

# ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research  
Cilt: 14 Sayı: 76 Şubat 2021 & Volume: 14 Issue: 76 February 2021  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

## POLİTİKANIN ESTETİKLEŐMESİ VE TEATRALLEŐMESİ BAĞLAMINDA NASYONAL SOSYALİST PROPAGANDA

### *NASYONAL SOCIALIST PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF AESTHETIZATION AND TEATRALIZATION OF POLICY*

Süleyman ŞAHAN\*

#### Öz

Nasyonal sosyalizm, propaganda yöntem ve tekniklerinden Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisinin kurumsallaşmasından başlayarak etkili bir şekilde yararlanmıştır. Yeni oluşturulacak dünya düzeninin merkezinde yer alan Almanya'nın politikaları yurt içine ve yurt dışına dönemin bütün propaganda araçları kullanılarak anlatılmıştır. Afişlerde bu propaganda araçlarının başında gelmektedir. Çalışmada, Nasyonal Sosyalist dönemi anlatan propaganda afişleri nitel araştırma yöntemlerinden biri olan gösterge bilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma kapsamında belirlenen beş farklı temadaki propaganda afişleri Roland Barthes'in gösterge bilim kavramlarından yola çıkılarak analiz edilmiştir. Yine afişlerdeki teatral öğeler sahne, beden ve algı açısından yorumlanmıştır. Teatral olanla estetik olanın birleşiminin afişlerde ne gibi mesajlar verdiği odaklanılmıştır. Yapılan analizlerde teatral ve estetik unsurla harmanlanmış propagandanın Adolf Hitler'in kişiliği üzerinden yapılandırıldığı ve liderin kişiliğinin Nasyonal sosyalist ideolojinin somutlaşmış hali olarak sunulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lidere ve davaya duyulan bağlılığın, gösterilecek fedakârlıkların Alman toplumunun doğal yaşam alanına ulaşmasını sağlayacak etkenler olduğuna değinilmiştir. Ayrıca afişlerde kullanılan teatral ve estetik unsurlar kitlelere birlik ve bütünlük anlamı katmanın yanında biz ve öteki ayrımını derinleştirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Propaganda, Nasyonal Sosyalizm, Estetikleşme, Teatralleşme, Göstergebilim.

#### Abstract

National socialism was effectively utilized by propaganda method and techniques that starting from the institutionalization of National Socialist German Labour Party. German politics, which would be formed as the new center of the world order, was told at domestically and abroad by benefitting from the whole propaganda tools of the period. Also, posters are considered as the most significant propaganda tools among all. In this study, propaganda posters, describe the period of national socialist, is analyzed by using semiotic analysis that is the one of the methods of the qualitative research. The scope of the study which is specified by the five different themes of propaganda posters based on Roland Barthes' concepts of semiotic analysis is examined. In addition, theatrical items on posters are interpreted in the sense of scene, frame and perception. The composition of theatrical and aesthetic formations on posters are focused on the purpose of understanding what kind of messages they give. In the conducted analysis, it is concluded that the propaganda blended with the elements of theatrical and aesthetic elements, is configured by Fuehrer. That is, the personality of Adolf Hitler, and the personality of the leader is presented as the concrete form of National socialist ideology. The commitment to the leader and the cause, sacrifices to show, are addressed as determining factors providing privileged German society to reach their natural living space. Also, the usage of theatrical and aesthetic elements on posters, beside of giving meaning to unity and integrity to the masses, deepens the division between we and other.

**Keywords:** Propaganda, National Socialism, Theatricality, Semiotics.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Şahan, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID: 0000-0001-5137-0317, suleymansahan@gantep.edu.tr



## 1. Giriş

Propaganda, Latince kökenli bir sözcüktür. Latincedeki “propagare” fiilinden türeyen propaganda bir fikri yayma anlamında kullanılmaktadır (Öymen, 2014, 111). Propaganda daha geniş anlamda ise herhangi bir doktrini veya uygulamayı yaymanın desteklemenin ifadesidir (Brown, 1992). Propagandada kullanılan yöntemlerle bir birey ya da grup diğer birey ya da grupların tutumlarını biçimlendirebilmekte, onları kontrol altına alıp istenilen yönde değiştirebilmektedir. Bütün bunlar yapılırken kitle iletişim araçlarından yararlanılmakta ve propagandacının amaçları etrafında tutum değişimi amaçlanmaktadır (Qualter, 1980, 279).

Bilinçli bir girişim olarak propaganda belirli bir hedef kitleye ulaşarak o kitlede bilişsel, duygusal ve davranışsal değişiklikler yaratmaktadır. Bir öğretinin, inancın ya da düşüncenin başkaları tarafından benimsenmesinde yazılı, sözlü ve görsel faaliyetlerin tamamı propaganda çatısı altında gerçekleştirilir.

Propaganda, kullanımı insanlık tarihi kadar eski olan bir kavramdır. İnsanların birbirleriyle iletişime geçmeye başladığı zamandan itibaren propaganda faaliyetleri farklı tür ve içeriklerde uygulanmıştır. Eski Mısır’da dini inanışlar rahiplere önemli toplumsal avantajlar sunmaktaydı. Tanrı veya Tanrı’nın oğlu olarak kabul edilen Firavunların devlet yönetiminde de kritik görevler verdiği rahiplerin, mistik güçleri olduğuna dair toplumdaki yaygın inanç onların devlet yönetiminin yanında toplum katında da ayrıcalıklı bir konum elde etmelerine neden olmuştur. Rahipler, kendi konumlarının sağlamlaştırma için etkili bir propaganda yürütmüşlerdir. Mısır’dakine benzer şekilde Çin de Lao Tse ve Sun Tzu gibi düşünür ve din adamları toplumsal yaşamı öğretileriyle yönlendirmişlerdir. Bütün bu örneklerin yanında propaganda gerçek anlamını Antik Yunan’da bulmuştur. Antik Yunan’da propaganda Sofistlerce söz söyleme sanatı ile birlikte kullanılmış, halkı yönlendirmek ve izleyicileri coşturabilmek için özel tekniklerden faydalanılmıştır. Antik Yunan’daki gelenek Roma’da devam etmiş başta Sezar olmak üzere Romalı imparatorlar halkın onayını alabilmek adına propagandanın önemini kavramıştır, (Qualter, 1980)

Propaganda kavramının kullanımında Katolik Kilisenin çalışmaları ayrı bir yerde bulunmaktadır. Propaganda kavramının kökeni de Papa XV. Gregor’un 1662 yılında dinsizleri dine döndürme misyonunun yerine getirmek için kurduğu “Congregatio de Propaganda Fide” (İnancı Yayma Cemiyeti) adlı cemiyetten gelmektedir (Okay ve Okay, 2014, 53). Katolik Kilisesi, kamusal konuşma, yazma, ağızdan ağıza ileti, slogan ve dinsel semboller ile gücünü artırmanın yollarını denemiştir (Erdoğan, 2006, 50). Kilisenin propagandayı yayacak bir örgütü kurması ve kamuoyunun denetlenmesi, kitlelerin harekete geçirilmesine dönük somut örneklerin oluşmasını sağlamıştır. Kilisenin kurduğu örgüt aynı zamanda kamuoyunun denetlenmesine öncülük etmiştir (Keskin, 1997, 20).

17. yüzyılda İngiltere’den Fransa ve Almanya’ya oradan da tüm Avrupa’ya yayılan “aydınlanma” hareketiyle düşünce ve değer dünyasında sekülerleşme başlamıştır. Matbaa kullanımının artmasıyla birlikte kitap okuma oranı artarken dinsel otoritenin eleştirildiği akıl ve bilimi önceleyen bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemde kilisenin etkisini kırmaya dönük propaganda çalışmaları yürütülmüştür. Kilisenin bu zamana kadar yapmış olduğu yanlış uygulamaların hepsi gerek kitaplarla gerekse de broşürler ve açık hava toplantılarıyla tüm topluma anlatılmıştır.

18.yüzyılda ise propaganda artık siyasal olana ilişkin anlamlar meydana getirmenin, düşünce ve algıları yönlendirerek toplumsal değerleri ve sembolleri yaratmanın stratejisine dönüşmüştür (Keskin, 1997, 21). Fransız Devriminden sonra Kilisenin dinsel içerikli propagandası yerini siyasal içerikli bir propagandaya bırakmıştır. Propagandayı uygulayanlarda din adamları değil, yönetim yetkisini bizzat yönetilenlerin kendisinden alan yöneticilerdir. Genel ve eşit oy hakkının giderek işlerlik kazanmasının sonucunda siyasetin kitleselleşmesi propagandanın yönlendirme işlevinin yanında destek sağlama yönünü de öne çıkarmıştır.

Kitle iletişim araçlarındaki gelişme, parlamenter demokratik yönetimlerin ideal bir yönetim tarzı olarak benimsenmesi gibi karakteristik özellikler barındıran 20. yüzyıldaki iki gelişme propagandayı gerçek anlamına kavuşturmuştur. Bu gelişmeler Birinci Dünya Savaşı ve 1917 Sovyet Devrimidir (Akarcalı, 2003, 2).

