

T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ
ANABİLİM DALI

İDEOLOJİK PROPAGANDA ARACI OLARAK İKİNCİ DÜNYA
SAVAŞI DÖNEMİNDEKİ ÇİZGİ FİMLERİN GÖSTERGEBİLİMSEL
ANALİZİ

Fatih Emre ŞEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Ummahan KAYGISIZ

BURDUR – 2020

T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ
ANABİLİM DALI

İDEOLOJİK PROPAGANDA ARACI OLARAK İKİNCİ DÜNYA
SAVAŞI DÖNEMİNDEKİ ÇİZGİ FİMLERİN GÖSTERGEBİLİMSEL
ANALİZİ

Fatih Emre ŞEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Ummahan KAYGISIZ

Üye: Dr. Öğretim Üyesi Sezai ÖZTOP

Üye: Dr. Öğretim Üyesi Esra Vona KURT

BURDUR – 2020

T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ
ANABİLİM DALI

ETİK BEYAN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “İdeolojik Propaganda Aracı Olarak İkinci Dünya Savaşı Dönemindeki Çizgi Filmlerin Göstergebilimsel Analizi” adlı tezin hazırlanması sürecinde akademik etik ilkeleri ihlal etmediğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- ☐ Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim sadece Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi yerleşkelerinde erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Fatih Emre ŞEN

TEŞEKKÜR METNİ

Bugüne kadar okuduğum bütün eserlerin, kendi amaçları doğrultusunda, çeşitli meseleler hakkında derdi olan araştırmacıların merak duygularının dürtülmesiyle ortaya çıktığı kanaatini edindim. Kendi adıma bu dert ve merak duygusu bugüne kadar hep peşimden geldi diyebilirim. Çocukluğumda ve eğitim hayatımın ilk yıllarında rahmetli dedem Hasan ŞEN'in aldığı ansiklopediler ve babam İbrahim ŞEN'in getirdiği kitaplar benim için çok büyük bir şanstı. Bu ansiklopediler ve kitaplar sayesinde merak duygumu keşfettim. Onlara müteşekkirim.

Sonrasında bu merak duygusu, eski Milli Eğitim Bakanı Hasan Âli YÜCEL'in başlattığı çeviri hareketinin öncülüğünde Türk diline kazandırılan, bir şeyler keşfedebilmenin, bilebilmenin peşinde olan düşünürlerin eserleri sayesinde gelişti ve bu çalışmanın ortaya çıkmasında ilham kaynağı oldu. Bu yüzden ilk defa bu şansı bulduğum için haddim hududunda Türk diline ve Türk akademisine emek veren bütün bilgelerin aziz hatıralarına teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca yılmaz bir eğitim gönüllüsü olup bütün hayatı boyunca eğitimime devam etmem için her türlü yardımda bulunan, fedakâr annem Süreyya ŞEN'e ve hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen kadirşinas, kıymetli eşim Zühal'e teşekkür ederim. Son olarak çalışmanın ilk okuyucusu ve eleştirmeni, çok değerli, fevkalbeşer dostum Av. İzzet DOĞANGÜL'e ve çalışmaya duyduğu güven için danışman hocam Doç. Dr. Ummahan KAYGISIZ'a teşekkür ederim.

Fatih Emre ŞEN

(ŞEN, Fatih Emre, *İdeolojik Propaganda Aracı Olarak İkinci Dünya Savaşı Dönemindeki Çizgi Filmlerin Göstergebilimsel Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Burdur, 2020)

ÖZET

Bu tez çalışmasında ideoloji ve propaganda kavramları üzerinden İkinci Dünya Savaşı ve savaş sırasında yürütülen ideolojik propaganda faaliyetleri pek çok açıdan ele alınmakta ve özelde de çizgi filmler üzerinden savaş sırasında yürütülen ideolojik propaganda faaliyetleri incelenmektedir. Bu amaçla öncelikle kavramlar üzerinde durulmuş, akabinde İkinci Dünya Savaşı irdelenmiş ve sonrasında da İkinci Dünya Savaşı'nın yaşandığı 1939-1945 yılları arasında hazırlanan çizgi filmlerden ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldığı tespit edilen ve net görüntüleri günümüze kadar ulaşabilen yedi adet çizgi filmi incelenmiştir.

Çalışmada yer alan çizgi filmler incelenirken aynı zamanda ideoloji hakkındaki görüşleri nedeniyle benzer metaforları kullandığı düşünülen Slavoj Žižek ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri de sınanmıştır. Birbirlerinden farklı tarihlerde yaşayan bu iki düşünürün farklı tarihlerde hazırlanan çizgi filmlerdeki ideolojik propaganda faaliyetlerini açıklar nitelikteki görüşlerinin mevcudiyeti nedeniyle de bu hususa dikkat çekilmiştir. Bu nedenlerle de çalışmada, temel önermeleri sınayabilmek adına son yıllarda kullanımı artan ve konu itibarıyla sonuca ulaşılabilmesi için çizgi filmlerde yer alan göstergelerin incelenerek en iyi bulguların elde edilmesini sağlayacağı düşünülen göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

Yapılan analizlerle bu çizgi filmlerin halk üzerinde nasıl ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldıkları, çizgi filmlerin göstergeler aracılığıyla yürütülen ideolojik propaganda ile halkın eğilimlerini nasıl yönlendirme amacıyla olduğu ve bu çizgi filmlerin Žižek ve Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri doğrultusunda nasıl bir hâkim ideoloji propagandasını içerdikleri soruları üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *İdeoloji, Propaganda, Göstergebilim, İkinci Dünya Savaşı, Çizgi Film.*

(ŞEN, Fatih Emre, *Semiological Analysis of Cartoons During the Second World War as a Tool of Ideological Propaganda*, Master Thesis, Burdur, 2020)

ABSTRACT

In this thesis, ideological propaganda activities carried out during the Second World War and the war through the concepts of ideology and propaganda are dealt with from many angles, and in particular, ideological propaganda activities carried out during the war through cartoons are examined. For this purpose, concepts were first focused on, then the Second World War was examined, and then seven cartoons, which were determined to be used as an ideological propaganda tool from the cartoons prepared between 1939-1945, when the Second World War took place, and whose clear images have reached the present day, were examined.

While examining the cartoons in the study, the views of Slavoj Žižek and Cemil Meriç, who were thought to use similar metaphors due to their views on ideology, were also tested. Due to the existence of the opinions of these two thinkers who lived in different dates from each other, which explains the ideological propaganda activities in cartoons prepared on different dates, this issue has been drawn attention. For these reasons, in the study, the semiotic analysis method, whose use has increased in recent years in order to test the basic propositions, and which is thought to provide the best findings by examining the indicators in cartoons in order to reach the result in terms of subject, was used.

Analyzes focused on how these cartoons are used as an ideological propaganda tool on the public, how the cartoons aim to direct people's tendencies through ideological propaganda carried out through signs, and what kind of a dominant ideology propaganda these cartoons contain in line with the views of Žižek and Meriç on ideology.

Keywords: *Ideology, Propaganda, Semiotics, Second World War, Cartoons.*

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	i
TEŞEKKÜR METNİ	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar DİZİNİ	viii
KISALTMALAR	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İDEOLOJİ, PROPAGANDA VE GÖSTERGEBİLİM KAVRAMLARI

1.1.İDEOLOJİ, İDEOLOJİNİN UNSURLARI VE AYGITLARI	4
1.1.1. İdeolojinin Anlamı, Gelişimi ve Düşünörlere Göre Manası.....	4
1.1.2. İdeolojinin Unsurları ve Aygıtları.....	8
1.1.3. Slavoj Zizek ve Cemil Meriç'te İdeoloji	11
1.1.4. Dr. Ali Şeriati'de İdeoloji.....	15
1.2. PROPAGANDA.....	18
1.2.1. Propagandanın Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Anlamları.....	18
1.2.2. Propaganda Türleri.....	22
1.2.2.1. Kaynaklarına Göre Propaganda Türleri	22
1.2.2.1.1. Açık-Beyaz Propaganda	22
1.2.2.1.2. Gri Propaganda.....	22
1.2.2.1.3. Kara Propaganda	23
1.2.2.2. Muhteviyatına-Konusuna Göre Propaganda Türleri	24

1.2.2.2.1. Siyasi Propaganda	24
1.2.2.2.2. Ekonomik Propaganda.....	25
1.2.2.2.3. Kültürel Propaganda.....	27
1.2.2.2.4. İdeolojik Propaganda.....	28
1.2.2.3. Kullanılışı ve Amaçları Bakımından Propaganda	32
1.2.2.3.1. Stratejik Propaganda.....	33
1.2.2.3.2. Karşı Propaganda	34
1.2.2.3.3. Destekleyici Propaganda	35
1.2.2.3.4. Beşinci Kol Propagandası.....	36
1.3. GÖSTERGEBİLİM VE GÖSTERGEBİLİMSSEL ANALİZ YÖNTEMİ.....	38

İKİNCİ BÖLÜM

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI VE İDEOLOJİK PROPAGANDA

2.1. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI TARİHÇESİ.....	43
2.1.1. Hitler ve Hitler Öncesi Almanya	43
2.1.2. İşgallerin Başlangıcı ve İkinci Dünya Savaşı	49
2.1.3. Savaşın Sonu.....	64
2.2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA İDEOLOJİK PROPAGANDA	66
2.2.1. İdeolojik Propaganda Araçları ve Kullanımı.....	66
2.2.2. Dr. Paul Joseph Goebbels ve İdeolojik Propaganda	83
2.2.2.1. Dr. Paul Joseph Goebbels	84
2.2.2.2. Dr. Paul Joseph Goebbels'in İdeolojik Propaganda Çalışmaları	85
2.2.2.3. Goebbels'in Propaganda İlkeleri	96
2.3. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SIRASINDA İDEOLOJİK PROPAGANDA ARACI OLARAK	
ÇİZGİ FİMLER	100

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA ÇİZGİ FİLMLER VE GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ.....	105
3.2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI ÇİZGİ FİMLERİ GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ	106
3.2.1. Der Störenfried Çizgi Filmi Analizi.....	106
3.2.2. What Hitler Wants Çizgi Filmi Analizi.....	112
3.2.3. Donald Gets Drafted Çizgi Filmi Analizi.....	114
3.2.4. The Ducktators Çizgi Filmi Analizi.....	118
3.2.5. Fascist Barbarians: Cinema Circus Çizgi Filmi Analizi	122
3.2.6. Der Fuehrer's Face Çizgi Filmi Analizi	125
3.2.7. Reason and Emotion Çizgi Filmi Analizi.....	129
SONUÇ.....	144
KAYNAKÇA.....	150
ÖZGEÇMİŞ	162

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: 1924-1929 Yılları Arasında Almanya’da Yapılan Genel Seçimlerde NSAIİP’nin Aldığı Sonuçlar	46
Tablo 2: 1929-1933 Yılları Arasında Almanya’da Yapılan Genel Seçimlerde NSAIİP’nin Aldığı Sonuçlar	47
Tablo 3: Müttefiklerin deniz gücüne karşılık Japonya’nın durumu	60
Tablo 4: Der Störenfried Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	111
Tablo 5: What Hitler Wants Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	114
Tablo 6: Donald Gets Drafted Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	117
Tablo 7: The Ducktators Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	121
Tablo 8: Fascist Barbarians: Cinema Circus Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	124
Tablo 9: Der Fuehrer’s Face Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	128
Tablo 10: Reason and Emotion Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar	140

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CIA	: Central Intelligence Agency
DA	: Devlet Aygıtı
DİA	: Devletin İdeolojik Aygıtları
IMF	: International Monetary Fund
NSAİP	: Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi
OWI	: The United States Office of War Information
SA	: Sturn Abteilung
SS	: Schutz Staffeln
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
UPA	: United Productions Academy

GİRİŞ

Medeniyet tarihi boyunca farklı coğrafyalarda farklı toplumlar, gruplar, örgütler, devletler pek çok farklı nedenden dolayı savaşımlardır. Kesin sayısını bilmediğimiz bu savaşlarda milyonlarca insan ve canlı hayatını kaybetmiş ve bu savaşların politik, ekonomik, coğrafi, kültürel ve benzeri pek çok konuda farklı neticeleri olmuştur. Bu savaşlar değişik ölçütlerle sınırlandırılarak nitelendirilebilirler. Örneğin farklı din veya mezhepler arasında yaşanan savaşlar genel olarak din savaşları, iktidar mücadelelerinin ve egemenlik alanlarının genişletilmesi sebebiyle yaşanan savaşlara politik veya siyasi savaşlar, iktisadi kaynakların kullanımı ve elde edilmesi amacıyla yaşananlara ekonomik savaşlar, sınırlı bir alanda ve o ülkenin egemenliği altındaki topraklarda kendi unsurları arasında gerçekleşen çatışmalar ise iç savaşlar olarak adlandırılabilir.

Bu savaşlardan farklı olarak belirli coğrafi sınırları kapsayan savaşların nasıl adlandırılacağı da düşünürlerce çalışmalarına konu edinilmiştir. Örneğin Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı yaşanmadan önce Karl Marx dünya savaşını, ulusları karşı karşıya getiren savaş olarak tarif ederken (Marx, 2016: 148), güncel sözlüklerde birçok ülkenin dahil olduğu savaş (Oxford University Press, 2017) olarak dünya savaşı kavramı tanımlanmaktadır. Nispeten sayısının az olması nedeniyle de doğrudan coğrafi olarak bütün dünyayı kapsayan bir dünya savaşı söz konusu olmamıştır ancak savaş sırasında ve sonrasında yaşananların bütün dünyayı etkilediği bir gerçektir. Neticede savaşların sadece askeri ve politik sonuçları olmamaktadır. Örneğin savaş sonrası, savaştan kaynaklanan sebeplerden dolayı ortaya çıkan bir ekonomik görüş, bir ekonomik kriz, yeni bir ideoloji, politik bir yönetim biçimi savaşa taraf olmayan ülkeleri de etkileyebilmektedir. Dolayısıyla dünya savaşları coğrafi olarak bütün dünyayı kapsamasa da önde gelen ülkelerin katılıyor olması ve sonuçlarının bütün dünyayı etkiliyor olması nedeniyle büyük bir öneme sahiptir.

Dünya savaşları bu denli öneme sahipken savaş ve savaşla ilgili her türlü meselenin ele alınması, irdelenmesi, araştırılması, incelenmesi de oldukça önemlidir. Bu yüzden dünya savaşları hakkında hem Türkçede hem de diğer dillerde binlerce çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar tarih, ekonomi, siyaset bilimi ve benzeri pek çok alanda eserlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu çalışmada göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak siyaset bilimi ve siyasal iletişim kapsamında ideoloji, propaganda ve

ideolojik propagandanın kullanımı açısından farklı görüşler doğrultusunda konuyu ele alarak bu çalışmalara bir yenisini eklemek amacındadır.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı ile hız kazanan, sistemleştirilen ve ön cephede mücadele eden bir unsur olarak propaganda faaliyetleri çeşitli yöntem ve tekniklerle yapılmaktadır. Bu yapılırken de çok farklı araçlar kullanılmaktadır. Bu propaganda çeşitlerinden biri ideolojik propaganda ve kullandığı araçlardan biri de çizgi filmlerdir. İdeolojik propaganda savaşın gidişatı açısından son derece önemlidir. 1939-1945 yılları arasında devam eden savaşta taraflar sadece karada, havada, denizde ellerindeki konvansiyonel silahlarla mücadele etmemişlerdir. Bunun yanı sıra psikolojik savaş, propaganda savaşları, ideoloji savaşları, politika savaşları, diplomatik savaşlar da bir yandan devam etmiştir. Bu savaşlar cephede yürütülen mücadeleye doğrudan etki etmişlerdir. Bu nedenle bu etkilerin, bu etkiye sebep olan savaş unsurlarının ve tekniklerinin, hangi amaçlarla, hangi şartlarda ve hangi araçların kullanılarak nasıl yürütüldükleri de araştırmacılar tarafından incelemelerine konu edilmiştir. Bugüne kadar İkinci Dünya Savaşı pek çok yönüyle ele alınmış ve alınmaya da devam edilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonrasında oluşan yeni dünya düzenine etkileri, ekonomik dengelerin değişmesi, çok kutuplu bir dünya sisteminden iki kutuplu bir dünyaya doğru ilerlenmesi, soğuk savaşın başlaması, ülkelerin izlediği politikaların değişkenlik göstermesi, pek çok ülkede iktidarların değişmesi, ideolojilerin günlük hayatta ve toplumsal hayatta gözle görülür bir şekilde kendilerini göstermesi ve örnekleri çoğaltılabilecek pek çok sebep nedeniyle İkinci Dünya Savaşı tarih, psikoloji, ekonomi, sosyoloji, doğa, çevre bilimleri ve siyaset bilimi alanlarında çok önemli, eşsiz bir yere sahiptir. Bu nedenle savaş hakkında farklı dillerde, birçok araştırmacı tarafından değişik araştırma yöntemleriyle farklı konular ele alınarak çalışmalar yapılmıştır. Çok fazla sayıda çalışma yapılmasına rağmen İkinci Dünya Savaşı ile ilgili halen incelenmeyi bekleyen, araştırmaya değer görülebilecek pek çok mesele vardır. Bu çalışmaya konu edinilen ideolojik propaganda aracı olarak çizgi filmler de halen farklı görüşler doğrultusunda konu hakkında yer alan boşlukların tamamlanabilmesi için incelenebilecek bu meseleler arasında yer almaktadır.

İdeoloji ve çizgi filmlerle ilgili yerli ve yabancı araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalara bakıldığında genellikle bunların durum tespiti yaparak ideoloji ve çizgi filmlerin özgürlük, insan hakları, psikoloji, iletişim hakkındaki etkilerini inceler nitelikte

oldukları görülmektedir. Yine ideolojik propagandanın çizgi filmler aracılığıyla nasıl İkinci Dünya Savaşı sırasında kullanıldığı ve bunların göstergebilimsel analizinin yapılarak çizgi filmlerin nasıl birer ideolojik propaganda aracına dönüştürüldüğü ile ilgili çalışmaların sayıca az olması ve konuyla ilgili boşlukların olması bu konuda çalışma isteğini arttırmış, teşvik edici olmuştur.

Bu boşluğu doldurulmaya çalışılırken, çalışmanın diğer çalışmalardan farklılaştığı temel noktalardan biri ise temel önermelerin ve yapılan göstergebilimsel analizlerin, düşünür Slavoj Žižek ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri çerçevesinde de değerlendirilmiş olmasıdır. Ayrıca çalışma son yıllarda daha sık kullanılmaya başlanan göstergebilimsel analiz yöntemini kullanarak İkinci Dünya Savaşı sırasında üretilen, hazırlanan çizgi filmlerin nasıl birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldıklarını gösterme, bunların Slavoj Žižek ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri kapsamında değerlendirilmesi amaçındadır. Araştırmada İkinci Dünya Savaşı sırasında 1939-1945 yılları çizgi filmleri incelenmiş ve bunlardan ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldığı tespit edilen ve net görüntüleri günümüze kadar ulaşabilenler arasından etkili görseller ve göstergelere sahip yedi tanesi seçilerek incelenmiştir.

Tezin amacı ve kapsamı doğrultusunda anlamlı bir bütün oluşturmak için çalışma; bir giriş mahiyetinde birinci bölümde kavramları çeşitli yönleriyle ele almış, ikinci bölümde İkinci Dünya Savaşı ve ideolojik propaganda konularıyla geliştirilmiş, üçüncü bölümde göstergebilimsel analizler yapılarak temel önermeler sınanmış ve sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İDEOLOJİ, PROPAGANDA VE GÖSTERGEBİLİM

KAVRAMLARI

1.1. İdeoloji, İdeolojinin Unsurları ve Aygıtları

Bu başlık altında ideoloji kavramının tanımı, tarihsel gelişimi, kavrama katkılar sunan çeşitli düşünürlerin ideoloji hakkındaki görüşleri, ideolojiyi oluşturan unsurlar ve ideolojinin sosyal hayat içerisinde karşımıza hangi şekillerde çıktığını açıklayan aygıtları incelenerek ideolojinin kavramsal çerçevesi belirlenecektir. Bu kavramsal çerçevede özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında yürütülen ideolojik propaganda faaliyetlerinde kullanılan ideolojinin hangi anlamlarıyla çalışma kapsamında yer aldığı üzerinde durulacak ve bazı düşünürlerin ideoloji ile ilgili görüşlerinden hareketle çalışma kapsamında kullanılan ideoloji kavramı açıklanacaktır.

1.1.1. İdeolojinin Anlamı, Gelişimi ve Düşünürlere Göre Manası

İdeoloji kelimesinin kökleri Eski Yunan dilindeki “logos ve eidos” kelimelerine dayanmakta, kavram “idea” ve “oloji” kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır (Çağan, 2008: 11). İdeoloji kelimesinin geçmişi Fransız Devrimi ve Aydınlanma Dönemine kadar dayanmaktadır. Kelime çeşitli sözlük ve kaynaklarda “Siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükûmetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefî, dinî, moral, estetik düşünceler bütünü” (Türk Dil Kurumu, 2020), “Egemen elitler tarafından dayatılan, belirli bir grup ya da organizasyonun ilgilerini haklı bulan ve destekleyen ortak fikir ve inanışlar, egemen grupların çıkarlarını haklı göstermeyi sağlayan, paylaşılan düşünce ya da inançlar” şeklinde ifade edilmektedir (Arda vd., 2003: 268).

İdeoloji kelimesi denilince akla ilk olarak Destutt de Tracy gelmektedir. Çünkü Tracy, ideolojiyi bir kelime olmaktan çıkarmış, düşünceler bilimi anlamında kullanmak üzere kavramsallaştırarak kelimeyi ilk kez olumlayan düşünür olmuştur (Çağan, 2008: 11). Tracy, ideolojiyi bir kavram olarak ilk kez kullanmış ve ideolojinin felsefî-bilimsel bir disiplinin adı olduğunu vurgulamıştır. Tracy, 1796’da “İdeoloji Unsurlarına Ait Proje” adlı eserinde ideolojiyi felsefe terimi yerine kullanmıştır (Kaya, 2000: 166). Tracy’nin kullandığı anlamda ideoloji, fikirler, düşünceler bilimi anlamına gelmekte ve Tracy

ideolojiyi, konusu fikirlerin tetkikinden ibaret olan ve düşüncelerin kanunlarını inceleyen bir ilim olarak tanımlamaktadır (Kaya, 2000: 166). Tracy'ye göre ideoloji, idelerin temellerini ve kurucu unsurlarını araştırmayı amaçlar. O'na göre ideoloji, insanın us ve bilincinin, nasıl ve ne şekilde yapılandığını inceleyen bilinç içerisinde tüm bilimlerin özünü oluşturan bir felsefe terimi ve düşünce yöntemiyle bir bilimdir. Daha da net bir tabirle Tracy'ye göre ideoloji bilimlerin kraliçesidir (Heywood, 2013: 23).

Tracy'den önce ideoloji kavramının hazırlayıcıları olarak Étienne Condillac, Dietrich Holbach, Adrien Helvétius, Francis Bacon gibi pek çok düşünür de vardır. İdeoloji kendiliğinden değil bir süreç sonucunda ortaya çıktığı için aslında kelimenin doğduğu toprakların, Avrupa'nın sosyolojik yapısı, kurumları ve egemenlik anlayışından etkilenmiş ve bu anlayışın eleştirisinden, sorgulama süzgecinden geçmiştir. Reform ve Rönesans hareketleri, akabinde bilimsel ve felsefi aydınlanma dönemi ile Avrupa toplumunda akıl ve bilim ön plana çıkmış, doğanın bütün ayrıntılarıyla tüm gizeminin çözülebileceği fikri yaygınlaşmış, insanın isterse doğaya egemen olabileceği görüşü ağırlık kazanmaya başlamıştır.

İnsanın doğaya egemen olabileceği görüşünü aslında pek çok düşünür ve yazar açıktan dile getirmese de Francis Bacon ünlü eseri *Novum Organum*'da açıkça dile getirmiştir. Bacon *Novum Organum*'da “İdoller Öğretisi” denilebilecek bir düşünce çizgisi, bir düşünce yolu oluşturmuştur (Bacon, 2012, s: 18). Francis Bacon'ın nitelendirdiği ve İdoller Öğretisi'nde karşımıza çıkan bazı idollerden, başka sebepleri de bulunmakla birlikte öncelikle tabiatın yorumlanmasına engel oldukları sebebiyle kurtulmak gerekmektedir. Kurtulunması gereken bu idoller; kabile, mağara, pazar ve tiyatro idolleridir (Bacon, 2012: 18). Bu idoller Bacon'a göre kalıplaşmış ve artık insanın günlük hayatında herhangi bir işine yaramayan idollerdir. İnsanın aklını saf ve temiz tutabilmesi, duyu organlarından kaynaklı çarpıtmalarından ve otoritenin dayattığı pek çok kez de yanlış olan düşüncelerden arınma ve kurtulma sonucunu doğuracaktır. Bacon'ın İdoller Öğretisi, Fransız Devrimi öncesi ülkede aydınlanmacı bütün düşünürleri etkilemiş ve devrime giden yolda kiliselere ve dogmalara karşı aydınların mücadelesinde temel argümanlardan ve araçlardan birisi olarak kullanılmıştır. İdoller öğretisini eski feodal düzenin bir öğretisi olarak görmüşlerdir. Burada ideoloji ile Bacon'ın idolleri arasında da bir benzerliğin olduğu ifade edilebilir. Ayrıca değinileceği üzere özellikle Slavoj Žižek gibi düşünürlere göre doğayı, dünyayı, insanları veya herhangi bir şeyi anlamak için

ideolojinin çizdiği sınırlardan kurtulmak gerekmektedir. Bacon'ın idolleri de tıpkı bu ideoloji gibi daha iyi anlamlandırma, anlama, tahlil etme çabaları için kurtulunması gereken bir unsurdur.

İdeolojinin gerçeklikten uzaklaşması ve gerçeklikten sapması, yanlış us ve bilinç oluşturması gibi anlamların yüklenmesine ise Napoleon Bonaparte'ın yönetim anlayışı neden olmuştur. Napoleon Bonaparte, Aydınlanma döneminde hâkim olan ideoloji düşüncesini ve dönemin aydınlarını birer ideolog olarak yorumlayıp ideologların bu konudaki düşüncelerini kendisine muhalif hareketler olarak algılamış ve iktidarının önünde bir engel addetmiş ve ideolog olarak adlandırdığı kişilerin çalışmalarını eleştirmiştir (Williams, 2006: 185). Napoleon ideologlar ve çalışmaları karşısında da kendisini gerçekçi siyasetin odağı olarak görmektedir. Burada Napoleon Bonaparte tarzı ideolojinin anlam ve manasının ideolojinin negatif kullanımına daha yatkın olduğu ve ideolojinin siyaset ve yönetim sorunlarının tartışıldığı alanlarda hayat bulduğu görülmektedir.

Yukarıda ifade edildiği gibi gelişim gösteren ideoloji kavramı batı medeniyetinden farklı olarak doğu medeniyetinin ünlü düşünürlerinden İbn-i Haldun'un da çalışmalarında yer almıştır. İbn-i Haldun asabiye kavramı ile devlet ve devlete ilişkin pek çok konuyu açıklarken ideoloji meselesine de değinmiştir. O'na göre ideoloji öncelikle eğitim kavramıyla doğrudan ilgilidir. İktidarlar eğitim aracılığıyla bir itaat kültürü oluşturmaya, hâkim güç veya unsur kim ise onun egemenliğine uygun çıkarlar doğrultusunda bir gerçeklik kurmaya çalışırlar (Haldun, 1977: 304). Tabi bu da ideoloji ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle İbn-i Haldun'un Mukaddime isimli eseri bir ideoloji çözümlemesi olarak da değerlendirilmektedir (Bağce, 2005: 208).

Marx ve Engels başta Alman İdealizmi olmak üzere çeşitli eserlerinde, makalelerinde ideoloji meselesine değinmiş ve ele almışlardır. Onlarda genel olarak ideoloji belirli bir tanıma konu olmamış, daha çok birbirinden farklı belirli anlamları olan bir üst yapı unsuru olarak ideoloji açıklanmıştır. Bunu yaparken de genellikle bilinç, alt yapı-üst yapı ilişkisi, gerçeklik ile düşünce arasındaki ilişkiler üzerinden ele almışlardır (Marx ve Engels, 1996: 112). Henri Lefevbre, Raymond Williams gibi düşünürler Marx'ın ideoloji hakkındaki görüşlerini incelemiş ve üzerinden derinlemesine çalışmalar sunmuşlardır. Bu düşünürlerin sayısı arttırılabilir. Ancak özellikle Henri Lefevbre

Marx'ın ideolojisini bilgi sosyolojisi kapsamında ele almış ve detaylı bir analiz yapmıştır (Lefevbre, 1996: 57-83).

Marx önceleri ideolojilerin tamamı hakkında “kuruntular ve aldatmacalar topluluğu” olduğunu belirtse de daha sonra kavramı biraz daha sınırlandırmış, ideoloji için de alt yapı, üst yapı ilişkisinin geçerli olduğunu, ideolojinin alt yapı ve bilinç tarafından oluşturulan, dolayısıyla ekonomi gibi bir alt yapı unsurunun şekillendirdiği bir üst yapı unsuru olduğunu belirtmiştir (Demir ve Sesli, 2020: 165). Marx özetle ideolojiyi yönetici gücün, üretim araçlarının ve üretim araçlarını ellerinde bulunduranların sahip olduğu bir üst yapı unsuru olarak açıklamaktadır (Demir ve Sesli, 2020: 166). Burada çalışma kapsamında ele alınan ideoloji anlamına da bir yakınlık başlamaktadır.

Marx'tan sonra hemen hemen aynı dönemlerde yaşayan Antonio Gramsci ve Karl Mannheim'de ideoloji hakkında çeşitli görüşler sunmuşlardır. Gramsci'ye göre ideolojinin kökleri dil ve kültürdedir (Çağan, 2008: 20). Buradan hareketle esas varlığını politik doktrinde bulur. O'na göre ideoloji homojen bir kavram değildir ve organik ideolojiler ve keyfi ideolojiler olarak ikiye ayrılabilir. Organik ideolojiler, toplum içinde bir bütünlük sağlama amacıyla olan bilinç formlarıdır. Keyfi ideolojiler ise daha çok kişiseldir ve kişisel spekülasyonlara dayalıdır (Çağan, 2008: 20). O'na göre ideolojiler toplumun ayrılmaz bir parçası olmakla birlikte çelişkili bir kimliğe sahiptir. Çünkü ideolojiler ne doğru ne de yanlış olarak nitelendirilebilir. Toplumsal hayat içindeki rolü nedeniyle ideoloji Gramsci'ye göre Marksist terminolojideki yapı ile karmaşık üst yapıları bir arada tutan bir harçtır, sıvadır (Hall vd., 1985: 25). Mannheim ise farklı olarak ideolojinin bir hareket içerisinde olduğunu, kavramın yaygınlaştığını ve bunun sebebinin de özel, kişisel ideolojiden total ideolojiye yönelmesi olduğunu ifade etmiştir (Çağan, 2008: 21).

21.yy. düşünürlerinden Şerif Mardin'in ideoloji hakkındaki düşüncelerine bakıldığında da farklı bir bakış açısıyla karşılaşılmaktadır. İdeoloji hakkında yapılan çalışmaların göreceliği, özgünlüğü ve nicelik olarak fazlalığı Mardin'in çalışmalarında da görülmektedir. Mardin'e göre geleneksel kültüre ait “toplum haritaları” etkisini kaybetmiş, modern çağlarda artık bir faydası kalmamış, ideoloji modern çağda yeni toplum anlamları için bir harita olmuş, bunu da kültürle ilintili olarak gerçekleştirmiştir (Mardin, 2018: 20). Mardin de tıpkı Marx ve Zizek gibi ideoloji ile yanlış bilinç arasında

bir ilişki kurar. Mardin'e göre ideoloji tek başına insana yön çizen bir buğulu gözlük değildir. Gerçekleri doğrudan görmesini engellemez. Ancak ideoloji yanlış bilinç olarak tezahür edebilir ve bunda insanın payı da vardır (Mardin, 2018: 34).

Mardin ve Marx gibi düşünürlerin yanı sıra Dr. Sigmund Freud da ideoloji hakkındaki düşüncelerinde buğulu gözlük metaforunu kullanır. Freud uzmanlığı nedeniyle ideolojiyi ve ideoloji nedeniyle yanlış algılama meselesini psikoloji çevresinde inceler. Freud'a göre buğulu bir gözlük ardından hakikate bakılması, psikolojik bir kişilik sorunudur. Zira O'na göre gerçeği gizleyen yaşadığımız toplumun halihazırdaki yapısı değildir. Çözümlememiş kişisel sorunlarımız nedeniyle buğulu gözlükler, ideolojiler insanları etkilemektedir (Mardin, 2018: 49).

Mardin'e göre ideoloji, Karl Mannheim'da olduğu gibi içinde bulunduğu sistemin yapısıyla uyumlu değildir (Mardin, 2018: 63). O'na göre ideoloji vaat ettiği şeyleri fiiliyatta ortaya çıkaramayıp potansiyeli oluşmamış fikirlerden de oluşmaktadır (Mardin, 2018: 57). Bu görüş biraz daha ideolojinin dar anlamıyla ilgilidir. Mardin'e göre ideoloji geniş anlamında tüm toplumsal mekanizmayı belirleyen anlamlardan oluşmaktadır. O'na göre ideoloji dünya üzerinde temel bir gerçeklik olgusuna varamadığımız için bütün gerçekleri onun ardından gördüğümüz bir gözlüktür (Mardin, 2018: 73). Mardin'e göre ideoloji bu çalışma kapsamında yer alan görseller, simgelerle de ilgilidir. O'na göre ideoloji büyük simgesel bir düşüncenin hayata dayanan bir görüngesidir (Mardin, 2018: 117).

1.1.2. İdeolojinin Unsurları ve Aygıtları

İdeolojinin kelime anlamı başta olmak üzere, ilk ortaya çıktığı günden 21.yüzyıla kadar yaşadığı dönüşümü ve bazı düşünürlerin gözünde nasıl bir yere sahip olduğu ifade edildikten sonra kavramın taşlarını tam olarak yerine oturtabilmek için ideolojinin bilimsel sınıflandırmasına da değinilmesi gerekmektedir. Bu sınıflandırma, ideolojinin bilimsel anlamda ideoloji olabilmesi için taşıması gereken özellikleri göstermektedir.

İdeolojiler felsefe ya da siyaset biliminde temel anlamıyla düşünce şekli veya hayat tarzlarını, siyasi düşüncelerin vitrinini yansıtmazlar. İdeoloji, çok yönlü bir kavramdır. Bu da her siyasi düşüncenin bir ideoloji olamayacağını, ideolojilerin özellikleri ve taşıdıkları unsurları ile sosyal bilimlerde anlaşılan şekliyle bir ideoloji

olabileceğini göstermektedir. Bu yüzden ideolojinin sosyal bilimlerdeki anlamıyla taşınması gereken özellikleri ikiye ayırıp incelemek mümkündür.

Birincisi düşüncelerin ve siyasi fikirlerin eylemsel yönüdür. Eylem yönü nedeniyle bir ideolojiden bahsedilebilmesi için bunun düşünce sistemi içinde hareketli veya hareketsiz bir eylem fikrini taşınması, başka bir ifade ile insandan belirli davranış kalıplarını sergilemesini, belirli bir şekilde davranmasını istemesi gerekir. Bir fikir sisteminin ideolojiye dönüşebilmesi için taraftarlarına haklı, iyi ve doğru gibi değer yargılarını benimsetmeli ve bunları taraftarlarına ödev olarak sunması gerekmektedir. Örneğin iyi bir Faşist asla ve asla yalan söylememelidir. Çünkü yalan söylemek faşizmde devlet otoritesine karşı işlenen büyük bir suç sayılabilmektedir. Varoluşçuluk, hiççilik, vejetaryenlik gibi düşünce sistemleri de buna benzerlik gösterir ve değer yargıları fiili eyleme yönelik hareketler bekler. Nedeni ise oldukça basittir. Bu sistemler sadece fikir öğretisinin benimsenmesi taraftarı değildir. Aynı zamanda eylem, icraat, hareket beklerler. Bunun yanı sıra ideolojiye yönelen fikirlerin değer yargısı içermesi, belirli başlı ödevleri şart koşması, belirli davranış biçimlerini dayatması tek başına bir ideoloji olması için de yeterli değildir.

İdeolojilerde olması gereken ikinci unsur ise düşüncelerin, fikirlerin, idollerin arkasında bir siyasi nedenin yatması gerektiğidir. Fikir sisteminin, idollerin, düşünce yapılarının ideoloji olarak nitelendirilmesi için öncelikle devlet yönetimiyle, kamuyla, siyasetle ve genel politik meselelerle ilgili talepleri olmalıdır. Bir fikir ve düşünce sisteminin ideoloji olabilmesi için kesin şart olmamakla birlikte siyasi iktidara gelmek, toplumu yönetmek unsurları bulunabilir. Bu yüzden siyaset biliminin incelemesine konu onlarca ideoloji karşımıza çıkmakta ancak toplumlara ve devletlerin hâkim yönetim şekillerine ne derecede ideolojilerin etki ettiklerine bakıldığında bunun olmazsa olmaz bir şart olmadığını, iktidar mücadelesi içinde yer almayan pek çok ideolojinin de olduğunu söylemek mümkündür (Ergil, 1981: 80-87).

Diğer yandan ideolojiyi ve ideolojilerin devletle olan ilişkilerini anlayabilmek için büyük düşünür ve filozof Louis Althusser'in çalışmalarını incelemek gerekir. Althusser 20.yy'ın en önemli siyaset bilimcilerinden birisidir. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları isimli eserinde ideolojinin devlet mekanizması içindeki aygıtlarını inceleyip ele almıştır. O'na göre ideoloji insan ile dünyası arasındaki ilişkilerin bir imgesel

tanımlanışdır (Çağan, 2008: 22). Bu da hem bilinç hem de bilinç dışı ile ilgilidir. Bu özellikleriyle ideoloji insanın kendi dünyası ile arasındaki ilişkinin açıklanmasıdır (Çağan, 2008: 22). O'na göre ideoloji insanlar ve toplumlar üzerindeki etkisi nedeniyle vazgeçilemeyecek bir şeydir. Tıpkı bilinç dışı gibi ideoloji her zaman var olacaktır (Çağan, 2008: 23).

Althusser ideoloji meselesini Markist devlet kuramından hareketle ancak onunla sınırlı kalmayıp geliştirerek, eklemeler yaparak incelemiştir (Althusser, 2019: 49). Althusser burada bir ayrıma gider. Devlet iktidarı ve devlet aygıtını birbirinden ayırır. Sonrasında devlet aygıtını da kendi içinde ikiye ayırır. Bunlardan birisi devletin baskı aygıtıdır. Diğeri de devletin ideolojik aygıtıdır (Althusser, 2019: 50).

Baskıcı devlet aygıtı tıpkı Marksist teoride olduğu gibi hükümet, ordu, mahkemeler, polis, idare ve hapisanelerden oluşur. Marksist teoride bu devlet aygıtı (DA) iken Althusser'de baskıcı devlet aygıtlarıdır (Althusser, 2019: 50). Althusser'e göre devletin ideolojik aygıtları ise birbirinden ayrı ve farklılaşmış kurumlar biçiminde, doğrudan belirli sayıda ortaya çıkan, uzmanlaşmış kurumlar şeklindeki gerçekliklerdir (Althusser, 2019: 50). Bu belirli sayıda devletin ideolojik aygıtlarını (DİA) Althusser şöyle saymaktadır:

- Dinsel Devletin İdeolojik Aygıtı
- Öğrenimsel Devletin İdeolojik Aygıtı
- Siyasal Devletin İdeolojik Aygıtı
- Sendikal Devletin İdeolojik Aygıtı
- Haberleşme Devletin İdeolojik Aygıtı
- Kültürel Devletin İdeolojik Aygıtı
- Aile Devletin İdeolojik Aygıtı
- Hukuk Devletin İdeolojik Aygıtı (Bu hem DİA hem de baskıcı devlet aygıtıdır)
- Okul Devletin İdeolojik Aygıtı (Althusser, 2019: 50-51)

1.1.3. Slavoj Zizek ve Cemil Meriç'te İdeoloji

21.yy. düşünürlerinden Slavoj Zizek de genel olarak eserlerinde Marx'ın ideoloji hakkındaki düşüncelerine yakın olarak ideoloji kavramını açıklamış, sinema ve benzeri görsel eserlerin birer ideolojik nesne haline dönüştüğünü belirtmiştir. Zizek'in 1988 yapımı "They Live" (IMDb, 2020) isimli sinema filminden hareketle ideoloji ve göstergeler hakkındaki görüşleri çalışmanın çıkış noktasına ışık tutmuştur. Bu nedenle Zizek hakkında bazı bilgiler verilmesi ve onun ideoloji hakkındaki düşüncelerine ayrıca değinilmesi gerektiği kanaati oluşmuştur.

Slavoj Zizek, eski Yugoslavya sınırlarında 1949 yılında Ljubljana şehrinde doğdu. Bu bölge savaştan sonra Slovenya sınırları içinde kaldı. Zizek burada eğitimine devam etti ve Ljubljana'da felsefe doktorasını tamamladı. Ardından Paris Üniversitesi'nde psikanaliz eğitimi aldı (The European Graduate School, 2020). Popüler kültürün yeniden okunmasında pek çok eser verdi ve bu konudaki düşüncelerinde Jacques Lacan'ın çalışmalarını kullandı. Lacancı psikanalitik hakkındaki görüşleri ve popüler kültürle ilgili düşünceleri ile ünlendi. Çok yönlü bir düşünür olarak hepsi birbiriyle ilgili ideoloji, demokrasi, köktendincilik, küreselleşme, insan hakları, post-modernizm, post-Marksizm, politik doğruluk gibi meselelerde çalışmaları mevcuttur. Zizek aynı zamanda sinema ile de ilgilenmiş ve yönetmenlik yapmıştır. Buradan hareketle de siyaset bilimi, siyaset felsefesi ile ilgili konuları sinema ve görsel sanatlarla birlikte yorumlama imkânı olmuştur. Örneğin David Lynch, Alfred Hitchcock gibi yönetmenlerin filmleri hakkında çeşitli görüşleri ve bunlardan hareketle "David Lynch Ya Da Gülünç Yücenin Sanatı" ve "Hitchcock" isimli eserleri, bunların yanı sıra çalışma kapsamında doğrudan ideoloji ile ilgili "İdeolojiyi Haritalamak", "İdeolojinin Yüce Nesnesi", "Günümüz İdeolojisinden Kesitler", "Komünizm Fikri", "Komünist Ufuk" gibi pek çok eseri bulunmaktadır (Millî Kütüphane Başkanlığı, 2020).

Slavoj Zizek, ideoloji ile ilgili düşüncelerini farklı örnekler, materyaller kullanarak açıklar. Bunlardan birisi de 1988 yapımı "They Live" sinema filmidir. Zizek bu filmin sahnelerine atıf yaparak bir göstergebilimsel analiz ortaya koymaktadır. Filmde yer alan sahnelerden yola çıkarak Zizek, ideolojinin bir çöp tenekesi olduğunu, ideolojinin kullandığı malzemelerin bir çöp tenekesinde yer aldığı için insanların görmediğini belirtir (Fiennes, 2012). Bu nedenle insanlara dayatılan, görmedikleri bir

ideoloji var olduğunu ve dolayısıyla insanların bu ideoloji çöplüğünde yaşadığını ifade eder (Fiennes, 2012). Bu ideoloji insanı ve yaşam alanını o denli çevrelemiştir ki insan hayallerine sığındığını düşündüğü anda bile gerçekte birebir o kaçmaya çalıştığı, bir an sıyrılıp uzak durmaya çalıştığı ideolojinin içindedir ve bunun farkında değildir. Çünkü Zizek'e göre insan ideolojinin kurguladığı bir toplum içinde yaşamaktadır (Fiennes, 2012). Filmde John Nada isimli karakter bir gün boş bir kilisenin içinde bir kutu güneş gözlüğü bulur ve bunlardan birisini alarak şehrin sokaklarında yürümeye başlar. Gözlüğü taktığında gördüklerinin aslında hiç görüldüğü gibi olmadığını, ideolojinin çevrelediği bir hayatın içinde olduğunu fark eder. Gözlük, ideolojinin aslında her yerde açık açık var olsa da göremediğimiz gizli gerçek yüzünü gösteren bir özelliğe sahiptir. Bu ideoloji gözlüğü sayesinde karakter ideolojinin aslında göstergelerin, görsellerin ardında gizlendiğini fark eder. Örneğin, şehirdeki binaların duvarlarında yer alan reklam afişlerinin aslında insanların itaat ederek ürünleri satın alması ve sürekli tüketmesi için tasarlandığını, yeme içme alışkanlıklarından evlenip çocuk sahibi olunmasına kadar hayatın her alanında ideolojinin bir telkini, yönlendirmesi olduğunu, ideolojinin insanların düşüncelerine ket vurduğunu ve ideolojide düşünceye yer olmadığına dair yazılar görür gözlük sayesinde (Carpenter, 1988). Zizek buradan hareketle ideoloji gözlüğünün aslında, var olan ve toplumu çevreleyen ideolojinin demokrasi içindeki diktatörlüğü gözler önüne serdiğini, diğer bir ifadeyle demokrasinin içine saklanan diktatörlüğü bir ideoloji gözlüğü olmaksızın fark etmenin çok zor olduğunu ifade eder (Fiennes, 2012). Var olan, var olduğu düşünülen özgürlükleri ayakta tutan şey dahi görmediğimiz, göremediğimiz bilinçaltında işleyen talimatlardır. Bu ideoloji kafa karıştıran, insanın gerçek bakış açısını bulandıran bir şeydir. Bu nedenle insanlar ideolojiden -farkında olmasalar da- zevk alırlar (Fiennes, 2012). İdeolojinin sınırlarının dışına çıkmak bu yüzden insanları üzer ve bu sınırdan kalmak isterler. Zizek'e göre bu yüzden insanlar ideoloji gözlüğünü kullanıp onu görmekten imtina ederler (Fiennes, 2012). İdeoloji bu yönüyle de insana acı veren bir şeydir. İnsan neticede kendi var olan gerçekliğinin bir yalandan ibaret olduğunu öğrenmek istemez, öğrense de kabullenmez. Bu bilgilerden yola çıkıldığında ise gerçek bir özgürlüğün aslında mümkün olup olmadığı sorusu akla gelmektedir. Ancak Zizek'e göre gerçek özgürlüğü, ideolojisiz bir yaşamı insanlar istemeyebilirler. Çünkü bu durum insana acı verecektir (Fiennes, 2012).

Zizek'in düşünce hayatında ideolojinin sonuç olarak yolları birbiriyle kesişen farklı ideoloji tanımları mevcuttur. Bunlardan birisi de ideolojinin sanıldığı gibi aksine yalnızca bir yanlış bilinçten, gerçeklik hakkındaki yanılsamadan kaynaklı bir şey olmadığıdır. Bu ideoloji ve onun maddi hali olarak betimlenen ideolojik olan şey aslında kavranması gereken bu gerçekliğin ta kendisidir. İdeoloji içinde bulunduğu bireylerin onun özünden habersiz olması gereken bir toplumsal gerçekliktir (Zizek, 2011: 36). *They Live* filminde de aslında ideolojinin buna benzer bir anlamı vardır. Çünkü bireyler bunu öğrenmeye başladıklarında acı çekerler, mutsuzlaşırlar. Bu yüzden bireylerin bilmemesi gereken bir toplumsal gerçeklik olarak da ideoloji tezahür edebilmektedir.

Gerek Lacan gerekse de Freud'un görüşleri çerçevesinde Marksist teorik alt yapı ile ideoloji ve günümüz ideolojik toplumunu inceleyen Zizek, insanlığın içinde bulunduğu durumu bir tür tezatlık olarak açıklamaktadır. Bu tezatlık insanların bildikleri ancak bildikleri halde yaptıkları bir ideolojik savaştır (Fiennes, 2012). Zizek tüm bu ikilemlerden kurtulmak, bireye, topluma, tüketime, üretim ilişkilerine, sosyal ve beşerî ilişkilere, sinemaya, edebiyata dolayısıyla bütün hayata karşı bakış açısının değiştirilmesi gerektiğini, bunun da ideolojilerden ve verdiği örnekte de ideolojilerin gözlüklerinden kurtulmakla mümkün olduğunu ifade etmektedir. Çünkü O'na göre insan doğduğu ilk günden beri bir ideolojik saldırı altındadır (Fiennes, 2012).

O'na göre isimler, nesneler, renkler ve benzeri şeylerle karşılaştığı ilk duyudan beri insan bir ideolojinin içindedir ve adeta bir ideolojinin içine doğmuştur (Fiennes, 2012). Zizek bu ideolojiyi bir çöp tenekesine benzetir. Zizek'e göre insan doğduğu günden beri aslında bir çöplükte yaşamaktadır. Burada çöplük Zizek'in ideolojiye verdiği yeri anlatmak için kullanılan bir metafordur. İdeoloji kokuşmuş, içinde toplumun binlerce yıldır biriktirdiği ve kapitalist toplumun tüketim kültürünü dayatan bir saldırdır.

İnsanın kurduğu hayaller ve bu hayallere sığınması bile aslında bire bir aynı ideoloji içinde bulunulduğunu göstermektedir. Bu yüzden ki ideolojiler insanlara giydirilen birer at gözlüğüdür (Fiennes, 2012). Bu gözlük hâkim ideoloji altında yaşarken farkında olmadığımız ancak bütün yaşantımızı belirleyip yönlendiren bir yapının eseridir.

İnsanın tüm bunlardan kurtulması ve özgürleşmesi için ideolojilerin dayattığı bu at gözlüklerinden kurtulması gerekmektedir. Burada Zizek'in Cemil Meriç'i okuyup

okumadığına dair herhangi bir bilgi bulunmamasına rağmen bu konuda iki filozofun da benzer görüşleri olduğu görülmektedir.

Cemil Meriç'e göre ise toplum zıvanadan çıkmıştır (Meriç, 1981: 6). İnsanlar sloganlar tarafından yönetilmektedir. İdeolojiler insanlara yol gösteren birer harita olması gerekirken, bir anlamda insanlığın yolunu bulabilmesi ve ışık tutabilmesi için ideolojilere muhtaç olsa da ideolojilerin bu işlevinden tamamen kopmuş, insanların idraklerine giydirilen birer deli gömleklerine büründüğünü ifade etmiştir (Meriç, 1981: 6). O'na göre "izm"lerle mücadele edilmeli, "izm"lerden kurtulunmalıdır (Meriç, 1981: 6).

21.yüzyılda yaşayan insanlar için ideoloji ve "izm"ler meselesi ele alındığında; insanların tarih içinde çok kısa sayılabilecek ömürlerinde, arzu ve istekleri doğrultusunda hem kendileri hem de aileleri, sosyal çevreleri, ülkeleri ve tüm insanlık için ideal bir dünyada mutlu bir şekilde yaşamak istedikleri görülmektedir. "İzm"ler de insanoğlunun istediği gibi mutluluğu, ideal bir dünyayı vaat etmektedir. "İzmler" ideal bir dünya için çözümler dizgesi sunarlar. "İzm"lerin önüne koyduğu bu çözümler dizgesi ile dünyayı anlamlandırmak insan için iyi bir seçenektir ancak "izm"ler ideal dünyayı hiçbir zaman verememişlerdir. Buna istinaden ideal devlet düzeni, ideal toplum yaşamı, ideal ekonomi, ideal kültürü nitelendiren çeşitli düşünürler tarafından ütopya olarak ifade edilen türde eserler de verilmiştir. "İzm"lerin kişiden kişiye, toplumdan topluma, sosyo-ekonomik çevrelerde farklılık göstermesi ve özellikleri nedeniyle aslında ideal bir düzen içerisinde bir bütünleşmeyi değil, zamana ve mekâna bağlı olarak düşünmeyi salık verdikleri için bir ötekileştirmeye yol açtıkları da söylenebilir. Bu nedenle insanların ideal dünyayı "izm"lerde aramasından hareketle "izm"lerin kaynağına değinmek bir zaruret olarak değerlendirilebilir. Bu noktada da Cemil Meriç'in görüşleri konuyu aydınlatmaktadır. O'na göre "izm"ler, menşeyini Avrupa'dan alırlar ve itibarlarının kaynağı da buradan gelmektedir. O'na göre kaynağı nedeniyle "izm"ler Türk toplumuna yabancıdır. O'na göre "irfan" kavramı Türk toplumunun dünyasından çıktığı için "izm"lere yenik düşülmüştür. Konuyu işlediği "Bu Ülke" isimli eserinde Meriç şu sözleriyle ideoloji ve "izm"ler hakkındaki görüşlerini özetlemektedir: "İzmler idrakimize giydirilen deli gömlekleri. İtibarları menşe'lerinden geliyor. Hepsi de Avrupalı." (Meriç, 2005: 50)

Osmanlı İmparatorluğu'nun en uzun yüzyılı olarak görülen, bir yandan savaş ve yıkılış bir diğer yandan da yeni hareketlerin ortaya çıktığı, yeni bir cumhuriyetin

temellerinin atıldığı dönemi, temelde Cemil Meriç'in idraklerimizin batılılaşması diye tanımladığı durumu beraberinde getirmiştir. Yaklaşık 150-200 yıllık bir tarihsel süreç içinde Batı'dan hareketle ve Batı'ya doğru evrilen ve hatta savrulan İslam dünyası “izm”lerle tanışmıştır. Zaman zaman bu “izm”lerden bir ya da birkaçı Müslüman bireylerin düşünce dünyasını, Müslüman toplumların siyasal ve sosyal hayatını yoğun bir şekilde etkilemiştir.

Bunun yanında ideolojiler siyaset dünyasının haritalarıdır ve O'na göre haritasız denize açılmaz (Meriç, 2005: 51). Yine O'na göre harita tek başına kılavuz da olamaz. Bu yolculukta haritanın yanında bir pusulaya ihtiyaç vardır ve bu da “şuur”dur; tarih şuuru, milliyet şuuru, kişilik şuuru (Meriç, 2005: 51). Cemil Meriç'e göre ideolojilerin peşine takılıp deli gömleklerini giyenler pusulasızdırlar ve asla amaçlarına ulaşamayacaklardır (Meriç, 2005: 51).

