

## 51. Nazizm karşıtı propaganda afişlerinin Saussure, Barthes ve Strauss'un göstergebilim modelleri ışığında ve nefret söylemi bağlamında analizi

Esra Saniye TUNCER<sup>1</sup>

**APA:** Tuncer, E. S. (2023). Nazizm karşıtı propaganda afişlerinin Saussure, Barthes ve Strauss'un göstergebilim modelleri ışığında ve nefret söylemi bağlamında analizi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 848-876. DOI: 10.29000/rumelide.1286014

### Öz

Tarih boyunca yönetenlerin yönetilenleri denetim ve kontrol altına almak için yararlandıkları propaganda, özellikle savaş dönemlerinde çokça başvurulan bir yöntem olmuştur. I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde etkisini ve yoğunluğunu artıran propaganda, özellikle II. Dünya Savaşı sırasında Müttefik ve Mihver devletler arasında ayrı bir cephe savaşına dönüşmüştür. Bu dönemde en dikkat çekici olan ise, Müttefiklerin başını çeken Sovyetler Birliği ile Mihver'e öncülük eden Nazi Almanyası arasında kızışan propaganda savaşları olmuştur. Bu çalışmada, II. Dünya Savaşı sırasında Müttefik devletler ve Sovyetler Birliği tarafından yayınlanan Nazi Almanyası karşıtı antifaşist propaganda görsellerinin göstergebilimsel bir analizi gerçekleştirilmektedir. II. Dünya Savaşı (1939-1945) sürecinde doğrudan Nazi Almanyası'nı hedef alan Müttefik devletler ve Sovyet propagandasının ve antifaşizmin mitlerinin dönemin afişleri üzerinden inşası ve görsellerin kitleler üzerindeki etki şekli bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmada, II. Dünya Savaşı döneminde propaganda amaçlı yayınlanmış olan afişler içerisinden amaçlı (yargısal) örneklem metoduna göre belirlenen yedi antifaşist görsel, İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'un ikili göstergebilimsel modeli, Fransız göstergebilimci Roland Barthes'in çözümleme modeli ve Fransız Antropolog Claude Lévi-Strauss'un semiyotik çözümlemeye kazandırdığı "karşıtlık anlayışı" ışığında analiz edilmektedir. Çalışmada, Müttefik devletlerin (özellikle Sovyet propagandasının) dönemin afişleri üzerinden antifaşist/ antifaşizan mitleri kullanarak, Nazi Almanyası'na ve Nazizm ideolojisine yönelik kamuoyu algısında nefret söylemi inşa ettiği genel sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergebilim, Nefret Söylemi, II. Dünya Savaşı, Nazi Almanyası, Sovyet Propagandası.

## Analysis of propaganda posters against Nazi Germany during World War II in the light of Saussure, Barthes and Strauss' semiotics models

### Abstract

Propaganda, which has been used by the rulers to control and control the ruled throughout history, has been a widely used method, especially in times of war I and II. Propaganda, which increased its impact and intensity especially during the Second World War. During World War II, it turned into a separate frontal war between the Allied and Axis powers. The most striking thing in this period was the escalating propaganda wars between the Soviet Union, which led the Allies, and Nazi Germany, which led the Axis. In this study a semiotic analysis of anti-fascist propaganda images against Nazi Germany published by the Allied states and the Soviet Union during World War II is carried out. The main purpose of this research is the construction of the Allied states and Soviet propaganda and anti-

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik ABD, (Diyarbakır, Türkiye) esrasaniyetuncer@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7927-1852 [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 01.03.2023 kabul tarihi: 20.04.2023; DOI: 10.29000/rumelide.1286014]

fascism myths, which directly targeted Nazi Germany during the World War II (1939-1945), on the posters of the period, and the effect of the visuals on the masses, seven antifascist images determined according to the purposeful (judicial) sampling method among the posters published for propaganda purposes during the World War II, the dual semiotic model of Swiss linguist Ferdinand de Saussure, the analysis model of French semiotician Roland Barthes and the semiotic model of French anthropologist Claude Lévi-Strauss. In the study, it was concluded that the Allied states (especially Soviet propaganda) used antifascist/antifascist myths on the posters of the period and built hate speech in public perception towards Nazi Germany and Nazism ideology.

**Keywords:** Semiotics, Hate Speech, World War II, Nazi Germany, Soviet Propaganda.

## 1. Giriş

1939-1945 tarihleri arasında cereyan eden II. Dünya Savaşı, dünyanın siyasi gruplaşmasını ve sosyal yapısını değiştiren bir dönem olmuştur. Savaşa müdahil olan devletler, Müttefikler (Sovyetler Birliği, İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) ve Mihver devletler (Almanya, İtalya, Japonya) olmak üzere bölünmüş ve bu devletler arasında karşılıklı olarak cephe dışında ayrıca propaganda savaşları da süreç boyunca devam etmiştir. Cephede savaş halinde olan Müttefiklerin başındaki Sovyetler Birliği (SSCB) ile Mihver'in başını çeken Nazi Almanyası arasında kızışan propaganda savaşı, dönemin kitle iletişim araçlarının (radyo, sinema, tiyatro ve bir kitle iletişim aracı sayabileceğimiz sanat) yanı sıra afişlere de yansımıştır. Sovyetler Birliği, cephede çarpıştığı Nazi Almanyası'na karşı yürüttüğü antifaşist propagandasını dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından afişler yoluyla halka duyurmuştur. Savaş süresince ülkenin meydanlarına, işlek caddelerine, sokaklarına asılan bu afişler, insanların her yerde karşısına çıkması ve sistematik (sürekli ve planlı) olarak güncellenmesiyle söz konusu dönemde güçlü bir etkiye sahipti. Kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkisini fark eden devletler, siyasal propagandalarını yaymak için iletişim araçlarının olanaklarından olabildiğince yararlanmışlar, bu iş için özel birimler ve hatta bakanlıklar kurmuşlardır. Sovyetler Birliği de Nazi Almanyası'na yönelik propagandası için hususi bir birim tahsis etmiş, "Sovyetler Birliği Telgraf Ajansı (TASS) aracılığıyla şair ve resamlara 'TASS'ın Çerçevelerinden' (Окна ТАСС) adı altında propaganda afişleri hazırlatmıştır"<sup>2</sup>. (URL-1, 2020)

Bu çalışmada, II. Dünya Savaşı döneminde SSCB ve Müttefiklerce Nazi karşıtı propaganda amaçlı yayınlanmış olan afişler içerisinden amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen yedi antifaşist görsel, İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'un ikili göstergebilimsel modeli, Fransız göstergebilimci Roland Barthes'ın çözümleme modeli ve yine Fransız Antropolog Claude Lévi-Strauss'un göstergebilimsel çözümleme metodu olan "karşıtlıklar modeli" ışığında analiz edilecektir.

Araştırmanın sorunsal gereği çalışma boyunca şu sorulara yanıt aranmaya çalışılacaktır:

1) II. Dünya Savaşı döneminde kullanılan antifaşist görsellerde (doğrudan doğruya Nazi Almanyası'nı hedef alan propaganda afişlerinde) propaganda, antifaşizm ve nefret söylemi inşası nasıl (hangi unsurlar ön plana çıkarılarak) yapılmıştır?

<sup>2</sup> Tarihsel süreçte propaganda, kamuoyuna etkili ve hızlı bir biçimde nüfuz ederek puan elde etmek için yönetmen, tasarımcı, sanatçı, yazar ve ünlü aktörlerden yararlanan önemli bir endüstri halini almıştır. Devlet ajanslarının, popüler dergilerde yayınlanan öyküler ile ülke çapındaki tiyatrolarda gösterime giren filmlere dek her şey için görevlendirilmesine rağmen, canlı ve açık biçimde ve kısa vadede halkı ikna etmek ve eğitmek için esas büyük etkiyi propaganda araçları olan afişler göstermiştir (Mahaney'den aktaran (Akgül, 2017, s. 3-4).

2) İncelenen antifaşist propaganda görsellerinde hangi metaforlar kullanılmıştır?; Bir diğer deyişle Almanya, propaganda afişlerinde ne şekilde yansıtılmıştır?

3) Propaganda görsellerindeki karşıtlıklar ne anlam ifade etmektedir?

## 2. II. Dünya Savaşı: Tarihsel süreç

II. Dünya Savaşı (1939-1945), bilindiği gibi altı yıl süren bir küresel savaş olarak tarihe geçmiştir. Dönemin büyük güçlerinin ve dünya ülkelerinin büyük çoğunluğunun katıldığı bu büyük savaşta iki karşıt askerî ittifak kurulmuştur: Müttefikler (Fransa, Birleşik Krallık, ABD, Sovyetler Birliği ve Çin Cumhuriyeti) ve Mihver devletler (İtalya, Almanya, Japonya).

Tarihi kaynaklara göre<sup>3</sup> (URL-2); 30'dan fazla ülkeden 100 milyonu aşkın askerin katıldığı bu topyekûn ve küresel savaş için devletler bütün endüstriyel, bilimsel ve ekonomik varlıklarını seferber etmiştir. İnsanlık tarihinin en ölümcül savaşı olan II. Dünya Savaşı, yaklaşık 85 milyon ölümlerle sonuçlanmış ve savaşta askeri personelden çok sivil kayıp verilmiştir. Savaş sürecinde milyonlarca insan açlıktan, katliamlardan, soykırımdan (Holokost) ve hastalıklardan hayatını kaybetmiştir. Savaşta nükleer silah ve roket, bombardıman ve savaş uçağı, uçak gemisi, zırhlı araç, tank, sonar ve radar gibi savaş teknolojileri veya araçları kullanılmıştır.

II. Dünya Savaşı'nın, Almanya'nın Polonya'yı 1 Eylül 1939'da işgali ve sonrasında 3 Eylül günü Fransa ve Birleşik Krallığın Almanya'ya savaş açmasıyla başladığı kabul edilmektedir. Almanya, 1939 ve 1941 tarihleri arasında bir dizi antlaşma ve harekâtle Avrupa'nın büyük bölümünü işgali ve kontrolü altına alarak Japonya, İtalya ve diğer ülkeler ile birlikte "Mihver" adı altında ittifak kurmuştur. Sovyetler Birliği ve Almanya, Ağustos 1939 tarihli Alman-Sovyet Saldırmazlık Paktı ile Polonya'yı işgal etmiş ve paylaşmıştır. Anlaşmadan faydalanan Sovyetler Birliği, Romanya ve Finlandiya'nın bir bölümünü, Baltık ülkelerinin ise tamamını egemenliği altına almıştır. 1940 yılında Fransa'nın iki aylık bir süre içerisindeki çöküşünden ve Doğu ve Kuzey Afrika'da harekâtların başlamasından sonra savaşın büyük kısmı Britanya İmparatorluğu ve Avrupalı Mihver devletleri arasında Atlantik Savaşı, Britanya'da hava savaşı, Balkanlar'daki harekâtlar ve Blitz ile sürmüştür. 22 Haziran 1941 tarihine gelindiğinde Almanya'nın başını çektiği Avrupalı Mihver devletleri, Sovyetler Birliği'ne karşı tarihteki en büyük kara cephesi olan Doğu Cephesi'ni açarak Alman Wehrmacht'ını ve Mihver'i yıpratıcı bir savaşa sürüklemiştir. Nazi Almanyası'nın Sovyetler Birliği harekâtına Japon İmparatorluğu ise dahil olmamıştır.

II. Dünya Savaşı, değişken ve hızlı yapısı itibariyle daha önce yapılan savaşlardan farklı olmuş, bilhassa ilk yarısı bol sürprizli seyretmiştir. Savaşın devamlı yeni sürprizleri içermesi ve hızlı gidişatı, rakip ülkelerin savaş öncesi hazırlıkları ve bu hazırlıkların savaş esnasındaki yeterliliğiyle yakın ilişkilidir. Böylelikle savaşın gidişatına etki eden şartlar, ancak ve ancak başladığı günün durumu incelenerek anlaşılabilir (ÇINAR, 2019, s. 239). Tarihsel bilgilere göre (URL-2); Avrupa'daki savaş, Batılı Müttefiklerin ve Sovyetler Birliği'nin Almanya'yı istilası, Berlin Muharebesi, Alman işgalindeki toprakların özgürleştirilmesi, Adolf Hitler'in intiharı ve nihayet 8 Mayıs 1945 tarihinde Almanya'nın koşulsuz teslimiyetiyle neticelenmiştir. 26 Temmuz 1945 tarihinde Müttefiklerin Potsdam Konferansı ve Japonya'nın teslimiyeti reddetmesinden sonra ABD ilk atom bombasını 6 Ağustos günü Hiroşima'ya ve 9 Ağustos günü de Nagazaki'ye atmıştır. 9 Ağustos'ta Japonya'ya karşı Sovyetler Birliği'nin savaşa girerek Mançurya'yı istilası, atom bombası saldırılarının devam etme ihtimali ve Japon adalarının istila

<sup>3</sup> Tarihsel bilgilere ilişkin yararlanılan kaynaklar için bkz. (URL-2); (URL-3)

endişesi karşısında Japonya'nın 15 Ağustos 1945 tarihinde teslim olma niyetini açıklamasıyla Asya'da Müttefikler zafer elde etmiştir. Savaşın sona ermesiyle Japonya ve Almanya işgal edilerek Japon ve Alman liderlerine savaş suçları mahkemeleri açılmıştır. İtalya'nın lider ve generalleri, Yugoslavya ve Alman'daki belgeli savaş suçlarına rağmen diplomasi sayesinde cezalarla karşı karşıya kalmamıştır.