Birinci Dünya Savaşı esnasında propaganda uluslararası boyutlara ulaşabilecek bir etkinlik alanına yayılmıştır. Savaş sadece cephede değil, cephe gerisinde el ilanları, broşürler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Savaşan ülkeler kendi kamuoylarının yanında düşman kuvvetlerin vatandaşlarını da etkilemek için çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Düşman bölgelerine uçaklarla dağıtılan mesajlar bunun örneklerinden biridir. (Marquis, 1978)



Birinci Dünya Savaşında birbiriyle bağlantısı olmayan ve devamlı bir görüntü arz etmeyen propaganda, Sovyet Devriminde Vladimir Lenin'in katkısıyla sürekli ve sistemli bir yapıya bürünmüştür. Lenin, devrim sürecinde devletin ele geçirilmesi ve ele geçirilen devletin sağlam temeller üzerinden yükselmesi için propagandayı bir silah olarak görmüştür. Yeni bir siyasal ve ekonomik bir yapıya bürünen Rusya'da devrimin başarıya ulaşmasında kamuoyunun tepkileri önceden fark edilerek buna uygun taktikler geliştirmek gerekmektedir. Lenin'in propagandasının özünü bu "bilinçli girişim" oluşturmaktadır (Barghoorn, 1964).

20. yüzyılda propaganda gerçek eylem alanını İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve savaş esnasında bulmuştur. Nazi Almanyası'ndaki uygulamalar propagandanın yol ve yöntemlerini başka bir boyuta taşımıştır. Kitle iletişim araçlarının yoğun olarak kullanıldığı insanlığın gördüğü en büyük savaşta psikolojik savaş teknikleri askeri planlamaların en kritik parçasını oluşturmuştur. Klasik savaş metodlarının yanında uygulanan psikolojik savaş taktikleri savaşın seyrinin değişmesine etkili olan unsurlardan biridir. Propaganda görevlileri hedeflere göre değişen farklı stratejiler geliştirmişlerdir. Düşmana karşı elde edilecek olan mutlak zafer vurgulanırken, müttefiklere bağlılık ve birlik temaları anlatılmıştır (Akarcı, 2003, 6).

Yapılan literatür taraması sonucunda nasyonal sosyalist dönem Almanyası'nı anlatan farklı birçok çalışmaya rastlanmıştır. Bunlardan bir kısmı liderliğe odaklanırken (Çakı, 2018) kimi ise cinsiyete (Gülada vd. 2019), sinemaya (Wilson, 2003; Sennet, 2014; Rentscher, 1996) ve antisemitizme (Karsh ve Miller, 2004; Herf, 2005) odaklanmaktadır. Bu çalışmada ise nasyonal sosyalist propaganda da politikanın nasıl teatralleştiği ve estetikleştiği göstergebilimsel yöntem kullanılarak ortaya konulmaya çalışılacaktır.

## 2. Birinci Dünya Savaşı Sonrasında Almanya'nın Genel Görünümü

Almanya, Birinci Dünya Savaşından yenilmiş ve onuru kırılmış bir şekilde çıkmıştır. 19. Yüzyıldan beri hayali kurulan Büyük Almanya düşü, Kuzey Fransa'da yer alan Compeigne ormanında bir tren vagonunda imzalanan ateşkes anlaşmasıyla son bulmuştur.

Savaş sonrasında federal bir yapıya dayalı olan Weimar Cumhuriyeti kurulmuştur. Bilimde, sanatta ve kültürel alanda ilerleyen dönemlere önemli katkılar sağlayacak gelişmelerin yaşandığı Weimar Cumhuriyetinde aynı zamanda siyasal, ekonomik ve toplumsal kaos dönemi hüküm sürmüştür. Yaşanan kaos dönemi Hitler ve onunla simgeleşmiş nasyonal sosyalist hareketin iktidarına giden yolun önünü açmıştır.

Alman halkının büyük bir kısmı bütün dünyaya hâkim olma idealini o kadar benimsemiştir ki savaşı kaybetmiş olmanın verdiği şaşkınlığı uzun süre üzerlerinden atamamıştır. Üniversite hocasından, din adamına, üniversite öğrencisinden sıradan işçisine kadar herkes dünyayı ele geçirecek olan güçlü ve üstün Almanya düşüncesine gönülden bağlanmıştır. Savaşta elde edilen yenilgi bu güçlü inancın yerini karamsarlığa bırakmasına neden olmuştur. Versailles Anlaşması ile karamsarlık ise yerini tekrardan kuvvetli inanca bırakmıştır.

28 Haziran 1919 tarihinde imzalanan Versailles Anlaşması içerdiği hükümler Alman halkından tepki toplamıştır. Yaklaşık olarak nüfusunun yüzde 10'unu, topraklarının ise sekizde birini kaybeden Almanya, ağır savaş tazminatı ödemekle de yükümlü kılınmıştır (Armaoğlu, 1964, 463-464). Bütün bu ağır şartların üzerine Fransızlarla Belçikalıların 1923'te Ruhr Bölgesine girmeleriyle birlikte var olan gerginlikler daha da artmıştır.

1923'ün ikinci yarısından itibaren ekonomideki görece düzelmeler, Almanya'nın dış politik konumunun yapılan anlaşmalar ve uluslararası örgütlere katılımıyla belirginleşmesi, Ruhn Bölgesinin Fransız ve Belçika askeri birliklerinden arındırılması, savaş tazminatının ödenmesi konusundaki düzenlemeler (David, 1991, 18), Alman toplumunda olumlu bir hava oluşturmuştur. Fakat bu olumlu hava 1920'lerin ikinci yarısından itibaren özellikle ekonomideki bozulmayla beraber dağılmıştır. Yurt dışından alınmış olan vadesi kısa ve faiz oranları oldukça yüksek olan borçlar, 1927 yılından itibaren Alman ekonomisini baskılamaya başlamış, 1929 Bunalımının da etkisiyle birçok işletme kapanmış, işsizlik sayısı milyonları bulmuştur.

Birinci Dünya Savaşından yenilmiş ve ulusal onuru kırılmış olarak çıkan Almanya, bir sanayi ülkesi olmasına rağmen dış pazara ve ham maddeye yeteri kadar sahip değildi. Fransa ve İngiltere'nin elindeki sömürgelerin bulunmaması, dıştan gelecek artı değerlerle sağlanacak toplumsal yumuşamanın önünde bir engeldi. Üstelik tekelleşmenin tarım ve sanayideki yaygınlığı ekonomik güçler arasındaki dengenin oluşumunu ve dolayısıyla da demokrasiyi zorlaştırmaktaydı. 1929 ekonomik buhranı iflasları ve işsizliği



arttırmış, orta sınıflar bilhassa küçük esnaflar ve çiftçiler sınıfsal temellerini kaybetme endişesi yaşamışlardır. Toplumsal karışıkların arttığı bir ortamda komünistler giderek güç kazanmıştır (Kışlalı, 2010, 133). Ekonomik çöküş, toplumsal sıkıntılar nasyonal sosyalist hareketin yükselişi için en uygun koşulları kendiliğinden oluşturmuştur.

### 3. Nasyonal Sosyalist Hareketin Yükselişi

Almanya için umut dolu geçen altın yıllar, 1930'lara gelindiğinde yerini büyük bir krize terk etmiştir. Ekonomik sıkıntılar artan yükü, günlük hayatın zorlaşması Birinci Dünya Savaş öncesindeki şartları aranan hale getirmiştir. Sıradan vatandaşın, ordu mensuplarına ve siyasetçilere kadar herkes yeni bir umut arayışında olmuştur.

Devlet Başkanı Hinderburg'un giderek yaşlanması otorite boşluğunu gün yüzüne çıkarmış, farklı çıkarları dengeleyebilecek güçlü bir liderliğe ihtiyaç kaçınılmaz bir noktaya gelmiştir. Denge kurabilecek ve kararlı adımlar atabilecek lider eksikliği siyasal partiler içinde geçerlidir. Küçük partilere kazanımlar sağlayan seçim sistemin yanı sıra siyasal partilerin başarısızlığı Weimar Cumhuriyeti'nin ömrünün kısa sürmesinde etkili olmuştur. Siyasetin sağında yer alan Milliyetçi Alman Halk Partisi (DNVP) ve Alman Halk Partisi (DVP), Cumhuriyet rejiminden hoşnut olmayan büyük toprak sahiplerini, büyük burjuvayı, orta sınıfta yer alan belirli kesimi ve sanayicileri temsil etmekteydi. İşçilerin büyük bir kısmı ise Marksist olmaktan ziyade reformist olan ve Moskova yönetimi tarafından "sosyo hain" olarak tanımlanan Sosyal Demokrat Parti'ye (SPD) bağlıydılar. SPD'nin koalisyon ortağı ise Alman Demokrasi Partisiydi (DDP). Komünist Alman Partisi (KPD) ise Cumhuriyeti temelden reddetmekteydi. İşte Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP), Cumhuriyeti koruyacak kadro ve fikirleri olmayan yetersiz siyasal parti ve liderlerin olduğu bir siyasal atmosferde güçlenecektir. Derin sınıfsal farklılıklara çözümler getirilememesi, ideolojik bölünmelerin derinleşmesi sonucunda küçük ve zengin bir azınlığın karşısındaki işsiz ve fakir milyonlar aşırı sağ partilere yani nasyonal sosyalist partiye yönelmişlerdir (Keskin, 1997, 33).