1.1.4. Dr. Ali Şeriati'de İdeoloji

İran İslam Cumhuriyeti'nde 1978 yılında başlayan toplumsal hareketleri takiben 1979 yılında gerçekleşen “İran İslam Devrimi”, “İslam İnkılabı” gibi isimlerle ifade edilen ve mevcut Şah tarafından yönetilen rejimin yıkılıp bir cumhuriyete dönüştüğü, İran İslam Cumhuriyeti'nin kurulmasını sağlayan hareketlerin ideolojik fikir babalarından birisi olarak hareketlerin neticeye ulaşmasından yaklaşık bir sene kadar önce 18 Haziran 1977'de öldürülen Dr. Ali Şeriati gösterilmektedir (Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi, 2020). Dr. Ali Şeriati din, toplum, kültür ve siyasete dair düşünceleri nedeniyle ilgi görmüş hatta eserleri ve düşünceleri Juan Paul Sartre gibi Avrupalı düşünürlerin de dikkatini çekmiş ve hatta Sartre'ın “Bir dine bağlı değilim ama seçmem gerekirse bu Şeriati'nin inandığı din olurdu” dediği söylenegelmıştır (aliseriati.com, 2006).

Dr. Ali Şeriati'nin düşünce hayatında ideoloji önemli bir yer tutmuş, ideoloji hakkında çeşitli makaleler üretmiştir. Düşüncesinde ideoloji hakkında farklı tanımlamalar yapmıştır. Bu farklı ideoloji tanımlamaları genel hatlarıyla incelenirse öncelikle O'na göre ideoloji varlığın nasıl telakki edilip, dünya görüşünden ayrılıp bir bilinçli bilinç haline dönüştürülmesi meselesidir. Bu mesele ontolojik, antropolojik, sosyolojik, bilimsel ve felsefi bir konu olarak da ele alınmalıdır (Şeriati, 2018: 13). Çünkü O'na göre ideoloji sadece basit bir dünya görüşü olmaktan daha fazlasıdır. Sosyal hayatta insanlar

arasındaki farklılıklar onların ideolojilerine, ideolojilerin onları nasıl şekillendirdiğine göredir. İnsanlar varlıklarını, evrenin varlığını, dinin, bilimin, düşüncenin, bilginin varlığını nasıl telakki ediyorlarsa ona göre diğerlerinden farklılaşırlar (Şeriati, 2018: 15).

İdeoloji Şeriati'ye göre sadece bireyin kendisinde var olan bir şey değildir. Şahsi ideolojilerin yanı sıra toplum ideolojisi, dünya ideolojisi denilebilecek hâkim bir ideoloji de vardır. Şeriati'ye göre içinde yaşadığı 20.yy. dahil yeni çağda hâkim ideoloji materyalizmdir. Bu materyalizm yerinde durmaz ve farklılaşır. İktisadi materyalizm her şeyden öteye geçmiş, felsefi materyalizme dahi hâkim olmuştur (Şeriati, 2018: 36). Hâkim ideoloji bir egemen kültür ve düzen ile insanlığa dayatılmıştır (Şeriati, 2018: 37). Bu da dini veya bilimsel inanç, hazırdaki kültür, ahlak, yön ve gidişat, kurumlarla ve değerlerle uyum içerisinde bilimsel veya dini bir dünya görüşü icat edilerek, yeri geldiği zaman din kullanılarak egemen sosyal, siyasi ve iktisadi bir yapı inşa edilerek oluşturulur (Şeriati, 2018: 38).

Şeriati, ideoloji hakkında yaptığı bir başka tanımlamada ise ideolojinin bir inanç bilimi olduğunu, Farsçadaki karşılığı itibariyle bir akide olduğunu, bir grubun, bir kesimin, bir sınıfın veya bir milletin ona özgü inancına da ideoloji denilebileceğini, kendine özgü bir inancı bulunan kişinin de bir ideolog olduğunu ifade etmiştir (Şeriati, 2018: 66). Bu ideologlar içinde ideolojinin aydınlar arasında çok yaygın olduğunu, gençleri etkileyen aydınların ideoloji ile düşüncelerini belirginleştirdiklerini belirtmiştir. Özellikle eğitilmiş gençler arasında ideolojinin hayat ve düşünceye dair kendi hayatlarını hiçe sayabilecekleri büyümlü bir kelime olarak var olduğunu ifade etmiştir (Şeriati, 2018: 65).

Şeriati, ideolojiyi aynı zamanda bilim ve felsefeden ayırarak, onlardan farklı yanlarını ortaya koyarak tanımlama gereği de duymuştur. İdeolojinin bilimden farkını ortaya koyarken dış gerçeklik meselesi üzerinde durmuştur. O'na göre bilim var olan bir dış gerçekliğin peşinde, onu ortaya çıkarmak için dış kanunlar, dış fenomenler, dış sıfatlar kullanarak açıklamalar yaparak nedensellik çerçevesinde evreni, evrenin işleyişini açıklamaya çalışır. Burada ayrıca farkı anlaşılır kılmak için iki kavram üzerinde durur. Bunlar; “jugement de faite” ve “jugement de valeur” kavramlarıdır (Şeriati, 2018: 67). “Jugement de faite” bir dış gerçekliğin değerlendirilmesi, incelenmesi, bir var oluşun keşfedilip incelenmesi sonucu bu, bu nedenle böyledir denilmesidir (Şeriati, 2018: 67).

Bu nedenle bu kavramı bilimle özdeşleştirir. “Jugement de valeur” ise diğer kavramın aksine saptırıcı ve yozlaştırıcı bir anlamda yargılamada bulunmaktadır. O’na göre bu da ideoloji ile özdeştir (Şeriati, 2018: 67). Kısaca ideoloji bu anlamıyla bilimden farklıdır. Bilim var olanı inceler ve açıklar, ideoloji ise onu değerlendirir, yorumlar, yargılar ve iyi ya da kötü bir anlama büründürür (Şeriati, 2018: 68).

İdeoloji ile felsefe de birbirinden farklıdır. Felsefe de özünde bilim gibi bilinmeyi keşfetme peşindedir ancak metotları, materyalleri farklıdır. Ancak bu felsefenin bir bilim olmasını değiştirmez. Şeriati’ye göre felsefeyi ideolojiden farklı kılan da bu bilim olmaz özelliğidir. Çünkü ideoloji O’na göre bir inançtır (Şeriati, 2018: 69). İnanç ile bilim ise birbirinden tamamen farklı kavramlardır. İdeoloji felsefeden de farklı olarak üç aşamadan oluşur; birincisi dünya görüşü aşaması, ikincisi çevre ve sorunların eleştirel değerlendirilmesi aşaması ve üçüncüsü çözüm yolları ve önermeler ile hedeflerin belirlenmesi aşamasıdır (Şeriati, 2018: 69).

Şeriati’ye göre ideoloji insan eliyle oluşturulan ve bilinçli bir şekilde benimsenen bir inançtır (Şeriati, 2018: 75). Bu ideolojiyi oluşturanlar, inşa edenler de halklardır. En seçkin ve yapıcı ideologlar da peygamberlerdir. Burada Şeriati, İslam’ı ve temellerini örnek gösterir. İslam dininin peygamberinin isimlerinden birisinin de “ümme” olduğunu, ümmetten, halktan gelen bir kişi olduğunu ifade eder (Şeriati, 2018: 71). Dolayısıyla ideoloji içinde yaşadığı halktan beslenir, etkilenir ve onunla gelişir.

Şeriati ayrıca ideolojiye din odaklı da yaklaşmıştır. Düşünce hayatının temelinde yer alan din olgusu ve dini popüler manasından farklı algılayışı ideoloji konusunda da farklı fikirler üretmesine neden olmuştur. Çünkü Şeriati başta “Dine Karşı Din” isimli kitabı olmak üzere eserlerinin çoğunda din anlayışının dinin kendisinden tamamen farklı olduğu üzerinde durmuştur. O’na göre din iki çeşittir ve birisi diğerine karşıdır (Şeriati, 2018: 71). Öyle ki bunlardan bir tanesi geleneksel din iken diğeri de ideolojik dindir. Geleneksel din, toplumun grup ruhunun bir tecellisi, birkaç nesil, birkaç yüzyıldan beri milli sürekliliği gerçekleştiren bağıdır (Şeriati, 2018: 73). Ancak diğer din olan ideoloji ise bireyin, sınıfın veya bir milletin bilinçli bir şekilde tercih ettiği dindir. Geleneksel dinde seçim söz konusu değilken O’na göre ideoloji olan dinde bir seçim vardır (Şeriati, 2018: 75). Bu seçim aslında bu dine bağlı olanların bir yöneliştir. Bilinçli biçimde bu

birey, sınıf veya millet peşinden gitmeye daima aşk duydukları ideallerinin tahakkuku için seçtikleri bir akide olarak ideolojiye bağlı olurlar (Şeriati, 2018: 75).

Şeriati'nin bir başka ideoloji tanımına göre ise de var olan durumun nasıl olması gerektiğinin açıklanması, buna bilinçli bir şekilde iman edilmesi de ideolojidir. O'na göre bir şeyin zafere ulaşabilmesi için bilinçli bir iman, bir ideoloji gereklidir. Böyle bir ideoloji bu özellikleriyle de rakipsizdir (Şeriati, 2018: 91). Bu özellikleriyle Şeriati ideolojinin bilgi felsefesi içerisinde bir yeri olduğuna işaret eder ve ideolojinin son aşaması olarak yorumlanabilecek şekilde ideolojinin bilginin bir türü olduğunu ifade eder. Bu öyle bir bilgidir ki herkes ona sahip olabilir ve bu bilgi insana özgü bir bilgidir. Herkes, her kültür, bilimin her aşaması bu ideolojik bilgiye vakıf olabilir (Şeriati, 2018: 89).

1.2. Propaganda

Bu başlık altında çalışmanın ilerleyen aşamalarında sıklıkla bahsedilecek olan propaganda kavramının tanım, ortaya çıkışı, kelime kökeni, geçmiş anlamları, neleri ifade ettiği, propagandanın amaç, araç ve türlerinin neler olduğu hususlarına değinilecektir. Bu başlık altında değinilen hususların amacı ise propaganda ve ideolojik propaganda kavramları üzerinden özellikle üçüncü bölümde göstergebilimsel analizi yapılan çizgi filmlerdeki ideolojik propaganda kavramının çalışma kapsamında kullanılan anlamının anlaşılmasını sağlamaktır.

1.2.1. Propagandanın Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Anlamları

Propaganda kavramı öncelikle kelime anlamı olarak Türkçe karşılığında “bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” olarak tanımlanmakta ve İtalyanca bir kelime olduğu belirtilmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020). Etimoloji sözlüklerine bakıldığında ise kelimenin çok eski bir kelime olduğu, Latince kökenli bir kelime olup “propagar”, “propagare”, “propagacioun” kelimelerinden türediği görülmektedir (Online Etymology Dictionary, 2019). Latince kökenli kelime “propagar”, “propagare” olarak bilinen ilk kullanılışlarında “bir insanın ya da herhangi bir şeyin üreyerek yayılması” ve “yayılma” anlamlarındadır (The Free Dictionary by Farlex, 2017). Güncel İtalyancada ise bu kelimenin yerini “çoğaltmak, yaymak” anlamına gelen “propagate” kelimesi almıştır (Cambridge Dictionary, 2020).

Etimolojik olarak kelimeyi inceleyen bilim insanları propaganda için bu tanımları yaparken bir yandan da kelimenin tarihsel gelişimini de incelemişlerdir. Kelimeler çalışmada yer alan göstergebilim gibi analizlere tabi tutulan olgulardır. Örneğin bir görsele (film karesi, afiş, fotoğraf vb.) uyguladığımız göstergebilimsel analizi kelimeler içinde dilbilimciler uygulayabilmekte ve kelimenin hem etimolojik kökeni hem de tarihsel gelişimi, tarih içerisinde hangi dönemde hangi anlamlarda kullanıldığı ile ilgili çıkarımlar yapabilmektedirler. Burada da propaganda kelimesinin çalışma içerisinde kullanılan anlamının daha iyi anlaşılabilmesi ve hangi süreçlerden geçip günümüzdeki anlamına ulaştığı önem arz etmektedir.

Propagandanın tarihi oldukça eskidir. Kelime olarak propagandanın oluşumu daha sonra olsa da Antik Yunan'da propaganda yapılmaktaydı. Antik Yunan filozofları söz söyleme sanatı olarak bilinen retorik, kendi okul ve görüşlerine yeni öğrenciler kazandırabilmek için propaganda amacıyla kullanmışlardır (Akarcalı, 2003: 1). Retorik sanatı Türkçeye daha yakın olarak belagat kelimesiyle de karşılanabilir. Bu kelime de iyi konuşma, sözle inandırma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020). Antik Yunan'da retorik ile propagandanın başladığı söylenebilir. Günümüzdeki mevcut anlamıyla kullanılan propaganda çıkar gütmeye unsuruna göre retorik bir propagandadır demek mümkündür. Burada ise Antik Yunan'daki Sofistleri örnek göstermek mümkündür. Sofistler olarak bilinen filozof grubu retorik doğrudan maddi çıkarları için kullanmışlardır (Gökberk, 1961: 42). Bu açıdan propaganda etimolojik olarak kelime varlığıyla Antik Yunan'da bulunmasa da retorik sanatı ile benzer bir kullanımı mevcuttur. Sofistlerin retorik çalışmaları ile propagandayla bazı benzerlikler göstermektedir.

Propagandanın retorik veya belagat sanatı dışında kelime olarak doğuşunun ise Avrupa'da misyonerlik faaliyetlerine dayandığı bilinmektedir. 1622 yılında on dördüncü Papa Gregory tarafından Roma'da "İmanın Propagandası" kuruldu (Akarcalı, 2003: 13). Ardından 22 Haziran 1622 tarihinde "Sacra Congregatio Chiristiano Nomini Propaganda" ve "Sacra Congregatio de Propaganda Fide" isimleriyle bilinen "İnancı Yayma Cemaati" kuruldu (Akarcalı, 2003: 13). Bu toplulukların temel amacı Hristiyan inancını yaymak, özellikle dinsiz olan toplumlara karşı yürütülen misyonerlik faaliyetlerini geliştirmektir. Bu amaçlarla kurulan örgüt papaz yetiştirebilmek için kendi misyonları doğrultusunda 1627 yılında "Collegium Urbanum" ismiyle birde propaganda koleji kurdu (Akarcalı, 2003: 13). Bilindiği kadarıyla propagandaya kelime olarak

olumsuz bir anlamın yüklenilmesi de bu oluşumlar neticesinde olmuştur. Çünkü bazı Protestan Hristiyan inancına sahip devletler Papa'yı bu şekilde kendi din anlayışını yaydığı için eleştirmişler ve isminde propaganda geçen bu yapılanmalara olumsuz anlamlar yüklemişlerdir (Akarcalı, 2003: 13). Ayrıca bu propaganda okulu nedeniyle kelime anlamıyla propaganda bir doktrini yaymak için kurulan organizasyonlar için kullanılmaya da başlanmıştır (Welch, 2019: 17).

Propagandanın dini anlamda kullanımı sonrası değişen güç dengeleri, egemenlik, meşrutiyet anlayışları, savaşlar ve devrimler, siyasal rejimler dolayısıyla daha çok siyasi ve politik anlamlarda kullanımı ön plana çıkmıştır. Burada 1789 Fransız İhtilali milat olarak kabul edilebilir niteliktedir. Çünkü bu ihtilalle birlikte propaganda dini alandan siyasal alana geçmiştir (Akarcalı, 2003: 14). İhtilal sonrası 1793'te Fransa'da Alsas bölgesinde Propaganda adında bir birlik kurularak ihtilali destekler nitelikte devrimci fikirlerin yayılmasının sağlanması da propagandanın siyasal alana geçtiğini gösteren örneklerden birisidir (Domenach, 1969: 20). Fransız İhtilali sonrası yaşanan siyasal gelişmelere bakıldığında toplumların yönetim süreçlerine katılma taleplerinin arttığını, korumacı, sınırları belirli, çok kültürlü veya çoklu bir etnisiteye sahip olmayan, nispeten daha dar bir toplumsal yapının olduğu ulus devlet ihtiyacının ortaya çıkıp daha çok benimsenmeye başladığı görülmektedir. Buradaki esas mesele de oluşmaya başlayan yeni düzendeki yöneten ve yönetilen ilişkileri olmuştur. Çünkü insanlar yaşadıkları toplumu yönetecek olası bir yönetimi kendileri tayin etmek istemektedirler. Diğer bir deyişle demokrasi ve karar alma süreçlerine katılım talebi propagandayı yavaş yavaş dini alandan siyasal alana taşımıştır. 1789 Fransız İhtilali sonrası artan milliyetçilik ve ulus devletçilik akımları ile birlikte demokrasi ve karar alma süreçlerine katılım talebi de artmış ve yönetenler ile yönetilenler arasındaki fark ortadan kalkmaya, yönetenler icraat ve eylemlerinde, aldıkları siyasi, ekonomik, toplumsal kararlarda yönetilenlerin rızalarını almaya ve dolayısıyla iktidarlarını bir meşruiyete dayandırmaya, meşru kılmaya mecbur kalmışlardır (Akarcalı, 2003: 15). Çünkü siyasal iktidarlar var oldukları anda bir meşruiyete de sahip olurlar (La Boetie, 2018: 70). Bu da elbette yönetenlerin yönetilenleri gerek yapılan seçimler gerekse referandum, halk oylaması gibi herhangi bir konuda kabul etme ya da etmeme seçimlerinde, doğrudan ya da dolaylı demokrasi yöntemlerinde yönetici sınıfın meşruiyetini sağlayabilmesi için yönetilenleri ikna edebilmesi, seçimlerini kabul ettirebilmesi için propaganda gibi araçların kullanımını mümkün

kılmıştır. Bu nedenlerle propagandanın dini alandan siyasal alana geçişi de hızlanmış ve propaganda siyasal iktidarların vazgeçilmez unsurlarından birisi haline gelmiştir (Akarcalı, 2003: 15).

18.yy'dan itibaren siyasal alanda kullanılan propaganda 19.yy. ve 20.yy'larda da etkin bir biçimde kullanılmıştır ve 21.yy'da da halen aktif bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir. Propagandanın gelişim sürecinde çalışma kapsamında dönüm noktası olarak belirtilebilecek iki önemli dönem vardır. Bunlar Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı'dır. Bu savaşlara kadar geçen sürede politika yapıcılar, siyasiler, karar alıcılar propagandayı yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı sıklıkla kullandılar. Ancak propaganda önce Birinci Dünya Savaşı ve sonrasında İkinci Dünya Savaşı ile birlikte yöneticilerin kendi iç kamuoylarını yönlendirici, etkileyici bir unsur haline gelmekten çıkarak gerek düşman kamuoyu gerekse de dünya kamuoyunu etkilemek için uluslararası stratejik bir silah haline geldi. Çalışmanın ikinci bölümünde Birinci Dünya Savaşı ve özellikle de İkinci Dünya Savaşı'nda propaganda ile ilgili yapılan çalışmalar detaylı bir şekilde incelenecektir.

Yukarıda belirtildiği şekilde tarihsel süreci içerisinde propaganda çeşitli anlamlar kazanmış, pek çok düşünür, kaynak tarafından farklı özellikleriyle ifade edilmiştir. Encyclopædia Britannica'ya göre propaganda “diğer insanların inançlarını, tutumlarını veya eylemlerini sembollerle (kelimeler, jestler, afişler, anıtlar, müzik, giyim, nişanlar, saç modelleri, madeni para ve posta pulları tasarımları vb.) manipüle etmek için az ya da çok sistematikleşmiş bir çabadır” (Smith, 2015). Propagandaya yüklenen bu anlam çalışma açısından oldukça önemlidir çünkü bu anlam propagandanın doğrudan ideolojik propaganda olarak adlandırılan kavramla aynı anlamı taşıdığını göstermektedir. Bu ayrıma bir sonraki başlık altında değinilecektir.

Propagandanın ortaya çıkması, yayılması, anlam ve içeriğinin değişmesi gibi tarihsel sürecine bakıldığında öncelikle herhangi bir doktrin, düşünce ve öğretiyi yaymak için kullanılan örgütleri adlandırdığı, sonrasında yaşanan gelişmeler nedeniyle geçirdiği değişim sonucunda ise bir görüş, düşünce, öğreti ve ideolojiyi yaymak için kullanılan teknikleri ifade ettiği görülmektedir. Kısacası propaganda kelime olarak ortaya çıkmadan önce Antik Yunan'da retorik, belagat sanatı olarak ortaya çıkmış, sonrasında kelime olarak vücut bulmuş, din ve mezhep savaşları için bir araç olarak kullanılmış ve bu

kullanımı sebebiyle olumsuz anlamını kazanmıştır. Ardından demokratik süreçlerin gelişmesi ve ulus devletlerin ortaya çıkışı ile birlikte siyasi alana taşınmış, yüzyıllarca kullanılmış, Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı ile çalışmada da görüleceği üzere en etkili dönemlerine ulaşmıştır. Tıpkı ideoloji gibi propaganda da içinde bulunduğu dönemin ruhuna uygun bir şekilde dönüşüp değişerek belirtilen anlamlara sahip olarak günümüzde de çeşitli yöntem ve araçlarla varlığını sürdürmektedir.

1.2.2. Propaganda Türleri

Propagandayı sınıflandırmak için türlerine ayırabilmek mümkündür. Zira birçok alanda ve anlamda propaganda kullanılmaktadır. Bu yüzden düzgün bir sınıflandırmanın propagandayı daha anlaşılır kılacağı anlayışından hareketle bu başlık altında çeşitli kriterlere göre sınıflandırılmış propaganda türlerine değinilecektir.

1.2.2.1. Kaynaklarına Göre Propaganda Türleri

Propaganda kaynaklarına göre beyaz (açık), gri ve kara propaganda olarak sınıflandırılabilir (Akarcalı, 2003: 8). Bu sınıflandırmanın amacı propaganda içinde yer alan bilginin hangi kaynaklardan edinilip nasıl kullanıldığıdır.

1.2.2.1.1. Açık-Beyaz Propaganda

Kimi kaynaklarda açık, kimilerinde beyaz propaganda olarak belirtilen bu propaganda türünde, propagandacı gerçekçi bir tutum sergilemektedir. Burada doğru ve güvenilir kaynaklar kullanılarak elde edilen bütün bilgiler açık bir şekilde paylaşılır (Çakı, 2018: 30). Burada propagandacının etkilemek istediği kesim, grup üzerinde olumlu sonuçlar doğurabileceği tahmin edilse de olumsuz yönleri de vardır. Çünkü bu propaganda türünde propagandacı kendi aleyhine olan bilgiyi dahi aktarmak zorundadır. Bu yüzden bu propaganda türünde fayda ve sonuç ikinci plandadır denilebilir. Önemli olan gerçeği, doğruyu olduğu gibi aktarmaktır. Sonuç olarak beyaz propagandanın özellikleri; doğru bilgi, dürüst, objektif, güvenilir, kaynağı belirli ve açık, her türlü aracı kullanan, ikna amaçlı, baskı unsurunun olmadığı, yumuşak güç unsuru olması ve her alanda kullanılabilirliğe sahip olması olarak özetlenebilir (Avcı, 2018: 77-80).

1.2.2.1.2. Gri Propaganda

Gri propaganda ise daha seçmeci, sübjektif bilgilerin yer aldığı propaganda türüdür. Propagandacı bu propaganda türünde tamamen kişisel hedeflerini gözeterek

doğrudan amacına ulaşmak için kullanması gereken, lehine olan bilgileri ve kaynakları kullanır. Beyaz propagandadaki bütün her şeyi tüm gerçekliğiyle sergileme tutumu burada yerini sadece propagandacının çıkarlarına hizmet eden bilgileri kullanıp zararlı olanları kullanmama tutumuna bırakır. Bu propaganda türü bu yüzden daha çok politikacılar tarafından siyasi amaçlarla kullanılmaktadır (Çakı, 2018: 30). Gri propaganda beyaz propaganda kadar masum, kara propaganda kadar acımasız değil gibi gözükse de aslında en tehlikeli propaganda türlerinden birisidir. Çünkü kaynağı belirsiz ve kimi bilgilerin, kavramların gerçekliği fludur (Avcı, 2018: 80).

Kaynağına göre propaganda türleri içerisinde propagandanın kimin tarafından yapıldığı da bir tasnife konu olabilir. Çünkü beyaz propagandanın ve kara propagandanın yapıcıları bellidir. Örneğin, kişinin kendisi için birisi tarafından yapılan propagandayı lehine veya aleyhine olma durumuna göre ayırt etmesi mümkündür. Kişinin lehine yapılan doğru bilgiler ve gerçeklikle donatılmış çalışmalar bir beyaz propaganda olarak algılanıp dost unsurlar tarafından yapıldığı düşünülebilir. Aksine, kişinin aleyhine ve çeşitli yalan, karalama ve iftira çalışmalarının yapılması, kişi tarafından bunun bir kara propaganda çalışması olduğunu düşündürtebilir. Bu durumda kara propaganda unsurlarının çeşitli istisnalar hariç düşman unsurlar tarafından gerçekleştirildiği düşünülecektir. Ancak gri propaganda ise bir belirsizlik hakimdir. Kişinin kendisinin lehine ya da aleyhine bir sonuç doğurabilecek olan gri propagandayı beyaz ve kara propagandadaki gibi tanınması, sınıflandırıp açıklığa kavuşturması mümkün değildir. Gri propaganda bu özelliğiyle en belirsiz, tanımlanamayan, açıklanması ve tespiti en zor propaganda türlerinden birisidir (Avcı, 2018: 82). Özetlenecek olursa gri propaganda, kaynağı belirsiz, görünmez, gizli, toplumsal ve kişisel zaafların kullanıldığı, karşı mücadelesi en belirsiz, karşı konulması zor bir propaganda türüdür.

1.2.2.1.3. Kara Propaganda

Kaynağına göre son propaganda türü olan kara propaganda ise propaganda türleri içerisinde en tehlikeli olanı olarak nitelendirilebilir. Çünkü bu türde kaynakları ve bilginin kendisi tamamen propagandacının amacına hizmet edecek şekilde manipüle edilmiştir. Kara propaganda yalan, iftira, çarpıtma, karalama ve benzeri faaliyetleriyle bilgiyi, kaynağını, doğruluk ve gerçekliği olduğunun tam tersine gösterme ve kara propagandayı kullananın amaçlarına hiçbir etik kaygı gütmeden ulaşmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu yüzden kara propaganda için zafere giden yolda her şey mubahtır denilebilir (Çakı, 2018: 30). Bu propaganda türüne diğer propaganda türlerinde olduğu gibi toplumsal yaşamın her alanında rastlanabilir ancak özellikle savaş dönemlerinde kara propaganda çok daha ön plana çıkmakta, daha belirgin ve seçilebilir olmaktadır. Çalışma konusu İkinci Dünya Savaşı ise kara propaganda açısından emsalsiz olma özelliği taşımaktadır. Bu yüzden savaşın yaşandığı 1939-1945 yıllarının ülkelerin propaganda bakanlıkları, büroları, ofisleri ve benzeri yapılar kurarak kara propagandanın en tipik özelliklerini sergiledikleri bir dönem olduğu söylenebilir.

1.2.2.2. Muhteviyatına-Konusuna Göre Propaganda Türleri

Bu başlık altında ele alınan türlere bakıldığında, bu türlerin sadece tek yönleriyle değil hem muhteviyatı hem de özelliklerine göre birden fazla konuyu barındıkları görülmektedir. Bu türler; siyasi propaganda, ekonomik propaganda, kültürel propaganda ve ideolojik propagandadır. Bu türleri çoğaltmak mümkündür. Ancak yukarıda belirtildiği üzere bu türler muhteviyatlarında diğer başka bir tür olabilecek konuları da barındırmaktadırlar. Örneğin, bir ideolojik propaganda aynı zamanda sosyolojik, psikolojik, sinematik propagandayı da kapsamaktadır. Bu yüzden bu başlık altında daha çok öne çıkan ve kapsamı sebebiyle üst çatı olabilecek propaganda türleri incelenmektedir.

1.2.2.2.1. Siyasi Propaganda

Siyasi propaganda için çeşitli kaynaklarda birbirine yakın tanımlar mevcuttur. Örneğin, siyasi propaganda bir yandan yönetenlerin yönetilenleri etkileme çabaları (Avcı, 2018: 96) olarak tanımlanabilirken bir yandan da halk oyunu etkilemek ve yönetmek için örgütlenmiş bir kurum (Domenach, 1969: 9) olarak tanımlanmaktadır. Ancak genel geçer bir tanım yapmak gerekirse siyasi propaganda, siyasi partilerin, politik karar alma erkini elinde bulunduranların ve bu erke talip olan siyasi otoritelerin çeşitli konu ve durumlar için meşruiyetlerinin temeli olan halkın o konudaki desteğini alabilmek için yürüttükleri ikna ve onay çabasıdır (Qualter, 1980: 260). Siyasi propaganda bu tanımdan da anlaşılacağı üzere basit, kolay anlaşılabilir, tanınabilir, belirli konularla sınırlı, kimi zaman belirgin kimi zamansa hedef kitleye hissettirilmeden gerçekleştirilen, ortak kanaat ve tutumu güçlendirerek zorlama ve baskının olmadığı bir ikna sürecinden ibarettir (Avcı, 2018: 98).

Siyasi propaganda ayrıca diğer tanımlarından farklı olarak popüler kültürün unsurlarını da barındırmaktadır. Bilindiği üzere popüler kültür “çabuk kullanım ve hızlı tüketim” temel prensiplerine sahiptir (Coşgun, 2012: 842). Popüler kültürün tüketim anlayışı her şey de olduğu gibi siyasi alanda da getirilen önerileri hızlı bir şekilde tüketmekte ve kendisine siyasi alanda sürekli olarak yeni bir gündem arayışında olmaktadır. Örneğin, ülkelerin parlamentoları, devlet başkanlıkları, belediye başkanlıkları ve yerel yönetimler ya da halk oylaması, referandum gibi seçimleri için seçimin tarafı olan siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, kişiler ve kuruluşlar siyasi propaganda faaliyetleri yürüterek oylama sonucunda çıkacak sonucun kendi lehlerine neticelenmesi için çalışırlar. Seçimler, siyasi propagandanın kendisini gösterdiği en temel göstergedir. Aynı zamanda popüler kültürün bir parçası haline geldikleri için seçim dönemlerinde yapılan tartışmalar, siyasilerin propaganda yaparak oy amacıyla verdikleri vaatleri, seçim döneminde yaşananlar seçimden sonra hiç yaşanmamış gibi unutulurak günlük hayata devam edilmektedir. Popüler kültür de her şey de olduğu gibi burada da kendisini göstermektedir ve siyasi gündem tekrar değişerek yeni bir siyasi çekişme doğmaktadır. Siyasi propagandaya bu açıdan bakıldığında da popüler kültürle bir ilişkisinin olduğunu da söylemek mümkündür denilebilir.

1.2.2.2.2. Ekonomik Propaganda

Ekonomik propaganda devletler, kişiler, kamu veya özel kurum ve kuruluşlar tarafından yapılabilir. Bu propaganda türünde vurgulanan noktalar kişilerin genel ekonomik refah seviyelerinin yükselip yükselmediği, ülke içerisindeki enflasyon ve kişilerin satın alma gücü durumu, kendi para birimlerinin diğer para birimleri karşısındaki konumu, ürün ve hizmetlere erişim durumları ve satın alınabilirlikleri, yerli üretim ile ithalatın ve dış ekonomilere bağımlılığın azaltılarak bu ürünlerin artı değerlerinin sağlanarak ihracatlarının artırılması, tedarik ve lojistik zincirinin sağlanıp sağlanmadığıdır. Ekonomik propaganda yapıcısı belirtilen bu noktalara vurgu yaparak kendisi tarafından yürütülen veya bir vaat olarak verilip gelecekte yürütülecek olan ekonomi politikalarının başarısını, tam tersi durumda ise rakiplerinin ekonomi politikalarının başarısızlığını dile getirmekte, bir nevi ekonomik öngörülerini yukarıda değindiğimiz noktalar üzerinden açıklayarak adeta bir ürün gibi pazarlamaktadır. En büyük ekonomik aktörlerden birisi olan devlet açısından baktığımızda ise “ekonomik

propaganda, devlete maddi menfaat sağlayacak çalışmaların propaganda vasıtasıyla hayat bulması” olarak özetlenebilir (Avcı, 2018: 104).

Ekonomik propaganda için farklı pek çok örnek verilebilir. Örneğin, Türkiye’de uzun yıllardır kutlanan ve okullarda her sene düzenlenen Yerli Malı Haftası etkinlikleri bir ekonomik propagandadır. Burada vurgulanan nokta yerli üretimin önemi, yerli üretimin sağlandığı taktirde hem üretici hem tüketici cephesinin maksimum faydasının sağlanarak dış ekonomilere olan bağımlılığın azaltılmasıdır. Yerli Malı Haftası olarak bilinen bu etkinlik halen okullarda kutlanmaktadır. Son yıllarda değişen eğitim müfredatıyla birlikte bu haftada farklılaşmaya başlamış ve 2019 yılından itibaren ismi “Tutum, Yatırım ve Türk Malı Haftası” olmuştur (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2019). Değişen anlayışla birlikte artık sadece gıda ve tarım üzerinden değil, sanayi ve diğer sektörlerde iç piyasada üretilip ihracatı yapılabilen her türlü ürünün tanıtımının yapılması hedeflenmiştir. Ayrıca yeni anlayış ile birlikte okullarda “Biz Başardık” temalı panoların oluşturulacağı ve buralarda ekonomiden, kültür sanata, spordan bilime Türk vatandaşlarının elde ettiği başarıların tanıtımının yapılacağı belirtilmiştir (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2019). Tüm özellikleriyle bu çalışmada da bir propaganda örneği olarak değerlendirilebilir.

Ekonomik propagandaya başka bir örneği Türkiye ve Uluslararası Para Fonu (IMF) arasındaki ilişkiler üzerinden vermek mümkündür. Türkiye üye olduğu 1947 yılından beri çeşitli münasebetlerle IMF ile çalışmaktadır. Son olarak 2005-2008 yılları arasında yürürlükte olan 19. Stand-By anlaşması sonrası başka anlaşma yapılmamış olup 2013 yılında Türkiye IMF’ye olan bütün borcunu ödemiştir. Bu durum siyasiler tarafından sıkça dile getirilmiş ve ekonomi politik açısından bir başarı olarak nitelendirilmiş, doğal bir sonucu olarak da hem borcun kapatıldığı dönemde hem de sonrasında ekonomik propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Son seçimlerde de bu propaganda devam etmiş, 2015 yılı Genel Seçimleri öncesi Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından yayınlanan seçim beyannamesinde Türkiye’nin IMF’ye olan borçlarının tamamının ödendiği ve yine Türkiye’nin IMF programlarını uygulayan ülke konumundan IMF’de karar alıcı bir ülke konumuna geçtiği vurgulanmıştır (Adalet ve Kalkınma Partisi, 2015). 2018 yılı Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimleri için Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından yayınlanan seçim beyannamesinde de bu hususa yer verilmiştir (Adalet ve Kalkınma Partisi, 2018).

Ekonomik propagandaya yakın döneme ilişkin ülkemiz üzerinden bir örnek daha vermek gerekirse 2018 yılı ağustos ayında döviz ve emtia fiyatlarında yaşanan kur saldırısı gösterilebilir. Türkiye’ye karşı yapılan bu kur saldırıları Amerika’nın ekonomik propagandasına hizmet etmiş ve Amerikan Başkanı Donald J. Trump sürekli olarak ülkelerinin ekonomilerinin ne kadar güçlü olduğunu, bu nedenle çeşitli konularda dile getirdikleri neticeleri alamadıkları taktirde kur saldırısı ve benzeri yöntemlere başvurduklarını ifade etmiştir (Euronews, 2019).

Amerikan Başkanı Donald J. Trump ülkesi içinde de ekonomik propagandayı etkili bir şekilde kullanmaktadır. Yaptığı konuşmaların çoğunluğunu ekonomiye ayıran başkan, sıklıkla Amerikan ekonomisinin kendi idareleri altında tarihinin en iyi seviyesinde olduğunu, Amerika için gelmiş geçmiş en iyi ekonomik dönemin kendisinin başkanlığı altında geçen dönemde yaşandığını dile getirmektedir (Kessler, 2018). Başkan konuşmalarında belirttiği tarihinin en iyi ekonomik seviyesini Amerikan Dolarının diğer ülkeler nezdine ne kadar güçlü olduğu, enflasyon ve faiz oranları, işsizlik oranları ve benzeri konuları üzerinden ifade ederek Amerikan halkının refah seviyesine sürekli vurgu yapmakta, çalışmalarına devam edeceğini, Amerika’nın ekonomik büyümesinin bir sınırı olamayacağını vurgulamaktadır (The White House, 2020).

1.2.2.2.3. Kültürel Propaganda

Dilimize Fransızcadan geçmiş bir kelime olarak kültür; “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin, bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü” anlamlarında kullanılır (Türk Dil Kurumu, 2020). Bu tanıma göre kültürel propaganda ise kültüre ilişkin ve kültür ile ilgili şeylerin bir propagandasıdır.

Kültürel propaganda da diğer propaganda türleri gibi kişi, kurum, kuruluş, devletler, özel kesim girişimcileri, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve örneği çoğaltılabilecek pek çok kesim tarafından üretilebilir niteliktedir. Kültürel propaganda en somut şekliyle devletler ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılanlardır. Burada kültürel propagandayı üreten taraf kendisi dışındaki diğer kültürleri kendi kültürü içindeki unsurlarla etkileyerek kendi kültürüne yakınlaştırma çabası içindedir. Kültürel

propagandayı üreten tarafın diğer kültürleri etkileme, “kendi lehine pozitif imaj oluşturma” (Avcı, 2018: 101), kendi değerlerini hedef kitleye benimsetebilme amaçları vardır. Burada yer alan özelliklere sahip kültürel propaganda, bazılarının Türkiye’de de faaliyetini sürdürdüğü, sivil toplum kuruluşları Fransız Kültür Merkezi (Alliance Française), British Council, Goethe Enstitüsü (Goethe-Institut), Cervantes Enstitüsü (Instituto Cervantes) tarafından yürütülmektedir (Avcı, 2018: 102,103). Bu kuruluşların ortak özellikleri açık, belirli bir plan ve program çerçevesinde faaliyet gösteren, denetimlere ve izne tabi olarak faaliyet gösteren, açık propaganda türüne örnek olmalarıdır.

Kültürel propagandanın ayrıca değinilmesi gereken bir diğer özelliği de yıkıcı, yok edici faaliyetler yürüterek propaganda üreticisinin kendi kültürel değerlerini aktarmak yerine hedef kitlenin kültürel değerlerinin yozlaştırılarak, geçmişten gelen özelliklerini kaybetmesinin sağlanması ve sonrasında propagandayı üreten tarafın kültürel özelliklerinin empoze edilmesidir. Hedef kültürel değerler yok edildiği veya zedelendiği takdirde propaganda üreticisinin kültürel propagandası daha etkili olacaktır. Bu özelliğiyle kültürel propaganda insan vücudunda hastalık oluşturunca bakteri ve virüs gibi organizmalara benzetilebilir. Bilindiği üzere vücut bağışıklığı gelişmiş, düzenli beslenme ve uyku alışkanlıkları olan, vitamin değerleri yeterli bir halde bu organizmaların vücuda girip hastalığa neden olmaları bağışıklığı düşük, beslenme ve uyku alışkanlıkları bozulmuş ve kötü durumda olan bir vücuda göre daha zordur. Kültürel propaganda bu özelliğiyle önce zararlı bir organizma gibi hedef kültürün değerlerini yozlaştırıp, yok edici faaliyetler gösterir ve ardından kendi özelliklerini daha kolay empoze edebilir.

1.2.2.2.4. İdeolojik Propaganda

İdeolojik propaganda muhteviyatına göre propaganda türlerinin tamamından müteşekkildir. İdeolojik propagandanın bünyesinde siyasi, ekonomik, kültürel, sinematik, sosyolojik, psikolojik ve benzeri muhteviyatına göre oluşturulabilecek bütün propaganda türleri bulunmaktadır. Bu özelliğiyle ideolojik propaganda muhteviyatına-konusuna göre propaganda türlerinin bir üst çatısıdır denilebilir. Yapılan bu sınıflandırma çalışma kapsamında kullanılan ideoloji kavramıyla da uyuşmakta, İdeoloji bölümünde değinildiği üzere ideolojinin insan hayatında, doğada, maddelerde, manevi değerlerde,

kısacası her yerde ve her şekilde olduğu düşüncesinden hareketle ünlü düşünür Slavoj Žižek'in görüşlerine benzer bir şekilde savunulmaktadır. Bu alt başlıkta da hem ideoloji kavramı hem de ideolojik propaganda kavramı bu görüş temelinde ele alınmaktadır.

İdeolojik propaganda için pek çok kaynakta net bir tanım bulunmamaktadır. Bununla birlikte tanımların yapıldığı kaynaklarda ise daha çok politik, siyasi propaganda ile ilişkili tutulmaktadır. Bu ideolojik propagandanın muhteviyatı açısından doğru kabul edilebilecek bir durumdur ancak ideolojik propaganda daha geniş bir anlama sahip olduğu için de sınırlı bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. İdeolojik propaganda daha çok propagandacının ideolojisini hedef kitleye empoze edebilmesi, hedef kitlenin politik, siyasi, ekonomik, demokratik tutum ve davranışlarında o zamana kadar edindiği değerlerinde tutum değişikliğine gidebilmesinin amaçlandığı bir propaganda türüdür (Yılmaz, 2018: 62). Bu özelliğiyle siyasi, politik propagandayla ilişkilendirilmesi de son derece normal karşılanmaktadır.

İdeolojik propagandanın yukarıda değinildiği gibi doğrudan tanımları bulunmamakla birlikte aynı zamanda tek ya da belirli formül, kalıp ya da tek bir bilim dalı çerçevesinde açıklanması da mümkün değildir (Domenach, 1969: 8). İdeolojik propaganda üretimi hedef kitle ve propagandanın amacı bakımından propaganda öncesi, esnası ve sonrası olarak üç ayrı zaman diliminde de incelenebilir. Dolayısıyla etkileri her an ve her alanda kendisini gösterebilmektedir. Bu nedenledir ki ideolojik propaganda birden çok bilim dalıyla ilişkilidir. Onu tam manasıyla anlayabilmek için fizyoloji, psikoloji, sosyoloji, felsefe, psikoloji, ekonomi, istatistik, siyaset bilimi, sinematoloji, göstergebilim ve benzeri dallarda bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Örneğin, çalışmada da değinildiği üzere sinema aracılığıyla üretilen ideolojik propagandanın çok farklı sonuçları olabilmektedir. Bunu daha iyi anlayabilmek için de hem bireysel olarak sinema filmlerine maruz kalan kişi üzerindeki psikolojik etkilerini, hem hedef kitle olarak film izleyen tüm seyircilerden oluşan grup sosyolojisini irdelemek, aynı zamanda filmde kullanılan teknikler ve metinlerin içeriklerinden yola çıkarak göstergebilimsel analiz ve sinematolojik analiz yapılabilir. Bu nedenle ideolojik propaganda bütün bilim dallarıyla ilişkisinin kurulabileceği, hedefinde kişi, toplum, çeşitli kurum ve örgütlenmelerin yer alabileceği, hedef kitlenin herhangi bir konudaki tutum ve davranışlarını yok etmek, yozlaştırmak, değiştirmek ve yönlendirmek istediği şekilde etkilemeye çalıştığı, her zaman ve her yerde görülebilecek, propagandanın amacına

ulaşması için her türlü aracın kullanılabildiği, hedeflediği amaç uğruna her türlü yöntemin kullanılabildiği bir propaganda türüdür.

İdeolojik propagandanın üretilmesinde ve kullanılmasında faydalanan araç, teknik ve yöntemler sınırsızdır denilebilir. Belirli bir sınıflandırmaya tabi tutulmak gerekirse bu çok çeşitli araç ve teknikler şunlardan oluşmaktadır:

-Basılı Kaynaklar: Dergi, makale, kitap, bildiri, yergi yazıları, nutuklar, duvar gazeteleri ve gazeteler, afişler.

-Sesli ve Sözlü Kaynaklar: Televizyon, radyo, müzik sistemleri, sinema (filmler ve çizgi filmler), ses dağıtım cihazları, müzik eserleri, tiyatro ve benzeri görsel sanatlar.

-Görseller ve Resim: Fotoğraflar, lider portreleri ve propaganda afişlerinden oluşan resimler, karikatür ve eğlence/mizah amaçlı çizgiler, simgeler.

-Törensel Eylemler: Propagandacıların gösterileri, parti kongreleri, mitingleri, açılış törenleri, cenaze törenleri, şenlik ve panayırlar (Domenach, 1969: 58-63).

Burada yer alan özellikleri, kullandığı araç ve teknikler, yapılan açıklamalar ışığında bazı propaganda örnekleri vermek de yerinde olacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde de değinildiği üzere ideolojik propaganda İkinci Dünya Savaşı döneminde planlı ve programlı bir şekilde ilk defa bu kadar net ve gözle görülebilir bir hale bürünmüş ve çok çeşitli örnekleriyle ortaya çıkmıştır. Örneğin, Nazilerin Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels bilinen bütün ideolojik propaganda araç ve tekniklerini kullanmış ve dünya tarihinin en iyi propagandistlerinden birisi olarak kabul edilmiştir. Goebbels radyo, sinema, resim ve benzeri sesli ve görsel kaynakları doğrudan kullanmış, bunun için bakanlığı bünyesinde birimler kurdurmuş, buralarda yapılan çalışmaları da doğrudan teftiş etmiştir. Bu çalışmalardan en dikkat çekici propaganda örneklerinden birisi de törensel eylemler sınıflandırmasında yer alan cenaze törenleridir. Goebbels parti ileri gelenlerinin cenaze törenlerini birer ideolojik propaganda çalışmasına çevirmiştir (Domenach, 1969: 61). Dönemin Nazi iktidarının savaş sırasında en çok güvendiği, çeşitli cephelerde birçok zafere imza atan, Afrika cephesinde gösterdiği başarılarından dolayı “Çöl Tilkisi” (Battistelli, 2010: 13) olarak anılan Erwin Rommel’in cenaze töreni bir ideolojik propaganda sahasına dönüştürülmüştür. Bilindiği üzere Feldmareşal unvanlı Rommel’in ölümünü Hitler’e karşı başarısız suikast girişimi sonrası yürütülen soruşturmaya ismi karıştığı için bizzat Nazi partisi tarafından istenmiş,

Hitler'in de direktifleri doğrultusunda intihar etmesi halinde ailesine dokunulmayıp, devlet töreniyle defin işlemlerinin yapılacağı, bunları kabul etmemesi halinde darbe ve Führer'e suikast suçlamalarıyla halk mahkemesinde yargılanıp mahkûm edileceği ve teşhir edileceği ifade edilmiştir. Çöl Tilkisi takma isimli Feldmareşal Erwin Rommel sonuç olarak intiharı seçmiştir (Shirer, 2011: 967). İntiharından sonra Hitler ve komutanları ölüme yolladıkları Feldmareşalin eşine taziye mektupları dahi yollamışlar ve cenaze törenine katılmışlardır. Düzenlenen devlet törenine bizzat Hitler katılmış, cenaze töreninde yapılan konuşmalar, tören esnasında bütün salonun gamalı haç ve benzeri Nazi sembolleriyle donatılması, Rommel'in cenazesinin top arabasına konulması ve gamalı haç örtüsüyle sokaklarda dolaştırılıp halkın törene katılımının sağlanarak beraberlik duygusunun kazandırılması amaçlanmıştır.

Görsel 1: 13 Temmuz 1942 tarihli Time dergisi kapağı



(Time, 2019)

Goebbels için kusursuz nasyonal sosyalist general, asker figürü Rommel idi. Fazla soru sormayan, karar alan, hızlıca harekete geçen, gerçeği iradesiyle yıkıp, Nazi ideolojisine hizmet eden modern ordunun askeri lideri Rommel idi (Frey ve Versteegen, 2011). Bu nedenlerle Rommel'in cenazesi o dönem Alman halkının içinde bulunduğu umutsuzluktan kurtulabilmesi, zor zamanlarda birlik ve beraberliğin tekrar kazanılması, Nazi ideolojisinin halen ayakta olduğunun kanıtlanması gibi amaçlar için propaganda amaçlı kullanılmıştır. Bu amaç için cenaze töreni adeta bir tiyatroya dönüşmüştür. Rommel'in oğlu Manfred Rommel cenaze törenini ve tören esnasında içinde bulundukları durumu şöyle açıklamıştır: “Ürkütücüydü. Sanki her şeyi olması gerektiğiymiş gibi yapan

oyunculardan oluşan ordunun askerleri olmuştuk. Özgürlüğümüzün ne kadar devam edeceğini veya bu tiyatro eserinin ardından sona erip ermeyeceğini bilmiyorduk” (Frey ve Versteegen, 2011).

İdeolojik propaganda için yazılı kaynaklardan da örnekler verilebilir. Örneğin, Friedrich Engels ve Karl Marx’ın Komünist Manifestosu, Adolf Hitler’in dikte ettirdiği Kavgam isimli eserleri birbirlerinden farklı görüşleri savunan birer ideolojik propaganda metinleridir (Domenach, 1969: 58).

İdeolojik propaganda için tarihe damgasını vuran bazı konuşma metinlerini, mitinglerdeki konuşmaları sesli kaynaklar olarak örnek verilebilir. Mustafa Kemal ATATÜRK’ün milli mücadele sürecinde yaşananları kürsüden anlattığı ve “Nutuk” olarak kitaplaştırılan konuşmaları belirli bir bilimsel bakış açısıyla rasyonalizmin ışığında yapılmış bir konuşmalar bütünü olarak, muhteviyatı gereği bir ideolojik propaganda eseri olarak değerlendirilebilir. Amerika’da dini, siyasi ve hayata dair görüşleriyle ön plana çıkan ve bir cinayet sonucu hayatını kaybeden din adamı ve düşünür Martin Luther King’in “I have a dream” başlıklı ünlü konuşması da sesli kaynaklar arasında önemli bir ideolojik propaganda konuşması olarak gösterilebilir.

Sonuç olarak ideolojik propaganda en belirgin özellikleriyle subjektif, her türlü kaynak, maddi veya manevi değer, nesne, cisim ve aracı kullanabilen, belirli bir hedef kitlesi olan, gerçekleştirmek istediği amaca ulaşmak için her türlü teknik ve yöntemin kullanılabildiği, daha çok tutum ve davranışların, seçmen eğilimlerinin, kişilerin hayat tarzlarının, toplumların siyasi, kültürel, ekonomik değerlerinin değiştirilmesinin amaçlandığı, kimi zaman reklam çalışmaları gibi görüşlerin oluşturulmak, değiştirilmek veya doğrulanmak istendiği bir propaganda türüdür (Domenach, 1969: 7).

1.2.2.3. Kullanılışı ve Amaçları Bakımından Propaganda

Bu başlık altında yer alan propaganda türleri diğer propaganda türlerine göre zaman, mekân ve kullanılış açısından farklılık gösteren propaganda türleridir. Örneğin, kaynaklarına göre propaganda türlerinde net bir zaman kavramı bulunmazken stratejik ve taktik propaganda türlerinde zaman son derece önemlidir.

1.2.2.3.1. Stratejik Propaganda

Stratejik propaganda belirli amaçlar için gelecekte yaşanması muhtemel savaş, istila, işgal, psikolojik harp ve benzeri durumlar gerçekleşmeden önce ortaya çıkabilecek tüm sonuçları göz önünde bulundurarak propaganda faaliyetiyle propagandayı üreten tarafın hazırlıklı olmasını, korunmasını ya da daha etkin ve verimli bir şekilde saldırısından netice alabilmesini sağlayan bir propaganda türüdür (Avcı, 2018: 106).

Stratejik propaganda özellikleri itibariyle daha çok kişilerin dışı vuran duygu ve düşüncelerini değiştirerek bilinç altına etki etmeyi amaçlar. Bu yüzden stratejik propaganda aracılığıyla belirli bir zaman dilimi boyunca belirlenen hedef kitleye sürekli olarak aynı mesaj çeşitli propaganda araçlarıyla dikte edilmeye çalışılır. Bu yönüyle stratejik propaganda psikoloji ve sosyoloji ile ilişkilendirilebilir. Stratejik propaganda bu doğrultuda hedeflerine günümüzde yazılı veya yazısız basın, kitle iletişim araçları (televizyon, radyo vb.), sinema ve tiyatro gibi performans sanatları ile görsel sanatlar, kitap, dergi ve benzeri basılı kaynaklar ve özellikle de sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. 21. yüzyılın belki de en önemli kitle iletişim aracı olarak görülebilecek sosyal medyanın kullanımı propaganda için son derece önemlidir. Sosyal medya günümüzde kitleleri harekete geçirip, sosyal, ekonomik, siyasal veya herhangi bir sebeple kitle hareketlerinin kamuoyuna duyurulmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013: 112). Burada da bir stratejik propaganda örneği olarak sosyal medya uygulamalarından Facebook ve sahip olduğu uygulamaları sayılabilir. Facebook sahip olduğu tüm ağlarla birlikte 2020 yılının başında yaklaşık 2,89 milyar aktif kullanıcıya sahip bir şirkettir (Facebook, 2020). Şirketin reklam gelirlerine bakıldığında bu kullanıcılar aktif birer müşteri olarak da kabul edilebilir. Bir uygulama üzerinden dünya nüfusunun üçte birinden daha fazlasına erişim imkânı sağlanması nedeniyle Facebook ve benzeri uygulamaların stratejik propaganda ve diğer propaganda çeşitleri tarafından propaganda aracı olarak kullanılmaları kaçınılmaz kılılmaktadır. Zira Valenzuela, Park ve Kee tarafından yapılan bir araştırmaya göre de araştırmaya katılan kişilerin sosyal güvenleri, siyasal faaliyetlere katılımları ve yaşam tatminleri ile Facebook kullanım yoğunluğu arasında pozitif bir ilişki olduğu da tespit edilmiştir (Valenzuela vd., 2008: 29). Sosyal medyayı hem stratejik propaganda hem de diğer propaganda türleri için uygun bir alan haline getiren unsurların propaganda maliyetinin düşük olması, sosyal medyanın etki alanının sınırsızlığı ve genişliği, herhangi bir etki için kullanıcılar

tarafından geri dönüşünün çok hızlı olması ve ulaşılan insan sayısının gitgide artması olduğu söylenebilir (Köseoğlu ve Al, 2013: 109).

