin doğrudan Çin halkının vatan sevgisini yansıttığı ortaya çıkmaktadır. Posterin içerisinde çıkan kanlı eller, Çin halkının Japon işgali sırasında yaşadığı acıları simgelemektedir. Posterde yerde yatan asker Japon ordusunun bir temsili olarak yansıtılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde ellerin yumruk yaparak yerde yatan askere yönelmesi, Çin halkının Japonya'ya karşı verdiği mücadeleyi resmetmektedir. Posterdeki yazılı kodlar Çin'in kalabalık nüfusuna vurgu yapmakta, aynı zamanda Çin içerisindeki milyonlarca kişinin Japonya'ya karşı mücadeleye hazır olduğu mesajını vermektedir. Kanlı yumruklar ile bu mücadelenin en zor şartlarda bile süreceği algısı oluşturulmaktadır. Diğer yandan posterdeki yumrukların sayılarının çokluğu, Çin halkının ulusal seferberlikte birlikte olması mesajını güçlendirmektedir. Nitekim ulusal seferberlikte birlik olan Çin halkının düşmanı ortak mücadelesi ile yenebileceği belirtilmektedir.

4.3. "Emperyalizm" Konulu Propaganda Posterini

"Emperyalizm" konulu propaganda posterini 1937 yılına aittir. Poster görüntüsel gösterge açısından ele alındığında, posterde bir su birikintisi içerisinde can çekişmekte olan asker görseline yer verildiği görülmektedir. Askerin hemen üstünde de iki çizmenin, askere doğru yöneldiği yansıtılmaktadır. Sunum kodları içerisinde askerin hüzün içerisinde olduğu aktarılmıştır. Posterin arka fonu siyah olarak belirtilmektedir. Posterin üzerinde "Japon emperyalizmini yenilgiye uğrat" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 3. "Emperyalizm" Konulu Propaganda Posterini



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Tablo 3. "Emperyalizm" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Suda çırpınan bir asker ve üzerinde iki çizme görseli
Belirtisel Gösterge	Çin halkı hep birlikte Japonya'ya karşı mücadele verdiğinde, Japonya'nın mutlaka savaşı kaybedeceği düşüncesi
Simge	Posterde yer alan çizmeler, Japonya'ya karşı savaşan Çin ordusunu simgelemektedir

Belirtisel gösterge boyutunda analiz edildiğinde, posterde Japonya'ya yönelik doğrudan nefret söylemi içerisine girildiği görülmektedir. KMT propagandası, Çin'i işgal eden Japon ordusunun emperyalist olduğu vurgusunu yapmakta, bu yolla Çin ordusunun mücadelesinin doğrudan emperyalizme karşı yapıldığı mesajını vermektedir. KMT, Japonya üzerinden inşa ettiği olumsuz algıdan yararlanarak Çin halkının ortak düşmana karşı hareket etmesini planlamıştır. Görsel kodlarda suda can çekişen Japon askeri görseli, Çin halkının birlik olduğunda Japon ordusuna karşı elde edeceği zaferi temsil etmektedir. Diğer yandan posterde yer alan çizme görselleri, doğrudan Çin ordusunun Japonya'ya karşı verdiği mücadeleyi simgelemektedir. Posterde iki farklı açıdan çizme görselinin sunulması, farklı görüşlerdeki Çin halkının ortak düşmana karşı ulusal seferberlikte bir araya geldiği ve savaştığı mesajını vermektedir.

4.4. "Seferberlik" Konulu Propaganda Posterleri

"Seferberlik" konulu propaganda posterleri 1937 yılına aittir. Poster görsel gösterge boyutunda analiz edildiğinde, posterde devasa büyüklükte bir miğferin olduğu, miğferin üzerinde de insanların bulunduğu aktarılmaktadır. Görsel kodlarda miğferin üstündeki insanların ellerinde tüfek ve tarım araçlarının olduğu yansıtılmaktadır. Posterde miğfer ve arka fon yeşil tonda sunulmaktadır. Miğferin üzerinde de KMT'nin logosu yer almaktadır. Posterin üstünde "Topyekun savaş için genel seferberliği artırın" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 4. "Seferberlik" Konulu Propaganda Posterleri