Nasyonal sosyalist hareket böyle bir ortamda iktidara yürümeye başlamıştır. Nasyonal sosyalizm, üstün bir Alman ırkını, Versailles ile kaybettikleri eski sömürgeleri tekrar elde etmeleri gerektiğini, tüm kötülüklerinin kaynağının Yahudiler olduğunu, Almanca konuşan bütün toplulukları tek bir bayrak altında toplamaları gerektiğini, parlamenter sistemin çürüdüğünü savunmuştur. Orta sınıflar tekrar güçlendirmeli, eğitim sistemi devlet kutsayan bir anlayışla yapılandırılmıyordu. Tekellerin kamulaştırılacağı, toptancı ticaretin karınının Alman vatandaşlara paylaştırılacağı, büyük mağazaların küçük esnaflara uygun şartlarda kiraya verileceği, toprak reformunun hayata geçirileceği, herhangi bir üretim yapmadan kazanç sağlayan *mali kapitalizmin* önlenmesi partinin vaatleri arasındaydı (Kışlalı, 2010, 133).

Monarşinin yıkılışının ardından organizasyon yeteneklerinin tamamını kaybeden küçük burjuvazi ve orta sınıflar, büyük burjuva ve işçi sınıfı karşısında destek alacak güç olarak Hitler'in nasyonal sosyalist hareketini görmüşlerdir. Arzulanan ideal düzene ulaşabilmek adına dünyaya hâkim olması gereken "Germania" hayaline ancak güç ve otoritenin simgeleştiği "Kaizer" le ulaşılabilirdi düşünölmüştür. Faize, Yahudiliğe, Bolşevizmle karşı girişilecek olan mücadelede orta sınıfların Hitler'e vermiş olduğu destek zamanla genişlemiştir. NSDAP'ın mitingleri ve toplantıları sanayiciler tarafından maddi olarak desteklenmiş. Mercedes firması Hitler'e seyahatleri için araç sağlarken Lufthansa Hava Yolu Şirketi de uzak mesafelerdeki propaganda faaliyetleri için uçak tahsis etmiştir.

Savaşın yenik olarak çıkmakla kırılmış olan ulusal onur, artan komünizm tehlikesi, 1929 yılında patlak veren ekonomik bunalımın yarattığı iflaslar ve sayısı 6 milyonu bulan işsizler, Hitler'i iktidarı ulaştırın koşulları bir araya getirmiştir. Ayrıca bunlara tarım ve sanayideki tekelleşme, bankaların tekellerle olan işbirliği, sanayi için gerekli olan hammadde ve pazar eksikliği eklenmiştir (Kışlalı, 2010, 298). Bu koşullar altında Cumhurbaşkanı Mareşal Hinderburg, 1933'te Hitler'i Almanya'nın yeni Şansölyesi olarak atamıştır. 30 Haziran 1934 tarihinde Hindenburg ölümünün hemen ardından 2 Ağustos'ta çıkarılan bir yasa ile cumhurbaşkanına ait olan tüm görev, yetki ve sorumluluklar Almanya'yı eski ve parlak günlerine döndürülecek olan şansölyeye devredilmiştir.

Meclis Binası'nın yakılarak suçun komünistlerin üzerine atılması, başta Fırtına Birlikleri'nin (SA) kurucusu ve yönetici Ernst Röhm olmak üzere parti içerisinde potansiyel rakipleri hedef alan *Uzun Bıçaklar Gecesi*, tüm sorunların nedeni olarak gösterilen Yahudilere yapılan baskıların her geçen gün artması, Kasım 1938'de Yahudilere ait ev, iş yeri ve sinagoglara dönük gerçekleştirilen *Kristal Gece* katliamı sonunda milyonlarca Yahudiyi ölümü götürecek olan ölüm kamplarının kurulması ve bütün dünyayı büyük bir yıkıma götüren savaş Hitler döneminin kısa bir özetidir.





Nasyonal sosyalist propagandanın özelliklerine geçmeden önce, nasyonal sosyalist ideolojinin temel özelliklerine değinmek faydalı olacaktır. Çünkü bu propaganda kaynağını ve oluşturduğu söylemi ideolojik alt yapısından almaktadır.

#### 4. Nasyonal Sosyalist İdeolojinin Arka Plana

Belirli bir sistematığı olmayan nasyonal sosyalizm kendi içerisinde mantıklı bir tutarlılığa sahiptir. Nasyonal sosyalizm, bünyesinde dönemi anlatan bütün gelişmeleri barındırmaktadır. Hareketin amacı, amaca ulaşmak için yapılması gerekenler, kullanılacak yol ve yöntemler bizzat Hitler tarafından belirlenmiştir. Bir umut arayışında olan kitleleri yanına çekebilmek için hazırlanmış programın merkezinde antisemitist öğeler ve yüce ulusa gerekli olan yaşam alanları oluşturma hedefleri bulunmaktadır (Keskin, 1997, 37).

Nasyonal sosyalist ve faşist düşüncenin ideolojik arka planında doğrudan ve dolaylı olarak farklı düşünürlerin görüşleri yer almaktadır. Bunlardan başlıcaları Arthur Schopenhauer, Friedrich Nietzsche ve Vilfredo Pareto'dur (Kışlalı, 2010, 128-131). Schopenhauer'a göre insanlık sonsuza kadar sefalet sürecektir. Bencil yaratılmış olan insanın bu sefaletten kurtulabilmesi mümkün değildir. İnsan, yapmayı planladığı herhangi siyasal davranıştan da bir sonuca varamayacaktır. İnsanın her türlü eyleminin altında yeten etken onun iradesidir. İradenin baskınlığı aklın kullanımını köreltmektedir ve insanı kısır bir döngünün içerisine hapsedmektedir. İradenin egemenliğinden ve kısırdöngüden ancak büyük dehaler ve sanatçılar kurtulabilir. Almanya'daki nasyonal sosyalist ve İtalya'daki faşist rejimlerin üzerinde etkili olan düşünürlerden bir diğeri de Friedrich Nietzsche'dir. Nietzsche de Schopenhauer gibi insanlığın büyük çöküş döneminde olduğunu belirterek bu durumdan yalnızca en yetenekli olanların sıyrılabileceğini savunmuştur. Nietzsche; Descarte, Kant ve Hegel gibi insan aklını önceleyen ve insanın bilinçli olarak yaptığı eylemlerin şartları değiştirebileceğine inanan felsefi görüşlerin karşısında durmaktadır. Onun düşüncesinde insanlar, üstün olanlar ve aşağı olanlar olarak iki türlü yaratılmıştır. Üstün olan insan, diğer aşağılık türdeki insanlara zarar verebilir, onları istediği gibi yönetebilir. Bu durum ona verilmiş doğal bir haktır. Toplumun büyük bir kısmını oluşturan aşağıdaki tabakadaki kişiler, küçük ve seçkin bir azınlığın yönetimine boyun eğmek zorundadır.

Nasyonal sosyalist ve faşist düşüncenin bir diğer kaynağı ise İtalyan Vilfredo Pareto'dur. Pareto, insanların mantık dışı eylemlerinin mantıklı eylemleriyle kıyaslandığında çok daha fazla olduğunu belirtmiştir. Toplum, kitle ve seçkinler olarak ikiye ayrılmaktadır. Dikey geçişlerin var olduğu bu toplumsal ayırımı mesleki katmanlaşmada en yüksek değerleri bulunan sayıca sınırlı olan kişiler seçkinleri meydana getirmektedir (Pareto, 2010; Aron, 2000, 364). Çalışmalarında devrime de değinen Pareto'ya göre sınıf çatışmaları devrimi yaratabilir; fakat devrim kitleleri ezen yeni seçkin tabaka yaratmaktan ötesine geçemeyecektir.

Nasyonal sosyalist ideoloji yukarıda kısaca değinilen düşünürlerin fikirleriyle belirli noktalarda benzerlik taşı da asıl alt yapısını ve gücünü Hitler'in şahsından almaktadır. Hem düşünsel hem söylemsel hem de eylemsel anlamda lider, ideolojik bütünlüğü sağlayan en işlevsel araçtır. Nasyonal sosyalist ideolojinin bir diğer gücü ise teatral ve estetik unsurlarla oluşturulmuş propagandadır.