Stratejik propaganda bir diğer özelliği olarak daha çok zaman ile ilişkilidir. Stratejik propagandanın etkileri ve sonrasında neticeleri genellikle anında sonuç vermemektedir. Çünkü stratejik propaganda uzun vadeli bir planlamanın ürünüdür. Aynı özellikleri göstermekle birlikte stratejik propagandanın daha kısa vadeli olan ve aynı amaçları benimseyen hali ise “Taktik Propaganda” olarak adlandırılmaktadır (Avcı, 2018: 105). Bu propaganda türü de hedefin zayıf noktalarını tespit ederek propaganda araçlarını buralara yönlendirir ve kısa vadede sonuç elde etmeye çalışır.

Stratejik propagandanın bir diğer özelliği de alışlagelmiş klasik propaganda araçlarının dışında yeni propaganda araçlarından faydalanmasıdır. Klasik dönem propaganda araçları denilebilecek araçların birçoğu propagandaya maruz kalacak kişi ya da grupla doğrudan iletişim kurmaya çalışan, yüz yüze etkileşime geçip daha çok birinci derece ilişkileri kullanmaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013: 105). Ancak gelişen teknoloji, dönüşen toplum yapıları, insanların alışkanlıklarında yaşanan farklılaşma klasik dönem propaganda araçlarını farklılaştırmıştır. Artık özellikle stratejik propaganda gibi uzun vadeli planlar yapan propaganda türlerinde birinci derece ve yüz yüze ilişkilerden uzak durulmakta, internet ve mobil teknolojiler aracılığıyla dolaylı yollardan kişilerle iletişime geçilmekte ve bu yeni teknolojiler aracılığıyla propaganda faaliyetleri yürütülmektedir.

1.2.2.3.2. Karşı Propaganda

Karşı propaganda genel anlamıyla düşman güçler ya da unsurlar tarafından yürütülen yanıltıcı, doğru olmayan, hedefinden sapmış, temel gayesi propagandaya maruz kalan tarafın propaganda sayesinde dezenformasyona uğratılmasıdır (Stratejik Düşünce ve Analiz Merkezi, 2018: 11). Bu dezenformasyonun başarılı olabilmesi için karşı propaganda genellikle düşman propagandasının kurucu öğelerini teker teker ayırır, hepsini ayrı birer hedef haline getirir, bunlardan içlerinde en zayıf olanlarını seçer ve bu zayıf noktalara saldırır (Domenach, 1969: 102). Ancak zayıf noktasının bulunmadığı veya başka bir alternatifin kalmadığı hallerde karşı propaganda düşmanın güçlü olduğu durumlarda bu kez doğrudan, tam karşısından düşmana saldırmamalı, zaman içinde düşman unsurun zayıfladığı anları kollamalıdır (Domenach, 1969: 103).

Bir diğerk yönüyle karşı propaganda düşman ya da dost unsur olup olmadığı fark etmeksizin kendisine karşı yapılan propagandayı hedefine ulaşmadan yok etmek için kimi zaman cevap kimi zaman saldırı niteliğindeki propagandadır. Bu özelliğıyle karşı propagandaya 15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye’de yaşanan darbe girişimi sırasında olanlar örnek gösterilebilir. Darbeciler bir yandan uçak, tank ve benzeri askeri araçlarla çeşitli noktaları vuruyor, aynı zamanda başkent Ankara semalarında uçakları alçak irtifadan uçurarak ses duvarının aşılması sonucu patlamaya benzer bir sesin çıkmasını sağlayarak halkta panik ve korku duygularını yaymaya çalışıyor, bir yandan çeşitli stratejik noktaları ele geçiriyor ve kitle iletişimini kullanabilmek adına TRT stüdyolarını işgal ediyor, sonuç olarak da darbe bildirisini TRT 1 ekranlarından bir spikere silah zoruyla okutturuyorlardı. Tüm bu yaşananlar tipik bir propaganda örneğıydi. Bu propaganda karşısında bir mobil uygulama olan “Facetime” uygulaması üzerinden CNN Türk canlı yayınına katılarak Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan demokrasi ve kurumlara duyduğu güveni dile getirerek darbe girişiminde bulunanların başarısız olacağını halka duyurmuş, kendisinin iyi olduğunu ve görevinin başında olduğunu, halkı bu teşebbüse karşı bilinçlendirerek teşebbüsü gerçekleştirenlere karşı mücadele etmeye meydanlara, sokaklara çıkmaları gerektiğini ifade etmiştir (CNN Türk, 2016). Cumhurbaşkanı’nın darbecilerin eylemlerine karşı yapmış olduğu açıklamalar ve atmış olduğu bu ve benzeri adımlar tam bir karşı propaganda örneğidir. Ayrıca bu karşı propaganda örneğı başarılı bir karşı propaganda örneğidir. Nitekim Cumhurbaşkanı’nın bu hareketi neticesinde yaşananların seyrinin değıştiğı de aşıkardır. Bu örnekte de görüldüğü gibi karşı propaganda basın ve kitle iletişim araçlarıyla da ortaya çıkmaktadır. Gazete, radyo, televizyon, sinema, dergi ve her türlü yazılı ve yazısız basın araçlarıyla karşı propaganda yapılabilir (Duman, 2018: 102).

1.2.2.3.3. Destekleyici Propaganda

Destekleyici propaganda bir diğerk adıyla takviye amaçlı, takviye edici propaganda olarak bilinmektedir. Bu propaganda türünde esas amaç propaganda üreticisinin elde etmiş olduğu herhangi bir kazanım, zafer, galibiyet, üstünlük ve benzeri kendi lehine olan bir çıkarını korumak amacıyla yürüttüğü propagandadır. Dolayısıyla bu propaganda türü propagandacının çıkarlarını koruması için bir destek sunmaktadır. Destekleyici propaganda aynı zamanda çıkarlarını korumak isteyen propagandacıya karşı hedef kitlede yer alan unsurlar tarafından oluşturulabilecek veya var olan nefret, kin, öfke ve benzeri

duyguları dağıtmak amacıyla kullanılan propagandadır (Avcı, 2018: 106). Destekleyici propagandaya bu anlamlarıyla Osmanlı İmparatorluğu'nun yedinci Padişahı Fatih Sultan Mehmet Han'ın Doğu Roma ve Bizans İmparatorluğu'nun başkenti İstanbul'u fethettikten sonra yayınladığı fermanlar aracılığıyla yaptıkları örnek gösterilebilir. Osmanlı toplumsal yapısında İslam hukukuna göre ehl-i kitap inançlardan birisine sahip olan ancak Müslüman olmayıp İslam Halifesinin güvencesinde yaşayan kişilere “Zımmî” ismi veriliyordu ve genel olarak bunların hepsine “Zımmî Milletler” denilmektedir (Gündüz, 2008: 59). İstanbul'un fethi sonrası da bu anlayış çerçevesinde; halka din ve inanç özgürlüğü tanınacağı, canlarının ve mallarının Padişahın güvencesi altında olduğu bildirilmiştir. Ayrıca önce Rum Kilisesine dini ve özel hukuk işlerinde özerklik verilmiş, Rumların patriklerini seçebilecekleri ve verilen imtiyazla patriğin kendi cemaatini idare edebileceği belirtilmiş ve bu Patrik tüm Ortodoksların başına getirilmiştir (Gündüz, 2008: 60). Din ve inanç hürriyeti konusunda verilen imtiyazlar Rumlarla da sınırlı kalmamış, ardından Ermeni ve Yahudi topluluklarına da bu imtiyazlar zamanla verilmiştir (Gündüz, 2008: 60). Bu örnekte de olduğu gibi destekleyici propaganda sayesinde fetih öncesinde yürütülen propaganda faaliyetinin devamı sağlanmak istenmiş ve elde edilen başarı korunmaya çalışılmıştır.

1.2.2.3.4. Beşinci Kol Propagandası

Beşinci kol terimi ilk haliyle İspanya İç Savaşı'nda ortaya çıkmıştır. İç savaş sırasında General Emilio Mola Vidal ve kuvvetleri başkent Madrid'i kuşatmış ve dört koldan saldırıya geçmek için hazırlanırken General Vidal aynı zamanda orduyla eş zamanlı olarak başkent Madrid içindeki “Quinta Columna” yani “Beşinci Kol” olarak işbirlikçilerinin de harekate hazır olduğunu belirtmiştir (Encyclopædia Britannica, 2019). Bu iç savaştan sonra beşinci kol kavramı gelişmeye başlamış ve propaganda amacıyla kullanılır hale gelmiştir. Özellikle propaganda için eşsiz bir çalışma sahası olan İkinci Dünya Savaşı'nda beşinci kol faaliyetleri “Fifth Column” olarak adlandırılarak kullanılmıştır (Pryor, 2005: 418). Aşağıda yer alan posterde de Müttefik Devletlerden Amerika Birleşik Devletleri tarafından beşinci kol faaliyetlerine dikkat çekmek amaçlanmıştır.

Görsel 2: İkinci Dünya Savaşı'nda Beşinci Kol faaliyetlerine ilişkin bir uyarı afişi



(Carnell, 2018)

Beşinci kol örneklerine çok sık rastlanmayan, yürütülen faaliyetlerin beşinci kol kapsamında olup olmadığı belirsiz olan ve dolayısıyla varlığının tespiti güç, diğer propaganda türlerinden farklı olarak topyekûn bir saldırıyı amaçlayan, gizli bir propaganda türüdür. Selahattin Ertürk'ün tanımıyla beşinci kol “her çerçeveye giren, her şeyi duyan ve gören, bir memleketi örümcek ağı gibi ören ve elinde her türlü aracı bulunan gizli bir ordudur” (Ertürk, 2004: 10). Beşinci kol etkili bir propaganda türü olarak çalışmalarına gerçekleştirilecek saldırıdan çok uzun zaman önce başlamaktadır. Beşinci kol yavaş yavaş ilerleyerek ciddi bir planlama ile gerçekten ortaya çıkmaya hazır olduğu ana kadar sabırla çalışmalarını sürdürür.

Beşinci kol, propagandaya ilişkin akla gelebilecek her türlü aracı kullanır. Ancak diğer propaganda türlerinden araç olarak en büyük farkı doğrudan düşman unsur içerisindeki dost kitleyi, insanları kullanmasıdır. Bu vesileyle ortaya çıkmaya hazır olduğu anda başarı şansını yükselmekte, kaleyi içten fethetmek deyiminin vücut bulmasını sağlamaktadır. Bir yandan da milli ve manevi değerlerin içeriğinin boşaltılıp anlamsızlaştırılması çalışmalarını da yürütür. Bu çerçevede hedef kitle üzerinde içerideki taraftarları sayesinde toplumun yozlaştırılabilmesi için içki, kumar, fuhuş ve benzeri ruhsal ve bedensel olarak saplantı haline getirilebilecek her türlü iyi olmayan alışkanlığın topluma yayılmasını sağlamak için çalışır. Neticede de bu çalışmalarıyla yozlaşmış, değerlerinden uzaklaşmış, çalışmaktan uzak, kendisi, toplum ve ülkesi için herhangi bir katma değer üretmeyen bir gençlik, toplumun en alt kademesinden en üst kademesine kadar düşük nitelikte ve karakteristik özelliklerini yitirmiş bir cemiyet, topluluk

oluşturmaya çalışır (Ertürk, 2004: 12). Böylece beşinci kol hedef kitlenin savunmasını aşındırarak olası bir saldırı anında hedefi çok daha kolay alt edilebilir hale getirmiş olacaktır. Beşinci kol tüm bu özellikleriyle hem stratejik propaganda hem de ideolojik propagandaya da benzetilebilir.

1.3. Göstergebilim ve Göstergebilimsel Analiz Yöntemi

Göstergebilimi kavram olarak tam manasıyla anlayabilmek için çeşitli kaynaklarda hangi anlamlarda kullanıldığına, nasıl tanımlandığına değinmek gerekmektedir. Öncelikle göstergebiliminin Latince kökeninden hareketle İngiliz dilindeki karşılığı olan “semiotics”ın güncel sözlükteki karşılığına bakıldığında “işaret ve sembollerin, bunların anlamlarının ve kullanımlarının incelenmesi” anlamına karşılık gelmektedir (Oxford University Press, 2018). Bir başka tanımda “semiotic” dil ve dilin gelişimi, belirtgeler ve düzgüleri de inceleyen bir bilim dalı olarak da tanımlanmaktadır (Guiraud, 2016: 18). Göstergebilimin “semiology” ve “semiotic” gibi Latince kavramlarından hareketle geliştirilen ve Türkçeye kazandırılan anlamıyla ise, göstergeleri inceleyip analiz eden bir bilim dalı şeklinde genellenebilmektedir (Erkman, 1987: 6).

Göstergebilimin kavram olarak tarih sahnesindeki yolculuğu ve gelişimi de kavram hakkında daha detaylı bilgiler sunmaktadır. Göstergebilim henüz kavramsal çerçevesi çizilmeden ve göstergenin kendi içinde bilimsel ayrışmasının sözel ve görsel sanatlar açısından ayrılmadan önce, daha eski çağlarda bile filozoflar, doktorlar ve bilim adamlarının dikkatini çekmiş ve bu konu hakkında ilk öncül düşünceler çok eski tarihlerde oluşmaya başlamıştır. Başta dil ve dilsel göstergeler incelenmiş, ardından metin göstergesinden çıkılıp daha geniş kapsamlı hem sözler hem de görseller üzerinden bazı çalışmalar yapılmıştır.

Göstergeler ilk olarak, milattan önce üçüncü yüzyılda incelenmiştir (Rifat, 2009: 27). Burada Atina Okulu’na karşı çalışmalar yapan Stoacılar ön plana çıkmıştır. Stoacılar gösteren ve gösterilen kavramlarının karşıt kavramlar olmalarından hareketle göstergeleri açıklamaya çalışarak belirli bir anlam kurmaya başlamışlar ve Stoacılar sonrasında Batı düşünce hayatında “göstergeler öğretisi” yer edinmeye başlamıştır (Rifat, 2009: 28). İlerleyen yıllarda çalışmalar giderek artmış ve çeşitli dallarla ilişkilendirilerek göstergebilim gelişimini sürdürmüştür. Örneğin göstergebilimin felsefe içinde ele alınması öncelikle Orta Çağ’da olmuştur. 17. ve 18. yüzyıllarda göstergebilimin çalışma

alanı içerisinde dil kuramı ve anlam kuramları tasarlayan filozoflar göstergeler üzerinde çalışmalar yapmışlardır. Bu filozoflardan bazıları John Locke, Gottfried Leibniz, Denis Diderot, Etienne Bonnot de Condillac'tır (Rifat, 2009: 28). John Locke'un göstergebilim açısından farklı bir yeri vardır. O göstergebilim olarak dilimize çevrilen, bu anlama gelen ilk kelimeye, "semiotics"e ismini veren düşündürdür. Ondan sonra kavram Charles Sanders Peirce tarafından "işaretler doktrini" olarak nitelendirilip geliştirilmiştir (Oxford University Press, 2019).

Çağdaş anlamdaki göstergebilimin iki ön savunucusu ve teorisyeni Amerika kıtasında Charles Sanders Peirce ve Avrupa kıtasında ise Ferdinand de Saussure'dir (Rifat, 2009, s. 30). Ancak eserlerine bakıldığında her ikisinin de çalışmaları esnasında birbirlerinden haberlerinin olmadığı anlaşılmaktadır. Peirce ABD'li bir bilim adamı olarak, göstergebilimin bir bilim dalına dönüşmesini, alanın bağımsızlığını kazanmasını sağlamıştır. Peirce dilsel ve dil dışı göstergelerle ilgili bir kuram tasarladı ve buna da 'semiotic' ismini verdi (Rifat, 2009: 30). Ayrıca Peirce göstergebilimi her çeşit olguyu inceleyip sınıflandırabilecek bir bilim dalı olarak gördü ve göstergebilimi önce bölümlere ayırdı ve sonra da bazı sınıflandırmalar yaptı. O'na göre göstergebilim şu üç bölümden oluşmaktadır; salt dilbilgisi, salt sözbilim, gerçek anlamıyla bir mantık (Rifat, 2009: 30). Yaptığı şu ayrıma incelendiğinde ise göstergebilimin halen kullanılan anlamına doğru bir hareket olduğunu görmekteyiz; gösterge, yorumlayan ve nesne (Rifat, 2009: 31). Bu ayrımla birlikte Peirce, bir göstergenin bir kişi için herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir sıfatla tutan şey olduğunu, bunun birisine yönelik olarak bu kişinin zihninde aynı değerde bir gösterge ya da daha da gelişmiş bir gösterge oluşturduğunu ve dolayısıyla artık göstergenin yorumlandığını, sonuçta da bir yorumlama neticesinde o kişinin zihninde oluşan bir nesneye tekâmül ettiğini ifade etmektedir (Rifat, 2009: 31). Buna göre göstergebilim, -çalışma kapsamında da bu anlamıyla kullanılan- göstergenin hedef kitlelerin zihinlerinde oluşturdukları nesneler sonucunda onları etkileyen bir bilim dalıdır.

Saussure, Pierce'den farklı olarak geleneksel ya da klasik göstergebilim denilebilecek ilk dönem kuramcılarından farklılaşmıştır. Sadece basit incelemelerden vazgeçip dilsel göstergeleri dil biliminin sınırları içinde bırakıp, dil dışı göstergelerin ayrı bir bilim dalında araştırılması gerektiğini düşünmüş, bunun için de Fransızca "semiologie" terimini bu yeni bilim dalı için öne atmıştır (Rifat, 2009: 32). Saussure bu çalışmalarıyla göstergebilimin Avrupa kıtasındaki öncülü olmuş ve çağdaş

göstergebilimin kurucularından birisi olmuştur (Rifat, 2009: 32). Saussure'ye göre gösterge kendi dış görüntüsü, zihinde çağrıştırdığı kavram ve dış dünyada bu kavramın kavranışından meydana gelen, aynı zamanda kavramla işitimi imgesinin birleşimine karşılık gelir (Saussure, 1988: 110). Dolayısıyla göstergenin oluşabilmesi için işitimi imgesiyle kavramın ilişkili olması gerekmektedir.

Saussure çalışmalarında şu kavramlarla göstergebilimi açıklamakta ve bu kavramlar üzerinden gösterge, gösteren, göstergebilim, sesbilim, dilbilim meselelerine değinmektedir; gösterge, dizge, söylem, ses, dil, bağ, zaman, uzamsallık (Saussure, 1988: 23-26). Saussure tanımları ve konuyu ele alış şekliyle Pierce'dan farklı olarak, dış dünyadan soyutlayarak göstergeyi, kavram ve sözcükten müteşekkil iki düzlemli zihinsel bir zaman dilimi olarak değerlendirmiştir. O'na göre her şey önce zihnimizde oluşan kavramla başlar. Zihnimizde kavramın haritası oluşmadan sözcük de oluşamaz. Kavram ve sözcük bu açıdan baktığımızda bir elin eti ve kemiklerinden farksızdır. İkisi olmadan bir arada durup bütünlük ifade edebilmesi mümkün değildir. Saussure göstergebilimi göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyen bilim dalı olarak tasarlamıştır ve şu tanımlı yapmıştır: "Dil, kavramları belirten bir göstergeler dizgesidir. Onun için de yazıyla, sağır-dilsiz alfabesiyle, kutsal nitelikli simgesel törenlerle, bir toplumda incelik belirtisi sayılan davranış biçimleriyle, askerlerin bildirilişim belirtgeleriyle karşılaştırılabilir. Yalnız, dil bu dizgelerin en önemlisidir. Demek ki, göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir. Toplumsal ruhbilime, bunun sonucu olarak da genel ruhbilime bağlanacak bir bilim. Göstergebilim diye adlandıracağız biz bu bilimi. Göstergebilim göstergelerin öz niteliğini hangi yasalara bağlı olduğunu öğretecek bize. Henüz yok böyle bir bilim. Onun için, göstergebilimin nasıl bir şey olacağını söyleyemeyiz. Ama kurulması gerekli, yeri önceden bellidir. Dilbilim, bu genel nitelikli bilimin bir bölümünden başka bir şey değil. Onun için, göstergebilimin bulacağı yasalar dilbilime de uygulanabilecek. Böylece, insana ilişkin olgular bütünü içinde dilbilim iyice belirlenmiş bir alana bağlanabilecek." (Saussure, 1988: 36).

Gösterge kavramını nasıl tanımladığına bakıldığında ise Saussure çağdaşlarından burada da farklılaşır ve göstergeyi "bir başka şeyi temsil eden ya da imleyen şey" olarak ifade eder. Bu bakış açılarına göre Saussure'nin göstergebilimde toplumsallık işlevini, Peirce'ın ise mantıksal işlevini öne çıkardığı, vurguladığı söylenebilir (Guiraud, 2016: 18).

Göstergenin bir başka tanımına bakacak olursak alanın önde gelen düşünürlerinden Barthes bir örnek ile göstergeyi açıklar. O'na göre gül sadece bir çiçektir. Ama bir genç o gülü kız arkadaşına verirse bu artık bir göstergedir. Burada genç, gül aracılığı ile romantizme ve kıza karşı duyduğu romantik tutkuya gönderme yapmaktadır ve gülü kabul ederek kız arkadaşı da gülün bu anlama geldiğini kabul etmektedir (Mutlu, 2004: 113).

Barthes'in örneğinde olduğu gibi gösterge sadece onu oluşturan göstergenin varlığına ve işaret ettiği aslında olmayan gösterilenin yokluğuna dayanır. Bu yüzdendir ki her gösterge aslında içinde bir yokluk bulundurur. Burada bir örnekle kavramsal çerçeveye açısından göstergebilimi anlamlandırılabilir. İnsanların saçlarını belli bir kesimde yapmaları, günlük giyimlerinde oluşturdıkları bazı tarzlar aslında onların bir toplumsal gruba ait olduğunu gösterir ve aslında bu insanlar bu gruplara dâhil olduklarını kendileri ifşa ederler. Kimilerine göre ise bu tamamen anlamsızdır ve sadece bir biçimdir. Saç sakal şekli ve kıyafetler gibi görseller, oturma kalkma, yeme içme ve benzeri pek çok günlük harekette göstergebilim açısından karşı tarafa bir mesaj gönderimi söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü göstergelerin tamamı bir gösteren ile bir gösterilenden ve aslında biçim ile anlamdan oluşmaktadır (Kıran, 2002: 47). Çalışma kapsamında üçüncü bölümde göstergebilimsel analizler neticesinde oluşturulan tablolar da Barthes'ın gösterge örneğinden hareketle hazırlanmıştır.

Bir başka düşünür Michel Foucault ise hermeneutique olarak bilinen yorumbilim ve semiyoloji olarak ifade ettiği göstergebilimi birlikte ele almıştır. O'na göre işaretleri, göstergeleri konuşturmayı, onların anlamlarını bulmayı sağlayan uygulamaların bütünü yorumbilim iken, göstergelerin nerelerde olduklarını ayırt edip onların neler olduğunu tanımlayan, göstergelerin bağlarının ve bunların da bağlantılarının, kurallarının, yasalarının neler olduğunu öğrenmemizi sağlayan teknik ve bilginin tamamına göstergebilim denilmektedir (Foucault, 2001: 62).

Sonuç olarak göstergeler, kendilerinden başka bir şeye, nesneye, göstergeye, izlenime, duruma veya olaya gönderme yapan eylemler ya da simgeler bütünüdür. Göstergebilim ise Guiraud'a göre "diller, düzgüler, belirtgeler ve benzeri gibi gösterge dizelerini" (Guiraud, 2016: 17), Saussure'ye göre "göstergelerin toplum içindeki yaşamını" (Guiraud, 2016: 17) inceler. Prof. Dr. Mehmet Yalçın'a göre de "dilsel

anlamdan başlayarak, işte bu düzlemde, söylemsel içerik birimleri arasındaki bağıntılardan oluşan anlamlı bütünleri inceler” (Guiraud, 2016: 12) ve böylece göstergebilim tüm bu tanımlardan, açıklamalardan hareketle göstergeler aracılığıyla oluşturulan bütünü ve anlamı açıklamaya çalışan bir bilim dalı olarak ortaya çıkar.

Göstergebilim günümüzde halen gelişimine devam etmekte, analiz yöntemi ile yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Hatta bu alanda araştırmaları desteklemek ve geliştirmek adına Association Internationale Pour Les Etudes Semiotiques (Uluslararası Göstergebilim Araştırmaları Derneği) isminde bir örgüt ve yayın organı olarak da Semiotica isimli bir dergi de bulunmaktadır (Guiraud, 2016: 20).



İKİNCİ BÖLÜM

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI VE İDEOLOJİK PROPAGANDA

2.1. İkinci Dünya Savaşı Tarihçesi

Bu başlık altındaki bölümde İkinci Dünya Savaşı öncesi gelişmelere, Hitler ve Hitler'in başında bulunduğu Nazi partisinin iktidara gelişine ve ardından İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıcından sonuna kadar yaşanan gelişmelere değinilecektir.

2.1.1. Hitler ve Hitler Öncesi Almanya

İkinci Dünya Savaşı ile ilgili bir araştırmada, savaşın tarihçesiyle ilgili önemli bazı bilgilere ve savaşın dönüm noktalarına kronolojiye uyarak yer verilmesinin araştırma konusunun daha iyi anlaşılabilmesi için önemli olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca savaşın çıkış nedenleri çalışmanın doğrudan amacını oluşturmaya da yer yer savaşın kökenleri hakkında bilgi vermek de konu hakkında analizlerin yapılabilmesi ve çalışmanın önermelerinin sınanması hususunda yardımcı olacaktır.

İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkış sebebi olarak pek çok neden gösterilebilir. Örneğin, Birinci Dünya Savaşı sonrası imzalanan antlaşmalar -özellikle Versay Barış Antlaşması- ve alınan kararlar gereği Almanya'nın içine düştüğü durum, Almanya'ya karşı verilen tazminat ödeme kararları, verimli ekonomik ve sanayi bölgelerinin Almanya'nın elinden çıkarılmak istenmesi ve benzeri durumlar sebebiyle Almanya'da yükselen aşırı milliyetçilik tetikleyen faşizm, Almanların Avrupa'nın kalbinde bir imparatorluğun kontrolünü ve yeni oluşmaya başlayan bir koloni gücünü kaybetmesi, Alman halkının duyduğu kin ve öfkeden kaynaklı Birinci Dünya Savaşı'nın izlerini silme düşünceleri, savaşı geçiren dönemde nüfusun artması ve asker sayısının artması, doğrudan vergilerin tabanının genişlemesi ve artan nüfusla birlikte ülkelerin gayrisafi yurt içi hasıllarının genişlemesi dolayısıyla devletlerin gelirlerinin artması ve böylece silahlanmaya ayrılan kaynağın çoğalması bunlardan başlıcaları olarak gösterilebilir (Keegan, 2016: 17). Savaşın ortaya çıkış sebebinin temelinde Almanya olmakla birlikte elbette tek müsebbibi olarak Almanya gösterilmemekte ancak dünya kamuoyundaki algı bu savaşın Almanya'nın başlattığı, Almanya'nın sürdürdüğü ve sonuç olarak da Almanya'nın yenildiği bir savaş olduğudur.

Bu, Almanya algısından yola çıkıldığında ise savaşıla ilgili akla gelen ilk isim şüphesiz Adolf Hitler'dir. Adolf Hitler 20 Nisan 1889'da Avusturya'da doğmuş bir Almandır. Gençlik yıllarında ailesi bir devlet memuru olmasını istemiştir. Genç Adolf ise resme merak duyduğu için ressam olmak istemiştir. Ancak şartlar çok daha farklı gelişmiş ve Adolf Hitler asker olmayı tercih etmiştir. Hitler bunun için 16. Bavyera Piyade Alayı'na katıldı. Birinci Dünya Savaşı'nda Batı Cephesi'nde piyade asker ve ulak olarak görev aldı. Birkaç defa yaralandı. Cesaretinden dolayı kutlandı ancak onbaşılıktan ileri bir rütbeyi elde edemedi (Çimen, 2007: 541-544). Burada çalışma için de önemli olan Hitler'in bilfiil Birinci Dünya Savaşı'na katılmış ve cephede savaşmış bir asker olmasıdır. Çünkü Birinci Dünya Savaşı'nı ve savaş sonrasında yaşananları, Almanlar için yüz kızartıcı bir antlaşma olan Versay Barış Antlaşması'nı tüm sonuçları ile yaşamış bir Alman olarak Hitler'in aldığı kararlar da Birinci Dünya Savaşı'nın bıraktığı etkilerin önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

Birinci Dünya Savaşı sonrasında Hitler aktif bir şekilde politika ile ilgilenmiştir. Alman İşçi Partisi'nden devşirilip 1920 yılında kurulan Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSAİP) üyesi olmuştur. Etkileyici konuşmaları ve politika yapma konusundaki istekli tutumu partide önünü açmış ve 1921 yılında partinin genel başkanı olmuştur. Bazı düşünürler Hitler'in bu etkili konuşma tarzının kendiliğinden öğrenilmiş bir şey değil, üzerinde titizlikle çalışılmış ve geliştirilmiş bir beceri olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü Hitler'in konuşmalarında jest ve mimik hareketlerini son derece usta bir şekilde kullanıyor olması kitle üzerinde çok etkili olmuştur. Bunlara bakıldığında Hitler'in iyi bir oyunculuk becerisi olduğu ve bu özelliklerini, jest ve mimik hareketlerinin kullanımının önemini sessiz sinema filmlerinden öğrenmiş olabileceği dile getirilmektedir (Clark, 2017: 64). Bu yetilere sahip Hitler siyaset ile uğraşıyor, iktidara ve güce sahip olmak istiyordu. Ancak henüz Nazi Partisi istediği kadar destekçi bulamıyordu. Hitler ve Naziler iktidar olmak içinde uzun yıllar beklemek istemiyorlardı. İktidarı legal yollar hariç en kısa sürede ele geçirebilmek için bir hükümet darbesi planladılar. Hitler, darbe girişiminin mimarı dokuz kişilik grup içindeydi. Bu kişilerden birisi de Birinci Dünya Savaşı'nda görev yapmış eski komutanlardan Erich Ludendorff idi. "Birahane Darbesi" olarak bilinen darbe girişimi başarısız olunca gözaltına alındılar ve ardından yargılandılar. Yapılan yargılama sonucunda Ludendorff beraat etti ama Hitler beş yıl hapis cezası aldı. Ancak dokuz ay sonra serbest bırakıldı. Ünlü eseri ve kişisel

politik manifestosu “Kavgam (Mein Kampf)” da bu hapishane günlerinin bir eseri oldu. Hapiste kaldığı sürede burada birlikte vakit geçirdikleri arkadaşı Rudolf Hess’e düşüncelerini açıklayarak Kavgam’ı yazdırdı (Keegan, 2016: 40).

Hitler, hapishane günleri sonrasında politik mücadelesine devam etti. Ancak Almanya’da şartlar henüz Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi’nin iktidarına müsaade etmiyordu. Öncelikle 1923 yılında yaşanan ekonomik sıkıntılar NSAİP’nin taraftarlarını arttırmasına yardımcı oldu. Bu yıllardaki duruma ilişkin bir örnek vermek gerekirse dönemin enflasyonunu yansıtır şekilde gıda fiyatlarına bakılabilir. Örneğin, 1923 yılı Şubat ayında Almanya’da Berlin’de bir kilo et fiyatı 3400 Mark dolaylarında seyrederken aynı yılın Kasım ayında bir kilo et 280 Milyon Mark civarlarında idi (Kaya, 2011: 565). Döviz kurlarına bakıldığında ise bir Amerikan Doları 1923 yılı Ocak ayında 18.000 Alman Mark’ı iken Haziran 1923’te 160.000 Mark’a, Ağustos 1923’te ise neredeyse 1 Milyon Marka tekabül ediyordu (Kaya, 2011: 566). Tüm olumsuz şartlara rağmen 1929’a kadar Alman ekonomisi bu süreci krizi derinleştirmeden atlatabildi. Burada hem ekonomik hem siyasi krizin önlenmesinde gelişmeler sadece Almanya’dan kaynaklanmıyordu. 1924 yılında hazırlanan Dawes Planı ile Almanya’nın Birinci Dünya Savaşı borçlarının yeni bir boyut kazanması Alman ekonomisi üzerindeki yükü hafifletmişti (Armaoğlu, 1999: 123-124). Ardından 1925 yılında Locarno Antlaşmalarının imzalanması ve Almanya’nın tekrar uluslararası sisteme dahil edilmesi, 1926 yılında Almanya’nın Milletler Cemiyeti’ne üye olması gibi gelişmeler 1929 yılına kadar Alman kamuoyunu nispeten rahatlatan gelişmeler olmuştur (Armaoğlu, 1999: 87).

Bu dönemde NSAİP’nin faaliyetlerine ve gücüne bakıldığında ise 1924-1929 yılları arasında yaşanan ekonomik, siyasi ve uluslararası nedenlerin partinin gücü üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Örneğin bu dönemde ekonomik krizin atlatılmaya başlanması, Dawes planı, Locarno antlaşmaları, Milletler Cemiyeti’ne üyelik meseleleri sebebiyle Alman kamuoyunun NSAİP’ye olan desteğinin azaldığı görülmektedir. Bunu daha iyi gösterebilmek için Tablo 1’de yer alan dönemin seçim sonuçlarına bakmak da faydalı olacaktır.

Tablo 1: 1924-1929 Yılları Arasında Almanya’da Yapılan Genel Seçimlerde NSAİP’nin Aldığı Sonuçlar

Seçim Tarihi	Toplam Oy Sayısı	Oy Oranı (%)	Reichstag’da Kazanılan Sandalye Sayısı
4 Mayıs 1924	1.918.000	6,6	32
7 Aralık 1924	309.000	3	14
20 Mayıs 1928	810.000	2,6	12

(Armaoğlu, 1999: 124)

1924-1929 yılları arası Nazilerin taraftarlarının ve dolayısıyla siyasi güçlerinin kayba uğradığı bir dönem olarak nitelendirilebilir. Ancak 1929 sonrası dönem tam aksi özelliklere sahiptir. 1929 yılında patlak veren dünya krizi (1929 Büyük Ekonomik Buhranı) Alman ekonomisini alt üst etmiştir. Hem Birinci Dünya Savaşı’nın bıraktığı ağır zorunluluklar hem de dünya genelinde yaşanan krizin yansımaları Alman kamuoyunda aşırılıkçı eğilimlerin yükselmesine neden oldu. Özellikle orta sınıf olarak nitelendirebileceğimiz nispeten işçilere göre daha eğitilmiş ve meslek sahibi (doktor, mühendis, öğretmen, akademisyen, basit tacirler vb.) bireylerin ekonomik gücünün giderek zayıflaması tam da bu süreçte propaganda faaliyetlerini yeni oluşan duruma göre şekillendiren Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi’nin daha çok taraftar bulmasını sağladı. 1929 Büyük Buhranı ile 60 milyon nüfusa sahip Almanya’da işsizlik Eylül 1929’da 1 milyon 320 bin kişi iken bir yıl sonra 1930’da 3 milyon, 1931’de 4,5 milyon ve 1932’de sadece yılın ilk iki ayı içinde 6 milyona dayanmıştı (Keegan, 2016: 41).

Bu dönemde NSAİP’nin üye sayısı da arttı. Ekonomik sebeplerden dolayı işsiz kalan ya da hiç iş bulamayan gençlerin birçoğu politikaya ilgi duymaya başladı ve NSAİP’ne üye oldu. Ayrıca orta gelir grubuna mensup avukat, doktor, bankacı, tüccar olan insanların bu kriz döneminde Yahudilerle rekabet edememeleri sebebiyle Yahudi karşıtlıkları artmaya başladı (Armaoğlu, 1999: 124). Yahudi karşıtlıkları sebebiyle de bu insanların önemli bir kısmı NSAİP’ne üye oldu. Bu sav 1929 sonrası yapılan seçim sonuçlarıyla desteklenmektedir. Tablo 2’de görüldüğü üzere Büyük Buhran sonrası NSAİP’nin gücü giderek artmakta ve bu süreç Hitler’in iktidarına kadar uzanmaktadır.

Tablo 2: 1929-1933 Yılları Arasında Almanya’da Yapılan Genel Seçimlerde NSAİP’nin Aldığı Sonuçlar

Seçim Tarihi	Toplam Oy Sayısı	Oy Oranı (%)	Reichstag’da Kazanılan Sandalye Sayısı
14 Eylül 1930	6.407.000	18,3	107
31 Temmuz 1932	13.745.000	37,4	230
6 Kasım 1932	11.737.000	33,1	196
5 Mart 1933	17.277.000	43,9	288

(Armaoğlu, 1999: 125)

Tablo 2’de belirtilen genel seçimlerden hariç bir de Mart 1931’de yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi vardır. Bu seçimde öne çıkan üç aday olmuştur. Bunlar Mareşal Hindenburg, Adolf Hitler ve Ernst Thalmann’dır. Seçim sonuçlarına göre Hindenburg 18.651.497 oy ile oyların %49,6’sını alırken Hitler 11.339.446 oy ile oyların %30,1’ini, Thalmann ise 4.983.341 oy ile oyların %13,42’sini almıştı (Armaoğlu, 1999: 125). Ancak yeterli çoğunluk sağlanamadığı için Nisan ayında Cumhurbaşkanlığı seçimi yenilendi. Hindenburg 19.359.983 oy ile oyların %53’ünü, Hitler bir ay önceki seçime göre oylarını 2 milyondan fazla arttırarak 13.418.547 oyla ile oyların %36,8’ini, Thalmann 3.725.884 oy ile oyların %10,2’sini aldı (Armaoğlu, 1999: 125). Böylece Almanya’nın yeni Cumhurbaşkanı Hindenburg oldu. Hitler kaybetmişti ancak burada oy oranları göz önünde bulundurulduğunda Hitler’in ve Nazi partisinin çok ciddi oranda oylarını arttırdığı görülmektedir. Bu Cumhurbaşkanlığı seçimi Tablo 2’de yer alan 1932 seçimlerine de adeta ışık tutmaktadır.

1932 seçimlerinden sonra NSAİP artık Almanya’nın en büyük partisi konumundaydı. Reichstag’da en çok sandalyeye sahip parti NSAİP idi. 1931 yılında seçilen Cumhurbaşkanı Hindenburg genel seçimler sonrası hükümeti kurma görevini Franz Von Papen’e verdi. Von Papen Nazilere sempati duyan bir isim olarak biliniyordu. Bu yüzden NSAİP, Von Papen’in hükümeti kurma çabalarını destekledi. Von Papen yükselen Nazizme karşı geçmiş yıllarda kapatılan Nazilerin hücum kıtaları olarak partinin kuruluşundan beri var olan örgütlenmesi SA (Sturm Abteilung) ile muhafız kıtaları anlamına gelen Nazi partisinin kendi polis teşkilatı örgütlenmesi olan SS (Schutz Staffeln)’in tekrar açılmalarına izin verdi. Franz Von Papen Nazilere olan yakınlığı nedeniyle hükümetin başında daha fazla kalamadı ve Aralık 1932’de Schleicher

Başbakanlığa getirildi. Bu seferde parlamentodaki en büyük parti olarak Naziler Schleicher'in çalışmalarını baltaladılar. Von Papen görevde olmamasına karşın Hitler ile görüşmeler yapıyor ve NSAİP'nin iktidara gelmesi için çalışıyordu. Cumhurbaşkanı Hindenburg, Schleicher'in de görevini yürütememesi sebebiyle 30 Ocak 1933'te Adolf Hitler'den Başbakanlık görevini üstlenmesini istedi. Artık Nazi Partisi ve Hitler iktidarı ele geçirmişti (Armaoğlu, 1999: 125).

Hitler seçildiği ilk günden itibaren mutlak kendi otoritesini kurabilmek için çabaladı. İsteği tek başına iktidar olabilmek, kitleleri arkasından sürükleyip Kavgam'da belirttiği emellerine ulaşabilmek ve Alman halkının "Führer"i (Lider) olmaktı. Bunun için ilk iş olarak seçimleri yeniledi ancak Tablo 2'de görüldüğü üzere 5 Mart 1933 tarihli seçimlerde 288 sandalye elde edebildi ve birinci parti olmasına rağmen tek başına çoğunluğu sağlayamadı. Bunun üzerine Nazi partisi parlamentonun kendi olanakları içerisinde birtakım uygulamalara girişti. 24 Mart 1933 günü parlamentoda diğer partilerin milletvekillerinin hazır bulunmadığı bir anda SA'lar ve SS'lerin silahlı gözetimi altında Hitler'e 4 yıl için olağanüstü yetkilerin verilmesini öngören yasaı kabul etti. Ardından Nazi partisi hariç bütün partiler kapatıldı ve Hitler'in 1945 yılına kadar sürecek olan diktatörlüğü böylece başlamış oldu (Armaoğlu, 1999: 125). "III. Reich" yani "Üçüncü Alman İmparatorluğu" artık kurulmuştu (Nazilere göre I. Reich Roma German İmparatorluğu, II. Reich Bismarck'ın kurduğu 1871-1919 dönemi idi).

Almanya'nın önünde bundan sonraki süreçte 1939-1945 yılları arasında gerçekleşecek olan İkinci Dünya Savaşı vardı. Savaş öncesi Hitler ve Naziler öncelikle Versay'ın ekonomik ve politik zincirlerinden kurtulmak istiyorlardı. Bunun esas nedeni ise Alman halkının mutlak refah seviyesinde yaşamını sürdürmesinden ziyade savaş için gerekli üretimin yapılabilmesi, hayati maddelerin tedarik edilmesi, savaş finansmanının planlanması idi. Ekonomik model devletin üretimine ve kontrolüne dayalı bir düzendi. Dış politikada da Naziler kendi düsturlarını benimsetmeye çalışıyorlar ve özellikle "Ein Volk", "Ein Reich" (Tek Millet, Tek Devlet) politikasını ön plana çıkarıyorlardı. Buradaki temel amaçta bütün Almanları tek bir Reich'in altında toplamaktı. Nazi Almanyası üniter bir yapıda gözüксе de aslında bir dünya imparatorluğu olabilmek adına emperyalist amaçlar da besliyordu. Hitler'in "Lebensraum" olarak ifade ettiği "Yaşam Alanı" politikası Almanya'nın emperyalist politikalarını gösteren önemli bir örnekti. "Lebensraum"a göre Hitler "Ein Volk, Ein Reich" politikasının bir yansıması olarak

Doğu Avrupa’da topraklarını genişletip, Alman emperyalizmini buralarda Almanca konuşan halkların yerleşmesi ile sağlamlaştırmak istiyordu. Hitler “Lebensraum” ile aynı zamanda Alman halkının istikbalinin garanti altına alınacağını düşünüyordu (Hitler, 2002: 13).

2.1.2. İşgallerin Başlangıcı ve İkinci Dünya Savaşı

Avrupa kamuoyu Almanya’daki siyasi iklimden, Nazilerin yükselişinden, Hitler ve Propaganda Bakanı Joseph Goebbels’in saldırgan nutuklarından dolayı olası bir savaş durumundan endişe ediyordu. İngiltere Başbakanı Neville Chamberlain, Fransa Başbakanı Edouard Deladier, İtalya Başbakanı Benito Mussolini ve Almanya Başbakanı Adolf Hitler 29 Eylül 1938’de bir araya geldiler. Bu görüşmenin İngiltere ve Fransa açısından amacı Avrupa’da yükselen tansiyonun düşürülmesi, Almanya ve İtalya’nın saldırgan yöntemlere başvurmamaları, yeni bir Avrupa savaşının yaşanmaması idi. Nitekim yapılan görüşmeler sonucunda Münih Antlaşması imzalandı. Antlaşmaya göre herhangi bir saldırı olmaması koşuluyla Çekoslovakya’nın Südet bölgesi Almanya’ya verildi. Günümüzde otomobil markası olarak bilinen Skoda, o dönemde silah fabrikası olarak Südet bölgesinde faaliyet gösteriyordu. Türkiye Cumhuriyeti de bu dönemde Skoda’dan silah ithalatı yapmıştır (Haytoğlu, 2018: 75). Skoda, silah ve otomobil üretimi açısından bölgenin önemli kuruluşlarından. Almanların bu bölgeye hâkim olmaları da İkinci Dünya Savaşı için yapılacak yatırım için oldukça önemlidir. Hem burada yaşayan Almanca konuşan nüfus hem bölgenin sanayi bölgesi olması Südet’in Almanya için stratejik önemini arttırıyordu. Münih Antlaşması ile Südet krizi nedeniyle doğabilecek bir Avrupa Savaşının önlenmesi amaçlandı ancak Naziler antlaşmaya uymadı ve Almanya 15 Mart 1939’da Çekoslovakya’yı işgal etti (Kershaw, 2009a: 187). İşgalin ardından Hitler sekreterine şu sözleri söylüyordu: “En büyük Alman olarak tarihe geçeceğim.” (Kershaw, 2009a: 174).

Çekoslovakya’nın işgali sonrası İngiltere ve Fransa bir yandan sert açıklamalar yaparken diğer yandan Hitler’in yayılmacı politikasına artık taviz verilmeyeceğini belirtiyor ve özellikle olası bir Polonya saldırısına karşı Polonya’yı koruyacaklarını söylüyorlardı. Hitler ise İngiltere’nin Polonya’ya güvence verdiğini işittiğinde şu sözleri söylemişti: “Onlara bir şeytan iksiri hazırlayacağım.” (Kershaw, 2009a: 174).

Hitler'in Polonya'ya olası bir saldırısı ve bir Avrupa savaşı çıkma ihtimali beklentileri mevcutken Almanya diplomatik bir atak yaparak 23 Ağustos 1939'da Rusya ile "Alman-Sovyet Saldırmazlık Paktı" diğer adıyla Ribbentrop (Almanya Dışişleri Bakanı) – Molotov (SSCB Dışişleri Bakanı) Paktını imzaladı (Hart, 2015: 16). Savaş öncesi böyle bir saldırmazlık paktı hem Rusya'da Stalin'e savaşa hazırlık için bir güvence veriyor hem de Almanya için olası bir SSCB cephesini hiç açılmadan kapatıyordu. Aynı zamanda bu pakt ile Rusya'nın olası bir savaşta İngiltere ve Fransa ile müttefiklik kurmasının önüne geçildi. Yaklaşmakta olan tehlikenin ilk adımları aslında bu pakt üzerinden dahi okunabilirdi. Çünkü Stalin bu pakt imzalanmadan önce Yahudi Dışişleri Bakanı Litvinov'u görevden alıp yerine Molotov'u getirmiştir. Litvinov aynı zamanda Almanlara karşı Batı ile iş birliğini savunuyordu (Hart, 2015: 16).

Alman-Sovyet Saldırmazlık Paktı'nın gizli maddelerine göre Polonya, SSCB ve Almanya tarafından paylaşılacaktı (Hart, 2015: 16). İngiltere'nin güvencesine, uluslararası kamuoyunun tepkilerine rağmen 31 Ağustos 1939 tarihinde "Savaşın Yönetilmesi Konusunda 1 Sayılı Emir" ile 1 Eylül 1939 günü harekâtın başlatılacağı orduya bildiriliyordu (2.Dünya Savaşı Ansiklopedisi, 1979: 157). Bu emir ile birlikte Alman ordusu Wehrmacht Polonya'ya saldırdı. 1 Eylül 1939'da Hitler Polonya sınırlarında bulunan eski Alman toprağı Danzig'e saldırarak İkinci Dünya Savaşı'nı başlattı. Danzig'e saldırması da Hitler'in tarihten çıkardığı notlardan birisiydi. Çünkü Danzig 1919'da Polonya'nın Baltık Denizi'ne sınırı olması için Alman toprakları ikiye bölünüp Polonya'ya bırakılmıştı. Böylece Hitler Danzig'e saldırarak Birinci Dünya Savaşı'na ilişkin ilk intikamını almıştı. Polonya savaşı çok uzun sürmedi ve ilerleyen günlerde Polonya ordusu batıda Almanlara, doğuda Ruslara teslim oldu. Polonya artık bu iki büyük gücün arasında sıkışıp kalmıştı. Diğer yandan da Polonya'nın işgali ile birlikte Almanya ve Rusya doğrudan sınır komşusu oldu. Bu gelişmeler üzerine 3 Eylül 1939'da Britanya ve Fransa, Nazi Almanyası'na savaş ilan etti (Hart, 2015: 21).

Polonya'nın işgali sonrasında Hitler batıya yönelik saldırı planları üzerinde çalışıyor, generallerine bu konuda emirler veriyordu. Bu sırada 8 Kasım 1939'da Hitler'e bir suikast girişimi düzenlendi. Hitler herhangi bir zarar görmeden kurtuldu. Bu son suikast girişimi olmayacaktı. Ardından Hitler'in planı uygulanmaya devam edildi. Sırada önce Danimarka ve Norveç vardı. Almanların isminden sıklıkla söz ettiren ve bütün savaş boyunca düşmanlarının dahi takdirini kazanan ünlü "Blitzkrieg" (Yıldırım Savaşı)

başlatılmıştı. 9 Nisan 1940 günü Alman ordusu Wehrmacht'ın kara ve deniz kuvvetleri harekete geçerek Norveç'in kıyılarını işgal edip çıkartma yaptılar ve çok kısa bir süre içinde Norveç'in başkenti Oslo'yu işgal ettiler (Armaoğlu, 1999: 188).

9 Mayıs 1940 günü Hitler kod adı “Amerika” olan özel treniyle Fransa sınırına yakın yeni karargâhına doğru yola çıktı. Ertesi gün 10 Mayıs 1940'da Almanya Hollanda ve Belçika'ya saldırdı. 15 Mayıs 1940'da Hollanda, 27 Mayıs 1940'da ise Belçika savaşı kaybedip Almanlara teslim oldu (Armaoğlu, 1999: 189). Hitler'in savaş stratejisine bakıldığında aslında Hollanda ve Belçika'ya yapılan saldırılar birer aldatmacaydı. Hitler Birinci Dünya Savaşı'na katılmış ve bilfiil savaşmış bir askerdі. 1914'te olduğu gibi Almanların Belçika üzerinden Fransa'ya saldıracağı düşüncesinin savunulmasını istiyordu (Hart, 2015: 99). Asıl planı ise geçilmez denilen Arden ormanını tanklarla geçip Fransa ordusunu kuşatmaktı. Kara harekâtını hava saldırıları takip etti. Hava saldırılarında stratejik kavşaklar, havaalanları, rafineler ve petrol ikmal istasyonları yok edildi.

Bu gelişmeler üzerine hem İngiltere'de hem de Fransa'da kabineler değişti. Fransa'da Daladier kabinesi yerine Paul Reynaud kabinesi kuruldu. İngiltere'de ise Chamberlain kabinesi yerine 11 Mayıs 1940'da Winston Churchill'in başbakanlığında “Milli Kabine” kuruldu (Armaoğlu, 1999: 188).

Hitler'in Arden kuşatmasını ve amaçlarının kendilerini tuzağa düşürüp kuşatmak olduğunu bir süre sonra Fransa'nın başkumandanı Gardner fark etti. Fransızlar tankçı birlikleriyle karşı saldırıya geçtiler. Bu tank birliğinin başında da ilerleyen yıllarda ismini sık sık duyuracak olan Fransız General De Gaulle vardı. Alman pike bombardıman uçağı Stuka'lar sayesinde Almanlar bu saldırıyı püskürtüp ilerlemeye devam ettiler. Böylece Hitler'in “Orak Darbesi” stratejisi işe yaradı ve Almanlar İngiliz Denizi'ne ulaştılar. Böylece artık olası bir Britanya seferi için önemli bir üs kazanıldı. Almanların ilerleyişi sürdü ve daha fazla kayıp yaşanmaması için 27 Mayıs 1940'ta Belçika Kralı ordusu ile birlikte teslim oldu (Armaoğlu, 1999: 189). Bu gelişme sonrası Fransa Başbakanı Reynaud, Gardner'i görevden aldı ve Birinci Dünya Savaşı kahramanlarından General Maxime Weygand'ı ordunun başına getirdi. Ayrıca yine Birinci Dünya Savaşı'nın önemli isimlerinden Mareşal Philippe Petain'i de Savunma Bakanı yaptı.

Wehrmacht'ın İngiliz Denizi'ne ulaşip Britanya Seferi Kuvvetleri ve Fransız Silahlı Kuvvetleri'nden oluşan müttefik ordusunu kuşatması büyük bir panik yarattı. Weygand askerlerin Dunkirk'e çekilmesini emretti. Yaklaşık 337 bin kişilik bir müttefik ordusu yok olmanın eşiğindeydi. Bu askerlerin Almanlar gelmeden Dunkirk'ten tahliye edilmesi gerekiyordu. 29 Mayıs 1940 günü Churchill askerlerin tahliyesi için Dover Boğazı üzerinden askerlere, sivillere veya tüccarlara ait bütün deniz taşıtlarının Dunkirk'e giderek buradaki askerleri tahliye etmesini emretti. Yaklaşık 870 deniz taşıtı tahliye için Dover Boğazı-Dunkirk hattında çalıştı (Churchill, 2019). 4 Haziran 1940 günü tahliye tamamlandı ve tahliyenin ardından aynı gün Almanlar Dunkirk'i işgal etti. Yaklaşık 337 bin asker yok edilmekten kurtarıldı (Armaoğlu, 1999: 189). Müttefiklerin kanadında bu tahliye bir zafer gibi kutlandığı sırada Churchill şu açıklamayı yaptı: "Tahliyeyle savaş kazanılmaz." (Churchill, 2019) Dunkirk'te meydana gelen bu hadise yıllar sonra 2017 yılında Dunkirk isimli bir Hollywood filmine dahi konu oldu (IMDb, 2019).