II. Dünya Savaşı, mevcut askeri, ekonomik ve siyasi dengeleri değiştirmiş, dünyanın statüsünün bütünüyle alt-üst olmasına neden olmuştur (Özlu, 2012, s. 234). II. Dünya Savaşı'nın bitmesiyle beraber devletler, geri dönüp baktıklarında, iktisadi ve siyasi bir enkazla karşılaşmış, büyük bir istikrarsızlık yaşamışlardır. Savaş sürecinde de durumu fark eden ve savaşın ardından politikalarının yol haritası için harekete geçen ülkeler, Bretton Woods'ta toplanarak IMF ve Dünya Bankası'nı kurmuş, böylece küresel ekonomi için ilk adımı atarak dış ticaret ilişkilerini güçlü kılacak kararlar almışlardır; sonrasında da bu çapta bir savaş daha olmasını önlemek ve dünya çapında istişare mekanizmaları oluşturmak için BM'yi (Birleşmiş Milletler) kurmuşlardır (Aydemir, 2021, s. 86). Küresel Savaş, dünyanın sosyal yapısını ve siyasi gruplaşmasını da değiştirmiştir: Birleşmiş Milletler, gelecek olası ihtilafları önlemek ve uluslararası işbirliğinin geliştirilmesi için kurulmuş ve büyük muzaffer güçler (ABD, SSCB, Fransa, Birleşik Krallık ve Çin) Güvenlik Konseyi'nin daimi üyeleri olmuştur. ABD ve Sovyetler Birliği süper rakip güçler olarak ortaya çıkmış ve bu da yaklaşık yarım yüzyıl sürecek Soğuk Savaş ortamını hazırlamıştır. Avrupa savaşın büyük zarar görmüş, büyük güçlerin etkisi azalmış ve bu durum Afrika ile Asya'nın dokolonizasyonunu tetiklemiştir. Ülkelerin çoğu endüstrileri zarar gördüğü için ekonomik genişleme ve iyileşmeye yönelirken, siyasi bütünleşme (bilhassa Avrupa'da) savaş öncesi düşmanlıklara son verme, ortak kimlik oluşturma ve potansiyel düşmanlıkları önleme ile başlamıştır.

### 3. II. Dünya Savaşı sürecinde propaganda

Propagandanın özünü; bir grubun ya da bireyin iletişim araçlarından faydalanarak öteki grupların ya da bireylerin düşünce, tutum, tepki ve davranışlarını belirleyip şekillendirmek ve amacına uygun duruma getirebilmek amacıyla yaptığı bilinçli girişimler oluşturmaktadır (Akarcalı, 2003). Bir siyasal iletişim modeli olarak propaganda (Pehlivanoglu, 2020), tarih boyunca bir silahsız ve psikolojik savaş yöntemi olarak ulus devletler tarafından kullanılmıştır. Kimi araştırmacılara göre (Huang, 2015), propaganda genellikle geleneksel olarak anlaşıldığı gibi rejim yanlısı değerlerin ve tutumların telkin edilmesi için değil, daha çok hükümetlerin sosyal kontrolü ve siyasi düzeni sağlamadaki ve sürdürmedeki gücüne işaret etmek için kullanılmaktadır. Hükümetler, uyumlu vatandaş yaratmak adına manipülasyona başvururlar ve vatandaşlar olan bitene daha az duyarlı olduğunda daha fazla propaganda kullanırlar (Little, 2016). Propagandada dikkati çekmek ve gerçeği maskeleyen için dilsel teknikler kullanılır, bu da içeriğin sorgusuz sualsiz kabulüne izin verir. Quaranto ve Stanley'e göre (2021); propaganda, toplumsal ilişkilerimiz ve grup üyeliklerimiz sayesinde sahip olduğumuz değerleri ve duyguları istismar eder ve gerçeği, örneğin bir düşmanın insanlığı maskeleyen klişeleri sömürerek işler. "Propagandanın ikna ediciliği klişeleri ve bu klişelerle tutarsız görünen ideallere başvurmayı içerir. Propagandayı incelemek, stereotiplerin oluşum sürecini ve bunların propagandada genellikle zorunlu olarak maskelenmiş olarak istihdam edilmesini incelemektir."

Propaganda kavramının; Sahası (iç ve dış), Kapsamı (genel, sınırlı, ferdi), Konusu (siyasi, ekonomik, kültürel, askeri), Doğruluğu (beyaz, siyah, gri), Biçimi (enformatik, psikolojik savaş, kültürel) ve Süresi (kısa, orta, uzun) bakımından olmak üzere beş çeşidi bulunmaktadır. (Çetin, 2014; Doğan, 2015, s. 300-305; Erkiş ve Summak, 2011, s. 298-301; Köseoğlu ve Al, 2013, s. 107). Çalışmanın konusu gereği propagandayı salt doğruluğu açısından ele almak gerekirse, propagandanın beyaz, kara/siyah ve gri olmak üzere üç çeşidi bulunmaktadır. Doğan (2020), Erkiş ve Summak (2011) ve Çetin'e göre (2014), bu



propaganda çeşitleri ve örnekleri şöyledir: Beyaz propaganda, iyi ve kötü gerçekler, gri propaganda sadece çıkar uğruna gerçekler, kara propaganda ise yalan, iftira ve manipülasyon içerikler üzerinden yapılmaktadır. Beyaz propagandaya barış zamanı radyo yayınları, ulusal kutlamalar, aleni vatanseverlik ve bölgesel milliyetçilik, uluslararası spor yarışmaları, Dış İşleri Bakanlığı açıklamaları ve internet adresi örnek gösterilebilir. Beyaz propaganda mesajları, net olması, içeriğindeki propagandif eğilimler ve ikna çabası sebebiyle sistematik bir propaganda türüdür. Kara propaganda, kışkırtma propagandası olarak beyaz propagandanın bütünüyle zıttıdır. Kara propagandaya 2. Dünya Savaşı esnasında Hitler ve Stalin'in kullandığı propaganda biçimleri örnek gösterilebilir. Kara propagandanın II. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası tarafından yoğun olarak kullanıldığı bilinmektedir. Günümüzde kara propaganda sıklıkla sosyal medya platformları üzerinden bir markaya veya siyasi partiye yönelik kaynak belirtilmeden yapılmaktadır. Gri propaganda ise, kara propaganda ile beyaz propaganda arası olup daha çok ikna faaliyetini yürüten propaganda unsurunun fonlanması, desteklenmesi ve düzenlenmesi biçimindedir. Gri propaganda, beyaz ve kara propaganda türlerinde propagandif mesajları iletmek için yapılan bir yapılandırma biçimidir. Kaynağın yapılandırılması; mesajların içeriklerinin belirlenmesi, hangi mesajların iletileceğinin saptanması ve mesajları sistematik olarak yaymanın sağlanması amaçlıdır. Reklam faaliyetleri, siyasi kampanyalara verilen fon destekleri, şirket içi yapılanmalardaki hesaplama ayarları bu türden propaganda faaliyetleridir.

"Propaganda" sözcüğü etkileme, yanıltma ve sindirme yöntemlerini içeren olumsuz bir izlenim yaratır (Clark, 2011, s. 11). Propagandanın geçmişinin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenir. Zaman içerisinde kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ile birlikte propagandanın etkisi de artmıştır. Özellikle 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan büyük gelişmeler, propagandaya altın çağını yaşatmıştır. 20. yüzyılda propagandanın dünya kamuoyunda ön plana çıkması, I. Dünya Savaşı ile mümkün olmuştur (Çakı, 2019, s. 26). Propaganda doktrinini<sup>4</sup> devletin temellerini sağlamlaştırmak ve devamını sağlamak, diğer yandan kamuoyunun kontrol altına alınması bakımından son derece önemli ve güçlü bir silah olarak tanımlayan Akarcalı'ya (2003) göre, I. Dünya Savaşı ve 1917 Sovyet Devrimi, tarihsel süreçte propaganda pratiklerinin gerçek anlamda başlamasına neden olan iki önemli olaydır. Chomsky'e göre (2005), "Birinci Dünya Savaşı'nın propaganda sistemi ve üyesi olduğu komisyon, bize 'bir ordunun askerlerini düzenlediği gibi, halkın aklını da düzenlemenin' mümkün olduğunu gösteriyor."

20. yüzyılın ilk yarısının baskın fenomenlerinden biri siyasi propaganda olmuştur. Onun zamanımızın büyük olayları olan komünist devrim ve faşizm düşünülemez bile. Lenin'in Bolşevizm'i kurması büyük ölçüde onun sayesinde oldu; Hitler iktidarın ele geçirilmesinden 1940'ın işgaline kadar zaferlerini esasen ona borçludur. Çağdaş tarihe çok farklı bir şekilde derinden damgasını vurmuş olan bu iki adam, devlet adamlarından ve savaşçı liderlerden daha fazla, iki propaganda dehasıdır. Hitler, "Propaganda gücü korumamızı sağladı, propaganda dünyayı fethetmemizi sağlayacak" demiştir. Propaganda, polisten veya ordudan önce gelmiş ve eylemlerini kolaylaştırmıştır. II. Dünya Savaşı sırasında propaganda her zaman ordulara eşlik etmiş ve bazen de ordulardan önce gelmiştir. (Domenach and Padua, 2001).

II. Dünya Savaşı, devletlerin cephe çarpışmalarının yanı sıra aynı zamanda birbirlerine karşı yürüttükleri propaganda savaşlarına da sahne olmuştur. II. Dünya Savaşı öncesi dönemde propagandayı

<sup>4</sup> Propaganda olgusunun kavram ve tanımları için ayrıca bkz. (Akarcalı, 2003); (Akgül, 2017); (Bozkanat, 2021); (Çakı, 2018b); (Çetin, 2014); (Doğan İ. , 2015); (Doğan İ. , 2020); (Erkiş ve Summak, 2011); (Geçikli, 2012); (Gürgen, 1990); (Kağnıcı, 2017); (Köseoğlu ve Al, 2013); (Tuncer, 2021a); (TDK, 2022); (Uçkaç Altun, 2010).

sistemli ve yaygın biçimde ilk kullanan devletler Sovyetler Birliği ve Nazi Almanyası olmuştur (Pehlivanoglu, 2020).

“Propaganda disiplininin tarihte en etkili kullanıldığı dönemlerin başında II. Dünya Savaşı gelmektedir. Bu dönemde pek çok ülke propaganda faaliyetlerini kitlelerin belirli bir ideoloji içerisinde hareket etmesini sağlamak amacıyla kullanmaktaydı. Bu ülkelerin başında da Sovyetler Birliği gelmektedir.” (Gülada ve Çakı, 2019, s. 127-128) Küresel Savaş sırasında Sovyetler Birliği, Almanya'ya karşı oldukça yoğun bir propaganda savaşı yürütmüştür. Sovyetler Birliği propagandası, Nazi Almanyası'nın savaş suçu işlediğini ileri sürerek, Sovyet halkları üzerinde Nazi Almanyası'na karşı olumsuz algının güçlenmesine çalışmıştır (Karaca, Çakı ve Darı, 2021, s. 77).

II. Dünya Savaşı sürecindeki Sovyet propagandası, Sovyetler Birliği'nin Büyük Vatanseverlik Savaşı<sup>5</sup> esnasında Nazi Almanyası'na karşı yürüttüğü antifaşist propagandadır. İlk ciddi propaganda faaliyetleri, Almanya'nın Sovyetler Birliği'ni işgal etme girişiminin ardından başlatılmıştır. Barbarossa Harekâtı öncesinde Sovyetler Birliği, Nazi Almanyası'na göre daha az propaganda gücü sergilemiştir. 1941 Ekim Devrimi Geçit Töreni'nde Josef Stalin'in konuşmasında, Nazilerin üstün propaganda sergilemesi konusunda "Eğer Alman propagandacıların şaşaalı açıklamalarına göre değil, Almanya'nın gerçek durumuna hüküm verecek olursak, faşist Alman işgalcilerinin felaketin eşliğinde olduklarını anlamak pek de zor olmayacaktır" ifadelerini kullanmıştır. (URL-3) Sovyetler Birliği'nin Gerçek (Pravda) ve Kızıl Yıldız (Krasnaya Zvezda) adlı gazeteleri en etkili propaganda organları olmuş, Sovyet Rusyası'nın propaganda tarihinde bu yayın organları savaş sürecinde önemli bir rol oynamıştır.

II. Dünya Savaşı, propaganda savaşlarının en kızıştığı dönem olmuş, Mihver ve Müttefik Devletler propaganda faaliyetleri için bütün kitle iletişim araçlarından sonuna kadar yararlanmışlardır. Dönemin iletişim araçlarının (radyo, gazete, dergi, kitap, çizgi film, afiş, el ilanı, broşür, posta pulu vs.) yanı sıra sanat ve sinema dahi savaş devletleri tarafından propaganda amaçlı kullanılmıştır. “Savaşın harekât alanları, topyekûn savaş niteliği taşıması, korkunç boyutlarda propaganda ve sinir savaşlarının yaşanması, bu savaşı telafisi mümkün olmayan sonuçlara götürmüştür. Savaş boyunca devam eden propaganda, casusluk ve beşinci kol faaliyetleri ülkelerin içeriden çökertilmesine yönelik sinsi oyunlar” olmuştur (Özlü, 2012, s. 234).

