

**Atıf - Reference:** Çakı, Caner (2018) Adolf Hitler'in kült lider inşasında kullanılan propaganda posterlerinin göstergebilimsel analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6): 24-38.

## Adolf Hitler'in kült lider inşasında kullanılan propaganda posterlerinin göstergebilimsel analizi

Caner Çakı\*

### Öz

Adolf Hitler, Nazi Almanyası'nda kitlelerin gözünde yaşayan bir efsane haline getirilmiştir. Hitler'in hayatını halkına adadığı, insan üstü özellikler taşıdığı, her zaman en doğruyu söylediği gibi mitler Naziler tarafından inşa edilerek milyonların Hitler'i sevmesi ve onu örnek alması sağlanmıştır. Almanya'nın dört bir yanına Hitler'in resimleri ve sözleri asılmış, heykelleri ve büstleri dikilmiş, Hitler'i öven marşlar bestelenmiş, Hitler'i yücelten filmler çekilmiştir. Nazi propagandasının tüm bu çabaları Hitler'i Alman halkının gözünde kült lider olarak inşa etmek ve böylece onun kitleler üzerindeki diktasını sağlamlaştırmaktır. Bu çalışmada, Naziler tarafından kullanılan propaganda posterlerinin Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi sürecinde nasıl bir rol oynadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen beş farklı temadaki Hitler posterleri (Hitler'in Yüzü, Stalingrad, Kitleler, Tanrı Bizimle, Tek Lider) Roland Barthes'in düz anlam (dénotation) ve yan anlam (connotation) boyutunda göstergebilimsel metod kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde, Hitler'in kült lider inşasında; tanrısal bir otorite tarafından görevlendirildiği, Alman halkını yönetebilecek tek kişinin olduğu ve Hitlersiz bir Nazi Almanyası'nın asla büyük bir devlet olamayacağı mitlerinin inşa edildiği görülmüştür. Böylece Hitler'in aldığı tüm kararların tartışılmadan kabul edilmesi amaçlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Kült lider, Nazizm, Hitler, propaganda, poster

## The use of propaganda posters in Adolf Hitler's construction as the cult leader

### Abstract

Adolf Hitler became a living legend in the eyes of the masses in Nazi Germany. Myths such as that Hitler's life was devoted to his people, he possessed supernatural features and always said the most accurate were built by the Nazis in order to help that millions love and sample Hitler. The pictures and words of Hitler were hanged, sculptures and busts were put, marches praising Hitler were composed and films glorifying Hitler were made all over Germany. All these efforts of the Nazi propaganda were to build Hitler as a cult leader in the eyes of the German people, thus consolidating his dictation on his masses. In this study, it was attempted to show how the propaganda poster used by Nazis played a role in the construction of President Adolf Hitler as a cult leader. For this purpose, the posters regarding Hitler in five different themes determined according to the purposeful sampling method (Hitler's Face, Stalingrad, the Masses, God with us, the Single Leader) were analyzed by using the semiotic method in terms of Roland Barthes' dénotation and connotation. In the context of the findings; it was found that myths such as that he was the only one that could manage the German people, appointed by a holy authority and that Nazi Germany without Hitler would never become a great state were constructed to become Hitler as a cult leader. Thus, it was aimed that all decisions made by Hitler be accepted without discussion.

**Keywords:** Cult leader, Nazism, Hitler, propaganda, poster

---

\*Arş. Gör., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, e-posta: caner.caki@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1523-4649

**Geliş tarihi - Date of reception:** 12.04.2018

**Kabul tarihi - Date of acceptance:** 20.09.2018

## Giriş

Kült lider olgusu (diğer tanımıyla lider kültü) genel olarak totaliter yönetimlere sahip ülkelerde sıklıkla görülmektedir. Özellikle 20. yüzyılda kurulan ideolojik temelli ülkelerde kült liderlik önem kazanmıştır. Nazi Almanyası'nda Adolf Hitler (1889-1945), Faşist İtalya'da Benito Mussolini (1883-1945), Sovyetler Birliği'nde Vladimir Lenin (1870-1924) ve Joseph Stalin (1878-1953) 20. yüzyılın kült liderlerindedir. Kült liderler, ülkelerinde tam yetkili, mutlak otorite olarak kabul görürler. Ülkelerinin dört bir köşesine kült liderlerin, heykelleri dikilmekte, resimleri asılmakta, sözleri efsaneleştirilmektedir. Kült liderler tanrısal bir otorite tarafından görevlendirilmiş, seçkin, insanüstü özelliklere sahip kişiler olarak addedilmektedir.

Kült lider olgusunun en bilinen örneklerinin başında kuşkusuz Nazi Almanyası Devlet Başkanı Adolf Hitler gelmektedir. Hitler, 1933 yılında Almanya'da iktidara geldikten sonra ülkedeki tüm yetkileri elinde toplamış, 1934 Cumhurbaşkanı Paul von Hindenburg'un ölümünden sonra da kendisini hem başbakan hem de cumhurbaşkanı ilan ederek tartışmasız ülkenin tek lideri haline gelmiştir. 1934'den itibaren Hitler, Kanzler (Başbakan) yerine Der Führer (yöneten) olarak anılmaya başlanmıştır. Bu süreçte, Nazi Almanyası'nda Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'na getirilen Dr. Joseph Goebbels, Hitler'in Alman halkı üzerindeki otoritesini daha da arttırmak için Hitler'i kült lider olarak inşa etmeye başlamıştır. Goebbels, başta dönemin en popüler kitle iletişim aracı radyo olmak üzere, sinema, gazete, dergi, poster, pul, kartpostal gibi pek çok kitle iletişim aracını Hitler'in kült lider olması yolunda başarılı bir şekilde kullanmıştır. Bu aşamada Goebbels'in en çok yararlandığı kitle iletişim araçlarından birisi de propaganda posterleri olmuştur.

Kapsamlı bir literatür taraması yapıldığında alanda Nazi Almanyası üzerine posterlerin kullanımlarını inceleyen önemli çalışmaların olduğu görülmektedir. Bunlar içerisinde; Çakı ve Gülada (2018), Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası adlı çalışmada, 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası tarafından işgal edilen Vichy Fransası'nda uygulanan işgal propagandasını propaganda posterleri üzerinden incelemiştir. Elde edilen bulgularda, posterlerde Müttefik Devletleri'ne yönelik nefret söylemi inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. Çakı (2018b), Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme adlı çalışmada Nazi Almanyası'nın İtalya'yı işgalinden sonra kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin dost ve düşman inşasında propaganda posterlerini ne yönde kullandığını göstergebilimsel analize tabi tutarak ele almıştır. Çalışmada, İtalyanların Nazi Almanyası'nı dost ve müttefik; Müttefik Devletleri'ni de düşman ve işgalci metaforları üzerinden sundukları ortaya çıkarılmıştır.

Alanda son yıllarda Nazizm ideolojisini ve Adolf Hitler'i konu alan bazı önemli çalışmaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlar içerisinde; Zorlu vd. (2017), Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi adlı çalışmada Nazizm ideolojisinin Türk sinemasında hangi sunum kodları içerisinde ortaya konulduğu Saussure ve Barthes'in göstergebilimsel yaklaşımı ışığında ele almıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Nazizm ideolojisinin Türk sinemasında ağır bir eleştiriye maruz kaldığı bulunmuştur. Erol vd. (2017), Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme adlı çalışmada Nazi Almanyası dönemindeki eğitim yapısı Die Welle filmi özelinde incelemiştir. Film göstergebilimsel analize tabi tutularak ele alınmıştır. Bulgular, Nazi Almanyası'ndaki eğitim yapısının sinemada olumsuz yönleri ile aktarıldığı sonucunu ortaya koymuştur. Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği

Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı adlı çalışmada Hitler'i konu alan kamu spotu reklamlarını Barthes'ın göstergebilimsel analiz metoduna tabi tutarak incelemiştir. Elde edilen bulgular ışığında Hitler'in kamu spotu reklamlarında "korku", "tehlike" ve "soykırım" gibi olumsuz metaforlar içerisinde sunulduğu bulunmuştur.

Yapılan literatür taraması sonucunda, kült lider kavramını propaganda boyutunda ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan, mevcut çalışma alanda özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmada Naziler tarafından kullanılan propaganda posterlerinin devlet başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi sürecinde nasıl bir rol oynadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen beş farklı temadaki Hitler posterleri (Hitler'in Yüzü, Stalingrad, Kitleler, Tanrı Bizimle, Tek Lider) Roland Barthes'ın düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) boyutunda göstergebilimsel metod kullanılarak analiz edilmiştir.

### **Kült liderlik ve kült lider olarak Hitler**

Lidere atfedilen kutsiyet ve mükemmeliyetçilik tarih boyunca otoriter rejimlerin ortak bir özelliği olmuştur. Bu süreçte, lider onu çevreleyen tüm fanilerden daha üstün bir algıya yükseltildi. Lider üzerine yapılan propagandalar, liderin insanüstü bir figüre dönüşmesine zemin hazırladı. Sonuç olarak, totaliter yönetimlerde kült lider (diğer tanımıyla lider kültü) kavramı oluştu. Kült lider kavramı, kitle iletişim araçlarının etkisiyle yüceltilen, kimi zaman tanrısal bir otoritenin yer yüzüne inmiş bir temsilcisi olarak sunulan, yaptığı her davranış haklı gösterilen ve insanüstü özellikler atfedilen lideri tanımlamak için kullanılmaktadır (Gill, 1980: 167). Kült liderler, sanattan siyasete kadar pek çok alanda var olabilmektedir. Buna karşın en etkin örnekleri devlet adamları üzerinde görülmektedir. Nazizm, faşizm, komünizm gibi ideolojik temelli totaliter yönetimlerde pek çok kült lider örneğine rastlanabilmektedir.

Kült lider inşasında medya üzerinde sınırsız kontrole sahip olunması gerekir (Ennker, 2004: 84). Nitekim medya üzerinde sıkı denetim kuran yönetimler, hiç bir muhalif yayın olmaksızın liderlerinin tek otorite olarak gösterebilirler. Aksi halde yapılan tüm propagandalar, karşı propagandalar tarafından çürütülebilecektir.

Kült lider algısında, karizmatik otoritenin de ön plana çıktığı görülmektedir (Strong ve Killingsworth, 2011: 391). Kitle iletişim araçları bir lideri ne kadar yüceltirse yüceltsin, kült lider inşasında liderin karizmatik kişilik özelliklerinin mutlaka ön plana çıkarılması lazımdır. Nitekim, kült olabilmenin temelinde diğer insanlardan farklı olabilmek ve bu farkın başarılı bir şekilde yansıtılması gerekmektedir.

Kült liderlerin hayatı okullarda ders kitaplarında anlatılmaktadır (Apor, 2004: 63). Gelecek nesiller liderlerini daha çocukken tanımalı ve onu sevmelidir. Nitekim çocukluk dönemlerindeki sevgi ilerleyen süreçte lidere itaati kolaylaştıracak ve ona yönelik sadık yurttaşların oluşmasına zemin hazırlanacaktır.

Kült lider inşasında, ülkenin dört bir tarafına liderlerin heykelleri dikilerek, resimleri asılarak, marşları bestelenerek ve sözleri mitleştirilerek, liderler halkın gözünde efsaneleştirilmeye çalışılır.

20. yüzyılda totaliter yönetimler, ideolojilerini kitleler nezdinde meşrulaştırmaya çalıştı. Bunun için kült lider olgusunu etkin bir şekilde kullanmaya çalıştılar (Rees, 2004: 3). Özellikle Nazizm ideolojisinin hakim olduğu Almanya'da, Hitler Naziler tarafından başarılı bir şekilde kült lider olarak inşa edilmiştir.

Almanya, Versay Antlaşması'nı imzalayarak 1918'de 1. Dünya Savaşı'ndan ayrılmıştır. İmzalanın antlaşma, Almanya'yı siyasal, sosyal ve ekonomik olarak olumsuz etkilemişti (Crowe, 2014: 22). Nitekim Almanya, sömürgelerinin hepsini kaybetmiş ve savaşın galibi İtilaf Devletleri'ne büyük bir tazminat ödemeye mahkum edilmişti. Savaştan sonra Almanya'da kurulan Weimar Cumhuriyeti, savaşın olumsuz etkilerini önlemekte yetersiz kalmıştır. 1929 Dünya Ekonomik Buhranı'nın patlak vermesi ile de Alman ekonomisi tamamen iflas etmiş, milyonlarca Alman vatandaşı işsiz kalmıştır. Tüm bu yaşanan süreç Almanya'da Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) ön plana çıkmasına zemin hazırlamıştır. NSDAP'in lideri Adolf Hitler siyasi arenada hızla yükselişe geçerek milyonlar için umut olarak görülmüştür. Nitekim Naziler tarafından yapılan propaganda kitleleri, Hitler'in Almanya'nın içine düştüğü zor durumdan kurtaracağına ikna etmeyi başarmıştır (Canşen, 1997: 51-55).

1933 yılında Almanya'da iktidara gelen Adolf Hitler, en başarılı kült lider örneklerinden biridir. Hitler, Almanya'da iktidara geldikten kısa bir süre sonra diktatörlüğünü ilan etmiş hem başbakanlık hem de cumhurbaşkanlığı görevini kendi bünyesinde toplayarak, kendisini Almanya'nın Führer'i (yöneten) ilan etmiştir. Hitler, bu süreçten itibaren Almanya'da hızla kült lider olarak inşa edilmeye başlanmıştır.

### **Kült lider inşasında propaganda ve Hitler**

Propaganda kavramı, kitleleri ikna etmek amacıyla organize bir şekilde, belirli amaçlar doğrultusunda, kitle iletişim araçlarından yararlanılarak yapılan bir tür iletişim eylemidir. Propaganda tek yönlü iletişimi kullanır (Aziz, 2007: 15). Propaganda temel amaç dikkat çekmek ve ardından ikna etmektir (Tarhan, 2010: 55). İnsanların düşünceleri propaganda ile yönlendirilir (Yaylagül, 2017: 165). Propaganda yalnızca siyasal alanda değil toplumsal hayatın hemen hemen her alanında kendini göstermektedir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 87). Totaliter yönetimler liderlerini kült lider olarak kitlelerin gözünde inşa etmek için propagandadan yararlanırlar (Behrends, 2004: 162). Nitekim kült liderler halkın gözünde meşruluk kazanabilmek için kitleleri ikna etmek zorundadırlar.