Müttefik cephesi 1940 yılı itibariyle Britanya ve Fransa'dan ibaretti. Mihver Devletler cephesinde de fiili durumda Almanya tek başınaydı. 10 Haziran 1940'ta İtalya Başbakanı Benito Mussoli'ni İngiltere ve Fransa'ya savaş ilan ettiğini duyurdu (Armaoğlu, 1999: 189). Böylece Mihver Devletlerde Almanya'nın yanına resmi bir müttefik eklendi.

Arden çıkarması sonrası Dunkirk işgal edilmiş ve Hitler'in orak darbesi planı başarılı olmuştu. Wehrmacht Blitzkrieg ile çok hızlı yol alıyordu. Avrupa ilk defa bu kadar hızlı bir orduyla karşılaşıyordu. Artık Alman ordusunun hedefi Paris'ti. 14 Haziran 1940 günü Almanlar Paris'e girdiler (Armaoğlu, 1999: 189). Almanların Paris'i ele geçirmesi sonrasında Fransa resmi olarak teslim oldu. Hitler 22 Haziran 1940'ta Paris yakınlarındaki Compiègne'ye geldi. Hitler hem Versay Antlaşması'ndan hem de Fransa'nın Almanya'yı aşağılayıcı bu Versay Antlaşması'na dahi uymamasından dolayı şikâyet ediyordu (Hitler, 2005: 296). Birinci Dünya Savaşı sonrası Almanya'nın içinde bulunduğu durumdan son derece rahatsızdı. Bunu her seferinde dile getiriyor, Kavgam isimli eserinde sürekli Almanya'nın hak etmediği bu durumdan kurtulması gerektiğinden bahsediyordu. Bu yüzden Hitler'in aldığı kararlarda, açıklamalarında sürekli Birinci Dünya Savaşı'nın intikamını almak ister bir söylem görülmektedir. Bu söylemler de artık İkinci Dünya Savaşı ile birlikte eylemlere dönüşmüş vaziyetteydi. Örneğin, Hitler Fransa'yı işgal edip Compiègne'ye geldiğinde Almanya'nın teslim olduğu mütarekenin

imzalandığı trenin vagonunu da buraya getirtmişti. Bu vagonda Fransa'nın teslim olduğuna dair yeni mütareke imzalandı. Hitler artık Birinci Dünya Savaşı'nın intikamını alıyordu. Mütarekenin imzalanmasından sonra Hitler vagonun Berlin'e gönderilmesini emretti. Vagon Berlin sokaklarında gezdirildi. İntikam alınmıştı. Bu vagon yine Hitler'in emriyle İkinci Dünya Savaşı'nın son günlerine doğru SS'ler tarafından dinamitle havaya uçuruldu (Clarke ve Costelle, 2009). İşgal ve teslimiyet sonrası Fransa ikiye bölündü. Bir tarafta kuzeyde ve deniz kıyılarında Almanya'nın egemen olduğu bölge, diğer tarafta güneyde İtalya sınırına yakın Vichy'nin başkent olduğu bir serbest bölge kuruldu (Armaoğlu, 1999: 189).

Brüksel, Varşova, Paris, Prag, Lüksemburg, Lahey, Oslo ve Kopenhag'dan oluşan Avrupa'nın önde gelen başkentleri Almanlar tarafından işgal edilmişti. Geriye bir tek Londra kalıyordu. Almanlar denizaşırı coğrafi konumu ve Birleşik Krallık Kraliyet Donanması'nın üstünlüğü sebebiyle kara çıkarması yapamıyordu. Yıpratma saldırıları için tek seçecek Luftwaffe (Alman Hava Kuvvetleri) idi. Bir süre Alman uçakları İngiltere'yi bombaladı ancak hava mücadelelerinden bir sonuç alınamadı. Bu süreçte İngiltere'nin işgal edilebilmesi için bazı planlar yapılsa da (Ayıbalığı ve Denizaslanı harekâtları) Hitler'in asıl amacının İngiltere'yi işgal etmek değil, İngiltere'nin ateşkes talebinde bulunmasını sağlamaktı (Hart, 2015: 124-125). Çünkü bir süre sonra Hitler batıdan vazgeçip yönünü doğuya, Rusya'ya çevirecekti.

Dönemin Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Roosevelt 5 Kasım 1940 tarihli seçimlerde 3.kez ABD Başkanı seçildi. ABD İngiltere'ye savaş için silah, mühimmat ve uçak yardımı yapıyordu. Amerikan kamuoyu savaşa karşıydı ancak Başkan Roosevelt Almanların karşısında batı demokrasilerinden yanaydı. Bu dönemde İngiltere'ye yapılan yardımların bir kısmı da Alman deniz altları U-Boat'lar tarafından saldırıya uğruyordu. Bilindiği kadarıyla sadece 1941'de 4 milyon tonluk sevkiyat U-Boat'lar tarafından batırıldı (Clarke ve Costelle, 2009).

Hitler 19 Temmuz 1940 tarihli Reichstag'da yaptığı konuşmasında İngiltere'nin teslim olması gerektiğini, bu savaşı İngiltere topraklarına yaymak istemediğini, “akıl adına konuşan” galip bir devlet olarak bu savaşın devamının gereksiz olduğunu belirtse de Churchill hükümeti geri adım atmadı ve savaşa devam edildi (Armaoğlu, 1999: 190). Bu süreçte ABD savaşa dâhil olmamıştı ve Hitler yenilgiyi kabul etmeyen İngiltere'nin

yanında bir de ABD'nin savaşa girmesinden dolayı çekiniyor, ABD karşısında üstün gelebilmesi için daha çok hammaddeye ihtiyaç duyacağını düşünüyordu. Bunun için doğuda işgallere devam edip “Lebensraum” dediği yaşam alanlarını genişletmeyi düşünüyordu. Aynı zamanda doğuda başarılarını sürdürürse batıda İngiltere umutlarını kaybedip barış yapmak isteyebilirdi. Hitler bu sebeplerle aralarında saldırmazlık paktı olmasına rağmen “Barbarossa Harekâtı” ile Rusya'ya saldırmayı düşünüyordu.

Bu süre zarfında Müttefik Devletler ve Mihver Devletler sadece Avrupa'da değil Afrika'da bulunan sömürge kolonilerinde de savaş halindeydi. İtalyan lider Mussolini Afrika'da İngilizlere yenilmesi üzere Hitler Avrupa'da doğu seferini erteleyip Mussolini'ye yardım gönderdi. Hitler bölgedeki durumun Mihver Devletlerin lehine çevirebilmesi, Libya'da dağınık vaziyette olan İtalyan birliklerini toparlayabilmesi için en seçkin generallerinden olan Erwin Rommel'i bölgeye gönderdi (Hart, 2015: 168). Rommel kısa bir sürede kendisinden söz ettirip bölgeyi hareketlendirdi. Başarılarının ardından “Çöl Tilkisi” lakabıyla anılmaya başlandı.

Almanların Girit'i işgal ederek ve Afrika'da işleri bir süreliğine de olsa Rommel aracılığıyla yoluna koyması sonrası Rusya seferi sırasında güneyde oluşabilecek olası bir sorun önlenmiş oldu. Alınan bu önlemler Alman ordusu Wehrmacht'ın hazırlıklarını tamamlaması neticesinde de 22 Haziran 1941 günü Nazi Almanyası'nın Sovyet Rusya'yı işgal girişiminin ilk aşaması olan Barbarossa Harekâtı başlatıldı (Hart, 2015: 195). Aşağıdaki görselde görüldüğü üzere işgal planı dört kol üzerinden siyasi başkent Moskova, ideolojik başkent Leningrad (günümüzde St. Petersburg olarak bilinen şehir) ve iktisadi başkent diyebileceğimiz, güneydeki Stalingrad'a ve oradan da Hazar Denizi'ne, Bakü petrol hatlarına uzanan hat öncesi en önemli şehir Kiev'in işgaline yönelik hazırlanmıştı. Hitler'i bazı generalleri harekât planının bu kadar büyük yüzölçümü olan bir ülkede kuvvetleri bölerek ilerlemesinin güç olacağı konusunda uyarılmışlardı (Clarke ve Costelle, 2009).

Görsel 3: Barbarossa Harekâtı, Hitler'in Rusya'yı İşgal Planı



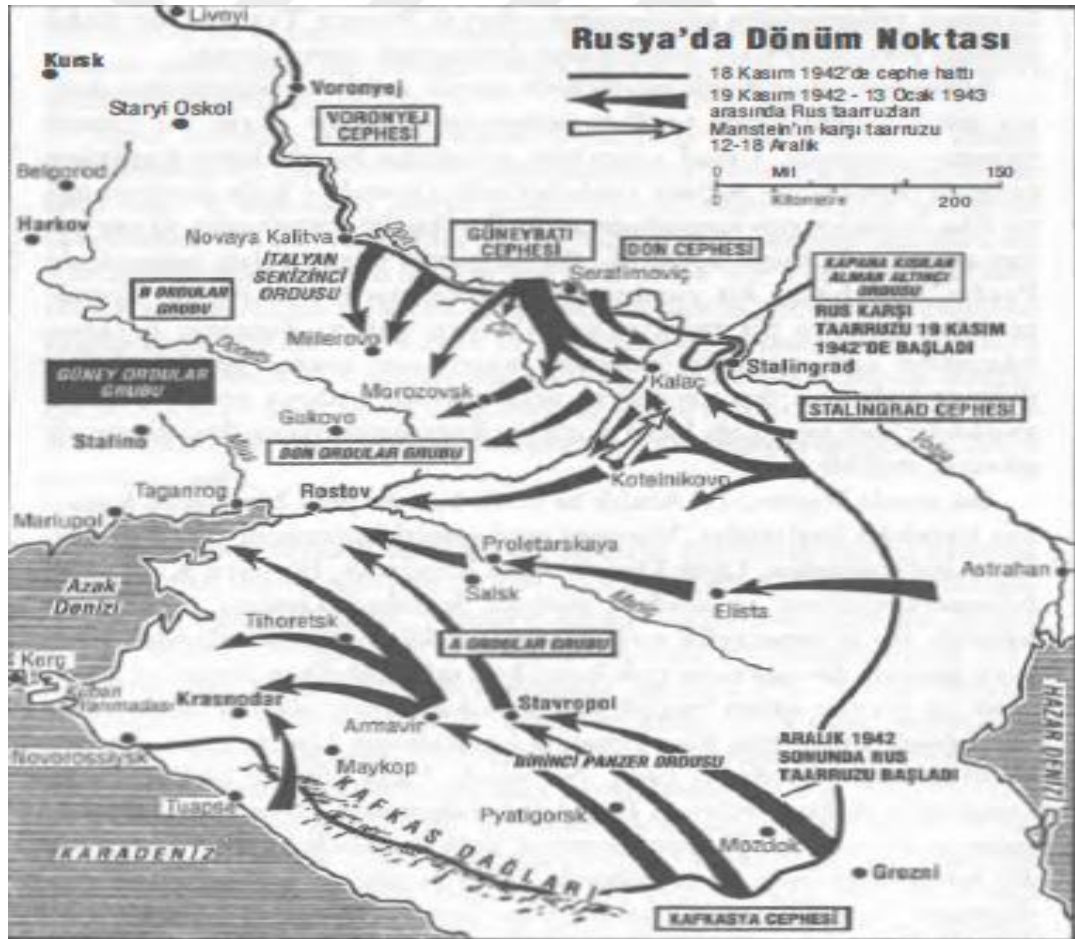
(Hart, 2015: 196)

Almanlar Rusya'da savaşırken müttefikleri Japonya'da 7 Aralık 1941'de Amerika'nın Hawaii adasında bulunan Pearl Harbour'daki Amerikan üssüne Amiral Yamamoto önderliğinde sürpriz bir saldırı düzenlediler. Bu saldırıda üste bulunan Amerikalılar çok ağır kayıplar verdiler. Ayrıca üstte bulunan sekiz Amerikan ana muhabere gemisinden dördü battı, bir tanesi sahile çekildi ve kalan üç tanesi de ağır hasar gördü (Hart, 2015: 277). 11 Aralık 1941'de ise Hitler Japonya ile olan anlaşmaları gereği Amerika Birleşik Devletleri'ne savaş ilan etti. ABD'de aynı gün Almanya'ya savaş ilan etti (Armaoğlu, 1999: 196).

Almanların Rusya cephesinde ise harekât ikinci yılına gelirken Rusların çetin direnişleri devam ediyor ve Almanlar Stalingrad'ı ele geçiremiyorlardı. Bu dönemde ABD komünizmle mücadeleyi bir kenara bırakıyor ve Rusya'ya yardım gönderiyordu. ABD'nin savaşa girene kadarki politikasının odak noktasını da "savaşa girme, savaşan illegal müttefiklerine yardım et" şeklinde değerlendirilebilir. Bunun bir örneği de Rusya konusundadır. Bu dönemde yaşananlara bakarak ABD'liler için Joseph Stalin'in "Uncle Joe (Joe Amca)" olarak, İngilizlerin de "Old Joe (Yaşlı Joe)" olarak nitelendirdikleri

Müttefik kuvvetlerin taarruzu başarılı oldu ve mihver kuvvetleri geri çekilmeye başladılar. El Alameyn ile İngilizler çölde bir zafer kazandılar ve bu zafer sonrası Winston Churchill bu haberi Londra’da halka şu sözlerle duyurdu: “Bu bir son değil. Hatta sonun başlangıcı bile değil. Çünkü bu ancak başlangıcın sonudur.” (The Churchill Society, 2020) Diğer taraftan Almanlar Rusya topraklarında büyük bir çıkmazın içine girmişlerdi. Stalingrad’a yaptıkları saldırılardan bir sonuç alamadılar. 19 Kasım 1942 günü ise Ruslar Almanları Stalingrad’ın tamamen dışına atmak için bir karşı saldırı başlattılar (Hart, 2015: 356). Bu saldırının ardından içinde Macar, Romen ve İtalyan askerlerin bulunduğu mihver kuvvetler çok sayıda kayıp verdiler. Başarılı Rus saldırısı sonrası 23 Kasım 1942’de Don Nehri üzerinde Kalach’ta güneyden ve kuzeyden gelen iki Sovyet ordusu birleşti. Bu ana ilişkin görüntüler Rus askerler tarafından filme alınıp kaydedildi (Clarke ve Costelle, 2009).

Görsel 5: Stalingrad Savaşı’nda Rus taarruzu ve Rusya’da dönüm noktası



(Hart, 2015: 359)

Stalingrad'da yapılan karşı taarruz neticesinde Ruslar artık Stalingrad'ın içlerinde kalan son Almanları çıkartmak için 22 Ocak 1943'te saldırıya geçtiler ve artık dayanacak güçleri kalmayan General Friedrich Paulus önderliğindeki Alman 6.ordusu 31 Ocak 1943'te teslim oldu ve ardından 2 Şubat 1943 itibariyle Stalingrad tamamen Almanlardan temizlendi (Hart, 2015: 660-661).

13 Ocak 1943'te ise Amerikan Başkanı Roosevelt Fas'ın Kazablanka şehrine gitti. Burada yer alan müttefik kuvvetleri ziyaret etti. Bu ziyareti önemli kılan neden ise işgal altındaki Fransa'nın siyasi gücüne bir çözüm bulmaktı. Roosevelt, De Gaulle'ün yerine Henri Giraud'un Fransız birliklerinin başına geçip mücadeleyi sürdürmesini istiyordu. De Gaulle savaş sırasında Fransız direnişinin sembol ismiydi. Churchill'de Kazablanka'ya geldi. O ise De Gaulle'ü destekliyordu (Clarke ve Costelle, 2009). Kazablanka görüşmesinden uzlaşa çıktı ve De Gaulle ile Giraud'un anlaşarak müttefiklerin savaşa devam etmesi, Almanya, İtalya ve Japonya'nın koşulsuz teslim olması hususları kararlaştırılarak 14-24 Ocak 1943 tarihlerinde gerçekleşen Kazablanka konferansı sona erdi (Armaoğlu, 1999: 200).

Afrika'da ise müttefikler yeni bir zafer kazandılar ve 7 Mayıs 1943'te Tunus'a girdiler. Hitler'in çöl tilkisi lakaplı generali Rommel bir uçakla Tunus'tan ayrıldı. 13 Mayıs 1943'te Tunus'taki bütün mihver komutanları ve birlikler teslim oldular (Hart, 2015: 594). 16 Mayıs 1943'te Cap Bon'dan Mihver Devletlerinin esir alınan Afrika birlikleri Tunus'tan gemilerle çıkarıldılar. Sayı olarak bir kesinlik olmasa da ABD'li General Eisenhower'ın belirttiği üzere yaklaşık 240 bin Alman esir alınmıştı (Hart, 2015: 595). Bu esirler Kanada ve ABD'ye gönderildiler ki böylece dönüp tekrar savaşamayacaklardı. Bu esirlerin ABD'ye götürülenleri Virginia ve Texas'ta pamuk ve tütün tarlalarında çalıştırıldılar (Clarke ve Costelle, 2009).

Adolf Hitler'in en çok güvendiği ve Nazi partisi için büyük bir önem atfeden SS birliklerinin başında Heinrich Himler vardı. Savaşın gidişatı sebebiyle Himler, SS'ler içinde birtakım değişiklikler yapmaya karar verdi ve SS'lerin içinden "Waffen SS" yani "Seçkin Birlikleri" kurdu. Himler'in emri altındaki Waffen SS'in Wehrmacht'ın yerine geçmesi planlandı. Himler sadece Waffen SS'le de sınırlı kalmadı. Wehrmacht'ın yeni askerlere ihtiyacı vardı. Bunun için orduya işgal altındaki bölgelerden asker toplanıyordu. Hatta toplanan bu askerler içerisinde Müslüman Bosnalı askerler vardı. Ayrıca Kazak

Türklerinden de birlikler vardı. Kazaklardan oluşan 15. SS Süvari Birliği düşmana korku salan bir üne bile kavuşmuştu. Bu bölgelerden askerler toplandı. Nazilerle iyi ilişkileri olan Kudüs Müftüsü Emin El Hüseyini Müslüman askerleri ziyaret etti ve 28 Kasım 1941 günü de bizzat Adolf Hitler ile görüştü. Hitler'in Müslüman askerleri toplaması ve Emin El Hüseyini ile bizzat ilgilenmesi Müslüman coğrafyalarda Hitler'in inancını gizleyen bir Müslüman olduğu iddiasının da yayılmasına neden oldu (Yücel, 2018: 223).

Görsel 6: 28 Kasım 1941 günü Emin El Hüseyini ve Adolf Hitler'in Berlin'deki görüşmeleri



(The Holocaust Encyclopedia, 2020)

Almanlar, diğer milletlerden toplanan bu birliklere iyi teçhizatlar sağlıyordu. Ferdinand Porsche'nin tasarladığı "Tiger" tankları da bunlardan biriydi (Encyclopaedia Britannica, 2020). Tiger tanklarının en çok kullanıldığı alanlardan birisi de savaş tarihinin en büyük tank savaşı olarak adlandırılan Kursk Savaşı'dır. 5 Temmuz 1943 ila 23 Ağustos 1943 tarihleri arasında süren savaşta Almanlar Stalingrad yenilgisi sonrası Rusya'nın Doğu Cephesi'nde bulunan Kursk çıkıntısına bir taarruz gerçekleştirmişlerdir (Encyclopaedia Britannica, 2020). Kayıtlara "Kursk Savaşı" olarak geçse de Almanlar "Unternehmen Zitadelle" olarak nitelendirmişlerdir. Savaş esnasında 2700 Alman tankı 3600 Sovyet tankıyla karşı karşıya gelmiştir (Clarke ve Costelle, 2009). Almanlar savaşta önce ilerleyebilseler de Kursk muharebesini sonraki günlerde kaybetmişler ve Tiger tanklarının bir bölümü Rusların eline geçmiştir. Bu operasyondan önce Ruslar istihbaratları aracılığıyla gerekli bilgilere de ulaşmışlardı (Çınar, 2014: 184). Bu durum savaşın gidişatını da etkiledi. Artık istihbarat konusunda Müttefik Devletler daha rahattılar çünkü Kursk'ta da etkili olan Almanların gizli haberleşme cihazı olan Enigma'nın şifresi İngilizler tarafından çözülmüş ve Ruslarla istihbarat alışverişine başlanılmıştı. Kursk sonrası Almanya artık savunmaya geçiyordu.

Almanlar güneyde Afrika'da kaybetti. Müttefik Devletler, Afrika zaferi sonrası ilerlemeye devam ettiler. Tunus'taki Müttefik Devletler güçleri Sicilya'ya çıkıp Avrupa'ya ayakbastılar. Ağustos 1943'te Sicilya'yı kontrol altına aldılar. Akabinde İtalya'da 11 Eylül 1943'te Mussolini iktidarı sona erdi. Yeni kurulan hükümet Mussolini'yi tutuklattı ve hapsetti. Hitler İtalya'nın başında Alman müttefiki Mussolini'nin olmasını istiyordu. Bu yüzden seçkin komando birliklerini göndererek Mussolini'yi hapisten kurtardı.

Mihver Devletler Almanya ve İtalya'da bunlar yaşanırken Japonlar bu dönemde Çin'e yerleşmiş ve etraftaki İngiliz kolonilerini tehdit edecek güce kavuşmuştu. Japonlar 10 Aralık 1941'de Singapur'u korumak için görevli İngiliz uçak gemilerinden iki tanesini batırdıktan sonra artık Japonların bölgede İngilizlerin deniz hâkimiyetine bir tehdit oluşturdukları kanaati Tablo 3'teki sayılardan da anlaşılacağı üzere güçlendi.

Tablo 3: Müttefiklerin deniz gücüne karşılık Japonya'nın durumu

	Ana muharebe gemisi	Uçak gemisi	Ağır kruvazör	Hafif kruvazör	Muhrip	Denizaltı
İngiliz İmparatorluğu	2	—	1	7	13	—
ABD	9	3	13	11	80	56
Hollanda	—	—	—	3	7	13
Hür Fransa	—	—	—	1	—	—
Müttefik Toplam	11	3	14	22	100	69
Japonya	10	10	18	18	113	63

(Hart, 2015: 286).

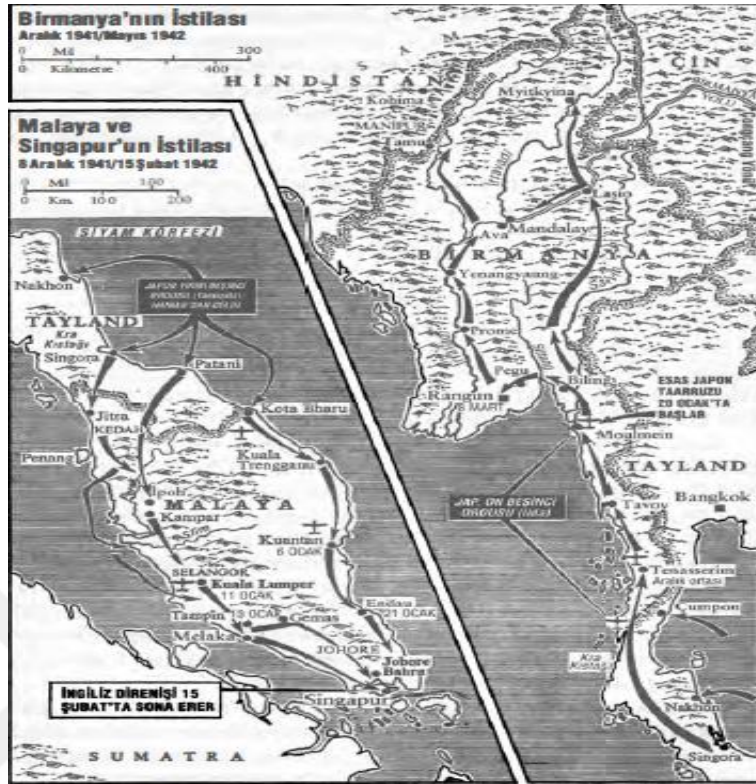
Japonya bu süreçte bir yandan Pearl Harbour'a saldırıyor ve ABD'nin savaşa girmesinin en büyük nedenlerinden birisini oluşturuyor, bir yandan da önce Hong Kong'u sonra da İngilizlerin gözdesi Singapur'u işgal ediyordu.

Görsel 7: 8-26 Aralık 1941, Japonların Hong Kong'u İşgali



(Hart, 2015: 294)

Görsel 8: Japonların Malaya, Singapur ve Birmanya'yı işgali



(Hart, 2015: 295)

Pearl Harbour saldırısı başta olmak üzere genel olarak Japon saldırıları sonrası savaşa giren ABD 18 Nisan 1942 tarihinde uzun uçuşlar yapan uçaklarıyla Tokyo'yu bombaladı. Bu saldırı sonrası Japonlar önce Amerikan üssü olan Midway'i, sonrada daha önce sadece saldırıp geri çekildikleri Pearl Harbour'ı işgal etmeyi planladılar ancak Amerikalılar Japonların mesaj şifrelerini çözünce Midway için savunma planı hazırlayıp Japonlara tuzak kurdular. 3 Haziran 1942'de Japon Amiral Yamamoto önderliğindeki Japonlar saldırı için hareket geçtiler. Bu savaş filosunda 200 savaş gemisi, yaklaşık 600 uçak taşıyan 8 uçak gemisi ve ayrıca 5.000 kişilik bir mürettebat bulunuyordu. 7 Haziran 1942'de Midway'de Japon saldırısı başladı. Saldırdan haberdar olan Amerikalılar Japonları püskürttüler. Japon taarruzu başarısız oldu. Ardından ABD keşif uçakları Avusturalya ve Papua Yeni Gine'deki adalardan Guadacanal'da Japonların bir hareketlilik içerisinde bulunduklarını ve burada bir hava üssü kurmaya çalıştıklarını fark ettiler. Bunu engellemek ve adayı Japonlardan temizlemek için 7 Ağustos 1942'de ABD askerleri adaya çıkarma yaptılar. Çok kanlı çarpışmalara sahne olan Guadacanal

muharebesini sonunda Müttefik Devletler kuvvetleri kazandılar ve savaşın Amerikalı komutanı Alexander Vandegrift dönemin ünlü “Time” dergisine kapak oldu.

Görsel 9: Guadacanal savaşını kazanan Müttefik Kuvvetler Komutanı Alexander Vandegrift, 2 Kasım 1942 tarihli Time dergisi



(Time, 1942)

Müttefik kuvvetler Afrika'daki başarılarından sonra Avrupa'dan da Alman ordusunu silmek istiyorlardı. Mihver kuvvetler İtalya'nın kuzeyine çekilmek zorunda kaldılar. Ardından 4 Haziran 1944'te Amerikalılardan oluşan bir müttefik kuvvet gücü Roma'ya girdi (Hart, 2015: 739). Müttefikler aynı zamanda Fransa'ya girme planları yapıyorlardı. 5 Haziran 1944 günü İngiltere'de müttefikler General Eisenhower önderliğinde “Normandiya Çıkarması” için toplandılar (Hart, 2015: 752). 5 Haziran gece yarısında harekât başlatıldı. İngiliz, Amerikan, Kanadalı askerler paraşütleriyle birlikte 6 Haziran'da Normandiya'ya uçaklarla taşındılar ve ardından paraşütleriyle iniş yaptılar (Hart, 2015: 739). Bu birliğin yanı sıra donanma da çıkartma için asker taşıyordu. Çıkarmayı yapacak bu askerler arasında ünlü Amerikalı yazar Ernst Hemingway de vardı (Clarke ve Costelle, 2009). Normandiya çıkarması sonrası durum neredeyse tamamen müttefiklerin lehine dönmüştü. Artık Berlin'e ilk hangi kuvvetin gireceği konuşuluyordu. Bu gelişmelerden dolayı ordu içinde Alman subaylarda bir huzursuzluk baş göstermişti. Yaşanan kayıplardan sorumlu olarak Führer Adolf Hitler'i gören bir grup subay suikast girişimi planladı. 20 Temmuz 1944'te Albay Claus von Stauffenberg önderliğindeki subay grubu, Hitler'in Prusya yakınlarındaki “Kurt İni” karargâhında bir toplantı esnasında Hitler'in üzerinde askerlerle birlikte çalıştığı bir masanın altına bomba yerleştirdiler. Hitler saldırıdan ufak yaralarla sağ kurtuldu. Saldırıda dört kişi öldü ve yirmi kişi de yaralandı. Hemen soruşturma açıldı ve yargılamalar yapıldı. Yapılan

sorgularda suikast girişimi başarılı olsaydı Hitler'in yerine Çöl Tilkisi lakaplı Erwin Rommel'in geçeceği, Rommel'in bu durumu önceden kabul ettiği bilgisi edinildi. Bunun üzerine tam akıbeti bilinmese de Rommel intihara zorlandı. Hitler asker töresinde var olan kendi silahıyla intihar etmesini engelledi ve Rommel Hitler'in emriyle zehirlenerek intihar etti (Kershaw, 2009b: 717). 14 Ekim 1944'te savaşın önemli ve sembolik isimlerinden Erwin Rommel hayatını kaybetmişti (Hart, 2015: 1032). Nazi yönetimince Hitler'e suikast girişiminden dolayı Rommel bir hain olarak görülse de hem propaganda hem de halkın tekrar birliktelik duygusu içerisinde hareket edebilmesinin sağlanması için resmi cenaze töreni düzenlendi.

Normandiya çıkarması ve devamında Marsilya'ya kadar bütün Akdeniz kıyısı Almanlardan temizlendi. Bu gelişmeler sonrasında müttefiklerin ilerlediği haberleri Fransa içinde halk tarafından da destek gördü ve Paris'te ayaklanmalar meydana geldi. Alman ordusunun büyük bir kısmı Fransa'nın doğusuna çekilmek zorunda kaldı. Ayaklanma sonrası 25 Ağustos 1944'te General Leclerc'in zırhlı birlikleri Paris'i kurtardılar (Hart, 2015: 1031). Bu gelişmelerin ardından Fransa'nın Almanya ile olan mücadelesinin simgesi haline dönüşen General De Gaulle basın karşısına çıktı ve Paris'in kurtarılıp özgürleştirildiğini duyurdu.

16-25 Aralık 1944 tarihleri arasında Almanlar son kozlarını ileri sürmeye başlar. Bunlardan birisi de savunmadan bir anda vazgeçip tüm güçleriyle taarruza geçip Blitzkrieg gibi bir saldırı düzenlemektir. Bu taarruzu Arden bölgesine Bulge Operasyonu ile gerçekleştirdiler (Hart, 2015: 1033). Müttefiklerin aklına Hitler'in savaşın başındaki aynı noktadan Blitzkrieg gibi bir saldırıyı gerçekleştirme ihtimalinin gelmemesi şaşırtıcıydı. Alman birlikleri operasyonun ilk günlerinde ilerleyebilseler de bu son çarpışmalarından da mağlubiyetle ayrılmak zorunda kaldılar ve 1 Ocak 1945 ila 17 Ocak 1945 tarihleri arasında Almanlar Arden bölgesinden tamamen çekildiler (Hart, 2015: 1034). Almanların yenilgisi gün geçtikçe perçinleniyordu. Müttefikler 13-14 Şubat 1945'te Alman orduları için önemli bir iletişim merkezi ve büyük bir endüstri şehri olan Dresden'i bombardımanla yerle bir ettiler. Bu saldırı sonrası yangınlar sebebiyle 100 bin civarında sivilin hayatını kaybettiği belirtilmektedir (Hart, 2015: 1035).

Müttefikler artık savaşın sonuna gelindiğini, savaş sonrası Avrupa'nın ve Dünya'nın nasıl şekilleneceğini düşünüyorlardı. Bunun için savaşın galibi İngiltere adına

Başbakan Churchill, Amerika Birleşik Devletleri adına Devlet Başkanı Roosevelt, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği adına Sovyetler Birliği Komünist Partisi Merkez Komitesi Genel Sekreteri unvanıyla Joseph Stalin 4 Şubat 1945'te Rusya'da liman kenti Yalta'da bir araya geldiler. Bu toplantılar dizisi Yalta Konferansı olarak adlandırıldı ve 4-11 Şubat 1945 tarihleri arasında gerçekleşti (Armaoğlu, 1999: 206). Bu görüşmeler sürerken Rus Kızıl Ordusu ciddi ilerlemeler kaydediyordu. 16 Nisan 1945 günü Rus ordusunun Berlin'i roket atarlar kullanarak bombalaması ile Rusların Berlin'e nihai taarruzu başladı ve taarruz 2 Mayıs'a kadar devam etti (Hart, 2015: 1037). Doğudan Ruslar, batıdan Amerikalılar öncülüğündeki kuvvetler Berlin'i işgal etmeye başladılar ve her iki ordu 26 Nisan 1945'te Elbe'de Torgau köprüsü yakınlarında karşılaştılar (Hart, 2015: 1037).

Görsel 10: Torgan Köprüsü'nde birleşen müttefik kuvvetlerin bu an için hazırlanan flamanın önündeki fotoğrafları (Flamada doğu batı ile buluşuyor yazmakta)



(WW2 In Color, 2010)

2.1.3. Savaşın Sonu

28 Nisan 1945'te Mussolini kendi ülkesinde partizanlar tarafından asılarak idam edildi (Hart, 2015: 1037). 29 Nisan 1945'te Adolf Hitler sevgilisi Eva Braun ile evlendi (Özpınar, 2010: 29). Aynı gün Hitler, İtalyan lider Mussolini'nin sevgilisi Clara Petacci ile birlikte Milano'da bir meydanda asılarak öldürüldüklerini öğrendi (Kershaw, Hitler, 2009: 798).

30 Nisan 1945 günü Hitler'in metinlerini hazırlayan ünlü Propagandist Goebbels ve ailesi de orada, karargâhta Hitler ile birlikteydi. Hitler, Goebbels'in eşi Magda Goebbels'i altı çocuğunu da zehirleme kararı almasından dolayı büyük bir fedakârlık gösterdiği gerekçesiyle bizzat tebrik etti ve kendi üniformasında takılı olan Nazi Partisi'nin rozetini Bayan Goebbels'in göğsüne taktı (Özpınar, 2010: 31). Adolf Hitler ve eşi Eva Braun çalışma arkadaşlarıyla ve son kez de hizmetkârları ve Hitler'in yaveri

Heinz Linge ile vedalaştı. Linge'nin önceden odaya bıraktığı iki tabancı ile peşi sıra intihar ettiler (Özpınar, 2010: 32). Bezymenski gibi bazı tarihçi yazarlarsa hem siyanür aldığını hem de tek kurşunla şakağına ateş ederek öldüğünü belirtiyor (Özpınar, 2010: 33). Son olarak Hitler ve Eva Braun'un cesetleri başta yaveri Linge olmak üzere, Borman, Günsche ve diğer SS subayları tarafından binanın dışına çıkartıldı ve yakıldı (Kershaw, 2009b: 802). 1 Mayıs 1945 günü de Joseph Goebbels, eşi Magda Goebbels ve Helga, Hilde, Hellmut, Holde, Hedda ve Heide isimli altı çocukları ile birlikte intihar ettiler. Ardından Joseph ve Magda Goebbels'in cesetleri de SS subayları tarafından yakıldı (Kershaw, 2009b: 804). Joseph Goebbels intihardan önce yazdığı son mektubunda "hayatlarımızı Führer ile birlikte sonlandırabilecek olmamız asla umut bile etmediğimiz bir lütuftur" demişti (Clarke ve Costelle, 2009). Bu "lütuftur" Alman halkının üzerinde etkilerini yıllarca ve halen günümüzde dahi sürdürecektir bir yük bıraktı. Nazilerin lider kadrosunun intihar etmesi ve müttefiklerin Almanya'yı işgali ile Nazi dönemi sona erdi. 2 Mayıs 1945 günü Sovyet birlikleri Berlin'i aldılar ve Rusların kırmızı bayrağı Reichstag'a asıldı. Yaklaşık 150 bin ölü ve 300 bin esir vardı (Hart, 2015: 1037). 8 Mayıs 1945'te Wehrmacht komutanı Mareşal Keitel önderliğinde generaller Almanya'nın koşulsuz şartsız teslim olduğuna dair belgeyi imzaladılar (Kershaw, 2009b: 822-823). Almanya kaybetti.

Batıda savaş bitmişti ancak Pasifik'te çatışmalar devam ediyordu. 19 Şubat 1945'te Iwo Jima Adası'nda Amerikalılar karadan ilk çıkarmalarını yaptılar. Tıpkı Guadalcanal muharebesi gibi Iwo Jima'da büyük bir mücadeleye tanık oldu. Yaklaşık beş hafta süren bir çarpışmadan sonra 26 Mart 1945'te Amerikan kuvvetlerinin adayı işgali kesinleşti (Hart, 2015: 876-877). Adanın ele geçirilmesinden sonra 9 Mart 1945'te Amerikalıların Tokyo şehrini bombalamaya başladı ve Amerikalıların "B29 Süper Kale Ağır Bombardıman Uçağı" Tokyo'yu yerle bir etti (Hart, 2015: 960). ABD Japonlara karşı üstünlüğü sağladığında ise Japonya'yı işgal etmek yerine atom bombalarını kullanarak Japonya'yı teslim olmaya zorladı. 6 Ağustos 1945 günü Hiroşima'ya ilk atom bombası atıldı (Hart, 2015: 1038). Ardından 9 Ağustos 1945 günü de Nagasaki atom bombasının hedefi oldu (Hart, 2015: 1038).

Tüm bu gelişmelerin ardından Japonların artık bir kurtuluş yolları kalmadı ve 2 Eylül 1945 günü Japonya teslim oldu (Hart, 2015: 1039). Böylece kaynaklarda rakamlar farklılık gösterse de yaklaşık 50 Milyon insanın ölümüne neden olan İkinci Dünya Savaşı

bütün Mihver Devletlerin yenilgiye uğratılması ve teslim olmasıyla resmen sonra ermiş oldu (Keegan, 2016: 600).

2.2. İkinci Dünya Savaşı'nda İdeolojik Propaganda

Bu başlık altında özellikle dünya savaş tarihi açısından irdelendiğinde Birinci Dünya Savaşı ile önemli bir mücadele alanı olma özelliği kazanan, toplumların kitleler halinde nasıl savaşımaya teşvik edildiği, milyonlarca insanın hayatlarını, sevdiklerini, geleceklerini, yaşam haklarını kaybetmeyi göze alarak nasıl gönüllü veya zorunlu olarak can verdikleri sorusunun cevaplarından birisi olarak gördüğümüz ideolojik propagandanın tarihi boyunca hangi anlamlarda ne şekilde kullanıldığı, sonrasında ise İkinci Dünya Savaşı'nda ne aşamada olduğu, nasıl ve hangi araçlar aracılığıyla yürütüldüğü meselelerine değinilecektir.

2.2.1. İdeolojik Propaganda Araçları ve Kullanımı

İdeolojik propaganda tarih boyunca çeşitli zaman ve olaylarda kullanılmıştır. Propagandaya konu sadece tek bir özerk alan olmamış, kültür, sanat, siyaset, spor ve hatta din de propagandaya konu olmuştur. Örneğin Hristiyanlığın yayılmasında Papa 17.Gregori'nin 1662 yılında kurduğu "İmanı Yayma Kurulu" Hristiyan propagandası yapmak amacıyla faaliyet göstermiş bir oluşumdur (Ertürk, 2004: 1). Bu örnekler çoğaltılabilir ancak propagandanın özellikle savaşlarda kullanımı devletler açısından daha hayattır denilebilir. Nitekim propagandanın en yoğun ve en yaygın şekilde kullanımı savaşlarda olmuştur. İdeolojik propaganda zaman içerisinde dünya savaş tarihi açısından bakıldığında o kadar önemli bir hale gelmiştir ki savaş esnasında gündelik birtakım gelişmeleri etkilemekle kalmayıp doğrudan savaşın sonucunu ve sonrasında yaşanacakları dahi belirleyecek bir güce sahip olmaya başlamıştır. Bu açıdan bakıldığında ideolojik propagandanın son yüz yıl içerisinde özellikle Birinci Dünya Savaşı'nda çok yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Şensivas, 2019: 31). Buradaki amaç bazen tarafların kendi toplumlarını bir arada tutmak, savaşma konusunda teşvik etmek, silah altına alınmayı gerektiren durumlarda askerlikten kaçanların sayısını azaltmak, kendi toplumlarını yapılacak bir harekate psikolojik olarak hazırlamak amaçlarını güderken bir taraftan da hareketin yapılacağı bölgelerde yaşayan karşıt unsurların direncini kırmak, onların savaşma istek ve arzularını ortadan kaldırmak veya azaltmak, karşıt unsurların sivil vatandaşlarının savaşın kaybedileceği ve sonrasında büyük bir yıkıma uğrayacakları

psikolojisine bürünerek askeri ve siyasi otoritelere verdikleri desteği kırmak, olası bir hareketin daha az zayıf ve daha kısa süre içerisinde sonlandırması şeklinde olabilmektedir (Şensivas, 2019: 30).

Burada siyasi liderlerinin kent merkezlerinde, meydanlarda organize ettikleri devasa mitingler aracılığıyla yaptıkları ateşli konuşmaları, dış unsurlara karşı yapılması nedeniyle de hava taşıtları sayesinde düşman askerlerinin siperlerine ya da düşman topraklarında sivillerin yaşadığı bölgelere atılan broşürleri basit birer örnek olarak verilebilir. Bunun dışında örneğin Birleşik Krallık gibi ülkeler Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren propaganda meselesini çok ciddiye almışlardır. Hatta Adolf Hitler İngilizlerin propagandayı “birinci silah” olarak kabul ettiklerini ifade etmiştir (Hitler, 2019: 181). Burada bir de örnek olarak, Birleşik Krallık bünyesinde İngiltere’de Birinci Dünya Savaşı sırasında kurulan “Enformasyon Dairesi” kapsamında faaliyet gösteren “Wellington House” olarak bilinen propaganda ofisinin faaliyetler gösterilebilir (Avşar, 2003: 93). Bu ofisin 1915 yılında 17 dilde yazılmış propaganda amaçlı iki buçuk milyon civarında kitap ve broşür hazırlayıp dağıttığı, 1916 yılı Şubat’ında ise bu sayının yedi milyonu bulduğu belirtilmektedir (Avşar, 2010: 122). Bu ve benzeri örnekler propagandanın sıradan, plansız, aniden gelişen, herhangi bir sistemi olmayan faaliyetler olmaktan çıktığını ve artık savaşın olmazsa olmaz unsurlarından birisi haline gelmeye başladığını göstermektedir. Diğer taraftan Almanya’da ise tersi bir durum söz konusudur. Adolf Hitler savaştan sonra askerler üzerinde bir propagandanın eksikliğini, Almanya’nın Birinci Dünya Savaşı’nda propagandayı kullanamamasını eleştirmiş ve kendisinin propagandaya merak salmasında Almanya’nın bu konuda geri kalmış olmasının etkili olduğunu belirtmiştir (Hitler, 2019: 172,173).

1914-1918 yılları arasında yaşanan Birinci Dünya Savaşı, sonuçları, savaş sonrası yaşanan gelişmeler, yapılan antlaşmalar itibariyle dünya haritasında çok büyük değişikliklere neden olmuştur. Ancak savaş sonrası değişen tek şey sınırlar değildi. Konjonktür, teknoloji, savaş gereçleri, silahlar, askeri ve sivil ulaşım araçları, yaşam biçimleri, nüfus ve nüfus dağılımları, siyasi ve sosyal hareketler ve daha onlarcasının eklenebileceği pek çok olgu, durum, vaziyet savaş sonrasında büyük değişiklikler yaşamıştır. Propaganda ve ideolojik propaganda da bunlar arasında yer alır. Bu çalışma kapsamında ise İkinci Dünya Savaşı’nda ideolojik propaganda artık sistematik bir hale gelmiş, devletler, güç ve çıkar grupları tarafından kullanılan birer silaha, araca

dönüşmüştür. Bu nedenle devletler kendi siyasi ve bürokratik örgütlenmelerinde artık propaganda faaliyetlerini resmi olarak yürütebilecek bazı bakanlıklar, daireler, çalışma ofisleri kurmuşlardır. Örneğin Sovyetler Birliği'nde propaganda devletin bütün faaliyetlerinde kendisini göstermeye başlamış, yeni rejimin ideolojik propagandası fabrikalarda, atölyelerde, bakanlıklarda, ordu teşkilatında ve her yerde siyasi propagandistleri aracılığıyla yürütülmüştür. Bu propagandistler bazen “siyasi öğretmen” bazen de “siyasi komiser” sıfatlarıyla görev yapmışlardır (Ertürk, 2004: 4).

İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda için devletler kendi bünyelerinde oluşturdukları birimlerle öncelikle haberler ve her çeşit bilginin halka ulaşmasında kendi süzgeçlerinden geçerek bilginin yayılmasına ya da yayılmamasına yönelik çalışmalar yürüttüler. Bu yüzden bazı birimler örneğin İngiltere’de olduğu şekilde “Enformasyon Dairesi” olarak örgütlendi. Ayrıca İngiltere’de 17.yy’da temeli atılan “Haber Alma ve Propaganda Teşkilatı”nın da yıllardır faaliyetlerine devam ettiği ve İkinci Dünya Savaşı’nda propagandayı kullanan teşkilatın faaliyetlerinin etkili olduğu bilinmektedir (Ertürk, 2004: 2). Almanya’ya bakıldığında ise doğrudan kabinede yer alan bir bakanlık şeklinde “Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı” kuruldu ve bu bakanlığın kendi alt çalışma birimlerinde çeşitli birimler kuruldu (Yılmaz, 2019: 26). Örneğin, film ve sinema bölümü gibi. Ayrıca Almanya’nın Birinci Dünya Savaşı’nda propaganda açısından geri kaldığı, yer yer propaganda nedeniyle morali düşen ordusunun cephelerde başarısızlığa uğradığı belirtilmektedir. Bu nedenle Almanlar İkinci Dünya Savaşı döneminde ideolojik propaganda meselesine çok önem vermişler ve bizzat Adolf Hitler Almanların propaganda meselesindeki eksiklikleri nedeniyle kendisinin propaganda çalışmalarına yöneldiğini, propagandanın bir sanat olduğunu ifade etmiştir (Hitler, 2019: 172). Yine Birinci Dünya Savaşı’nda görev alan Alman General Ludendorff da savaş alanında üstün oldukları anda bile propaganda eksikliğinden ve psikolojik olarak savaşı kazanamadıklarından dolayı düşmana mağlup olduklarını ifade etmiştir (Ertürk, 2004: 7). Dolayısıyla bu eksikliklerinden dolayı Almanların ders çıkardıkları belirtilmektedir (Ertürk, 2004: 9). Benzer bir yapılanma Amerika Birleşik Devletleri’nde de görülmüş ve Savaş Bakanlığı emrinde 11 Şubat 1941’de “Halkla Münasebet Bürosu” kurulmuştur (Ertürk, 2004: 48). Bu büro, devam etmekte olan savaş sırasında toplumun moral ve motivasyonunu güçlü tutmak için çalıştı. Büro savaş haberlerini belirli şartları taşıyıp taşıyamalarına göre filtreledi. Radyo, gazete ve diğer yayın organlarıyla iş birliği yaparak

ordunun manevi duygularını yüksek tutmak, ordu ile halkın diyalogunu korumak amaçlandı ve ayrıca savaşta her cephenin karargahında bu büronun bir ofisi kuruldu. Ofis aracılığıyla savaşla ilgili yazı, fotoğraf ve benzeri malzemeler büroya, merkeze ulaştırılmıştır (Ertürk, 2004: 49).

İkinci Dünya Savaşı öncesinde, sırasında ve sonrasında yapılan ideolojik propaganda çalışmalarına bakıldığında genellikle yazılı basın ve görsel medya araçlarının sıklıkla kullanıldığını görülmektedir. Her devlet kendi ülkesinde basın üzerinde bir takım sansür uygulamaları yürüterek savaşın gidişatı veya gelişmeler hakkında doğrudan kamuoyunu galeyana getirebilecek ya da büyük infiallere yol açabilecek haberlerin halk arasında yayılmasını engellemeye çalışıyordu. Sadece sansür değil bunun yanı sıra kendi ülkelerinin ve hâkim ideolojilerinin propagandasının yapılarak halkın bu yöndeki davranışlarını etkileyebilmek adına basın bir araç olarak kullanılıyordu. Bunda okuma yazma oranının yüksek olduğu kent merkezlerinde satışa sunulan gazete ve dergilerin payı büyüktü. Bu yüzden bu gazete ve dergiler devletler tarafından birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldılar. Örneğin Fransa'nın işgalinden önce Fransa'da faaliyet gösteren "Le Matin" gazetesi Almanlar tarafından satın alınarak, gazete aracılığıyla işgal öncesi Fransız halkı ve ordusu üzerinde psikolojik etkileri olması açısından Nazi propagandası yapıldı ve Almanlarca Fransa'nın işgali için zemin hazırlanmaya çalışıldı (Ertürk, 2004: 28).

Gazeteler ve dergilere ek yazılı medyanın bir diğer unsuru olarak afiş, broşür ve karikatür çalışmalarını gösterilebilir. Özellikle Birinci Dünya Savaşı'nda yukarıda bahsedildiği gibi psikolojik etkileri açısından kullanılan afiş, broşür ve karikatürler İkinci Dünya Savaşı'nda da sıklıkla kullanılmıştır. Bu dönemde kullanılan broşürlere bakıldığında devletlerin kendi askerlerini ve toplumlarını bir grup, karşılarında yer alan düşman unsuru da bir başka grup olarak gösterip ötekileştirip hedef haline getirdikleri görülmektedir. Amaç ise hem kendi asker ve sivil vatandaşları üzerinde hem de Birinci Dünya Savaşı'nda olduğu gibi cephe hattındaki askerlerin ve şehirlerdeki, kırsallardaki sivil halkın psikolojik olarak etkilenmesidir. Bu broşürler ve karikatürler psikolojik olarak etkili ve başarılı olmuşlar, özellikle savaş öncesi toplumların militaristleşmesine katkı sağlamış ve savaşa hem toplumsal hem de askeri olarak katılımın artmasını dolayısıyla siyasi iradenin savaş kararı konusunda meşruiyet zeminini elde etmesine olanak sağlamışlardır.

Broşür ve karikatürlerin kullanımında hem Müttefik Devletler hem de Mihver Devletlerce yaygın bir kullanım söz konusudur. Ancak Nazi Almanyası’nda doğrudan halkı öfke, kin ve Yahudiler gibi belirli gruplara karşı nefrete sevk eden, daha saldırgan ve provokatif karikatürlerin yer aldığını söylenebilir. Örneğin “Kladderadatsch” isimli Türkçe skandal ve gürültü anlamlarına gelen karikatür dergisinde yayınlanan karikatürler, söz konusu saldırgan ve provokatif karikatürlerin başını çekmektedir (Universitätsbibliothek Heidelberg, 2019). Örneğin, bu derginin 7 Ocak 1940 tarihli sayısının kapağında yer alan bir karikatür doğrudan Yahudileri hedef alan karikatürlerden birisidir. Başına bir asker miğferi ve üstüne ünlü “Times” gazetesinin giydirildiği güzel bir kadının aynaya baktığında aslında her şeyin tam tersi olduğunu, güzel kadının yerine çirkin bir kadının aldığı ve Times yazısının da kelimelerinin tersten yazılarak Semit haline geldiği ve Yahudi taraftarlığı anlamında kullanılan Semitizm kelimesine gönderme yapılarak gazetenin Yahudi taraftarı olduğu imasının okuyucularda canlandırılmak istendiği görülmektedir.

Görsel 11: 7 Ocak 1940 tarihli Kladderadatsch dergisinin kapak resmi

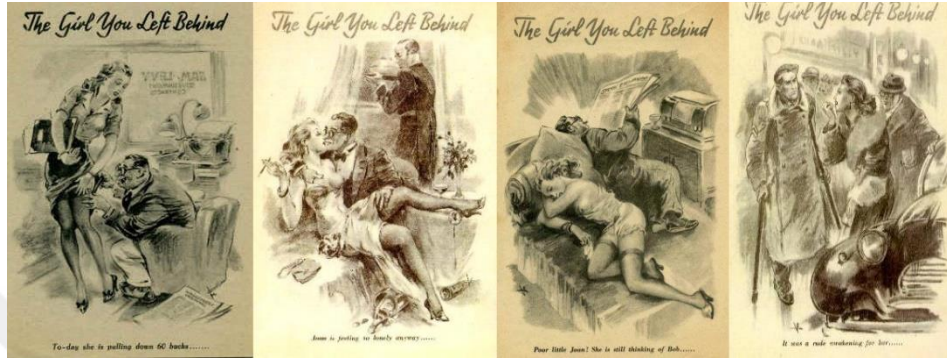


(Universitätsbibliothek Heidelberg, 2020)

Savaş sırasında Almanlar tarafından yapılan propaganda esnasında kullanılan broşürlerden birisi de bir seri halinde hazırlanan “The Girl You Left Behind” serisidir. Almanlar bu seriyi İtalya’da 1944 yılında savaşan Müttefik Devletler yani düşman askerlere karşı kullandılar ve uçaklarla cephe hattına bu broşürleri attılar (Friedman, 2019: 28). Dört broşürden oluşan seri Sam Levy isimli bir iş adamının öyküsü olarak dağıtılmıştır. Broşürlerde ise cephedeki müttefik askerlerine geride bıraktıkları kişilerle savaş sonrası mutlu ve huzurlu bir hayat sürmek düşüncesiyle savaşmalarına rağmen savaşı kaybedecekleri, kaybedecekleri bir savaşta çarpışırken geride bıraktıkları, sevgilileri, eşlerinin bu savaş sayesinde ticareti artan, yaptığı kontratlarıyla zenginliğine zenginlik katan Sam Levy gibilerinin sekreterliğinden başlayıp sevgilisi olma yolunda

ilerliyor oldukları, ve savaş bittiğinde ölmeyip geri dönebilirlerse böyle bir manzarayla karşılaşacakları ve dolayısıyla bu savaştan hiçbir kazanımları olmayıp tersine bir de sevdiklerini ve hayatlarını kaybedecekleri düşüncesi aktarılmak istenmiştir. Bu ve benzeri pek çok broşür, karikatür ve afiş Mihver Devletler tarafından hazırlanmış ve savaş esnasında dağıtılmıştır.