### 3. 1. Propaganda aracı afişler

Bilindiği gibi “tarihsel süreçte afişler, etkin bir kitle iletişim aracı olarak, belirli hedef kitlelere seslenmeleri, saygınlık ve imaj yaratma güçlerinin etkinliği nedeniyle çeşitli güç odaklarının tercih ettiği bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır”. Bu anlamda, tasarımcıların tasarladıkları afişlerdeki sloganlar, görseller ve sembollerle toplumun düşüncesinin siyasi denetimin etkisi altında biçimlenmesine olanak sağlanmıştır (Akgül, 2017, s. 5) Kitle iletişim araçları kanalıyla reklam ve propagandayı harmanlayan teknikler dahilinde afişlerden, el ilanlarından, dergilerden, gazetelerden ve radyolardan sıklıkla yararlanılmıştır (Boyras ve Cantürk, 2014, s. 856) . Bilhassa savaş afişleri, I. ve II. Dünya savaşları sırasında her zaman savaşan milletlerin en önemli silahı olmuştur. Savaş afişlerinin temel amacı, başkalarının inançlarını ya da ahlaki değerlerini etkilemektir. Propaganda afişleri, insan gruplarının görüşlerini etkilemek için tarih boyunca kullanılmış olan bir biçimdir. Bunu

<sup>5</sup> Büyük Vatanseverlik Savaşı, İkinci Dünya Savaşı sıralarında Sovyetler Birliği Birliği'nin Almanya ile müttefikleri karşısında gösterdiği mücadeleye dönemidir (Karaca, Çakı ve Darı, 2021).

başarmak için tasarımcılar, genellikle zaten kitle kültüründe var olan klasik görsel kodları kullanarak savaşı gözler önüne sermişlerdir (Yavuzer, 2014).

II. Dünya Savaşı esnasında sürmekte olan Doğu Cephesi savaşı sırasında Adolf Hitler ve Joseph Goebbels'in devamlı yaptıkları antikomünist konuşmalar, Sovyet halkının tek çatıda birleşmesi konusunda etkili olmuştur. Sovyetler Birliği yönetimi, Almanya'nın zafer elde etmesi halinde Nazilerin Sovyet halkının tamamını yok edeceğini öne sürerek, Nazi Almanyası ve Hitler'in antikomünist söylemlerini lehine çevirmiştir. Nazi Almanyası'nın propagandasında yer alan komünizm karşıtı söylemler ve Sovyetler Birliği'nde propaganda konusunda en önemli isim olan Mihail Suslov'un Nazi saldırısından sonra (1941) savaş esnasında Doğu Cephesi'ni propaganda afişleriyle donatması, Sovyet kamuoyunda Nazi topluma yönelik nefret söylemi oluşmasını hızlandırmıştır. (URL-3) Bu süreçte hatırı sayılır derecede müttefiklerle birlikte afişler bastırılmış ve Rusların yalnız savaşmadığı Sovyet halkına aktarılmaya çalışılmıştır. Nazilerin Doğu Cephesi'nde yaptığı başarılı operasyonlar kış mevsimiyle birlikte durmuş, Barbarossa Harekâtı'nın başarısızlığının ardından Adolf Hitler bir operasyona daha yeltenmiş, ancak kış mevsimi Nazilerin ilerlemesini engellemiştir. Nazilerin kış mevsiminin etkisiyle geri çekilmesinden faydalanan Sovyet Birliği, propaganda afişleri bastırması ve halkına Almanya'nın kış şartlarında zafer elde edemeyeceğini, Moskova'nın Nazilerin mezarı olacağını propaganda afişleriyle yaymıştır.

I. ve II. Dünya Savaşları sırasında birbirlerine karşı zulüm propagandası yapan devletler, propaganda aracı olarak afişleri kullanmıştır. Propaganda afişleri, aynı şekilde zulüm propagandası bağlamında Almanlara yönelik nefret söylemi inşasında da önemli rol oynamıştır (Çakı ve Gülada, 2019, s. 238).

## **Yöntem**

### **Çalışmanın amacı**

II. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası'nı doğrudan hedef alan Müttefik ve Sovyet propagandasının dönemin afişlerinde nasıl inşa edildiğinin ortaya konulması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmada, antifaşist propaganda aracı afişlerin kitlelere (başta Sovyet halkı olmak üzere Müttefik devletler üzerindeki) etkisi ortaya konulmaktadır. Çalışmada ayrıca, II. Dünya Savaşı döneminde Sovyetler Birliği'nin (Müttefik devletlerin) antifaşist propaganda bağlamında Nazi Almanyası'nı karşıtlıklar çerçevesinde nasıl yansıttığı, farklılaştırdığı ve hangi olumsuz metaforları kullanarak dünya kamuoyunda Almanlar'a yönelik nefret söylemi inşa ettiği ortaya çıkarılmak istenmektedir.

### **Çalışmanın önemi**

Çalışma, özgünlüğü ve siyasal iletişim alanındaki gelecek çalışmalara kaynaklık etmesi, II. Dünya Savaşı döneminde propaganda ve antifaşiz tepkilerin inşası konusuna ışık tutması, afişlerde kullanılan antifaşist görsellerin propaganda mitlerinin inşasında nasıl kullanıldığını gözler önüne sermesi açısından önem arz etmektedir.

### **Çalışmanın yöntemi: Saussure, Barthes ve Strauss göstergebilimleri**

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır. II. Dünya Savaşı döneminde (1939-1945) kullanılan antifaşist propaganda görselleri içerisinden amaçlı örneklem (yargısal örneklem) metodu kullanılarak belirlenen yedi görsel, İsviçreli dilbilimci Ferdinand

de Saussure'un ikili gösterge anlayışı, Fransız göstergebilimci Roland Barthes'ın çözümleme modeli ve Fransız Antropolog Claude Lévi-Strauss'un geliştirdiği, karşıtlıkları içeren (ve Greimas'a dayanan) "göstergebilimsel dörtgen" modeli üzerinden yorumlanmıştır. Çalışmada Saussure, Barthes ve Strauss'un göstergebilimsel yaklaşımlarının temel özelliklerine değinilip bu doğrultuda analiz yapılacaktır. Bu nedenle öncelikle çalışmanın yöntemini oluşturan göstergebilimsel çözümleme üzerine bilgi vermek yerinde olacaktır.

Göstergebilim, göstergeler yoluyla anlamın oluşma koşullarını araştıran ve anlamlı dizgeleri inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilim, kısaca insana ve evrene ilişkin her şeyi inceleme konusu olarak ele alabilir (Tuncer, 2021b). 20. yüzyılda Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce tarafından yapılan çalışmalarla bilim dalı özelliği kazanan ve sonrasında Vladimir Propp, Claude Lévi- Strauss, Algirdas Julien Greimas ve Roland Barthes gibi düşünürlerce geliştirilip günümüz sosyal bilim çalışmalarına uygulanan bir bilimsel araştırma yöntemi olan (Çakı ve Gülada, 2019, s. 246) göstergebilim, günümüzde dilbilim, edebiyat, felsefe, toplumbilimi, ruhbilimi ve antropoloji gibi birçok bilim dalının içerisinde bulunduğu disiplinlerarası bir bilim olmuştur (Yılmaz A. , 2018, s. 11).

Göstergebilim, yirminci yüzyılın gereksinimlerine cevap veren ve dolayısıyla yirminci yüzyılda oluşmuş bir bilim dalı olduğu için (Erkman, 1987: 27) çağcıl göstergebilimsel çözümlemenin, birbirinden bağımsız iki kişi ile; İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913) ve Amerikalı düşünür Charles Sanders Peirce (1839-1914) ile başladığı bilinmektedir. Modern göstergebilimin Avrupa'daki kurucu ismi Saussure, Amerika'daki kurucu ismi ise C. S. Peirce olarak kabul edilmektedir (Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 22). Göstergebilimin bağımsız bir bilim dalına dönüşmesini sağlayan (Rifat, 1998: 114) ABD'li felsefeci, mantıkçı ve matematikçi Ch. S. Peirce, hem dilsel hem dil dışı göstergeler ile ilgili bir kuram tasarlamış ve buna "semiotik" adını vermiştir; Ch. S. Peirce'e göre, "göstergelerin biçimsel öğretisi" olan göstergebilim, mantık'ın bir başka adıdır (Rifat, 1996a: 22). Saussure göstergeyi yalnızca dil temelinde incelemiş, Peirce ise bilim ile faydacılık (pragmatizm) temeline oturan bir mantık kuramı geliştirmeye çalışırken, doğal olarak gösterge kavramıyla dil felsefesine eğilmiş ve bir gösterge kuramı geliştirmiştir. (Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 22) Göstergebilim (semiotik) terimini ilk kullanan kişilerden olan Peirce, göstergelere ilişkin üçlü bir sınıflandırma önerir: görüntüsel gösterge (ikon), belirti ve simge. "Gösterge, yorumlayıcı ve nesne" kavramları ise, Peirce'in semiyotik kuramıyla ilgili en temel üçlü ayrımlarından biridir (Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 22). Göstergenin mantıksal işlevine önem veren Peirce'in göstergebilime yaptığı en büyük katkılardan biri, göstergeleri çeşitli niteliklerine göre sınıflandırması olmuştur. Peirce, çağdaş gösterge kuramlarıyla göstergebilimi derinden etkilemiştir (Vardar, 1988: 167).

Peirce'in çağdaşı olmakla beraber ondan bağımsız çalışmış, dilbilimin öncüsü ve göstergebilimin ustası sayılan "büyük kuramcılardan F. de Saussure, çağımız dilbiliminin kurucusudur ve başka bilimlerin egemenliğinden kurtardığı dilbilimde yönetsel bir devrim yaratarak dizge incelemeleri dönemini başlatmış, yapısalcılığa giden yolu açmıştır. Toplumsal nitelikli "dil" olgusuyla bireysel özellikli "söz" olgusunu birbirinden ayırt ederek birinci olguya öncelik tanımış, dili gösterge dizgeleri arasındaki ayrıcalıklı yerine oturtmuştur" (Vardar ve başk., 1999: 9). Avrupa yapısalcılığı ve modern dilbilim Ferdinand de Saussure ile başlar (Karaoğlu, 2018, s. 39). 20. yüzyıl dilbiliminde çığır açan Saussure (1857-1913), "çağdaş dilbilim yöntemini oluşturan *dil / söz, biçim / töz, gösteren / gösterilen, eşsüremlilik / artsüremlilik, dizimsel / çağrışımsal, değer, nedensizlik, çizgisellik* gibi kavramları" ortaya atmış ve geliştirmiştir (Rifat, Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü, 2013, s. 197-198). "Saussure gösterge, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkilerin ses aracılığıyla meydana geldiğini söylemektedir. Bu ilişkiler sonucu zihnimizde oluşan kavramların toplumsal açıdan önemine değinmektedir. Bu ilişkilerin veya durumların sonucu olarak dil, söz, artzamanlılık, eşzamanlılık, dizi ve dizge gibi

kavramlar önem kazanmaktadır” (Yetkiner, 2018, s. 86). Fransız göstergebilimci A. J. Greimas'ın belirttiği gibi, “dünyayıengin bir ilişkiler ağı, anlamlar yüklü bir biçimler mimarisi olarak kavramak ve bu biçimlerin de kendi anlamlandırışlarını kendi içlerinde taşıdığına inanmak” olan kendine özgü dünya görüşünü bir bilgi kuramına ve bir dilbilimsel yöntem bilime dönüştüren Saussure, bütün göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim dalının, yani göstergebilimin kurulması gerektiğini öngörmüştür (Rifat, Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü, 2013, s. 197-198). Saussure, ilk kez 1916'da yayımlanan kitabı 'Genel Dilbilim Dersleri'nde (Cours de Linguistique Générale) “göstergebilimsel çözümlemenin olanaklılığını savunur” (Berger, 1996: 12). Yapıtında doğal dilleri dilbilimin inceleme konusu olarak gören Saussure, dil dışı gösterge dizgelerinin işleyişini araştırarak bir başka bilim dalının kurulmasını öngörür ve bu bilim dalını Fransızca *sémiologie* (göstergebilim) terimiyle adlandırır. (Rifat, 1998: 118)

“...göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir; bu bilim toplumsal ruhbilimin, dolayısıyla genel ruhbilimin bir bölümünü oluşturacaktır; biz bu bilimi *göstergebilim* (Fransızca *sémiologie*; 'gösterge' anlamındaki Yunanca *semeion*'dan) olarak adlandıracağız. Göstergebilim bize göstergelerin ne gibi özellikler içerdiğini, hangi yasalara bağlı olduğunu gösterecektir...” (Saussure, 1982: 33-34'den aktaran Rifat, 1998: 118)

Göstergebilim anlayışında “dil göstergesi, bir nesneyle bir adı birleştirmez; bir kavramla bir işitimi birleştirir” diyen Saussure (1978: 109-111), bu birleşime “gösterge” adını verir ve kavram yerine “gösterilen”, işitimi yerine de “gösteren” terimlerini kullanmayı önerir. Gösteren (biçim), gösterenin algılanan imgesidir: kağıt üzerindeki işaretler, havadaki sesler gibi; gösterilen (içerik) ise, gösterenin göndermede bulunduğu zihinsel kavrama karşılık gelmektedir (Tuncer, 2022: 71) Saussure (1978: 110) de, gösterenin (dil göstergesi) gösteren (işitimi imgesi=ses) ve gösterilenden (kavram = düşünce) oluştuğunu belirterek, göstergeyi iki yüzü birbirinden ayıramayan bir kâğıda benzetir:

“Düşünce kâğıdın ön yüzü, ses ise arka yüzüdür. Kâğıdın ön yüzünü kestiniz mi, ister istemez arka yüzünü de kesmiş olursunuz. Dilde de durum aynı: Ne ses düşünceden ayrılabilir ne de düşünce sestten.” (aktaran Vardar, 1982: 54-55).