#### 5. Nasyonal Sosyalist Propaganda'da Teatralleşme ve Estetikleşme

Nasyonal sosyalist ideoloji toplumsal yaşamın bütün alanlarını nüfuz edebilmek için propagandanın etkili bir şekilde yararlanmış olmasıdır. Hitler, Landsberg Cezaevi'nde hapis yattığı yıllarda kaleme aldığı Kavgam (2016) adlı eserinin belirli bölümlerini propagandaya ayırmış ve Birinci Dünya Savaşında Alman propagandasının özellikle İngiliz propagandası karşısındaki yetersizliğine değinmiştir.

Hitler, NSDAP' a girdikten çok kısa bir süre sonra propagandanın önemini kavramıştır. Sosyalistlerin propagandayı usta bir silah gibi kullandığını belirten Hitler, propagandanın bir sanat olduğuna inanmıştır. Alman propagandasını şekil yönünden yetersiz, psikolojik bakımından hatalı bulan Hitler, akla uygun propaganda yöntemleri geliştiren İngilizler ve Amerikalıların mesajlarını kitlelere ulaştırmada avantajlı olduklarını birçok defa dile getirmiştir (Hitler, 2016, 141-142).

Hitler'e göre (2016, 145) propagandada başarılı olmak için belirlenen kurallara mutlaka uyulması gerekmektedir. Propaganda da değinilecek konular son derece sınırlı tutulmalı ve bu konular devamlı tekrar edilmelidir. Propagandanın amacı kanaat oluşturmak ve telkin etmektir. İkna edilip yönlendirilmesi gerekenler ise topluluklardır. Topluluğun ise bir fikri özümsemesi zamanla mümkündür. Bundan dolayı bütün kavramlar defalarca tekrar edilerek toplulukların zihinlerine yerleştirilmelidir.



Propaganda, bir topluluğun yeni doktrinlerle yavaş yavaş tanışmasını sağlayacak ve ileride oluşacak olan teşkilat yapısının ilk unsurlarının meydana gelmesine katkı yapacaktır. Propagandanın görevi, bir doktrini bütün bireylere ulaştırmaktır. Teşkilatta görev alacak kişilerde propagandanın bu amacına uygun hizmet edebilecek kişiler olmalıdır (Hitler, 2016, 490-491).

Hitler, propagandayı siyasal sorunları çözebilmek, halkı ruhsal açıdan topyekün savaş fikrine hazırlayabilmek, askeri alanda psikolojik harp tekniklerini işlevselleştirmek adına kullanmıştır.

Propaganda, savaş esnasında kullanılan bir vasıtadır. Hitler'in mantığında dünyayı yönetme hakkına sahip olan üstün Alman ırkının kaderini belirleyecek olan büyük savaşta zafer kazanmak için propagandanın ölümcül bir silah gibi kullanımı olmazsa olmazlardandı. Propaganda, kullanmasını bilen elinde gerçekten korkunç ve dehşet verici bir şey olmaktaydı. Topluluğa hitap etmesi gereken propaganda topluluk üyelerinin dikkatini daima belirli olaylar üzerine çekebilmelidir. Her propaganda duyguya ve akla hitap ederken halkın anlayacağı sahada olmalıdır (Hitler, 2016, 141).

Nasyonal sosyalist propaganda da Hitler'den sonra akla gelecek bir diğer isim ise Joseph Goebbels'tir. 29 Ekim 1897'de Rheydt'da doğan Joseph Goebbels, 1925 yılında NSDAP'ye katılmış bir yıl sonra da Hitler'in atamasıyla partinin Berlin sorumlusu olmuştur. Zamanla Hitler'in en yakınındaki sadık adamlarından biri olan Goebbels'in popülaritesi, 1930-33 yılları arasında yapılan seçimlerde nasyonal sosyalist partinin oylarını artırması ve yarattığı "Führer" mitiyle iyice artmıştır. Pek çok konuda pasif bir kişilik sergileyen Goebbels, Hitler'e neredeyse bir ilah gibi bağlıydı. Goebbels ve ona benzeyen pek çok kişi Almanya'daki politik ve ekonomik kaostan yakınmaktaydı. Goebbels'in ilk işi Almanya'yı bütün sorunlarından kurtaracak Hitler'i saygın biri yapmak ve NSDAP'ı güçlendirerek Führer efsanesini yaratmak olmuştur (Akarcılı, 2003, 97; Mazower, 2014). Şansölye Adolf Hitler, 28 Şubat 1933'te Berlin'de Parlamento Binası'nın yakılmasının ardından basın özgürlüğüne büyük sınırlandırmalar getiren olağanüstü hal kararnamesini Cumhurbaşkanı Hindenburg'tan almıştır. Bundan on üç gün sonra 13 Mart 1933'te basının, radyonun, filmlerin, sanatın tüm dallarının kontrol edilmesi için Goebbels yönetiminde "Propaganda ve Halkı Aydınlatma Bakanlığı" kuruldu. Daha önce Almanya'dan başka dünyanın başka bir ülkesinde kurulmamış olan (Akarcılı, 2003, 90) yeni bakanlığın en önemli görevi Reich hükümetinin siyaseti ve Almanya'nın yeniden yapılanması hakkında halkı aydınlatmak ve propaganda yapmaktır. Basın kuruluşlarının tamamını kontrol altına alan Goebbels, Nazi ideolojisine karşı olan bütün yayınlarını yasaklamış ve yayınlanacak her bir yayın için izin zorunluluğu getirmiştir (Eberle ve Uhl, 2017, 547).

Goebbels, propaganda yöntemlerini belirlerken İtalya'daki faşistlerin Mussolini imajını yaratırken kullandığı metotlar üzerine çalışmış ve bunları Führer imajı yaratırken Hitler'e uygulamıştır. Goebbels, Hitler'in liderliğini iki farklı uca yerleştirmiştir. Lider, bir yandan üstün özelliklere sahip sıradan halktan uzak bir kişiyken diğer yandan halkın kendisini gördüğü kişidir. Her zaman mantıklı hareket eden, ulaşılmaz lider, vatandaşlarıyla bir araya gelmek için büyük bir arzu duymaktadır.

Alman ulusunun tümünden bilgilendirilmesi ve etkilenmesinden, yurt içi ve yurt dışındaki kamuoyunun oluşumundan, basından, sinemadan, radyodan sorumlu olan Goebbels, propagandanın etkili olabilmesinin şartı olarak öncelikle propagandacının etkilemeye çalıştığı kamuoyuna dair bilgi sahibi olması gerektiğini görmektedir. Ayrıca tek bir merkezden yönetilmesi gereken propaganda düşman üzerinde baskı oluşturup onun politikalarının ve eylemlerinin gidişatını yönlendirmelidir. Goebbels, propagandayı bir savaş sanatı olarak değerlendirmiş, bu uğurda sansüre uğramamış, dikkat çekici olduğunu düşündüğü haberleri bile kullanmaktan çekinmemiştir. Goebbels'e göre propaganda bir sanattır. Bu sanatın icra edilmesinde olaylar basit bir döngüde tekrar ederken kimsenin bunu fark etmemesi gerekmektedir (Akt. Sarıtaş, 2018, 333) Goebbels'in anlayışında propagandanın başarılı olabilmesi için propaganda yapan kişi veya kurumlar meydana gelen hadiseler ve ulaşılması hedeflenen kamuoyu hakkında bilgili olmak zorundadır. Propaganda yalnızca bir merkezden sevk ve idare edilmelidir. Herhangi bir eylem planlanırken yapılacak olan eylemin propagandaya ilişkin ne gibi sonuçlar doğuracağı hesaba katılmalıdır.

Propagandanın başarı bir şekilde uygulanabilmesi için kritik bilgiler başucunda bulunmalıdır. Hedef kitlede dikkat uyandırması gereken propaganda çıktısının gerçek veya yalan oluşu yalnızca kaynağın güvenilirliğine bağlıdır. Düşmanın yaptığı propagandanın amacı, içeriği, gücü, propagandanın incelemeye alınıp alınılmayacağını belirleyecektir. Propaganda materyallerinin sansür edilip edilmeyeceğini belirleyen asıl unsur bildirinin ne kadar güvenilir olduğu ve zihinsel yeteneklerinin düzeyidir. Uygulama zamanı dikkatle seçilmesi gereken propagandanın etkinliğinde liderlik çok önemli bir unsurdur. Propagandanın hazırlanmasında her olay ve kişi belirli bir ifade ve sloganla işlenmelidir. Yurt içerisinde kullanılacak propagandanın sonradan yanlışlığı kanıtlanacak içerikte olmaması gerekmektedir. Aksi takdirde optimum düzeyde tutulması gereken endişe halkta paniğe neden olabilir. Yaşanan panik ortamıyla umut, yerini



karamsarlığa ve hayal kırıklığına bırakır. Propaganda da farklı teknik ve eylemler mutlaka kullanılmalıdır. Güçlü karşı eğilimler barındıran grupları etkilemenin kolay olmaması, zamana yayılacak tekniklerin kullanımını zorunlu kılmaktadır (Akarcalı, 2003, 60-82).