Görsel 12: İtalya’da cephelere atılan “The Girl You Left Behind” isimli broşür serisi



(Friedman, 2019: 29,30,31,35)

Müttefik Devletler de broşürler, karikatürler ve afişler aracılığıyla propaganda yapmış ve psikolojik olarak düşman unsurları etkilemek istemişlerdir. Müttefiklerin genel olarak bu çalışmalarına bakıldığında özellikle lider kültürünün öne çıktığı, mihver güçlerinin bu yönlerine bir karşı saldırı olduğu söylenebilir. Müttefiklerin broşürlerinde mihver güçlerinde yer alan askerlere yönelik cinsel içerikli mesajlardan daha çok liderlerinin cinsel tercihleri, montaj teknikleriyle hazırlanan müstehcen fotoğrafları ve karikatürize edilmiş cinsel özellikleri üzerinde durulduğu görülmektedir. Amerikalılar tarafından hazırlanan bir karikatürde de Nazi Almanyası lideri Adolf Hitler bir hayat kadını olarak tasvir edilmiş ve lider kültürünü aşağılamaya ve komik düşürmeye yönelik askerler üzerinde bir algı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu ve benzeri çalışmalar kara propagandaya da iyi birer örnek oluşturmaktadırlar. Bu karşısındaki hedef kitleyi, düşmanı gülünç duruma düşürme meselesi Almanya ve Avusturya’da çıkan karikatür dergilerinde de Müttefik Devletlere karşı kullanılmış ancak Adolf Hitler bu durumu eleştirmiştir. Hitler’e göre düşman unsurlarını gülünç duruma düşüren karikatürler düşmanı değil aslında Alman askerlerini olumsuz yönde etkilemiştir. Çünkü karikatürü gören askerler düşman ile karşılaşmadan önce kendi zihinlerinde düşmanın zayıf, etkisiz, gülünç durumda ve kolayca alt edilebilecek bir unsur olarak kodlamışken düşman

askeriyle karşı karşıya geldiğinde kendi direncinin kırılmış, düşmanı hafife almış bir halde bulacaktır ki bu da son derece tehlikelidir (Hitler, 2019: 177).

Görsel 13: Amerikalılar tarafından hazırlanan Adolf Hitler karikatürü



(Friedman, 2013)

İkinci Dünya Savaşı sırasında toplumların maruz kaldığı görüntü savaşlarına bir örnek daha vermek gerekirse Amerika Birleşik Devletleri'nin savaşa girmesiyle birlikte Amerikan kamuoyunun yönlendirilebilmesi için ilk etap 1,5 milyondan fazla afişin bastırıldığı, her ay 100 bin haber ilanının metrolara, tramvaylara, otobüslere asılması, 3 bin filmin 400 bin kopyasının üretilerek bütün kıtaya ulaştırılmasını dolayısıyla her ay yaklaşık 8,5 milyon kişinin bu görüntü savaşına maruz kalması, bir haftada ortalama 50 milyon kişinin kısa haber filmlerini izlemesi, savaş ve propaganda konulu filmlerin sinema sektörü içinde artan payı ve yeri gösterilebilir (Clark, 2017: 142).

Bu dönemde bir diğer ideolojik propaganda aracı ise görsel medyaydı. Yeni yeni yaygınlaşmaya başlayacak olan kısıtlı imkanlara sahip televizyon, daha yaygın ve ülkelerin belirli başlı merkezlerinde bulunan ve erişebilen insan sayısının bir hayli yüksek olduğu sinema salonları ve dolayısıyla filmler de devletlerin ideolojik propagandaları için birer araç olarak kullanıldılar. Ülkeler, şehirlerde ve büyük kasabalarda pek çok sinema salonları kurarak halkın ideolojik propaganda amacıyla hazırlanan filmleri izlemelerini sağladı. Hem Müttefik Devletler hem de Mihver Devletler tarafından İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve savaş sırasında onlarca film üretildi. Bu üretilen filmler belirli onaylar alarak yayınlandı. Aynı zamanda üretilen filmlerin hemen hemen tamamı devletlerin kontrolünde hazırlandı. Ayrıca özellikle ordu içerisinde askerlerin moral ve motivasyonunu yükseltmek, askere alımlarda gönüllü başvuruların sayısını arttırmak, zorunlu askerlik uygulamasından kaçanların sayılarının azaltılması ve benzeri nedenlerle ordu teşkilatlarının içerisinde kendi film büroları kuruldu.

Gerek bu film büroları gerekse de devletlerin desteklediği özel yapım şirketleri tarafından hazırlanan filmlerin birçoğu günümüze ulaşabilmiş vaziyettedir. Bu nedenle bu filmleri hem ilgili oldukları dönem hem de ülkelere göre ayırt etmek mümkündür. Dönemin propaganda sineması ruhunu yansıtabilmesi açısından bu filmler Müttefik Devletler ve Mihver Devletler propaganda filmleri olarak sınıflandırılabilir.

Müttefik Devletler tarafından hazırlanan filmler incelendiğinde ideolojik propaganda amacıyla hazırlanan ve yayınlanan filmler Birleşik Krallık'ta şunlardır: "1939 yılında *The Lion Has Wings*, 1940 yılında *The Call for Arms*, *Civilian Front*, *London Can Take It!*, *Men of the Lightship*, *Miss Grant Goes to the Door*, *Musical Poster Number One*, *Neighbours Under Fire*, 1941 yılında *An Airman's Letter to His Mother*, *ATS*, *The Battle of London*, *Christmas Under Fire*, *Ferry Pilot*, *Fighting Fields*, *Food for Freedom*, *Green Girdle*, *The Heart of Britain*, *How to Dig*, *How to File*, *Merchant Seamen*, *Plastic Surgery in Wartime*, *Queen's Messengers*, *Shunter Black's Night Off*, *Target for Tonight*, *Words of Battle*, 1942 yılında *After Mein Kampf*, *Alice in Switzerland*, *Battle is Our Business*, *Border Weave*, *Coastal Command*, *Dover*, *Greek Testament*, *Listen to Britain*, *Making a Compost Heap*, *Malta G.C.*, *Men of Tomorrow*, *Message from Canterbury*, *The Next of Kin*, *Night Shift*, *One of Our Aircraft is Missing*, *Trinity House*, *Twenty-One Miles*, *Went the Day Well?*, *We Serve*, *Winning Your Wings*, 1943 yılında *Before the Raid*, *Butterfly Bombs*, *Cameramen at War*, *Close Quarters*, *Desert Victory*, *Development of the English Town*, *Fires Were Started*, *Glorious Colours*, *It's Just the Way It Is*, *Lift Your Heads*, *The People's Land*, *Scottish Mazurka*, *The Silent Village*, *Target for Today*, *Waterlight*, *The Volunteer*, 1944 yılında *Aventure Malgache* (Bu filmin yönetmeni ideoloji ve psikanaliz çalışmalarında düşünür Slavoj ŽIŽEK'e ilham kaynağı olmuş, eserleri pek çok politik ve sinematik analizlere tabi tutulan ünlü yönetmen Alfred Hitchcock'tur), *Children of the City*, *Clean Milk*, *Debris Clearance*, *The Great Circle*, *Jungle Patrol*, *Liberation of Rome*, *Men of Rochdale*, *New Builders*, *North East Corner*, *Out of Chaos*, *Road to Russia*, *Sailors Do Care*, *Soil Erosion*, *Towards the Offensive*, *Tunisian Victory*, *V-1:The Robot Bomb*, *V.1*, *Western Approaches*, *Willing Hands*, 1945 yılında *Bruma Victory*, *A Diary for Timothy*, *Farm Work*, *Homes for the People*, *Song of the People*, *Steam*, *The Ten Year Plan*, *This Was Japan*, *The True Glory*". (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019) Burada *The True Glory* filmine ise ayrı bir parantez açılabilir. Çünkü film, Carol Reed tarafından yönetildi ve

çekildiği tarihten bir yıl sonra 1946 yılında “Academy Awards” ismiyle bilinen ancak popüler ismi “Oscar Ödülleri” olan ödül töreninde en iyi belgesel ödülünü aldı (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2014).

Birleşik Krallığa bağlı Avusturalya’da o dönemde faaliyet gösteren Haber Alma Bakanlığı’na bağlı Haber ve Bilgi Bürosu tarafından da bazı filmler üretildi. Bu filmler yayımlandıkları yıllara göre “1941 yılında Advance to Libya, 1942 yılında Kokoda Front Line!, Men of Timor, Moresby Under the Blitz, Soldiers Without Uniform, 1943 yılında Assault on Salamaua, The Bismarck, 1945 yılında Mid East” filmlerdir (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019).

Kanada’da da Kanada Ulusal Film Kurulu tarafından hazırlanan ve desteklenen şu filmler ideolojik propaganda amaçlı olarak hazırlanmıştır: “1940 yılında All Out for War, Atlantic Patrol, Children from Overseas, Controls for Victory, Front of Steel, Home Front, Letter from Aldershot, Letter from Camp Borden, Not Peace but a Sword, On Guard for Thee, Squadron 992, Timber Front, Wings of Youth, 1941 yılında ACK ACK, Battle of Brains, Call for Volunteers, Churchill’s Island, Fight for Liberty, Food, Weapon of Conquest, Guards of the North, Heroes of the Atlantic, Iceland on the Prairies, The People’s War, Soldiers All, Strategy of Metals, Tools of War, Warclouds in the Pacific, Who Sheds His Blood, Wings of a Continent, 1942 yılında Battle for Oil, Battle of the Harvests, Blitzkrieg Tactics, Everywhere in the World, The Face of Time, Ferry Pilot, Field Training in Winter, Fighting Ships, Forward Commandos, Freighters Under Fire, Geopolitik-Hitler’s Plan for Empire, Great Guns, If, Inside Fighting Canada, Inside Fighting China (Bu film o dönemde Academy Awards tarafından Kısa Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), Inside Fighting Russia, Voice of Action, 1943 yılında 100,000 Cadets, 13 Platoon, Action Stations, A.R.P. in Schools (Bu film çocuklara olası bir hava saldırısı durumunda ne yapmaları gerektiği konusunda bilgi vermek ve bunları uygulamak, eğitimini çocuklara vermek amacıyla hazırlanmış bir film), Banshees Over Canada, Battle is Our Business, Battle is Their Birthright, Bombing the Nazis, Buying Fever, Canada-Workshop of Victory, Canada’s Youth Training Plan, Coal Face Canada, Corvette Port Arthur, Coupon Value, Curtailment of Civilian Industries, Farm Front, Farmers Forum, First Aid in A.R.P., Fighting Dutch, Fighting Norway, The Gates of Italy, Getting out the Coal, Handle with Care, He Plants for Victory, Industrial Workers, Proudly She Marches, The War for Men’s Minds, 1944

yılında According to Need, Air Cadets, Alaska Military Highway, Back to Normal, Balkan Powder Keg, Battle of Europe, The Bayonet, Break-through, Canadian Army Sing-Song No.1, Canadian Blood Saves Lives on All Fronts, Keep Your Mouth Shut, Fortress Japan, Infantry-Pride of the Army, Road to the Reich, Target: Berlin, Train Busters, Trans-Canada Express, Zero Hour, 1945 yılında John Bull's Own Island, Headline Hunters" (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019).

Aynı şekilde o dönemde henüz bağımsızlığını kazanamamış ve Birleşik Krallığa bağlı olan Hindistan'da da propaganda filmleri hazırlanıp halka izletilmiştir. Bu filmler: "1940 yılında He's in the Navy, The Planes of Hindustan, 1941 yılında V for Victory, Voice of Satan, Road to Victory, In Self-Defence, 1942 yılında The Golden Grain of Bharatkhand, 1943 yılında Home Front" (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019). Burada dikkat çeken bir husus Birleşik Krallık'ta İngiltere, Avusturalya, Kanada ve Hindistan bölgelerinin her birinde farklı filmlerin hazırlandığıdır. Filmler içerisinde konu, yönetmen ve oyuncu ekibi aynı olan filmler bulunmakla birlikte yapılan incelemelerde filmlerin daha çok gösterildiği bölgelerdeki insanların ilgilerine ve savaşın yaşandığı bölgelerdeki gelişmelere ilişkin hazırlandığı görülmektedir. Aynı zamanda bu filmler hazırlanırken bölgesel yönetmenlerle çalışılmıştır. Örneğin, Ezra MİR Hindistanlı olup bölgenin tanınmış yönetmelerinden birisidir. Propaganda filmlerinin yerel, bölgesel özellikler taşımaları propagandanın etkilerini arttırması bakımından etkilidir denilebilir. Örneğin Stuart Legg ve Tom Daly tarafından yönetilen Battle of Europe filminin Avrupa ve Amerika kıtasında gösterilmesi Hindistan'da yapılacak bir gösterimden daha fazla propagandaya hizmet eden bir sonuç doğurabilecektir. Ya da Jane Marsh tarafından yönetilen 11 dakikalık 1942 yapımı İngilizce hazırlanan kısa film Inside Fighting Canada'nın Kanada dışında herhangi bir bölgede gösterilmesi propaganda açısından daha sınırlı bir etki oluşturacaktır.

İkinci Dünya Savaşı döneminde Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanan filmler incelendiğinde ise Amerika'nın dönemin sinema endüstrisi en gelişmiş ve en çok propaganda amaçlı filmin hazırlandığı ülke olduğu görülmektedir. Bu dönemde Amerika'nın lider rolüne bürünmesi diğer Müttefik Devletler propaganda filmlerinden farklı bir yönünün olmasıyla da açıklanabilir. Çünkü Amerika'da yayınlanan propaganda filmlerinde devlet, ordu ve bürokrasi sürece doğrudan müdahil olmuş, piyasa şartlarında devletin ve dönemin hâkim ideolojisine sahip yapım şirketlerinden daha çok devletin

resmî kurumları yapımcılık rolünü üstlenmişlerdir. Bunlara “Office of War Information, Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA), Office for Emergency Management (OEM), Office for Strategic Services (OSS), United States Army Air Forces (USAAF), United States Army Signal Corps (USASC), United States Army Special Service Division (USASSD), United States Department of Agriculture (USDA), United States Department of Treasury (USDT), United States Navy (USN), United States Department of War (USDW), War Activities Committee of the Motion Pictures Industry (WACMPI)” kuruluşları örnek olarak gösterebilir (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019). Böyle kurumların hem kendilerinin üretici olarak hem de piyasaya maddi olarak çeşitli teşviklerle destek vermeleri sayesinde özel yapımcıların film üretmeleri, öncelikle yapım sürecinin kısılmasına, belli başlı film platoları ve teknoloji ile çok sayıda filmin üretilmesine imkân sağlamış ve Amerikan film endüstrisini döneminin bir numaralı aktörü olmasında büyük rol oynamıştır. Savaş sonrası dönemde yapımcıların çoğunluğu özel sektör girişimcilerinden oluşmaya başlasa da Amerikan film endüstrisinin diğer ülkelere göre üstünlüğü halen devam etmektedir.

İkinci Dünya Savaşı döneminde Amerikan propaganda filmleri incelendiğinde sayılarının 200’ü aştığı görülmektedir. Bu filmlerden bazıları: “1941 yılında America Preferred, Army in Overalls, Men and Ships, Power of Defence, Women in Defence (Bu filmi dikkat çeken unsurlardan birisi ünlü yönetmen John Ford tarafından yönetilmiş olması ve senaryosunun dönemin Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Franklin D. Roosevelt’in eşi Eleanor Roosevelt tarafından yazılmış olmasıdır) (IMDb.com, 2020), 1942 yılında Ring of Steel, The Battle of Midway, Henry Browne-Farmer, Hitler-Dead or Alive, It’s Everybody’s War, Japanese Relocation, Keeping Fit, Manpower, Why We Fight: Prelude to War (Frank Capra’nın yönettiği bu film 1942 yılında “Academy Awards” ismiyle bilinen Oscar ödül töreninde en iyi belgesel ödülünü aldı) (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2014), Sex Hygiene, Training Women for War Production (Bu filmde dönemin Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Franklin D. Roosevelt’in eşi Eleanor Roosevelt filmin anlatıcısı, seslendiricisidir) (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2016), United China Relief, Winning Your Wings (Bu film Academy Awards tarafından Kısa Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), The World at War, 1943 yılında A Challenge to Democracy, The Autobiography of a 'Jeep', Brazil at War, Black Marketing, Combat America, December 7th (Amerika

Birleşik Devletleri Donanması tarafından hazırlanan film 1944 yılında Oscar ödül töreninde en iyi kısa belgesel ödülünü aldı) (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2014), Education for Death-The Making Of The Nazi, The First Motion Picture Unit, Food for Fighters, Food and Magic, How to Operate Behind Enemy Lines, Mission Accomplished, Negro Colleges in War Time, Our Enemy-The Japanese, Recognition of the Japanese Zero Fighter (Bu film de doğrudan Amerikan ordusu tarafından hazırlanmış olup dikkat çeken tarafı filmin başrol oyuncusunun 40.Amerikan Birleşik Devletler Başkanı olacak olan Ronald Reagan olmasıdır), Report from the Aleutians (Bu film o dönemde Academy Awards tarafından Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), Since Pearl Harbor, To the People of the United States, Suggestion Box, Tomorrow We Fly, The Tree in a Test Tube, Troop Train, War Department Report (Bu film o dönemde Academy Awards tarafından Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), Wartime Nutrition, We've Never Been Licked, Why We Fight:The Nazis Strike, Why We Fight:Divide and Conquer, Why We Fight:The Battle of Britain, Why We Fight:The Battle of Russia (Bu film o dönemde Academy Awards tarafından Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), Wings Up, You, John Jones!, The 957th Day, Attack in the Pacific, Attack! Battle of New Britain, The Fighting Lady (Bu film Oscar ödül töreninde En İyi Belgesel ödülüne almıştır) (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2014), Freedom Comes High, Gracias Amigos, Highballing to Victory, Hymn of the Nations (Bu film o dönemde Academy Awards tarafından Kısa Belgesel dalında aday gösterilmiş ancak ödülü kazanamamıştır), It's Your War Too, Liberation of Rome, Memphis Belle: A Story of a Flying Fortress, The Negro Soldier, The Price of Rendova, Return to Guam, Road to Victory, Supervising Women Workers, Tunisian Victory, What Makes a Battle, Why We Fight: The Battle of China, With the Marines at Tarawa, 1945 yılında 6th Marine Division on Okinawa, The Army Nurse, The Atom Strikes! (Bu filmin konusu Hiroşima ve Nagazaki'ye atom bombası atılmasıdır), The Battle of San Pietro, Birth of the B-29, Bulletin on the Okinawa Operation, D-Day -1, Death Mills, The Enemy Strikes, The Fight for the Sky (Bu film 40.Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Ronald Reagan tarafından seslendirilmiştir), The Fleet That Came to Stay, Fury in the Pacific, Glamour Gal, Artillery in the Battle of Iwo Jima, Here is Germany, Hollywood Victory Caravan, Intelligence and the Japanese Civilian, The Last Bomb, Know Your Enemy: Japan, Mr. and Mrs. America, My Japan,

The Negro Sailor, Henry Levin, Okinawa Bulletin 2: Final Phases, Our Job in Japan, Remember These Faces, The Stilwell Road (Bu film 40.Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Ronald Reagan tarafından seslendirilmiştir), The Story of the 14th Air Force, Photographers of the 14th Air Force, Target Tokyo, Target Invisible (Bu film savaşta radar kullanımını konu edinmiştir), To the Shores of Iwo Jima, The Town, Tuesday in November, Two Down and One to Go, Why We Fight:War Comes to America, Frank Capra, Wings for This Man (Bu film 40.Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Ronald Reagan tarafından seslendirilmiştir), Your Job In Germany” (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019).

Savaş sonrası 21.yüzyılda dahi Amerikan sinema endüstrisi İkinci Dünya Savaşı ile ilgili tarihi, askeri filmler üretmeye devam etmektedir. Ancak devam eden sadece filmlerin üretilmesi değil aynı zamanda yukarıda çeşitli filmlerde belirtildiği üzere Amerikan ordusu ya da resmî kurumları tarafından hazırlanan filmlere yine Amerika merkezli Academy Awards resmi ismiyle tanınan, kamuoyunda ise Oscar Ödül Töreni olarak bilinen ödüllerin verilmesi geleneğinin devam etmesidir. Burada dikkat çeken unsur ise ideolojik propaganda amacı ile hazırlanan filmlerin yine ideolojik propagandayı yapan ülke içinde ödüllendirilmesidir. Bunun en yakın örneğini 2012 yılında yayınlanan “Argo” isimli Hollywood yapımında görmek mümkündür. Film, 1979 yılında İran’da yaşanan devrim sonrası halkın Amerika Birleşik Devletleri büyükelçiliğini basarak elçiliği ele geçirmesi üzerine elçilik çalışanlarının kaçıp, bir süre Kanada büyükelçiliğinde saklandıktan sonra mahsur kalmaları ve İran’dan çıkamamaları üzerine “Central Intelligence Agency (CIA)” (Amerikan Merkezi İstihbarat Teşkilatı) tarafından İran’dan kaçırılmalarını konu edinmiştir. Filmde sadece bir kaçırılma hikayesi anlatılmamakta tamamen liberal Amerikan politikalarının karşısında yer alanların, düşman unsur olarak gösterildikleri, özgürlüğün ve müreffeh bir yaşamın kapitalist, liberal bir toplumdan başka bir toplumda mümkün olmayacağı vurgularına yer verilerek ideolojik propaganda çalışması yapıldığı değerlendirilmektedir. İkinci Dünya Savaşı propaganda filmlerinde olduğu gibi 2012 yılı yapımı Argo filmi de yine Academy Awards yani Oscar Ödül Töreni’nde En İyi Uyarlanmış Senaryo, En İyi Kurgu ve En İyi Sinema Filmi ödüllerini almıştır (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2014). Diğer yandan filmin başrol oyuncusu, yapımcısı ve yönetmeni olan Ben AFFLECK ödül töreninde yaptığı konuşmasında “Şu anda İran’da korkunç koşullarda yaşayan

arkadaşlarıma da teşekkür ediyorum” demekten de çekinmemiştir (Google LLC, 2013). Filmin ödülleri almasından ziyade ödülün canlı yayında Beyaz Saray’a bağlanılarak Amerikan askerlerinin ve Beyaz Saray görevlilerinin de bulunduğu bir salonda dönemin Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Barack H. OBAMA’nın eşi Michelle OBAMA tarafından açıklanması da dikkat çekmiştir (Google LLC, 2013). Bu da doğrudan Beyaz Saray tarafından CIA’nin ödüllendirildiğini ve filmin, içeriği, metinlerde ve görsellerde yer alan ideolojik göstergeler, yapılan konuşmalar ve ödülün veriliş şekliyle tamamen bir ideolojik propagandanın parçası olduğunu düşündürmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde ideolojik propaganda amacıyla hazırlanan filmler içerisinde 1942 yılında yayınlanan Japanese Relocation filmine de ayrıca değinmek gerekmektedir. Bu film, özellikle Pearl Harbour baskını sonrası Amerika Birleşik Devletleri’nin ve Amerikan kamuoyunun düşünce, olaylara bakış açısı ve psikolojisini anlatması bakımından son derece önemlidir. İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika’da Japon kökenli Amerikalılar için toplama kampları kurulmuştur. Dönemin Amerikan başkanı Roosevelt tarafından 9066 sayılı İcra Emri kararı ile Japonların izole edilebilmesi amacıyla kurulan kamplar halen Amerikan tarihinin en büyük insan hakları ihlallerinden birisi olarak gösterilmektedir (Densho: The Japanese American Legacy Project, 2015). Burada dikkat çeken başka bir konu ise bu toplama kamplarına giden sürecin ve sonrasının bir filminin hazırlanması ve kamuoyuna izletilmesidir. Japanese Relocation isimli filmin hazırlanmasında en büyük pay sahibi olarak yönetmeni, yazarı, seslendiricisi ve anlatıcısı olan kişi 34. Amerikan Başkanı Dwight D. Eisenhower’ın kardeşi, sonraki yıllarda Pennsylvania, Kansas State ve John Hopkins üniversitelerinin de rektörlüğünü yürütecek olan kişi Milton S. Eisenhower’dır (National Cable Satellite Corporation, 2017). Filmde gösterildiği şekliyle yaklaşık 120.000 Japon, o dönemde birisi Manzanar Toplama Kampı olmak üzere kurulan toplam 10 toplama kampına götürülmüş ve burada askeri düzende bir yaşam sürmüşlerdir. Manzanar dışında diğer kamplar haritada yıldızla işaretli bulunan Tule Lake, Minidoka, Heart Mountain, Topaz, Poston, Granada, Gila River, Jerome, Rohwer’dir.

Görsel 14: Amerika Birleşik Devletleri'nde 1942-1946 yılları arasında kurulan Toplama Kampları



(Encyclopædia Britannica, Inc., 2014)

Bu toplama kamplarında Japonlara dersler veriliyor, erkeklerden oluşan gruplara flamalar, Amerikan bayrakları ve bandolarla askeri yürüyüşler yaptırılıyor, Amerikan değerlerine sahip olabilmeleri sağlanmak isteniyor ve dolayısıyla Japon asıllı Amerikalılara burada ideolojik propaganda çalışması yürütülüyor ve bizzatihi propaganda günlük süreç içerisinde insanlara deneyimlendiriliyor ve yaşatılıyordu. Film doğrudan The United States Office of War Information (OWI) (Amerika Birleşik Devletleri Savaş Enformasyon Dairesi)'ne bağlı Bureau of Motion Picture (Sinema Filmleri Bürosu) tarafından üretilmiştir. Çekimlerde doğrudan Amerikan ordusunun ve “Relocation” olarak belirtilen yer değiştirme ya da tehcir diyebileceğimiz idarenin faaliyetleri doğrudan kayıt altına alınmış ve ülke çapında da izletilmiştir (Eisenhower, 1943). Bu kamplar savaş dönemindeki Nazi toplama kamplarıyla kıyaslanabilecek kamplar değildir. Çünkü bu kamplarda eğitim sonunda ölüm, soykırım gibi uygulamaların olmadığı bilinmektedir ancak insanların zorla götürülmeleri nedeniyle hürriyetlerinden yoksun kalmalarına yol açan kamplar olduğu da bilinmektedir (Densho: The Japanese American Legacy Project, 2015).

Hollanda ve Belçika'da da savaş sırasında ideolojik propaganda amaçlı filmler üretilmiştir. Filmler, Hollanda Enformasyon Bürosu ve Belçika Enformasyon Bakanlığı tarafından üretilmiştir. Bu filmler yıllara göre 1941 yılında Belgique Toujours, 1942 yılında Little Belgium, People of the Indies, Holland in the Western Hemisphere, High Stakes in the East, The Dutch Next Door, 1943 yılında Glorious Colours filmlerinden oluşmaktadır (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019).

Müttefik Devletlerden savaşın en sıcak çatışmalarının yaşandığı, milyonlarca asker ve sivilin hayatını kaybettiği Sovyet Birliği'nde de “1941 yılında For the Front,

Fascist Boots Shall Not Trample Our Motherland, 1942 yılında Day of War, Leningrad in Combat, Crushing Defeat of the German Troops under Moscow, 1943 yılında Ukraine in Flames, The People's Avengers, Stalingrad, The City That Stopped Hitler: Heroic Stalingrad, In the Sands of Central Asia, Przysiegamy ziemi polskiej, Sons of Armenia, K voprosu o peremirii s Finlyandiei, Fall of Berlin-1945, Victory in the Ukraine and the Expulsion of the Germans from the Boundaries of the Ukrainian Soviet Earth, The Rout of Japan” (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2019) filmleri yayınlanmıştır.

Diğer taraftan Mihver Devletlere bakıldığında ise özellikle Nazi dönemi Almanyası’nda sinema filmleri için nicelik olarak büyük bir gelişim yaşandığı söylenebilir. 1939-1945 döneminde sadece 1939 yılında 231 adet sinema filminin yayınlandığı bilinmektedir (IMDB.com, 2020). Bunların büyük bir çoğunluğu ideolojik propaganda filmleri olmakla birlikte çeşitli konularda hazırlanmıştır. Hepsi Nazi ideolojisine uygunluk bakımından Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı’nın film ve sinema bölümünün onayından geçmiştir. Bu filmler yıllara göre incelendiğinde 1940 yılında 148, 1941 yılında 120, 1942 yılında 107, 1943 yılında 114, 1944 yılında 111, 1945 yılında 43 adet olmak üzere bilindiği kadarıyla toplam 643 adet film hazırlanmıştır (IMDB.com, 2020). Bu filmler Müttefik Devletlerde yayınlanmayıp Nazi propagandası yaptıkları gerekçesiyle sansürlenmişlerdir ancak Norveç harekâtı öncesi bir Nazi propaganda filmi Norveç’te hatırı sayılır bir kalabalığın doldurduğu bir sinema salonunda (içlerinde devlet erkânı ve rütbeli askerlerin de bulunduğu) gösterilmiştir. Filmde Almanların Polonya harekâtına ilişkin çarpıcı görüntülerin yer alması nedeniyle Norveçliler psikolojik olarak etkilenmiştir. Bu film izletildikten bir gün sonra 9 Nisan 1940’ta Almanların Norveç’i işgallerinin başladığı bilinmektedir (Ertürk, 2004: 23).

Mihver Devletlerden Japonya’da ise nicelik olarak daha az film üretilmiştir. Bu filmler “1939 yılında Tsuchi to Heitai (Mud and Soldiers), Shanhai Rikusentai (Shanghai Landing Squad), 1940 yılında Moyuru ōzora (The Blazing Heavens), Nishizumi senshacho-den (The Legend of Tank Commander Nishizumi), 1941 yılında Daichi ni inoru (Prayer to Mother Earth), 1942 yılında Honkon kōryaku: Eikoku Kuzururu No Hi (The Battle of Hong Kong), Daigoretsu no kyofu (Fear of the Fifth Column), Shōgun to sanbō to hei (General, Staff Officer and Soldiers), Aikoku no hana (Patriotic Flowers), Kanchō imada shisezu (The Spy Isn't Dead Yet), Tsubasa no gaika (A Triumph of Wings), Hawai Marē oki kaisen (The War at Sea from Hawaii to Malaya), Tekki raishū (The Air

Raid by Enemy Aircraft), Shingapōru sōkōgeki (All-out Attack on Singapore), Jūkei kara kita otoko (The Man from Chungking), Kaigun (Navy), Kaisen no zenyā (On the Eve of War), Aiki minami e tobu (Our Planes Fly South), Bōrō no kesshitai (Suicide Squad at the Watchtower), Marai no Tora (The Tiger of Malaya), Kessen no ōzora e (Toward the Decisive Battle in the Sky), 1944 yılında Raigekitai shutsudo (Battle Troop), Kato hayabusa sento-tai (Colonel Kato's Falcon Squadron), Nichijō no tataikai (The Daily Battle), Kessen (The Decisive Battle), Yasen gungakutai (Field Army Band), Neppū (Hot Wind), Nikudan teishintai (The Human Bullet Volunteer Corps), Suihei-san (Mr. Sailor), Ichiban utsukushiku (The Most Beautiful), Santarō gambaru (Santarō Pitches In), Fuchinkan gekichin (Sinking the Unsinkable), Ato ni tsuzuku o shinzu (Believe That Others Will Follow), Otome no iru kichi (Girls of the Air Base), Saigo no kikyō (The Last Visit Home), Momotaro no koumi no senshi (Momotaro's Divine Sea Warriors), Kanchō Umi no bara (Spy Ship Sea Rose)” filmleridir (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2006).

Son olarak Mihver Devletlerden İtalya’ya bakıldığında ise “1939 yılında Lotte nell'ombra (Battles in the Shadow), Piccoli naufraghi (The Little Adventurers), 1940 yılında Il cavaliere di Kruja (The Cavalier from Kruja), 1941 yılında Uomini sul fondo (Men on the Sea Floor), La nave bianca (The White Ship), 1942 yılında Alfa Tau! (Alpha Tau!), Bengasi, Documento Z-3 (Document Z-3), Giarabub, MAS, Un pilota ritorna (A Pilot Returns), I tre aquilotti (The Three Pilots), Odessa in fiamme (Odessa in Flames), 1943 yılında Lettere al sottotenente (Letters to the Second Lieutenant), L'uomo della croce (The Man with a Cross), Quelli della montagna (Men of the Mountain), Gente dell'aria (People of the Air), Spie tra le eliche (Spies Among the Propellers), Inviati speciali (Special Correspondents), I trecento della Settima (The Three-hundred of the Seventh), Il treno crociato (The Train with the Cross), 1944 yılında Aeroporto (Air Base), Ogni giorno è domenica (Everyday Is Sunday), Caposaldo (Stronghold), Squadriglia bianca (The White Squadron), 1945 yılında Roma città aperta (Rome, Open City), Il canto della vita (The Song of Life), La casa senza tempo (The Timeless House), Due lettere anonime (Two Anonymous Letters)” filmlerinin yayınlandığı bilinmektedir (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2006).

Bunun yanı sıra radyonun İkinci Dünya Savaşı’nda kullanılan en önemli ideolojik propaganda aracı olduğu değerlendirilmektedir. Çünkü teknoloji itibariyle daha ucuza üretilen, bütçesi ne durumda olursa olsun pek çok kişinin edinebildiği, çok küçük bir

yer kaplayan bu cihaz insanların çok hızlı haber almalarını, aldıkları haberlere göre karar verebilmelerini çok daha kolay sağlayabilen bir araçtı. Kitle iletişim aracı olarak Birinci Dünya Savaşı'nda kullanılan telefon ve telgraf ne kadar önemli ise İkinci Dünya Savaşı'nda da radyo o kadar önemliydi. Radyonun önemini ve 20.yüzyıldaki gücünü, insanların anlam dünyalarındaki yerini anlamak için Velimir Klebikov'un radyoyu "bilincin temel ağacı" olarak nitelemesini ve yine Klebikov'un radyo için "dünyanın parçalanmış ruhuna şekil vereceğini ve tüm insanoğlunu bir araya getireceğini" söylemesi göstermektedir (Clark, 2017: 104). Burada başka bir örnek de radyonun savaş esnasında nasıl bir ideolojik propaganda aracı olduğunun anlaşılması konusunda yardımcı olacaktır. Savaş sırasında kullanılan diğer propaganda araçları gibi radyo da düşman toplumların dinleyicilerini hedef almıştı. Radyo dönemin global iletişim aracıydı. Ulusların sınır ötesinde seslerini duyurabilmelerini sağlıyordu. Pasifik okyanusunda savaş sırasında Amerikan birliklerine "Tokyo Gülü" isimli bir radyo programı aracılığıyla propaganda yapılıyordu. On iki kadın sunucudan oluşan bir Japon grubu Amerikan askerlerini savaş bittikten sonra yaşayacakları ülkenin durumu, karşılaştıkları manzaraları anlatıyor, bir yandan ideolojik mesajlar verirken bir yandan da savaşın psikolojik etkisinden faydalanarak askerlere geride bıraktıkları sevdikleri insanlar üzerinden duygusal olarak zarar vermeye çalışıyorlardı (Clark, 2017: 145). Bu örnekler çoğaltılabilir. Nazi Almanyası'nda da çok büyük önem verilen radyo meselesine Goebbels'in propaganda çalışmalarına değinildiği bir sonraki alt başlıkta değinilecektir.

2.2.2. Dr. Paul Joseph Goebbels ve İdeolojik Propaganda

Kimi devletler propaganda faaliyetlerini gizli ya da en azından kamuya kapalı olarak yürütürken İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasında baş aktör olan Mihver Devletler'in lideri konumundaki Almanya bu süreçte farklı bir yöntem izlemiştir. Hitler'in kabinesinde 13 Mart 1933 tarihinde "Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda" (Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı) kuruldu ve dünya tarihinin en iyi propagandistlerinden birisi olarak gösterilen, Nazilerin en ateşli konuşmacılarından, Hitler'in en yakın çalışma arkadaşlarından birisi ve Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin ilk üyelerinden olan Joseph Goebbels bakan olarak atandı (The Holocaust Encyclopedia, 2020).

Joseph Goebbels'in propaganda faaliyetleri, bu çalışma için de son derece önemlidir. Çünkü İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşanan pek çok hadisenin arka planında kimi zaman tasarlayıcı kimi zamansa uygulayıcı olarak Goebbels yer almaktadır. Nazi Almanyası'nda Goebbels, hem politikaların belirlenmesi ve uygulanması hem de yürütülecek politikaların hayata geçirilmesi için verilecek propaganda savaşının yürütülmesi işini üstlenen isimdir. İkinci Dünya Savaşı ve propaganda ile ilgili yapılan çalışmaların hemen hemen tamamında doğrudan Goebbels ismine rastlanması bu nedenle şaşırtıcı olmamaktadır. Burada İkinci Dünya Savaşı tarihi ile ilgili bir algı meselesi de söz konusudur. Her nasıl ki İkinci Dünya Savaşı denildiğinde akla doğrudan Hitler, Almanya, Nazizim geliyorsa propaganda denilince de akıllarda doğrudan Goebbels ismi canlanmaktadır. Aslında burada bir eksiklik de kendisini göstermektedir. Zira savaş boyunca olayların, halkların genel davranışlarının psikolojik, siyasi, iktisadi ve sosyal hiçbir nedenine değinilmeden doğrudan bütün sorumlu ve sorunlu unsur olarak Hitler ve Nazi Almanyası'nın gösterilmesi de bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Aynı eksiklik Goebbels ve savaş boyunca Nazilerin bütün öne çıkan isimleri için de geçerlidir. Almanya dışındaki hiçbir devletin milis güçleri, ordu yapılanması, oluşan küçük gruplar bilinmezken Almanların "Sturmabteilung" (Taarruz Bölüğü) kısa ismiyle "SA" ve "Schutzstaffel" (Koruma Timi) "SS" gruplarının bilinirliğinin oldukça fazla olması bu durumu destekleyici bir örnek olarak gösterilebilir.

2.2.2.1. Dr. Paul Joseph Goebbels

Joseph Goebbels'i tanımak ve çalışmalarını derinlemesine incelemek İkinci Dünya Savaşı'nın çok daha iyi anlaşılmasını, Almanya'nın neden böyle bir savaşa girdiğini, savaş öncesi Nazi iktidarının başladığı 1933 yılından itibaren yürütülen politikaların, savaş sırasında ve sonrasında yaşananların arka planındaki sosyolojik, siyasi ve iktisadi nedenlerinin anlaşılmasını sağlayacaktır.

Dr. Paul Joseph Goebbels 29 Ekim 1897 tarihine Almanya'nın Mönchengladbach şehrinde doğdu. Doğuştan sağ ayağı içine dönük bir şekilde anatomik bir bozukluğa sahipti. Bu yüzden çocukluğundan itibaren yürürken topallamaya başladı ve ömür boyu bu şekilde devam etti. Bu nedenle de ilerleyen yıllarda askerlik çağına geldiğinde cephede askerlik yapması uygun görülmedi ve daha çok geri plandaki, masa başı denilebilecek hizmetlerde görevlendirildi. Goebbels lise yıllarında çok iyi bir eğitim almasına da

sonrasında üniversiteye gidebildi. Tarih ve filoloji eğitimleri aldı. 1921 yılında ise Heidelberg Üniversitesi'nde doktorasını tamamladı. Edebiyat ve tarihe meraklı birisiydi. Bu yüzden ki doktorasını 18.yy. romantik draması üzerine yazdı. Doktorası sebebiyle parti içerisinde “Herr Doktor” olarak anılırdı (Goebbels, 2019: 10). Doktora döneminde danışman hocası Yahudi bir profesör, Max Freiherr von Waldberg idi. Trajiktir ki Goebbels’e danışmanlık yapan hocası 1933 yılında Nazi iktidarının başlamasıyla birlikte üniversitedeki görevinden atılmıştır (Yücel, 2018: 152). Doktorasını tamamladığı 1921 yılında Goebbels birde “Michael” isimli üç ciltten oluşan bir roman yazdı. Bu roman 1929’da yayınlandı (Yücel, 2018: 151). Goebbels’in bir süre banka memuru ve borsacı olarak çalıştığı da bilinmektedir. 27 yaşındayken 1924 yılı sonlarına doğru Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi’ne üye oldu (Kershaw, 2007: 361).

Goebbels parti üyesi olduktan sonra pek çok faaliyette bulundu ve sivrilmeye başladı. 1926 yılında Hitler ile tanıştı. Hitler’i etkilemeyi başaran Goebbels Berlin Nazi teşkilatının başına, “Gauleiter” olarak atandı (Claude, 1991: 19). Ardından 1928 yılında Reichstag’a girmeyi başarır ve artık bir parlamenterdir (Claude, 1991: 20). 1931 yılında ise evlilik kararı aldı ve altı çocuk sahibi olacakları Magda Goebbels ile evlendi. 13 Mart 1933 tarihinde ise Halkı Bilgilendirme ve Propaganda Bakanı olması ile birlikte siyasi arenada tamamen etkisini göstermeye başladı.

2.2.2.2. Dr. Paul Joseph Goebbels’in İdeolojik Propaganda Çalışmaları

Goebbels’in propaganda çalışmalarını incelerken bunu kronolojiye dikkat ederek açıklamak, bu ünlü propagandisti anlamak açısından daha faydalı olabilir. Bu nedenle bu alt başlık altında Goebbels’in propaganda faaliyetlerini 1925 yılı ile başlatmak gerekir. Bu tarihin önemli olmasının sebebi Goebbels’in 1924’te üye olduğu partisi adına ilk defa yazılı bir propaganda aracını kullanmasıdır. O dönemde Hitler darbe girişimi nedeniyle hapisteydi. Goebbels ise partinin Elberfeld bölgesindeki yayın organı “Halkın Özgürlüğü” gazetesinde yayın yönetmenliği yaptı (Yücel, 2018: 152).

Ardından Goebbels yazıya ve yazılı propagandaya verdiği önemi gösterir şekilde 1926 yılında eşine çok rastlanmayan bir şekilde bir kitapçık hazırladı. Kitapçığın ismi “Nazi-Sozi”dir. Bu kitapçık Nazilerin neyi neden ve ne için yaptıklarını, amaçlarının ve hedeflerinin ne olduğunu ve nasıl gerçekleştirmeyi planladıklarını, amaçlarının altında yatan sebepleri birer soru cevap şeklinde açıklamaktadır. Burada bu kitapçığı ilginç kılan

unsur, yayına hazırlayanın sadece Goebbels'in kendisi olmasıdır. Goebbels kendisinin ve Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin görüşlerini açıklarken sorulabilecek soruları kendi kendine sorup, yine kendisi bu sorulara bir nasyonal sosyalistin vereceği cevapları kendisi yazmıştır. Goebbels'in bu kitapçığı 1926'daki ilk baskısından sonra 1931 yılında partinin yayınevi olan "Eher Verlag"ın kurulmasıyla birlikte yeniden düzenlenerek tekrar basılmıştır. Kitapçıkta yer alan bölümler ise şunlardır: "Nasyonal Sosyalistler İçin On Emir", "Politikaya Hayır", "Gençlik ve Politika", "Ekonomi ve Politika", "Politikanın Doğası", "Sosyal ve Sosyalist", "Sınıf Mücadelesi", "Sınıf Egemen Devlet", "Bilek ve Zihin Gücü", "Nasyonalist ve Sosyalist", "Marksist Umutsuzluk", "Monarşi Mi, Cumhuriyet Mi?", "Antisemitizm", "Programımız", "Siyah-Beyaz ve Kırmızı Mı Yoksa Siyah-Kırmızı ve Sarı Mı?", "Burjuva Sınıfı", "Talebimiz", "Proletarya ve İşçi Sınıfı", "Üretim ve Sosyalleşme", "Nasyonal ve Enternasyonal", "Parlamento ve Partiler", "Diktatörlük ve Kolektif Devlet", "İktidar İçin İhtiyacımız Olan İrade", "Barışseverlik ve Savaş", "Almanya'nın Özgürlüğü" (Goebbels, 2019: 14-45).

Bu kitapçıkta yer alan cevaplar kısımlarından Goebbels ile Nazilerin henüz iktidara gelmeden önce de aslında farklı bir şey söylemedikleri, iktidara gelmeden önceki söylemleriyle iktidara geldikten sonraki icraatlarının örtüştüğü görülmektedir. Örneğin, Goebbels "Politikaya Hayır" isimli kısımda Alman ulusunun ortak düşmanı olarak kapitalizm, Yahudilik, parlamento, demokrasi ve Marksizmi göstermektedir (Goebbels, 2019: 15). Nitekim İkinci Dünya Savaşı ile birlikte Almanya bu kitapçıkta sayılan her fikre ve her topluluğa karşı açık bir savaşa girmiştir. Bunun yanı sıra yine bu kitapçıkta Goebbels "Antisemitizm" başlığı altında Yahudilerin de insan olduğunu, sineğin de bir hayvan olduğunu ancak sineğin ortamdaki varlığının ortamda bulunan diğer canlıları memnun etmediğini söyleyerek rahatsızlık veren bu hayvanın etkisiz hale getirilmesi gerektiğini, Nazilerin nazarında Yahudiler için de aynı şeyin geçerli olduğunu söylemiştir (Goebbels, 2019: 24,25). Nitekim bu söylemleri destekler nitelikte, savaş öncesinde ve sırasında Yahudilerin soykırıma uğradıkları da tüm dünyaca kabul edilen bir gerçektir. Henüz 1926 yılında yayınlanan bu kitapçıkta Goebbels'in bazı meseleler hakkındaki görüşleri hem 1933'te iktidara geldikten sonra yaptıklarına hem de İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkışına, savaşta yaşananlara ışık tutmaktadır. Bunlardan birisi de kitapçığın "Parlamento ve Partiler" başlığında yer alır. Goebbels burada açık açık parlamentoya girmek, halktan oy toplamak, plan ve programlarını Reichstag'da sunmak

gibi bir isteklerinin olmadığını, istedikleri şeyin doğrudan doğruya kendi fikirlerini yürürlüğe sokabilmek olduğunu, parlamenterlerin sadece konuştuklarını, kendilerinin ise eylem odaklı olduklarını ifade eder. Bu şekilde bir gün devletin bütün imkanlarını ele geçireceklerini söylemektedir (Goebbels, 2019: 37). “Diktatörlük ve Kolektif Devlet” başlığı altında ise devleti kendi düşüncelerine göre yönetebilmeleri için diktatörce denilebilecek uygulamalar getireceklerinden bahseder ve bu düşüncesini pekiştirir şekilde “İktidar İçin İhtiyacımız Olan İrade” başlığı altında devrim yapacaklarını, parlamentoyu dağıtarak yeni bir devlet kuracaklarını belirtir (Goebbels, 2019: 38,41). Goebbels bütün bir süreci özetler şekilde kitapçığın son bölümü olan “Almanya’nın Özgürlüğü” başlığı altında şu cümleyi kurar: “*Gelecek ya bizim olacak ya da ortada hiçbir gelecek olmayacak!*” (Goebbels, 2019: 45).

Goebbels propaganda çalışmalarında ilk yıllarında yazılı metinlere oldukça önem vermektedir. Bunda dönemin kitle iletişim araçları da etkili olmuştur. Okuma yazma bilen insanların sayısının yoğun olduğu yerlerde ve özellikle genç üniversite öğrencileri arasında Nazi partisine destekçi bulabilmek için yazılı metinler etkili olmaktaydı. Bu yüzden Goebbels, 1927 yılında “Der Angriff” (Saldırı, Hücum) isimli bir gazete çıkarmaya başladı. Gazete ücretliydi. Satılan gazetelerden elde edilen gelir parti için kullanılıyordu. Goebbels bizzat kendisinin hazırladığı gazetede baş yazardı. Onun dışında partinin ileri gelenlerinin de gazetede makaleleri yayınlanıyordu. Parti içerisindeki çekişmeler nedeniyle gazete 1931 yılında kısa bir süre Goebbels’in kontrolünden çıktı. 1 Nisan 1931 ve 2 Nisan 1931 tarihli nüshalarında parti içinde isyan hareketi başlatan Walther Stennes’in muhalif yazıları yayınlandı (Yücel, 2018: 117). Sonrasında gazete tekrar eski yönetimine kavuştu. 1935 yılında ise partinin yayınevi Eher Verlag o zamana kadar yayınlanan yazıları içeriklerine göre tasnif edip Goebbels’in eseri olarak “Aufsaetze aus der Kampfzeit” (Kavga Döneminden Makaleler) ismiyle bir kitap yayınladı (The Internet Archive, 2007). Gazete İkinci Dünya Savaşı’nın sona erdiği 1945 yılına kadar yayın hayatına devam etti.

Goebbels 1933 yılında Nazi partisinin iktidara gelmesiyle birlikte kabinede yerini aldı ve 13 Mart 1933 tarihinde Halkı Bilgilendirme ve Propaganda Bakanı olması ile birlikte icraatlarına başladı. Öncelikle diğer Nazi liderlerinde de görülen bir arındırma düşüncesiyle hareket etti. Propaganda bakanlığı O’na ülkenin kültür, sinema, edebiyat ve yazı dünyasına doğrudan müdahale edebileceği bir alan sunmuştu. Bu yüzden 1926’da

yayınladığı kitapçıkta yer alan düşüncelerini rahatça hayata geçirebilirdi. Goebbels'in bu dönemdeki ideolojik propaganda faaliyetleri ikiye ayrılabilir. Birincisi nesnelere, materyallere yönelik “Alman Olmayan Şeylere Karşı Eylem”, ikincisi ise doğrudan kişilere, şahıslara, mülkiyetleri hedef alır şekilde “Alman Olmayanlara Karşı Eylem”dir. Bu kapsamda 10 Mayıs 1933 günü akşamı, 34 farklı şehirde Nazi destekçisi gruplar meşalelerle, bandolar eşliğinde yürüyüşler düzenlediler. O gece Berlin’de yaşananlar ise diğerlerinden daha farklıydı ve Berlin’de yaşananlar Goebbels’in ününün dünya kamuoyuna yayılmasını hızlandırdı. 10 Mayıs akşamı Berlin’de üniversite öğrencilerinin başını çektiği gruplar ve Taarruz Bölüğü SA üyeleri “Alman Olmayan” 25.000’den ciltten fazla kitabı ve eseri ateşe verip yaktılar. Kitap yakma eyleminde Goebbels de bir konuşma yaptı ve bu konuşmayı yaklaşık 40.000 kişi dinledi (Holocaust Encyclopedia, 2020). Goebbels’in bu konuşması daha sonra yaşanacakların birer göstergesiydi. Goebbels bundan sonraki süreçte yaşananların anlaşılması adına ipuçları içeren konuşmasında şunları söylüyordu: *“Genç öğrenciler, Alman hanımefendiler ve beyefendiler, abartılmış Yahudi entelektüalizminin devri sona ermiştir. Alman devriminin zafere ulaşması, Almanların önünü açtı ve gelecekteki Alman vatandaşı sadece kitaplarla kalmayacak. Belli bir karaktere sahip olacak. Sizi işte bu nedenle eğitmek istiyoruz. Genç yaşta hayatın acımasız gözlerine doğrudan bakacak cesaretiniz olsun diye. Ölümün saygısını kazanabilmeniz için ölüm korkusunu reddedin diye. İşte bunlar gençliğin görevidir ve sizler bu geç vakitte bile geçmişin entelektüel saçmalıkları ateşe vermekle en iyisini yapıyorsunuz. Bu yaptığınızla güçlü, büyük ve sembolik bir taahhüt altına giriyorsunuz. Kasım Cumhuriyeti temellerinin altüst edildiğini dünyaya gösterme taahhüdü, ancak küllerden yeni, zafere koşan bir ruh doğacaktır”* (Holocaust Encyclopedia, 2020). Yakılan kitaplar arasında bilindiği kadarıyla Bertolt Brecht, Karl Marx, Arthur Schnitzler, Ernest Hemingway, Thomas Mann, Erich Maria Remarque, Jack London, Theodore Dreiser, Helen Keller, Franz Werfel, Max Brod, Stefan Zweig, Heinrich Heine isimli düşünür, yazar ve şairlerin eserleri bulunuyordu (Holocaust Encyclopedia, 2020). Burada kitapları yakılanlardan birisi olan Heinrich Heine isimli Yahudi bir Alman şairdi. Şair, 1821 yılında yayınlanan Almansor isimli eserinde *“Kitapların yakıldığı yerde, sonunda insanlar da yakılır”* demişti ve trajik bir şekilde bu söylem toplama kamplarında karşılık buldu (Şalom Haftalık Siyasi ve Kültürel Gazete, 2011).

Goebbels'in propaganda bakanlığı döneminde en dikkat çeken çalışmalarından birisi de radyo projesiydi. Görsel medyanın yeni yeni yaygınlaştığı ancak her eve henüz giremediği 1930'lu yıllarda Goebbels'in radyo projesi son derece başarılı olmuş, radyo tıpkı 21.yüzyıldaki görsel iletişim araçları olarak en çok kullanılan akıllı mobil cihazların o dönemki muadili olmuştur. Bugün, içinde yaşadığımız dönemdeki popüler kültürün oluşmasını, haber ve iletişimin sağlanmasını, politik mesajların verilmesi ve ideolojik propagandanın yapılmasını nasıl ki televizyon, akıllı mobil cihazlar, sosyal medya uygulamaları, Youtube, Netflix, Amazon Prime da olduğu üzere müzik, dizi, film, belgesel gibi alanlarda video içeriği üreticisi olan platformlar sağlıyorsa, radyo da 1930'lu yıllarda ve sonrasında yaşanacak olan savaş döneminde bu amacı mümkün kılan en önemli kitle iletişim aracıydı. Bunun son derece farkında olan Goebbels halkın ucuz ve taksitle satın alabileceği bir radyo üretilmesini sağladı ve radyonun ismi her şeyi Alman halkı için yaptığını iddia eden Nazi partisinin ideolojisini simgeler şeklinde “Volksempfänger”, “Halkın Alıcısı, Halkın Radyo Alıcısı” olarak belirlendi. Günümüzün en çok tanınan otomobil markalarından birisi olan “Volkswagen” de Nazi iktidarı döneminde üretilmeye başlandı ve isminin Türkçe karşılığı “Halkın Arabası” idi (Volkswagen Türkiye, 2020).