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Tablo 4. "Seferberlik" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Devasa büyük bir asker miğferinin üzerine toplanan halk
Belirtisel Gösterge	Japonya'yı yenebilmek için Çin ordusunun haricinde Çin halkının da savaşta topyekun seferber olması düşüncesi
Simge	Miğferin üzerinde yer alan KMT logosu, Çin ordusunu simgelemektedir

Propaganda posterleri belirtisel gösterge boyutunda analiz edildiğinde, posterde yer alan asker miğferinin doğrudan KMT liderliğindeki Çin ordusunu temsil ettiği ortaya çıkmaktadır. Nitekim miğferin üzerinde yer alan KMT logosu ile miğfer doğrudan Çin ordusu ile simgeleştirilmektedir. Görsel kodlarda miğferin devasa boyutta sunulması, Çin ordusunun gücünü yansıtmaktadır. Miğferin üzerinde toplanan insanlar ise farklı toplumsal sınıflardan Çin halkını temsil etmektedir. Çin halkının miğferin üzerinde toplanması, Çin ordusuna verilen desteği ortaya koymaktadır. Diğer yandan KMT liderliğindeki Çin ordusunun Çin'in koruyucusu olduğu mesajı verilmektedir. Posterdeki yazılı kod üzerinden doğrudan Çin halkının ulusal seferberliğe var güçleri ile katılmaları istenmektedir. Bu şekilde Çin ordusunun daha da güçleneceği algısı oluşturulmaktadır. Posterde kullanılan devasa büyüklükteki miğfer de Çin halkının ulusal seferberliğe yapmış olduğu etkinin somut bir göstergesi olarak yansıtılmaktadır.

4. 5. "Mücadele" Konulu Propaganda Posterleri

"Mücadele" konulu propaganda posterleri 1937 yılına aittir. Poster görüntüsel gösterge açısından incelendiğinde, posterde dünya görselinin üzerinden ellerini havaya kaldırmış askerlere yer verildiği görülmektedir. Görsel kodlarla da askerlerin KMT'nin bayrağını taşıdığı aktarılmaktadır. Posterde askerlerin çok kalabalık olduğu ve kalabalığın bir ucundan diğer ucunun görülmediği yansıtılmaktadır. Askerler ellerini yumruk yapmış olarak sunulmaktadır. Asker görselleri kırmızı tonda, vurgulu bir şekilde resmedilmektedir. Posterin solunda "Ulus için mücadele etmek için yaşıyoruz!" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 5. "Mücadele" Konulu Propaganda Posterleri



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Belirtisel gösterge boyutunda ele alındığında, posterde dünya görselinin üzerinde yer alan askerler, Japonya'ya karşı savaş veren KMT liderliğindeki Çin askerlerini temsil etmektedir. Posterde askerlerin ellerinde taşıdıkları KMT'nin bayrağı doğrudan Çin halkını temsil etmektedir. Posterde Çinli askerlerin dünya görselinin üzerinde yer alması ile Çin ordusunun büyüklüğü konusunda mesaj verilmektedir. Nitekim posterde Çinli askerlerin dünyanın bir ucundan diğer ucuna doğru sıralanması, Japon ordusunun ne kadar kalabalık bir ordu ile mücadele içerisine girdiği algısını vermektedir. Diğer yandan posterde Çinli askerlerin devasa boyutta gösterilmesi, Çin ordusunun gücünü temsil etmektedir. Askerlerin diğer posterlerde olduğu gibi kırmızı tonda resmedilmesi doğrudan dikkatlerin Çinli askerlerin üzerinde toplanmasını sağlamaktadır. Yazılı kodlarda Çin ordusunun fanatik bir şekilde Çin topraklarını sonuna kadar Japonya'ya karşı savunacağı mesajı verilmektedir. KMT propagandası, Çin askerlerini kalabalık göstererek Çin halkının birlik olduğunda ne kadar güçlü olabileceği mesajını vermektedir.

Tablo 5. "Mücadele" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Dünya görselinin üzerinde sağ ellerini havaya kaldırmış ve KMT'nin bayrağını tutan askerler
Belirtisel Gösterge	Çin ordusundaki her bir askerin ülkeleri için savaşmaya istekli olduğu ve gerektiğinde canlarını severek feda edecekleri
Simge	Askerlerin elinde taşıdıkları KMT'nin bayrağı Çin halkını simgelemektedir

4. 6. "Güç" Konulu Propaganda Posterleri

"Güç" konulu propaganda posterleri 1938 yılına aittir. Görüntüsel gösterge açısından ele alındığında, posterde ateşler içerisinde iki askerin kaçmakta olduğu yansıtılmaktadır. Askerlerin hemen arkasında devasa boyutta bir asker görselinin olduğu aktarılmaktadır. Asker görselinin hemen arkasında da fabrika ve uçak görsellerine yer verildiği görülmektedir. Sunum kodlarında posterin solunda büyük boyutta resmedilen askerin kararlı bir şekilde baktığı yansıtılmaktadır. Posterde "Ne kadar çok savaşsam o kadar güçlenirim - Düşman daha çok savaşır, o kadar zayıflar" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 6. "Güç" Konulu Propaganda Poster



(Kaynak: SPPAC, 2019)

Propaganda posterini belirtisel gösterge açısından analiz edildiğinde, posterde devasa boyutta bir Çinli askerinin olduğu görülmektedir. Nitekim askerinin miğferinde yer alan KMT logosu Çin halkını temsil etmektedir. Görselde Çinli askerinin devasa boyutta gösterilmesi ile Çin halkının ulusal seferberlikte birlik olduğunda Çin ordusunun ulaşacağı güç somut bir şekilde yansıtılmaktadır. Çin askerinin arkasında resmedilen fabrika, Japonya'ya karşı silah üreten Çin fabrikalarının, yine askerinin arkasında resmedilen uçaklarda Japon ordusuna karşı savaşan Çin uçaklarının bir temsili olarak posterde resmedilmektedir. Japon askerlerinin posterde ateşler içerisinde yansıtılması, Çin ordusunun Japonya'ya karşı ulusal seferberlikte vereceği mücadeleyi temsil etmektedir. KMT propagandası bu yolla Japon ordusunun yenilebilmesi için mutlaka Çin halkının topyekun seferberliğe katılması gerektiğini vurgulamaktadır. Diğer yandan posterdeki yazılı kodlarda Çin ordusunun sayısal üstünlüğü ön plana çıkarılarak, Japonya'ya karşı seferberlikte Çin halkından ne kadar çok destek alınırsa Çin ordusunun o kadar güçleneceği mesajı verilmektedir.

Tablo 6. "Güç" Konulu Propaganda Posterinin Peirce'in Modeli Üzerinden Analizi

Görüntüsel Gösterge	Ateşler içerisinde kalan Japon askerleri ve arka planda devasa boyutta bir KMT'ye bağlı Çinli asker
Belirtisel Gösterge	Japon ordusuna karşı mücadele veren Çin askerlerinin savaşı sürdürmeleri halinde zafere daha çok yaklaşacakları ve Japon ordusunun Çin askerlerinin kararlılığı karşısında en sonunda yenileceği
Simge	Askerin başında yer alan KMT logosu, Çin halkının simgesi olarak kullanılmıştır

Sonuç

Çalışmada incelenen propaganda posterlerinde KMT, Çin halkının birlik olduğunda ne kadar güçlü olabileceğini ulusal seferberlik propagandasında kitlelere somut bir şekilde yansıtmayı amaçlamıştır. Bu amaçla genel olarak görsel kodlar üzerinden kitlelerin etkilenmesi hedeflenmiştir. Nitekim posterlerde Japon ordusunun kalabalık Çinli gruplar tarafından bozguna uğratıldığı mesajı verilmiştir. Posterlerde bulunan yazılı kodlar ise yalnızca görsel kodlar üzerinden verilen mesajların etkisini arttırmak için kullanılmıştır. Çin'i işgale girişen Japon ordusunun yenilebilmesi için Çin halkının bir araya gelmesi gerektiğinin önemi üzerinde durulmuştur. Ayrıca posterlerde KMT propagandası doğrudan Japonya'ya karşı nefret söylemi inşa etmeye çalışmıştır. Posterler içerisinde Japon askerleri olumsuz bir imajla yansıtılarak Çin için önemli bir tehlike olarak sunulmuş, bu yolla KMT tarafından Çin halkının ortak düşman karşısında bir araya gelmesi amaçlanmıştır. KMT, Japonya'nın Çin halkının bir araya gelmesi durumunda işgal ettiği yerlerde tutunamayacağı algısını oluşturmuş ve büyük bir yenilgiye uğrayarak geri çekileceği mesajını kitlelere aktarmıştır.

Çin propagandası, Çin halkını ülkesinin savunması için canlarını vermeye hazır milliyetçi kitleler olarak yansıtmıştır. Posterlerde KMT'nin Çin milliyetçilik söylemlerini Japonya'ya karşı etkili bir şekilde kullandığı görülmüştür. Bu yolla KMT, vatan savunması için Çin halkının güçlü bir fanatizm içerisine girdiğini savunmuştur. KMT'nin propaganda posterlerinde savaş sırasında geçici olarak işbirliğine girilen ÇKP'ye yer verilmediği görülmüştür. Posterlerde yalnızca KMT'nin simgelerinin kullanıldığı, buna karşın ÇKP'yi veya Komünizm ideolojisini içeren herhangi bir isim, görsel veya simgenin kullanılmadığı görülmüştür. Bu sonuç Çin Kay Şek'in ÇKP üzerindeki olumsuz kaygılarının propaganda posterlerine de

doğrudan etki ettiğini göstermektedir. Her ne kadar KMT propaganda posterlerinde doğrudan ÇKP'yi hedef alan veya düşmanca gösteren herhangi bir görsel ve yazılı koda yer vermese de, titizlikle ÇKP'nin propaganda posterlerinin dışında tutulmasına çalıştığı ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmada elde edilen bulgular, İkinci Çin-Japon Savaşı'nda KMT ve ÇKP arasındaki derin görüş ayrılıklarının propaganda posterlerine de yansıdığını göstermektedir. Diğer yandan KMT propagandasının posterlerde kendisini doğrudan Çin halkının kurtarıcısı olarak sunduğu saptanmıştır. Bu yolla Çin'in mutlak zaferi elde edebilmesi için Çin halkının KMT çatısı altında toplanması gerektiği algısının oluşturulduğu ortaya çıkarılmıştır.

Çalışma kapsamında KMT'nin İkinci Çin-Japon Savaşı sırasında Japonya'ya karşı ulusal seferberlik propagandası bağlamında kullandığı posterler analiz edilerek, ulusal seferberlik propagandasında hangi konuların ön plana çıkarıldığı ve kitlelere nasıl ve ne yönde sunulduklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışma ulusal çalışmalar içerisinde incelediği konu bakımından özgün olma niteliği taşımaktadır. Gelecek çalışmaların farklı dönem ve ülkelerde kullanılan ulusal seferberlik propagandasını mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile karşılaştırmalı olarak analiz etmesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Coble, Parks M. (2007). China's "New Remembering" of the Anti-Japanese War of Resistance, 1937–1945. *The China Quarterly*, 190, 394-410.

Çakı, Caner (2018a). Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.

Çakı, Caner (2018b). İran-İrak Savaşı'nda Kullanılan İran Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi. *İran Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 11-39.

Çakı, Caner (2018c). *Propaganda*. Ed. Mustafa Karaca ve Caner Çakı, İletişim ve Propaganda, 13-44, Konya: Eğitim Yayınevi.

Çakı, Caner (2018d). Nazi Almanyası Döneminde Basılan Posta Pullarının Propaganda Amaçlı Kullanımı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1568-1595.

Trakya Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
E-Dergi Cilt:8 Sayı:1 (43-64)

Geliş Tarihi:27 Mart 2019
Kabul Tarihi:10 Haziran 2019
Araştırma Makalesi

Çakı, Caner (2018e). Ermenistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'nde Joseph Stalin Döneminde Kullanılan Sovyet Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme, *Ermeni Araştırmaları*, 61, 271-296.

Çakı, Caner, Gülada, Mehmet Ozan (2018). 2. Dünya Savaşı'ndaki Sovyet Propaganda Posterlerinin Öfke Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi. *İnönü University International Journal of Social Sciences (INJOSS)*, 7 (2 (14)), 165-180.

Çetin, Muharrem, Çakı, Caner & Gazi, Mehmet Ali (2018). The Examination of The Anti-Usa Propaganda Posters in The Iran Revolution According to Claude Lévi-Strauss'binary Opposition. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 31-51.

Çetin, Muharrem, & Eşiyok Sönmez, Elif (2015). Sosyal Temsil Kuramı Bağlamında Kurumsal Reklamlar: Türk Hava Yolları Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39), 191-207.

Fiske, John (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev: Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gazi, Mehmet Ali, & Çakı, Caner (2018). Siyahi Ayrımcılığa Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları. *International Journal of Labour Life and Social Policy*, 1(2), 48-62.

Gazi, Mehmet Ali, Çakı, Caner, & Gülada, Mehmet Ozan (2018a). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 25-42.

Gazi, Mehmet Ali, Çakı, Caner, & Gülada, Mehmet Ozan (2018b). İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 11-22.

Hart, Basil Liddell (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev: Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Holbrook, Wendell P. (1985). British Propaganda and the Mobilization of the Gold Coast War Effort, 1939–1945. *The Journal of African History*, 26(4), 347-361.

Hsiung, James C., & Levine, Steven I. (2016). *China's Bitter Victory: War with Japan, 1937-45: War with Japan, 1937-45*. The Great Britain: Routledge.

Jowett, Garth S. & O'Donnell, Victoria (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.

Kalkan Kocabay, Hasibe (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. İstanbul: E Yayınları.

Kershaw, Ian (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev: Zarife Biliz. 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.

Kenez, Peter (1985). *The Birth of The Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917-1929*. The United Kingdom: Cambridge University Press.

Kissinger, Henry (2010). *Diplomasi*. (Çev. İbrahim H.Kurt). 9. Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Kushner, Barak (2007). *The Thought War: Japanese Imperial Propaganda*. The United States of America: University of Hawaii Press.

Morton, Robert S. (1937). Japan and China: a War of Minds. *Pacific Affairs*, 10(3), 305-314.

Nish, Ian Hill (1993). *Japan's Struggle with Internationalism: Japan, China, and the League of Nations, 1931-3*. The Great Britain: Routledge.

Rowe, David Nelson (1939). Japanese Propaganda in North China, 1937-1938. *Public Opinion Quarterly*, 3(4), 564-580.

Rupp, Leila J. (2015). *Mobilizing Women for War: German and American Propaganda, 1939-1945*. The United States of America: Princeton University Press.

Seng, Png Poh (1961). The Kuomintang in Malaya, 1912-1941. *Journal of Southeast Asian History*, 2(1), 1-32.

SPPAC (2019). "Mao Kült Lider Propaganda Posterleri", [http:// www.shanghai-propaganda-art.com/for_4.asp?class=Postcards](http://www.shanghai-propaganda-art.com/for_4.asp?class=Postcards), Erişim Tarihi: 21.03.2019.

Trakya Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
E-Dergi Cilt:8 Sayı:1 (43-64)

Geliş Tarihi:27 Mart 2019
Kabul Tarihi:10 Haziran 2019
Araştırma Makalesi

Tanyeri Mazıcı, Emel, & Çakı, Caner (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 290-306.

TDK (2019). "Seferberlik", http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9a043804b835.09419740, Erişim Tarihi: 26.03.2019.

Welch, David (2014). *Germany and Propaganda in World War I: Pacifism, Mobilization and Total War*. The United Kingdom: IB Tauris.