Saussure, dil göstergesinin niteliğini göstermek için okların diyalektik bağı gösterdiği aşağıdaki şemayı kullanmıştır (Kıran, 1996: 143):



**Şekil 1:** Saussure'de Dil Göstergesinin İki Yünü (1978: 110)

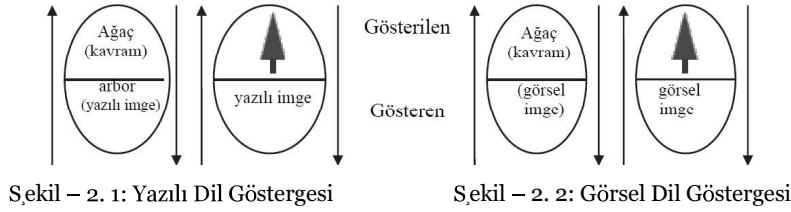
Dil göstergesinin içerdiği her iki öge de birbirine sıkı sıkıya bağlıdır ve birbirini çağırır. Bu çağırışım, toplumsal uzlaşım yoluyla gerçekleşir. Saussure, bu konuda şu örneği verir:

“Latince arbor sözcüğünün anlamını aradığımızda da, Latince'nin “ağaç” kavramını belirtmek için kullandığı sözcüğü bulmaya çalıştığımızda da, ancak dilin onayladığı yaklaşımların gerçekliğe uygun düştüğünü görür, tasarlanabilecek başka her türlü yaklaşılmayı bir yana iteriz.” (1978: 110).

Saussure'un sözlü dil göstergesinde, kavram (ağaç) gösterilen, işitim imgesi (ağaç sesletimi) gösteren, kavramla işitim imgesinin birleşimi gösterge'dir. Saussure'un çizelgesinden yola çıkarak, yazılı ve görsel öğelere sahip göstergeleri ise şöyle çizgeselleştirebiliriz:



Şekil 2: Saussure'un Gösterge Modeli.



Şekil - 2. 1: Yazılı Dil Göstergesi

Şekil - 2. 2: Görsel Dil Göstergesi

Yazılı gösterene sahip göstergelerde; kavram (ağaç) "gösterilen", yazılı imge "gösteren", kavramla yazılı imgenin birleşimi "gösterge"dir. Görsel gösterenlere sahip göstergelerde; görsel öge başlı başına bir gösterendir. Kimi durumlarda da (örneğin sinemada) gösterenin kendisi (Büker-Onaran, 1985: 194).

"Bu açıklamaya göre, dildeki tüm sözcükler birer göstergedir. Bir sözcük duyduğumuz zaman, önce ses dalgaları olarak kulağımıza çarpan bir biçim algılarız. Daha sonra, eğer bu biçimi tanıyorsak, zihnimizde bu biçime karşılık gelen bir kavram, bir içerik canlanır." (Erkman, 1991: 107). Buna göre (Saussure örneğine dönersek); "/ağaç/ dilsel göstergesi, /a /ğ/ a/ ç/ seslerinden oluşan bir biçim ile zihnimizdeki /AĞAÇ/ kavramına karşılık gelen bir içerik arasında kurulan bağın bir ürünüdür. Bu bağ kurulmadıkça, iki yan da havada kalır ve gösterge oluşmaz" (Erkman, 1987: 45).

Göstergebilimin evrimini ve gelişimini etkileyen ve bu bilimi haz duyulacak bir 'serüven' olarak tanımlayan bir diğer Fransız düşünür ise Roland Barthes (1915-1980) olmuştur. Barthes, "göstergebilim nezdinde 'bilim' sıfatına olan gelenekçi bakış açısına yeni ve farklı bir soluk getirmiştir" (Tuncer, 2022, s. 44). Göstergebilimin bağımsız bir nitelik kazanmasına katkıda bulunan (Erkman, 1987, s. 28) Roland Barthes, "F. de Saussure ile L. Hjelmslev'in kavramlarını geliştirerek yazın, moda, görüntü, çağdaş söylenler (mitler), vb. dizgeler üstünde durmuştur" (Rifat, 1998, s. 127).

F. de Saussure'un tersine "müzakereli, etkileşimli anlam düşüncesinin çözümlenebileceği sistemli bir modeli geliştiren kişi, Saussure'un takipçisi olan Roland Barthes'dır. Barthes'in kuramının merkezinde anlamlandırmanın iki düzeyi düşüncesi yer almaktadır" (Fiske, 1996: 115): "Düzanlam" ve "Yananlam". Buna göre, "bir bilimin nesnel anlamı" düzanlam (denotation); "birimin nesnel anlamının yanında oluşan ikincil anlam" (Büker-Onaran, 1985: 283) da yananlam (connotation<sup>6</sup>) olarak açıklanır. Göstergebilimsel çözümlemenin temelinde de, bir metnin ya da görüntünün ortada olan belirgin anlamını değil, arkasında yatan anlamını okuma edimi bulunmaktadır (Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 21).

<sup>6</sup> Doğan Aksan, 'connotation' kavramını 'duygu değeri' terimiyle açıklamaktadır. Aksan (1982: 173), " 'connotation' kavramıyla anlatılmak istenen, bir gösterenin temel anlamı dışında yansıttığı bir başka kavram değil, onun yanı sıra dile getirdiği çeşitli duygular, çağrışımına yol açtığı değişik tasarımlardır. Bu nedenle biz onu duygu değeri terimiyle karşılıyoruz" demektedir.

Barthes'ın "düzanlam" olarak adlandırdığı anlamlandırmanın birinci düzeyi, "gösterenin göstereni ve gösterilene arasındaki ilişkiyi ve gösterenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler" (Fiske, 1996: 116). Gösterenin göndermede bulunduğu kavram 'düzanlam' olarak açıklanmaktadır. Kavramlar, bireysel değil, toplumun ortak bilgisinin, ortak bilincinin ürünü göstergeler olduğu için "kültür olgusundan kopuk değildir, belli bir kültür bağlamı, dizgesi içinde tuttıkları yerle değer kazanırlar" (Erkman, 1987: 67). Kavramlar kültürel birimler, toplumsal ortak paydalarıdır ve (buldukları dizge ve/ya o dizgede aldıkları yer/konum ya da dönem itibarıyla kültürlerarası düzeyde ya da aynı kültür içinde) evrenseldirler; dolayısıyla tek bir kültüre (topluma) özgü olsalar bile bireye özgü (keyfi) değildirler (Tuncer, 2022: 133). Özetle; düzanlam ortak, genel, bilinen kavramlara gönderme yapmaktadır. Bu nedenle de, "iletişim göstergelerinde bu kavramlara gönderme yapıldığı sürece ve her birey hangi gösterenin (biçimin) hangi gösterilene (kavram) karşılık geldiğini bildiği sürece, iletişim başarıya ulaşır, gösterenin düzanlamı, kuşkuyla yer vermeyecek şekilde aktarılmış olur" (Erkman, 1987: 67).

Gösteren her zaman tek bir kavrama gönderme yapmayabilir; ya da gösterenin gönderme yaptığı kavram tek bir anlam taşımayabilir. Kavram (gösterilen), düzanlamının yanında başka anlamlar da içerebilir. Bu anlamlar gösterge, nesne ve yorumcu (gösterenin kullanıcıları) arasındaki etkileşim sonucunda doğar; bunlar yananamlardır. (Tuncer, 2022: 134) Fiske (1996: 116), "düzanlam; gösterenin ortakduyusal, aşıkâr anlamına gönderme yapar. Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; "sokak" sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. ... Bu iki fotoğrafın düzanlamsal anlamı aynı olacaktır. Farklılığı yaratan yananamlarıdır" demektedir. Barthes'a göre, yananlamdaki en önemli etmen, ilk düzeydeki gösterendir ve ilk düzey göstereni yananlamın göstergesini oluşturur (Fiske, 1996: 116): Aynı sokak değişik biçimlerde ve görünümünde fotoğraflanabilir; farklılığı yaratan gösterendeki (fotoğrafların biçimi ve görünümündeki) değişikliklerdir. Yananlam ve düzanlam arasındaki farklılık Barthes'a göre fotoğrafçılıkta daha belirgindir (Fiske, 1996: 116-117): "Düzanlam, fotoğraf makinesinin doğrultulduğu nesnenin film üzerinde mekanik bir yeniden üretimidir. Yananlam ise, bu sürecin insani boyutudur: çerçeve içine neyin dahil edileceğinin, odağın, ışığın, kamera açısının, filmin kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir. Düzanlam *neyin* fotoğraflandığıdır; yananlam ise *nasıl* fotoğraflandığıdır" (Fiske, 1996: 116-117). Fiske, yananlam oluşumunu (düz) anlamların öznelliğe ya da öznelarasılığa doğru kayması olarak açıklamaktadır (1996: 116- 117): Sesimizin tonu, nasıl konuştuğumuz, sözcük seçimimiz, söylediğimiz şeylere ilişkin duygularımızı ya da değerlerimizi ele verir; "anlaşmazlık" ya da "grev", "ticaretin çarklarını yağlamak" ya da "rüşvet vermek" deyişleri duygusal ya da öznel yananamları gösterirler, ancak bunların önemli bölümü diğer insanlar tarafından da paylaşıldığından öznelarasıdır. Guiraud (1990: 35)'a göre; "düzanlam, gösterilenin nesnel olarak ve olduğu gibi kavranmasıyla oluşur. Yananlamlarsa göstergeye biçimi ve işlevi nedeniyle bağlı özel değerler anlatır: "Argo"da, "şiir"de, "bilim"de, vb. kullanılan bir sözcük, anlattığı gösterilene bir yananlam olarak verir. Okşayıcı bir terim (örneğin Zeynoş, bebiş, nonoş, tonton, canikom gibi özel ses biçimli terimler bu türdedir.), duygusal bir söz biçimi de aynı niteliktedir. Bir üniforma bir düzeyi ve bir işlevi düzanlam olarak; bu düzey ve işleve bağlanan saygınlık ve etkileyiciliği de yananlam olarak verir." Örnekte olduğu gibi, salt dilde değil dil dışı nesnelere, durumlarda da göstergeler durmaksızın bize birtakım yananamlar çağrıştırmaktadır. Sözelimi, "giysi, duyumsadığımız şeyin bir gösterene, bir işaret edene dönüşmesidir, yani insan gövdesi giysiyle bir şeyler anlatmaya başlar, dolayısıyla birtakım göstergeler, hatta kendine özgü göstergeler taşır" (Hegel'den aktaran Barthes, 1985: 82). Bu göstergeler de, giysiye ve giysinin sahibine ait bilgiler edinmemizi sağlamaktadır: "... örneğin monarşi dönemindeki Fransız toplumunda giysinin çok keskin ve belirli bir işlevi vardı: bir insanın toplumdaki yerini, durumunu,

mesleğini, kısacası toplumsal sınıflar arasındaki ayrımı saptamak, belirtmek, vurgulamak” (Barthes, 1985: 82).

Barthes'a ait aşağıdaki çizge, göstergelerin ikincil düzeyde işleyişine ilişkin söylensel dizgeleri içermektedir. Barthes, bu sayede “göstergelerin bir dizgeden ötekine kaymalarını” ve “mitlerin yananamlarla dolu dizgeler olduğunu” (Erkman, 1987, s. 77) göstermeyi amaçlamıştır.



**Sekil 3:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998, s. 184).

“.....söylende biri ötekine göre yerinden çıkmış olan iki gösterge dizgesi var: bir dilsel dizge, söylenin kendi dizgesini kurmak için yararlandığı dil olması nedeniyle nesne-dil diye adlandıracağım dil (ya da kendisiyle özdeşleştirilen gösterim biçimleri); bir de içinde birincisinden söz edilen ikinci bir dil olması nedeniyle üst-dil diye adlandıracağım şey, yani söylenin kendisi.” (Barthes, 1998, s. 184)

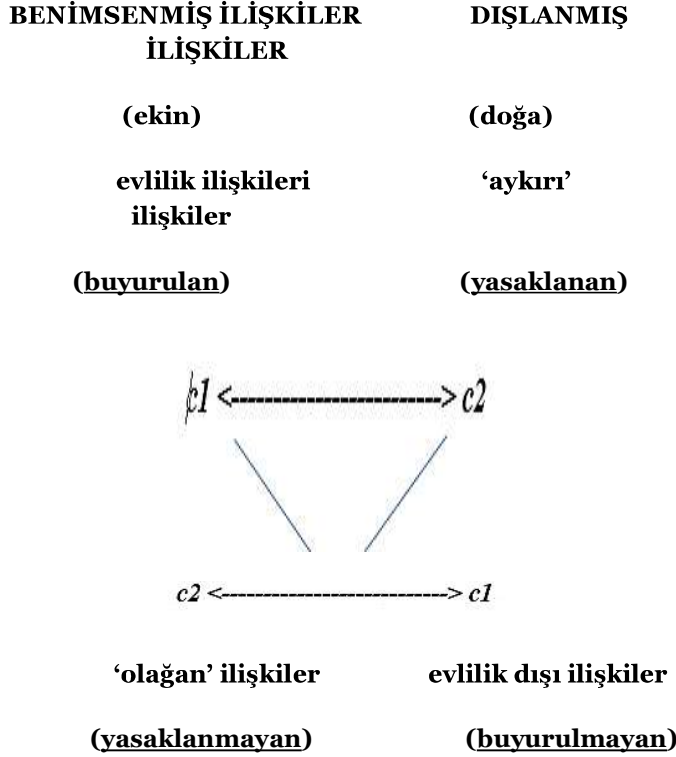
Barthes (1998, s. 184), söylenin (mit), yananlam düzeyinde işleyen ve kendisinden önce varolan bir göstergesel zincirden yola çıkılarak kurulan “ikincil bir göstergesel dizge” olduğunu söyler: “Söylensel söz'ün özdekleri çeşitlidir: dil, fotoğraf, resim, afiş, tören, nesne hepsi, her şey birer söylen konusudur ve bu andan itibaren hepsi arı bir anlamlayıcı işleve bürünür.” “Düzanlam ve yananlam ile birlikte mit kavramı da Barthes'la yer edinmiştir. Her bilimsel göstergede bir düzanlam vardır ve düzanlamdan yananlama bir kayma da vardır. Bu da düzanlamın göstergesi, yananlamın göstereni olmaktadır. Mitler, göstergebilimin ikincil düzenidir. İlk sistemdeki gösterge, ikinci sistemdeki mitin göstereni haline gelmektedir (Yengin'den aktaran Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 26). Mit bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümünü açıklamasını ya da anlamasını sağlayan öyküdür. Mitlerin ana işlevinin tarihi doğallaştırmak olduğunu ileri süren Barthes'a göre bir mit; bir şey üzerinde düşünme, onu kavramlaştırma ya da anlamının kültürel yoludur ve toplumun yapısı değiştikçe mitler de değişmektedir (aktaran Fiske, 1996: 118-123).” (Sezer ve Yılmaz Sert, 2014: 26).

Fransız antropoloğu, yapısal antropolojinin kurucusu olan Claude Lévi-Strauss (1908-2009), yapısal yöntemi ilk kez dilbilimin dışında kalan bir bilim dalında: budunbilimde uygulayan öncü bilim insanıdır (Yücel, 2008, s. 78). Strauss'un çalışmalarıyla belirginlik kazanan yapısal antropoloji hem öteki insan bilimleriyle (toplumbilim, ruhbilim, tarih, dilbilim, göstergebilim) hem de psikanaliz ve matematiksel bilimlerle kurduğu bağlantılar sonucu bilim dalları arasında önemli bir etkinlik olarak kendini kabul ettirmiştir. Çalışmalarında, akrabalık ilişkileri ile mitlerin temel yapısını araştırırken ortaya koyduğu yapısal inceleme yöntemi ve dilbilim kaynaklı okuma biçimiyle etkili olan (Rifat, 1998: 124-125) Strauss, buyruklar ve yasaklamalar üstünde temellenmiş akrabalık sistemlerini düzenleyen evrensel ilkeleri belirlemiştir. Toplumların ve kültürlerin kendi içinde gelişen buyruk ve yasaklar, o toplumun ve kültürün mensubu olduğu bireyleri bağlayan temel karşıtlıklar olarak belirlemektedir. Toplumsal olarak benimsenen ve dışlanan, başka bir deyişle gerçekleştirilmelerine izin verilen ya da izin verilmeyen durumlar her toplumda ve uygarlıkta bulunmaktadır.

Tahsin Yücel'in (2008: 139) belirttiği gibi; “göstergebilimsel anlam çözümlemesi, özelden genele, genelden özele, bütünden parçaya, parçadan bütüne doğru, sürekli bir açılım biçiminde eklenir.



Örneğin, toplumların cinsel ilişki örnekçesi, Lévi-Strauss'un getirdiği doğa/ekin karşıtlığına koşut olarak, şöyle çizgeleştirilebilir” (Greimas, 1970: 143'den aktaran Yücel, 2008: 139):



**Çizge 1:** Lévi-Strauss'un Karşıtlıklarını İçeren Göstergibilimsel Dörtgen Modeli. (Yücel, 2008, s. 139-141)

“Algirdas Julien Greimas ve François Rastier, geleneksel Fransız toplumu gözönüne alınınca, bu örnekçenin terimlerinin şöyle belirlenebileceğini söyler” (Yücel, 2008: 140):

c1: karı koca bağlılığı,

c2 : akrabayla cinsel ilişki, eşcinsellik,

c2 : erkeğin eşini aldatması,

c1 : kadının eşini aldatması.

Greimas'tan aktaran Yücel'e göre (2008: 140-145);

“Hiç kuşkusuz, yazarların kendilerinin de söyledikleri gibi, bu örnekçenin terimlerinin 'nesnel' bir içeriği yoktur; çünkü örneğin eşcinsellik kimi yerlerde (örneğin İngiltere'de) yasaklanmış, kimi yerlerde (örneğin Bororolarda) yasaklanmamıştır; bununla birlikte, son yıllarda kimi Batı ülkelerinde başlatılan uygulamalar gözönüne alınmayacak olursa, her zaman evlilik ilişkilerinin dışında kalır. Ne olursa olsun, söz konusu ilişkiler değişik alanlara göre değerlendirilerek alanın anlamsal eklemelerinin sonuna dek gidilebilir. Örneğin 'ekonomik değerler dizgesi de cinsel ilişkileri düzenleyen bir toplumsal dizgedir'; bu dizge içinde, 'yarar'ın buyurumlara, 'zarar'ın yasaklamalara dayandığı düşünülürse yine bir göstergibilimsel dörtgen oluşturulabilir. ... Drahoma, çeyiz, başlık, vb. gibi mal değişimlerini ancak toplumca benimsenmiş olan cinsel ilişkiler sağladığına göre, ekonomik değerler dizgesiyle toplumsal değerler dizgesi arasında tutarlı bir bağıntı kurulabilir ve iki

dizgenin terimleri arasında en azından sekiz bağıntı olasılığı düşünülebilir. ... Öte yandan, cinsel ilişkiler dizgesiyle kişisel değerler arasında da aynı türden bir bağıntı kurularak bir göstergebilimsel dürtüye varılabilir. ... Bu bağdaşımardan sonra, toplumsal olarak benimsenen, başka bir deyişle, gerçekleştirilmelerine izin verilen cinsel ilişkiler göz önüne alınca da c1 (benimsenen ilişki) 'değişmez' bir terim olarak benimsenip c2'nin yeri bireysel değerlerle doldurulursa, dört ayrı evlilik türüne varılır. ... Aynı biçimde, c2 değişmez bir terim olarak benimsenip c1'in yeri ekonomik değerlerle doldurulursa, dört ayrı cinsel ilişki türüne varılır. ... Greimas ile Rastier'nin belirttikleri gibi, tüm bu düzenekler örneğin bir anlatıda kişiler arası bağıntıların betimlenmesinde tutarlı bir araç olarak kullanılabilir. Bu açıdan bakılınca, Balzac'ın romanları, bu arada *La Rabouilleuse*, bu konuda ilginç örnekler sunar bize. Örneğin Rigou babanın genç ve güzel hizmetçisiyle ilişkileri kendi açısından yasaklanmamış, istenen ve zararsız ilişkilerdir; genç ve güzel hizmetçinin aynı kişiyle ilişkileri ise, benimsenmemiş, korkulan ve yararsız ilişkiler. Gene aynı yazarda, çok sayıda çıkar evliliği örneğiyle karşılaşır, yapıtlarının yansıttığı toplumda ekonomik değerlerin genellikle kişisel değerlerden önce geldiğini, kimi zaman toplumsal değerleri bile geride bıraktığını görürüz. Bunlar da göstergebilimsel dürtüde kolaylıkla yerini bulabilir. Ama, söylemek bile fazla, göstergebilimsel dürtüde yalnızca cinsel ilişkilerin ya da kişiler arası bağıntıların çözümlenmesinde yararlanılan bir yöntemsel araç değildir; herhangi bir dizgenin temel anlam yapısından değişik dizgelerin karşılıklı etkileşimlerine değin tüm anlam alanlarında geçerli bir çözümleme aracı olarak kullanılabilir. Örneğin, gene Balzac'ın *İnsanlık güldürüsü*'nün derin yüzeyine inildiği zaman, kişilerin bedensel ve tinsel yapılarının yer/gök karşıtlığına göre kurulmuş bir göstergebilimsel dürtüde açıklanabilecek biçimde temellendiği görülür (Yücel, 1997: 61). ... İlk örnekte olduğu gibi burada da bu temel yapıdan yola çıkılarak *İnsanlık güldürüsü*'nde yer alan binlerce kişinin bedensel yapılarıyla tinsel yapıları, bedenleriyle edimleri, çevreleri, tutkuları arasındaki bağıntılar ayrıntılı ve tutarlı bir biçimde açıklanıp betimlenebilir. Bu da, bir kez daha, göstergebilimsel çözümlemenin yalnızca bir indirgeyim işlemi değil, aşamalı bir çözümleme biçimi olduğunu gösterir."

Paris Göstergebilim Okulu'nun kurucusu A. J. Greimas da, Cl. Lévi-Strauss'un özellikle mit çözümlemelerindeki yaklaşımından esinlenmiştir. (Rifat, Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü, 2013, s. 153-155) Strauss, söylen (mit) çözümlemelerinde "*doğa / ekin, ölüm / yaşam, yer / gök*, vb. gibi uzlaşmaz ve çözümsüz görünen birtakım gerçek ve köklü karşıtlıklar üzerinde durur" (Yücel, 2008, s. 85). Belirli bir toplum ya da kültürü anlayabilmek için o kültüre dair akrabalık sistemlerini, mitleri, inanç biçimlerini vb. yapısal bir kavrayışla çözümlemek gerektiğini ortaya koyan Lévi-Strauss, farklı toplumlara ait mitleri inceler ve karşıtlıkların izini sürer. Her mitin birtakım karşıtlıklar (iyi-kötü, korkak-cesur) barındırdığını, karşıtlıkların o mitin içinden çıktığı toplumların yapısı ve kültürüne dair birtakım mesajlar aktardığını söyler (Taylan, 2018, s. 54). Strauss, ikili karşıtlıkların toplumların kültürel yapısı içinde de görüldüğüne dikkat çeker; sözelimi bir kültür, bir başka kültürü kendisine benzememesi dolayısıyla karşıt grup olarak değerlendirebilmektedir. Batı uygarlığı tarafından yaban olarak isimlendirilen kültürlerde de ikili karşıtlıklar mevcuttur. Yaban kültürün temel özelliği, Batı uygarlıklarının yaşayış ve kültüründen uzak olmasıdır (Lévi-Strauss'dan aktaran (Çakı ve Gülada, 2019, s. 247). Lévi-Strauss, ikili karşıtlıkların, insan beyninin fiziksel yapısından kaynaklandığı için (beyin elektrokimyasal olarak çalışarak hücrelere iletileri gönderir ve bu iletiler temelde açık / kapalı biçimindeki basit karşıtlıklardır) evrensel olduğunu söyler ve bu yüzden bir kültüre ya da topluma değil, türe özgü olduğunu savunur (Fiske, 1996: 152-153).

### Çalışmanın sınırlılığı ve örnekleme

II. Dünya Savaşı dönemindeki propaganda ve antifaşizm inşasının yalnızca Sovyetler Birliği ve Müttefiklerce yayınlanan Nazi Almanyası karşıtı propaganda afişleri bazında analizi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. II. Dünya Savaşı döneminde (1939-1945) kullanılan antifaşizm içerikli propaganda görselleri çalışmanın evrenini teşkil etmektedir. Görsellerin tamamına erişmenin olanaksızlığı sebebiyle örnekleme metodu kullanma yoluna gidilmiş ve II. Dünya Savaşı döneminde (1939-1945) yayınlanan antifaşist görseller içerisinden (amaçlı örnekleme metodundan yararlanılarak) sadece Müttefik devletler ve Sovyetler Birliği tarafından Nazi Almanyası'na karşı hazırlanan antifaşist tepkiler içeren afişler seçilmiştir. Bunlar arasından yine amaçlı örnekleme metodu kullanılarak seçilen

yedi görsel, çalışmanın örneklemini olarak belirlenmiştir. Sovyetler Birliği (Müttefik devletler) tarafından kullanılan tüm antifaşist propaganda görsellerinin benzerlik göstermesi, çalışmanın sadece 7 görsel ile sınırlandırılması sonucunu doğurmuştur.

Çalışmanın sadece yedi antifaşist propaganda görseli örneklemini (örnekleme) üzerinden yürütülmesi ve görsellerin göstergebilimsel çözümleme modelleri içinden İsviçreli dilbilimci Ferdinand De Saussure'un ikili göstergebilimsel modeli, Fransız göstergebilimci Roland Barthes'ın söylenlere (mitlere) ilişkin çözümleme modeli ile Lévi-Strauss'un "karşıtlık" anlayışı çerçevesinde incelenmesi de çalışmanın diğer bir sınırlılığını teşkil etmektedir. Çalışmada, söz konusu göstergebilim kuramcılarının teorik söylemleri temel anlamda ele alınıp analizler de bu doğrultuda yapılacaktır.