Goebbels'in radyo projesinin temel hedefi ise Nazi partisinin ideolojik propagandasının her eve ulaşmasını sağlamaktı. Bu yüzden belirli aralıklarla Goebbels radyoda bizzat kendisi konuşmacısı olduğu programlar düzenliyor, çok sık şekilde de Führer Adolf Hitler'in konuşmaları radyoda yayınlanıyordu. Hitler'in konuşmaları radyoda yayımlandıktan sonra konuşmada öne çıkan unsurlar, sloganlar, çarpıcı başlıklar sokaklarda broşür olarak dağıtılıyor, belirli bölgelere halkın görebilmesi için yapıştırılıyor, gazeteler radyodaki bu konuşmaları yazılı hale getirip basıyorlardı (Yücel, 2018: 155).

18 Ağustos 1933 tarihinde Nazi partisinin destekleriyle Alman Radyo Fuarı düzenlendi. Radyo projesi Goebbels için çok önemlidir. Fuarın açılışını Goebbels bizzat kendisi yapmış ve burada radyo ile ilgili görüşlerini çok net bir şekilde açıklayan bir konuşması da olmuştur. Goebbels, konuşmasının başında Fransız General Napoleon'un basın için söylediği sözü bu yüzyıla uyarlayarak “Radyo dünyanın sekizinci süper gücüdür” demiştir (Goebbels, 2019: 119). Konuşmasının devamında Goebbels bu süper gücün etkisini açıklar şekilde “*gün gelecek, sonraki nesiller radyonun, yazılı basının*

Fransız Devrimi'nden önce kitleler üzerinde yarattığı entelektüel ve ruhsal etki kadar büyük bir etkisi olduğunu anlayacaktır” demiştir (Goebbels, 2019: 120). Goebbels bir başka konuşmasında da radyo olmadan hiçbir şeyin başarılamayacağını vurgulayarak radyonun önemini yinelemekte ve Alman radyosunun herkesin en sadık dostu olduğunu söylemektedir (Goebbels, 2019: 347,353).

Goebbels ideolojik propagandanın radyo aracılığıyla kitleleri nasıl etkilediğini kanıtlar nitelikte de şu sözleri söylemiştir: *“Radyolar ve uçaklar olmasaydı eğer ne iktidara gelebilir ne de elde ettiğimiz gücü bu şekilde kullanabilirdik. Hatta Alman Devrimi'nin en azından şu an aldığı şekliyle devrim dediğimiz hareketin uçaklar ve radyo olmadan gerçekleştirilmesinin mümkün olamayacağını söylesem dahi abartmış olmam. Bu gerçekten modern bir devrimdir ve bu yüzden gücü ele geçirip onu kullanmak için en modern yöntemlerle en modern araçların kullanılması gerekir”* (Goebbels, 2019: 121).

Günümüzde de uygulandığı şekilde geçmişte de radyo, televizyon ve benzeri ürünlerden bazı vergiler ve lisans ücretleri alınmaktaydı. Almanya'da da radyolar için satın alan kişinin cihaz haricinde bir de lisans ücreti ödemesi gerekiyordu. Goebbels ideolojik propagandanın her Almanın evine girebilmesi için düşük fiyatlı bir radyonun üretilmesini ve bu fiyatın da taksitler halinde ödenebilmesini sağlamıştı. Ancak radyonun daha da yaygınlaşması için Goebbels teşviklerde sınır tanımayarak ayrıca her radyo için ödenen lisans ücretinin halka geri verilmesi gerektiğini Alman Radyo Fuarı açılış konuşmasında dile getirdi.

Goebbels'in ideolojik propagandanın insanların evlerinin içlerine, en özel alanlarına, mahremiyet bölgelerine dahi girebilmesini sağladığı için bir propaganda bakanı olarak oldukça etkilidir. Radyonun evlere girmesi ve ideolojik propagandanın gelişmesi ile ilgili de Goebbels şu sözleri söylemiştir: *“Bu etkinliğin açılışıyla birlikte (Alman Radyo Fuarı) yeni radyo dinleyicileri kazanmak için reklam kampanyası da sistematik olarak başlamış oluyor. Geçtiğimiz yıllarda edindiğimiz propaganda bilgisini artık daha etkin bir biçimde kullanabileceğiz. İlk hedefimiz, Alman radyosunun dinleyici sayısını iki katına çıkarmak. Bunun sonucunda finansal bir kaynak oluşacak ve bu kaynakla yalnızca radyomuzun misyonunu gerçekleştirmesini sağlamakla kalmayıp ulusumuzun bütün kültürel ve entelektüel yaşamını da destekleyeceğiz”* (Goebbels, 2019: 126). Goebbels fuarın açılış konuşmasını bu sözlerle sürdürmüş ve son olarak

“Volksempfänger”ın fuarın ana ürünü olduğunu, uygun fiyatı nedeniyle daha çok radyo dinleyicisine ulaşacaklarını belirterek konuşmasını sonlandırmıştır. Almanlar için radyo o kadar önemlidir ki Goebbels ideolojik propagandanın sınırları aşp diğer toplumları da etkileyebilmesi için Alman radyosunun İngilizce yayın yapmasını da istemiş ve Alman radyosu çeşitli frekanslarda İngilizce yayınlar da yapmıştır (Goebbels, 2019: 180). Goebbels’in radyo ile ilgili düşüncelerinden hareketle onun için radyonun dönemin küreselleşmiş gücünün dayanağı olan bir cihaz anlamını taşıdığını söylemek mümkündür. Çünkü 11 Eylül 1940 günü yaptığı bir konuşmada Goebbels *“teknolojinin sadece kolonileri değil insanları da birbirlerine yaklaştırdığını, artık mikrofonun başına geçtiğinde konuşmasının Prag, Varşova, Slovakya, Lahey ve Brüksel dahil pek çok yerden duyulacağını”* söylemiştir (Goebbels, 2019: 219).

Goebbels’in propaganda bakanlığı döneminde önemli çalışmalar yürütüp üstünde titizlikle durduğu bir diğer mesele de sinema, tiyatro, resim ve heykelden oluşan her alanda olduğu gibi kültür alanında da bir üstünlüğün elde edilmesi gayesi idi. Ayrıca Adolf Hitler de propaganda meselesinde söz, yazı ve resim gibi araçların kullanılmasının önemini belirtmiş ve söz ile yazı çok önemli olsa da resmin (karikatür, sinema, çizgi film ve benzeri görsel sanatların) hepsinden daha etkili bir propaganda aracı olduğunu ifade etmiştir (Hitler, 2019: 473). Bu çerçevede Goebbels 22 Eylül 1933 tarihinde propaganda bakanlığına bağlı bir kültür odası kurdurdu ve bu odanın en yoğun çalışmaları film ve sinema bölümünde gerçekleştirildi (Yücel, 2018: 155). Bu film bölümüyle Almanya’da çekilecek ve yayınlanacak bütün filmlerin lisansa bağlanması sağlandı. Böylelikle Nazi ideolojisi bütün sinema sektöründe üretilen her materyali inceleyip kontrolünden geçirebilecekti. Buradaki sinema eserlerinin lisanslarını alabilmeleri için doğrudan politikayla ilgili meseleler üzerine çekilmesi gerekmiyordu. Kurulan bu kontrol mekanizmasının amacı çalışmanın birinci bölümünde değinilen ideoloji kavramıyla örtüşür şekilde hayatın her alanına dair sinema filmlerinin (komedi, aşk, dram, siyasi filmler) tamamının yapılan denetimler sonucunda Nazi ideolojisine uygun, Nazi ideolojisini topluma yansıtabilen filmler olarak üretilmesinin sağlanmasıdır. Bakanlığın bu kültür odası Nazi ideolojisini yansıtan her türlü sanat eserine çeşitli teşvikler vererek finansman sağlayacaklarını ve vergi indirimleri uygulayacaklarını belirtiyordu (Yücel, 2018: 155,156).

Bu amaçlarla Almanya'nın ileri gelen sinema ve sanat yönetmenleriyle çalışmalara başladılar. Bu isimler arasında Leni Riefensthal başta olmak üzere Veit Harlan, Fritz Hippler, Hans Weidemann, Svend Noldan, Fritz Brunsch, Werner Kortwich, Edmund Smith gibi dönemin ünlü yönetmenleri yer aldı. Goebbels'in propaganda bakanlığı döneminde onlarca film çekildi ve ideolojik propaganda odaklı bu filmlerin bütün ülkede gösterilmesi ve hatta yurt dışında da izletilmesi için uğraş verildi. Ancak Avrupa'nın pek çok ülkesinde Nazi filmlerine ideolojik propaganda sebebiyle sansür uygulandı. Goebbels'in bakanlığı döneminde bakanlığın film bölümünün destekleriyle 1933 yılında adından hala bahsettiren ve bazı akademik çalışmalara da konu olan, ünlü yönetmen Leni Riefensthal'in yönettiği "Der Sieg Des Glaubens" (İradenin Zaferi), 1935 yılında "Tag Der Freiheit unsere Wehrmacht" (Özgürlüğün Günü Wehrmacht'ımız), 1937 yılında "Festliches Nürnberg" (Nürnberg'de Bayram) 1940 yılında "Jud Süß", "Der Ewige Jude" (Ebedi Yahudi), "Feldzug in Polen" (Polonya'ya Sefer), "Der Marsch Zum Führer" (Führer'e Yürüyüş), "Die Rothschilds" (Rothschildler), 1941 yılında "Sieg im Westen" (Batı'da Zafer), 1942 yılında "Die Frontschau" (Ön Gösteri), 1945 yılında ise "Kolberg" filmleri hazırlanmış ve yayınlanmıştır (Wikipedia The Free Encyclopedia, 2017). Bu filmler günümüze ulaşabilmiş ve doğrudan Goebbels'in emriyle hazırlanan, çeşitli film şirketlerinin ürettiği ideolojik propaganda amaçlı filmlerdir. Bu filmlerin sayısı daha da çoğaltılabilir.

Sinema filmleri ve bunların gösterimlerinin yanı sıra Goebbels ve bakanlığı "Hitler Jugend" (Hitler Gençliği) ve "Bund Deutscher Madel" (Alman Kız Birliği) ile birlikte gençler için bir film festivali organize etti. Goebbels 29 Eylül 1940 günü 1940-1941 dönemi Alman Gençlik Film Gösterimi festivalinin açılışını yaptı (Goebbels, 2019: 236). Bu festival Goebbels için çok önemliydi. Festival çeşitli alanlarda filmler gösterilerek Alman gençlerinin ideolojik propaganda ile eğitilmesini amaçlıyordu ve bu yüzden 1934-1935 dönemi öğretim yılında bu gösterimler başladı (Goebbels, 2019: 229). Festivale gençler tarafından katılım her sene arttı. Savaşın başladığı 1939-1940 dönemine kadar festivallerde 8244 etkinlik düzenlendi ve bu etkinliklere 3 milyon 538 bin 224 genç Alman katıldı (Goebbels, 2019: 230). Gençlere yönelik bu film gösterimleri birkaç şehirle sınırlı kalmamış ve taşraya kadar inmiştir. Taşrada Propaganda Bakanlığı gençlerin film eğitimi organizasyonunu yönetmesi için de bir Hitler Jugend temsilcisi belirlemiştir (Goebbels, 2019: 231). Goebbels bu festival açılışında yaptığı konuşmasında gençlerin

savaş sebebiyle babalarının eğitimlerinden mahzur kaldıklarını, eğitim yönünden eksiklik hissedebileceklerini, bu yüzden devlet olarak Hitler Jugend ve Bund Deutscher Madel aracılığıyla bu eğitimlerin verdirileceğini, bu gençlere öğrenmeleri zor olan “karakterli olmak ve soylu davranmak” gibi önemli nitelikleri öğreteceklerini belirtir ve Hitler Jugend’in adını taşıdıkları Hitler için yaşayıp onun için mücadele etme zorunluluğu gibi bir sorumlulukları olduğunu ifade eder (Goebbels, 2019: 235).

Naziler için savaş döneminde dahi kültür çalışmaları çok önemliydi. Ülke savaşa hazırlanırken ülkenin anıtsal en büyük meydanları yapılıp çeşitli heykellerle ülke donatılmış, Almanya tarihinin gördüğü en büyük mitingler düzenlenip devasa hoparlörler eşliğinde propaganda filmleri çekilmiş, köylere kadar sinema salonları yapılarak bütün halkın sinemaya erişmesi sağlanmış, her eve bir radyonun girmesi hedeflenmiş, çeşitli sanatçıların eserlerinde oluşan yeni sanat ve sergi merkezleri kurulmuştur. Goebbels savaşta bile yürüttüklerini belirttiği bu kültür mücadelesini: *“Savaştan savaşa koşan Alman askerimiz yalnızca şehirlerimizi, fabrikalarımızı, topraklarımızı ve insanlarımızı değil, aynı zamanda Avrupa’nın en kültürlü devletini, Beethoven ve Wagner’in, Goethe ve Schiller’in, Dürer ve Grünewald’in vatanını da koruyor.”*, *“işte bugün de bu sebeple buradayız. Savaşın başından beri, rahatsız edici hamleler ve kusursuz saldırılar en çok Almanya’nın kültürel yaşamını hedef almakta. Düşman plütokrasilerin aksine Almanya’da savaş boyunca tiyatrolarımız, sinemalarımız, okullarımız, üniversitelerimiz ve pek çok müzemiz açık kaldı. Amaçları ise bu zor günlerde insanımıza destek olmak ve güç katmaktır. Halkımızın moralinin yüksek olmasını ve ulus bilincinin daha da güçlenmesini sağladılar.”* sözleriyle açıklamıştır (Goebbels, 2019: 214).

Goebbels’in ideolojik propaganda aracı olarak kullandığı bu unsurlara heykel sanatı ve müzecilik faaliyetleri de eklenebilir. Naziler her alanda en iyi olanın kendilerine ait olduğunu gösterme konusunda kararlıydı. Heykel sanatı ve müzecilik de bunlardan birisiydi. Genel olarak da sanatın her dalında Nazizimle özdeşleşen eserler vardı. 1940 yılında Nazi yönetiminin faşist uygulamalarından kaçarken intihar eden Walter Benjamin bu durumu “faşizmin estetize edilmiş politika” olduğunu söyleyerek ifade ediyordu (Clark, 2017: 67). Buradan hareketli Nazi iktidarı döneminde sanat ve sanat eserleri için Nazilerin yeni bir sanat üslubu ortaya koymadıkları, var olan sanat üslup ve biçimlerini kendilerinin ideolojik propaganda yapabilecekleri yeni konulara göre uyarlayıp politik görünmelerini sağladıkları da ifade edilmektedir (Clark, 2017: 70). Çünkü Naziler diğer

otoriter rejimler de olduğunu gibi geleneksel sanat anlayışıyla öncelikle çatışabilecek ideolojik amaçlar taşımaktadır. Nazi yönetimi sosyalist bir yönetim olduğu iddiasındadır ve bu yüzden geleneksel ve yüksek sanat kültürünün işçi sınıfına aktarılabilmesi konusunda belirli zorluklar yaşadığı için Nazi yönetimi genel olarak uyguladığı “Gleichschaltung” yani koordinasyon politikasını devreye sokmuştur. Bu koordinasyon politikası ile sanat da Naziler için ne anlamda kullanılması gerekiyor, hangi amaçla faaliyetlerine devam etmesi gerekiyor, özetle Nazi yönetimi ne istiyorsa o amaç için var olacaktır. Bu nedenle sanat ve müze merkezlerinin yerleri değiştirilmiş, ortak mülkiyet anlayışı çerçevesinde yeniden yorumlanmıştır. Goebbels’in bağımsız sanat topluluklarını dağıtması ve yerine tek elden yönetiminin mümkün olduğu “Reichskulturkammer” (Ulusal Kültür Senatosu) da sanattaki değişimi göstermektedir. Birçok Alman sanatçı ülkeye terk etmiş olmasına rağmen bu dönemde Ulusal Kültür Senatosu’nun mimar, ressam, heykeltıraş, tasarımcı gibi farklı sanat dallarında eserler veren yaklaşık 100.000 sanatçıyı bünyesinde barındırdığı bilinmektedir (Clark, 2017: 79). Ancak Naziler bunun için eski geleneğin, geçmişin üzerine yeni tuğlalar ekleyerek devam etmekten ziyade kendilerinden önceki her şeyi geri kalmış, yozlaşmış, köhne olarak tanımlayıp yok saymayı tercih etmişlerdir. Sadece yok saymakla da kalmamışlar çeşitli sergi ve müzelerde Nazi iktidarı öncesinde yapılan eserleri halka açık bir şekilde sergilemişlerdir. Bunlardan birisi de “Entartete Kunst” (Yozlaşmış Sanat) sergisidir. Bu sergide geçmiş yıllara ait sanat eserleri hiçbir özen göstermeden, çerçeveleri ve gerekli açıklamaları olmaksızın tamamen aşağılamak ve alay etmek amacıyla sergilenmiştir. Buradaki eserler Nazilerce kültür Bolşevizm’i ve Yahudi emperyalizmi savunuculuğu yaptıkları belirtilerek çeşitli yazılar eklenerek sergilenmiştir. Goebbels bu sergileri de birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanmıştır. Eski ve yeni ideolojiler bu sergilerde karşılaştırılmış, bu sergiler sayesinde insanların yeni ideolojilerinin etkisi ve tesirine girmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle sergiler halka açık ve ücretsiz olarak düzenlenmiştir. Goebbels de hem kendisi ve heyetiyle hem de Adolf Hitler ile birlikte 1937 yılında “Yozlaşmış Sanat” sergisini ziyaret etmiştir.

Görsel 15: Goebbels ve heyetinin Entartete Kunst sergisini 1937 yılındaki ziyareti



(Clark, 2017: 83)

Görsel 16: Adolf Hitler, Joseph Goebbels ve Nazi Partisi mensupları 1937 yılında Münih'teki Entartete Kunst sergisinde



(Jones, 2013)

Yozlaşmış Sanat sergisini Münih'te iki milyondan fazla, sonrasında serginin taşınıp diğer on üç Alman şehri ile Avusturya'da gezdirilerek sergilenmesiyle bir milyon dolaylarında kişinin, dolayısıyla toplamda üç milyondan fazla insanın ziyaret ettiği bilinmektedir (Clark, 2017: 83). Goebbels de bu sergilerin açılışlarına katılmaya ve buralarda konuşmalar yapmaya devam etmiştir. Bilindiği kadarıyla bu sergilerle ilgili en son 26 Haziran 1943 günü "Haus Der Kunst"ta "Yedinci Büyük Alman Sanat Sergisi"nin açılışını yapmış ve burada konuşmuştur (Goebbels, 2019: 429). Buradaki konuşmasında Almanların her alanda olduğu gibi sanatta da üstün olduğunu, yozlaşmış sanata gönderme yaparcasına Goethe'nin söylediği gibi "sanatçıların konuşmak yerine bir şeyler yapmaları gerektiğini" (Goebbels, 2019: 433), kendilerinin hem sanatta hem de siyasette ve savaşta Avrupa'nın binlerce yıllık tarihinde oluşan temel değerler için mücadele ettiklerini, kültürün Almanların kültürü olduğunu, kültürü koruyacak ve savunacak olanların da yine kendileri olduğunu ifade etmiştir (Goebbels, 2019: 430).

Görsel 17: Yozlaşmış Sanat Sergisi'nin girişinde bekleyen vatandaşlar (Kapıda Almanca 'Yozlaşmış Sanat Sergisi Giriş Ücretsiz' yazmakta)



(Badde, 2007)

Sonuç olarak Goebbels ve bakanlığı döneminde yürütülen ideolojik propaganda Alman halkı üzerinde etkili olmuş, Goebbels kullanılan araçlarla uygulanan bilinçli ve sistematik ideolojik propaganda için yürütülen kampanyaya desteklerinden dolayı radyolara, basına ve film endüstrisine teşekkürlerini sunmuştur (Goebbels, 2019: 338).

2.2.2.3. Goebbels'in Propaganda İlkeleri

Goebbels'in propaganda ilkeleri hem konuşmaları hem de bakanlığı döneminde yaptığı çalışmalardan yola çıkılarak sıralanabilir. Bu ilkeler birbirinden bağımsız olmakla birlikte bir bütün halinde düşünüldüğünde propagandayı yapbozun tamamı, ilkeleri de birer yapboz parçası olarak görmek yanlış olmayacaktır.

Öncelikle Goebbels, propaganda metinlerinde ve konuşmalarında doğrudan savaşılan kitleleri değil onları yöneten sistemleri, ideolojileri hedef almıştır. Hemen hemen hiçbir konuşmasında doğrudan kişileri ya da siyasi liderleri hedef almamış, onların etnik ya da dini gruplarını hedef almıştır. Örneğin bir konuşmasında, Alman ulusunun ortak düşmanlarının kapitalizm, Yahudilik, parlamento, demokrasi ve Marksizm olduğunu söylemiştir. Ama bunun yerine kapitalist ekonominin yükselen yıldızı Amerikan Başkanını, Yahudilerin önde gelen şahıslarını, Marksist bir lideri ya da ideoloğu doğrudan hedef almamıştır (Goebbels, 2019: 15).

Goebbels propagandasında farklı teknikler kullanmıştır. Birinci bölümde açıklanan propaganda çeşitlerinden kara propagandayı sık sık kullanmış ancak pek çok zaman da gri propaganda türünü kullanarak akıllarda soru işareti bırakmayı başarmıştır. Goebbels'in plan, program ve faaliyetleri incelendiğinde gri propagandayı bilinçli bir

şekilde hedeflediği konu üzerinde sistematik olarak kullandığı görülmektedir. Örneğin bir konuşmasında, hedefe doğrudan ulaşmak yerine hedef hakkında sorular sorarak insanların zihinlerini bulandırmayı, zihinlerdeki sorulara sorularla cevap vermeyi tercih ettiğini belirtmiştir (Goebbels, 2019: 24). Propaganda teknikleri meselesinde bir örnek de Hitler'in ifadelerinden yola çıkılarak verilebilir. Hitler, düşmanı kendi silahıyla vurmanın da etkili bir propaganda tekniği olduğunu ifade eder. Bu nedenle kendilerine karşı propaganda faaliyeti yürüten düşmanlara karşı daha iyi bir propagandist, bir propaganda ustası haline gelerek kendi propagandasıyla düşmanın propagandasını zayıflatarak düşmanın elindeki silahı yani propagandayı alarak düşmanı vurmak gerektiğini belirtmektedir (Hitler, 2019: 470).

Goebbels için propaganda çok önemli bir meseledir ve propagandanın hedefine ulaşmasında kullanılacak çeşitli araçlar da vardır. Ancak propagandanın kendisinin başlı başına bir amaç mı yoksa bir araç mı olduğu sorusunun net bir yanıtı bulunmamaktadır. Çünkü Goebbels için propaganda bazen vazgeçilemez nihai bir hedef olurken bazen de propagandanın ulaşmak istediği sonuca giden yolda başarılı olabilmek için kullanılan bir araç da olabilmektedir. Goebbels'in konuşmaları incelendiğinde bu açıkça görülmekte ancak Goebbels için propagandanın amaç ya da araç olması değil, asıl önemli olan yapılan propagandanın her ne olursa olsun başarıya ulaşmasıdır. Hitler ise bu konuda Goebbels ile aynı düşünceleri paylaşmakta ancak doğrudan propagandanın bir araç olduğunu ifade etmektedir (Hitler, 2019: 173). Ayrıca Hitler de “başarı bir propagandanın değeri hakkında yegâne ölçüdür” sözüyle propagandayı sonuç ve başarı odaklı bir eylem olarak gördüğünü belirtir (Hitler, 2019: 176). Uygulayıcı propagandist bir propagandanın bir diğer propagandadan teorik olarak daha başarılı olup olmadığına kendisi karar veremez. Propagandanın değerlendiricisi veya kıyaslayıcısı propagandist değil, propagandanın hedefine ulaşp başarılı olup olmadığıdır. Örneğin, bir propagandist kendi geliştirdiği bir propaganda teorisinin kendisinden önce üretilen bir propagandadan daha etkili, daha iyi, kullandığı araçlar ve yöntemler olarak daha bilimsel olduğunu öne sürebilir. Bu iddiasında haklı da olabilir ancak hem propagandistler hem de kamuoyu nezdinde meydana getirdiği sonuçlar itibarıyla bir propaganda teorisini diğerinden daha üstün hale getiren tek şey Goebbels'e göre onun hedefine ulaşp ulaşmadığı, başarılı olup olmadığıdır. En detaylı, bilimsel çalışmalar neticesinde propagandaya maruz bırakılacak olan kitlenin sosyolojik ve psikolojik tahlillerinin dahi yapıp ona göre geliştirilen bir

propaganda türü, hedefine ulaşmayıp başarısız olduğu sürece, sıradan, tek düze, gelişigüzel hazırlanmış ve uygulanmış ancak hedefine ulaşmış ve başarılı olmuş bir propagandadan daha kötüdür (Goebbels, 2019: 47).

Propaganda türlerine göre açık, gri ya da kara propaganda kullanılabilir. Bu hedefin kendi içerisinde nasıl başarıya ulaşmasına göre değişir. Dolayısıyla uygulanacak propaganda türü her mesele için görecelidir. Bu yüzden de propaganda yapım sürecinde yeni bir teknik, tür ya da teori üretmek önemli değildir. Önemli olan propagandanın pratiğe dökülebilmesi, icra edilebiliyor olması, harekete geçirilmesidir. Çünkü propagandanın bir sınırı yoktur ve ulaşmak istenilen şeye göre değişiklik gösterebilir (Goebbels, 2019: 58).

Propaganda için kullanılacak olan materyallerin akılcı olup olmamasının bir önemi yoktur. Akla ve mantığa uygun olmayan materyaller de propaganda için kullanılabilir. Propaganda için önemli olan tek bir şey vardır; başarı. Eğer bir propaganda hedeflenen amaca ulaşmış ise başarılıdır. Amaca ulaşamamış ise propaganda başarılı değildir ve başarılı olamayan propagandanın hiçbir önemi yoktur (Goebbels, 2019: 47).

Her propagandanın hedefini gerçekleştirip başarıya ulaşabilmesi için gerekli bazı koşullar vardır. Bunların en önemlisi ise belirli bir süre içerisinde -ki bu sürenin uzamaması tercih edilir- insanları bir an önce belirli bir fikre yönelmeyi, zihinlerinde hedeflenen amaca uygun bir şekilde harekete geçebilecekleri bilinci oluşturmaktır. Propaganda kısa bir süre içerisinde hedef kitleyi kazanmalıdır. Yoksa başarılı olma ihtimali azalacaktır (Goebbels, 2019: 47). Propaganda kendi hedef kitlesine odaklanmalı ve propaganda sadece kendi lehine yorumlanmalı, kendisinden başka bir kişi, kurum, siyaset, ideoloji haklı gösterilmemelidir. Bu objektifliğe aykırı bir durum değil, doğrudan propagandanın gereğidir. Aksi taktirde halk düşman propagandasının tesiri altına girmeye açık bir hale gelebilir (Hitler, 2019: 178).

Propagandist veya lider, adı ne olursa olsun bu kişi propagandasının amacına ulaşabilmesi için propagandayı alıcı kitlenin dile getiremediklerini, basit, yalın, açık bir şekilde dile getirebilmeli ve propaganda dili oldukça sade olmalıdır (Goebbels, 2019: 48). Çünkü insanlar duygu ve düşüncelerini tam anlamıyla dile getirmezler. Bunun birçok nedeni vardır. Ancak önemli olan propagandist tarafından bunun fark edilip dile getirilmesidir. Goebbels bu durumu ünlü Alman düşünür, şair Goethe'nin şu sözüyle

açıklamaktadır: “Sessiz bir sefaletin içinde kaybolmuştum ve sonunda Tanrı, acımı dışa vurabilecek birini yolladı bana.” (Goebbels, 2019: 48).

Propaganda hayatın her alanında vardır. Sadece siyasi hayatta değil, toplum sosyolojisinde, ekonomide, sporda, müzikte ve sanatta her alanda propaganda yapılabilir. Propaganda yayılmacıdır. Propagandaya konu kişi eğer propagandanın temel öznesi olan fikri benimserse, kişi bu fikri başkalarıyla da paylaşmaya ihtiyaç duyar (Goebbels, 2019: 51).

Propaganda doğrudan kişilere emir, talimat ya da komut vermemelidir. Propaganda kişilere neyin iyi neyin kötü olduğunu doğrudan söylememelidir. Bunlar yerine propagandist hitap ettiği dilini düzgün bir şekilde kullanarak hedef kitleye düşüncelerini sağlamalıdır. Çünkü düşünmek bilinçli olmanın bir aşamasıdır. Bilinçli bir azınlık bilinç olmayan çoğunluk üzerinde galip gelebilir (Goebbels, 2019: 56). Bu nedenle propagandanın dili sade olmalı ve halkın, hedef kitlenin anlayacağı alanda yapılmalıdır (Hitler, 2019: 176).

Propagandist kullandığı aygıtları kendisiyle özdeşleştirerek, bunları kullanmayı kendisine bir hak olarak görecektir (Goebbels, 2019: 57). Kendi haklarından yola çıkan propagandist bunu bilgiyle örerek bu bilgiyi bir politika malzemesine çevirecek olan insana, insan gücüne ulaşmak için kullanır (Goebbels, 2019: 58). Bu açıdan bakıldığında propaganda aslından bir köprü görevi görmektedir. Birey ile içinde yaşadığı toplum, fikir ile de dünya görüşü arasında propaganda bir köprüdür (Goebbels, 2019: 58).

Propaganda esnek olmalıdır. Belirli kalıplar içerisinde kalamaz. İçinde bulunduğu ya da bulunacağı koşullara uyum sağlamalı, bunun için de değişime uğramalıdır. Bu nedenle propagandanın bir sınırı da olmamalı, kime ve neye ulaşmak istiyorsa bu hedef doğrultusunda esnetilebilmeli ve değişebilmelidir (Goebbels, 2019: 58).

Goebbels sadece propagandayı ve özelliklerini tanımlamakla kalmayarak propaganda öğreticiliği konusuna da değinir. O’na göre propagandanın ve propagandayı öğretmenin tek bir kuralı yoktur. Propaganda için beceri oldukça önemlidir. Bu nedenle birisi propaganda yapmayı ya becerebiliyor ya da beceremiyordur. Bunun bir orta seviyesi bulunmaz. Bu nedenle bir insan ya propagandisttir ya da değildir (Goebbels, 2019: 59). Buradan hareketle propagandanın propaganda işiyle uğraşan kişiler tarafından tayin edilmesi gerektiği de söylenebilir. Adolf Hitler bu konuda çok daha keskindir çünkü

O'na göre örneğin bir sekreter, muhasebeci veya başka bir meslek mensubu kişi örneğin propagandayla ilgili bir kurulun bir kararında ya da seçiminde oy kullanmamalı, propagandayı propaganda işi ile uğraşan kişiler yapmalıdır (Hitler, 2019: 597).

İyi bir propaganda aynı zamanda tehlikeli olmalı ve bu tehlikesinden dolayı yasaklanmalıdır. Tehlikeli görülmeyen, serbest bırakılan, yasaklanmayan, özgürce yayılmasına izin verilen bir propaganda iyi bir propaganda değildir. Örneğin Alman polis teşkilatı ilk dönemlerinde Nazi propagandasını yasaklamıştır. Bu da Goebbels'i propagandalarının iyi bir propaganda olduğu sonucuna götürmüştür (Goebbels, 2019: 63). Goebbels'in bu düşüncesini destekler şekilde Adolf Hitler de iyi bir propaganda ölçütünün başarılı olması ve yasaklandığı ölçüde başarısını kanıtlayabileceğini düşünüyordu. Nitekim 1923 yılında Nazi partisi feshedilip mallarına el konulduğunda Hitler birkaç yıl önce bir mühürleri dahi yokken şu anda el konulan parti mallarının ne kadar değerli olduğundan söz etmektedir (Hitler, 2019: 603). Bu nedenle kendi kriterlerine göre iyi bir propaganda yapmış ve başarılı olmuştur.

Propaganda popülerdir ve popüler olanla ilgilenir. Bu yüzden hedefinde entelektüel konular yer almaz. O'na göre entelektüel konular kişinin kendisi tarafından çalışarak vakit ayrıldığında çözülebilir, ancak propagandaya konu bir mesele gibi toplantı salonlarındaki bir konuşmaya konu olamaz. Bu nedenle propaganda popülerdir (Goebbels, 2019: 64). Hitler de burada Goebbels'e katılır ve propagandanın entelektüellere, aydınlara değil popüler olması gerektiği için propagandanın daima bütün topluma hitap etmesi gerektiğini belirtir (Hitler, 2019: 175).

Son olarak savaş döneminde yapılan propaganda ise öncelikle doğru bilgiyi barındırmalı ve gerçeğe hizmet etmelidir. Bu şartlarda savaş propagandası başarılı olabilir. Ancak düşmanın kafasını karıştırmak ve onu yanıltmak için anlık bir başarı amacıyla akıllıca yalanlar söylenip düşmanı aldatmak için bazı manevralar yapılabilir. Hem propaganda hem de Alman haber politikaları bu şartlarda hazırlanmalıdır (Goebbels, 2019: 272).

2.3.İkinci Dünya Savaşı Sırasında İdeolojik Propaganda Aracı Olarak Çizgi Filmler

Propaganda, birinci bölümde kavramsal çerçevesi çizildiği şekilde, “bazı siyasi ve toplumsal düşünceleri kabul ettirmek, desteklemesini sağlamak, birey ve grupların

düşüncelerini, duygularını ve hareketlerini etkilemek için kamuoyunun sistemli bir şekilde izlenmesi” (Arda vd., 2003: 500) amacıyla olan, kaynaktan doğrudan alıcıya yönelik, tek yönlü bir iletişim türüdür. Propaganda kavramı çok eski ve eski Latince'den terminolojiye kazandırılrsa da 20.yy. ve içinde bulunduğumuz 21.yüzyılda hiç olmadığı kadar etkili olmaktadır. Son iki yüzyıldır kitle iletişim araçları çok büyük yol kat etmiştir. Televizyon, bilgisayar gibi cihazların üretiminin hızlanmasıyla birlikte son elli yıla bakıldığında artık dünyanın belli bazı bölgeleri hariç hemen hemen en az bir kitle iletişim aracının olmadığı herhangi bir hane, ev, işletme, özel ya da kamusal bir alan kalmamıştır. 21.yüzyılda ise kitle iletişim araçlarına ek olarak son on yıldır sosyal medya olarak adlandırılan platformlarda ciddi sayıda bir artış yaşanmıştır. Bu artış o kadar fazladır ki 2020 yılında dünya üzerinde yaşayan insanların yarısından fazlasının aktif bir sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir (Kemp, 2020). Tüketim toplumu ise kapitalist ekonomik düzenin gerektirdiği kullan ve at politikasından düzenli olarak son yıllarda bir tek sosyal medya kullanımında bunu uygulamamıştır. Bu yüzden sosyal medya da 21.yüzyılda propagandanın en iyi örneklerinin sergilendiği bir alana dönüşmüştür.

Propaganda sadece bugün değil, geçmişte de dünyanın yaşadığı büyük değişim ve dönüşümlerde azımsanmayacak bir paya sahipti. Propagandanın en çok kullanıldığı ve tarafların ve neticelerin bütün dünyayı etkilediği Birinci Dünya Savaşı'nda dahi propaganda etkili bir silah olmuştur. Burada örnek aramak için çok fazla uzaklaşmamak gerekir. Birinci Dünya Savaşı sonucunda Anadolu'da yürütülen Kurtuluş Savaşı'nda özellikle İngiliz ve Yunan uçaklarının Anadolu'ya havadan bıraktıkları broşürleri hatırlamak yeterli olacaktır (Akandere, 1999: 424). İkinci Dünya Savaşı'nda ise propaganda ve artan kitle iletişim araçlarının kullanımı savaş tarihi açısından zirve kabul edilebilecek gelişmelere şahit olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nda propaganda faaliyetleri için bilimsel çalışmalar yürütülmüş ve hangi faaliyetten ne derece verim alındığı konusunda bilim adamları tarafından bazı ölçümler dahi yapılmıştır. Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda o ülke ve düşmanı üzerinde etkili olurken taktikleri, yöntemleri sınırlı olduğu için psikolojik etkisi de sınırlıdır. Ancak İkinci Dünya Savaşı ile birlikte topyekûn bir propaganda seferberliği ve psikolojik savaş teknikleri kullanılmış, propagandacılar hedeflerine göre strateji ve taktikler uygulayarak psikolojik propaganda sayesinde karşılarındaki güçlerin dayanak ve destek noktalarını da hedef alır hale gelmişlerdir (Akarcalı, 2003: 6).

Propaganda faaliyetleri sırasında belirlenen hedef kitleye göre sosyologlar ve psikologlar kültürel ve sosyal faktörleri göz önüne alıp bunlara göre en etkin olacak propaganda yöntemlerini tasarlamaya çalışmışlardır. Hatta bir çalışmada bahsedildiği şekilde İkinci Dünya Savaşı'nda propagandanın çizgi film ve benzeri araçlarla “rakibi gülünç duruma düşürmesi” amaçlanmıştır (Friedman, 2013). Bu çalışmalar vesilesiyle savaşta kitleler üzerinde etkin propaganda faaliyetleri yürütülebilmektedir.

İkinci Dünya Savaşı'nda hem Mihver Devletler hem de Müttefikler Devletler çizgi filmlerden yararlanarak mizah öğeleriyle rakiplerini hem dünya kamuoyunda hem de kendi kamuoylarında gülünç duruma düşürmeye çalışmışlardır. Bunun en önemli amaçlarından birisi de çizgi film aracılığıyla propagandasını yaptıran ülkenin kendi iç kamuoyunda savaş karşıtı sesleri bastırmak, yediği ülkenin kamuoyunda ise savaş karşıtı sesleri arttırmaktır. Nitekim bu en çok Nazilere karşı uygulanmış ve Nazilerin itibarsızlaştırılması için yapılan çizgi filmler yer yer başarılı da olmuştur (Domenach, 1985: 82).

İdeolojik propaganda aracı olarak çizgi filmlerin kullanılmasının ilk olarak İkinci Dünya Savaşı'nda sistematik bir şekilde ortaya çıktığı söylenebilir. Bu dönemde tek araç çizgi film de değildi. Değişik pek çok kitle iletişim aracı (gazete, dergi, sinema, radyo) kullanıldı. Ancak çizgi filmlerin hareketli görselliği kitleler üzerinde azımsanmayacak derecede ciddi bir etki bıraktı. Bunun farkında olan savaşa taraf bütün devletler de çizgi filmleri ideolojik birer propaganda aracı olarak kullanmaya başladılar. Burada başı öncelikle ABD çekmektedir. ABD savaşa katıldığı 1941 Mayıs ayından itibaren Amerikan sinemasını tamamıyla savaş için kullanmıştır. Bilindiği üzere Amerikan sinemasının ve çizgi romanlarının ilk kahramanlarından “Captain America” bu dönemde yaratılmış bir karakterdir (Marvel Entertainment, 2020). Burada bu görev Amerikan sinemasının başkenti Hollywood'a verilmiştir. Hollywood bu süreçte onlarca çizgi filmi çekmiş, bunların hemen hepsi özellikle Nazi Almanyası lideri Adolf Hitler'e yönelik kara propaganda için üretilmişti. Bu süreçte Nazi Almanyası'nda Dr. Joseph Goebbels de Almanyaya adına duruma müdahil oldu. Daha önce hiçbir ülkede kurulmayan bir Propaganda Bakanlığı kuruldu (Akarcılı, 2003: 7). Amerikan emperyalizmini ve kapitalizmi yeren, ABD'nin müttefiklerinin yanlış yolda oldukları mesajını içeren ve ABD emperyalizmine karşı koymayan toplumların yok olacağını öne süren mesajların olduğu çizgi filmlerle karşı kara propaganda eserleri üretildi. Walt Disney bu psikolojik

savaşta “Donald Duck”, “Micky Mouse”, “Captain America”, “Popeye (Temel Reis)” gibi karakterlerin tamamını adeta ABD’nin bir öncü kuvveti haline getirip kamuoylarında Amerikan propagandası ve Nazi karşı propagandası yapan birer nefer, asker olarak kullandı. Sonuç olarak Naziler bu süreçte Walt Disney’i ve ABD’yi yenemediler. Psikolojik üstünlük Almanya’nın tüm çabalarına rağmen ABD’de kaldı.

Bu araştırma kapsamında ele alınan ve inceleme dönemine tekabül eden 1939-1945 yıllarında çizgi filmin gelişimine bakıldığında İkinci Dünya Savaşı döneminde savaşın gerektirdiği şartlar üzerinden filmlerin senaryolarının kurgulandığı, daha çok propaganda amaçlı çizgi filmlerin rol aldığı görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı sırasında çizgi filmlerin birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmasında savaşa taraf ülkelerin tamamında bir yarış olduğu aşikârdır. Nitekim bu dönemde hem Müttefik Devletler hem de Mihver Devletler tarafından üretilip yayımlanan onlarca çizgi film mevcuttur. Burada en önde ise ABD yer almaktadır. Hollywood sineması ve Walt Disney İkinci Dünya Savaşı sırasında tüm emeklerini çizgi filmlerin birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmasına harcamışlardır.

Çizgi filmler bu dönemde sadece askeri amaçlarla kullanılmamış, dönemin liderlerinin kendi ülkeleri içinde iktidar mücadeleleri için de kullanılmıştır. Bunun en önemli örneği, ABD’de kurulan “United Productions of America” (UPA) şirkettir. Bu şirketin esas görevi 1941-1946 yılları arasında Amerikan ordusu için askerleri savaşa karşı diri tutmak ve motive etmek için aynı zamanda kamuoyunun desteğini kazanmak için propaganda filmleri hazırlamaktır. Ancak şirket sadece bununla yetinmedi ve Amerikan Başkanı Roosevelt’in seçim kampanyasını destekleyerek, 1944 yılında “Seçim Cehennemi” filmini yayınladı (IMDb.com, 2017).

Bu çalışmada da çizgi filmlerin hem kopyalarının erişilebilir olması hem de bunların daha çok İkinci Dünya Savaşı’nın ruhunu yansıtabilmesi, karakterlerin, hikayelerin ve genel hatlarıyla göstergebilimsel olarak daha zengin içeriklere sahip olmaları göz önüne alındığında yedi farklı İkinci Dünya Savaşı çizgi filmi ele alınmıştır. Çizgi filmlerin seçilmesinde hem yukarıdaki hususlar etkili olmuş hem de doğrudan ülke bazında olmasa da Mihver Devletler ve Müttefik Devletlerin propaganda çalışmalarını yansıtmak fikri etkili olmuştur. Bu çizgi filmler üretildikleri yıllara göre; Der Störenfried (1940), What Hitler Wants (1941), Donald Gets Drafted (1942), Fascist Barbarians:

Cinema Circus (1942), The Ducktators (1942), Der Fuehrer's Face (1943), Reason and Emotion (1943) çizgi filmleridir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA ÇİZGİ FİMLER VE GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmanın çıkış noktası dünya tarihini derinden etkileyen, siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel ve benzeri tüm sonuçları halen etkisini sürdüren İkinci Dünya Savaşı sırasında üretilen çizgi filmlerdir. Bu çizgi filmler üretilip servis edilen, hane halkının ulaşabileceği dönemin sinema salonlarında gösterilen, propagandaya bizzat cephede çarpışan askerlerin maruz kalabilmesi için ordu karargahlarında izletilen filmlerdir. Bu filmler aynı zamanda savaş koşulları sebebiyle sadece müttefik ülkelere servis edilip oralarda bir dayanışma duygusunun uyandırılmaya çalışılmasına ve müttefiklik duygusunun pekiştirilmesine yardımcı olan çizgi filmlerdir. Çalışmanın çıkış noktasının ana sorularından birisi ise bu çizgi filmlerin nasıl birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldığıdır. Buradan hareketle araştırmanın temel önermesi de İkinci Dünya Savaşı sırasında birer kısa film şeklinde tamamen hedeflenen faaliyeti gerçekleştirmek üzere üretilen çizgi filmlerin sadece iletişim bilimi kapsamında değil aynı zamanda siyaset bilimine göre birer siyasi, ideolojik propaganda aracı olarak hem Mihver Devletler hem de Müttefik Devletler tarafından kullanıldıklarıdır. Çalışma kapsamında ikinci bir önerme de çalışmanın birinci bölümünde ideoloji hakkında görüşlerine yer verilen Slavoj Žižek'in ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri kapsamında hâkim bir ideoloji anlayışının ve bu anlayışın propagandasının bu çizgi filmler aracılığıyla hedef kitleye aktarıldığıdır.

Araştırmanın evreni 1939-1945 yılları arasında üretilen ideolojik propaganda amaçlı çizgi filmlerdir. Araştırmanın örnekleme ise net görüntülerine ulaşılabilen, göstergebilimsel analiz yöntemi kullanarak incelenebilen, savaşın iki tarafı hem Mihver Devletlerden hem de Müttefik Devletlerden örnekler olmasına da dikkat ederek araştırmaya konu edinilen; Der Störenfried (1940), What Hitler Wants (1941), Donald Gets Drafted (1942), Fascist Barbarians: Cinema Circus (1942), The Ducktators (1942), Der Fuehrer's Face (1943), Reason and Emotion (1943) çizgi filmleridir.

Bu konu kapsamında bazı makaleler, tezler bulunmakla birlikte bunlar daha çok iletişim fakültelerinin çeşitli bölümlerindeki araştırmacılar tarafından dil, iletişim, etkileşim, propaganda dilinin kavramları çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çalışmalar araştırmaya ışık tutmuş ve siyaset bilimi ve kamu yönetimi dallarında konunun daha çok siyasi, ideolojik propaganda etrafında çalışılması için ilham vererek konu hakkında siyaset bilimi ve kamu yönetimi ana bilim dalında çok fazla çalışma olmayan bir alan olması sebebiyle de teşvik edici olmuştur.

Çalışmanın amacına ulaşabilmesi, yapılmak istenilen analiz sonuçlarının önermeleri cevaplandırabilmesi için de birinci bölümde özellikleri ve hakkında yapılan çalışmalar açıklandığı üzere göstergebilimsel analiz yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntemin siyaset bilimi ve genel olarak sosyal bilimlerde yeni gelişen bir analiz yöntemi olduğu araştırmalar esnasında yapılan literatür taramasında görülmüştür. Ancak yöntemin önermeleri cevaplandırabilmesi, çalışmanın konusunda yer alan İkinci Dünya Savaşı sırasındaki çizgi filmlerdeki göstergeler, düz ve yan anlamları, gösterilen-gösterge-anlam ilişkisi açısından oldukça zengin bir içeriğe sahip olması göstergebilimsel analiz yöntemi ile göstergeler üzerinde yapılan analizin ve çalışmanın devamlılığını olumlu yönde etkilemiştir.

3.2. İkinci Dünya Savaşı Çizgi Filmleri Göstergebilimsel Analizi

Savaş sırasında 1939-1945 yılları arasında hem Mihver Devletler hem de Müttefik Devletler gerek özel stüdyolar gerekse kamunun imkanlarını kullanarak kısa, tamamen siyasi ve ideolojik propagandaya yönelik, hedef kitlesi belli, tamamen sübjektif yorumlar ve çıkarımlar barındıran çizgi filmler üretmişlerdir. Bu çizgi filmlerden göstergebilimsel analize konu edilebilecek, günümüze kayıtlarının tamamı ulaşmış ve erişilebilen, aynı zamanda hem Mihver Devletlerin hem de Müttefik Devletlerin dolayısıyla savaşın iki kutbunun bakış açılarını yansıtabileceğini ve araştırmanın önermelerini analiz edebileceği düşünülen yedi çizgi film bu kriterler kapsamında belirlenmiştir. Bu bölümde de belirlenen bu çizgi filmlerin göstergebilimsel analizleri yapılacaktır.

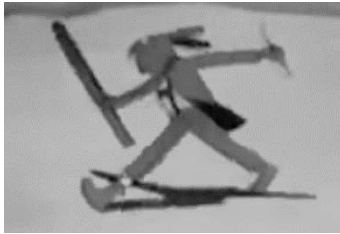
3.2.1. Der Störenfried Çizgi Filmi Analizi

Çizgi film Türkçe “Baş Belası” anlamına gelen, 1940 yılında orijinal dili Almanca olarak üretilmiş, incelenilen kopyası 2 dakika 44 saniyeden oluşan, İkinci Dünya Savaşı sırasında üretilip ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmış, günümüze kadar bir

kopyası gelebilmiş nadir Nazi Almanyası çizgi filmlerinden birisidir. Net görüntülerine video paylaşım platformu Youtube üzerinden ulaşılabilen filmin yönetmenliğini ise dönemin ünlü illüstratörlerinden Hans Held üstlenmiştir (Held, 1940). Bu çizgi filmin yanı sıra yine 1940 yılında hazırlanan bir başka Alman propaganda çizgi filmi ise “Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt” çizgi filmidir ancak bu çizgi filmin görüntülerine ulaşamamıştır. İncelenilen Der Störenfried çizgi filminin de çeşitli kaynaklarda daha uzun versiyonlarının olduğu da belirtilmektedir (IMDb.com, 2017).

Çizgi filmin hikayesi hayvanların ve çoğunlukla tavşanların yaşadığı bir bölgede başlar. Burada hayvanlar mutlu mesut bir yaşam sürerken birdenbire bir gün bir leylek gelip tilkinin yaklaşmakta olduğunu haber verir. Bunun üzerine tavşanlarda bir tedirginlik ve telaşe baş gösterir. Bir büyük tavşan eline bir sopa alarak tilkiyi bulmak için yola koyulur ancak onu gördüğünde korkarak geri döner. Tilkinin geri dönmesi üzere yaşadıkları bölgenin polisi olarak nitelendirebileceğimiz kirpiler duruma el atarlar. Kirpilerin dikkat çeken özellikleri ise zırhlı kıyafet ve aynı dönemin Alman kara kuvvetleri olan Wehrmacht askerlerinin miğferlerine sahip olmalarıdır. Kısaca kirpiler Wehrmacht’ı temsil ederler. Bir süre sonra yaklaşmakta olan tilki artık çocuk tavşanlara saldırmaya başlamıştır.

Görsel 18



(Held, 1940)

Görsel 19



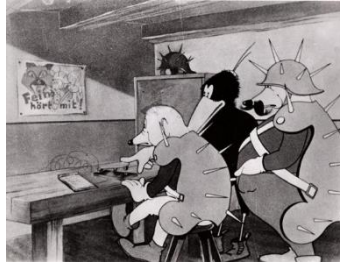
(Held, 1940)

Görsel 20



(Held, 1940)

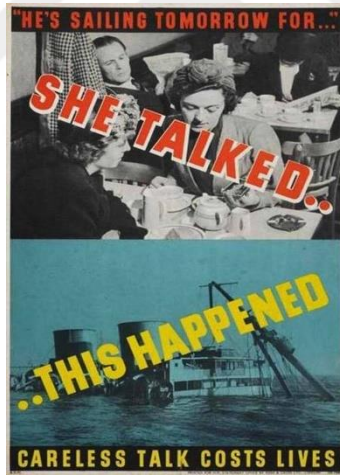
Kirpi polis teşkilatı hava kuvvetlerinden yardım istemeye karar verir. Yardım için santralden yapılan çağrı sırasında duvardan yer alan afişte dikkat çekici bir şekilde “Feind hört mit” (Düşman duyuyor) yazmaktadır.

Görsel 21

(Held, 1940)

Buradan hareketle dönemin dinleme faaliyetlerine gönderme yapıldığı düşünülebilir çünkü savaş sırasında birçok frekans üzerinden taraflar cephe hattında olanları ve planları çözebilmek için deşifre faaliyeti yürütmüşlerdir. Bunun içinde savaşın tarafları her zaman kendi halklarını konu hakkında bilgilendirmek için afişler hazırlayarak şehirlerin belirli yerlerinde bu afişleri sergilemişlerdir. Bu afişlerden bazıları da şunlardır:

Görsel 22: İngiltere’de savaş ile ilgili daha dikkatli konuşulması için kullanılan bir afiş



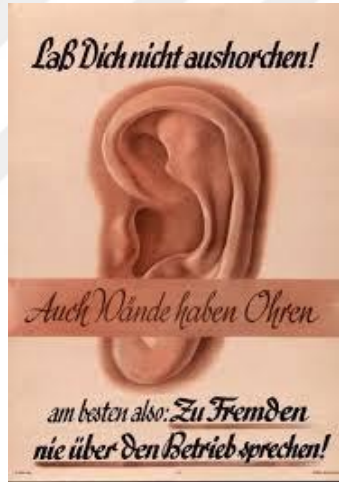
(Victoria and Albert Museum, 2020).

Görsel 23: Amerika Birleşik Devletleri’nde yabancılarla konuşulmasının tehlikeli olduğunu ve bırakılması gerektiğini vurgulayan bir afiş



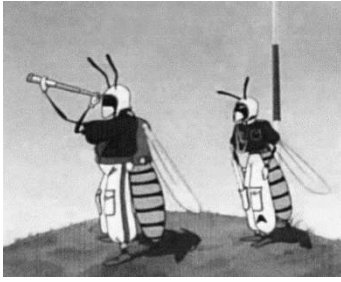
(National Archives and Records Administration, 2016)

Görsel 24: Nazi Almanyası’nda halkın yabancılarla konuşmaması ve operasyonlar hakkında kimseye hiçbir bilgi verilmemesini öğütleyen bir afiş

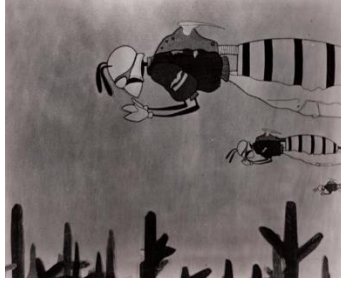


(Pinterest, 2020)

Devamında çizgi filmde kirpi teşkilatının hava kuvvetlerinden yardım istemesi neticesinde süratle hava kuvveti olan arılar harekete geçerler. Onların yanı sıra kara kuvveti olan kirpilerde yıldırım hızında harekete geçerek tilkinin peşine düşmüşlerdir. Burada vurgulanmak istenen de açıkça Nazilerin İkinci Dünya Savaşı’nda uyguladıkları savaş stratejisi olan yıldırım savaşı “Blitzkrieg”dir. Kara kuvvetlerinin Wehrmacht’a benzediği gibi hava kuvvetleri de tıpkı savaştaki ismiyle Luftwaffe’ye benzer. Arılar birer Stuka (Junkers Ju 87 tipi) bombardıman uçağı gibi simgelenmişlerdir. Arıların çizgi filmde gökyüzünde uçak gibi süzülürken çıkardıkları ses de doğrudan Stuka ile özdeşleşen sesin aynısıdır.

