

Nazi Almanyası'nda Basılan Propaganda Karikatürlerinde Siyahilerin Sunumu

Arş. Gör. Caner ÇAKI¹

Arş. Gör. Mehmet Ali GAZİ²

Öz

Nazizm ideolojisinde, insanlar ari (üstün) ırktan olanlar ve ari ırktan olmayanlar şeklinde iki gruba ayrılmaktaydı. Siyahiler Nazizm ideolojisinde, ari ırk olarak görülmedikleri için Untermensch (alt insan) olarak adlandırılmakta ve ikinci sınıf insan olarak değerlendirilmekteydi. Naziler, Almanya'da "ırkın hijyeni" adını verdikleri politika gereği siyahilere yönelik nefret söylemi odaklı propaganda faaliyetlerine yönelmişti. Bu çalışmada, Calvin College Araştırma Birimi tarafından belirlenen Nazi Almanyası'nda siyahileri konu alan farklı mizah dergilerine ait dokuz karikatür (Sömürge İnsanları, Fransız Kültürü, ABD Ordusu, ABD Ordusunun Amacı, Afrikalı Siyahiler, Siyahi Irk, Siyahi Pilot, İdam, Yıkım) üzerinden Nazizm ideolojisinin siyahilere yönelik politikaları ele alınmıştır. Çalışmada karikatürler nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak, Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın göstergebilim anlayışı ışığında incelenmiştir. Çalışma sonucunda, Nazi propagandasında siyahilerin Müttefik Devletleri tarafından ari ırkın yok edilmesi için kullanılan, düşünemeyen ve kendi başına hareket edemeyen insanlar olarak sunulduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyahi, propaganda, Nazizm, karikatür, göstergebilim

¹ İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi, Arş. Gör., caner.caki@inonu.edu.tr.

² İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi, Arş. Gör., mehmetali.gazi@inonu.edu.tr.

The Presentation of Africans in the Propaganda Caricatures Published in Nazi Germany

Abstract

In the Nazism ideology, people were classified in two groups: those who belong to the pure race and those who are not. The Africans were called as Untermensch (lower man) because they were not seen as pure race in the Nazism ideology and were considered as a second class man. The Nazis made propaganda activities focused on hate speech politics against the Africans which was called “hygiene of the race” in Germany. In this study, nine cartoons (Colonial Peoples, French Culture, US Army, US Army Purpose, African Blacks, Black Race, Black Pilot, Execution, Demolition) of different humorous magazines in Nazi Germany regarding the Nazism ideology politics towards the Africans determined by Calvin College Research Unit were discussed. In the study, the caricatures were examined in the light of the semiotics approach of the French Language Scientist Roland Barthes using the semiotics analysis method in qualitative research methods. As a result of the study, it was found that the Africans were presented as people who are used for destroying the pure race by the Allied Powers in the Nazi propaganda and who are unable to think and act on their own.

Keywords: *Black, propaganda, Nazism, cartoon, semiotics*

Giriş

20. yüzyılın ilk yarısında Almanya’da etkili olan Nazizm ideolojisi, Almanların ve diğer Kuzey Avrupa topluluklarının “ari ırk” adında üstün bir ırk olduğu düşüncesini savunmaktaydı. Bu ırkların dışında olan tüm toplumlar ise “ari ırk” olarak görülmemektedir. Bunun yanında Naziler, Yahudileri, Slavları ve siyahileri “ari ırk” için önemli bir tehdit olarak addetmekteydi (Yavuzoğlu, 2003:91). Bu amaçla Nazi Almanyası’ndaki propaganda faaliyetlerinde başta Yahudiler olmak üzere, “ari ırka düşman” olarak addedilen tüm topluluklar aleyhine nefret söylemi inşa edilmekteydi. Nazi propagandası, “ari ırka düşman” olarak kabul edilen tüm gruplar için Alman toplumundan dışlayan söylemlere yer vermektedir. Nazi propagandasının hedefinde genel olarak antisemitizm odaklı Yahudiler olmakla birlikte, siyahiler, eşcinseller ve Çingeneler de Nazi propagandasının nefret söyleminde yer bulmaktaydı. Özellikle

Nazizm ideolojisinde ari ırkın korunması ve ırkın hijyeni politikalarında siyahilere yönelik yoğun bir nefret propagandası inşa edilmiş, böylelikle Alman toplumunun siyahiler ile evlenmesi önlenmeye çalışılmıştır. Naziler, siyahilere yönelik nefret söylemlerini, 2. Dünya Savaşı'nda Müttefik Devletleri'nin bünyesinde savaşıyan siyahi askerlere yönelik daha da yoğunlaştırmıştır.

Bu çalışmada, Nazi Almanyası'nda siyahileri konu alan farklı mizah dergilerine ait dokuz karikatür üzerinden, Nazizm ideolojisinin siyahilere yönelik politikaları nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak ele alınmıştır. Günümüzde göstergebilimsel analiz metodu genel olarak reklamlar üzerine yapılan akademik incelemelerde kullanılmaktadır. Örneğin, Gülada ve Çakı (2018), "Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği" adlı reklamda tüketim kültürü üzerinden ticari reklamları; Arpa (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması" adlı çalışmada iş güvenliğini konu alan reklamları; Gülada (2018), "Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada da korku çekiciliği bağlamında trafik kazalarını konu alan kamu spotu reklamlarını incelemiştir.

Propaganda disiplininin tarihi seyri içerisinde Nazi Almanyası önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim bu dönemde kitle iletişim araçları tarihte hiç olmadığı kadar etkin bir şekilde, kitleler üzerinde tahakküm kurmak amacıyla kullanılmıştır. Son yıllarda Türkiye'de, Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetlerini inceleyen, alanda önemli çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada Nazi Almayası'nın 2. Dünya Savaşı esnasında kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin propaganda faaliyetleri üzerinde ne gibi bir etkisi olduğunu incelemiştir. Çalışma sonucunda Nazilerin etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde Müttefik Devletleri'ne yönelik nefret söyleminin inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür.

Çakı (2018b), «Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Nazi Almanyası'nda mitinglerin propaganda amaçlı kitleler üzerinde tahakküm

kurmadaki rolünü ele almıştır. Elde edilen bulgularda, mitinglerin Adolf Hitler'i kitlelerin gözünde kült lider olarak inşa etmek için kullanıldığı görülmüştür. Çakı (2018c), "İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda çizgi filmlerin propaganda amaçlı kullanımlarını incelemiştir. Çalışmada çizgi filmlerin tarafların itibarsızlaştırılması amacıyla kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Çakı (2018d), "Roland Barthes'ın Göstergibilimsel Çözümlemesi İle Nazi Propagandasında Engelliler" adlı çalışmada Nazi Almanyası'nda engellilere yönelik uygulanan propaganda görsellerini ele almıştır. Elde edilen bulgularda, engellilerin ötekileştirilerek, zaman içerisinde Alman toplumundan tecrit edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Çakı ve Gülada (2018), "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada, Nazi Almanyası'nın Fransa'yı işgalinden sonra kurulan Vichy Fransası'nda, Nazilerin propaganda faaliyetlerindeki rolünü ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda, Vichy Fransası'nda Müttefik Devletleri'ne karşı nefret söylemi inşasında antisemitist öğelere sıklıkla yer verildiği bulunmuştur. Çakı vd. (2018), "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası" adlı çalışmada Nazizm ideolojisinin Almanya'da kitleler üzerinde tahakküm kurmasında marşların propaganda amaçlı nasıl etkide bulunduğunu dönemin de facto milli marşı *Horst Wessel* üzerinden ele almıştır. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, Nazilerin marşta komünizm ideolojisini ağır bir şekilde eleştirirken, Nazizm ideolojisini de kitleler nezdinde yücelttiği sonucuna ulaşılmıştır.