Naziler, ülkedeki tüm basına egemen olmak için Almanya'da Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı adında bir bakanlık kurmuş, bakanlığa da Hitler'in yakın arkadaşı Dr. Joseph Goebbels'i getirmişlerdi. Goebbels, Almanya'daki tüm medya kuruluşlarını denetimine almış, Hitler aleyhine olan her şeyi yasaklatmış ya da sansürlemişti. Goebbels, Hitler'in en karanlık zamanlarda Almanya'ya ışık olduğunu ve Almanya'nın makus talihinin Hitler ile birlikte yenileceğini kitlelere telkin etmekteydi (Goebbels, 2016: 93). Nitekim, Goebbels'in propagandasının ana temellerinden birini Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi oluşturmaktaydı (Çakı, 2018c: 64). Goebbels bu süreçte Almanya'daki tüm yayınları Hitler'i övecek ve yüceltecek şekilde başarılı bir şekilde kullanmaya başlamıştı.

Hitler'in kült lider inşasında radyo Goebbels'in en etkili kitle iletişim silahlarından bir haline gelmişti (Öymen, 2014: 170). Goebbels, Alman halkının Hitler'i radyoda dinleyebilmesi için her Alman'ın bir radyoya sahip olması gerektiğini düşünüyordu. Bu yüzden her Alman'ın bir radyosu olması için çalışma başlattı ve büyük oranda da başarı sağladı (Yücel, 2017: 155). Hitler konuşma yaptığında Almanya'da tüm sokaklar boşalıyor, insanlar radyonun başında Hitler'i dinliyordu (Kuruoğlu, 2006: 23). Alman halkına, Hitler konuştuğunda başka hiçbir işle uğraşılmaması ve yalnızca Hitler'in dinlenilmesi gerektiği telkin ediliyordu.

Hitler'in retorikteki ustalığı ve kitleler üzerinde inşa ettiği etki, Hitler'in Alman halkı gözünde bir mit olarak addedilmesine yol açıyordu (Kershaw, 2013: 209). Naziler, Alman toplumuna Hitler'e kayıtsız şartsız itaat edilmesini, Alman yurtdaşı olmanın yegane görevi olarak lanse etmekteydi (Çakı, 2018a: 23). Nazi propaganda makinesi bu etkinin Almanya'nın tamamına yayılmasını sağlıyordu.

Almanya, Nazi propagandasında Büyük Alman İmparatorluğu olarak adlandırılıyordu (Mazower, 2014: 94). Nitekim Hitler, Nazi Almanyası'na Üçüncü Reich (Üçüncü İmparatorluk) adını vermişti (Polat, 2009: 26). Hitler, Üçüncü Reich'ın Führer'i olarak ön plana çıkmaktaydı (Aşma, 2017: 131). Hitler kültürünün başarılı olabilmesi için Hitler'in yönettiği ülkenin de büyük bir ülke olduğu vurgusu yapılmaya çalışılıyordu.

Adolf Hitler'in yazdığı *Kavgam* (Mein Kampf) kutsallaştırılmaktaydı (Jowett ve O'Donnell, 2014: 43). *Kavgam* kitabını okumak tüm Alman gençliğine teşvik edilmekte, hatta yeni evlenen çiftlere *Kavgam* kitabı hediye edilmekteydi. Nitekim kitleler Hitler'in görüşlerini *Kavgam* kitabı vasıtasıyla öğrenebilecek ve onun düşüncelerini daha iyi anlayabileceklerdi. Naziler, Alman gençliğinin Hitler'i örnek alarak yetişmesini sağlıyordu. Nazi Almanyası'nda öğrencilere itaat ettirilen en önemli slogan "Gençlik Führer'e hizmet eder" şeklindeydi (Welch, 2008: 81). Alman gençliğinin Hitler'e hizmet etmesi bir onur olarak değerlendiriliyordu. Bu propagandanın 2. Dünya Savaşı'nın sonunda başarıya ulaştığı görülmüş, binlerce Alman genci Hitler için cepheye, savaşmaya gitmiştir.

Naziler, Hitler'in kült lider olarak inşasında propaganda marşlarını da etkili bir şekilde kullanmaktaydı. Örneğin, Nazi Almanyası'nın de facto milli marşı olarak kabul edilen Horst Wessel Lied'de, Alman halkının Hitler'in peşinden gitmesi telkin edilmekteydi (Çakı vd. 2018: 105). Naziler kendi aralarında Hitler selamı olarak bilinen "Heil Hitler/Yaşasın Hitler" diyerek Hitler'i yüceltmekteydi (Eberle ve Uhl, 2017: 22). Buradaki temel amaç Hitler'in otoritesini her yerde tesis etmek ve Hitler'in kültürünü yaşatmaktır. Nitekim Hitler, iktidarını Almanya'da sağlamlaştırdıktan sonra "Hitler Selamı" Almanya'nın her yerinde kullanılmaya başlandı.

Mitingler de Hitler'in kült liderlik inşasında önemli bir rol oynamaktaydı. Hitler için kimi zaman yüzbinlerin katıldığı devasa mitingler düzenlenmekteydi (Kershaw, 2009: 256). Hitler mitinglerde başarılı bir retorik kullanarak kitleleri ikna edebilmekte ve halkın gözünde meşruluk elde edebilmekteydi. Nazi Almanyası, lider temelli kurulan bir ülkeydi (O'Shaughnessy, 2009: 59). Naziler, Hitler olmadan Nazi Almanyası'nın var olamayacağını ve bu yüzden tüm Alman halkının Hitler'e kenetlenmesini ve ona itaat etmesini lanse etmekteydi.

Hitler, Nazi propagandasında mitleştirilirken, geçmişteki Alman liderlerinden de yararlanılmaktaydı. Naziler, Prusya Kralı II. Friedrich'in bugünkü Alman topraklarını fethettiğini, 2. Reich'in Başbakanı Otto von Bismarck'ın Alman topraklarını birleştirdiğini, General Paul von Hindenburg'un savunduğunu, asker Adolf Hitler'in de kurtardığını sürekli olarak anlatmaktaydı (Kershaw, 2007: 563). Hitler tarihten gelen Alman kahramanlarının yaşayan son örneği olarak gösterilmekteydi. Geçmişteki liderlerin başarıları Hitler'e atfediliyor, kazanılan zaferlerin teminatının Hitler olduğu vurgulanıyordu.

Hitler, basının propagandadaki etkisinin bilincinde olduğu için basına ayrı bir önem verilmekteydi (Langer, 2005: 114). Bu açıdan Almanya'daki tüm kitle iletişim araçları Hitler'in kült liderliğinin inşası için hizmet etmeye memur edildi. Bu açıdan, Nazi propagandası basında her gün Hitler'in olumlu yönden propagandasını yapacak bir

konu bulabilmekteydi (Kershaw, 1986: 20). Gazeteler Hitler'i öven haberlere yer vermekte, dergiler Hitler'in devasa mitinglerdeki resimlerini kullanmaktaydı.

Kitle iletişim araçları içerisinde sinemanın Hitler'in kült lider olarak inşasında önemli bir rol üstlendiği görülmüştür. Alman sinemasında Hitler'in efsanevi bir lider olduğunu gösteren pek çok film çekilmekteydi (Welch, 2001: 73). Özellikle 1935 yılında çekilen *İrade'nin Zaferi* filminde Hitler, Alman halkının gözünde başarılı bir kült lider olarak yansıtılmıştı.

Propaganda posterleri de Hitler kültürünün oluşmasında çok önemli roller üstlenmiştir. Naziler, insanların propaganda posterlerinin etkisinden kaçamayacaklarını düşünmekteydi. Her taraf Hitler'in resimleri ile donatıldığında, insanlar ister istemez Hitler'in resimleri ile yüz yüze geleceklerdi. Nitekim Almanya'da Hitler'in resminin olmadığı hiçbir yerleşim yeri yoktu (Akarcalı, 2003: 109). Bu çalışmada, Naziler tarafından kullanılan propaganda posterlerinin Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi sürecinde nasıl bir rol oynadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

### **Adolf Hitler'in kült lider inşasında propaganda posterlerinin kullanımı**

Çalışmanın bu bölümünde, amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen beş farklı temadaki Hitler posterleri (Hitler'in Yüzü, Stalingrad, Kitleler, Tanrı Bizimle, Tek Lider) Roland Barthes'ın düz anlam (dénotation) ve yan anlam (connotation) boyutunda göstergebilimsel metod kullanılarak analiz edilmiştir.

#### ***Çalışmanın amacı***

Çalışmanın temel amacı, kült lider inşasında propagandanın rolünü ortaya koymaktır. Bu açıdan çalışmada Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945), propaganda posterlerinin Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi sürecinde nasıl bir rol oynadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

#### ***Çalışmanın evreni ve örnekleme***

Hitler'i kült lider olarak inşa etmek amacıyla Naziler tarafından kullanılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın, tüm propaganda posterlerine ulaşılmadığı için çalışmada örneklem kullanımına gidilmiştir. Çalışmada örnek kullanılmasının diğer bir nedeni de çalışma kapsamında incelenen propaganda görsellerinin benzer konu ve içerikleri oluşturmasıdır. Bu açıdan amaçlı örneklem metoduna göre belirlenen beş farklı temadaki Hitler posterleri (Hitler'in Yüzü, Stalingrad, Kitleler, Tanrı Bizimle, Tek Lider) Roland Barthes'ın düz anlam (dénotation) ve yan anlam (connotation) boyutunda göstergebilimsel metod kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın beş poster üzerinden yürütülmesinin temel nedeni, Nazi propagandasının işlenen konu bakımından Hitler kültürünü beş ana başlık altında işlemesidir. Bu açıdan beş ana başlığı en iyi yansıtacağı düşünülen propaganda posterleri çalışma kapsamında analiz edilmiştir.

#### ***Çalışmanın sınırlılıkları***

Çalışma kapsamında yalnızca beş propaganda posterinin göstergebilimsel analiz metoduna tabi tutularak incelenmesi, çalışmanın temel sınırlılığını meydana getirmektedir. Diğer yandan, görsellerin yalnızca Fransız dil bilimci Roland Barthes'ın

yananlam ve düzanlam boyutlarında ele alınması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

### ***Çalışmanın önemi***

Çalışma; alanda ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi, kült lider ve propaganda kavramları arasındaki ilişkiyi ortaya koyması, kült lider inşasında posterlerin propagandadaki rolünü açıklaması, Naziler döneminde Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesinde hangi mit, metafor ve metonimilerden yararlandığını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

### ***Çalışmanın soruları***

- Kült lider inşasında Hitler'i konu alan propaganda posterlerinde hangi mit/mitler inşa edilmektedir?
- Kült lider inşasında Hitler'i konu alan propaganda posterlerinde hangi metaforlardan yararlanılmaktadır?
- Kült lider inşasında Hitler'i konu alan propaganda posterlerinde hangi metonimiler kullanılmaktadır?
- Kült lider inşasında Hitler'i konu alan propaganda posterlerinde Hitler'in hangi özellikleri üzerinde durulmuştur?

### ***Çalışmanın yöntemi***

Çalışmada sosyal bilimler araştırma yöntemleri içerisinde yer alan nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterlerinde Fransız dil bilimci Roland Barthes'ın düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) boyutunda Hitler'in kült lider inşasında nasıl ve ne amaçla kullanıldığı incelenmiştir.

Göstergebilim, çevremizde yer alan göstergelerin anlamlandırılmalarını inceleyen bir bilim dalıdır (Fiske, 2017: 122). 20. yüzyılda göstergebilim bir bilim dalı olarak ön plana çıkmasındaki en büyük katkıyı ise İsviçreli dil bilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913) ve ABD'li Charles Sanders Peirce (1839-1914) yapmıştır (Geray, 2014: 165). Saussure, göstergebiliminde dilin kullanımını üzerine yoğunlaşmıştır (Saussure, 2014: 54). Saussure, göstergebilimsel ilişkiyi gösteren, gösterilen ve gösterge olarak üç yapıda inceler. Peirce ise, göstergeyi üç ana başlıkta toplamıştır: gösterge, yorumlayan, nesne (Sığırcı, 2016: 30-31). Her iki dil bilimcinin ortaya attığı fikirler ilk olması bakımından önem taşısa da göstergebilimin tam manada analiz yapmasını mümkün kılamamıştır.

Saussure ve Peirce'ın göstergebilim anlayışını daha basitleştiren dil bilimci Fransız Roland Barthes olmuştur. Barthes, özellikle 1950'li yıllardan itibaren verdiği dersler ile göstergebilimin gelişmesine büyük katkılar sağlamıştır (Rifat, 2013: 40).

Barthes'ın göstergebilimin yalnızca dil temelli olmadığı, çevremizde yer alan resim, eşya, müzik vb. her türlü göstergenin iletişim boyutunda bir anlam taşıdığını ifade etmiştir (Kalkan Kocabay, 2008: 34-35). Barthes, göstergebilimin yananlam ve düzanlamdan meydana geldiğini vurgular (Barthes, 2016: 84). Düzanlam insanlar tarafından genel kabul gören evrensel anlamı içerirken, yananlam verilmek istenen ve kimi zaman doğrudan anlaşılamayan temel mesajı ifade etmektedir. Düzanlamda verilen anlam açık ve tartışmasızdır (Barthes, 2017: 34). Barthes çalışmalarında metafor ve

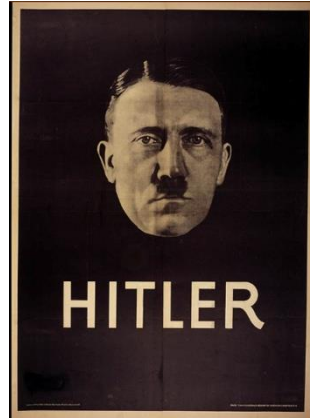
metonimi kavramlarından yararlanmıştır. Barthes'ın çalışmalarında kullandığı metafor kavramı (diğer adıyla eğretilme), bir sözcüğün kendi anlamına yakın başka bir sözcük ile ifade edilmesidir (Guiraud, 2016: 146). Metonimi (diğer adıyla düzdeğişmece), en temel tanımıyla bir parçanın bütünü temsil etmesidir (Fiske, 2017: 195). Örneğin, kuru kafanın ölüm metaforu; düdük, cop vb. polis metonimi olarak kullanılması (Arpa, 2018: 109).

Göstergebilim, günümüzde sosyal bilimler alanında kullanılan önemli bir analiz metodu haline gelmiştir (Gülada, 2018: 133).

## Bulgular

### *Hitler'in Yüzü adlı propaganda posterinin göstergebilimsel analizi*

Hitler'in Yüzü propaganda posterini, Barthes'ın düzenlem boyutunda ele alındığında, görselde siyah bir zemin üzerinde Hitler'in yüzü ve altında beyaz büyük puntolar ile "HITLER" yazısı bulunmaktadır. Posterde bulunan göstergeler tek başlarına propaganda posterinde verilmek istenen yananlamı ifade etmekten uzaktır. Buna karşın Barthes'ın, "göstergeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde verilmek istenen mesaja ulaşılır" görüşünden yola çıkarak, görselde yer alan göstergeler bir bütün olarak değerlendirilmelidir.



**Görsel 1.** Hitler'in Yüzü propaganda posterini

<https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-hitler-photo/> (Erişim tarihi: 11.04.2018)

Görselde verilmek istenen yananlamın çözümlenmesinden önce propaganda posterinin kullanıldığı bağlamın ve o dönem örülen anlamların doğru okunması gerekmektedir. Nitekim, propaganda görseli 1932 yılında Hitler'in Almanya'daki seçimlerde kullandığı bir görseldir. Görselde, Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP) seçimlerdeki en büyük kozu olan Hitler'i ön plana çıkarmaktadır. Propaganda görselinde propaganda disiplini için önemli olan kısa ve öz bir anlatım söz konusudur. Görselde sadece Hitler'in yüzü ve altında Hitler yazısı yer almaktadır. Göstergeler birbirini tamamlar mahiyette Hitler'i ön plana çıkarmaktadır. Arka zeminde yer alan karanlık, metaforik bir anlam içerisinde 1929 Ekonomik Buhranı ile birlikte ortaya çıkan ekonomik krizi ve Versay Antlaşması'nın dayattığı ağır şartların bir yansımalarını ifade etmektedir. Propaganda görselinde yananlam boyutunda, Hitler'in iktidarı ile bütün sorunların çözüleceği miti inşa edilmektedir. Hitler, posterde "kurtarıcı" ve "umut" metaforu olarak belirmektedir.



### ***Tanrı Bizimle adlı propaganda posterinin göstergebilimsel analizi***

Tanrı Bizimle propaganda posterinde Hitler, Almanya'da bulunan bir katedralin önünde yer almaktadır. Parti üniforması giyen Hitler sağ elini kaldırmakta ve sunum kodları içerisinde sert bir yüz ifadesi çizmektedir. Hitler'in hemen arkasında yer alan katedralin boyutu, Hitler'den küçük gösterilmektedir. Görselin hemen üstünde Almanca "Gott mit uns/Tanrı bizimle" yazısı yazmaktadır.



**Görsel 2.** Tanrı Bizimle Propaganda Posterini  
<https://onedio.com> (Erişim tarihi: 11.04.2018)

Barthes'ın yananlam boyutunda ele alındığında propaganda posterinde Hitler'in sunum kodları içerisinde sağ elini kaldırması ve Nazi Parti üniformasını giymesi Hitler'in, Nazizm ideolojisi yansıtan bir metonimi olarak kullanıldığını göstermektedir. Katedral ise Hıristiyanlık dininin bir metonimi olarak yer bulmuştur. Görselin üzerinde yer alan "Tanrı Bizimle" yazısı, Hitler'in dinsel bir gücü arkasına aldığı göstermektedir. Göstergeler yananlam boyutunda, Nazizm ve Hıristiyanlık dininin bir bütün olduğunu ve her ikisinin de Hitler üzerinde somutlaştığını ifade etmektedir. Görselde kült liderlik için verilen mesajın doğru bir şekilde okunması gerekmektedir. Nitekim kült liderliğin propagandada inşasındaki en önemli hususlarından biri lidere tanrısal bir güç veya yetki atfedilmesidir. Propaganda görselinde de "Tanrı, Hitler'e Alman ırkını yönetme görevini verdi" şeklinde mit inşa edilerek, Hitler Alman halkı gözünde kült lider olarak inşa edilmeye çalışılmaktadır. Görselde Hitler, "kurtarıcı", "lider" ve "dinsel güç" metaforları içerisinde sunulmuştur.