Görsel 25

(Held, 1940)

Görsel 26

(Held, 1940)

Görsel 27

(Held, 1940)

Hava kuvvetlerinin taarruzu sonucu tilki öldürülür ve çizgi film tavşanlar ve diğer hayvanların kutlama görüntüleri eşliğinde sona erer.

Görsel 28

(Held, 1940)

Görsel 29

(Held, 1940)

Tablo 4: Der Störenfried Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
Hayvanlar Alemi (Bütün İnsanlık)	Tilki (Tek Bir Düşman)
Nazizm	Komünizm
Teknoloji ve Donanım	İlkel Saldırı Yöntemleri
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Medeniyet	Barbarlık
Uyum ve Barış	Kurnazlık ve Savaş
Hız ve Kararlılık	Acizlik

Çizgi filmde Tablo 4’te de görüldüğü üzere bazı somut (düz) ve soyut (yan) anlamlar içeren kavramlar ve göstergeler mevcuttur. Burada en dikkat çekici unsur belirli bir ideolojinin şemsiyesi altında bütün hayvanlar, ayırt etmeksizin birlikte, bir arada yaşarlarken birden çıkıp geliveren bir yabancının, tilkinin toplumun huzurunu, mutluluğunu bozmaya teşebbüs etmesi ve yine toplumda var olan ideolojik gücün askeri yöntemlerle bu belayı def etmesidir. Filmin başlığı da bu nedenle son derece önemlidir. Özellikle filmin biraz daha renkli versiyonlarında tilki karakterinin kıvılcık ve kahveye yakın tonlarda resmedilmiş olması tilkinin açık bir şekilde kıvılcık ordusu, komünizmi ve Sovyetler Birliği’ni simgeleştirdiği, kurnazların ve arıların da doğrudan Wehrmacht ve Luftwaffe’yi dolayısıyla Nazi ordusunu temsil ettiği göstergelerden anlaşılmaktadır. Filmin göstergelerinden hareketle soyut kavramlar üzerinden oluşan yan anlamında Nazizm yönetimi altında huzur ve barış içerisinde yaşayan toplumun komünizm gibi topluma düşman, toplumla barışık olmayan ve topluma saldıran, türlü kurnazlıklar peşinde olan bir yönetimi benimsemeyeceği söylenebilir. Dolayısıyla filmin ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldığını ve özellikle Slavoj Žižek’in hâkim ideoloji görüşünü de destekler nitelikte olduğu görülmektedir zira tek bir düşmana karşı birleşen hayvanların filmde bir Volksgemeinschaft, Ulusal Topluluk oluşturduklarını, onları bir

arada tutan unsurun Nasyonal Sosyalizm, onun koruyucusu olarak da tüm unsurlarıyla Nazi ordusu olduğunu söylemek mümkündür.

3.2.2. What Hitler Wants Çizgi Filmi Analizi

What Hitler Wants (Hitler Ne İster) çizgi filmi 1941 yılında Sovyetler Birliği'nde Soyuzmultfilm isimli şirket tarafından hazırlanmıştır. Soyuzmultfilm bir yapım şirketi, film üreticisi olarak 1936 yılından itibaren çizgi filmler üretmeye başlamış ve halen de çalışmalarına devam etmektedir (Soyuzmultfilm, 2020). İncelenilen bu çizgi film 1 dakika 51 saniyeden oluşmaktadır. Film orijinal dilinde Rusça olup kaynağı gösterilen Youtube video arşivi sitesinde İngilizce alt yazılı versiyonları da mevcuttur (Soyuzmultfilm, 1941). What Hitler Wants çizgi filmi aslında bir seridir. Seri içerisinde sırasıyla İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Rusya cephesinde yaşananlar anlatılmakta ve Sovyet propagandası işlenmektedir. Seri toplamda dört çizgi filminden oluşmaktadır. Burada incelediğimiz film ise serinin ilk filmidir. Bu çizgi filmin ana teması ise Sovyet halkının topraklarını Hitler'in istila edip komünizmin getirilerinin kapitalistlere sunulacağı ve Sovyet halkının buna karşı koyması gerektiğidir. Bu yapılırken de görseller ve sloganlar etkili bir şekilde kullanılmaya çalışılmıştır.

Burada filmin vermek istediği mesajı anlamak için filmi kısaca irdelemek, filmde kullanılan göstergeler, semboller ve söylemler üzerinden göstergebilimsel analizini yapmak gerekmektedir. Bunu yaparken özellikle bu çalışmada ifade edildiği gibi hâkim ideolojik mesajların verilmesinin film tarafından nasıl ifade edildiği film karelerinden oluşan görsellerle desteklenerek açıklanacaktır.

Görsel 30



(Soyuzmultfilm, 1941)

Görsel 31



(Soyuzmultfilm, 1941)

Görsel 32



(Soyuzmultfilm, 1941)

Filmin girişinde Sovyet topraklarını işgal etmeye başlayan Nazi Almanyası Devlet Başkanı Adolf Hitler'in Görsel 30'da görüldüğü üzere korku duyulacak bir şekilde resmedilerek yürümekte olduğu ve bu sırada elinde bir sloganın yazılı olduğu levha

görülmekte, bu levhada “toprak sahiplerine arazi”, “toprak efendilerine arazi” sloganı yer almaktadır. Bu gösterge ile Sovyet halkına olası bir Alman işgali karşısında komünizmin onlara verdiği toprakların ellerinden çıkarak toprak ağalarına, toprak efendilerine verileceği mesajı verilerek “komünizmin onlara verdiği kazanımların ellerinden alınacağı” vurgulanmış, aynı zamanda bir komünizm propagandası yapılmış ve halkın Almanlara karşı koyması gerektiği ifade edilmeye çalışılmıştır.

Filmin devamında yer alan Görsel 31’de ise Hitler’in komünist sistemi yıkarcasına elde ettiği kazanımları “asıl sahibi olan Sovyet halkından alıp, kapitalist fabrikatörlere sunduğu” görülmektedir. Burada da Sovyet halkına kapitalist fabrikatör göstergesi ile “komünizm sayesinde elde ettikleri kazanımlarının yok olma tehlikesinde olduğu” vurgulanmaktadır. Görsel 32’de bu vurgu pekiştirilmekte, olası böyle bir durumda daha önce Sovyet rejiminde “özgür birer birey olan vatandaşların Hitler’in ve onun hizmet ettiğinin gösterildiği kapitalistlerin birer kölesi haline getirilmek istendiği” düşüncesi hedef kitle üzerinde oluşturulmak istenmiştir. Buradaki amacın yine Sovyet halkını hem olası Nazi propagandasına karşı bilinçlendirmek hem de olası Nazi işgali karşısında neler yaşayabileceklerine dair bir örnek vermek olduğu söylenebilir. Çizgi filme göre bu yüzden Sovyet vatandaşlarının Nazi ilerleyişine dur demeleri gerekmektedir. Sovyet halkı Nazilerin kölesi olmak istemiyorlarsa onlara karşı direnmek zorundadırlar. Bu direniş ve Sovyet ordusunun çabası ile Hitler yenilebilir ve savaş kazanılabilir. Bu durumda Hitler ne elde etmek isterse Sovyet halkının direnişi nedeniyle elde edebileceği tek şeyin Görsel 33’de gösterildiği üzere “faşizmin görkemli sonu” olduğu vurgulanır. Hitler’in Sovyet Rusya’da kaybetmesi ile birlikte tüm dünya işçilerine de seslenen çizgi film bütün işçilerin yerlerinden çıkarak “faşistlere karşı ateşin, mermilerin sözcüklerinin, süngülerin keskin zekâsı” ile baş kaldırarak cevap vermeleri gerektiğini belirtir.

Görsel 33



(Soyuzmultfilm, 1941)

Tablo 5: What Hitler Wants Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
Nazi Almanyası	Sovyet Rusya
Ordu	Halk
Hitler	Komünist Çiftçiler
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Savaş ve Barbarlık	Komünist Barış
İstila	Direnış
Kölelik ve Kaynağı Faşizm	Özgürlük ve Kaynağı Komünizm

Tablo 5’te yer aldığı üzere çizgi filmde yer alan somut nitelikli düz anlamlı kavramlar ve soyut nitelikteki yan anlamlı kavramlar göstergebilimsel analiz için önemlidir. Çizgi filmin göstergeleri kullanarak ideolojik bir propaganda aracı olduğu bu anlamlar üzerinden kavranabilir. Çünkü filmin göstergebilimsel analizini yapıldığında, sahnelerine bakıldığında canavarca denilebilecek bir görüntüde resmedilen Hitler’in savaş ve barbarlıktan yana, istilacı, işgal ettiği yerlerdeki halkı köleleştiren bir tavır sergilediği, buna karşılık aslında “komünist olması sebebiyle” buna en iyi şekilde direndiği gösterilen Sovyet halkının da komünist bir barışı direnerek kazanabileceği, sonunda özgürlüğün elde edileceği ve komünizmin kazanacağı vurgusu yapılmakta ve esas savaşın faşizme karşı komünistler tarafından bütün dünyada verildiği duygusu oluşturulmaya çalışılmaktadır denilebilir.

3.2.3. Donald Gets Drafted Çizgi Filmi Analizi

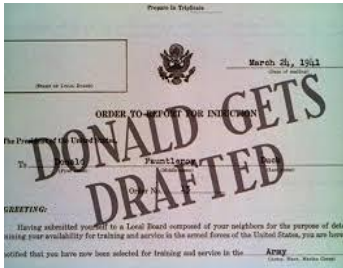
Donald Gets Drafted çizgi filmi Walt Disney Productions tarafından üretilen, RKO Radio Pictures tarafından yayınlanan ve yönetmenliğini Jack KING’in yaptığı, günümüze ulaşan görüntülerine video paylaşım platformu Youtube üzerinden ulaşılabilen bir Amerikan kısa filmidir (King, 1942). Çizgi film, II. Dünya Savaşı sırasında ABD ordusuna katılması için çağrılan Donald Duck’un askeri hayata girişini, askeri hayatının

başında yaşadıklarını konu edinmiştir. Film 8 dakika 51 saniye uzunluğunda olup prodüksiyon tarafından 1 Mayıs 1942 tarihinde piyasaya sürülmüştür (IMDb.com, 2019).

Film, Donald’a ulaşan bir tebligatla başlar (Görsel 34). Tebligatta Donald’ın askere alındığı bildirilir. Donald tebligatı okur okumaz yürüdüğü yolda bazı afişler görür. Bu afişlerde; “Over The Top With the Cavalry (Süvari ile en yukarıya, zirveye)”, “Shock Troops (Baskın Birlikleri)” (Görsel 35), “Healthful Exercise (Sağlıklı Egzersiz)”, “Breakfast in The Bed, Join Now (Yatakta Kahvaltı, Hemen Katıl)” (Görsel 36, “Everybody Is Pals In The Army (Orduda herkes birbirinin dostudur, ahabıdır)” (Görsel 37) yazılıdır.

Bu afişlere baktıktan sonra Donald ordu marşını bir yan flüt çalar gibi seslendirmeye başlar. Ardından yeni bir afiş görür. Afişte “Falls In, Its Time To Fly (Sıraya gir, uçma zamanı)” yazılıdır. Aynı zamanda bu afişte bir hücum helikopteri ve helikopterin başında özenle seçilmiş bir kadın figür olarak yer almaktadır. Bunu gören Donald birliğine gitmek için daha istekli görünmektedir. Bir sonraki “Pretty Hostesses Join Now (Hoş hostesler, şimdi katılın)” yazan afişte bu kez savaş uçağının başında bir hostes bekler. Diğer bir “Be Irresistible, Join The Air Corps (Karşı konulmaz ol, hava kuvvetlerine katıl)” (Görsel 38) yazılı afişte ise bir subayın her iki kolunda ona özenle bakan iki kadın yer alır. Ardından Donald bu afişteki subayın yerinde kendini hayal eder.

Görsel 34



(King, 1942)

Görsel 35



(King, 1942)

Görsel 36



(King, 1942)

Ardından Donald asker alma masasına müracaat eder. Burada ciddiyete bürünmüş bir tavırla orduya ve hava kuvvetlerine katılmak istediğini görevli memura söyler. Memur, imzasını aldıktan sonra öncelikle fizik testinden geçmesi gerektiğini belirtip muayeneye gitmesini söyler. Burada sağlık kontrolleri yapılır. Birkaç doktor vücudunun çeşitli bölgelerini inceler. Kafa bölgesini inceleyen doktor inceleme sonucu şu cümleyi kurar; “Nothing here (Burada bir şey yok)” (Görsel 39). Ardından göz, kulak ve göğüs

muayeneleri de yapıp vücut ölçüleri alınır. Üniforması verilir ve kalçasına O.K. damgası vurulup birliğine gönderilir.

Görsel 37



(King, 1942)

Görsel 38



(King, 1942)

Görsel 39



(King, 1942)

Birliğine katıldığında yaşadığı uyum sorunu nedeniyle emrinde yer aldığı subay kendisine özel antrenman yaptıracağını söyler (Görsel 40). Bu eğitimde de problemler yaşayınca Donald patates soymakla görevlendirir. Film, soyduğu binlerce patatesten oluşan patates siperlerinin içinde tek başına Donald'ın görüntüsüyle sona erer. Sanki orduya katılmasını belirten propaganda ve reklamların, afişlerin tam tersi olmuş, Donald patates siperleri arasında bir başına kalmıştır. Yatakta kahvaltı, karşı konulamayan, hava birliklerinin şanlı bir subayı, etrafında kadınların döndüğü bir asker... Tüm bu dönemin ruhuna uygun, insanların savaşa katılmasını özendirici tüm vaatlerin sonunda hepsinin patates siperleri arasında kaybolduğu görülmektedir (Görsel 41 ve Görsel 42).

Görsel 40



(King, 1942)

Görsel 41



(King, 1942)

Görsel 42



(King, 1942)

Sonuç olarak filmin Amerikan halkına askerliği özendirmek, askerlikten kaçınmaları azaltmak, savaşın oluşturduğu şartlar içinde Amerikan ordusunun güçlü kalmasını sağlamak, herkesin yeteneğine ve özelliklerine göre ordu içinde yer alabileceğini vurgulamak, Donald Duck örneğinde olduğu gibi “eğer bir ördek değilseniz

ülkeniz ve ordunuz için yapabileceğiniz pek çok şey var” propagandasını yapmak amaçlarını güttüğü ifade edilebilir.

Tablo 6: Donald Gets Drafted Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
ABD	Düşman Devletler
Ordu	Sivil Halk
Bürokrasi	Kırtasiyecilik
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
İyilik İçin Savaş	Kötülük İçin Savaş
Vatanseverlik	Amerikan Düşmanlığı
Karşı Konulamazlık, Seksapel	Güçsüzlük, Dışlanmışlık

Tablo 6’da da görüldüğü üzere bu çizgi filmde göstergebilimsel analiz neticesinde bir dönem sinemada sıklıkla tanıtımı ve reklamı yapılan, günümüzde dahi benzer filmler, hikayeler ve senaryolar sunulan “Amerikan Rüyası” adı altında liberal kapitalist ekonomik düzenden oluşan günümüzde de etkisini sürdüren hâkim ideolojinin pazarlamasına bir giriş yapıldığı söylenebilir. Filmde kullanılan göstergeler Amerikan ideolojisinin halk üzerinde etkisinin devam ettirilmesini amaçlamaktadır. Özellikle konvansiyonel, biyolojik silahların etkili olmaya başlamasına rağmen halen insan gücüne önemli ihtiyaç duyulan İkinci Dünya Savaşı gibi bir savaşta bütün taraflar asker bulma konusunda belirli dönemlerde sorunlar yaşamaktaydılar. Birçok kişi uzayan savaş nedeniyle askere alınma konusunda isteksiz davranmakta, firarlar sıklıkla görülmekteydi (Garner, 2013). Filmin esas amaçlarından birisi de göstergelerde de görüldüğü üzere Amerikan ideolojisinin propagandası yapılarak halkın askere katılma konusundaki isteğinin düşmemesini sağlamak, cinsel içerikli ve erkekleri daha istekli kılacaklarını düşündükleri obje ve göstergelerin kullanılması yoluyla orduya katılımın teşvik edilmesidir.

3.2.4. The Ducktators Çizgi Filmi Analizi

The Ducktators çizgi filmi Looney Tones tarafından hazırlanan, Warner Bros tarafından sunulan, 1942 yapımı bir Amerikan çizgi filmidir (IMDb.com, 2020). Film 7 dakika 47 saniyeden oluşmakta olup orijinal dili İngilizcedir. İkinci Dünya Savaşı sırasında üretilen çizgi filmlerden en kaliteli ve en net görüntülerin günümüze dek ulaşabildiği nadir filmlerden birisidir. Ayrıca güncel halinde çizgi filmi yapılan iyileştirmeler neticesinde yüksek görüntü kalitesinde izlemek mümkündür (McCabe, 1942).

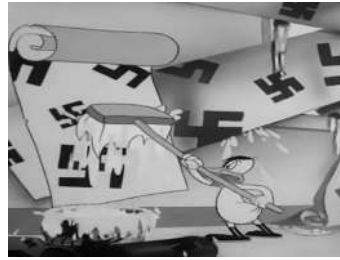
Film ördeklerin yaşadığı bir bölgede Mr. Duck ve Mrs. Duck ailesinin heyecanla bekledikleri çocuklarının doğumu ile başlar. Ancak bu çocuklarının yumurtası normal olmayan bir şekilde siyahtır. Bir süre sonra doğum gerçekleşir ve Görsel 43'te görüldüğü üzere bir Nazi Duck dünyaya gelir. Burada Nazi Duck göstergesi ile simgelenen duruşu, saç, bıyığı, kolundaki Nazi bandından da anlaşılacağı üzere Adolf Hitler'dir. Zamanla bu bebek büyür ve bir süre sonra şehrin bazı yerlerine kendi düşüncelerini yaymak amacıyla afişler asmaya başlar. Ardından etkili, ateşli ve coşkulu konuşmalar yaparak kendisine destekçiler bulmaya çalışır. Bu sahnelerde kullanılan göstergeler ise tamamen Nazizm'e ait gamalı haçlardan oluşur.

Görsel 43



(McCabe, 1942)

Görsel 44



(McCabe, 1942)

Görsel 45



(McCabe, 1942)

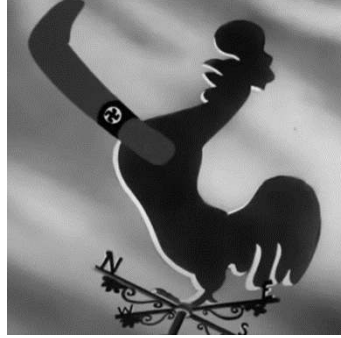
Bu çalışmaları sayesinde Nazi Duck Adolf Hitler kendisine birçok destekçi bulmaya başlar. Bunlardan bir tanesi de savaşta İtalya'nın başında bulunan Ulusal Faşist Partisi'nin lideri, Ducesi, Diktatör Benito Mussolini'yi simgeleyen bir başka ördektir. Bu ördek İtalyan aksanıyla konuşur ve Hitler'in konuşmalarından etkilenir. Propaganda faaliyeti meyvelerini vermeye başlar. Destekçileri ile birlikte talim programları yapmaya başlarlar. Gerçekte olduğu gibi burada da Hitler'in "Sturmabteilung (SA)" birliklerine benzer "Storm Troopers", "Fırtına Birlikleri" oluşturulur.

Görsel 46



(McCabe, 1942)

Görsel 47



(McCabe, 1942)

Görsel 48



(McCabe, 1942)

Filmde yaşadıkları yerin gidişatından, barış ortamının bozulacağından endişe eden bir “Dove Of Peace”, barış güvercini belirir. Ardından bir barış konferansı düzenlenir. Burada dikkat çeken konferans için yapılan hazırlıkların tamamının Naziler tarafından, Nazilerin görüşleri ve himayeleri doğrultusunda yapıldığının göstergeleri ile işlenmesidir. Gerçekte savaş sırasında güvercin politikaları, barış ısrarlarını dile getiren ülke öncelikle İngiltere ve o sırada Başbakan olan Neville Chamberlain’di. Görüşmeler sırasında metin imzalandıktan sonra Nazi Duck Hitler’in doğrudan masadakilere karşı saldırıya geçmesi ile barış masasının dağıldığı gösterilmektedir. Burada gerçek hayatta da barış görüşmeleri sonucunda Adolf Hitler’in barış metnine sadık kalmayarak müttefikleri aldatmasına yönelik bir mesajın bulunduğu açıkça görülmektedir.

Görsel 49



(McCabe, 1942)

Görsel 50



(McCabe, 1942)

Görsel 51



(McCabe, 1942)

Barış masası dağıldıktan sonra Japonya’nın da savaşa katılmak için Nazi ve Duce Duck’ların yaşadıkları yere geldiği ve bu üçlünün birlikte hareket ettiği gösterilmektedir. Japonya adına gelen kişinin ise Japon İmparatoru Hirohito’yu temsil ettiği açıkça görülmektedir. İşte çizgi filmde ismini buradan almakta, Amerikan sineması gözünden ve Amerikan ideolojisi gözünden düşman olarak üç büyük diktatörün isimlerinden ve

Duck isminden karma bir The Ducktators filmi ortaya çıkmaktadır. Buradaki Ducktators olarak seçilen kişiler de Alman Führer Adolf Hitler, İtalyan Duce Benito Mussolini, Japon İmparatoru Hirohito'dur. Üç diktatör bir araya geldiklerinde barış güvercini artık bir şeyler yapması gerektiğini düşünerek diktatörlere karşı ayaklanır ve Hirohito, Mussolini ve son olarak da Hitler'i mağlup eder. Bu sırada onların şehirdeki destekçileriyle de mücadele sürer.

Görsel 52



(McCabe, 1942)

Görsel 53



(McCabe, 1942)

Görsel 54



(McCabe, 1942)

Üç diktatörün ördeklerin içindeki destekçileriyle süren mücadeleye bir Amerikalı dahil olur ve barış güverciniyle birlikte şehri savaş ve diktatörler yanlısı olan herkesten temizlerler. Amerikan askeri düşman unsurlarına ateş ederken arkadaki duvarda bir afiş asılıdır. Afişte filmin en önemli amaçlarından birisine yönelik Görsel 55'te görüldüğü üzere şu söz yazılıdır; "For Victory Buy United States Victory Bonds (Zafer için Birleşik Devletler zafer tahvilleri al)". Şehir temizlendikten sonra barış güvercini olanları yaşça küçük olanlara anlatır ve savaşın gidişatı ile ilgili yapmaları gereken tek şeyin mücadele etmeleri olduğunu vurgular. Görsel 56 da bunu gösterir.

Filmin hikayesi bu şekilde biterken filmin en önemli amacı olan Amerikan devletine finansal destek sağlanması amacı tekrar vurgulanarak vatandaşların devlet tahvili ve hisse senetleri almasının zafer için son derece önemli olduğu Görsel 57'deki görüntü ile tekrar vurgulanarak film sona erer.

Görsel 55



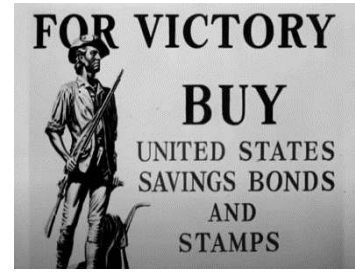
(McCabe, 1942)

Görsel 56



(McCabe, 1942)

Görsel 57



(McCabe, 1942)

Tablo 7: The Ducktators Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
Amerika Birleşik Devletleri	Japonya, İtalya ve Almanya
Mutlu ve Huzurlu Bir Yaşam	İşgal Altında Sömürü
İyi Bir Finansal Yapı, Bağımsızlık, Özgürlük	Kötü Finansal Yapı, İşgal, Yok Oluş
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Mutlu Bir Yaşam İçin Barış	Kötülük İçin Savaş
Barış İçin Hoşgörü ve Kabul Edilebilirlik	Toleranstan Doğan Kötülük
Beyaz Olanın İyiliği ve Üstünlüğü	Siyah Olanın Kötülüğü

Tablo 7'deki kavramları göstergebilimsel analiz çerçevesinde ele alınıp incelendiğinde The Ducktators çizgi filminin göstergebilimsel analiz için çok fazla görselin, simge ve sembolün yer aldığı bir film olduğu görülmektedir. Filmde özellikle Nazizm'in yükseliş dönemindeki ideolojik söylemlerinin dikkate değer bulunmayıp yayılcı politikalar güdebileceği endişesinin fazla olmaması nedeniyle Avrupalı devletlerin başta barış görüşmelerinde görüldüğü gibi Naziler tarafından aldatıldıkları üzerinde sıklıkla durulmaktadır. Buradan hareketle çizgi filmde aslında Amerikan bakış açısından Nazi Almanyası ile Avrupalı diğer devletlerin ilişkileri de eleştirilmektedir. Filmde Nazilerin yayılcı, saldırgan, etkili, taraftar bulmaya yönelik politikalarına baktığımızda ise kendi ideolojilerinin Slavoj Zizek'in savunduğu şekilde hâkim ideoloji

olarak diğer toplumlarda da etkili olma isteğinin yansıtıldığı da söylenebilir. Buna günümüzde uluslararası ilişkilerde rejim ihracı da denilmektedir. En tipik örneği Amerika Birleşik Devletleri tarafından uygulanan liberal kapitalist toplum düzeninin yaygınlaştırılması olsa da İran İslam Cumhuriyeti dahi 1979’da gerçekleşen rejim değişikliği sonrası kendi İslami rejimini özellikle komşu ülkelere ihraç etmek istemiştir (Kibaroglu, 1999: 271).

3.2.5. Fascist Barbarians: Cinema Circus Çizgi Filmi Analizi

Fascist Barbarians: Cinema Circus çizgi filmi Sovyet Rusya’da, Soyuzmultfilm tarafından hazırlanan Fascist Barbarians serisinin ilk filmlerinden olup 1942 yılında üretilmiş 3 dakika 37 saniye uzunluğunda, orijinal dili Rusça olan bir çizgi filmidir (Grob, 2019). Filmin günümüze ulaşmış ve alt yazı seçeneğine sahip, izlenebilir kalitede görüntüleri Youtube video paylaşım platformunda da mevcuttur (Soyuzmultfilm, 1942).

Film, hiciv gösterisi şeklinde üç perdeden oluşur. İlk perdedeki oyunun ismi “Köpek Eğitmeni Adolf ve Onun Köpekleri” başlığıyla sunulur. Burada bir restoranda kemik yemekte olan Nazi üniformalı Adolf Hitler tasvir edilir. Restoranın ismi de dikkat çekicidir; “Yeni Avrupa Restoran”. Adolf yemeğini yedikten sonra kalan kemiği isimleri Mussolini, Horthy, Antonescu olan köpeklerini önce onlara “Kötü Köpekler” diye bağırarak fırlatır. Burada Mussolini isimli köpek İtalyan Duce Benito Mussolini’yi, Horthy isimli köpek Macaristan Kral Naibi Miklos Horthy’i, Antonescu isimli köpek Romanya Krallığı’nın başbakanı ve milli şefi Ion Antonescu’yu simgelemektedir.

Görsel 58



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 59



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 60



(Soyuzmultfilm, 1942)

Adolf Hitler bu köpeklere eğiticileri gibi davranmaktadır. Attığı kemik sonrası köpekler birbirlerine girerler. Burada özellikle Avrupa’nın Hitler’in buyrukları doğrultusunda yandaşları tarafından savaşa sürüklenerek karışıklıkların yaratılması

betimlenmektedir. Hitler'in attığı kemik sonrası köpekler birbirleriyle yarışlar ve Hitler'in önderliğinde sahnede bir kovalamaca başlar ve böylece perde kapanır.

Görsel 61



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 62



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 63



(Soyuzmultfilm, 1942)

İkinci perdenin ismi “Hitler Napolyon’u Ziyaret Eder”dir. Burada Hitler, Napolyon’un kabrini ziyaret ederek dünyaya hükmetmek istediğini, bunun için onun tarafından kutsanmaya ve onun tavsiyelerine ihtiyacı olduğunu söylemeye geldiğini ifade eder. Ardından Napolyon’un kabrinin üzerinde duran savaş şapkasını giyer. Bunun üzerine Napolyon’un konuşan kabri Hitler’e çok geç kaldığını, kendisinin kabrin yanına yatabileceğini söyleyerek onu kabre doğru çekmeye çalışır. Hitler’in korkusu ve nafile kaçma çabası görüntüleri ile bu perde kapanır.

Görsel 64



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 65



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 66



(Soyuzmultfilm, 1942)

Filmin üçüncü ve son perdesinin ismi “Barut Fıçıları Üzerinde Hokkabaz Adolf”tur. Burada ise hokkabaz olan Adolf Hitler Norveç, Hollanda, Danimarka, Polonya, Fransa, Yunanistan, Çekoslovakya, Arnavutluk isimli barut fıçılarını dizerek üzerlerine çıkar. Fıçıların üzerinde gösterisine başlayan Hitler, ateşten mermi görünümlü çubukları bir hokkabaz çabukluğu ve yeteneğiyle çevirmeye başlar. Başlarda bunları çok

iyi bir şekilde idare eder ve işler yolunda giderken bir süre sonra farkında olmadan içlerinden bir tanesi yere düşmeye başlar.

Düşen ateş en alttaki fiçılardan bir tanesini patlatır ve ardından bütün fiçılar patlar. Sonucunda da Hitler'in fiçı parçaları arasında yere çakıldığı görülür. Böylece perde kapanır ve film sona erer.

Görsel 67



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 68



(Soyuzmultfilm, 1942)

Görsel 69



(Soyuzmultfilm, 1942)

Tablo 8: Fascist Barbarians: Cinema Circus Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
Faşizm	Komünizm
Barbarlık	Medeniyet
Oyun, Gösteri	Gerçeklik
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Kontrolsüz Güç, Hezimet	Bilinçli Mücadele, Zafer
Yandaşlık, Uşaklık, Tarafgirlik	Birlik
Saldırganlık, Soytarılık	Küçük ve Gülmüş Düşürme

Çizgi filmin genel temasının başta Adolf Hitler olmak üzere Sovyetlere karşı mücadele eden devletleri ve onların liderlerini küçük düşürmek, alay etmek olduğu

görülmektedir. Filmdeki her üç perde de aşağılayıcı, gurur kırıcı ithamlar yer almaktadır. Çizgi filmlerin propaganda aracı olarak kullanılmalarının bir nedeni de İdeolojik Propaganda Araçları ve Kullanımı başlığında da değinildiği üzere karşı tarafı küçük düşürüp alaycı ithamlarla aşağılayarak kendi kitlesi üzerindeki karizmasını, otoritesini zayıflatmaktır. Bu çizgi filmde de propagandanın bu özelliği kullanılmıştır.

3.2.6. Der Fuehrer's Face Çizgi Filmi Analizi

Çizgi film pek çok Amerikan çizgi filmine imza atan Walt Disney tarafından, 1943 yılında, orijinal dili İngilizce olarak, 7 dakika 52 saniyeden oluşacak şekilde hazırlanmıştır (IMDb.com, 2020). Film, dönemin Nazi ve Nazizm karşıtı Amerikan çizgi filmlerinden günümüze temiz ve net görüntü kalitesi ile ulaşabilen örneklerden birisidir. Filmin tamamına Youtube video paylaşım platformundan ulaşılabilir (Kinney, 1943).

Çizgi filmin baş karakteri Walt Disney ve çizgi film dünyasının İkinci Dünya Savaşı boyunca sıklıkla kullandığı ve birçok filmde yer alan Donald Duck'tır. Çizgi film bir Nazi bando grubunun Nazi propagandası ile başlar. Propaganda esnasında ve film boyunca sürekli "Heil Hitler" sloganı atılır ve Nazilerin "üstün insan" nitelemesine vurgu yapılır. Bando grubunun içindeki askerler de dönemin diğer faşizmle yönetilen ülkelerinin liderlerini canlandırmaktadır. Bunların başında Japon İmparatoru Hirohito ve İtalya Başbakanı Benito Mussolini gelir (Görsel 70, Görsel 71 ve Görsel 72). Aslında bando grubu bir tür faşizm grubu, Mihver Devletler olarak canlandırılmaktadır. Bando grubunun yürüyüş yaptığı yoldaki cisimler Nazilerin simgeleriyle kaplıdır. Örneğin, ağaçlar Nazilerin gamalı haçı ile aynı şekilde gösterilir. Nazilerin ideolojilerini, Nazizmi propaganda aracı olarak her nesne, her durum, her kişi üzerinde nasıl kullandıkları vurgulanır. Donald Duck'ın uykuda olduğu sahnede dahi bir elini kaldırıp Nazi selamı vermesi, masa saatinin her zaman dilimini gamalı haç olarak göstermesi, duvar saatinden uyandırmak için fırlayan cismin Hitler'in bir küçük kuklası olması, Donald Duck'ın yatağının başındaki örtünün dahi kırmızı üzerine beyaz halka içinde siyah gamalı haç şeklinde olması ve daha birçok örnek filmde Nazilerin ideolojik propagandalarını bir yaşam biçimine dönüştürdüklerini göstermektedir (Görsel 73).

Görsel 70



(Kinney, 1943)

Görsel 71



(Kinney, 1943)

Görsel 72



(Kinney, 1943)

Bando kısmının devamında ise Donald Duck'ın olduğu sahne gelir. Donald Duck sabah uyanır ve karşı duvarda posterleri yer alan Hitler, Hirohito ve Mussolini'yi “Heil Hitler, Heil Hirohito ve Heil Mussolini” diyerek selamlar. Duck kahvaltısını yapmak için herkesten gizlediği kasasından bir tutam kahve çıkarır ve soğuk suya koyar. Çünkü kahve çok kıymetli bir şeydir ve çizgi filme göre dönemin Almanyası'nda sıcak su bulmak da imkansızdır. Ardından çizgi filmde Alman halkının kıtlık içinde olduğunu, sağlıklı temel besin maddelerine, gıdaya dahi ulaşamadıklarını, fakirlik içinde olduklarını anlatmak için Donald Duck “domuz pastırması ve yumurta aroması” yazılı bir parfüm şişesinden ağzına esans sıkarak, testereyle kestiği bir dilim ekmeği zorlukla yemeye çalışır (Görsel 74). Kahvaltı sonrası tüfeğin süngüsüyle önüne Hitler'in “Kavgam” isimli eseri konulur ve Duck için ideolojik günlük ders başlar (Görsel 75).

Görsel 73



(Kinney, 1943)

Görsel 74



(Kinney, 1943)

Görsel 75



(Kinney, 1943)

Akabinde Donald Duck, seslendiren tarafından “Naziland” olarak belirtilen Almanya'nın bir sanayi bölgesinde çalıştırılmak üzere götürülür. Buraya girerken Donald Duck'a köle olmamak için Alman halkının çok çalışması gerektiği söylenir. Donald Duck burada tıpkı Charlie Chaplin'in Modern Zamanlar filminde olduğu gibi bir seri üretim bandının başında tek tipleşmiş mermi üretiminde mermi başlıklarının düzeltilmesi işini

yaparak çalışır (Görsel 76). Bu iş o kadar yoğunlaşır ki Donald Duck bir süre sonra sürekli çalışmaktan küçük bir Hitler’e dönüşür. Artık çevresindeki her cismin, her şeyin Heil Hitler diyerek selam durduğunu görmeye başlar ve akıl sağlığını kaybeder.

Ardından çizgi filmin son sahneleri Donald Duck’ın aslında bir rüya gördüğü gösterilerek başlar. Rüyadan yorgun, bitik bir şekilde uyanan Donald’ın üstünde Amerikan bayraklı bir pijama, gerçek yatağının arkasında “Home Sweet Home” (Evim güzel evim) yazılı bir çerçeve bulunur (Görsel 77). Uyandığında başının ağrıdığını söyleyen Donald karşısında duvarda selam duran Hitler’in gölgesini görür ve bir an başını pencereye çevirir. Bu esnada evinde olduğunu anlar ve Amerikan bayraklı perdesinin altında pencere başında duran özgürlük heykeli biblosunu görüp yanına gider. Özgürlük heykelini görünce çok mutlu olan Donald bibloya sarılıp öper ve Amerikan vatandaşı olmaktan çok memnun olduğunu söyler (Görsel 78). Ardından filmin sonunda Hitler’in fotoğrafı çıkar ve seslendiren tarafından suratına bir domates fırlatılarak Hitler’in fotoğrafı ortadan kaldırılıp kanla yazıldığını gösterir şekilde “The End” (Son) yazısıyla film sona erer.

Görsel 76



(Kinney, 1943)

Görsel 77



(Kinney, 1943)

Görsel 78



(Kinney, 1943)

Tablo 9: Der Fuehrer's Face Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
ABD	Naziland, Japonya ve İtalya
Zenginlik	Yoksulluk ve Kıtlık
Çalışma Hürriyeti	Zorunlu Çalışma
Özgürlük Heykeli	Lider Hegemonyası
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Barış	Savaş
Huzur	Hüzün
Özgürlük	Kölelik
Liberalizm	Faşizm

Der Fuehrer's Face çizgi filmi genel olarak Nazi Almanyası'na ve Nazizm ideolojisine karşı Amerikan toplumunda ideolojik propaganda yaparak kamuoyu oluşturmak, halkın yürütülen savaşta ülkelerine olan desteklerini arttırmak, olası olumsuz senaryolara karşı Nazizm'in nasıl bir şey olduğunu, Almanya'da hayatın nasıl olduğunu halka göstermek ve buna karşı koyulması için bir bilinç oluşturmak amacıyla hazırlanmış görüntüsündedir. Ayrıca bu filmin de The Ducktators çizgi filmindeki gibi açık açık propagandası yapılan devlet tahvili ve hisse senetleri alımına yöneltileme mesajı olmasa da filmin yayınlandığı dönemde devlet bono ve tahvillerinin satışının özendirilmesi amacı taşıdığı da ifade edilmektedir (Nieuwint, 2020).

Özellikle kullanılan simgeler, sürekli yoğun ideolojik Nazizm propagandası, Alman halkının kıtlık ve sefalet içinde olduğunu yansıtılması, insanların hayatlarının sadece Hitler'e itaat etmekten ibaret olduğunu gösterilmesi, Alman halkının endüstrileşme yolunda ve savaş aletlerinin yapımı için aklını kaybedecek derecede fabrikalarda çokça çalıştırılması şeklinde Amerikan halkına yönelik, Nazizm aleyhine,

bir karşı ideolojik propaganda içermektedir. Burada anlatılan karşı Nazizm propagandası Slavoj Zizek ve Cemil Meriç'in ideoloji ile ilgili görüşlerinin de düşünülmesini sağlar. Hem Zizek'in ideoloji gözlüğü hem de Meriç'in izmlerin idraklerimize giydirilen birer deli gömleği oldukları düşüncelerinin burada karşılık bulduğu söylenebilir. Çizgi filmin rüya olan kısmının Zizek'in ideoloji gözlüğü ile görüldüğü söylenebilir çünkü Donald Duck uykusundan uyandığında artık Nazizmin ideolojik propagandasına maruz kalmayarak bir nevi ideoloji gözlüğünü çıkararak gerçek hayatına dönmüştür. Ancak bu gerçek hayatında da başka bir hâkim ideolojinin ideolojik propagandasına maruz kalmıştır. Rüya sonrası kısmın da Meriç'in izmlerin idrake giydirilen deli gömleği olduğu metaforunu yansıttığı ifade edilebilir. Çünkü Donald Duck uyku sırasında bir ideolojiye maruz kalırken uyanık olduğu sırada da bir başka ideolojinin propaganda saldırısına maruz kalmaktadır ki filmdeki 77 ve 78 numaralı görseller bu durumu net bir şekilde yansıtmaktadır.

Özetle bu çizgi film, İkinci Dünya Savaşı sırasında çizgi filmlerin birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldıkları ve Slavoj Zizek'in ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri kapsamında hâkim bir ideoloji anlayışının ve bu anlayışın propagandasının bu çizgi filmler aracılığıyla hedef kitleye aktarıldığı önermelerinin sınanması açısından isabet göstermiş ve bu önermelerin göstergebilimsel analiz neticesinde doğruluğunu teyit etmiştir.

3.2.7. Reason and Emotion Çizgi Filmi Analizi

Reason and Emotion çizgi filmi 1943 yılında, orijinal dili İngilizce ve 8 dakika olarak, dönemin ünlü film üreticisi Walt Disney tarafından İkinci Dünya Savaşı için bir propaganda filmi olarak hazırlanmıştır (Roberts, 1943). Çizgi film aynı zamanda The Oscars olarak da bilinen Academy Awards ödüllerine de aday gösterilmiştir (IMDb.com, 2020).

Çizgi film bir dış sesin konuşmasıyla başlar ve bu dış ses insan beyninde ve bilinçaltında yer alan mantık ve duygunun nasıl çalıştığı, bu ikisinin birbiriyle ne tür bir savaş içinde olduğu ile ilgili bilgiler paylaşır. Bunu yaparken de öncelikle insanın doğduğu, bebeklik aşamasından örnekler verir. Çizgi filme göre bebekken insanlar daha çok duygularıyla hareket ederler ve mantık, mantıklı düşünme yetisi henüz insanlarda bebeklik dönemlerinde oluşmamıştır. Bu nedenle kendilerine veya etraflarına istemsizce

yaptıkları yaramazlıklar neticesinde zarar verebilirler. Örneğin, görsel 79’da bebek evdeki birkaç eşyayı kırmış ve duvarları eline boya batırmak suretiyle boyamıştır. Bunun sebebi çizgi filme göre bebeğin bu yaşlarda tamamen duygularıyla bilinçsiz bir şekilde hareket etmesidir. Bu duygu ise Görsel 80’de simgelenir. Görsel 81’de de duygu, bebeğe bu merdivenlerden aşağı yuvarlanmasını, bunun çok eğlenceli olacağını söyler ve çizgi filmin bu sahnesinde bebek merdivenlerden yuvarlanır ve yaralanır. Burada duygularla hareket etmenin tamamen zararlı sonuçlar doğuracağı vurgulanmaktadır.

Görsel 79



(Roberts, 1943)

Görsel 80



(Roberts, 1943)

Görsel 81



(Roberts, 1943)

Devamında bebeğin büyümeye başlamasıyla birlikte bilincinde bir de mantık, mantıklı düşünme yetisi doğmaya başlar. Ardından Görsel 83’te görüldüğü üzere mantık ve duygu arasında çatışmalar başlar.

Görsel 82



(Roberts, 1943)

Görsel 83



(Roberts, 1943)

Zamanla bu çatışmalar mantık lehine sonuçlanır ve artık bebeklikten çıkıp yetişkin bir birey haline gelince, mantık beyindeki kontrolü ele geçirir. Artık direksiyonda mantık vardır ve duygu arka planda onu takip eder. Ancak belirli zamanlarda insanların hormonlarının da etkisiyle duygu, bazı saldırılar yapıp tekrar yönetimi ele geçirmeye çalışabilir. Çizgi filme göre bu gibi anlık durumlar da yine insanın zararı ile sonuçlanır.

Görsel 84

(Roberts, 1943)

Görsel 85

(Roberts, 1943)

Görsel 86

(Roberts, 1943)

Görsel 85’te güzel bir kadın gören erkeğin bu kadınla konuşarak onunla görüşmek istediğini çok uygun olmayan bir dille ifade etmek isteyen duygu, bir an mantığı aldederek kontrolü ele geçirir ve erkek gidip kadına teklifini sunar. Sonucunda kadın erkeğe bir tokat atar ve duygu yine bir hareketiyle mutsuzluğa yol açar.

Görsel 87

(Roberts, 1943)

Ardından film mantık ve duygu ilişkisine bir de kadınların dünyasından bakmak ister. Orada da durum çok farklı değildir. Yine duygu ve mantık kadınlarda erkeklerdeki özelliklerinin benzerlerini gösterir.

Görsel 88

(Roberts, 1943)

Görsel 89

(Roberts, 1943)

Görsel 90

(Roberts, 1943)

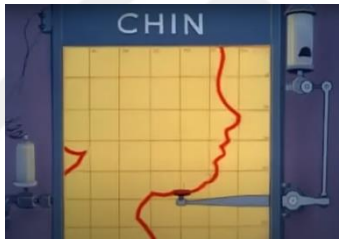
Yetişkin kadın karakterde de mantık her şeyi kontrol ederken bir süre sonra yemek seçiminden dolayı duygu ile aralarında bir tartışma başlar. Bunun sonucunda kısa süreliğine de olsa kontrolü ele geçiren duygu yemek seçimleriyle mantığı çılgına çevirir. Mantık, kesinlikle bir kadının çene altının sarkık olmaması gerektiğini, profil olarak görünüşünün kilolu olmaması gerektiğini, bir kadının vücudunda göbek, kalça ve benzeri bölgelerinde fazlalıklarının olmaması gerektiğini, vücudunun şeklinin asla değişmemesi ve bozulmaması gerektiğini düşünmektedir (Görsel 92, 93, 95). Buradaki bu düşünce tarzının günümüzde de hala geçerli olduğu, hâkim liberal kapitalist ideolojinin günümüzde reklam filmlerinde, kozmetik, parfüm, krem, saç bakımı ürünleri, vücut güzellik malzemeleri, estetik cerrahi tedavi ve ürün pazarlama faaliyetlerinde, tatil otellerinin kampanya reklamlarında, herhangi bir otomobil veya ev satışında ve daha pek çok örneğini verebileceğimiz durumlarda kullandığı, ön plana çıkardığı kadın figürü ile buradaki figürün aynı olduğu görülmektedir.

Görsel 91



(Roberts, 1943)

Görsel 92



(Roberts, 1943)

Görsel 93



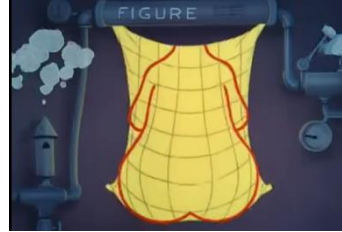
(Roberts, 1943)

Görsel 94



(Roberts, 1943)

Görsel 95



(Roberts, 1943)

Çizgi filmin bu bölümü duyguların kontrolünde geçen sürenin çeşitli problemlere yol açacağı söylemi ile sona erer. Yapılan analize göre çizgi filmin buraya kadar olan 4 dakika 10 saniyelik bölümü filmin ideolojik propaganda aracı olarak kullanılabilmesi için oluşturulan bir alt yapı, bir giriş bölümüdür. Buradan sonra film içinde bu girişin üzerine

inşa edilen, doğrudan ideolojik propaganda aracı olarak çizgi filmin kullanılmasına yönelik yeni bir bölüm başlamaktadır.

Bu bölüm çeşitli gazetelerin manşetleriyle başlar ve gazete manşetlerinde savaş süresince günbegün değişen farklı söylemlerdeki başlıklar görülmektedir. Bunlardan Japs Bomb (Japonlar Bombalıyor), Secret Weapon (Gizli Silah), Fifth Column... (Beşinci Kol Faaliyeti), Nazis Grab (Nazilerin Kaptıkaçtısı), Navy Sunk (Donanma Battı), Starving (Açlık), Plenty Of Food (Gıda Bolluğu), Loosing The War (Savaş Kaybediliyor), Winning (Kazanılıyor), Loosing Everywhere (Her Yerde Kaybediliyor) başlıkları ön plana çıkartılmaktadır ve aslında burada göstergeler aracılığıyla savaş sırasında yürütülen ve sürekli değişen metin propagandalarına bir göndermede bulunulmaktadır. Özellikle “Fifth Column...” başlığı dikkat çekicidir. Çünkü bu çalışmanın birinci bölümünde de değinildiği üzere beşinci kol faaliyeti, İkinci Dünya Savaşı sırasında yürütülen en etkili propaganda yöntemlerinden birisini oluşturmaktadır.

Görsel 96



(Roberts, 1943)

Görsel 97



(Roberts, 1943)

Görsel 98



(Roberts, 1943)

Ardından koltuğunda oturup gazetesini okuyup radyo başında bekleyen yetişkin bir erkek karakter görülür. Karakter birden fazla gazete okumuştur. Bu gazetelerde Nazi ve Japon kelimelerinin geçtiği çeşitli başlıklar vardır ve bu başlıkların çizgi filmin propaganda amacına hizmet eder şekilde sahneye yerleştirildiği görülmektedir.

Görsel 99



(Roberts, 1943)

Karakter Mr. John Doakes radyoyu açtığı anda radyoda savaşın kaybedilmekte olduğuna dair haberler vardır. Ardından bir hayalet belirir ve savaşın kaybedildiğini, kendince tedbirler alması gerektiğini söylemektedir. Ardından bir başka hayalet belirir ve aynı şeyleri bu sefer daha hızlı konuşarak söyler. Bir süre sonra söyledikleri hızlı konuşmasından dolayı anlamsızlaşan sesler haline dönüşür. Ardından yaşlı bir kadın oğlundan haber aldığını, savaşın gidişatının giderek kötüleştiğini söyler. Bir süre sonra kadın bir papağana dönüşür ve aynı şeyleri tekrar eder. Bu sırada bir an boşluk bulan John, kendisini düşman süngüleri tarafından çevrilmiş gibi hissetmeye başlamıştır.

Görsel 100



(Roberts, 1943)

Ardından turuncu saçlı bir erkek karakter belirir ve John bu sefer onun söylediklerine kulak kabartır. Bu kişinin söyledikleri bir süre sonra bir eşek anırtmasına dönüşür. Ardından gazetelerin ekstra sayıları John'un eline geçer ve karakter daha fazla dehşete kapılır. Ardından bir başka yaşlı kadın savaşla ilgili olumsuz haberler verir ve ölümü andıran iskelete dönüşerek kötü haberler vermeye devam eder.

Görsel 101



(Roberts, 1943)

Tüm bunların neticesinde John, artık duygusal olarak savaşın kaybedileceği ve bir an önce bir şeyler yapılması gerektiğini düşünen, tedirgin, dehşete düşmüş, ölüm korkusunun her yanını sardığı bir ruh haline bürünür.

Görsel 102



(Roberts, 1943)

Görsel 103



(Roberts, 1943)

Filmin ilk bölümündeki duygu ve mantık burada tekrar sahnelenir ve John'un zihnindeki mantık ve duygunun birbiriyle kavgası, bu haberler ve söylentiler sebebiyle duygu tarafından ele geçirilmekte olan zihnin içinde bulunduğu durum gösterilir. Duygu savaşın kaybedilmekte olduğunu, derhal bir şey yapması gerektiğini, bir tepki göstermesini, bir eylemde bulunması gerektiğini düşünürken mantık da onu dizginlemeye çalışır ama bu dış etmenler nedeniyle bu tartışmadan duygu galip çıkar.

Görsel 104



(Roberts, 1943)

Çizgi filmin giriş kısmında konuşmaya başlayan dış ses burada da devreye girerek mantık ve duygunun kendi aralarındaki bu savaşa bir son vermeleri gerektiğini, duygunun mantığı öldürmek istemesine tek sevinecek kişinin Adolf Hitler olduğunu söyler. Dış ses Adolf Hitler ve ekibinden ayak takımı olarak bahseder ve dış sese göre propaganda ustası bu ayak takımı sempati, korku, nefret ve gururla duyguların zayıflığından beslenip onu avlayarak akli ve mantığı yok eder. Dış sese göre Hitler bunu Alman halkının beyninde, zihin dünyasında yapmıştır. Bu yüzden onları etkileyebilmekte ve Nazi Superman'i oluşturabilmektedir. Çizgi film, propagandanın alaycı özelliğini kullanarak Nazi Superman'in gösterildiği görsellerde bütün erkeklerin yüz ifadelerini ve burunlarını domuzu andıracak şekilde tasvir etmiştir.

Görsel 105



(Roberts, 1943)

Görsel 106



(Roberts, 1943)

Görsel 107



(Roberts, 1943)

Dökülen göz yaşlarının ardından dinleyicilerde bir sempati oluşturulduğu ve ardından bu sempati ile asıl savaş isteyenlerin kendilerinin olmadığı, her zaman barış yanlısı oldukları ifade edilir. Bununla birlikte savaşın diğer tarafının her zaman kendilerini savaşıma zorladığı düşüncesine kitle inandırmak istenilir. Dinleyicinin zihninde mantık ona inanmaması gerektiğini, onun bir yalancı olduğunu söylediğinde ise bu gösteriden son derece etkilenmiş olan duygu karşı koyar ve onun kendisinin Führeri olduğunu, bütün dünyanın barış yanlısı sevgili Führerlerine karşı olduğunu söyler.

Görsel 108



(Roberts, 1943)

Hitler, korku ve sempati ile etkilediği kitlesine son olarak sihirli sloganlarından birisi olan “Deutschland über alles”i söyleyerek dış sese göre sahte Aryan ırkı teorileriyle kendilerinden gurur duymalarını sağlar. Duygularıyla hareket eden insanlar mantıklarını da zorla bu duyguların istikametinde yönlendirirler. Bu durum filmde Görsel 109’da olduğu gibi sahnelenir:

Görsel 109



(Roberts, 1943)

Artık kitleler tamamen ayarları değiştirilmiş, etki altında bırakılmış, duygularıyla hareket ederek mantık, akıl ve sağduyularını yitirmişlerdir. Bunun üzerine gerçek örnekleri İkinci Dünya Savaşı sırasında toplama kamplarına insanların kapatılarak soykırıma maruz kalmaları gibi Naziler tarafından kendilerinden olmayanlara yaptıkları uygulamaları hatırlatmaktadır. Çizgi filmde Görsel 111’de görüldüğü gibi bu durum tasvir edilmektedir.