Nasyonal sosyalist propaganda farklı zaman dilimleri içerisinde farklı konulara eğilmiş, konjonktürel gelişmelere göre değiştiği temalar değişmiştir. Örneğin; 1920 ile 1930 yılları arasında geçen dönem kurumsallaşmaya çalışan nasyonal sosyalist hareket için bir mücadele dönemidir. Nasyonal sosyalist düşüncüyü yerleştirmek amacıyla sürekli dost-düşman ayrımı çerçevesinde ayrımlardan yararlanılmıştır. Alman ırkının karşısında farklı düşman figürleri yerleştirilmiştir. Bu düşmanlar kimi zaman Yahudiler, kimi zaman ise Bolşeviklerdir. Dost-düşman ayrımı şeklindeki kategorik ayrım, mücadele edilen düşmanı somutlaştırırken dost safında yer alanların mücadelecisi ruhunu güçlendirecektir. Nasyonal sosyalizmin ihtiyacı kitlenin devamlı coşkulu ve kendisine bağlı olmasıdır. Bunun sağlanabilmesi için de liderlik, halk, kan, toprak ve antisemitizm propaganda da en fazla öne çıkan öğelerdir (Sarıtaş, 2018, 331; Hoffman, 1996)

1930'lardan sonra ise nasyonal sosyalist propaganda yurt içinden ziyade yurt dışına seslenmeye başlamıştır. Yurt dışına yapılan propaganda da halk ile iktidarın bütünlüğünün Nasyonal sosyalist hareketi iktidara taşıdığı, barış yanlısı bir siyaset için uğraş verildiği dile getirilmiştir. Burada vurgu, NSDAP'ın yasal seçimlerle meşru yollara iktidara gelen terör ve şiddetle bağlantısı olmayan bir siyasal parti olduğudur. 1930'ların ortalarından itibaren haklı talepler için başvurulacak yollar daha yüksek sesle ifade edilmiştir. Versailles Anlaşmasının tamamen yeniden düzenlenmesi, Ren ülkesinin askerden arındırılması, Saar bölgesinin geri alınması bunlardan sadece bir kaçıdır. Bu taleplerin altında yatan asıl gerekçe ise kuşatılan ve savaşın bütün sorumluluğu üzerine atılan Alman ulusu için hak olan "yaşam alanlarını" oluşturmaktır.

Nasyonal sosyalist propaganda gazeteden, radyoya ve sinemaya kadar her türlü araçtan faydalanmıştır. Propaganda da teatral unsurlar oldukça belirgindir. Gösterisel tekniklerle birlikte propaganda yeni inancın yeni tanrısını yüceltmeye çalışmıştır. Nasyonal sosyalist propaganda da teatral unsurlar dört açıdan yorumlanabilir: 1) Performans. Törenler, parti toplantıları, mitingler gibi seyircilerin hazır bulunduğu yerde beden ve ses aracılığıyla sergilenen bir gösteridir. (2) Sahneleme. Kültür teknikleri ve pratikleri aracılığıyla bir görüntünün ortaya çıkarılmasının yanında yapımlarında işaret kullanılmasının özgün yöntemleridir. (3) Bedensellik. Gösteri aracı ve sergi nesnesi olarak bedenin yanında bedenlerin duyuşsal algısına odaklanılmasıdır. (4) Algılama. Gözlemci bakış açısı ile toplumsal ve sanatsal süreçlerdeki izleyici davranışlarına odaklanmaktadır (Keskin, 2014, 242). Amaç her zaman eylem halindeki bir vücudun performansıyla, hayali bir kamunun önünde daha önceden tasarlanmış anlamlar üretmektir. Vücut performansı yalnızca konuşulan dilin anlamını değil, mimik, jest, vücut dili, yarı sözel iletişim, her türden aksesuar ve sahne dekorları olmak üzere semiyotik sistemlerin tamamını harekete geçirir (Meyer, 2014, 101-102). Parti toplantılarında, törenlerde, özgün yöntemler kullanılarak liderin bedensel sunumunun katkısıyla seyircilerde algılar yaratılmıştır. Kuşkusuz teatral unsurların merkezinde Führer yer almaktadır.

Propaganda aynı zamanda teatral unsurların yanında estetik öğelerin birleşimiyle şekillenmiştir. Walter Benjamin (1995) politika ve estetik arasındaki ilişkiyi totaliter yönetimler bağlamında incelemiştir. Toplumda inşa edilmek istenen egemen ideoloji ve pratiklerin düzenlenmesinde estetik öğeler kullanılmaktadır. Benjamin, estetik ve politika arasındaki ilişkinin değişebileceğini gösterebilmek için faşist ve komünist yönetimlerin uygulamalarına değinmektedir. Faşist yönetimlerde politika esteteze edilirken komünist yönetimlerde sanat politize edilmektedir. Nasyonal sosyalistler ise romantizm vasıtasıyla tekniği canlandırırken sanat vasıtasıyla da politikayı canlandırarak günlük yaşam ile sanatı birleştirmeyi çabalamışlardır. Adolf Hitler'in kişiliğinde "yaratıcı sanatçı" kitleleri uluslaştırma görevini üstlenmiştir. Nasyonal sosyalist propagandanın mimarı Joseph Goebbels, politikacıyı bir sanatçı olarak görmekte ve heykeltraşın taşa biçim verdiği gibi politikacının yönettiği halka istediği biçimi verdiğini belirtmiştir. Sanat ve estetik propaganda yoluyla politikaya iki türlü aktarılmıştır. İlk olarak biçimsiz kitleler *birlik, bütünlük ve anlam* katma amacıyla estetik bütünlük hedefine yönlendirilmiştir. İkinci olarak ise Alman olanla olmayan arasına biz-öteki ayrımı konulmuştur. Estetik söylemin geleneksel ikiliği olan güzellik ve çirkinlik, Alman faşizminde yerini biyolojik farklılıklara ve ırkçılığa bırakmıştır (Keskin, 2014, 80).

## 6. Metodoloji

Çalışmanın temel amacı Nasyonal Sosyalist propaganda posterlerinde teatral ve estetik unsurların nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koymaktır.

Nasyonal Sosyalizm ve propaganda daha önce farklı birçok dilim dalında inceleme konusu yapılmıştır. Bu çalışmada propaganda "teatralleşme" ve "estetikleşme" açısından ele alınıp



yorumlanacaktır. Çalışma böylelikle Nasyonal sosyalizm propagandada teatral ve estetik unsurları ayrıntılandırması bakımından önem taşımaktadır.

Nasyonal Sosyalist propaganda amacıyla kullanılan tüm posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Fakat propaganda için kullanılan tüm posterlere ulaşmadaki zorluktan dolayı çalışmada amaçsal örneklem kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında şu soruları cevaplar aranmaktadır;

- Nasyonal sosyalist propaganda afişlerinde hangi konular ön plana çıkmaktadır?
- Nasyonal sosyalist propaganda afişlerinden teatral ve estetik unsurlar nasıl kullanılmıştır?
- Nasyonal Sosyalist propaganda afişlerinde hangi mit/mitler inşa edilmektedir?
- Nasyonal sosyalist propaganda afişlerinde hangi metaforlardan yararlanılmaktadır ?
- Nasyonal sosyalist propaganda afişlerinde hangi metonimiler kullanılmaktadır?

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan gösterge bilimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında tespit edilen propaganda posterleri Roland Barthes'in düz anlam ve yan anlam boyutunda kavramsallaştırdığı gösterge bilimsel anlayışı ile analiz edilmiştir.

Çevremizdeki göstergelerin anlamlandırılmasını inceleyen ve temel ilgi alanı göstergeler olan göstergebiliminin (Fiske, 2003, 62) gelişimine en önemli katkıları dilbilimci Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce yapmıştır (Geray, 2014, 54). Saussure'a göre dil düşüncelerin aktarılmasının aracı olan bir göstergeler sistemidir. Bu göstergeler de gösteren ve gösterilenden meydana gelmektedir. Gösteren, işaret ya seslerden oluşurken, gösterilen ise düşünce ve kavramlardır (Yaylagül, 2006, 107). Saussure, gösterge bilimsel ilişkiyi gösteren, gösterilen ve gösterge ile açıklarken; Peirce ise gösterge, yorumlayan ve nesneden oluşan anlam öğeleriyle açıklama yapmaktadır (Fiske, 2003, 64; Sığır, 2016, 30-31).

Göstergebiliminin gelişiminde etkili olan isimlerden bir diğeri ise Roland Barthes'tir. Barthes, göstergebiliminin sınırlarını dilsel metinlerin dışına çıkarmış, resim, fotoğraf, müzik gibi farklı alanlarda göstergebiliminin uygulanabileceğini savunmuştur. Barthes'e göre göstergeler düz anlam ve yan anlam olarak iki düzlemde şekillenmektedir. Düz anlam, göstergenin herkes tarafından algılanan, genel kabul gören, evrensel, nesnel anlamıyken; yan anlam ise kültürden kültüre değişen, bazen tam olarak anlaşılmayan mesajın ifadesidir (Barthes, 2017, 34). Her ifade, açık ve tartışmasız düz anlamların dışında yan anlamlara da sahiptir. Yan anlamlar, ideolojilerin taşınması ve aktarılmasında üst dil işlevi görmektedir (Barthes, 2017).