#### **4. II. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası karşıtı antifaşist propaganda afişlerinin göstergebilimsel analizi**

Çalışmanın bu kesitinde II. Dünya Savaşı döneminde propaganda amaçlı yayınlanmış olan afişler içerisinde amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen yedi antifaşist görsel; "Nazi Almanyası ve Müttefikler", "Sovyet ve Alman Askeri", "Hançer", "Nazi Askerine Ölüm", "Faşizme Ölüm", "Nazi Tehlikesi", "Düşman Mihver" başlıkları altında temel yönleriyle İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure, Fransız göstergebilimci Roland Barthes ve Fransız Antropolog Claude Lévi-Strauss'un göstergebilimsel çözümleme modelleri üzerinden analiz edilmektedir.

##### **1. Görsel: Nazi Almanyası ve Müttefikler**

**Görsel Kodlar:** Görselde fonda dönemin müttefik devletlerini (İngiltere, Sovyetler Birliği ve ABD) simgeleyen bayraklar eşliğinde güçlü ve kararlı ilerleyen silahlı askerler, Nazi Almanyası lideri Adolf Hitler'i ezip geçerken resmedilmektedir. Hitler, askeri kıyafetler içinde gamalı haçla simgelenmektedir. Müttefik ordularının Nazi ordularına üstün geldiği yananlamı inşa edilmektedir. Sunum kodlarında müttefik askerleri gülümseyen (olumlu) bir ifadeyle, Nazi askeri (Hitler) ise "çirkin" ve "dehşet" (olumsuz) metaforuyla resmedilmiştir. Renk kodları müttefikleri olumlu (yeşil), Nazi Almanyasını ise olumsuz (siyah) iletilerle aktarmaktadır. Dolayısıyla propaganda afişinde Müttefik devletler "benimsenen", Mihver devletler (Almanya, İtalya, Japonya) ise "dışlanan" olarak konumlandırılmıştır. İdeolojik kodlar, Lévi-Strauss'un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) işaret etmektedir. Buna göre; propaganda afişinde Sovyet ve Müttefik orduların Almanya'yı yok edecek güce ve cesarete sahip olduğu mesajı verilmek istenmektedir. Bu dönemde müttefiklerle birlikte hatırı sayılır derecede afişler bastırılmış ve bu savaşta Rusların tek başına savaşmadığı Sovyet halkına aktarılmaya çalışılmıştır. Görselde propaganda afişlerinin Müttefik orduların ve devletlerinin güç ve gövde gösterilerine sahne olduğu görülmektedir.

**Görsel 1:** Nazi Almanyası ve Müttefikler. (URL-4)**Tablo 1:** Görsel Kodların Saussure'un Gösterge Modeli'ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Bayraklar (Kırmızı Haç, Orak Çekiç, Yıldız)	Müttefik Devletler (İngiltere, Sovyetler Birliği, ABD)
Gamalı Haç	Nazi Almanyası
Güçlü ve kararlı askerler	Müttefik Devletler
Ezik askerler	Mihver Devletler
Yeşil	Yaşam / İyi / Güçlü / Cesur / Mert / Dost
Siyah	lm / Kötü / Zayıf / Korkak / Sinsi / Düşman
Olumlu sunum kodları	Benimsenen
Olumsuz sunum kodları	Dışlanan

Gösteren Müttefik askerlerin, Nazi Almanyası lideri Adolf Hitler'i ezip geçmesi	Gösterilen Müttefik ordularının Nazi ordularına üstün geldiği yananlamı
Gösterge / I. GÖSTEREN Müttefik orduların Nazi ordularını ezerek Almanya'ya üstün gelmesi	II.GÖSTERİLEN Sovyet ve Müttefik orduların Almanya'yı yok edecek güce ve cesarete sahip olduğu yananlamı
III. GÖSTERGE Müttefik orduların ve devletlerinin gç ve gövde gösterisi yapmaları	

**şekil 4:** Barthes'ın üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

## 2. Görsel: Sovyet ve Alman askeri

**Görsel Kodlar:** Görselde miğferinde “kırmızı (kızıl) yıldız” olan bir sipahinin, miğferinde “gamalı haç” olan bir askere kılıç salladığı görülmektedir. Tarihsel kodlar bize “kızıl yıldız” rozetinin Sovyetler Birliğini, “gamalı haç” rozetinin ise Nazi Almanyası'nı simgelediğini söylemektedir. Sipahi (Rus askeri) “beyaz” (olumlu), gamalı haç miğferli asker (Nazi askeri) ise “siyah” (olumsuz) renkbirimleri ile resmedilmiştir. Kültürel kodlar bize *beyaz* renkbiriminin yaşamı, *siyah* renkbiriminin ise ölümü simgelediğini (temsil ettiğini) söyler. Görsel kodlar, Sovyetler Birliği askerinin “mert ve cesur”, Nazi Almanyası askerinin ise “sinsi ve korkak” biçimde savaştığını iletilemektedir. Antifaşist propaganda afişinde Müttefik devletlerden Sovyetler Birliği “benimsenen”, Mihver devletlerden Almanya ise “dışlanan” konumda yansıtılmıştır. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss'un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.



Görsel 2: Sovyet ve Alman Askeri. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Görselde yer alan Rusça dil gösterenleri “Kes, öldür!” düz anlamıyla Nazi ve faşizm düşmanlığı gösterilenlerini ve yananlamalarını aşikâr şekilde göstermektedir.

**Tablo 2:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli'ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Kızıl Yıldız Rozeti	Sovyetler Birliği
Gamalı Haç	Nazi Almanyası
mert ve cesur asker	Sovyetler Birliği (Müttefik Devletler)
Sinsi ve korkak asker	Almanya (Mihver Devletler)
Beyaz	Yaşam / İyi / Güçlü / Cesur / Mert / Dost
Siyah	Ölüm / Kötü / Zayıf / Korkak / Sinsi / Düşman
Olumlu sunum kodları	Benimsenen
Olumsuz sunum kodları	Dışlanan

Sonuç olarak, incelenen Sovyet propaganda afişinde gerek görsel gerekse dilsel kodlar yoluyla, Alman tehlikesinin bertaraf edilmekle kalmayıp Almanya'nın ve Alman ordusunun tamamen yok edilmesi gerektiği ve bir kez daha Sovyet ve Müttefik orduların Almanya'yı yok edecek güce ve cesarete sahip olduğu mesajları (yananlamaları) verilmek istenmektedir.

Gösteren miğferinde “kırmızı (kızıl) yıldız” olan bir sipahinin, miğferinde “gamalı haç” olan bir askere kılıç sallaması	Gösterilen Sovyetler Birliğinin Nazi Almanyası'na saldırması
Gösterge / I. GÖSTEREN Sovyetler Birliği askerinin “mert ve cesur”, Nazi Almanyası askerinin ise “sinsi ve korkak” biçimde savaştığı mesajı	II.GÖSTERİLEN Alman tehlikesinin bertaraf edilmekle kalmayıp Almanya'nın ve Alman ordusunun tamamen yok edilmesi gerektiği yan anlamı
III. GÖSTERGE Sovyet ve Müttefik orduların Almanya'yı yok edecek güce ve cesarete sahip olduğu	

**Şekil 5:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

### 3. Görsel: Hançer

**Görsel Kodlar:** Görselde fondaki dünya haritasının önünde duran koyu renk üniformalı bir askerin üzerindeki gamalı haç rozetine saplanan bayraklı üç kılıç (hançer) görülmektedir. Kılıçların üzerinde Sovyetler Birliği, Amerika ve İngiltere bayrakları bulunmaktadır. Bayraklar Müttefik Devletleri, gamalı haç rozeti ise Almanya'yı simgelemektedir. Koyu renkler (siyah ve kahverengi renkbirimleri) “olumsuz” (ölüm), açık renkler (beyaz, mavi ve kırmızı renkbirimler) ise “olumlu” (yaşam) imgelere göndermede bulunmaktadır. Görsel, “Nazi Almanyasına ölüm” mesajı vermektedir. Antifaşist propaganda afişinde Müttefik devletler (İngiltere, Sovyetler Birliği ve ABD) “benimsenen”, Mihver devletlerden Almanya ise “dışlanan” konumda yansıtılmıştır. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss'un karşıtlık söyleminde yaşam/ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.



**Görsel 3:** Hançerlenen Nazi Almanyası Askeri. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Görselin alt yazısında geçen Rusça dil kodları “Alman faşist işgalcileri vuruyoruz!”, “Alman faşistlerini bitiriyoruz!” anlamıyla yine dışlanan Alman faşizmine apaçık bir göndermedir.



**Tablo 3:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli'ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Bayraklar (Kırmızı Haç, Orak Çekiç, Yıldız)	Müttefik Devletler (İngiltere, Sovyetler Birliği, ABD)
Gamalı Haç	Nazi Almanyası
Bayraklı Kılıçlar (Hançerleyen)	Müttefikler
Hançerlenen (asker)	Almanya (Mihver)
Açık renkler (beyaz, mavi ve kırmızı)	Yaşam / İyi / Güçlü / Dost
Koyu renkler (siyah ve kahverengi)	Ölüm / Kötü / Zayıf / Düşman
Olumlu kodlar	Benimsenen
Olumsuz sunum kodları	Dışlanan

Propaganda afişinde görsel ve dilsel kodlar yoluyla açıkça, Müttefik devletlerin elbirliğiyle Almanya'yı (faşizmi) haritadan sileceği mesajı verilmektedir. Bu dönemde müttefiklerle birlikte hatırı sayılır derecede afişler bastırılmış ve bu savaşta Rusların tek başına savaşmadığı Sovyet halkına aktarılmaya çalışılmıştır.

Gösteren Dünya haritasının önünde koyu renk üniformalı bir askerin üzerindeki gamalı haç rozetine saplanan bayraklı üç kılıç (hançer)	Gösterilen Müttefik Devletlerin, Almanya'ya saldırması
Gösterge / I. GÖSTEREN Müttefik devletlerin elbirliğiyle Almanya'yı haritadan sileceği mesajı	II. GÖSTERİLEN "Nazi Almanyasına ölüm" mesajı
III. GÖSTERGE Faşizmin yok edileceği yananlamı	

**Şekil 6:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

#### 4. Görsel: Nazi askerine ölüm

**Görsel Kodlar:** Görselde şapkasında gamalı haç olan kara gömülü bir askerin tepesine konmuş bir leş kargası görülmektedir. Gamalı haç Alman askerini, siyah karga ise Sovyetler Birliği ve ölümü simgelemektedir. Görsel kodlar, "Nazi Almanyası'na ölüm!" mesajı iletmektedir. Antifaşist propaganda afişinde Müttefik devletler (Sovyetler Birliği) "benimsenen", Mihver devletlerden Almanya ise "dışlanan" konumda yansıtılmıştır. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss'un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.



**Görsel 4:** Donan Nazi Almanyası Askeri. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Dilsel kodlar da aynı şekilde Alman düşmanlığına gönderme yapmaktadır: “Faşistler Moskova’da donarak mezarlarını bulacaklar.”

**Tablo 4:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli’ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Gamalı Haç ve donan asker	Nazi Almanyası (Mihver)
Karga	Sovyetler Birliği (Müttefikler)
Beyaz ve Siyah	Yaşam ve lm
Olumlu kodlar	Benimsenen (Dost)
Olumsuz kodlar	Dışlanan (Düşman)

Antifaşist propaganda afişinde görsel ve dilsel kodlar yoluyla, “Moskova’nın (Sovyetler Birliği’nin) faşist Nazilere (Almanya’ya) mezar olacağı” mesajı verilmiştir. Almanya’nın Doğu Cephesi’nde yürüttüğü başarılı operasyonlar kiş mevsiminin bastırmasıyla birlikte duraklamıştır. Barbarossa Harekati’nin başarısızlığının ardından Hitler sonraki operasyon için düğmeye bassa da kiş Nazilerin ilerlemesini duraksatmış, bazı bölgelerde ise Wehrmacht geri çekilmek zorunda kalmıştır. Bu durumdan faydalanarak propaganda afişlerini halka açan Sovyet Birliği, kiş mevsiminin gelmesiyle Sovyet topraklarının Nazilere mezar olacağı ve Nazilerin savaşı kazanamayacağı dşncesini yaymaya çalışmıştır.



Gösteren Şapkasında gamalı haç olan kara gömülü bir askerin başına konmuş bir leş kargası	Gösterilen Gamalı haçın Alman askerini, siyah karganın ise Sovyetler Birliği ve ölümü simgelemesi
Gösterge / I. GÖSTEREN “Faşistler Moskova’da donarak mezarlarını bulacaklar” mesajı	II.GÖSTERİLEN “Nazi Almanyasına ölüm” mesajı
III. GÖSTERGE “Moskova’nın (Sovyet topraklarının) faşist Nazilere (Almanya’ya) mezar olacağı” ve Nazilerin savaşı kazanamayacağı yananlamı	

**Şekil 7:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

## 5. Görsel: Faşizme ölüm

**Görsel Kodlar:** Görselde kıvı bir asker, dilinde gamalı haç olan dev siyah bir yılanı silahıyla öldürürken resmedilmektedir. Yan görsellerde ise sağda “gamalı haç” ve elinde “kurukafa” taşıyan “ilkel ve vahşi” adam (canavar); solda ise kitapları yangından kurtaran “yeşil bir dev” ve bir “anne-bebek” görülmektedir. “Sağ” kanattaki gamalı haç, siyah yılan ve kurukafa (ölüm) ile ilkel vahşi canavar Nazi Almanyası’nı; kıvı asker ve “sol” taraftaki yeşil dev (kahraman) ve anne-bebek (aile, yaşam ve gelecek) ise Sovyetler Birliği’ni simgelemektedir. Görsel kodlarda, Sovyet halkını ve geleceğini savaştan kurtaran Sovyetler Birliği “dost” ve “yaşam”; Nazi Almanyası ise “düşman” ve “ölüm” metaforlarıyla temsil edilmektedir. Görselde “Nazi Almanyası’na Ölüm!” mesajı iletilmektedir. Antifaşist propaganda afişinde Müttefik devletler (Sovyetler Birliği) “benimsenen”, Mihver devletlerden Almanya ise “dışlanan” konumda yansıtılmıştır. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss’un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.



**Görsel 5:** Faşizme Ölüm. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Dilsel kodlarda (üstte) “Faşizm insanın düşmanıdır” ve (altta) “Faşizme ölüm!” denilmektedir.

**Tablo 5:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli'ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Kızıl asker, Yeşil dev	Sovyetler Birliği (Müttefik Devletler) / Dost
Gamalı Haç, Siyah yılan, İlkel / vahşi canavar	Nazi Almanyası / Düşman
Kitap ve Anne-bebek	Yaşam / İyi / Güçlü / Güvenli / Dost
Siyah yılan ve Kurukafa	Ölüm / Kötü / Zayıf / Tehlikeli / Düşman
Olumlu kodlar	Benimsenen
Olumsuz kodlar	Dışlanan

Görselde gerek görsel gerekse dilsel kodlar, Almanya'nın (faşizmin) başta Sovyetler Birliği olmak üzere tüm insanlığın azılı düşmanı olduğunu ve öldürülmesi (yok edilmesi) gerektiğini söylemektedir. Propaganda afişinde, Nazilerin Sovyetler Birliği'nin yaşamını ve geleceğini yok etmekle tehdit ettiğine ve Sovyetler Birliği'nin kadınları ve çocukları korumak adına savaşmak zorunda kaldığına dikkat çekilerek, bu yüzden bütün Sovyet halkının bu savaşa destek vermesi istenmektedir.

<p><b>Gösteren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kızıl bir askerin, dilinde gamalı haç olan dev siyah bir yılanı silahıyla öldürmesi</li> <li>- "gamalı haç"</li> <li>- elinde "kurukafa" taşıyan "ilkel ve vahşi" adam (canavar)</li> <li>- kitapları yangından kurtaran "yeşil bir dev"</li> <li>- "anne ve bebek"</li> </ul>	<p><b>Gösterilen</b></p> <p>Gamalı haç, siyah yılan ve kurukafa (ölüm) ile ilkel vahşi canavarın Nazi Almanyası'nı; Kızıl asker, yeşil dev (kahraman) ve anne-bebeğin (aile, yaşam ve gelecek) ise Sovyetler Birliği'ni simgelemesi</p>
<p><b>Gösterge / I. GÖSTEREN</b></p> <p>Sovyet halkını ve geleceğini savaştan kurtaran Sovyetler Birliği'nin "dost" ve "yaşam"; Nazi Almanyasının ise "düşman" ve "ölüm" metaforlarıyla temsil edilmesi</p>	<p><b>II. GÖSTERİLEN</b></p> <p>"Nazi Almanyasına ölüm" mesajı "Faşizm insan(lığ)ın düşmanıdır"</p>
<p><b>III. GÖSTERGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Almanya'nın (faşizmin) başta Sovyetler Birliği olmak üzere tüm insanlığın azılı düşmanı olduğu ve öldürülmesi (yok edilmesi) gerektiği</li> <li>- Nazilerin Sovyetler Birliği'nin yaşamını ve geleceğini yok etmekle tehdit ettiği ve Sovyetler Birliği'nin kadınları ve çocukları korumak adına savaşmak zorunda kaldığı, bu yüzden bütün Sovyet halkının bu savaşa destek vermesi gerektiği yananamları inşa edilmektedir.</li> </ul>	

**Şekil 8:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

## 6. Görsel: Nazi tehlikesi

**Görsel Kodlar:** Görselde alevlerin arasından gelen ve ayakkabısının altında kırmızı renkte gamalı bir haç olan siyah bir erkek ayağı (ayakkabısı), özgürlük heykelinin bulunduğu okyanus kenarındaki bir şehri ezmek üzeredir. Gamalı haç Almanya'yı, özgürlük heykeli ve okyanus kenarındaki şehir (Manhattan) ise Amerika Birleşik Devletleri'ni simgelemektedir. Siyah ve kırmızı renk kodları yaklaşan

“tehlike”ye işaret etmektedir. Propaganda afişinde Müttefik devletler (İngiltere, ABD ve Sovyetler Birliği) “dost” ve “benimsenen”, Mihver devletlerden Almanya ise “düşman” ve “dışlanan” konumda resmedilmiştir. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss’un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.



**Görsel 6:** Dünyayı Ezen Nazi Almanyası. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Dilsel kodlarda İngilizce dil gösterenleriyle “Help Britain” (Britanya’ya / İngiltere’ye yardım et) ve “Defend America” (Amerika’yı Savun) denilmektedir.

**Tablo 6:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli’ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Özgürlük heykeli ve Manhattan	ABD (Müttefik Devletler) / Dost
Kızıl gamalı haç, Siyah ayakkabı	Nazi Almanyası / Düşman
Beyaz	Yaşam / İyi / Güvenli / Dost
Kırmızı ve Siyah = Tehlike; Alevler = Savaş	Ölüm / Kötü / Tehlikeli / Düşman
Olumlu kodlar (Help, Defend)	Benimsenen
Olumsuz kodlar	Dışlanan

Görselde, Nazi Almanyası’nın Müttefik devletlerin (Sovyetler Birliği, İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) düşmanı olduğu, Almanya’nın dünyayı yok etmek istediği ve Nazi tehlikesinin yakın olduğu mesajı verilerek kamuoyunun desteğini sağlamak amaçlanmıştır.

<p>Gösteren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayakkabısının altında kırmızı renkte gamalı haç olan siyah bir erkek ayağının alevlerin arasından gelerek, özgürlük heykelinin bulunduğu okyanus kenarındaki bir şehri ezmek üzere oluşu</li> <li>- Siyah ve kırmızı renk kodları</li> </ul>	<p>Gösterilen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gamalı haçın Almanya'yı, özgürlük heykeli ve okyanus kenarındaki şehrin (Manhattan) ise Amerika Birleşik Devletleri'ni simgelemesi</li> <li>- Siyah ve kırmızı renk kodlarının yaklaşan "tehlike"ye işaret etmesi</li> </ul>
<p>Gösterge / I. GÖSTEREN</p> <p>Nazi tehlikesinin yakın olduğu "Britanya'ya / İngiltere'ye yardım et" "Amerika'yı Savun" dilsel kodları</p>	<p>II. GÖSTERİLEN</p> <p>Nazi Almanyası'nın Müttefik devletlerin (Sovyetler Birliği, İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) düşmanı olduğu</p>
<p>III. GÖSTERGE</p> <p>Almanya'nın dünyayı yok etmek istediği mesajı verilerek kamuoyunun desteğini sağlamak amaçlanmıştır.</p>	

**Şekil 9:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

## 7. Görsel: Düşman Mihver

**Görsel Kodlar:** Görselde farklı renklere (beyaz-siyah, kırmızı-sarı ve siyah) üç yılan görülmektedir. Kuyruğunda zincir, zehirli dişi görünen, gövdesinde siyah gamalı haç bulunan büyük yılan Nazi Almanyası'nı, diğer iki küçük yılan ve zehir tüpü ise Mihver devletlerden İtalya ve Japonya'yı simgelemektedir. Siyah, kırmızı ve sarı yılan gösterenleri "düşman", "tehlike" ve "ölüm" gösterilenlerine işaret etmektedir. Propaganda afişinde Müttefik devletler (İngiltere, ABD ve Sovyetler Birliği) "dost" ve "benimsenen", Mihver devletler (Almanya, İtalya ve Japonya) ise "düşman" ve "dışlanan" olarak konumlandırılmıştır. İdeolojik kodlar yine Lévi-Strauss'un karşıtlık söyleminde yaşam / ölüm olgularına (karşıtlığına) gönderme yapmaktadır.

Bu görselde de yine, Almanya'nın başını çektiği Mihver devletlerin (İtalya, Japonya), başta Sovyetler Birliği olmak üzere Müttefik devletlerin (İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) adeta azılı düşmanı olduğu, zehirli bir yılan kadar tehlikeli oldukları ve en büyük düşman olan Nazi Almanyası'nın dünyayı esarete boğmak istediği mesajları verilmektedir.



**Görsel 7:** Düşman Nazi Almanyası ve Düşman Mihver Devletler. (URL-4)

**Dilsel Kodlar:** Dilsel kodlar, siyah harflerle İngilizce "THIS is the ENEMY" (Bu düşmandır) dil gösterenlerine işaret etmektedir.

**Tablo 7:** Görsel ve Dilsel Kodların Saussure Modeli'ne Göre Analizi.

GÖSTERGE	
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
Yılanlar, Gamalı Haç	Mihver Devletler (Nazi Almanyası, İtalya, Japonya)
Yılan, Zincir, Zehirli diş, Zehir tüpü	Düşman / Tehlike
Beyaz	Yaşam / İyi / Güçlü / Cesur / Mert / Güvenli / Dost
Kırmızı, Siyah, Sarı = Tehlike, Uyarı	Ölüm / Kötü / Zayıf / Korkak / Sinsi / Tehlikeli / Düşman
Olumlu kodlar	Benimsenen
Olumsuz kodlar	Dışlanan

**Şekil 10:** Barthes'ın Üst-dil (Söylen/Mit) ve Yananlam Çizelgesi (1998: 184).

Gösteren Beyaz-siyah, kırmızı-sarı ve siyah renklerde üç yılan	Gösterilen Kuyruğunda zincir, zehirli dişi görünen, gövdesinde siyah gamalı haç bulunan büyük yılanın Nazi Almanyası'nı, diğer iki küçük yılanın ve zehir tüpünün ise Mihver devletlerden İtalya ve Japonya'yı temsil etmesi	
Gösterge / I. GÖSTEREN Almanya'nın başını çektiği Mihver devletlerin (İtalya, Japonya), başta Sovyetler Birliği olmak üzere Müttefik devletlerin (İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) azılı düşmanı olduğu ve zehirli bir yılan kadar tehlikeli oldukları		II. GÖSTERİLEN Mihver devletlerin düşman olduğu
III. GÖSTERGE En büyük düşman olan Nazi Almanyası'nın dünyayı esarete boğmak istediği		

Görsel ve dilsel kodların birlikteliğinde somutlaşan ideolojik kodlamaların, “iyi / kötü, cesur / korkak, mert / sinsi, güçlü / zayıf, dost / düşman, yaşam / ölüm” olguları / karşılıkları temelinde Lévi-Strauss modeline göre analizi (Lévi-Strauss'un getirdiği “doğa / ekin” karşıtlığına koşut olarak) göstergebilimsel bir dörtgenle şöyle çizilebilir:

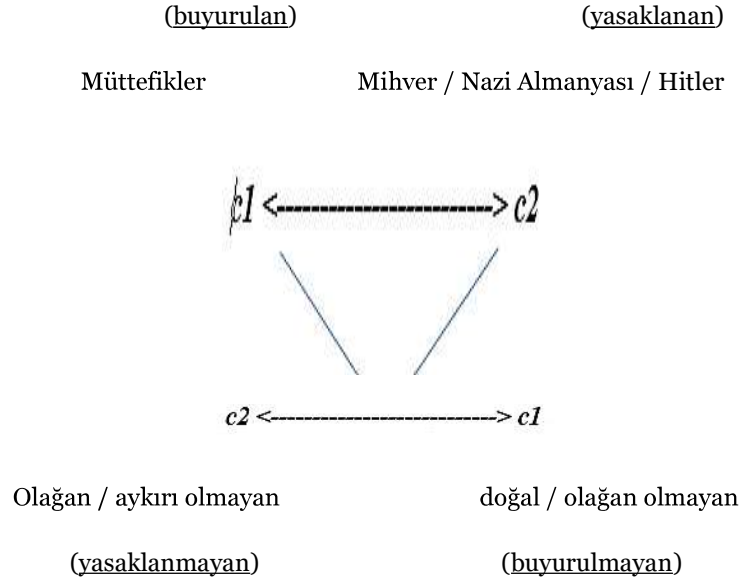
BENİMSENEN

DIŞLANAN

(yaşam / iyi / güçlü / cesur / mert / dost) (ölüm / kötü / zayıf / korkak / sinsi / düşman)

doğal

aykırı



**Çizge 2:** Propaganda Söyleminin Lévi-Strauss'un Karşıtlık Olgularını İçeren Göstergebilimsel Dörtgen Modeli.

Çizgede de analizi yapıldığı gibi; yazılı ve görsel kod(lama)larda Sovyetler Birliğinin öncülük ettiği Müttefik devletler “yaşam, iyilik, güç, cesur, mert, güvenli ve dost” olumlu metaforlarıyla yüceltilip toplumca benimsenilmesi sağlanırken/hedeflenirken, Nazi Almanyası'nın öncülük ettiği Mihver devletler ise “ölüm, kötülük, zayıf, korkak, sinsî, tehlikeli, düşman” olumsuz metaforlarıyla kötülenmekte, karalanmakta ve aşağılanarak dışlanmakta, ötekileştirilmektedir.

## 5. Sonuç

Çalışmada Saussure, Barthes ve Strauss'un teorik söylemleri ışığında görsel ve yazılı kodlarda gizli ve açık olan göstergeler, düz ve yan anlamlar ve göstergebilimin “anlam, karşıtlıktan doğar” ilkesinden hareketle karşıtlıklardan doğan anlam ilişkileri analiz edilmiş ve toplum tarafından benimsenmesi ve/ya dışlanması “gerek” ideolojiler, mitler ve iletiler ortaya çıkarılmıştır. Buna göre; incelenen propaganda afişlerinde gerek görsel gerekse dilsel kodlar yoluyla, Almanya'nın başını çektiği Mihver devletlerin (İtalya, Japonya), başta Sovyetler Birliği olmak üzere Müttefik devletlerin (İngiltere, Fransa, ABD, Çin Cumhuriyeti) adeta azılı düşmanı olduğu, Almanya'nın dünyayı yok etmek istediği ve Alman tehlikesinin yakın olduğu mesajı verilerek, kitlelerde korku ve panik duygusu yaratılmak istenmiş ve bu yolla kamuoyu desteğini sağlamak amaçlanmıştır. Alman tehlikesinin bertaraf edilmekle kalmayıp Almanya'nın ve Alman ordusunun tamamen yok edilmesi gerektiği, Sovyet ve Müttefik orduların Almanya'yı yok edecek güce ve cesarete sahip olduğu da verilen mesajlar arasındadır. Müttefik devletlerin Nazi karşıtı propagandalarında “zehirli yılan”, “ilkel ve vahşi canavar”, “kurukafa” simgeleri ve “ölüm” metaforu üzerinden gerçeği yansıtmayan, gerçeği çarpıtan manipülatif söylemlere, negatif bir algı operasyonuna ve karalama kampanyasına başvurdukları görülmektedir.

Propaganda afişleri Lévi-Strauss'un “Karşıtlıklar Modeli” üzerinden değerlendirildiğinde görülmektedir ki olumlu kodlar (yaşam / iyi / güçlü / cesur / mert / güvenli / dost) Sovyetler Birliği ve Müttefik devletlere; olumsuz kodlar ise (ölüm / kötü / zayıf / korkak / sinsî / tehlikeli / düşman) Nazi Almanyası devletine atfedilmekte ve bu yolla kamuoyunda duygusal etki yaratılarak kitleler üzerinde Nazi nefreti inşa edilmek istenmektedir. Görsellerde işlenen temel karşıtlık olgusu ise, ölüm / yaşam; dost / düşman

ve benimsenen / dışlanan biçimindedir. Barthes'ın mit yaklaşımı ve Saussure'un ikili gösterge anlayışı açısından da gerek görsel gerek dilsel göstergeler üzerinden Almanya doğrudan ve aşkâr şekilde kötülenmekte, karalanmakta ve aşağılanarak dışlanmakta, ötekileştirilmektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında, çalışmada incelenen görsellerde, savaş sürecinde doğrudan Nazi Almanyası'nı ve Nazizm ideolojisini hedef alan Sovyet propagandasının ve antifaşizan mitlerin dönemin afişleri üzerinden inşa edildiği söylenebilir. Bir başka deyişle, Sovyet ve Müttefik propagandalarının dönemin afişleri üzerinden antifaşist mitleri ve antifaşizan tepkileri işleyerek, Nazi Almanyası'na ve Nazizme yönelik kamuoyu algısında nefret söylemi inşa ettiği genel sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın, dönemsel bir çalışma olması bakımından tarihsel metin ve siyasal iletişim çalışmalarına/araştırma(cı)larına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Akgül, R. F. (2017). Nazi Almanyası Örneğinde Propaganda Afişleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 1-22.
- Aydemir, B. (2021). II. Dünya Savaşı Sonrasında (1945-1950) Türkiye'nin İktisadi Durumu ve Sosyal Hayatta Yaşanan Gelişmeler. *İçtimaiyat Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 73-89.
- Barthes, R. (1985). *Yazı nedir?* (Çev. O. Demiralp ve başk.). İstanbul: Hil Yayınları.
- Barthes, R. (1998). *Çağdaş Söylenler*. (Çev. T. Yücel) İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger, A. A. (1996). "Göstergibilimsel Çözümleme". (Çev. N. Bayram). *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi E.S.B.A.Ç. Vakfı Yayınları, 11-41.
- Berger, J. (2015). *Bir Fotoğrafı Anlamak*. (Çev. B. Eyüboğlu). İstanbul: Metis Yayınları.
- Boyras, B. ve Cantürk, A. (2014). Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Savaş Bonosu Posterleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 855-869.
- Bozkanat, E. (2021). Algı Yönetimi ve Propaganda: Nazi Almanyası Üzerinden Bir Değerlendirme. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 16(55), 74-94.
- Büker, S. ve Onaran, O. (1985). *Sinema Kuramları*. (Der.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Chomsky, N. (2005). La Propaganda. In E. L. Proaño, *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicacion*. [revistachasqui.org](http://revistachasqui.org).
- Clark, T. (2011). *Sanat ve Propaganda*. İstanbul: Ayrıntı.
- Çakı, C. ve Gülada, M. O. (2019). Birinci Dünya Savaşı'nda Zulüm Propagandasının Kullanılması: İtilaf Devletleri'nin Alman Karşısı Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. 5, 238-260.
- Çakı, C. (2018). Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Selçuk İletişim*, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C. (2019). Birinci Dünya Savaşındaki İtalyan Propaganda Afişlerinde Almanlara Yönelik Nefret Söylemi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi - İAÜD*, 11(1), 21-38.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 239-265. .
- Çınar, B. (2019). İkinci Dünya Savaşı'nın Başladığı Gün Avrupa'daki Durum: Ülkelerin Savaşa Hazırlık Durumları ve Bunun Savaşa Yansıması. *Akademik Bakış*, 13(25), 239-266.
- Doğan, İ. (2015). Propaganda Aracı Olarak İnternet: Kayseri İli Merkez Seçmeni Üzerine Bir Alan Araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 296-319.
- Doğan, İ. (2020). Siyasal Propaganda ve Sosyal Medya. *Ahi Evran Akademi*, 1(2), 1-13.

- Domenach, J.-M. and Padua, C. T. de. (2001). *A Propaganda Politica*. 04 01, 2023. tarihinde [www.ayredeferreira.com](http://www.ayredeferreira.com). adresinden alındı
- Erkiş, İ. U. ve Summak, M. E. (2011). Propaganda ve Dış Politika. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 269-292.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Erkman, F. (1991). *Anlam, Çeviri, Karşılaştırma*. İstanbul: ABC Kitabevi, 1991.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. S. İrvan). Ankara: Ark Yayınları.
- Geçikli, F. (2012). Geçmişten Günümüze Propaganda Kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(9), 265-276.
- Guiraud, P. (1990). *Göstergebilim*. (Çev. M. Yalçın). Sivas: Önder Matbaacılık.
- Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2019). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Partizanlara Yönelik Hazırlanan Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(17), 123-143.
- Gürgen, H. (1990). Propaganda. *Kurgu Dergisi*, ( 8), 135-157.
- Huang, H. (2015). Propaganda as Signaling. *Comparative Politics*, 47(4), 419-444.
- Kağnıcı, G. (2017). Kral Yazıtlarındaki Propaganda Biçimleri: Erhanedanlar Döneminden Eski Babil'in Sonuna Kadar. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(27), 125-135.
- Karaca, M., Çakı, C. ve Darı, A. B. (2021). Büyük Vatanseverlik Savaşı'nda Savaş Suçu Bağlamında Sovyetler Birliği Propagandasında Nazi Almanya'sının Sunumu. *Uluslararası Suçlar ve Tarih / International Crimes and History*(22), 75-106.
- Karaoğlu, G. (2018). "Dilbilim". E. İ. Hıdroğlu içinde, *Göstergebilim*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını .
- Kıran, Z., & Kıran, A. (2000). *Yazınsal Okuma Süreçleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Kıran, Z. (1996). *Dilbilim Akımları*. Ankara: Onur Yayınları.
- Köseoğlu, Y. ve Al, H. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya . *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*, 8(3), 103-125.
- Little, A. T. (2016). Propaganda and Credulity. *Games and Economic Behavior*(102 (2017)), 224-232.
- Özlu, H. (2012). Arşiv Belgelerine Göre, İkinci Dünya Savaşı'nda İzmir ve Trakya'nın Savunmasına Yönelik Türk- İngiliz Heyetlerinin Görüşmeleri ve Alman Önlemler. *ÇTTAD, XII*(24), 233-253.
- Pehlivanoğlu, M. (2020). *Bir Siyasal İletişim Modeli Olarak Propaganda: Hitler-Stalin Karşılaştırmalı Analizi*. 02 19, 2022 tarihinde <https://daktilo1984.com/forum/bir-siyasal-iletisim-modeli-olarak-propaganda-hitler-stalin-karsilastirmali-analizi/> adresinden alındı
- Rifat, M. (1996). *Göstergebiliminin Kitabı*. İstanbul: Düzlem Yayınları.
- Rifat, M. (1998). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilimin Kuramları, I ve II*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür yayınları.
- Quaranto, A. and Stanley, J. (2021). Propaganda. In J. K. (eds.), *The Routledge Handbook of Social and Political Philosophy of Language*. (pp. 125-146).
- Saussure, F. D. (1978). *Dilbilim: Genel Dilbilim Dersleri*. (Çev. B. Vardar). Ankara: TDK Yayınları.
- Sezer, N. ve Yılmaz Sert, N. (2014). "TV Kamu Spotu Reklamlarının Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Kullanılması: "Çocuk ve Medya Hareketi" TV Kamu Spotu Reklamının Göstergebilimsel Çözümlemesi". *İletişim Araştırmalarında Göstergebilim/Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı*. Editör: Ahmet Güneş. Konya: Literatürk Academia, 11-47.



- Taylan, A. (2018). "Yapısalcılık". E. İ. Hıdıroğlu içinde, *Göstergebilim*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını .
- TDK. (2022). Çevrimiçi Sözlüğü. <https://sozluk.gov.tr/>.
- Tuncer, E. S. (2021a). "Nazi Almanyası'nda Antisemitist Çocuk Kitaplarının Propaganda Amaçlı Kullanımı: Göstergebilimsel Bir Bakış". E. A. Aydemir içinde, *Geleneklerden Dijital Siyasal İletişim Çalışmaları* (s. 113-135). Eğitim Yayınevi.
- Tuncer, E. S. (2021b). *Reklam Göstergebilimi*. İstanbul: Kriter.
- Tuncer, E. S. (2022). *Göstergebilimin El Kitabı*. Konya: Literatürk.
- Uçkaç Altun, S. (2010). Hitler Almanyası'nda Sanat ve Propaganda. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(5), 23 – 39.
- URL-1. (2020). *Çevirileriyle 2. Dünya Savaşı Sovyet Propaganda Afişleri*. 01 24, 2022 tarihinde ER, Çağan: <https://tarihlerle.com/cevirileriyle-2-dunya-savasi-sovyet-propaganda-afisleri> adresinden alındı
- URL-2. (tarih yok). *2. Dünya Savaşı*. 01 24, 2022 tarihinde Wikipedi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/II.\\_D%C3%BCnnya\\_Sava%C5%9F%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/II._D%C3%BCnnya_Sava%C5%9F%C4%B1) adresinden alındı
- URL-3. (tarih yok). *II. Dünya Savaşı'nda Sovyet Propagandası*. 01 23, 2022 tarihinde [https://tr.wikipedia.org/wiki/II.\\_D%C3%BCnnya\\_Sava%C5%9F%C4%B1%27nda\\_Sovyet\\_propagandas%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/II._D%C3%BCnnya_Sava%C5%9F%C4%B1%27nda_Sovyet_propagandas%C4%B1) adresinden alındı
- URL-4. (tarih yok). *2. Dünya Savaşı Propaganda Afişleri*. 02 02, 2022 tarihinde <https://www.google.com/search?q=2.+d%C3%BCnnya+sava%C5%9F%C4%B1+propaganda+afi%C5%9Fleri> adresinden alındı
- Vardar, B. (1982). *Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri*. Ankara: TDK Yayınları.
- Vardar, B. (1988). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: ABC Yayınları.
- Vardar, B. vd. (1999). *XX. Yüzyıl Dilbilimi*. İstanbul: Multilingual Matbaa 70.
- Yavuzer, A. (2014). I. ve II. Dünya Savaşları Sırasında Basılan Savaş Afişleri. *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yetkiner, B. (2018). "Ferdinand De Saussure'ün Göstergebilim Yaklaşımı". E. İ. Hıdıroğlu içinde, *Göstergebilim*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını .
- Yılmaz, A. (2018). "Göstergebilimde Temel Kavramlar ve Tarihsel Çerçeve". E. İ. Hıdıroğlu içinde, *Göstergebilim*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Yücel, T. (2008). *Yapısalcılık*. İstanbul: Can Yayınları .