Alanda yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetleri içerisinde siyahileri konu edinen herhangi bir çalışmaya yer verilmediği görülmektedir. Bu nedenle çalışma alanda özgün olma niteliği taşımaktadır. Çalışmada, Nazi propagandasında siyahilerin sunumu ele alınarak, propagandanın bir gruba yönelik nefret söylemi inşasında nasıl ve ne yönde kullanıldığı da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. Nazizm ideolojisinde siyahiler

Nazizm, 20. yüzyılın ilk yarısında Almanya'da ortaya çıkan siyasi bir ideolojidir. İdeoloji, antisemitist, antikapitalist, antikomünist ve aşırı milliyetçi düşünceleri bünyesinde barındırmaktadır (Murray, 1998: 48). Nazizm ideolojisini diğer ideolojilerden ayıran en belirgin farklardan biri

ırklara yönelik fikirleriydi. Nazizm ideolojisinde insanların, üstün olarak kabul edilen ari ırk ve üstün olarak görülmeyen aşağı ırk (Untermensch) olarak iki gruptan geldiğine inanılmaktaydı (Yavuzoğlu, 2003: 84). Nazilere göre Kuzey Avrupa halkları ari ırkı temsil ederken, diğer tüm uluslar aşağı ırk olarak kabul görmekteydi (Macit, 2007: 35). Özellikle Yahudiler, Çingeneler ve siyahiler, Nazilere göre aşağı ırk olarak kabul edilen grupların başında gelmekteydi.

Nazizm ideolojisi, Darwinist fikirlere büyük önem atfetmekteydi. Darwinizm'deki Evrim Teorisi'nde ırkların evrilmesi sürecini Nazilere göre en başarılı şekilde tamamlayanlar Kuzey Avrupa halklarıydı (Yavuzoğlu, 2003: 90). Naziler bu süreçte siyahilerin, evrilme sürecini tam olarak tamamlayamadıklarına inanılmaktaydı. Bu açıdan, Nazilere göre üstün bir medeniyeti siyahiler değil, ari ırk olarak görülen Almanlar kurabilirdi. Naziler, her ne pahasına olursa olsun ari ırkın korunmasını ve aşağı ırk olarak görülen diğer ırklar ile birleşmesini engelleme eğilimindeydi. Hitler'e göre ne olursa olsun ari ırkın kendinden daha aşağı kabul edilen başka bir ırkın kanıyla karışmaması gerekmekteydi. Aksi takdirde dünyada büyük bir medeniyet kuracak olan ari ırkın sonu getirilmiş olurdu (2004: 247). Bu düşünce nedeniyle Naziler ari ırk olarak kabul edilen Alman vatandaşlarının, aşağı ırk olarak görülen siyahilerden uzak tutulması görüşünü savunmaktaydı.

Nazizm ideolojisinde, ari ırk için en büyük tehlikenin Yahudiler tarafından meydana getirildiğine inanılmaktaydı. Nazilere göre ari ırkın var olmasının ve büyük bir medeniyet inşa etmesinin önündeki yegâne engel Yahudilerdi. (Hitler, 2005: 33). Nitekim Hitler, başta NSDAP'nin Nürnberg Mitingleri'nde olmak üzere pek çok alanda Yahudilerin Alman ırkı için oluşturduğuna inandığı tehlikelerini anlatmaktaydı (2016: 48). Nazilere göre Yahudiler yalnızca Alman toplumu için değil tüm dünya için büyük bir tehlike meydana getirmekteydi (Goebbels, 2016: 60-61).

Nazizm ideolojisinde Yahudileri ve siyahileri birbirinden ayıran ince bir çizgi bulunmaktaydı. Naziler, Yahudilere karşı nefret söylemi geliştirmekte ve onları Alman toplumu için büyük bir tehlike olarak görmekteydi. Buna karşın Naziler siyahilerin Alman toplumunu yok etme gibi bir idealleri olduğuna inanmamaktaydı. Nazizm siyahileri alt bir ırk olarak görmekteydi ve ari ırk tarafından yönetilebilirlerdi. Hitler'e göre ari ırk, kendinden daha

aşağıda kabul edilen ırkları yönetebilmekte ve onlar üzerinde tahakküm kurabilmekteydi. Bu yolla medeniyetler ortaya çıkabilmişti. Aşağı kabul edilen ırklar, meydana getirilen medeniyetlerin ilk teknik araçları olarak kullanılmaktaydı (2004: 256). Bu açıdan Naziler, siyahileri aşağı ırktan gördükleri için onların ari ırktan Almanların hizmetine girebileceklerine inanmaktaydı.

Naziler alt ırktan olarak gördükleri siyahilerin, ari ırkla evlenmelerine karşı çıkmaktaydı. Böylece Naziler, siyahilerin daha üstün bir ırk olarak kabul edilen ari ırkı melezleştirmesine ve Nazilerin bin yıl yaşayacağına inandığı 3. Reich'a (Nazi İmparatorluğu) zarar vermesine engel olabileceklerini düşünmekteydi. Bu yüzden Naziler, alt insan olarak gördükleri tüm diğer topluluklar ile birlikte siyahileri de Alman toplumunda izole etmeye başladı (Beyerchen, 2015: 43). Naziler, siyahi Alman vatandaşlarını yok edip etmeme konusunda ciddi tartışmalara girmişti. Naziler arasında ari ırkın devamı için siyahilerin çoğalmalarına izin verilmemesi gerektiği savunulmaktaydı. Nihayetinde Naziler, iktidara geldikten sonra radikal bir karar alarak siyahi Alman vatandaşlarının çoğalmasını engellemek için kısırlaştırma politikasını yürürlüğe soktu. Kısırlaştırma yasaları içerisinde siyahiler dahil edilmemesine karşın Naziler, Gestapo (Gizli Devlet Polisi) yardımıyla siyahilere de bu yasaları uygulamaya başladı (Lusane, 2004: 14). Nazi Almanyası'nın, Müttefik Devletleri'ne kayıtsız şartsız teslim olduğu 7 Mayıs 1945 tarihinden sonra Nazizm ideolojisi resmi olarak Almanya'da yasaklandı. Böylece ülkede siyahilere yönelik uygulanan tüm ırkçı politikalar da son bulmuş oldu.

2. Nazi propagandasında siyahilerin sunumu

Propaganda, kitle iletişim araçlarının yardımıyla belirli bir düşüncenin kitlelere kabul ettirilme çabasına dayanan ikna odaklı bir iletişim türüdür. Naziler, propaganda faaliyetlerine NSDAP'nin (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) kurulduğu ilk günden itibaren büyük önem vermişti. Nitekim Nazilerin siyasi arenada elde ettikleri başarılarında, propagandanın büyük rolü bulunmaktaydı (Jowett ve O'donnell, 2014: 244). Bu süreçte Nazi propagandası, Nazizm ideolojisinin Alman halkına doğrudan empoze edilmesi için kullanılmaktaydı.

Hitler'in partisi NSDAP, Almanya'da 1932 yılında gerçekleştirilen her iki Millet Meclisi seçimlerinde de birinci parti olmayı başarmıştı.

Bunun üzerine Cumhurbaşkanı Paul von Hindenburg, yeni hükümeti kurma görevini Hitler'e verdi. Hitler, 30 Ocak 1933 tarihinde Weimar Cumhuriyeti'nin son hükümetini kurdu (Canşen, 1997: 62). Hitler'in iktidara gelmesiyle birlikte Nazizm ideolojisi de Almanya'nın tek resmi ideolojisi haline geldi.

Naziler iktidara gelir gelmez Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı kurdu. Bakanlık görevine de Nazi partisinin önemli retorik uzmanlarından Dr. Joseph Goebbels getirildi (Akarcalı, 2003: 59). Goebbels, Almanya'daki tüm yayın kuruluşlarını kendi denetimi altına almıştı. Böylece ülkedeki tüm kitle iletişim araçlarının Nazi propagandasına hizmet etmesinin önü açılmıştı (Öymen, 2014: 169). Zaman içerisinde basın da nasyonal sosyalist fikirleri benimsemeye ve savunmaya başladı (İnuğur, 2005: 141). Bu yolla Nazi propagandası kitlelerin davranışları üzerinde etkili olmayı başarmaktaydı. Naziler, Alman halkının istedikleri yönde hareket etmesini sağlayabilmekteydi (Domenach, 2003: 48).

Nazilerin iktidara gelmesinden sonra "ırkın hijyenini koruma" adı altında Nürnberg Yasaları adı verilen kanunlar çıkarıldı. Nürnberg Yasaları ile birlikte Alman halkı, ari ırk ve ari olmayan ırk şeklinde resmi olarak ayrılmaktaydı. Kanunlar içerisinde en dikkat çeken maddelerden biri Almanya'da ari ırkın, ari ırk dışından olanlar ile evlenmesinin yasaklanmasıydı (Caplan, 2017: 127). Böylece siyahilerin ari ırk kabul edilmeyen diğer gruplar gibi, Almanya'daki ari ırktan bir vatandaş ile evlenmesi yasaklanmıştı. Bu süreçte Naziler de ari ırkın siyahiler ile evliliğinin üstün ırk fikrini yok edeceğine dair propaganda faaliyetleri yürütmekte ve bu yolla çıkarılan kanunların meşruiyeti sağlanmaya çalışılmaktaydı.

Nazilerin, siyahilere karşı politikalarının en somut göstergesi, 1936 Berlin Olimpiyatları'nda gerçekleşmişti. ABD'li siyahi atlet Jesse Owens'ın dört altın madalya kazanarak yarışları birinci bitirmesi üzerine Hitler stadı terk etmişti. Owens'ın başarılı olması, Nazizm ideolojisinin ari ırkın, siyahi alt ırktan olanlardan daha üstün olduğu fikrinin çürütülmesinin bir göstergesiydi (Milford, 2018: 97). Hitler'in, siyahi atlet Owens'ın başarısı üzerine stadı terk etmesi, Nazizm'in siyahilere yönelik algısının simgesi haline gelmişti.

Naziler, 2. Dünya Savaşı'nda Müttefik Devletleri'ne karşı yürüttükleri nefret söyleminde siyahileri propaganda faaliyetlerinde sıklıkla kullanmıştı. Naziler, propaganda görsellerinde, özellikle siyahi ABD askerlerini yağmacı, barbar, katliamcı vb. olumsuz imajlar üzerinden Alman halkına sunmuştu. Böylece Alman toplumunun siyahilere yönelik olumsuz bir algı içerisine girmesi ve ABD ordusuna karşı daha güçlü bir savaş vermeleri amaçlanmıştı. Nazilerin siyahilere yönelik propaganda faaliyetleri, ABD Hava Kuvvetleri'nin Alman şehirlerini bombaladığı dönemlerde daha da yoğunlaşmaktaydı (Çakı, 2018a: 261).

Naziler, 1941 yılında Kuzey Afrika Cephesi'nde müttefiği İtalya'ya destek olmak amacıyla Alman Ordusu'nu Libya'ya gönderdi (Hart, 2015: 235-236). Naziler, bölgedeki yerel halkla ilişkilerini geliştirmek ve yerel halktan gönüllü asker toplayabilmek için siyahilere yönelik olumsuz propagandalarını yumuşatma yoluna gitti. Bu süreçte Nazi propagandası Alman askerlerinin yerel halkla iç içe samimi görüntülerini yayınlamaya başladı (McNab, 2015: 97). Diğer yandan Naziler siyahi Müslüman Afrikalılardan kendine bağlı gönüllü bir ordu bile kurmayı başarmıştı (McNab, 2015: 109). Nazi propagandası, Müslüman siyahileri kendi safına çekebilmek için, Nazizm ideolojisinde yer alan ari ırk ve aşağı ırk kavramlarını kısa süreliğine rafa kaldırmıştı. Naziler daha çok İslamiyet'in ve Nazizm'in benzer yönlerini anlatan propaganda faaliyetlerine yönelmekteydi. Müslüman siyahilere karşı kendilerini Müttefik Devletleri'nin sömürü düzenini ortadan kaldıracak olan kurtarıcılar olarak tanıtmaya başlamıştı (Motadel, 2015: 150). Böylece bir kaç yıl önce Almanya'da aşağı ırk olarak adlandırılarak yoğun bir olumsuz propagandaya maruz kalan siyahiler, Nazilerin Müttefik Devletleri'ne karşı verdikleri savaşta ortak paydada birleşen müttefikler olarak anılmaya başlandı.

Yöntem

Çalışmanın amacı

Nazizm ideolojisi altında yönetilen Nazi Almanyası'nın siyahilere yönelik uyguladığı propaganda faaliyetlerini ortaya koymak, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylece çalışma kapsamında propaganda yoluyla bir ırka yönelik nasıl nefret söylemi inşa edilebileceği de gösterilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın önemi

Çalışma;

- Alanda özgün olması,
- Propaganda aracılığıyla bir ırka yönelik nefret söyleminin nasıl inşa edildiğini açıklaması,
- 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetlerine ışık tutması,
- Nazizm ideolojisinin siyahilere yönelik bakış açısını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

Çalışmanın evreni ve örnekleme

Nazi Almanyası döneminde siyahilere yönelik propaganda amaçlı kullanılan tüm propaganda materyali çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın çalışma kapsamında tüm materyale ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Bu amaçla Nazi Almanyası döneminde yayınlanan mizah dergileri içerisinde siyahileri konu alan karikatürler çalışma kapsamında göstergebilimsel analiz yöntemine tabi tutulmuştur. Çalışma, Kladderadatsch, Lustige Blätter, Fliegende Blätter adlı Nazi Almanyası döneminde basılan mizah dergileri içerisinde Calvin College Araştırma Birimi tarafından belirlenen siyahilerin konu edildiği dokuz propaganda karikatürü (Sömürge İnsanları, Fransız Kültürü, ABD Ordusu, ABD Ordusunun Amacı, Afrikalı Siyahiler, Siyahi Irk, Siyahi Pilot, İdam, Yıkım) özelinde yürütülmüştür (Calvin College, 2018). Çalışmanın mizah dergileri özelinde yürütülmesinin temel nedeni, Nazilerin siyahileri konu alan propagandalarını genel olarak mizah dergileri üzerinden gerçekleştirmiş olmasıdır.

Çalışmanın sınırlılıkları

Nazi Almanyası döneminde siyahilere yönelik uygulanan propaganda faaliyetlerinin yalnızca mizah dergileri üzerinden yürütülmesi, çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan az sayıdaki karikatür üzerinden elde edilen bulgular ışığında genellemelerde bulunulması da çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

Çalışmanın soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorular sorulmuştur;

- Nazi Almanyası'nda siyahilere yönelik nefret söylemi inşasında mizah dergileri nasıl ve ne amaçla kullanılmıştır?
- Nazi Almanyası'nda basılan mizah dergilerinde siyahileri konu alan propaganda karikatürlerinde hangi mitler inşa edilmiştir?
- Nazi Almanyası'nda basılan mizah dergilerinde siyahileri konu alan propaganda karikatürlerinde hangi metafor, metonimi ve kodlardan yararlanılmıştır?

Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda karikatürleri, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam ve yananlam boyutunda ele alınmıştır.

Göstergebilim, göstergeler yoluyla ortaya çıkan anlamları inceleyen bilim dalıdır. Göstergebilim ile günlük hayattaki pek çok göstergenin anlamlandırılması amaçlanmaktadır (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018: 295). Göstergebilim, 20. yüzyılın ilk yarısında İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure ve ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce'in çalışmaları ile ortaya çıkmış ve kısa zaman içerisinde önemli bir araştırma metodu olarak kabul görmüştür. 20. yüzyılın ikinci yarısından ise Fransız dilbilimci Roland Barthes, göstergebilimin sosyal bilimler alanında geniş bir yelpazede araştırma yöntemi olarak kullanılmasının öncülerinden biri olmuştur (Yaylagül, 2017: 123). Nitekim Barthes, ilk başlarda sınırlı bir alana hakim olan göstergebilimin, sinema, müzik, gazete gibi pek çok farklı alana yayılmasını sağlamıştır (Güngör, 2013: 234). Barthes, göstergebilimin egemen güç tarafından inşa edilen ideolojik dili çözümlemesi gerektiğini söylemektedir (2015: 57). Bu süreçte Barthes, göstergelerin anlamlandırma sürecinin iki aşamada gerçekleştiğini belirtir; *düzanlam* ve *yananlam* (2016a, 84-85). *Düzanlam*, gerçek dünyada göstergelerin insan zihinde oluşturduğu anlamı ifade etmektedir. Düzanlam ile gösteren arasında toplumda var olan bir uzlaşma söz konusudur (Sığırcı, 2016: 74). Barthes, kültürün düzanlamı gerçeklik vennesellik olarak kabul ettiğini söylemektedir (2016a: 19). *Yananlam*, göstergenin bireyden bireye farklılaşan anlamına vurgu yapmaktadır. Yananlam, düzanlam gibi nesnellik içermemektedir

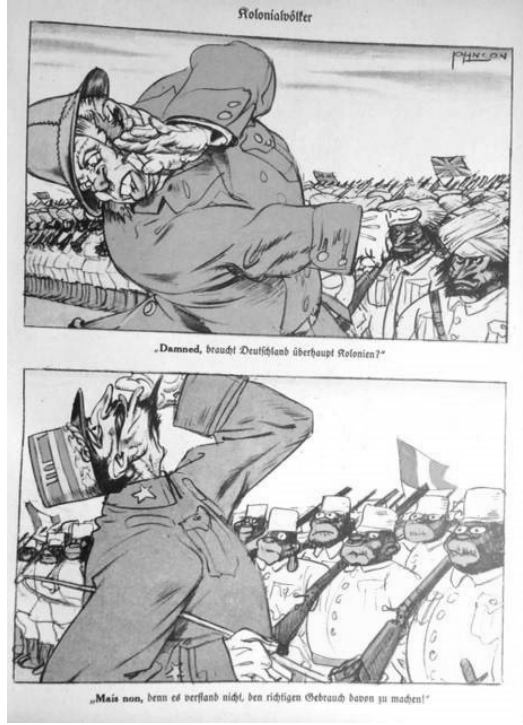
(Kalkan Kocabay, 2008: 35). Örneğin at nalı düz anlam boyutunda, atın ayağının zarar görmesini önleyen bir araçtır. Buna karşın yanan anlam boyutunda değerlendirildiğinde at nalı bazı kültürlerde şans kavramı ile eş değer görülmektedir. Barthes'ın göstergebilimsel çözümlemesinde üzerinde durduğu bir diğer önemli konu da *mit* kavramıdır. *Mit*, kültür içerisinde belirli gerçeklikleri tanımlamak için kullanılan öyküleri ifade etmektedir. Barthes'a göre mit, tarih içerisinde egemen toplumsal sınıfların kültür içerisindeki düşüncelerini egemen kılma çabasıyla birlikte oluşmaktadır (Fiske, 2017: 186). Çalışma kapsamında, Nazilerin karikatürler üzerinden siyahiler ile ilgili yanan anlam boyutunda hangi propaganda mesajlarını verdikleri ve hangi propaganda mitlerini inşa etmeye çalıştıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Analiz

Çalışmanın bu bölümünde örneklem olarak belirlenen, siyahiler konu alan dokuz propaganda karikatürü göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur.

1. “Sömürge İnsanları” konulu propaganda görseli

1934 yılına ait Kladderadatsch dergisinin “Sömürge İnsanları” konulu propaganda görseli düz anlam boyutunda ele alındığında, görselin iki bölümden oluştuğu görülmektedir. Birinci bölümde İngiliz askeri üniforması giyen bir erkek, sunum kodları içerisinde Hintli askerlere emir vermektedir. Hintli askeri birliğin arkasında İngiltere bayrağı dalgalanmaktadır. İkinci bölümde de Fransız askeri üniforması içerisinde bulunan bir diğer erkeğin de siyahilerden oluşan askeri birliğe emir verdiği görülmektedir. Siyahi askerlerin arkasında da Fransa bayrağı dalgalanmaktadır. İngiliz asker, Fransız askere hitaben “Kahretsin, Almanya gerçekten kolonilere ihtiyaç duyuyor mu?” şeklinde soru sormaktadır. Fransız asker de “Onların kolonilere ihtiyacı yok, çünkü onlar ile ne yapacaklarını konusunda fikirleri yok” şeklinde İngiliz askere yanıt vermektedir. Kinetik göstergeler içerisinde yer alan jest ve beden dili değerlendirildiğinde, Hintli askerlerin İngiliz komutana, siyahi askerlerin de Fransız komutana kayıtsız şartsız itaat ettiği görülmektedir.

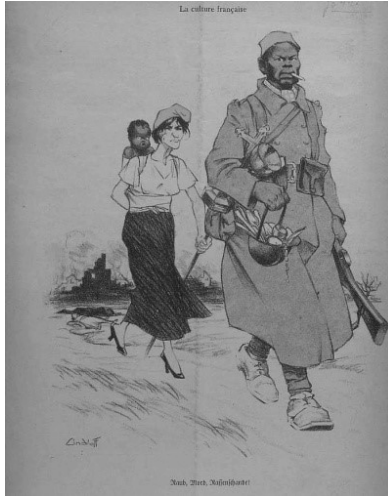


Resim 1. “Sömürge İnsanları” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'nda İngiltere ve Fransa, sömürgeleri olan ülkelerden getirdikleri askerleri Almanya'ya karşı kullanmıştır. Bu açıdan görselde yananlam boyutunda, Hintlilerin İngilizlerin, Afrikalıların da Fransızların tahakkümü altında hareket ettiklerine yönelik eleştiri de bulunmaktadır. Görseldeki sunum kodlarında Hintlilerin ve siyahilerin beden dilleri ve jestleri tamamen İngilizlerin ve Fransızların denetimi altında olduklarını yansıtmaktadır. Görselde İngiltere ve Fransa'nın bayrak metonimleri ile temsil edildiği görülmektedir. Diğer yandan karikatürde yer alan askerlerin uniformaları görsel kod, kullandıkları İngilizce ve Fransızca kelimeler de yazılı kod olarak askerlerin İngiliz ve Fransız olduklarına vurgu yapmaktadır. Siyahiler, karikatürde kendi başlarına düşünemeyen “esir” metaforu olarak kullanılmaktadır. Karikatürde yer alan görsel ve yazılı kodlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, İngilizlerin ve Fransızların, Almanların sömürge elde etmesine karşı olduklarına yönelik propaganda miti inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

2. “Fransız Kültürü” konulu propaganda görseli

1940 yılına ait Kladderadatsch dergisinin “Fransız Kültürü” konulu propaganda görseli düzenlem boyutunda değerlendirildiğinde, görselde siyahi bir bebek taşıyan bir kadının, siyahi bir erkeğin arkasında yürüdüğü görülmektedir. Sunum kodları içerisinde siyahi erkeğin üzerinde asker üniforması bulunmaktadır. Görselin arkasında yıkıntılar yer almaktadır. Görsel kodlar içerisinde siyahi askerin sol elinde bir tüfek, sağ elinde ise değerli eşyalar bulunmaktadır. Görselin üst kısmında Fransızca “Fransız Kültürü”, alt kısmında ise Almanca “Soygun, cinayet, ırksal çöküntü!” yazılı kodları yer almaktadır.



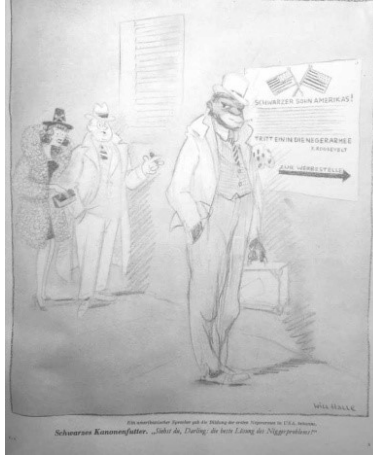
Resim 2. “Fransız Kültürü” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)

Görselde, yananlam boyutunda 2. Dünya Savaşı’nda Fransa ordusunda Almanlara karşı savaşan siyahiler konu edilmektedir. Görselde yer alan siyahi Fransız asker, Fransa ordusundaki tüm siyahi askerlerin, askerin arkasından gelen kadın siyahilerden çocuğu olan Alman kadınların metonimi olarak kullanılmıştır. Karikatürün hemen arkasında bulunan yıkıntılar, siyahi Fransız askerler tarafından yağmalanan ve yok edilen Alman şehirlerinin metonimidir. Görselde yer alan “Fransız kültürü” şeklindeki yazılı kod ile Fransız ordusu, siyahi askerler ile özdeşleştirilmekte, siyahi askerlerin yaptığı iddia edilen yıkım ve yağmanın sorumlusu olarak da Fransız askerleri gösterilmektedir. Karikatürde siyahiler, “yağmacı” metaforu olarak kullanılmaktadır. Diğer yandan karikatürde Nazizm

ideolojisinde yer alan “ırkın hijyeni” politikasının siyahi Fransız askerler tarafından nasıl tehdit edildiği vurgulanmıştır. Sonuç olarak, karikatürde siyahi Fransız askerlerinin Alman ari ırkı için tehlike oluşturduğuna dair propaganda miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Nitekim Alman kadının siyahi askerden doğan çocuğunun da siyahi olarak gösterilmesi, karikatürde doğacak çocukların ari ırkı ortadan kaldıracakları yananlamının oluşmasına yol açmaktadır.

3. “ABD Ordusu” konulu propaganda görseli

1942 yılına ait Lustige Blätter dergisinin “ABD Ordusu” konulu propaganda görseli düzenlam açısından değerlendirildiğinde, görselde bir kadın ve iki erkeğin bulunduğu görülmektedir. Erkeklerden biri kadın ile konuşmakta, siyahi olan diğer erkek ise duvarda asılı bulunan afişe bakmaktadır. Afişte Almanca olarak “Amerika’nın siyah oğulları! Siyahi ordusuna katıl. F. Roosevelt” yazmaktadır. Sunum kodları içerisinde beyaz erkek ile kadının karı koca olduğu gösterilmektedir. İkilinden biri siyahi vatandaşa hitaben “Bak sevgilim, bu siyahi problemine en iyi çözüm!” demektedir.



*Resim 3. “ABD Ordusu” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)*

Görsel yananlam boyutunda değerlendirildiğinde, karikatürde ABD’de bulunan siyahi askerlerin, ABD tarafından suç çeteleri içerisinde seçildiği iddia edilmektedir. Karikatürde siyahiler “suçlu” metaforu üzerinden yansıtılmaktadır. Nitekim görselde yer alan çift, siyahi sorununun siyahilerin askere alınarak çözüleceğini söylemektedir. Karikatürde

kullanılan asker adayı siyahi, 2. Dünya Savaşı'nda ABD ordusuna katılan tüm siyahilerin metonimi olarak kullanılmakta, böylece ABD ordusundaki siyahilerin tümünün suç çetesi olduğuna dair propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Yananlam boyutunda, Nazi propagandası Alman halkına kendileri gibi düzenli bir ordudan ziyade, bir suç çetesi ile savaştığını anlatmaktadır. Ayrıca karikatürde, ABD halkının da siyahileri bir sorun olarak gördüğü ve bu sorunun siyahilerin orduya katılarak yok edileceğine inandıkları üzerinde durulmaktadır.

4. “ABD Ordusu’nun Amacı” konulu propaganda görseli

1943 yılına ait Kladderadatsch dergisinin “ABD Ordusunun Amacı” konulu propaganda görseli düzenlam boyutunda değerlendirildiğinde, görselde siyahi bir erkek ve bir kadının yer aldığı görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde siyahi erkeğin, ABD ordusuna mensup bir asker olduğu ifade edilmektedir. Siyahi erkek yanındaki kadına sarılmakta ve kinetik göstergeler içerisinde yer alan jestleri ile mutluluğunu ortaya koymaktadır. Kadının elindeki kitap “ABD Askerleri ile İlişkiler Rehberi” başlığını taşımaktadır. Görselin üst kısmında Almanca “İngiliz bayan şüphe ediyor” şeklinde yazılı kod yer almaktadır. Görselin alt kısmında da yine Almanca “... Amerikan askerleri için yaptığınız her şey zaferin sebebine hizmet ediyor ...” yazılı kodu bulunmaktadır. Kadın “Hmm... ‘her şey’ burada ne demek?” şeklinde soru sormaktadır.



Resim 4. “ABD Ordusu’nun Amacı” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)

Görsel yananlam boyutunda ele alındığında, Nazi propagandasının Alman kamuoyunda ABD Ordusu'na yönelik nefret söylemini inşa etmeye çalıştığı görülmüştür. Karikatürde kullanılan kadın görselinin, «lady» yazılı kodu ile İngiltere'deki kadınların metonimi olarak yer aldığı anlaşılmaktadır. İngiliz kadına sarılan askerin ise ABD askeri üniformaları içerisinde siyahi bir ABD askeri olduğu görülmektedir. Nazi propagandası yananlam boyutunda ABD'ye yönelik nefret söylemini inşa ederken siyahileri kullanmıştır. Nazi propagandası tarafından siyahi ABD askerlerinin, İngiliz kadınlarını cinsel yönden istismar edeceğine yönelik propaganda miti inşa edilmekte, böylece ABD'nin savaşta zaferi kazanması durumunda Alman kadınlarının da benzeri bir tehlike ile yüzleşebileceğine vurgu yapılmaktadır. Siyahi ABD askerleri “cinsel istismarcı” ve “tecavüzcü” metaforları üzerinden propaganda karikatüründe yer almaktadır. Naziler, buna karşın İngiltere'nin içinde bulunduğu tehlikenin farkında olmadığını “Hmm... ‘her şey’ burada ne demek?” yazılı koduyla ortaya koymaktadır. Aynı zamanda karikatürde, arı ırkın ABD'li siyahi askerlerin tehdidi altında olduğuna da vurgu yapılmaktadır. Nitekim siyahi birinin beyaz ırktan biriyle ilişki içerisinde olması Nazizm ideolojisine göre ırkın saflığını tehlikeye düşürmektedir.

5. “Afrikalı Siyahiler” konulu propaganda görseli

1943 yılına ait Lustige Blätter dergisinin “Afrikalı Siyahiler” konulu propaganda görseli düzanlam boyutunda ele alındığında, görselde üç siyahinin çömelmiş bir şekilde oturduğu ve yanlarında onlara para uzatan beyaz bir erkeğin bulunduğu görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde beyaz erkeğin kravatına ABD bayrağı yerleştirilmiştir. Görseldeki kişilerin bulunduğu mekânın bir orman olduğu izlenimi verilmektedir. Görselde kullanılan siyahilerin jestlerinden şaşkınlık içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Görselde Almanca “Hey, çocuklar, benimle gelin! Bizimle bir pilot haline gelerseniz, beyaz kadınlara ve çocuklara ateş edebilirsiniz!” şeklinde yazılı kod yer almaktadır.



Resim 5. “Afrikalı Siyahiler” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)

Karikatürdeki görseller yananlam boyutunda değerlendirildiğinde, ABD’nin para karşılığında Afrika’dan gelen siyahi vatandaşları ordusunda kullandığına dair bir algı inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Siyahilere para veren adamın kravatında bulunan ABD bayrağı, adamın görselde ABD yönetimini temsil eden bir metonimi olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Nazi propagandası böylece ABD’li siyahilerin, Alman halkı gibi 3. Reich (Nazi İmparatorluğu) adına vatanları için değil, para karşılığında çıkarları için savaştırıldıklarını iddia etmektedir. Görselde kullanılan siyahiler, ABD ordusunda savaşan siyahilerin metonimi olarak yer almaktadır. Karikatürde siyahiler “ilkellik” metaforu olarak sunulmuştur. Siyahilerin ormanda gösterilmesi, karikatürde siyahilere yönelik oluşturulan ilkellik metaforunun güçlenmesini sağlamaktadır. Böylece Naziler, siyahilerin ABD’nin çıkarları için düşünmeden ve hiçbir amaç gütmeyen sırf para karşılığında Almanya’ya saldırdığı savunulmaktadır. Karikatürde Nazizm ideolojisinin bir yansıması olarak, siyahilerin düşünme kabiliyetinden uzak bir ırk olduğuna dair propaganda miti inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Nazilere göre siyahiler para ile satın alınabilmekte ve istenilen yönde kullanılmaktadırlar.

6. “Siyahi Irk” konulu propaganda görseli

1943 yılına ait Fliegende Blätter dergisinin “Siyahi Irk” konulu propaganda görseli düz anlam boyutunda ele alındığında, görselde beyaz ve siyahi iki erkeğin arasında bir kadının yer aldığı görülmektedir. Beyaz erkeğin sol göğsünde altıgen şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Her iki erkeğin jestlerinden mutlu oldukları ifade edilirken, kadının jestlerinde ise acı çektiğine dair bir anlam ortaya konulmaya çalışılmıştır. Her iki erkeğinin beden dilinden kadını zorla bir yerlere götürmeye çalıştıkları görülmektedir. Kadının görsel kodlar içerisinde kıyafeti yırtık şekilde sunulmaktadır. Görselde Almanca “Amerika'nın arzusu, Avrupa'nın kaderi” yazılı kodu yer almaktadır.



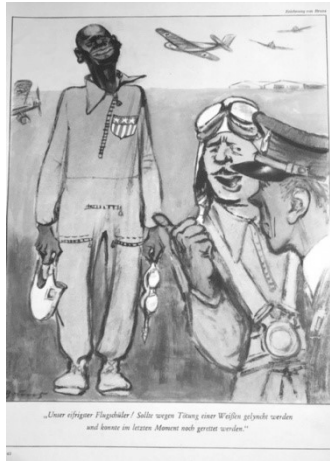
Resim 6. “Siyahi Irk” konulu propaganda görseli (Calvin College, 2018)

Görsel yananlam boyutunda ele alındığında, karikatürde Yahudiler gibi siyahilerin de ari ırkın hijyeni için tehdit oluşturduğuna vurgu yapılmaktadır. Karikatürde, beyaz erkeğin Yahudi olduğu sol göğsünde bulunan altıgen yıldızdan anlaşılmaktadır. Naziler, Yahudileri tanımlamak ve diğer topluluklardan ayırmak için sol omuzlarına altıgen şeklinde yıldız takmaktaydı. Karikatürde kullanılan beyaz erkek, tüm Yahudilerin metonimi olarak yer almaktadır. Karikatürde Yahudiler ve siyahiler “tehlike” metaforu olarak kullanılmıştır. Görselde kullanılan kadın, ari ırk Alman halkının bir metonimi olarak yer almaktadır. Kadının sunum

kodları içerisinde, üzgün bir ifade içerisinde bulunması, her iki erkeğin de kadına yönelik zor kullandıkları mesajını vermektedir. Görselde, Müttefik Devletleri'nin savaşı kazanmaları durumunda, ari ırkın sonunun geleceğine yönelik propaganda miti inşa edilmektedir. Karikatürde yananlam boyutunda Alman ari ırkının, siyahiler ve Yahudilerin tehdidi altında olduğu mesajı verilmektedir.

7. “Siyahi Pilot” konulu propaganda görseli

1943 yılına ait Lustige Blätter dergisinin “Siyahi Pilot” konulu propaganda görseli düzanlam boyutunda ele alındığında, görselde, biri siyahi üç erkeğin bir uçak pistinde oldukları görülmektedir. Beyaz iki erkeğin sunum kodları içerisinde siyahi erkeği işaret ederek birbirleri ile konuştukları ifade edilmektedir. Her üç erkeğin de ABD Hava Kuvvetleri'ne ait askeri üniformalar içerisinde oldukları görülmektedir. Siyahi erkeğin jestlerinden şaşkınlık içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Görselde Almanca “En hevesli havacılık öğrencimiz! Bir beyazı öldürdüğü için linç edilecekti, ama son dakikada kurtarıldı” şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.



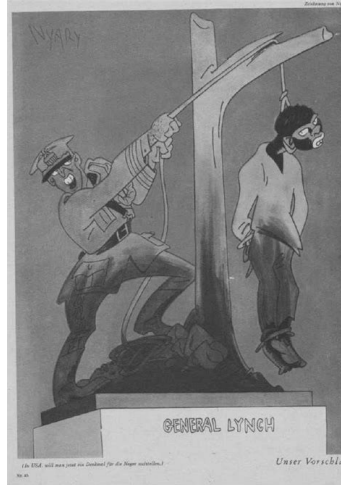
Resim 7. “Siyahi Pilot” konulu propaganda görseli
(Calvin College, 2018)

Görsel yananlam boyutunda incelendiğinde, Nazi propagandasının ABD ordusunda görev alan siyahi pilotların hapisanelerden toplanan suç çetelerinden oluştuğunu iddia ettiği görülmektedir. Siyahi pilot, görselde ABD ordusunda görev yapan tüm siyahi pilotların metonimi olarak kullanılmıştır. Görselde siyahi pilotun ABD ordusuna mensup olduğu,

sol göğsünde yer alan ABD armasından anlaşılmaktadır. Görselde iki beyaz pilot arasında geçen diyalogda yer alan “En hevesli havacılık öğrencimiz! Bir beyazı öldürdüğü için linç edilecekti, ama son dakikada kurtarıldı” şeklinde yazılı kod, siyahilerin beyaz insanları büyük bir zevkle öldürdüğüne işaret etmektedir. Böylece karikatürde ABD Ordusu'nda yer alan siyahi pilotların Alman halkını öldürmekten zevk aldığına yönelik propaganda miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Bu açıdan görselde siyahiler «barbar» metaforu olarak sunulmuştur. Naziler karikatürde yananlam boyutunda ari ırktan olmayan siyahilerin kendi başlarına hareket edemediklerini vurgulayarak, başkalarının yönlendirmeleri ile ne kadar tehlikeli olabileceğini anlatmaktadır.

8. “İdam” konulu propaganda görseli

1943 yılına ait Lustige Blätter dergisinin “İdam” konulu propaganda görseli düzanlam boyutunda ele alındığında, görselde beyaz bir erkeğin siyahi birini darağacında astığı görülmektedir. Darağacının altında Almanca “General Linç” şeklinde yazılı kod yer almaktadır. Görsel kodlar içerisinde beyaz erkeğinde ABD Ordusu'na ait askeri üniforma içerisinde olduğu görülmektedir. Görselin en altında da Almanca “Şimdi ABD’de siyahiler için bir anıt dikilecek, bizim önerimiz” yazılı kodu bulunmaktadır.



Resim 8. “İdam” konulu propaganda görseli (Calvin College, 2018)

Siyahiler, 1865 yılında son bulan Amerikan İç Savaşı'na kadar, ülkede beyazların kölesi olarak kullanılabilirdi. Dönemin ABD Başkanı

Abraham Lincoln'ün başlattığı kölelik karşıtı politikalar sayesinde siyahiler ülkede kısmi olarak özgürlüklerini elde etmişti. Buna karşın siyahiler, ülkede 1960'lı yıllara kadar pek çok alandan izole edilerek yaşamıştı. Darağacında asılan siyahi, ABD Ordusu'ndan Almanlara karşı görev alan tüm siyahi askerlerin metonimi olarak yer almaktadır. Yananlam boyutunda görsel, ABD'de geçmişte siyahilere yönelik yapılan eylemlere atıfta bulunarak, savaşta başarı elde eden siyahilerin ABD Ordusu tarafından yine asılarak ödüllendirilmesi gerektiğini ironik bir dille ortaya koymaktadır. Nazi propagandası, siyahilerin savaşta işledikleri iddia edilen suçlara istinaden, geçmişte olduğu gibi asılarak idam edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Naziler görselde siyahileri "suçlu» metaforu olarak kullanmaktadır. Karikatürün altında yer alan "General Linç" yazılı kodu, siyahilerin savaşta sonra asılarak yok edileceğine dair propaganda mitinin inşa edilmesine yol açmaktadır.

9. "Yıkım" konulu propaganda görseli

1944 yılına ait Lustige Blätter dergisinin "Yıkım" konulu propaganda görseli düzanlam boyutunda ele alındığında, görselde tarihi bir yıkıntının önünde dört siyahi erkeğin yer aldığı görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde siyahi erkeklerin üzerinde ABD Ordusu'na ait askeri üniformalar bulunmaktadır. Görselde Almanca "Baksana Bimbo, Avrupa'daki fabrikalar ne komik" yazılı kodu yer almaktadır.



Resim 9. "Yıkım" konulu propaganda görseli (Calvin College, 2018)

2. Dünya Savaşı'nda nefret söylemi inşasında propaganda faaliyetlerinde en çok ele alınan konulardan biri de hava bombardımanlarıydı (Çakı, 2018a: 262). Gerek Müttefik Devletleri, gerekse Mihver Devletleri'nin şehirlere yaptığı bombardımanlarda binlerce sivil hayatını kaybetmiş, binlerce bina yok olmuş, Avrupa'nın önemli tarihi mekânları da büyük zarar görmüştü. Bu açıdan Nazi propagandası bombardımanlara karşı sivil halkta meydana gelen nefreti, siyahiler üzerinden Müttefik Devletleri'ne yöneltmeye çalışmıştır. Görselde yer alan siyahi askerlerin, sunum kodları içerisinde bombardımanı gerçekleştirdikleri ifade edilmektedir. Siyahi askerler görselde, ABD Ordusu'nda yer alan tüm siyahi pilotların metonimi olarak kullanılmıştır. Yananlam boyutunda görselde yer alan “Baksana, Bimbo, Avrupa'daki fabrikalar ne komik” şeklindeki yazılı kod, siyahi askerlerin bombaladıkları binaların fabrika olduğuna inandırıldıklarını anlatmaktadır. Bu açıdan karikatürde Naziler tarafından siyahilerin “ahmaklık” metaforu olarak kullanıldıkları görülmektedir. Propaganda görselinde siyahilerin Avrupa'da fabrikalardan ziyade, sivil yerleşim alanlarını bombaladıklarına dair propaganda miti inşa edilmektedir. Diğer yandan, karikatürde Alman halkı için büyük önem taşıyan tarihi mekânların siyahiler tarafından acımasızca yok edildiği mesajı verilmektedir.

Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen karikatürlerde, Naziler siyahileri genel olarak Müttefik Devletleri'ne karşı, Alman kamuoyunda nefret söylemi inşa etmek için kullandığı görülmüştür. Nazi propagandasında siyahiler, başta ABD Ordusu olmak üzere Müttefik Devletleri'nin ordularını temsil eden metonimler olarak kullanılmıştır. Siyahiler, karikatürlerde, suç işlemekten zevk alan ve Alman toplumunun yok olması için çalışan bir ırk olarak temsil edilmiştir.

Karikatürlerde siyahiler “suçlu”, “tehlike”, “yağmacı”, “istismarcı”, “ilkellik”, “barbarlık”, “ahmaklık” vb. olumsuz metaforlar üzerinden sunulmuştur. Karikatürlerde kullanılan görsel kodlarda, siyahiler büyük geniş bir dudak yapısı ve iğreti bir gülümseme ile temsil edilmiştir. Karikatürlerdeki yazılı kodlarda ise, siyahiler gülünç duruma düşürülmektedir. Naziler görsellerde, 2. Dünya Savaşı'nda meydana gelen olumsuzlukların baş sorumlusu olarak siyahileri göstermiştir. Özellikle, savaşta çok sayıda sivil kayba yol açan hava bombardımanlarında siyahilerin önemli bir rol oynadığına sürekli vurgu yapılmıştır. Çalışmada

incelenen karikatürlerde Nazilerin, Alman kamuoyunda aşağıdaki sözde propaganda mitlerini inşa etmeye çalıştığı görülmüştür:

- Siyahiler, Alman ari ırkı için büyük bir tehdit oluşturmaktadır,
- Siyahiler, düşünemeyen, kendi başına karar veremeyen, başkaları tarafından yönlendirilen bir ırktır,
- Siyahiler, ari ırkı öldürmekten zevk almaktadır,
- Müttefik Devletleri'nin bünyesinde görev yapan siyahi askerler suç çetelerinden oluşmaktadır,
- Siyahiler, hava bombardımanlarında sivil halkı bilinçli olarak öldürmektedir,
- Siyahiler, Yahudiler kadar tehlikelidir.

Naziler, mizah dergilerinde yayınlanan karikatürlerde mizahî bir dille Alman toplumunda siyahilere yönelik nefret söylemi inşa etmeye çalıştığı görülmüştür. Böylece hem siyahilerin Alman toplumundan izole edilmesini kolaylaştırmayı, hem siyahileri kullanarak Müttefik Devletleri'ne karşı Alman kamuoyunu harekete geçirmeye çalışmıştır. Naziler, propaganda faaliyetlerinde ABD Ordusu'nun kendileri gibi ari ırktan ziyade, siyahilerden meydana geldiğini, siyahilerin de yegâne amacının ari ırkı yok etmek olduğunu vurgulamıştır. Naziler bu yolla Alman halkının Müttefik Devletleri'ne karşı topyekûn, kararlı bir savaşa gireceğine inanmıştır. Diğer yandan Nazilerin, propaganda faaliyetlerini tamamen Nazizm ideolojisi ışığında yürüttükleri görülmüştür. Nitekim incelenen karikatürlerde, sürekli olarak siyahilerin ari ırk olmayan alt bir ırktan geldiğine ve siyahilerin ırkın hijyeni politikası için tehdit oluşturduğuna yönelik propaganda yürütüldüğü ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmada, Nazi propagandasında siyahilerin nefret söylemi inşasında nasıl ve ne yönde sunulduğu ortaya konulmuştur. Diğer yandan çalışma ile birlikte, Nazizm ideolojisinin siyahilere yönelik bakış açısı da açıklanmaya çalışılmıştır. Gelecek çalışmaların, yakın dönemde siyahilerin ayrımcılığa uğradığı Güney Afrika Cumhuriyeti'nin, siyahilere yönelik propaganda görsellerini ele alması, alana katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- 1.Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. İmaj Yayınevi, Ankara.
- 2.Arpa, M. (2018). İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, 105-115.
- 3.Barthes, R. (2015). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*. Çeviren: Mehmet Rifat, Sema Rifat. 2. baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- 4.Barthes, R. (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*. Çeviren: Mehmet Rifat, Sema Rifat. 8. baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- 5.Barthes, R. (2016b). *S/Z*. Çeviren: Sündüz Öztürk Kasar. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- 6.Beyerchen, A. D. (2015). *Nazi Dönemi'nde Bilim, 3. Reich'da Üniversite*, Çeviren: Haluk Tosun. 2. Baskı. Say Yayınları, İstanbul.
- 7.Calvin College (2018). Siyahileri Konu Alan Propaganda Karikatürleri <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/blacks-in-nazi-propaganda.htm> (31. 07. 2018).
- 8.Canşen, E. (1997). *Hitler'den Torunlarına, Almanya'da Eski ve Yeni Sağ*. Göçebe Yayınları, İstanbul.
- 9.Caplan, J. (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. Çeviren: İdem Erman. İnkılap Yayınları, İstanbul.
- 10.Çakı, C. (2018a). Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (2), 252-272.
- 11.Çakı, C. (2018b). Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 59-79.
- 12.Çakı, C. (2018c). İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1 (2), 51-63.

- 13.Çakı, C. (2018d). Roland Barthes'ın Göstergibilimsel Çözümlemesi İle Nazi Propagandasında Engelliler, *Süleyman Demirel İletişim Fakültesi İfade Dergisi*, 1 (2), 66-91.
- 14.Çakı, C. ve Gülada, M. O. (2018). Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası. *Trakya Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 53-80.
- 15.Çakı, C., Karaburun Doğan, D. ve Yılmaz, N. (2018). “Horst-Wessel” Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 46, 89-110.
- 16.Domenach, J. M. (2003). *Politika ve Propaganda*, Çeviren: Tahsin Yücel. 2. basım. Varlık Yayınları, İstanbul.
- 17.Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çeviren: Süleyman İrvan. 5. basım. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- 18.Goebbels, J. (2016). *Gerçek Yüzüyle Komünizm ve Teori ve Pratikte Bolşevizm*. Çeviren: Zehra Köroğlu. Bilge Karınca Yayınları, İstanbul.
- 19.Gülada, M. O. (2018). Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 131-143.
- 20.Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2018). Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği, 1. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi*, Antalya.
- 21.Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 2. baskı, Siyasal Kitapevi, İstanbul.
- 22.Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*, Çeviren: Kerim Bağrıaçık. İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- 23.Hitler, A. (2005). *Siyasi Vasiyetim*, Çeviren: A. Naci Demirci. Okumuş Adam Yayınları, İstanbul.
- 24.Hitler, A. (2004). *Kavgam*. Çeviren: Oktay Ertaş. İkinci Baskı, Beda Yayıncılık, İstanbul.
- 25.Hitler, A. (2016). *Nürnberg Konuşmaları*, Çeviren: Burcu Denizci. Sub Yayınları, İstanbul.

26. İnuğur, M. N. (2005). *Basın ve Yayın Tarihi*, 5. Basım, Der Yayınları, İstanbul.
27. Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & Persuasion*. Sage, USA.
28. Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. E Yayınları, İstanbul.
29. Macit, M. H. (2007). *Faşizm ve Nazizm*. Savaş Yayınevi, İstanbul.
30. Milford, M. (2018). The 'Reel' Jesse Owens: Visual Rhetoric and the Berlin Olympics. *Sport in History*, 38(1), 96-117.
31. McNab, C. (2015). *Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945*. Çeviren: Okan Doğan. Timaş Yayınları, İstanbul.
32. Motadel, D. (2015). *İslam ve Naziler*, Çeviren: Ahmet Fethi Yıldırım. Alfa Yayınları, İstanbul.
33. Murray, W. J. (1998). Constructing The Ordinary: The Dialectical Development of Nazi Ideology. *Communication Quarterly*, 46(1), 41-59.
34. Lusane, C. (2004). *Hitler's Black Victims: The Historical Experiences of European Blacks, Africans and African Americans during the Nazi Era*. New York: Routledge.
35. Öymen, O. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
36. Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
37. Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.
38. Yavuzoğlu, A. (2003). *20. yy 'da Faşist Paranoya*. Sayfa Yayınları, İstanbul.
39. Yaylağül, L. (2017). *Kitle İletişim Kuramları. Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. 8. Baskı. Dipnot Yayınları, Ankara.