Barthes, yan anlamların kültürel yapıların içerisinde mitlerle birlikte var olduğunu belirtmektedir. Mitler, egemen yapının değerlerini aktararak bu değerlerin doğallaştıran, meşrulaştıran, bireylerin kimlerle özdeşleşme kuracağını, kimlere karşı çıkacağını belirleyen kalıplardır. Mitler, açıklama yapmaktan ziyade totolojilere başvurmakta, statükocu düşünceleri korumaktadır. Yaratılan sağduyuyla eleştirel akıl köreltilmektedir (Yaylagül, 2006, 109). Bunun yanında Barthes, çalışmalarında yararlandığı diğer kavramlar ise metafor ve metonimidir. Metafor, bilinmeyenlerin anlamını bilinenler aracılığıyla ortaya koymakken; Metonimi de bir parçanın bütünü temsilidir (Fiske, 2003, 123-127).

## 7. Bulgular

### 7.1. Lider adlı propaganda posterinin gösterge bilimsel analizi

Lider adlı posterin gösterge bilimsel analizinde düz anlam boyutunda parti üniforması giymiş ve ileriye dönük bakan Hitler gösterilmiştir. Almanca, "Ein Volk, ein Reich, ein Führe" yazısı yer almaktadır. Yazının Türkçe anlamı "Tek halk, tek imparatorluk, tek lider" dir. İleriye doğru bakan Hitler, bir elini belini koymuştur. Hitler diğer kolunda gamalı haç pazu bandı bulunmaktadır. Yan anlam boyutunda ise halk olarak Alman halkı, imparatorluk olarak üçüncü Reich, lider olarak Führer, anlatılmaktadır. Halk, imparatorluk ve lider bir bütünü parçaları olarak göstermiştir. Halk, imparatorluk ve lider bütünlüğü güçlü Almanya'yı oluşturacaktır. Propaganda görselinde lider, halkla ve imparatorlukla bütünleşmiş bir kişi mitiyle sunulmuştur. Hitler'in lider metaforu olarak sunulduğu görselde, liderlik imparatorluk ve halk birlikte bütün bir Almanya'nın metonimi olarak sunulmaktadır. Ayrıca lider bütünlüğün bir simgesi olarak kullanılmıştır.





Resim 1: Lider



<http://www.third-reich-posters.co.uk/product/ein-volk/> (Erişim tarihi: 08.08.2020)

Propaganda posterinde liderin bedeni, gösteri ve sergi nesnesi olarak sunulmuş liderin duruşu ve posterdeki sloganlarla seyircide Almanya ile bütünleşmiş lider algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Siyasal nesne olarak lider cisimleştirilmiş, hedef kitlenin ilgisini çekici ve güven veren lidere yönlendirmek amaçlanmıştır. Böylelikle kitlelerin duyguları harekete geçirilecektir. Mesajların içerikleri ve temaları lider figürü üzerinden basitleşmekte, kitlelerin mesajları algılaması kolaylaşmaktadır. Estetik unsurlar kullanılarak lider figürüyle, kitlelere birlik, bütünlük ve anlam katmak hedeflenmiştir. Adolf Hitler'in kişiliği kitleleri ulusallaştıran bir role bürünmüştür. Siyasal söylem ve uygulamalar toplumun kolaylıkla özdeşim kurabileceği somut bir nesne olan lidere indirgenmiştir. Almanlar için kahraman olan Hitler, kurtarıcı bir *kayzer* olarak sunulmuştur.

## 7.2. Gençlik adlı propaganda posterinin gösterge bilimsel analizi

Gençlik temalı propaganda posterini düz anlam boyutu açısından değerlendirildiğinde afişte Alman genci ve hemen arkasında Hitler yer almaktadır. Posterdeki iki figürde ufka doğru bakmaktadır. Afişteki gencin, sıradan bir Alman genci olmadığı gömlek ve kravatından yola çıkarak Hitler Gençlik Hareketine mensup biri olduğunu söylenebilir. Afişin alt kısmında "Alle Zehnjährigen in die HJ", "Her on yaşına girmiş olanlar HJ'ye" yazmaktadır. Afişin üst kısmında ise "Jugend dient dem Führer", "Gençlik Führer'e hizmet ediyor" yazısı yer almaktadır.

Resim 2: Gençlik



Kaynak: <https://www.facinghistory.org/resource-library/image/hitler-youth-propaganda>, Erişim Tarihi: 20.10.2020



Propaganda afişi yan anlam boyutunda incelediğinde; gençliğin, ülke ve ulusun kaderiyle bütünleşen lidere sonsuz bağlılıkla hizmet etmesi gerektiği vurgusu yapılmaktadır. Asıl sorumluluğu Hitler'e hizmet etmek olan gençler için bunun en kısa yolu ise Hitler Gençlik Hareketine katılmaktır. Afişte, lidere bağlılık ve ona hizmet edilmesi gerektiği mesajları verilmektedir. Hizmet için verilen adreste gençlik hareketlerine üye olmaktır. Eğitime dair olan her şey nasyonal sosyalist öğeleri bünyesinde barındırmak zorundadır. Artık okullardan ziyade gençlik merkezleri bulunmakta, nasyonal sosyalist ideolojiye uygun gençler buralarda yetişmektedir. Afişte yer alan genç görseli tüm Alman gençliğin temsil eden metonimidir. Afişte, Hitler Gençlik Hareketinin görevi olarak Hitler'e hizmet etmek miti işlenmektedir.

Afişte, Hitler ve gençlik birlikte sunulmakta. Her ikisi sahne düzeni içerisinde "bağlılık" ve "hizmet" odaklı bir yapıyla sahnelenmektedir. Lider, bağlılık duyulması ve hizmet edilmesi gereken üstün kişidir. Görselde yer alan her iki figürün vücut dili Almanya'nın geleceğine bakan kişilerin tasviridir. Alman faşizmindeki biyolojik farklılıklar estetik bir unsur olarak sarışın gençle beraber simgeleşmektedir. Dramatikleşmenin özgün işlevlerinden yararlanılırken sahnede gösteri nesnesi olarak genç ve Hitler birlikte yer almaktadır. Estetik iki unsur, Almanya'nın kendi içerisindeki bütünlüğünün yanında Alman olan ile olmayan arasındaki ayrımın da görsel taşıyıcısıdır. Afişte yer alan gencin oluşturmaya çalıştığı algı gençlerin lidere kayıtsız şartsız hizmet etmesidir.

### 7.3. Yahudi adlı propaganda posterinin gösterge bilimsel analizi

Üzerinde "Hinter den Feindmächten der Jude" "düşman güçlerin ardındaki: Yahudi" yazan Yahudi konulu propaganda posterini düz anlam bakımından incelendiğinde İngiliz, Sovyet ve Amerikan bayraklarının arasında şapkalı ve Davut'un yıldızı takmış biri bulunmaktadır. Nasyonal sosyalist propaganda dost-düşman algısı üzerinden söylemlerini geliştirmiştir.

Resim 3: Yahudi



Kaynak: <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn2910>, Erişim Tarihi: 12.09. 2020.

Bu dost-düşman ayrımında düşman safında bulunanların başında ise Yahudiler gelmektedir. Almanya'da Yahudi düşmanlığının tarihsel kökleri 30 yıl savaşlarına kadar gitmektedir. 1618-1848 yılları arasında süren din savaşlarında Katolik krallar Protestanlığı benimseyen Almanlar karşısında büyük bir zafer elde etmiştir. 20 milyona yakın kişinin ölümüne sonuçlanan bu savaş sonucunda birçok Alman kilisenin resmi öğretilerden uzaklaşarak gizli örgütlenmelere ve batıl inançlara yönelmiştir. İşte örgütlenmelerin hepsinin ortak paydası ise Yahudi düşmanlığıdır. Aradan geçen uzun yıllardan sonra Birinci Dünya Savaşı sonunda yaşanan büyük siyasal, toplumsal ve ekonomik kaos Yahudi düşmanlığının tekrar güçlenmesine neden olmuştur

Afiş yan anlam boyutunda incelendiğinde; Yahudi, bütün düşman güçlerin arkasında yer alan, Almanya'nın en büyük düşmanı olarak gösterilmiştir. İkinci Dünya Savaşı esnasında askeri olarak mücadele edilen devletler aslında Yahudilerin piyonudur. Sovyetler, Amerikalılar ve İngilizler yalnızca görünür olan düşmanlardır. Asıl düşman ise tarihsel olarak da Yahudilerdir. Afişte, bütün düşmanların ardındaki güç



olarak Yahudi miti işlenmekte, Yahudi, düşman metaforu olarak kullanılmaktadır. Görseldeki Yahudi, tüm Yahudilerin metonomi olarak sunulmaktadır. Yahudi, düşman olanı simgelemektedir.

Afişte, gösteri nesnesi olarak kullanılan Yahudi, Alman toplumunda düşman algısı yaratmaktadır. Sahnelenen bedenün düşmanı tasviri ettiği afişte hedef kitlenin ilgisi bu sefer düşman imgesine yönlendirilmiştir. Hedefte yaratılmak istenilen etkide bu sefer *öfke* unsuru kullanılmıştır. Sanat ve estetiğin politikaya aktarılmasının ikinci yolu olan biz-öteki ayrımı bu görselde belirgindir. Düşmanların hepsi tek bir görselde toplanmış büyük Almanya idealinin önünde engeller somutlaşmıştır. Somutlaşan düşman karşısında Almanlardan birlik ve bütünlük içerisinde hareket etmesi beklenmiştir.

#### 7.4. Zor zamanlar propaganda posterinin gösterge bilimsel analizi

1943 yılında yayınlanan zor zamanlar temalı propaganda afişinde üç kişi önde arkalarında ise kalabalıklar yer almaktadır. Afişin üst kısmında Nazi partisinin resmi sembolü olan gamalı haç bayrağının önünde "Harte Zeiten, Harte Pflichten, Harte Herzen", zor zamanlar, zor görevler, sert yürekler" yazısı bulunmaktadır. Afişte ön plandaki üç kişinin ikisi sivil biri ise askerdir. Sarışın ve sivil kıyafetli olan kişinin elinde tüfek, hançer ve miğfer vardır. Ayrıca afişte ön sıralardaki kişilerin elinde çekiç ve İngiliz anahtarı olduğu görülmektedir. Yine afişte kendilerine uzatılan çekiç ve İngiliz anahtarına ulaşmaya çalışan kalabalıklar varlığı dikkat çekmektedir.

Şekil 4: Zor Zamanlar



Kaynak: <https://www.loc.gov/item/2004677217/>, Erişim Tarihi: 24.10.2020

Zor zamanlar konulu propaganda afişi yan anlam boyutuyla incelendiğinde afişte öndeki üç kişiyle beraber kalabalığın olduğu görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıcında üst üste önemli zaferler elde eden Almanya'nın gerilemeye başlaması propaganda afişinde de işlenmiştir. Yaşanılan zor zamanlarda üstlenilmesi gereken zor görevler için sert ve dayanıklı yüreklerin var olması gerektiğine dair vurgu afişte dikkat çekmektedir. Savaşın en zor dönemlerinde birinde askerinden işçisine, kadından erkeğine Almanların hepsi üzerlerine düşen görevleri yerine getirmek zorundadır. Çünkü Almanlar, bu görevleri yerine getirebilecek cesarete ve dayanıklılığa sahiptirler.

Afişte bütün Almanların ülkelerin için her zaman en zor görevleri üstlenebileceği miti kullanılmıştır. Zor zamanlarda zor görevlerin başarabilmek için gerekli olan dayanıklılık ise Nazi ideolojisinin ve Almanların güçlü yönünü temsil eden metaforudur. Afişte kullanılan kişiler tüm Almanların metonimi olarak sunulmaktadır. Çekiç, miğfer, tüfek ise dayanıklılığın, güçlü olmanın simgesidir.

Afiş, motivasyonel unsurlar barındırmaktadır. Almanya aleyhindeki gelişmelerin toplum üzerinde karamsar bir hava oluşturmaması adına bu zor zamanların beraber hareket ederek, mücadeleden vazgeçmeyerek sonlanacağı vurgulanmıştır. Nazi ideolojisi ile Alman toplumunun bütünlüğünün gösteri nesnesi olarak kişiler ve aletlerle sahnede sunulduğu afişte savaşın kötü gidişini durduracak asıl güç bizzat



Almanların kendisi olduğu algısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Kadın, erkek, genç, yaşlı herkes savaşın zor zamanlarında bütün fedakârlıkları yapmak zorundadırlar. Homojen bir halk topluluğu içerisinde sınıfsız bir işçi cephesi yaratılmak amaçlanmıştır (Bloch, 1992). Afişte birbirlerinden farklı olan kişiler özellikle de çekiç, miğfer, tüfek gibi simgeler estetik öğeler olarak kullanılarak birlik, bütünlük ve çalışma anlamları oluşturulmuştur. Görseller, zor zamanlarda zor görevleri başarabilmek için var olan dayanıklılık, cesaret, güç birliği ve bütünlüğü sağlayan anlamlardır.

### 7.5. Kızılhaç adlı propaganda posterinin gösterge bilimsel analizi

Savaşın getirdiği zorlukların başında finansal zorluklar gelmektedir. Savaşın ekonomik yükünün her geçen daha ağır hissedildiği Almanya'da sadece askeri anlamda değil tıbbi olarak da artan maliyetleri altından kalkabilmek için yardım çağrıları yapılmıştır. "Kızılhaç" konulu propaganda afişi de bunlardan birisidir.

Resim 5: Kızılhaç



Kaynak: <https://calisphere.org/item/ark:/28722/bk0007t752s/> Erişim Tarihi: 25.09.2020

"Kızılhaç" konulu propaganda afişi düz anlam boyutunda incelendiğinde, afişte bir hemşirenin yaralı bir askerin başını sargı bezi ile sardığı görülmektedir. Resmin sol üst kısmında ise nasyonal sosyalist propagandanın kullandığı sembollerden biri olan kartal ve gamalı haç bulunmaktadır. Kutsal Roma Germen İmparatorluğunun sembolü olan kartal, gamalı haçla birlikte Naziler tarafından da kullanılmıştır. Reichsadler olarak ve milli birliği sembolize eden gamalı haçı pençesiyle tutan kartal bu sefer, Kızılhaç sembolünü pençesiyle tutmaktadır. Afişte, Almanca "Spendet für das Kriegshilfswerk des Deutfdhen Roten Kreuzes", Türkçesi "Alman Kızılhaç'ının savaş fonuna bağışta bulunun" yazısı yer almaktadır.

Afiş, yan anlam boyutuyla incelendiğinde, birçok propaganda afişinde olduğu bütün bir şekilde Nazi ideolojisine ve Hitler'in çizdiği yolda hedefe doğru ilerleyen Almanya'ya hizmet eden kişilere vurgu yapılmaktadır. Afişte yer alan asker ve hemşire, sıradan bir asker ve hemşirenin olmanın ötesinde kendilerine düşen görevleri yerine getiren fedakâr Almanlardır. Hatta asker büyük Almanya'ya ulaşma idealinde kafasından yaralanmış kişidir. Afişte böyle fedakârca görevlerine yapan kişiler resmedilerek diğer vatandaşlara görevleri hatırlatılmaktadır. Alman Kızılhaç'ının savaş fonuna yapılacak yardım herkesin kendi üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesine bir adımdır.

Afişte Alman kadınlarının ülkeleri için savaşan askerlere yardım ettiği mitinin yanı sıra her bir Almanın bu yardımların devam etmesi için sorumlulukları olduğu miti işlenmiştir. Afişteki slogan, asker ve hemşire görselleriyle birlikte Nazi ideolojisi, paylaşmak metaforu olarak kullanılmıştır. Afişte yer alan asker ve hemşire tüm Alman erkek ve kadınların metonimidir. Nazi kartalı ve gamalı haç güçlü Almanya'yı simgelemektedir.





Afişte teatral olanın sahnesinde asker ve hemşire yer almaktadır. Gösteri nesnesi olan iki unsur, paylaşmanın ve fedakârlığın simgesi olan bir algı yaratmaktadır. Kadın ve erkek bedeni kendilerine verilen rolleri simgelemektedir. Dayanıklı, güçlü bir asker olan Alman erkekleriyle beraber nasyonal sosyalist ideolojiye cephe gerisinde hizmet eden kadınların bedeni onların rollerini göstergesidir. Yaralananın asker ve onu tedavi eden hemşire sunum sahnesini dramatikleştirmektedir. Bir sergi nesnesi olan kadın ve erkek, fedakârca çalışanları hatırlatmakta bunun devamı için de diğer kişilere yapması gerekenler hatırlatılmaktadır. Bu afişte de estetik unsurlar birliği ve bütünlüğü oluşturmayı amaçlamaktadır. Birlik ve bütünlük oluşturulurken kendi görevlerini yapanlar görselleştirilirken, mesajlarla da diğer Almanların yapması gerekenler konusunda (bağışta bulunmak) uyarılarda bulunmaktadır.

Nasyonal Sosyalizm, Birinci Dünya Savaşı'nın ardından Almanlar için onur kırıcı bir anlaşma olan Versailles Anlaşmasının yarattığı atmosferi dağıtma ve sermaye ile emek arasındaki mücadeleyi sonlandırma vaadi ile iktidara gelmiştir. Bu amacı gerçekleştirebilmek içinde askeri ve polis dâhil olmak bütün baskı mekanizmalarını kullanarak nasyonal sosyalist rejimi tehdit eden her türlü yapıyı yok etmiştir. Güç ve şiddetin serbestçe kullanımın yanı sıra nasyonal sosyalizm, siyasal toplumsal gerçekliği estetize ederek gösteri toplumuna doğru giden yolu aralamıştır. Kullanılan propaganda teknikleri ile çelişkilerin çözülebileceği ve toplumsal sorunların azalacağı izlenimi uyandırılmıştır. Siyasal olanın estetize edilerek güç ve şiddetin kullanımın meşrulaştırılmasının tek bir amacı vardır oda topyekûn bir yıkım savaşının gizlenmesidir (Keskin, 2010, 55).