Görsel 110

(Roberts, 1943)

Görsel 111

(Roberts, 1943)

Filme vurgulanan en önemli mesajlardan birisi de artık nefretin egemenliği ile duygunun silahlandığı ve “demokrasileri yok et” mesajıyla harekete geçilmesidir. Artık duygu Görsel 112 ve Görsel 113’te görüldüğü gibi harekete geçer ve eş zamanlı olarak Nazi istilasını da başlar. Filmin ilk sahnelerinde duygunun bir diktatör olduğunun aktarıldığı da hatırlanınca “demokrasileri yok et” sloganı ve bu sahnelerdeki sözlü göstergelerin verdikleri mesajlar birbirlerini tamamlayıcı niteliktedir denilebilir.

Görsel 112

(Roberts, 1943)

Görsel 113

(Roberts, 1943)

Ardından dış ses Görsel 104’te birbirleriyle kavga eden mantık ve duyguya seslenerek eğer bu şekilde devam ederlerse mantığın köleleştirilerek çılgın bir duygunun her şeyi mahvedeceğini belirtir ve onlara nasihatler vermeye başlar.

Mantığın düşünüp plan yaparak doğru olanı ayırt etmesi gerektiğini, duygunun ise iyi ve güçlü bir duygu olabileceğini, bir duygunun ülkesini, özgürlüğünü, yaşamını seveceğini ve ikisinin birlikte kararlı bir şekilde tüm ihtimallere, acımasız tüm düşmanlara karşı birlikte savaşabileceklerini söyler.

Görsel 114



(Roberts, 1943)

Mantık ve duygunun, mantığın kontrolünde hareket etmesi, duygunun da onun yanında yer almasıyla doğru bir şekilde savaşa hazır olduklarını göstererek film Amerikan savaş uçaklarının çizgi görüntüleri arasında sona erer.

Görsel 115



(Roberts, 1943)

Tablo 10: Reason and Emotion Çizgi Filminde Somut (Düz Anlam) ve Soyut (Yan Anlam) Kavramlar

SOMUT KAVRAMLAR-DÜZ ANLAMLAR	
Mantık	Duygu
ABD	Nazi Almanyası
Demokrasi	Diktatörlük
Sivil Yaşam	Militarist Yaşam
İnsanlık	Aryan Irkı
Liberalizm	Faşizm
SOYUT KAVRAMLAR-YAN ANLAMLAR	
Barış	Savaş
Kontrol	Kaos
Özgürlük	Kölelik
Güzellik	Çirkinlik
Çalışkanlık	Miskinlik
Tutumluluk	İsraf ve Savurganlık
Birlik	Tekillik, Yalnızlık

Reason and Emotion çizgi filmi, göstergebilimsel analizi sonucunda Tablo 10'da yer alan karşıt kavramlar ve anlamlar ile Amerika Birleşik Devletleri tarafından Nazi Almanyası'na karşı özellikle kendi iç kamuoyunda yer alan görüş ayrılıklarını azaltmak, birlikteliği sağlayabilmek ve olası Nazi propagandasına karşı kamuoyunun bilinç seviyesini yüksek tutmak, kitle iletişim araçlarıyla karşı propaganda faaliyeti yürütüldüğü taktirde mantık ve duyguların nasıl yönlendirilmesi gerektiği konusunda halkı

bilinçlendirmek için hazırlanan psikoloji temelli bir İkinci Dünya Savaşı ideolojik propaganda aracı çizgi filmi görüntüsündedir. Film içerisinde açıklanan mantık ve duygu kavramları birer karşıt kavramlar olarak gösterilmiş, filmin sonunda barış sağlanarak bu kavramların birlikte hareket etmesi gerektiği söylenerek ülke içerisinde yer alan muhalif ve muhalif olmayan tüm kesimlerin iç barışına bir göndermede bulunulmuştur.

Tablo 10'dan hareketle çizgi filmin göstergebilimsel analizi detaylandırıldığında başkaca ayrıntılar da dikkat çekmektedir. Örneğin, film boyunca mantığa, duyguya ait göstergeler ve insan silüetindeki tasavvurlar dikkat çekicidir. Duygu hem erkek hem kadın karakterde daha agresif, daha çok istekleri olan, daha çok hareketli, daha keyfi davranışlar sergileyen ve tıpkı eski devirlerde yaşayan insanlar gibi giyinirken, mantık daha sakin, daha akli başında, daha çalışkan, daha hedefe odaklanmış, daha çok belirli kalıplar içinde hareket eden ve günümüz insanının iş hayatındaki giyinmesini anımsatarak takım elbise giyen, düzgün traşlı, saçı toplu, gözlük takarak daha çalışkan görüntüsü yaratılmaya çalışılmış bir yapıdadır. Mantık ve duygunun içine sokulduğu bu kalıplar bile aslında hâkim ideolojinin insanlardan beklentisini yansıtmaktadır.

Nazi Superman sahnesinde seçilen erkek karakterlerin de yüzlerinin domuzu andırması ideolojik propaganda aracı olarak kullanılan çizgi filmlerin hiciv yönlerinin kullanılarak karşı tarafı gülünç duruma düşürme, alay etme özelliğinin bu çizgi filmde de kullanıldığını göstermektedir (Görsel 106).

Yine çizgi filmde kişi eğer mantığını dinlemez ve duygularıyla hareket ederse günlük hayattaki ilişkilerinde de başarısız ve mutsuz olur, denilmektedir. Bu çıkarım sadece erkekler için geçerli değildir. Aynı zamanda kadınlar için de geçerlidir. Bu yüzden çizgi filmin bir bölümü de kadınların bilincinde mantık ve duygu arasında geçen diyaloglardan oluşur. Burada dikkat çeken unsur hâkim ideolojide kadının güzel görünmek, güzel giyinmek, vücut hatlarıyla karşı cinsi etkileyebilecek bir yapıda olmak gibi kalıpların dayatıldığı bir şekilde simgeleştirilmiştir. Burada yer alan yemek sahnesi ve kullanılan göstergeler bu çözümlemenin yapılabilmesini sağlamıştır. Örneğin, yemek sahnesinde mantık daha hafif bir şeyler yenilebileceğini söylerken, duygu daha fazla ve daha kalorili yiyecekler istediğini ifade eder ve mantık hemen devreye girerek diyet yaptıklarını, eğer o şekilde beslenilirse vücudunda olabilecek değişikliklerden bahsederek bu kadın kalıbının dışına çıkmaması gerektiğini öğütlemektedir.

Diğer yandan çizgi film mantık ve duygunun serüvenini doğumdan yetişkinliğe kadar ele alırken aslında hâkim ideolojinin doğumdan yetişkinliğe nasıl bir insan tasarımı olduğunu da ortaya koymaktadır denilebilir. Filme göre çocukların gelişim sürecinden bir yetişkin olana kadar mantık ve duygu çatışmaları olur. Mantık bir süre duygunun kontrolü altında olur ama ilerleyen yıllarda mantık direksiyona geçer ve duyguyu ikinci plana iter. Hâkim ideoloji “ortalama normal insanı” -ki bu terimde çizgi filmde günlük hayatta yaşayan insan için doğrudan kullanılmakta- duygularından arınmış veya duygularını bastırmış, onun yerine mantığıyla hareket eden, kapitalist çalışma düzenini bozucu hareketlerden kaçınan birisi olarak tasarlamıştır. Bu yüzden hâkim ideolojinin insanlarında tamamen duygularıyla hareket etme durumu söz konusu değildir. Hâkim ideolojik propaganda burada çizgi filmi bir araç olarak kullanarak kendi tasarımındaki ortalama normal insanın mantığın kontrolünde duygularının da onu destekler şekilde yanında yer aldığı bir düşünce yapısını, zihin dünyasını desteklediğini dışa vurmaktadır.

Filmin dikkat çeken bir söylemi de giriş bölümü olarak ifade edilen bölümde geçen diktatörlük vurgusudur. Filme göre duygular ve duygularla hareket eden kişiler birer diktatördür. Film, bunu duygularıyla hareket eden kişinin hiçbir şeye tabi olmadan istediğini yapma özgürlüğünü kendisinde görmesiyle açıklar. Duygular diktatördürler. Buradan hareketle İkinci Dünya Savaşı’nda Hitler’in yapmış olduğu propaganda konuşmalarında doğrudan duyguları hedef alması meselesine atıf yapılmaktadır. Duygular, duyguları kullananlar direk diktatör, duyguları kullanılanlar ise onların esirleridirler. Bu söylem, filmde gerek göstergeler gerek söylemler ile açıkça vurgulanmaktadır. Diğer taraftan hâkim ideolojik propaganda bu meselede de çizgi filmi bir araç olarak kullanarak demokrasilerin çok iyi yönetim biçimleri olduğunu, diktatörlüklerin yaşanılmaz sistemler olduğunu ve diktatörlüklerin demokrasileri yok etmek istediklerini vurgulamaktadır.

Çizgi filmin Slavoj Žižek’in çalışmalarında sıklıkla değindiği psikanalizin kurucusu Jacques Marie Émile Lacan’ın düşüncelerine benzer şekilde bilinç dışına, bilinç altına yönelik saldırılar yaparak ideolojik bir propaganda aracı olarak kullanıldığını da söylemek mümkündür. Çünkü çizgi filmde yer alan mantık ve duygu aslında insanın birer duygusu gibi hareket ederek doğrudan davranışlarımızı etkilemektedir. Burada Adolf Hitler’in ve Propaganda Bakanı Joseph Goebbels’in çalışmalarına değinmek gerekir. Hitler ve yer yer kendisi de konuşmalar yapan Goebbels insanın davranış kalıplarını nasıl

daha iyi ve kendi istekleri doğrultusunda yönetebileceklerini, yönlendirebileceklerini çok iyi bilen birer propaganda uzmanıdır. Her ikisi de konuşmalarında doğrudan duyguya hitap ederek ikna edici propaganda konuşmaları sayesinde mantığı yok etmeye çalışırlar. Çünkü güç kazanabilmeleri, kitleleri peşlerinden sürükleyebilmeleri için korku yayarak korkunun verdiği güç ile duygularla oynamaları çok daha kolay hale gelmektedir. Çizgi filmde esasında vurgulanmak istenen nokta budur. Mantık bir kenara bırakılarak tamamen duygular üzerinde oynanan yıpratıcı bir oyun ile mantıksız, akıl dışı, kişilerin kendilerine ve içinde yaşadıkları topluma zarar verebilecek kararlar alabilmesi amaçlanmaktadır. Filmde propagandanın hedef kitlesine bundan uzak durmaları gerektiğini iletmeye çalışmaktadır. Bu göstergeler, imgeler ve söylemler aracılığıyla yapılan da Slavoj Žižek'in ideoloji hakkındaki görüşlerini onaylar nitelikte olup, hâkim ideolojinin bilinç altı ve psikolojik olarak propagandasının hüküm sürmesinin sağlandığı bu çizgi filmde de açıkça belirtilmektedir. Dolayısıyla Reason and Emotion çizgi filminin araştırmanın temel iki önermesini de doğruladığı görülmektedir.

SONUÇ

Propaganda ve ideoloji doğrudan aynı kavramlarla adlandırılmasalar da muhteviyatları nedeniyle kökleri eski zamanlara dayanan, tarih boyunca çeşitli benzer veya birbirlerine yakın farklı anlamlar kazanıp gelişen kavramlardır. Her iki kavram da etimolojik olarak Antik Yunan'da var olmasalar da farklı kelimelerle benzer anlamlar taşıyarak varlık göstermişlerdir. Antik Yunan'da özellikle Sofistler tarafından retorik ve retorik sanatının propagandanın sistemli ilk örneklerinden olması, Sofistlerin retorik, propaganda ve genel olarak felsefe eğitimi bir geçim kaynağı haline getirmeleri, yüzyıllar içerisinde propagandanın propagare kökünden gelişip etkili bir nutuk biçimine dönüşmesi, örneklerinin çoğalması üzere araştırmacılar tarafından belirli sınıflandırmalar yapılarak propagandanın çeşitli türlerinin olduğunun saptanması ve tarihin çeşitli dönemlerinde söylev, hitap kabiliyetleri sayesinde bazı propagandistlerin ünlenmesi ile propaganda gelişip dönüşerek günümüze dek gelmiştir.

Tarihte bu propagandistlere Antik Yunan'dan başlayarak; Sofist Gorgias, Platon, Sokrates, Aristoteles, Hasan Sabbah, Napolyon Bonapart, Adolf Hitler, Joseph Stalin, Vladimir Lenin, Dr. Joseph Goebbels, Martin Luther King, Malcom X. gibi isimler örnek gösterilebilir.

İdeoloji kavramı incelendiğinde de geçmişte kelime olarak var olmadan önce de ideoloji anlamına gelebilecek kelimeler, kavramlar var iken idea ve oloji sözcüklerinin birleşmesiyle kavramın 21.yüzyıldaki kullanımına kavuştuğu görülmektedir. Bu kavram da tıpkı propaganda gibi kelime olarak zaman içerisinde uzun bir serüven yaşamıştır. Destutt de Tracy'nin katkısı ve bir düşünceler bilimi olarak ideoloji kavramının tezahüründen itibaren ise ideolojinin yolculuğu farklılaşmaya başlamıştır. Kavram artık siyaset bilimine hâkim olan ve üzerine çokça çalışmalar yapılan kavramlardan biri olarak yolculuğuna devam etmiş ve sürekli yeni düşünürlerin eklemeleri, farklı görüşleri ile gelişip dönüşmüştür. Karl Marx, Friedrich Engels, Henri Lefevbre, Raymond Williams, Antonio Gramsci, Karl Mannheim, Şerif Mardin, Sigmund Freud, Louis Althusser, Slavoj Zizek, Cemil Meriç, Ali Şeriatî gibi çalışma kapsamında görüşlerine yer verilen düşünürler de ideolojiye farklı bakış açılarıyla yeni içerikler yüklemişlerdir. Çalışma kapsamında bu düşünürlerden Slavoj Zizek ve Cemil Meriç'in ideoloji hakkındaki görüşleri bir önermede de kullanılmıştır.

Burada çalışma kapsamında önemli olan ise propagandanın sadece propaganda olmaktan çıkıp ideoloji ile birleşmesi neticesinde çok daha farklı bir anlam kazanıp ideolojik propagandanın oluşması ve ideolojik propagandanın nasıl, ne zaman, hangi enstrümanlar ile bir araç olarak kullanıldığıdır. Şüphesiz dünya tarihinde ideolojik propaganda siyasi, askeri, ekonomik, kültürel, sosyal pek çok konuda yürütülmüştür. Çalışma kapsamında ele alınan İkinci Dünya Savaşı da pek çok açıdan ideolojik propagandanın kullanıldığı ve daha önceki örneklerinden farklılaşarak sistemli bir şekilde ideolojik propagandanın yürütüldüğü bir dönem olarak çeşitli açılardan incelenmiştir. Ancak bugüne kadar İkinci Dünya Savaşı sırasında yürütülen ideolojik propaganda hakkında yapılan çalışmaların göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak çizgi filmler gibi daha özel alanlardaki kullanımlarının incelenmesinde boşluklar bulunması bu çalışma için teşvik edici olmuştur. Dolayısıyla çalışma var olduğu düşünülen bu boşluğa bir katkı sunmak amaçındadır.

Çalışmaya yönelik yapılan literatür taramalarında da özellikle Türkçe çalışmalarda konu ile ilgili daha çok iletişim bilimleri alanında çalışmalar olduğu görülmektedir. Siyaset bilimi kapsamında konu hakkında sayıca az çalışmaların olması nedeniyle böyle bir çalışma ile katkı sunulmak istenilmektedir. Çalışma ideoloji ve propaganda kavramlarını siyaset bilimi kapsamında ele almıştır. Çalışmada uygulanan göstergebilimsel analiz yöntemi ile ideolojik propagandanın İkinci Dünya Savaşı sırasında hazırlanan çizgi filmlerde Slavoj Žižek'in ideoloji gözlüğü ve Cemil Meriç'in izmlerin deli gömlekleri olduğu metaforları doğrultusunda hâkim ideolojik görüşün dikte edilmesi amacıyla hazırlandıkları, çizgi filmlerin doğrudan ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldıkları önermeleri sınamıştır. Çalışma bu yönüyle siyaset bilimi kapsamında ideolojik propaganda aracı olarak kullanılan çizgi filmlerin göstergebilimsel analizini yaparak konuyu doğrudan siyaset bilimi argümanlarıyla incelemek suretiyle siyaset bilimi çerçevesinde yer alan bu boşluğun doldurulması için bir katkı sunmak istemiştir.

Bu amaçlarla yürütülen çalışma iki temel önermesini yapılan göstergebilimsel analiz yöntemi ile sınamış ve her bir çizgi film özelinde şu sonuçlara ulaşmıştır:

-Der Störenfried çizgi filminde gerek bölgeyi savunan hayvanlardan oluşan güçlerin Nazi ordusunun kurumlarını temsil etmesi, Nazilerin kullandıkları Blitzkrieg

taktiği ile düşman unsura saldırımları, Nazizm yönetimi altında huzur ve barış içerisinde yaşayan toplumun komünizm gibi topluma düşman ve topluma saldıran bir yönetimi benimsemeyeceği görüntüsünün verilmesi, tek bir düşmana karşı birleşen hayvanların filmde bir Volksgemeinschaft (Ulusal Topluluk) oluşturmaları, onları bir arada tutan unsurun Nasyonal Sosyalizm, onun koruyucusu olarak da Nazi ordusu olduğunun görseller aracılığıyla aktarılması nedeniyle çalışmanın ilk temel önermesini doğrulamaktadır. Çizgi film, Naziler tarafından bir ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Ayrıca Zizek'in hâkim ideoloji hakkındaki düşünceleri Volksgemeinschaft adıyla bölgede yaşayan hayvanlara benimsetilmiştir. Dolayısıyla çizgi film hâkim ideolojinin propagandasının benimsetilmesi için bir araç olarak kullanılmış ve bu nedenle çalışmanın ikinci temel önermesini doğrulamıştır.

-What Hitler Wants çizgi filminde yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda Sovyet Rus halkının var olma savaşı verdiği, bu savaşı komünizm ile kazanabileceği, komünizmin onların hayatlarındaki kolaylık, mutluluk ve refahın kaynağı olduğu, Nazizmin ise tam aksine onları köleleştirmek istediği hususları üzerinde durularak bir komünizm ideolojik propagandası yapılmıştır. Çizgi film bu yönüyle çalışmanın ilk önermesini doğrulamaktadır. Aynı zamanda komünist ideolojinin tüm unsurlarıyla halka benimsetilmesi ve bunun bozulabileceği durumlarda halkın başka toplumların ve siyasi iradelerin kölesi haline gelebileceği propagandası da Zizek'in hâkim ideoloji hakkındaki görüşlerini desteklemektedir. Çizgi filme göre tek bir ideal yönetim vardır. Bunun adı komünizmdir ve o her yerde, hayatın her alanında. Bu yönüyle diğer yönetim tarzlarını tanımaktan dahi uzak olan bir sistemin de Cemil Meriç'in ifade ettiği gibi izmler'in idraklerimize giydirilen birer deli gömlekleri olduğu düşüncesini doğruladığı görülmektedir.

-Donald Gets Drafted çizgi filmi ise ünlü çizgi film karakteri Donald Duck ile yürütülen Amerikan kapitalist liberal ideolojisinin en önemli propaganda filmlerinden birisidir. Filmde aslında Amerikan Rüyası yaşamı ve tam karşısında yer alan diğer bütün sistemler kıyaslanmaktadır. Filmde doğrudan diğer sistemler ve ülkelerdeki yaşantılara atıf yapılmasa da film, ideolojik propaganda aracı olarak kullanılan bir çizgi filmidir. Filmde ideolojilerin, Amerikan kapitalist liberal ideolojisi ve diğerleri şeklinde bir ayrıma tabi tutulduğu görülmektedir. Film bu yönüyle çalışmanın ilk önermesini doğrulamaktadır. Aynı zamanda sadece kapitalist liberal ideoloji üzerinde durularak da

tek bir hâkim ideolojinin kabul edilebileceğini düşündürmekte ve çalışmanın ikinci önermesindeki Zizek'in hâkim ideoloji görüşünü doğrulamaktadır.

-The Ducktators çizgi filmi de göstergebilimsel analiz için çok etkili görsellere sahiptir. Çizgi film Mihver Devletlerin yöneticilerinin ve onların yönetim biçimlerinin eleştirisi üzerine kuruludur. Film bir yandan Mihver Devletlerin faşist ideolojilerine karşı eleştiriler getirirken bir yandan da Avrupalı Müttefik Devletlerin esnek tutumlarına karşı bir protesto niteliği taşımaktadır. Bu özelliğiyle tek çarenin ve tek kurtarıcının Amerika Birleşik Devletleri olduğu propagandası yapılarak çalışmanın ilk önermesini doğrulamakta ve Amerika'nın ideolojik propagandası yapılmaktadır. Film bununla da kalmayıp çalışmanın ikinci önermesindeki hâkim ideolojinin diktatör düşmanlardan kurtulmak adına etki alanının genişletip yerleşebilmesi için de insanlardan Amerikan devlet tahvil ve bonolarını satın almalarını istemektedir. Aynı zamanda filmde, sadece Amerika Birleşik Devletleri'nin değil, Nazilerin de yayılmacı politikalarıyla kendi ideolojilerinin Slavoj Zizek'in savunduğu şekilde hâkim ideoloji olarak diğer toplumlarda etkili olma isteğinin yansıtıldığı da söylenebilir.

-Fascist Barbarians: Cinema Circus çizgi filmi çalışmanın önceki bölümlerinde değinildiği üzere kara propagandayı kullanarak özellikle hedef kitlenin liderini gülünç duruma düşürme, alay etme özelliklerini barındırmaktadır. Sovyet Rus yönetimi tarafından hazırlatılan çizgi film, bu özellikleriyle kendi toplumu üzerinde bir ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Bu yönüyle çizgi film çalışmanın ilk önermesini doğrulamaktadır. Burada Zizek'in hâkim ideoloji önermesi doğrudan kendisini göstermese de aslında hâkim bir ideolojik gücün oluşmasının mümkün olmadığı da vurgulanmakta zira Hitler'in bu hâkim ideolojiyi kurmak isterken yaşadığı başarısızlıklar anlatılmaktadır.

-Der Fuehrer's Face çizgi filminde de dönemin ünlü çizgi film karakteri Donald Duck iş başındadır. Donald Duck'ın yer aldığı ve Walt Disney Productions tarafından hazırlanan 1939-1945 yılları çizgi filmlerinin tamamı ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmak için üretilmişlerdir. Çalışmaya konu edinilen Der Fuehrer's Face çizgi filmi de Nasyonal Sosyalist ideolojiye karşı Amerikan toplumunda ideolojik propaganda yaparak kamuoyu oluşturmak amaçındadır ve bir ideolojik propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Film bu yönüyle birinci önermeyi doğrulamaktadır. Film, Nazizm

ideolojisine bağımlılığın yarattığı etki ve sonuçları ele aldığı da Slavoj Zizek ve Cemil Meriç'in ideoloji ile ilgili görüşlerini düşündürmektedir. Çizgi filmde hem Zizek'in ideoloji gözlüğü hem de Meriç'in izmlerin idraklerimize giydirilen birer deli gömleği olduğu düşünceleri çok açık bir şekilde karşılık bulmaktadır. Bu nedenle çalışmanın ikinci önermesi de doğrulanmaktadır. Aynı zamanda çizgi film iki parçaya ayrılmış görüntüsündedir. İlk parçasında Donald Duck'ın rüya gördüğü kısmı Zizek'in ideoloji gözlüğü ile görülmüştür. İkinci parçası da uyandıktan sonraki hayatı bir ideolojinin deli gömleği ile yaşadığı kısmıdır. Gerçek hayatında var olan hâkim Amerikan kapitalist liberal ideolojinin etkisiyle ortaya çıkan durum, Meriç'in izmlerin idrake giydirilen deli gömleği metaforuyla açıklanabilmektedir. Donald Duck'ın pijamasından odasının perdesine kadar her yerde var olan bu hâkim ideoloji karakterin özgürlük heykeline sarılıp Amerikan vatandaşı olmaktan memnun olduğunu dile getirmesi ile daha da açıkça görülür hale gelmiştir.

-Reason and Emotion çizgi filmi ise akıl ve duygu üzerinden çok önemli göstergeler aracılığıyla ideolojik propagandanın doğrudan nasıl psikolojik araçlarla yapıldığını göstermesi açısından son derece farklı bir yere sahiptir. Film, barındırdığı psikolojik etkiyle hem ideolojiye hem de propagandaya farklı açılardan bakabilmeyi sağlamaktadır. Filmde doğrudan duygularıyla hareket eden insanlar diktatör olarak nitelendirilmiştir. Akıl ve duyguyu dengeli bir şekilde kullanan insanların da demokratik bir yönetim tarzına sahip olacakları ifade edilmiştir. Böylece Nasyonal Sosyalist sistemin karşısında yer alan liberal kapitalist Amerikan ideolojisi savunularak propagandası yapılmaktadır. Bu yönüyle çizgi film çalışmanın ilk önermesini doğrulamaktadır.

Çizgi filmin yapılan göstergebilimsel analiz neticesinde ikinci önerme ile ilgili elde edilen sonuçları ise dikkat çekicidir. Çünkü filmde kullanılan psikolojik mesajlar Zizek'in çalışmalarında sıklıkla değindiği psikanalizin kurucusu Jacques Marie Émile Lacan'ın düşüncelerine benzer şekilde bilinç altına yöneliktir. Bilinç altına saldırılar yaparak film, ideolojik bir propaganda aracına dönüşmekte ve bu yönde kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra hâkim ideolojinin üstün egemenlik vasfı da çizgi filmde yer almaktadır. Örneğin, çizgi filmde doğrudan kadın erkek ilişkilerinin hangi düzeyde ve nasıl olması gerektiği, kadınların nasıl bir vücuda sahip olması gerektiği, neleri yiyip neleri yememeleri gerektiği vurgulanmaktadır. Zizekyen bir bakışla çizgi filmde ideolojinin her yerde, her göstergede ve her sahnede olduğu görülmektedir.

Çizgi filmin hâkim ideolojinin egemenliği konusunda çalışmanın ikinci önermesini doğrular nitelikte bir diğer özelliği de filmin mantık ve duyguyu doğumdan yetişkinliğe kadar ele alırken nasıl bir insan tasarımının olduğunu göstermesidir. Filme göre hâkim ideolojinin ortalama insanı duygularını baskılamış, mantığıyla hareket etmeyi ön plana çıkarmış, kapitalist çalışma düzenini bozucu hareketlerden kaçınan insandır. Film aynı zamanda filmdeki hâkim ideolojinin demokratik bir yönetim biçimini savunduğunu ileri sürmektedir. Çünkü filme göre duygular diktatördürler. Mantık olmadan yürütülen bir politik sistem duygulardan ibarettir. Duygular da mantıktan yoksun oldukları için diktatörlerin davranışlarını sergilerler. Bu nedenle filme göre hâkim ideolojinin yönetim biçimi demokrasi olmalıdır. Tüm bunlar da Slavoj Žižek'in ideoloji hakkındaki görüşlerini destekler niteliktedir.

Nihayetinde bu çalışma, İkinci Dünya Savaşı sırasında üretilen çizgi filmlerden net görüntüleri günümüze kadar ulaşabilmiş ve savaşın her iki tarafı, Müttefik Devletler ve Mihver Devletlerin çizgi filmleri nasıl birer ideolojik propaganda aracı olarak kullandıklarını ortaya koyabilmek adına farklı yedi çizgi filmi incelemiştir. Yapılan incelemede savaşın gerçekleştiği ve araştırmaya konu çizgi filmlerin seçildiği 1939-1945 yılları arasında ideolojik propagandanın çizgi filmler özelinde çok etkili, yoğun ve sistematik bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Çok sayıda görseller ve göstergelerin yer aldığı araştırma örneklemindeki çizgi filmlerin incelenmesinde daha derin ve detaylı sonuçlar elde edebilmek, tam manasıyla çizgi filmlerin ideolojik amaçlarını ortaya koyabilmek adına çalışmada göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Her çizgi film özelinde yapılan göstergebilimsel analizlerde çalışmanın temel iki önermesi; çizgi filmlerin bu dönemde birer ideolojik propaganda aracı olarak kullanıldıkları ve Slavoj Žižek'in ideoloji gözlüğü ile Cemil Meriç'in izmlerin idraklerimize giydirilen birer deli gömlekleri olduğu metaforlarıyla açıklanan, hâkim bir ideoloji anlayışının ve bu anlayışın propagandasının bu çizgi filmler aracılığıyla hedef kitleye aktarıldığı önermeleri sınanmıştır. Neticede ise araştırma örnekleminde yer alan *Der Störenfried*, *What Hitler Wants*, *Donald Gets Drafted*, *The Ducktators*, *Fascist Barbarians: Cinema Circus*, *Der Fuehrer's Face* ve *Reason and Emotion* çizgi filmlerinin tamamında bu önermelerin doğrulandığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Adalet ve Kalkınma Partisi, 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi, <https://www.akparti.org.tr/media/318795/7-haziran-2015-edited.pdf>, (27.04.2020).
- Adalet ve Kalkınma Partisi, 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimler Seçim Beyannamesi, <https://www.akparti.org.tr/media/318779/24-haziran-2018-cumhurbaskanligi-secimleri-ve-genel-secimler-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>, (27.04.2020).
- Akandere, O., (1999), “11 Nisan 1920 (1336) Tarihli Takvim-i Vekâyi’de Kuva-yı Milliye Aleyhinde Yayınlanan Kararlar”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, (424).
- Akarcılı, S., (2003), *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*, İmaj Yayınevi, Ankara.
- Akarcılı, S., (2003), *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*, İmaj Yayınevi, Ankara.
- Aliseriati.com, Ali Şeriati, http://www.aliseriati.com/kitaplar.php?Makale_id=397, (09.09.2020).
- Althusser, L., (2006), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Althusser, L., (2019), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Arda, E. - Kılıçgedik, N. - Bakan, S. - Kemer, B. - Bakan, İ., (2003), *Sosyal Bilimler El Sözlüğü*, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Armaoğlu, F., (1999). *20.Yüzyıl Siyasi Tarihi*, Alkım Yayınevi, İstanbul.
- Avcı, Ö. - Çakı, C. - Yılmaz, N. - Macun, Ş. - Sadıç, F. - Ünlü Kurt, S. - İspir, İ. - Karaca, M., (2018), *İletişim ve Propaganda*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Avşar, S., (2003), “Birinci Dünya Savaşı’nda İngiliz Propaganda Beyannamelerinde İttihat ve Terakki Partisi Aleyhtarlığı ve Alman Düşmanlığı”, *Atatürk Dergisi*, C.3 S.3, (93).
- Avşar, S., (2010), “Birinci Dünya Savaşı’nda İngiliz Propaganda Faaliyetleri ve Osmanlı Devleti”, *Atatürk Dergisi*, C.3 S.2, (122).
- Bacon, F., (2012). *Novum Organum*, Say Yayınları, İstanbul.

Badde, V. P., *Welt Digital*, <https://www.welt.de/kultur/article1321269/Auch-Italien-erregt-sich-ueber-entartete-Kunst.html>, (24.02.2020)

Bağce, H. E., (2005), “İbni Haldun'un İdeoloji Kuramı: Karşılaştırmalı Bir Çözümleme”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (31).

Battistelli, P. P., (2010), *Erwin Rommel*, Osprey Publishing, Oxford.

Cambridge Dictionary, *Propagate*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-italian/propagate>, (23.03.2020).

Carnell, B., *Appreciate America Propaganda Posters Series*, <https://brian.carnell.com/articles/2017/appreciate-america-propaganda-posters-series/>, (26.05.2020).

Carpenter, J., (1988), *They Live*.

Churchill, W., 1940 *The Finest Hour We Shall Fight On The Beaches*, <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/we-shall-fight-on-the-beaches/>, (30.12.2019).

Clark, T., (2017), *Sanat ve Propaganda Kitle Kültür Çağında Politik İmge*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Clarke, I. - Costelle, D., (2009), *Apocalypse: The Second World War*.

Claude, D., (1991), *Hitler ve Nazizim*, İletişim Yayınları, İstanbul.

CNN Türk, *Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın O Canlı Yayını Nasıl Gerçekleşti?*, <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/cumhurbaskani-erdoganin-o-canli-yayini-nasil-gerceklesti>, (23.05.2020).

Coşgun, M., (2012), “Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu”, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, C.1 S.1, (842).

Çağan, K. - Zizek, S. – Şan, M. - Orçan, M. - Aydın, M. - Bayram, A. - Yanar, I. – Konuk, O., (2008), *İdeoloji*, Hece Yayınları, Ankara.

Çakı, C. - Avcı, Ö. - Yılmaz, N. - Macun, Ş. - Sadıç, F. - Ünlü Kurt, S. - İspir, İ. - Karaca, M., (2018), *İletişim ve Propaganda*, Eğitim Yayınevi, Konya.

Çimen, A., (2007), *Tarihi Değiştiren Askerler*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Çınar, B., (2014), “İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya'nın İki Cepheli Savaş Sorunu”, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, C.10 S.20, (184).

Demir, Ş. ve Sesli, M., (2020), “İdeolojinin Sonu Tartışmaları Üzerine Bir Analiz”, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (165-166).

Densho Organization, *Looking Like The Enemy*, <https://densho.org/looking-like-the-enemy/>, (22.02.2020).

Domenach, J. M., (1985), *Politika ve Propaganda*, Varlık Yayınları, İstanbul.

Domenach, J. M., (1969), *Politika ve Propaganda*, Varlık Yayınları, İstanbul.

Duman, M., (2018), “SSCB Tehlikesi Karşısında, CHP Hükümetlerinin Karşı Propaganda Aracı Olarak Sansür Faaliyetleri (1945-1950)”, *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, C.3 S.1, (102).

Eisenhower, M. S., *Japanese Relocation*, <https://www.youtube.com/watch?v=yVvTk9ThEG4>, (22.02.2020).

Encyclopædia Britannica, *Hegel*, <https://www.britannica.com/topic/state-sovereign-political-entity/Hegel>, (26.05.2020).

Encyclopaedia Britannica, *Biography of Ferdinand Porsche Austrian Engineer*, <https://www.britannica.com/biography/Ferdinand-Porsche#ref159590>, (05.01.2020).

Encyclopaedia Britannica, *Battle Of Kursk*, <https://www.britannica.com/event/Battle-of-Kursk>, (06.01.2020).

Encyclopædia Britannica, *World History Japanese American Internment*, <https://www.britannica.com/event/Japanese-American-internment>, (22.02.2020).

Ergil, D., (1981), “İdeoloji Üzerine Düşünceler”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (80-87).

Erkman, F., (1987), *Göstergebilime Giriş*, Alan Yayınları, İstanbul.

Ertürk, S., (2004), *İkinci Dünya Savaşında Yer Altında Savaş*, Berikan Yayınevi, Ankara.

Euronews, *Trump: Türkiye belirlediğim sınırların dışına çıkarsa ekonomisini mahvederim*, <https://tr.euronews.com/2019/10/07/trump-turkiye-suriye-de-cizmeyi-asarsa-ekonomisini-mahvederim-suriye-operasyon>, (04.05.2020).

- Facebook, *Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2019 Results*, <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2020/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2019-Results/default.aspx>, (23.05.2020).
- Fiennes, S., (2012), *The Pervert's Guide To Ideology*.
- Foucault, M., (2001), *Kelimeler ve Şeyler*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Frey, C., and Versteegen, T., *Nazilerin Karanlık Dünyası: Hitler'in Çöl Tilkisi* <https://www.youtube.com/watch?v=0wV7-gw7B3s>, (22.02.2020).
- Friedman, H. A., *Psychological Warfare Sex and Psychological Operations*, <http://www.pywarrior.com/sexandprop2.html>, (24.02.2020).
- Friedman, H. A., (2019), *II.Dünya Savaşı'nda Seks ve Propaganda*, Urzeni Yayıncılık, İstanbul.
- Garner, D., *Into the Lives of Three Deserters Who Did Not Have a Good War*, <https://www.nytimes.com/2013/06/10/books/the-deserters-a-world-war-ii-history-by-charles-glass.html>, (17.09.2020).
- Goebbels, J., (2019), *Büyük Yalanlar*, Zeplin Kitap, İstanbul.
- Google LLC., *The Movie Operation Argo Winning Best Picture*, <https://www.youtube.com/watch?v=FtLKn5Y1ulc>, (22.02.2020).
- Gökberk, M., (1961), *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Grob, G., *Dr. Grob's Animation Review The Animation Film Review Site*, <https://drgrobsanimationreview.com/2012/02/17/kino-circus/>, (19.09.2020).
- Guiraud, P., (2016), *Göstergebilim*, İmge Yayınları, Ankara.
- Gündüz, A., (2008), “İstanbul’un Osmanlılar Tarafından Fethi, Türk-İslam Ve Avrupa Açısından Önemi”, *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, C.5 S.17, (59-60).
- Haldun, İ., (1977), *Mukaddime I*, Onur Yayınları, Ankara.
- Hall, S. - Lumley, B. - McLennan, G., (1985), *Siyaset ve İdeoloji "Gramsci"*, Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.
- Hart, B., (2015), *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Haytoğlu, E., (2018), “Türkiye-Çekoslavya Ticari İlişkilerinde Skoda Silah Fabrikası (1923-1939)”, *Asia Minor Studies International Journal of Social Sciences*, (78).

Heidegger, M. - Habermas, J. - Löwith, K. - Jasper, K. - Krell, D. - Pöggeler, O. - Marcuse, H., (2002), *Heidegger ve Nazizm*, Vadi Yayınları, Ankara.

Held, H., *Der Störenfried*, <https://www.youtube.com/watch?v=3I3y9wCmUuI>, (30.09.2020).

Heywood, A., (2013), *Siyasî İdeolojiler*, Adres Yayınları, Ankara.

Hitler, A., (2002), *Siyasi Vasiyetim*, Bilge Karınca Yayınları, İstanbul.

Hitler, A., (2005), *Kavgam*, Emre Yayınları, İstanbul.

Hitler, A., (2019), *Kavgam*, Parga Yayıncılık, Ankara.

Holocaust Encyclopedia, *Berlin’de Kitap Yakma (Özetlenmiş Makale)*, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/article/book-burning-abridged-article>, (16.02.2020).

Holocaust Encyclopedia, *Goebbels Halka Seslenirken Kitaplar Yakılıyor*, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/film/books-burn-as-goebbels-speaks>, (16.02.2020).

IMDb.com, *Dunkirk*, <https://www.imdb.com/title/tt5013056/>, (30.12.2019).

IMDb.com, *They Live*, https://www.imdb.com/title/tt0096256/?ref=nm_sr_srsrg_0, (13.06.2020).

IMDb.com, *Hell-Bent For Election*, <https://www.imdb.com/title/tt0036905/>, (14.09.2020).

IMDb.com, *Der Störenfried*, <https://www.imdb.com/title/tt0178046/>, (20.09.2020).

IMDb.com, *Donald Gets Drafted*, https://www.imdb.com/title/tt0034667/?ref=fn_al_tt_1, (15.09.2020).

IMDb.com, *Short Documentary Movie Women In Defense*, https://www.imdb.com/title/tt0034400/?ref=fn_al_tt_1, (20.02.2020).

IMDb.com, *Germany (Sorted by Release Date Ascending) German Movies In History*, https://www.imdb.com/search/title/?countries=de&sort=release_date,asc, (23.02.2020).

IMDb.com, *The Ducktators*, https://www.imdb.com/title/tt0034685/?ref=fn_al_tt_1, (19.09.2020).

IMDb.com, (2020), *Der Fuehrer's Face*, <https://www.imdb.com/title/tt0035794/>, (20.09.2020).

IMDb.com, *Reason and Emotion*, https://www.imdb.com/title/tt0036294/?ref=fn_al_tt_1, (22.09.2020).

IMDb.com, *German Movies In 1939*, https://www.imdb.com/search/title/?release_date=1939-01-01,1939-12-31&countries=de&view=simple&sort=alpha,asc&start=201&ref=adv_nxt, (23.02.2020).

Jones, J., *Does the Munich hoard turn the story of art and the Nazis on its head?*, <https://www.theguardian.com/artanddesign/2013/nov/04/munich-hoard-lost-art-nazis>, (24.02.2020).

Kaya, K., (2000), “Yirmibirinci Yüzyıla Girerken İdeoloji ve Sosyoloji”, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, (166).

Kaya, Ö., (2011), *Roma İmparatorluğu'ndan Hitler'in Almanyası'na Avrupa Tarihi*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Keegan, J., (2016), *İkinci Dünya Savaşı*, Say Yayınları, İstanbul.

Kemp, S., *More Than Half Of The People On Earth Now Use Social Media*, <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>, (14.09.2020).

Kershaw, I., (2007), *Hitler*, İthaki Yayınları, İstanbul.

Kershaw, I., (2009), *Hitler*, İthaki Yayınları, İstanbul.

Kershaw, I., (2009), *Hitler (Cilt II)*, İthaki Yayınları, İstanbul.

Kessler, G., *President Trump's repeated claim: 'The greatest economy in the history of our country'*, <https://www.washingtonpost.com/politics/2018/09/07/president-trumps-repeated-claim-greatest-economy-history-our-country/>, (04.05.2020).

Kıbaroğlu, M., (1999), “İran Bir Nükleer Güç Mü Olmak İstiyor?”, *Avrupa Dosyası*, C.5 S.3, (271).

King, J., *Donald Gets Drafted*, <https://www.youtube.com/watch?v=aDDvpTMABOQ>, (17.10.2020).

King, J., *Donald Gets Drafted*, <https://www.youtube.com/watch?v=Q1NQkGO3ByA>, (17.10.2020).

Kinney, J., *Der Fuehrer's Face*, <https://www.youtube.com/watch?v=VihggRSvVic>, (20.09.2020).

Kıran, A., (2002), *Yazınsal Okuma Süreçleri*, Seçkin Yayınları, Ankara.

Kissinger, H., (2000), *Diplomasi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Köseoğlu, Y. ve Al, H., (2013), “Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, C.8 S.3, (105-112).

La Boetie, E., (2018), *Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev*, İmge Kitabevi Yayıncılık, Ankara.

Lefevbre, H., (1996), *Marx'ın Sosyolojisi*, Sorun Yayınları, İstanbul.

Mardin, Ş., (2018), *İdeoloji*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Marvel Entertainment, *Captain America*, <https://www.marvel.com/characters/captain-america-steve-rogers/on-screen>, (14.09.2020).

Marx, K., (2016), *Fransa'da Sınıf Mücadeleleri*, Yordam Kitap, İstanbul.

Marx, K. ve Engels, F., (1996), *Seçme Mektuplar*, Evrensel Basım Yayın, İstanbul.

McCabe, N., *The Ducktators*, <https://www.youtube.com/watch?v=rVtB6afVg9A>, (19.09.2020).

Meriç, C., (1981), *Bir Facianın Hikayesi*, Umran Yayınları, Ankara.

Meriç, C., (2005), *Bu Ülke*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Millî Kütüphane Başkanlığı Elektronik Kaynaklar, *Slavoj Zizek*, <https://kasif.mkutup.gov.tr/OpacArama.aspx?Pgn=1&Ara=Slavoj%20Zizek&Auth=undefined&AId=undefined&PbId=undefined&Dergi=undefined&PbBgYr=undefined&PbNdYr=undefined&Lngg=undefined&Sbjt=undefined&Dtl=undefined&DtSrc=0&SrcTp=undefined&SrcDrc=undefined&MakAut=u>, (12.09.2020).

Mutlu, E., (2004), *İletişim Sözlüğü*, Bilim Sanat Yayınları, Ankara.

National Archives and Records Administration, *Stop Loose Talk To Strangers*, <https://catalog.archives.gov/id/515497>, (20.09.2020).

National Cable Satellite Corporation, *Japanese Relocation*, <https://www.c-span.org/video/?323978-1/japanese-relocation>, (22.02.2020).

Nieuwint, J., *Disney Der Fuehrer's Face*, <https://www.warhistoryonline.com/whotube-2/1943-disney-der-feuhrers-face.html>, (20.09.2020).

Online Etymology Dictionary, *Propagation*, <https://www.etymonline.com/word/propagation>, (20.03.2020).

Oxford University Press, *Oxford Learnes Dictionaries World War*, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/world-war?q=world+war>, (26.09.2020).

Oxford University Press, *Oxford Learnes Dictionaries Semiotics*, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/semiotics?q=semiotics>, (13.09.2020).

Oxford University Press, *Oxford Learnes Dictionaries Semiotics*, [https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780195396577/obo-9780195396577-0179.xml#:~:text=Semiotics%20\(sometimes%20spelled%20%E2%80%9Csemeiotic%E2%80%9D,things%20to%20still%20other%20things.&text=This%20relation%20is%20found%20in.and%20delib](https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780195396577/obo-9780195396577-0179.xml#:~:text=Semiotics%20(sometimes%20spelled%20%E2%80%9Csemeiotic%E2%80%9D,things%20to%20still%20other%20things.&text=This%20relation%20is%20found%20in.and%20delib), (13.09.2020).

Özpınar, S., (2010), *Hitler'in Son On Üç Günü*, Profil Yayınları, İstanbul.

Pinterest, <https://tr.pinterest.com/pin/274086327294967599/>, (20.09.2020)

Pryor, G., (2005), "The 'Fifth Column' and the British Experience of Retreat, 1940", *War in History*, C.12 S.4, (418).

Rifat, M., (2009), *Göstergebilimin ABC'si*, Say Yayınları, İstanbul.

Roberts, B., *Disney World War II Propaganda Cartoon Movie Reason and Emotion*, https://www.youtube.com/watch?v=nvp3zAPraF4&list=PL0_3aVTE2GTXTkgsyFIR087ZVjrI8Qd6, (18.10.2020).

Saussure, F., (1988), *Genel Dil Bilim Dersleri*, Multilingual Yayınları, İstanbul.

Saussure, F., (1988), *Genel Dil Bilim Dersleri*, Birey Toplum Yayınları, Ankara.

Shirer, W., (2011), *The Rise And Fall Of The Third Reich*, The Ballantine Publishing Group, New York.

Smith, B. L., *Encyclopædia Britannica Authoritarian Control Of Propaganda*, <https://www.britannica.com/topic/propaganda/Authoritarian-control-of-propaganda>, (27.03.2020).

Soyuzmultfilm, *What Hitler Wants*, <https://www.youtube.com/watch?v=afkvBaUf9Fo>, (19.09.2020).

Soyuzmultfilm, *World War II Propaganda Cartoon Movie Fascist Barbarians: Cinema Circus*, https://www.youtube.com/watch?v=RZw7Ve3yj_g, (19.09.2020).

Soyuzmultfilm, <https://b2b.souzmult.com/page8507498.html>, (17.09.2020).

Stratejik Düşünce ve Analiz Merkezi, (2018), *Kadim Bir Harp Yöntemi Propaganda*, Stratejik Düşünce ve Analiz Merkezi, İstanbul.

Şalom Haftalık Siyasi ve Kültürel Gazete, *Heinrich Heine: “Bugün kitap yakanlar, yarın insan da yakarlar” (1797-1856)*, <http://www.salom.com.tr/arsiv/haber-76605-heinrich-heine-bugun-kitap-yakanlar-yarin-insan-da-yakarlar-17971856.html>, (16.02.2020).

Şensivas, D., (2019), *Propaganda Aracı Olarak İnsani Yardımın Kullanımı: Hilal-i Ahmer (Kızılay) Örneği*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şeriatı, A., (2018), *Dünya Görüşü ve İdeoloji*, Fecr Yayınları, Ankara.

T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, *Yerli Mali Haftası Yerli Üretim Temalı Etkinliklerle Kutlanıyor*, <https://www.meb.gov.tr/yerli-mali-haftasi-yerli-uretim-temali-etkinliklerle-kutlaniyor/haber/19910/tr>, (27.04.2020).

The Academy (The Oscars) of Motion Picture Arts and Sciences, www.oscars.org/oscars/ceremonies/1946, (20.02.2020).

The Academy (The Oscars) of Motion Picture Arts and Sciences, <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1943>, (22.02.2020).

The Academy (The Oscars) of Motion Picture Arts and Sciences, <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1944>, (22.02.2020).

The Academy (The Oscars) of Motion Picture Arts and Sciences, <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1945>, (22.02.2020).

The Academy (The Oscars) of Motion Picture Arts and Sciences, <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2013>, (22.02.2020).

The Churchill Society, *The End Of The Beginnig*, <http://www.churchill-society-london.org.uk/EndoBegn.html>, (03.01.2020).

The European Graduate School, *Slavoj Zizek*, <https://egs.edu/biography/slavoj-zizek/>, (13.06.2020).

The Free Dictionary by Farlex, *Propago*, <https://es.thefreedictionary.com/propago>, (20.03.2020).

The Holocaust Encyclopedia, *Kudüs Büyük Müftüsü Hacı Emin El-Hüseyni, Hitler İle İlk Kez Görüşüyor*, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/photo/hajj-amin-al-husayni-meets-hitler-for-the-first-time>, (05.01.2020).

The Internet Archive, *Der Angriff*, <https://archive.org/details/DerAngriff-AufsaeetzeAusDerKampfzeit/mode/2up>, (17.02.2020).

The White House, *2020 Economic Report Of The President*, <https://www.whitehouse.gov/articles/2020-economic-report-of-the-president/>, (04.05.2020).

Time, *General Vandegrift*, <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19421102,00.html>, (08.01.2020).

Time, *Marshal Rommel*, <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19420713,00.html>, (14.05.2020).

TRUMP, <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1084584259510304768>, (04.05.2020).

Türk Dil Kurumu, *Kültür*, <https://sozluk.gov.tr/>, (05.05.2020).

Türk Dil Kurumu, *İdeoloji*, <https://sozluk.gov.tr/>, (27.05.2020).

Türk Dil Kurumu, *Propaganda*, <https://sozluk.gov.tr>, (23.03.2020).

Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi, *Ali Şeriatı*, <https://islamansiklopedisi.org.tr/seriati-ali>, (12.09.2020).

Universitätsbibliothek Heidelberg, *Kladderadatsch (1848-1944)*, <https://www.ub.uni-heidelberg.de/helios/digi/kladderadatsch.html>, (29.02.2020).

Universitätsbibliothek Heidelberg, <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/kla1940/0013/scroll>, (23.02.2020).

Valenzuela, S. ve Park, N. ve Kee, K. F., (2008). “Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students’ Social Capital”, *9th International Symposium on Online Journalism*, (29).

Victoria and Albert Museum, *She Talked This Happened Poster*, <http://collections.vam.ac.uk/item/O605997/she-talkedthis-happened-poster-unknown/>, (20.09.2020).

Voice Of America, *Trump: Kürtleri Vurursa Türkiye 'yi Ekonomik Açıdan Mahvederiz*, <https://www.amerikaninsesi.com/a/trump-kürtleri-vurursa-türkiye-yi-ekonomik-açıdan-mahvederiz-/4741601.html>, (04.05.2020).

Volkswagen Türkiye, *Volkswagen Tarihi*, <https://binekarac.vw.com.tr/tr/volkswagen-dunyasi/volkswagen-tarihi.html>, (18.02.2020).

Welch, D. - Richards, J. - Chapman, J.- Connely, M., (2019), *Propaganda Güç ve İkna*, İnkıtap Kitabevi, İstanbul.

Wikipedia The Free Encyclopedia, *List Of World War II Films*, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_World_War_II_films, (23.02.2020).

Wikipedia The Free Encyclopedia, *Traning Women For War Production*, https://en.wikipedia.org/wiki/Training_Women_for_War_Production, (22.02.2020).

Wikipedia The Free Encyclopedia, *List Of Nazi Propaganda Films*, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Nazi_propaganda_films, (18.10.2020).

Wikipedia The Free Encyclopedia, *List Of Allied Propaganda Films Of World War II*, (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Allied_propaganda_films_of_World_War_II, (22.02.2020).

Williams, R., (2006), *Anahtar Sözcükler*, İletişim Yayınları, İstanbul.

WW2 In Color, *East Meets West*, <https://www.ww2incolor.com/dramatic/East+meets+West-+America+and+Russia+1945.html>, (12.01.2020).

Yener Yayınevi Yazı Kurulu, (1979), *2.Dünya Savaşı Ansiklopedisi (Cilt I)*, Yener Yayınevi, İstanbul.

Yılmaz, M., (2019), *Nazi Dönemi Alman Propaganda Sinemasında Bir Örnek: İradenin Zaferi*, T.C. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, N. - Çakı, C. - Avcı, Ö. - Macun, Ş. - Sadıç, F. - Ünlü Kurt, S. - İspir, İ. - Karaca, M., (2018), *İletişim ve Propaganda*, Eğitim Yayınevi, Konya.

Yücel, E., (2018), *Propaganda*, Karakarga Yayınları, İstanbul.

Zizek, S., (2011), *İdeolojinin Yüce Nesnesi*, Metis Yayınları, İstanbul.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Fatih Emre ŞEN

Doğum Yeri : Ereğli

Medeni Hali : Evli

Eğitim Durumu : Anadolu Üniversitesi AÖF Adalet (Ön Lisans), Gazi Üniversitesi İİBF Kamu Yönetimi (Lisans)

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi : İngilizce (Orta Düzey), Farsça (Başlangıç Düzeyi)

İş Deneyimi : Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. Bankacılık Uzman Yardımcısı, Konya, (2016-2017)

T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu, Burdur İl Müdürlüğü, Sosyal Güvenlik Denetmen Yardımcısı (2017/Ekim-2020/Mart)

T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu, Ankara İl Müdürlüğü, Sosyal Güvenlik Denetmen Yardımcısı (2020/Nisan-Devam etmekte)

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar : Özdaşlı, E. - Şen, F. E., (2019), “Milli Mücadele'nin Diploması Cephesi”, *III. Mülkiye Uluslararası İlişkiler Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara.