

Joseph Goebbels'in Radyo Propagandasının Mizah Çekiciliği Bağlamında Karikatürlerdeki Sunumu

MEHMET OZAN GÜLADA

Öz

Nazi Almanyası'nda halkı aydınlatma ve propaganda bakanı olarak görev alan Dr. Joseph Goebbels, sekizinci güç şeklinde nitelendirdiği radyoyu etkili bir propaganda aracı olarak kullanır. Almanya'da radyo yayınları zaman içerisinde Goebbels ile özdeşleştirilen bir kavram haline gelir. İkinci Dünya Savaşı'nda Goebbels'in denetimindeki radyo yayınları, Müttefik Devletleri'ne karşı önemli bir propaganda silahına dönüşür. Buna karşılık Müttefik Devletleri Goebbels'in radyo yayınlarını kitleler nezdinde itibarsızlaştırmak amacıyla çeşitli yöntemler kullanır. Özellikle bu dönemde karikatürlerden propaganda amaçlı etkili bir şekilde yararlanılır. Çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda Goebbels'in radyo propagandasını konu alan karikatürlerde verilmek istenen açık ve gizli mesajların ortaya konulması ve mizah çekiciliği bağlamında Goebbels'in nasıl itibarsızlaştırılmaya çalışıldığının açıklanmasına çalışılmaktadır. Bu amaçla çalışma kapsamında belirlenen Goebbels'in radyo yayınlarını konu alan karikatürler, göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmektedir. Elde edilen bulgular kapsamında, karikatürler üzerinden Goebbels'in radyo yayınlarının gerçeklik taşımadığına ve kitleleri kandırdığına yönelik algının oluşturulmaya çalışıldığı ortaya çıkarılmaktadır. Bu şekilde kitleler üzerinde Goebbels'in radyo propagandasının etkininin azaltılmasının amaçlandığı saptanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Radyo, Karikatür, Mizah Çekiciliği, Propaganda, Radyo Propagandası

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi : 21.10.2019

Kabul Tarihi: 06.12.2019

ORCID ID: 0000-0001-8233-2321

E-mail: mehmet.gulada@ozal.edu.tr

The Presentation of Joseph Goebbels' Radio Propaganda in the Context of Humor Appeal in Caricatures

MEHMET OZAN GÜLADA

Abstract

Dr. Joseph Goebbels served as minister of publicity and propaganda in Nazi Germany, uses the radio, which he describes as the eighth power, as an effective propaganda tool. Radio broadcasts became a concept that is identified with Goebbels in Germany. Radio broadcasts under the control of Goebbels form an important propaganda weapon against the Allied States during World War II. On the other hand, the Allied States use various methods to discredit Goebbels' radio broadcasts to the masses. Especially during this period, cartoons are used effectively for propaganda purposes.

In this study, it is aimed to reveal the open and secret messages that are wanted to be given in the cartoons about the radio propaganda of Goebbels during the Second World War and to explain how Goebbels is discredited in the context of humor appeal. For this purpose, the cartoons on the radio broadcasts of Goebbels determined within the scope of the study are analyzed using semiotic analysis method. According to the findings, it is revealed that the perception that Goebbels' radio broadcasts don't reflect the reality and deceive the masses is tried to be formed through cartoons. In this way, it is aimed to reduce the influence of Goebbels' radio propaganda on the masses.

Keywords: Radio, Cartoon, Humor Attractiveness, Propaganda, Radio Propaganda

Research Paper

Received: 21.10.2019

Accepted: 06.12.2019

ORCID ID: 0000-0001-8233-2321

E-mail: mehmet.gulada@ozal.edu.tr

1.Giriş

1933 yılında Almanya'da iktidara gelen Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP), ülkede Nazizm ideolojisini etkin kılmak ve Nazi rejiminin kitleler üzerindeki tahakkümünü güçlendirmek için radyoyu etkili bir propaganda aracı olarak kullanır. Bu aşamada NSDAP'nin iktidarı döneminde kurulan halkı aydınlatma ve propaganda bakanlığı radyonun propaganda amaçlı olarak kullanılmasından sorumlu olur. Bakanlığın başına getirilen Dr. Joseph Goebbes, ilk olarak ülkede her ailenin bir radyosu olması için çalışır, ardından da kitle iletişim araçları üzerinde kurduğu denetim sayesinde, ülkede yalnızca NSDAP'nin denetimindeki radyo yayınlarının yapılmasına izin verir.

İkinci Dünya Savaşı'nda ise Goebbels'in radyo yayınları, Almanya'nın dışında Müttefik Devletleri'ne karşı etkili bir propaganda aracı olarak hizmet etmeye başlar. Buna karşılık Müttefik Devletleri, Goebbels'i konu alan karikatürler üzerinden radyo propagandasının etkisini kırmak amacıyla itibarsızlaştırma propagandasına girişir.

Radyonun propaganda amaçlı kullanımını inceleyen alanda çok sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. Bunlar içerisinde ön plana çıkan çalışmalarda; Houn (1957), Çin Halk Cumhuriyeti'nde propaganda amaçlı radyo yayıncılığını; Loya (1962), Birleşik Arap Cumhuriyeti radyo propagandasını; Jan (1967), Çin köylerinde radyo propagandasını; MacDonald (1977), Orta Doğu'daki İtalyan radyo propagandasını; MacDonald (1978), ticari radyoda devlet propagandasını; Daniels (1982), 1937–1945 yılları arasındaki Japon yerli radyo ve sinema propagandasını; Uttaro (1982), uluslararası radyo propagandasında Amerikan radyo yayıncılığını; Barnouw (1983), 1944-1945 yılları arasındaki Lüksemburg radyosundaki propagandayı; Pronay ve Taylor (1984), Münih Krizi ve sonrası İngiliz hükümeti ve gizli radyo propagandasını; Doherty (1994), radyodan yürütülen kara propagandasını; Lacey (1994), propaganda boyutunda 1924–35 yılları arasında Almanya'da kadın radyosunu; Hodge (1995), propaganda çerçevesinde radyo ve gerçeklik kavramlarını; Horten (1996), İkinci Dünya Savaşı sırasında radyo eğlencesini ve devlet propagandasını; Rawnsley (1996), propaganda boyutunda radyo diplomasisi olgusunu; Masaharu (1999), İkinci Dünya Savaşı'nda Japonya'nın siyahi Amerikalılar için kısa dalga radyo yayınlarını; Doherty (2000), Nazilerin İkinci Dünya Savaşı'nda İngiltere'ye karşı propaganda amaçlı yaptıkları radyo yayınlarını; Sweeney (2001), İkinci Dünya Savaşı'nda ABD'nin propaganda amaçlı radyo yayını ve sansürü; Vaughan (2002), 1953-1957 yılları arasında İngiltere, Amerika ve Arap radyo yayını; Horten (2003), propagandanın kültürel politikasını; Greenfield, Tatman ve Williams (2005), radyo bağlamında propagandanın retorliğini; Kuruoğlu (2006),

propaganda ve özgürlük aracı olarak radyoyu; Socolow (2007), 1939–1944 yılları arasında Amerika'da yerli radyo propagandasını; Roberts (2012), 1953 İran Darbesi'nde radyo propagandasını; Chadwick (2011), Vichy Fransası'nda propaganda ve kamuoyunu; Somerville (2012), nefret yayınları bağlamında radyo propagandasını; Baisley (2014), radyo propagandasında soykırımı; De Giorgi (2014), Çin'de 1927-1937 yılları arasında kitle propagandası boyutunda Milliyetçi Parti'nin radyo yayın politikası ve örgütünü; Schlosser (2015), Doğu Almanya'ya karşı radyo propaganda savaşını ele almaktadır.

Literatürde yapılan inceleme sonucunda Goebbels'in radyo yayıncılığına yönelik karşı propaganda faaliyetlerini ele alan herhangi bir akademik çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu çalışmada Goebbels'in radyo yayıncılığının eleştirisi, mizah çekiciliği bağlamında karikatürler üzerinden ele alınmaya çalışılmaktadır. Çalışmada Goebbels'in radyo yayıncılığını eleştiren karikatürler içerisinden kaynaklarına, basım yılına veya yazarlarına ulaşamayan karikatürler çalışma dışında bırakılarak belirlenen beş karikatür, göstergebilimsel yöntem kullanılarak incelenmektedir. Çalışmada elde edilen bulgular, radyo yayıncılığının itibarsızlaştırılmasında karikatürlerin rolünü mizah çekiciliği bağlamında ortaya koyması, radyo yayıncılığı, propaganda, Nazi Almanyası, mizah çekiciliği ve karikatür alanlarındaki literatürü zenginleştirmesi bakımından önem taşımaktadır.

2. Goebbels Liderliğinde Alman Radyo Yayıncılığının Gelişimi

Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP), Adolf Hitler liderliğinde 1933 yılında Almanya'da iktidara gelir (Kershaw, 2007: 422). NSDAP'nin iktidarından sonra Hitler, partinin önde gelen isimlerinden biri olan Dr. Joseph Goebbels'i Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nın başına getirir (Eberle ve Uhl, 2017: 547). Bu süreçte NSDAP, Almanya'nın yönetimini tamamen ele geçirirken, Goebbels de ülkedeki tüm kitle iletişim araçlarını denetimi altına alır.

Goebbels, radyonun kitleler üzerindeki etkisinin farkında olduğundan, radyonun Almanya'da yaygın bir kitle iletişim aracı haline gelmesi için çalışmaya başlar. Bu süreçte Goebbels, dünya genelinde yeni bir teknoloji olan radyonun her Alman vatandaşının satın alabileceği kadar uygun fiyatta olmasını amaçlar. Bu amaçla mühendis Otto Griessing tarafından Volksempfänger* (Halkın Alıcısı) adlı cihazın geliştirmesini sağlayarak, Almanya'da her ailenin bir radyoya sahip olması hedefler. Goebbels'in Volksempfänger'i, zamanla Nazi rejiminin propaganda aracına dönüşür (Marszolek, 2005: 123).

* Volksempfänger, bir dizi radyo alıcısını ifade etmektedir.

Goebbels radyoyu sekizinci güç olarak nitelendirirken, 19. yüzyıl için basın ne anlam ifade ediyorsa, radyonun da 20. yüzyılda aynı anlamı ifade ettiğini söyler. Radyonun, sahnenin veya filmin bir dalı olmadığını, kendi kuralları ile bağımsız bir yapıya sahip olduğunu savunur. İnsanlara ulaşan, halk için çalışan, hükümet ile millet arasında aracı olan bir radyo istediğini belirten Goebbels (Reseach Calvin, 2019), radyo yayınlarında özellikle Almanların Hitler'in konuşmalarını dinlemesini teşvik etmeye çalışır. Bu süreçte Hitler'in konuşma yapacağı zamanlar caddelerin boşalması, iş yerlerinin kapatılması ve herkesin radyonun başına geçerek Hitler'in konuşmalarını dinlemesi hedefler. Hitler'in sesinin Almanya'nın en ücra köşesine kadar ulaşmasını ve radyo yayınları üzerinden Nazi rejiminin ülkedeki merkezi otoritesinin güçlenmesi planlayan Goebbels, radyo yayınlarının herkese ulaşabilmesi için halka açık alanlara, fabrikalara ve okullara hoparlörler yerleştirir. Parti mitingleri ve gösterilerdeki konuşmaları radyoda yayınlatan Goebbels'in kendisi de radyo yayınlarında da ön plana çıkar (Herf, 2005: 52). Goebbels, diğer yandan radyo yayınlarında eğlence öğelerine de sıklıkla yer verir ve Almanların propagandanın dışında radyo ile eğlenceli vakit geçirmesini sağlamaya çalışır.

Goebbels, radyo propagandasını yurt dışına da taşıyarak gerek işgal altındaki ülkelere gerekse Müttefik Devletleri'ne yönelik radyo yayınları gerçekleştirir. Bu dönemde Goebbels, Lord Haw-Haw takma ismi ile yayın yapan Amerikan doğumlu İngiliz Faşist politikacı William Joyce'u ön plana çıkarır. Radyo yayınları doğrudan propaganda içeren Joyce (Houswitschka, 2003: 253), İkinci Dünya Savaşı sırasında, Almanya'dan İngiltere'ye yönelik radyo yayınları yapar ve İngiltere'nin teslim olmasına yönelik söylemlerde bulunur. Diğer yandan Goebbels, ABD'ye yönelik olarak da Robert Henry Best ve Mildred Gillars aracılığıyla radyo yayınları gerçekleştirir.

Goebbels, Müttefik Devletleri'nin Almanlara yönelik gerçekleştirilen radyo propagandasına karşı da sıkı önlemler alır ve İkinci Dünya Savaşı başladığında, yabancı istasyonlardan yayın dinlenmesini yasaklar. Özellikle Goebbels, Almanya'nın 1943 yılından itibaren cephelerde aldığı ağır yenilgilerin, Müttefik Devletleri'nin radyo yayınları üzerinden Almanlara ulaştırılmasını engellemeye çalışır ve Almanya'da yabancı radyo yayınlarını dinleyenlere yönelik ağır yaptırımlar getirir. Bu aşamada Sovyetler Birliği tarafından Alman işgal bölgesindeki halkın partizanlara katılmasını teşvik eden radyo yayınları ve Hür Fransız Birlikleri'nin lideri Charles de Gaulle'ün Fransızları direnişe çağırarak radyo yayınları Almanya için önemi bir tehdit meydana getirir. Goebbels, Almanya'ya Müttefik Devletleri'nin yazılı basınının ve diğer propaganda materyallerinin girmesini engellemesine karşın radyo yayınlarının girmesini engelleyemez.

3. Goebbels'in Karikatürlerde Mizah Çekiciliği Bağlamında Eleştirisi

Mizah çekiciliği, güldürü ögesi kullanarak insanların bir konu hakkında dikkatini çekmeyi, belirli bir konuda düşündürmeyi ve o konu üzerinde insanların istenen yönde karar almasını sağlamayı amaçlayan bir ikna tekniğini ifade eder. Birbirleriyle alakalı olmayan iki kavramın aynı yerde kullanılması veya bir ortamda tamamen bağlantısız bir kavramın bulunması mizah oluşturur. Mizahın görevi, ilginç, eğlenceli, kışkırtıcı, beklenmedik, ani ve unutulmaz bir mesajla insanların dikkatini çekmektir (Koneska, Teofilovska ve Dimitrieska, 2017: 116). Mizah çekiciliği, öfke, korku, hüznün, coşku vb. duygusal çekiciliklerden birini oluşturur ve temel olarak insanları arzulanan amaç doğrultusunda ikna etmeye çalışır. Özellikle reklamlarda yararlanılan mizah çekiciliği (Weinberger ve Gulas, 1992: 35), propaganda alanında da önemli rol oynar. Farklı alanlarda kullanılan mizah öğeleri içerisinde insanların güldürülmesi ve düşündürülmesi amacıyla belirli mesajlar eklenir.

Mizah çekiciliğinde, kitlelere gönderilen iletilerin akılda kalıcılığı yüksek olabilir (Shabbir ve Thwaites, 2007: 75). Nitekim mizahi öğelerin dikkat çekici özellik taşıması, insanların mizahi öğelerle birlikte kendilerine verilen mesajları hatırlamasını kolaylaştırabilir. Mizahi öğelerde kontrol, mizahı oluşturan kişinin denetiminde bulunur ve mizahı gerçekleştiren kişi abartı unsurundan yararlanarak, mizahı belirli bir amaca hizmet etmesi için kullanabilir. Özellikle birinin hicvedilmesi sürecinde mizah önemli rol oynayabilir. Uygun ölçüde kullanıldığında yarar sağlayabilen mizahta (Smith ve Khojasteh, 2014: 71), istenen amaca ulaşılabilmesi için seviyesinin doğru bir şekilde belirlenmesi önem taşır.

Mizah çekiciliğinde abartı unsurundan yararlananlar, bir kişiyi olduğundan daha uzun veya kısa, daha genç veya yaşlı gösterebilir. Mizah çekiciliği tekniğinin kullanımında kişinin fiziksel özellikleri daha fazla ön plana çıkarılabilir, öne çıkarılan özellikleri üzerinden güldürü ögesinin oluşturulması amaçlanabilir ve bu süreçte kişinin fiziksel olarak abartılı sunumu, onun kitleler nezdinde itibarsızlaştırılmasına yol açabilir. Bu aşamada mizah, kimi durumlarda kişinin arzu ettiği etkilere ulaşmasına yardımcı olabilir (Gelb ve Zinkhan: 1985: 13). Örneğin karikatürler üzerinden kişilere, sivri bir burun, geniş bir göbek veya büyük kulaklar eklenir veya mizah üzerinden hicvedilmek istenen kişiler, belirli hayvanlara benzetilebilir. Karikatürlerde insanların hayvanlara benzetilmesi, hayvanlara atfedilen niteliklerin, hicvedilen kişiler için de kullanılmasına yol açabilir.

İkinci Dünya Savaşı sırasında Goebbels, Nazi Almanyası'nda yer alan üst düzey liderler içerisinde, karikatürlerde en sık eleştiriye maruz kalan kişilerden biri haline gelir. Nazileri hicvetmek amacıyla oluşturulan karikatürlerde Goebbels kimi zaman tek başına kimi zaman Hitler, Luftwaffe*'nın lideri Herman Göring, SS** lideri Heinrich Himmler ve Hitler'in vekili Rudolf Hess ile birlikte karikatürlerde yer alır. Goebbels'i hicveden karikatürlerde mizah ögesi oluşturmak için doğrudan

Goebbels'in fiziksel özellikleri üzerine odaklanılır ve Goebbels'in diğer Nazi ileri gelenlerine göre daha zayıf ve kısa olması, karikatürlerde Goebbels'in fiziğinin olduğundan daha abartılı yansıtılmasına yol açar. Kimi karikatürlerde de maymuna benzetilerek resmedilen Goebbels'i (Vorota Alf, 2019) hicvetmek amacıyla, Goebbels'in boyu orantısız olarak kısa gösterilerek gülünç duruma düşürülmesine çalışılır (Exnews, 2019). Goebbels'in dışında Nazizm ideolojisi de sert bir şekilde eleştiriye maruz kalır (Zorlu, Çakı ve Karaca, 2017: 72). Özellikle Nazizm ideolojisinin savunduğu üstün ırk görüşü eleştirilerin hedefinde olur ve Goebbels'in Nazizm ideolojisinin belirttiği fiziksel özelliklere sahip olmadığı vurgulanır.

Resim 1. Goebbels



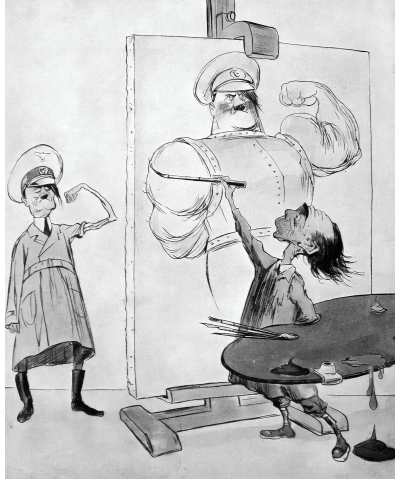
(Kaynak: Exnews, 2019)

Savaş döneminde Goebbels'i fiziksel olarak eleştiren karikatürlerin dışında Goebbels'in propagandasının yalan üzerine temellendiğini iddia eden karikatürler de ortaya çıkar. Bu tür karikatürlerde Goebbels, kendisini Hitler'e ve Nazizm'e adayan bir kişi olarak resmedilir ve kendi davası için yalan söylediği ve gerçekleri manipüle ettiği iddia edilir. Hitler'i ve Nazi rejimini abartılı şekilde yücelttiğine yönelik eleştirilen Goebbels (Live Journal, 2019), gerçekleri saklamakla suçlanarak, itibarsızlaştırılmaya çalışılır ve kitlelerin söylemlerine önem vermemeleri amaçlanır. Nazi Almanyası'nda ve Nazi Almanyası'nın işgali altındaki yerlerde Goebbels'in diğer Nazi liderleri gibi karikatürlerde eleştirilmesi mümkün olmadığından, Goebbels'in mizah yönlü eleştirisi Müttefik Devletleri'nde yoğun olarak ortaya çıkar.

* Nazi Almanyası'nda Alman Hava Kuvvetleri'ne verilen isim.

* Sturmabteilung, Nazi Almanyası'nda meydana getirilen bir askeri birim.

Resim 2. Hitler ve Goebbels



(Kaynak: Live Journal, 2019)

4. Yöntem

Çalışma kapsamında belirlenen Goebbels'in radyo yayıncılığını konu alan karikatürler, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmektedir.

Göstergebilim, insanlar tarafından kültür içerisinde anlamlandırılan göstergeleri inceleyen bir bilim dalını ifade eder (Rifat, 2013: 99). Dilbilimciler Charles Sanders Peirce ve Ferdinand de Saussure'ün çalışmaları ile ortaya çıkan göstergebilim (Fiske, 2017: 127), zaman içerisinde her ikisinin çalışmaları ile bir bilim dalı haline gelir (Çakı, 2018: 75). Özellikle Saussure, günümüzde göstergebilimsel analizin yapıtaşlarından biri olan gösteren ve gösterilen kavramlarını alana kazandırdır. Gösteren bir kavramın insanların zihinlerinde ilk ortaya çıkan betimlemesini, gösterilen ise kavramın kişiden kişiye farklılaşabilen ikinci anlamını ifade eder. Saussure'ün ölümünden sonra da onun etkisinde kalan dilbilimci Roland Barthes, Saussure'ün bu iki kavramı üzerinden düzanlam ve yananlam kavramlarını geliştirir (Barthes, 2016: 20). Barthes, göstergebilimin resim, müzik, fotoğraf gibi farklı alanlarda kullanılmasını sağlar (Gazi ve Çakı, 2019: 59). Düzanlam, göstegenin veya gösteregeler dizgesinin değişmeyen, nesnel, kanun kabul edilen anlamını ifade ederken, yananlam ise göstergelerin kültüre özgü anlamını açıklar. Anlamlandırmanın kişiye özgü olduğunu belirten Barthes (Barthes, 2015: 39), yananlamların şekillenmesinde mit olgusu üzerinde durur. Mit, toplumlar tarafından gerçekliği bulma arayışı içerisinde oluşturulan tanımlamaları açıklar. Barthes, egemen ideolojilerin kitle iletişim araçları ile kendi mitlerini oluşturduklarını ve

bu mitleri topluma kabul ettirmeye çalıştıklarını aktarır. Yapay anlamların doğal anlam olarak sunulabileceğini belirten Barthes (Barthes, 2014: 25), kültürel olanın doğallaştırıldığını vurgular (Barthes, 2017: 18).

Çalışmada Barthes'ın göstergebilim kavramları üzerinden, Goebbels'in mizah çekiciliği boyutunda ne şekilde eleştirildiği ve karikatürlerde hangi açık ve gizli mesajların verildiği açıklanmaya çalışılmaktadır.

5. Goebbels'in Radyo Propagandasının Mizah Çekiciliği Bağlamında Karikatürlerdeki Sunumunun Göstergebilimsel Analizi

Çalışmanın bu kısmında, "Goebbels ve Rakipleri", "Goebbels ve Ayı", "Goebbels ve Amerikalılar", "Goebbels ve Hitler" ve "Goebbels ve Rommel" konulu beş karikatür göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmektedir.

5.1. Goebbels ve Rakipleri Karikatürü

Karikatür düzananlam boyutunda incelendiğinde, karikatürün alt ve üst olmak üzere iki bölümünden oluştuğu görülmektedir. İlk bölümde Goebbels'in üstünde gamalı haç bulunan bir mikrofon üzerinden radyo yayını yaptığı aktarılmakta ve karikatürün hemen altında da "Burası Almanya için haberin olduğu..." yazısı bulunmaktadır. Goebbels'in sağ tarafından bir kafa belirmekte ve Goebbels'in konuşması sırasında iki elin Goebbels'i yakalamak üzere olduğu gösterilmektedir. İkinci bölümde de üzerinde RAF yazan bir adamın Goebbels'in ağzını kapadığı, aynı anda iki kişinin de Goebbels'in mikrofonunda radyo yayını yaptığı aktarılmaktadır. Goebbels'in elinde yalanlar yazan kağıtları düşürdüğü belirtilirken, radyo yayını yapan iki kişinin elindeki kağıtlarda ise gerçek yazısı yer almaktadır. Diğer yandan yayın yapanlardan birinin elindeki kağıdın üzerinde orak ve çekiç resmi, diğerinde ise İngiltere bayrağı bulunmaktadır. Karikatürdeki mizah unsuru doğrudan Goebbels'in radyo konuşmasının engellenmesi ile oluşturulmakta, Goebbels'in ağzının kapanması, bunun üzerine Goebbels'in verdiği tepki ve diğer iki kişinin radyoda yayın yapmaya başlaması güldürü öğesi olarak ön plana çıkarılmaktadır.

Resim 3. Goebbels ve Rakipleri Karikatürü*



(Kaynak: Llyfngell, 2019a)

Yananlam boyutunda incelendiğinde, iki farklı karikatür üzerinden Goebbels'in radyo yayınlarının eskisi kadar etkili olamadığına yönelik mesaj verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Goebbels'in ağızını eliyle kapayan kişi Kraliyet Hava Kuvvetleri'ni (RAF) temsil eden bir pilotu ifade ederken, karikatürde gösterilen açıdan rekabet ve mücadele mesajları verilmektedir. Radyoda sunum yapan kişilerden elindeki kağıtta orak ve çekiç olan kişi Sovyetler Birliği'ni, İngiliz bayrağı olan kişi de İngiltere'yi temsil ederken, karikatürdeki yazılı ve görsel kodlar kişinin RAF üyesi olduğunu aktarmaktadır. Karikatürde RAF'ın saldırıları sonucunda Goebbels'in radyo yayınlarının etkisinin zayıfladığı, buna karşın Sovyet ve İngiliz radyo yayınlarının ön plana çıktığı belirtilmektedir. Karikatürde "Goebbels'in radyo yayınları etkisini kaybetmektedir" miti inşa edilerek, karikatür üzerinden Goebbels'in radyo yayıncılığının kitleler üzerinde kurduğu tahakkümün zayıfladığına yönelik algı oluşturulmak istenmektedir. Goebbels'in elindeki kağıtlarda "yalanlar" yazması ile Goebbels'in radyo yayınlarının yalan içerdiğine yönelik mesajın verilmesi amaçlanmaktadır. Buna karşılık diğer iki sunucunun elindeki kağıtlarda "gerçek" ibaresinin bulunması ile Sovyet ve İngiliz radyo yayınlarının gerçekleri yansıttığı iddia edilmektedir.

* Goebbels ve rakipleri karikatürü, 1941 yılında Leslie Illingworth tarafından yapılmıştır.

Tablo 1. Goebbels ve Rakipleri Karikatürü

Gösteren	Goebbels ve spikerler
Gösterilen	Rekabet, mücadele
Düzanlam	Goebbels'in radyo konuşmasının engellenmesi
Yananlam	Goebbels'in radyo yayınlarına karşı güçlü muhalif radyo yayınlarının bulunması
Mit	Goebbels'in radyo yayınları etkisini kaybetmektedir

5.2. Goebbels ve Ayı Karikatürü

Karikatür düzananlam boyutunda analiz edildiğinde, Goebbels'in bir sandalyenin üzerinde radyo yayını yapmakta olduğu, çevresinde kağıtların olduğu ve bir ayının pençesini uzatarak Goebbels'in arkasında olduğu yansıtılmaktadır. Karikatürün altında "Stüdyodaki yabancı" ve "...gerekli tüm önlemler alınmaktadır ve durum kontrol altındadır..." yazıları yer almakta ve karikatürde mizah unsuru doğrudan ayı görseli üzerinden oluşturulmaktadır. Karikatürde ayı görseli, Goebbels'in konuşması ile tezat oluşturmakta ve kitlelerin dikkatini karikatüre çekmektedir.

Resim 4. Goebbels ve Ayı Karikatürü*

THE STRANGER IN THE STUDIO
 "... all necessary measures have been taken and the situation is well in hand ..."

(Kaynak: Punch, 2019)

Yananlam açısından ele alındığında, karikatürde Nazi Almanyası'nın tehlikede olduğuna yönelik mesaj verilmeye çalışılmaktadır. Gösterilen açısından yenilgi ve tehlike mesajları verilmekte, bu süreçte karikatürde Goebbels'in radyo

* Goebbels ve Ayı karikatürü, 1942 yılında Ernest Howard Shepar tarafından yapılmıştır.

yayınlarının, Nazi Almanyası'nın içinde bulunduğu tehlikeyi yansıtmadığına yönelik eleştiride bulunmaktadır. Posterde yer alan ayı, Nazi Almanyası'nın yenilgi almaya başladığı 1942 yılında karşılaştığı tehlikeye işaret etmekte ve ayı üzerinden Sovyetler Birliği'ne vurgu yapılmaktadır. Nitekim ayı metaforu, uluslararası alanda yayınlanan karikatürlerde Sovyetler Birliği'ni temsil etmektedir. Karikatürde "Nazi Almanyası, tehdit altındadır" miti inşa edilmektedir. Böylece kitlelerde, Goebbels'in Alman zaferlerini aktaran yayınlarına karşın Nazi Almanyası'nın yenilgilerle karşılaştığına yönelik algının oluşturulması amaçlanmaktadır.

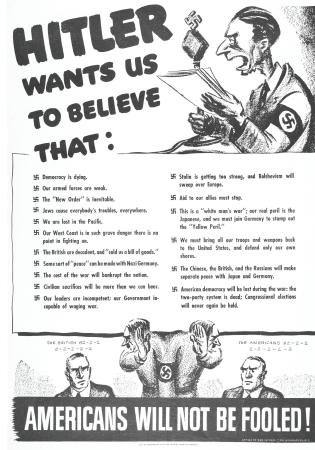
Tablo 2. Goebbels ve Ayı Karikatürü

Gösteren	Goebbels ve ayı
Gösterilen	Yenilgi, tehlike
Düzanlam	Goebbels radyo sunumunu yaparken arkasında ayının bulunması
Yananlam	Goebbels'in açıklamalarına karşı Nazi Almanyası'nın tehlike altında olması
Mit	Nazi Almanyası, tehdit altındadır

5.3. Goebbels ve Amerikalılar Karikatürü

Karikatür düzananlam boyutunda incelendiğinde, karikatürde Goebbels, Hitler ve iki adama yer verildiği görülmektedir. Karikatürün üstünde Goebbels'in radyo yayını yaptığı, altında ise Hitler'in iki adama açıklamalarda bulunduğu, adamlardan birinin üstünde İngiliz, diğerinin de üstünde Amerikalı yazısı yer aldığı aktarılmaktadır. Goebbels'in resminin hemen yanında ise büyük puntolarda "Hitler buna inanmamızı istiyor:" yazısına, altında ise "Demokrasi ölüyor", "Silahlı kuvvetlerimiz zayıf", "Yeni düzen önlenemez" şeklinde açıklamalara yer verilmektedir. Karikatürün en altında ise büyük puntoyla "Amerikalılar kanmayın!" yazısı bulunmaktadır. Hitler'in İngiliz ve Amerikalı vatan-daşa fısıldaması ve radyo yayınları üzerinden ikna edilmeye çalışılması mizahi bir anlatım ile karikatürde sunulmaktadır.

Resim 5. Goebbels ve Amerikalılar Karikatürü*



(Kaynak: Gilderlehrman, 2019)

Yananlam boyutunda incelendiğinde, karikatürde Goebbels'in radyo yayınlarının Amerikalıları kandırmak üzerine odaklandığı aktarılmakta, gösterilen açısından da ikna ve kandırma mesajları verilmektedir. Karikatür üzerinden Goebbels'in radyo konuşmalarının doğrudan Hitler'in emriyle şekillendiği algısı oluşturulmakta ve Goebbels'in radyo yayınlarında bilgi paylaşımından çok Amerikalılara ve İngilizlere yönelik Hitler'in düşüncelerini içeren mesajların verildiği açıklanmaktadır. "Goebbels'in radyo yayınları insanları kandırmaktadır" miti inşa edilirken, Goebbels'in radyo yayınları üzerinden gerçekleştirilen Hitler odaklı propaganda-lara Amerikan halkının itibar etmeyeceği bildirilmektedir.

Tablo 3. Goebbels ve Amerikalılar Karikatürü

Gösteren	Goebbels, Hitler ve Amerikalılar
Gösterilen	İkna, kandırma
Düzanlam	Goebbels radyoda sunum yaparken, Hitler insanların kulaklarına bir şeyler fısıldamaktadır
Yananlam	Goebbels'in radyo yayınları ile Amerikalıları istenen yönde ikna etme çabası
Mit	Goebbels'in radyo yayınları insanları kandırmaktadır

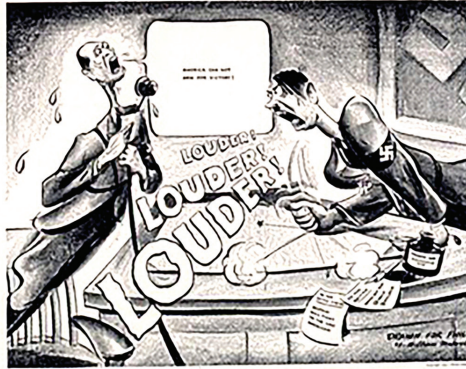
5.4. Goebbels ve Hitler Karikatürü

Karikatür düzananlam boyutunda analiz edildiğinde, Goebbels'in radyoda yayın yaptığı sırada Hitler'in elini yumruk yapıp masaya vurduğu, Goebbels'in terleye-

* Goebbels ve Amerikalılar karikatürü, 1942 yılında Savaş Bilgi Ofisi tarafından hazırlanmıştır.

rek "Amerika zafer elde edemez" şeklinde açıklama yaptığı, Hitler'in de "daha yüksek", "daha yüksek" şeklinde uyarıda bulunduğu aktarılmaktadır. Karikatürün altında "Yanıyorsun, Doktor Goebbels!" yazısı bulunmakta ve karikatürde mizah ögesi Goebbels ve Hitler'in beden dilleri ile oluşturulmaktadır. Hitler'in Goebbels'i sert bir şekilde uarması ve akabinde Goebbels'in ter içinde kalması güldürü ögesi olarak kullanılmaya çalışılmaktadır.

Resim 6. Goebbels ve Hitler Karikatürü*



You're Slipping, Doctor Goebbels!

(Kaynak: Kriegswirtschaft, 2019)

Yananlam açısından ele alındığında, karikatürde Goebbels'in tamamen Hitler'in kontrolü altında olduğu mizahi bir dil ile aktarılmaktadır. Gösterilen açılarından da panik, korku ve tehdit mesajları verilmekte, Hitler'in, Goebbels'in radyo propagandasını yetersiz bulduğu ve etkisini daha çok arttırmasını istediğine yönelik vurgu yapılmaktadır. Goebbels'in temel amacının Hitler'in istediği şekilde kitleleri inandırmak olduğuna yönelik algı oluşturulmakta, böylece karikatürde "Goebbels'in radyo yayınlarında Hitler'in etkisi bulunmaktadır" miti inşa edilmektedir. Meydana getirilen mit ile Goebbels'in radyo yayınlarının yalnızca propaganda odaklı olduğu ve bilgilendirme amacına hizmet etmediği aktarılmakta, bu yolla kitlelerin Goebbels'in radyo yayınlarını haber kaynağı olarak dinlememelerinin sağlanması amaçlanmaktadır.

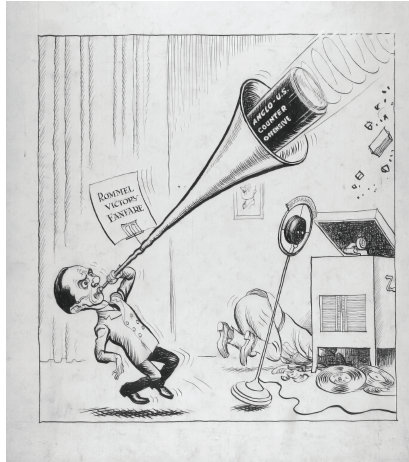
* Goebbels ve Hitler karikatürü, 1942 yılında Birleşik Devletler Savaş Üretim Kurulu tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4. Goebbels ve Hitler Karikatürü

Gösteren	Goebbels ve Hitler
Gösterilen	Panik, korku, tehdit
Düzanlam	Goebbels'in radyo yayını yaparken Hitler'in ona müdahale etmesi
Yananlam	Goebbels'in radyo propagandasının Hitler tarafından yetersiz görülmesi
Mit	Goebbels'in radyo yayınlarında Hitler'in etkisi bulunmaktadır

5.5. Goebbels ve Rommel Karikatürü

Karikatür düzanlam boyutunda incelendiğinde, karikatürde Goebbels'in radyo yayını sırasında büyük bir borazanı çaldığı gösterilmektedir. Borazanın üstünde "Rommel Zaferi Tantanası" yazısı yer almakta, borazanın ucunda da "İngiliz-ABD Karşı Saldırısı" yazan bir bombanın, borazanın içerisine girdiği belirtilmektedir. Bu sırada bir kişinin saklanmaya çalıştığı gösterilirken, karikatürdeki mizah ögesi, Goebbels'in çaldığı borazan metaforu üzerinden oluşturulmaktadır. Karikatürde Goebbels'in Rommel'in başarılarını abartılı bir şekilde anlattığına vurgu yapmak adına borazan göstergesinden yararlanılmaktadır. Bu yolla Goebbels'in radyo yayınlarındaki abartı, borazan göstergesi ile somutlaştırılmaya çalışılmakta ve mizah çekiciliği boyutunda insanların dikkatinin çekilmesi amaçlanmaktadır.

Resim 7. Goebbels ve Rommel Karikatürü*

(Kaynak: Llyfrgell, 2019b)

Yananlam boyutunda incelendiğinde, karikatürde Goebbels'in radyo yayınlarında yalnızca Alman başarılarının üzerinde abartılı şekilde durulduğu görülmektedir.

* Goebbels ve Rommel karikatürü, 1943 yılında Leslie Illingworth tarafından yapılmıştır.

Abartı metaforu olarak Goebbels'in borazan çalması gösterilmekte, gösterilen açısından da yenilgi ve endişe mesajları verilmektedir. Karikatürde "Rommel Zaferi Tantanası" yazısı ile İkinci Dünya Savaşı'nda Kuzey Afrika'da Müttefik Kuvvetleri'ne ağır kayıplar verdiren ve Alman ordularının önemli zaferler kazanmasını sağlayan Alman general Erwin Rommel'e atıfta bulunmaktadır. Karikatürde de Rommel'e yönelik yapılan İngiliz-Amerikan karşı saldırısına vurgu yapılarak, savaşın Almanların aleyhine döndüğüne yönelik algı oluşturulması amaçlanmaktadır. Karikatürde "Goebbels'in radyo yayınları abartı içermektedir" miti inşa edilerek, Goebbels'in radyo yayınlarının gerçekleri Nazilerin lehine abartılı olarak yansıttığı yönünde mesaj verilmeye çalışılmaktadır. Bu yolla kitlelerin Goebbels'in radyo yayınlarına yönelik güvenlerinin sarsılması amaçlanmaktadır.

Tablo 5. Goebbels ve Rommel Karikatürü

Gösteren	Goebbels ve bomba
Gösterilen	Yenilgi, endişe
Düzanlam	Goebbels'in radyo yayınının bomba saldırısı ile kesilmesi
Yananlam	Goebbels'in zafer ilanına karşı Müttefik Devletleri zafer kazanmaktadır
Mit	Goebbels'in radyo yayınları abartı içermektedir

6. Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen karikatürlerde temel olarak Goebbels'in radyo yayınlarında gerçek dışı bilgi verildiğine yönelik kamuoyunda algı oluşturulmasının amaçlandığı ortaya çıkmaktadır. Karikatürlerde Goebbels'in söylemlerinin tamamen Hitler'in diktesi ile şekillendiğine ve Nazi rejimini yücelten söylemlere yer verildiğine değinilmekte, bu yolla radyo yayınlarının propaganda amacına vurgu yapılmaktadır. Radyo yayınlarında Almanya'nın yaşadığı yenilgilere değinilmediği ve Nazilerin savaşta zor durumda olduğunun halktan saklandığı yansıtılmaktadır. Diğer yandan Goebbels'in radyo yayınlarının temel amacının insanlara bilgi vermekten ziyade Nazi rejiminin, Almanya'da ve işgal altındaki ülkelerde tahakkümünü korumak olduğu aktarılmaktadır. Bu yolla karikatürler üzerinden Goebbels'in radyo yayınlarına yönelik kitlelerin güveninin sarsılmasının, radyo yayınlarındaki söylemlerin itibarsızlaştırılmasının amaçlandığı ortaya çıkmaktadır. Goebbels'in radyo yayınlarının kitleler üzerindeki etkisinin kırılabilmesini sağlamak için karikatürler aracılığıyla Goebbels ve radyo kavramlarının yalan ve manipülasyon kavramları ile bir arada anılmasına çalışıldığı saptanmaktadır.

Goebbels'i fiziksel özelliği ön plana çıkararak eleştirilen pek çok farklı karikatürün aksine çalışmada incelenen karikatürlerde mizah çekiciliği bağlamında Go-

ebbels'in fiziksel özelliğinin güldürü ögesi olarak ön plana çıkarılmadığı ortaya çıkmaktadır. Çalışmada incelenen karikatürlerde mizah öğelerinin genel olarak Goebbels'in bulunduğu bağlamın içerisinde ya da ayı ve borazan gibi metaforlar kullanılarak oluşturulmaya çalışıldığı saptanmaktadır. Karikatürlerde mizah öğelerinin Goebbels'in eleştirilmesinden çok kitlelerin dikkatinin çekilmesi amacıyla kullanıldığı ortaya çıkmakta, bu yolla karikatürlerde mizah çekiciliğinin abartı öğesinden ziyade dikkat çekme özelliğinden yararlandığı görülmektedir.

Çalışmada Goebbels özelinde radyo yayınlarının itibarsızlaştırılma sürecinde yürütülen karşı propaganda faaliyetleri mizah çekiciliği boyutunda ele alınmaktadır. Çalışma radyo yayıncılığının altın çağını yaşadığı bir dönemde, özgün bir konuyu ele alması bakımından önem taşımaktadır. Buna karşına çalışmada yalnızca beş karikatür üzerinden genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecek çalışmaların, farklı dönemlerdeki radyo propaganda-sının itibarsızlaştırılmasında karşı propaganda amaçlı olarak farklı kitle iletişim araçlarından nasıl yararlandığının incelemesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Baisley, E. (2014). Genocide and Constructions of Hutu and Tutsi in Radio Propaganda. *Race & Class*, 55(3), 38-59.
- Barnouw, E. (1983). Propaganda at Radio Luxembourg: 1944-1945. KRM Short (Hg.), *Film & Radio Propaganda in World War II*. Beckenham, 192-200.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. Çev., Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, R. (2015a). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 2. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2016). *S/Z*. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Chadwick, K. (2011). Radio Propaganda and Public Opinion Under Endgame Vichy: The Impact of Philippe Henriot. *French History*, 25(2), 232-252.
- Çakı, C. (2018). Roland Barthes'ın Göstergibilimsel Çözümlemesi ile Nazi Propagandasında Engelliler. *SDÜ İFADE*, 1(2), 66-91.
- Daniels, G. (1982). Japanese Domestic Radio and Cinema Propaganda, 1937-1945: An Overview. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 2(2), 115-132.
- De Giorgi, L. (2014). Communication Technology and Mass Propaganda in Republican China: The Nationalist Party's Radio Broadcasting Policy and Organisation during the Nanjing Decade (1927-1937). *European Journal of East Asian Studies*, 13(2), 305-329.
- Doherty, M. (1994). Black Propaganda by Radio: the German Concordia Broadcasts to Britain 1940-1941. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 14(2), 167-197.

- Doherty, M. A. (2000). *Nazi Wireless Propaganda: Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War*. The United Kingdom: Edinburgh University Press.
- Eberle, H. & Uhl, M. (2017). *Hitler Kitabı*. Çev., M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Exnews (2019). "Goebbels", <http://ex-news.com/top-5-interesnyx-publikacij-o-vov/>, Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev: Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gazi, M. A. & Çakı, C. (2019). Şili Ulusal İnsan Hakları Örgütü'nün Göçmen Ayrımcılığına Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları Üzerine İnceleme. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 50-77.
- Gelb, B. D., & Zinkhan, G. M. (1985). The Effect of Repetition on Humor in a Radio Advertising Study. *Journal of Advertising*, 14(4), 13-68.
- Gilderlehrman (2019). "Goebbels ve Amerikalılar Karikatürü", <https://www.gilderlehrman.org/node/75029>, Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Greenfield, C., Tatman, C., & Williams, P. (2005). Radio, Politics and the Rhetoric of Propaganda: Some Notable Inscriptions. In *Radio in the World: Papers from the 2005 Melbourne Radio Conference* (p. 59). Melbourne: RMIT Publishing.
- Herf, J. (2005). The "Jewish War": Goebbels and the Antisemitic Campaigns of the Nazi Propaganda Ministry. *Holocaust and Genocide Studies*, 19(1), 51-80.
- Hodge, E. (1995). *Radio Wars: Truth, Propaganda and the Struggle for Radio Australia*. The United Kingdom: CUP Archive.
- Horten, G. (2003). *Radio Goes to War: The Cultural Politics of Propaganda During World War II*. The United States: Univ of California Press.
- Horten, G. (1996). "Propaganda Must be Painless": Radio Entertainment and Government Propaganda during World War II. *Prospects*, 21, 373-395.
- Houn, F. W. (1957). Radio Broadcasting and Propaganda in Communist China. *Journalism Quarterly*, 34(3), 366-377.
- Houswitschka, C. (2003). Nazi Wireless Propaganda. Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War. (*International Communications*), *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, 253-255.
- Jan, G. P. (1967). Radio Propaganda in Chinese Villages. *Asian Survey*, 305-315.
- Kershaw, I. (2007). *Hitler, 1889-1936: Hubris*. Çev., Zarife Biliz. 1. Cilt. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Koneska, L., Teofilovska, J., & Dimitrieska, S. (2017). Humor in Advertising. *European Journal of Economics and Business Studies*, 3(2), 116-123.
- Kriegswirtschaft (2019). "Goebbels ve Hitler Karikatürü", https://www.wikiwand.com/de/Kriegswirtschaft_im_Zweiten_Weltkrieg, Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Lacey, K. (1994). From Plauderei to Propaganda: on Women's Radio in Germany, 1924-35. *Media, Culture & Society*, 16(4), 589-607.
- Live Journal (2019). "Goebbels ve Hitler", <https://aloban75.livejournal.com/1918542.html>, Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Lo Biundo, E. (2016). Voices of Occupiers/Liberators: The BBC's Radio Propaganda in Italy between 1942 and 1945. *Journal of War & Culture Studies*, 9(1), 60-73.

- Loya, A. (1962). Radio Propaganda of the United Arab Republic-An Analysis. *Middle Eastern Affairs*, 13(4), 98-110.
- Llyfrgell (2019a). "Goebbels ve Rakipleri Karikatürü", [https:// www. llyfrgell. cymru/ ardal- arddangosfeydd- digidol/ arddangosfeydd- digidol/ orielau- cartwnau- illingworth/ ail-ryfel- byd/](https://www.llyfrgell.cymru/arddal-arddangosfeydd-digidol/arddangosfeydd-digidol/orielau-cartwnau-illingworth/ail-ryfel-byd/), Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Llyfrgell (2019b). "Goebbels ve Rommel Karikatürü", [https:// www. llyfrgell. cymru/ ardal- arddangosfeydd- digidol/ arddangosfeydd- digidol/ orielau- cartwnau- illingworth/ ail-ryfel- byd/](https://www.llyfrgell.cymru/arddal-arddangosfeydd-digidol/arddangosfeydd-digidol/orielau-cartwnau-illingworth/ail-ryfel-byd/), Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- MacDonald, C. A. (1977). Radio Bri: Italian Wireless Propaganda in the Middle East and British Countermeasures 1934–38. *Middle Eastern Studies*, 13(2), 195-207.
- MacDonald, J. F. (1978). Government Propaganda in Commercial Radio-The Case of "Treasury Star Parade", 1942-1943. *Journal of Popular Culture*, 12(2), 285-304.
- Marszolek, I. (2005). "Join in, Go Ahead and Don't Remain Silent [...]": The National Socialist past and Reconstruction in Postwar German Broadcasting. *New German Critique*, (95), 122-138.
- Masaharu, S. (1999). 'Negro Propaganda Operations': Japan's Short-Wave Radio Broadcasts for World War II Black Americans. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 19(1), 5-26.
- Pronay, N., & Taylor, P. M. (1984). 'An Improper Use of Broadcasting...'The British Government and Clandestine Radio Propaganda Operations against Germany during the Munich Crisis and After. *Journal of Contemporary History*, 19(3), 357-384.
- Punch (2019). "Goebbels ve Ayı Karikatürü", [https:// punch. photoshelter. com/ image/ I0000RY3DaOfTgTQ](https://punch.photoshelter.com/image/I0000RY3DaOfTgTQ), Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Rawnsley, G. D. (1996). Radio Diplomacy and Propaganda. In *Radio Diplomacy and Propaganda* (pp. 6-17). London: Palgrave Macmillan.
- Research Calvin (2019). "Goebbels ve 8. Güç Radyo", [https:// research. calvin. edu/ german- propaganda- archive/ goeb56.htm](https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb56.htm), Erişim Tarihi: 20.10.2019
- Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Roberts, M. (2012). Analysis of Radio Propaganda in the 1953 Iran Coup. *Iranian Studies*, 45(6), 759-777.
- Schlosser, N. J. (2015). *Cold War on the Airwaves: The Radio Propaganda War Against East Germany*. The United States: University of Illinois Press.
- Shabbir, H., & Thwaites, D. (2007). The Use of Humor to Mask Deceptive Advertising: It's no Laughing Matter. *Journal of Advertising*, 36(2), 75-85.
- Smith, J. W., & Khojasteh, M. (2014). Use of Humor in the Workplace. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 18(1), 71-78.
- Socolow, M. J. (2007). "News is a Weapon": Domestic Radio Propaganda and Broadcast Journalism in America, 1939–1944. *American Journalism*, 24(3), 109-131.
- Somerville, K. (2012). *Radio Propaganda and the Broadcasting of Hatred: Historical Development and Definitions*. Germany: Springer.
- Sweeney, M. S. (2001). *Secrets of Victory: The Office of Censorship and the American Press and Radio in World War II*. The United States: Univ of North Carolina Press.
- Uttaro, R. A. (1982). The Voices of America in International Radio Propaganda. *Law & Contemp. Probs.*, 45, 103.

- Vaughan, J. (2002). Propaganda by Proxy?: Britain, America, and Arab Radio Broadcasting, 1953-1957. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 22(2), 157-172.
- Vorota Alf (2019). "Goebbels'in Karikatürü", [https:// vorota- alf. ru/ mk/ prazdniki/ bo- ris- efimov- bolshoi- hudozhnik- i- umnyi- politik- boris- efimov--/](https://vorota-alf.ru/mk/prazdniki/boris-efimov-bolshoi-hudozhnik-i-umnyi-politik-boris-efimov-/), Erişim Tarihi: 19.10.2019.
- Weinberger, M. G., & Gulas, C. S. (1992). The Impact of Humor in Advertising: A Review. *Journal of Advertising*, 21(4), 35-59.
- Zorlu, Y., Çakı, C., & Karaca, M. (2017). Nazizm Ideoloji Bağlamında "Kırımlı" Film and Semiotics Analysis. *Sosyoloji Konferansları*, (56), 67-95.