### Sonuç

Propaganda insan davranışlarını yönetmeyi ve yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Nasyonal sosyalist Almanya'da da yöneticileri kendi beklentilerine uygun bir toplum tasarlayabilmek için propaganda tekniklerini etkili bir şekilde kullanmışlardır. Kaybedilen bir savaşın utanç verici sonucundan kurtulabilmek adına teknik, ideolojik bir güce dönüştürülmüştür.

Çalışma kapsamında incelenen afişlerin hepsi Nasyonal Sosyalist ideolojiden öğeler barındırmaktadır. Alman halkının yaşadığı bütün acı ve yenilgiler Hitler ve onun davasına olan bağlılıkla sona erecektir. Halk ve imparatorluk Tanrı tarafından görevlendirilmiş III. Reich'in Führer'inin kişiliğinde bütünleşmiştir. Nasyonal sosyalizmde gerçekler estetize edilerek kitlelerin gerçekleri görmesi engellenmiştir. Bu engelleme işi gerçekleştirilirken karmaşık siyasal gerçeklikler bir kişiye, kahramana kısacası Führer'e indirgenmiştir. Üstün insanın somutlaşmış hali olan Hitler, Tanrı'nın bir temsilcisi olarak kahraman-dinsel motiflerle süslenmiş mutlak otoriteyi kullanma gücüne sahip olan kişidir. Alman halkının yaşadığı bütün sıkıntılar ancak böyle bir güçlü figürle çözülebilir.

Afişlerde fedakârlık ve bağlılık temaları sıklıkla vurgulanmıştır. Bireysel iradenin her türlüşününün yok edildiği nasyonal sosyalizmde özellikle de gençler arasında kolektif bir bilinç oluşturulmakta geçmişinden ve ailesinden koparılmış kişilerde sert, yıkmaya dönük, vahşi bir yan ortaya çıkartılmaya çalışılmaktadır. Savaşın Almanya'nın aleyhine dönmeye başlamasıyla beraber fedakârlık teması daha öne çıkarılmıştır. Alman halkı doğal yaşam alanlarına ulaşabilmek için yılmadan, fedakârca çalışmaya teşvik edilmiştir.

Nasyonal sosyalist propaganda da Alman ırkının üstünlüğüne yapılan vurgu oldukça belirgindir. Afişlerde tarihi ve kahramanlık mitleri kullanılmaktadır. Alman halkının yardımseverliği, güçlü, mücadelecî yönü, ülkesine ve liderine olan bağlılığı ön plana çıkan mitlerdir. Kapsayıcı ve kolektif mit öğelerinin kullanımı dikkat çekicidir.

Nasyonal sosyalizmde uzmanlar, sahte ve güzel bir dünya yaratmış, kitleleri bu yaratmış oldukları dünyaya bağlamışlardır. Gösteriler, mitingler, kutlamalar kitleler için birer katılım biçimine dönüşmüştür. Kamusal karar alma mekanizmaları son derece sınırlandırılmış olmasına rağmen teatral bir sahnedeki miting ve toplantılar kararların birlikte alındığı izlenimini uyandırmıştır. Sahne performanslarıyla bedenlerin sunulduğu ve algıların oluşturulmaya çalışıldığı teatralleşen siyasette estetik unsurlar kitlelere birlik, bütünlük ve anlam katma amacıyla kullanılmıştır. Biz ve onlar üzerinden yapılan ayrımların derinleştirilmesiyle belli bir ulus yaratmak hedeflenmiştir.

Tekniğin kutsandığı bir anlayışta modern ve arkaik olanın yan yana getirildiği nasyonal sosyalist propagandada duygusal mesajlarla sözde başka bir dünya yaratılmıştır. Lider ve davada bütünleşmiş kitleler inşa edilmiştir. Yalnızca afişler değil parti toplantıları, mitingler propagandada kullanılan her bir araç bu stratejiye dâhil edilmiştir.

Homojen bir halk ruhu oluşturulurken ideolojinin ihtiyaçları toplumun kendi ihtiyaçları gibi sunulmuştur. Sadeleştirilmiş görsel ve mesajlarla hep aynı düşünen ve davranan bir toplum amaçlanmıştır.



İnsanların duygularına seslenen mesajlarla kutsanmış bir lider, devlet ve dava meydana getirilmiştir. Halktan ise güçlü olması, fedakârlıkta bulunması, çalışması, kendilerini her yönüyle büyük Almanya idealine adanması beklenmiştir.

#### KAYNAKÇA

- Akarcı, Sezer (2003). *2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Armaoğlu, Fahir (1964). *Siyasi Tarih 1789-1960*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- ARON, Raymond (2000). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Benjamin, Walter (1995). *Eстетize Edilmiş Yaşam: Sanat'tan Savaş ve Siyasete Alman Faşizminin Kuramları*. (çev. Ünsal Oskay), İstanbul: Der.
- Barghoom, Frederich Charles (1964). *Soviet Foreign Propaganda*. New Jersey: Princeton University Press.
- Barthes, Roland (2017) *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. (çev. Aysenaz Koş - Ömer Albayrak), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bloch, E. (1992). *Erbschaft dieser Zeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- BROWN, J.A.C (1992). *Siyasal Propaganda*. (çev. Yusuf Yazar) İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Çakı, Caner (2018). Adolf Hitler'in Kültür Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergibilimsel Analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), s. 24-38.
- David, Claud (1991). *Hitler ve Nazizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erdoğan, İrfan (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: ERK.
- Fiske, John (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Geray, Haluk (2014) *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Gülada, Mehmet Ozan, Gazi, Mehmet Ali ve Çakı, Caner, (2019). Nazi Propagandasının Ulusal Seferberlikte İdealize Ettiği Alman Genç Kızları: 'Das Deutsche Madel' Dergisi Üzerine İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), s. 1079-1100.
- Eberle, Henrik ve Uhl, Matthias (2017). *Hitler Kitabı*. (çev. Mustafa Tüzel), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Herf, Jeffrey (2005). The "Jewish War": Goebbels and the Antisemitic Campaigns of the Nazi Propaganda Ministry. *Holocaust and Genocide Studies*, 19(1), 51-80.
- Hitler, Adolf (2016). *Kavgam*. Ankara: Panama Yayıncılık.
- Hoffman Hilmar (1996). *The Triumph of Propaganda, Film and National Socialism, 1933-1945*. (çev. John A. Broadwin and V.R. Berghahn), Frankfurt: Berghahn Books Inc.
- Karsh, Efraim.&Miller, Rory. (2004). Freya Stark in America: Orientalism, Antisemitism and Political Propaganda. *Journal of Contemporary History*, 39(3), 315-332.
- Keskin, Fatih (1997). *2. Dünya Savaşında Türkiye'de Alman Propagandası*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Keskin, Fatih (2010). *Politik Profesyoneller ve Uzmanlar*. Ankara: De Ki Yayınları.
- Keskin, Fatih (2014). *Politik İletişim Sözlüğü*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Kışlalı, Ahmet Taner (2010). *Siyasal Sistemler: Siyasal Çatışma ve Uzlaşma*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Marquis, Alice Goldfarb (1978). Words as Weapons: Propaganda in Britain and Germany During the First World War. *Journal of Contemporary History*, 13(3), s. 467- 498.
- Mazower Mark (2014). *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*. (çev. Yavuz Alogan), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Meyer, Thomas (2014). *Medya Demokrasisi*. (çev. Ahmet Fethi) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir (2014). *Halkla İlişkiler Kavram Stratejileri ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Öymen, Onur (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Pareto, Vilfredo (2010). *Seçkinlerin Yükselişi ve Düşüşü*. (çev. M. Zeynep ) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Rentschler, Eric, (1996). *The Ministry of Illusion: Nazi Cinema and Its Afterlife*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Sarıtaş, İbrahim, (2018). Nazi Döneminde Sinemanın Propaganda Aracı Olarak İşlevi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.47, s. 329-350.
- Sennett, Alan, (2014). Film Propaganda: Triumph of the Will as a Case Study. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 55 (1), s. 45-65, Michigan: Wayne State University Press.
- Sığırıcı, İlhami (2016) *Göstergibilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Qualter, Terence (1982). Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi. (çev. Ünsal Oskay), *A.Ü SBF Dergisi*, No: 1, s.255-357.
- Wilson, James (2003). Community, Civility and Citizenship: Theatre and Indoctrination in the Civilian Corps of the 1930s. *Theatre History Studies*, 23, s.77-94.
- Yaylagül, Levent (2006). *Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.