### ***Tek Lider adlı propaganda posterinin göstergebilimsel analizi***

Tek Lider propaganda posterinde, Barthes'ın düzanlam boyutunda parti üniforması giymiş Hitler gösterilmiştir. Görselin hemen altında Almanca "Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer/Bir Halk, Bir İmparatorluk, Bir Lider" yazısı yer almaktadır.



**Görsel 3.** Tek Lider propaganda posterini

<http://www.third-reich-posters.co.uk/product/ein-volk/> (Erişim tarihi: 11.04.2018)

Yananlam boyutunda incelendiğinde Hitler görseli ve altında yazan "Bir Devlet, Bir İmparatorluk, Bir Lider" yazısı önemli bir kombinasyon oluşturmaktadır. Bir Devlet'ten kastedilen Almanya, Bir İmparatorluk'tan kastedilen 3. Reich (Üçüncü İmparatorluk, Nazi Almanyası) ve bir liderden kastedilen ise Adolf Hitler'dir. Hitler, yananlam boyutunda Nazi Almanyası'nın vücut bulmuş bir temsili olarak sunulmuştur. Propaganda görselinde, Nazi Almanyası Hitlersiz meydana gelemez" miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Hitler, "lider" metaforu olarak propaganda görselinde yer almıştır.

#### ***Stalingrad adlı propaganda posterinin göstergebilimsel analizi***

Stalingrad propaganda posterinin ortasında düz anlam boyutunda Stalingrad şehrini ifade eden birkaç bina resmi ve hemen altında da kırmızı puntolar ile STALINGRAD ismi yer almıştır. Şehrin tepesinde ise gamalı haç amblemlili Nazi Almanyası bayrağı dalgalanmaktadır. Şehir görselinin hemen arkasında ise büyük bir elin havaya kalktığı görülmektedir. Elin arkasında ise bir ışığın parladığı görülmektedir. Görselin üstünde Almanca büyük puntolar ile "FÜHRER BEFIEHL" (Führer emreder), altında ise "WIR FOLGEN" (biz takip ederiz) yazısı yer almaktadır.



**Görsel 4.** Stalingrad propaganda posterini

[http://stamp-auctions.de/lots\\_en.php?LISN=361734&Pic=0](http://stamp-auctions.de/lots_en.php?LISN=361734&Pic=0) (Erişim tarihi: 11.04.2018)

Barthes'ın yananlam boyutunda görsel ele alınmadan önce, görselin geçmişi hakkında kısa bir bilginin verilmesi, görselin daha sağlıklı yorumlanmasını sağlayacaktır. Almanya 1941 yılının yazında Rusya'yı işgale başladıktan sonra, 1942'nin

sonlarında Rus Devlet Başkanı Joseph Stalin'in ismini taşıyan ve Sovyetler Birliği için sembolik bir öneme sahip olan Stalingrad şehrine kadar ilerlemişlerdi. Şehrin önemli bir kısmını işgal eden Wehrmacht (Alman Ordusu), Rusya ordusuna karşı önemli bir başarı elde etmişti. Bu süreçte, Almanya'da uzun bir dönem Stalingrad'ın Nazilerin eline geçeceğine yönelik hummalı bir propaganda faaliyeti yürütülmüştür. Görselde yer alan "Führer Emreder, Biz Takip Ederiz (Uygularız, Yaparız)" sözü, Hitler'in kült lider olarak inşasında kullanılan en önemli sloganlardan biri haline gelmişti. Yananlam boyutunda verilen mesaj, Hitler'in hiçbir zaman hata yapmayacağı ve ne derse doğru olacağıdır. Bu açıdan görselde, "Hitler'in yolunu takip etmenin zafere götürdüğü" mitinin inşa edildiği görülmektedir. Görselin arkasında yer alan ışık, Hitler'in zaferini ifade eden bir metafor olarak kullanılmıştır. Şehrin üzerinde yer alan Nazi Almanyası'nın bayrağı ise Nazizm ve Hitler'i temsil eden bir metonimi olarak yer bulmuştur.

### ***Kitleler adlı propaganda posterinin göstergibilimsel analizi***

Kitleler propaganda posterinde düzenlam boyutunda parti üniforması giymiş Hitler resmi yer almıştır. Hitler'in hemen arkasında ise sağ ellerini kaldırmış büyük bir halk kitlesi gösterilmiştir. Görsellerde Almanca "Führer wir folgen Dir!, Alle sagen Ja!" (Führer biz seni takip ediyoruz! Herkes evet diyor) yazısı yer almaktadır.



**Görsel 5.** Kitleler propaganda posterini

<https://encyclopedia.usmmm.org/tags/en/tag/adolf-hitler> (Erişim tarihi: 11.04.2018)

Yananlam boyutunda incelendiğinde Hitler resmi, Nazizm ideolojisinin ve NSDAP'in temsili olarak görselde yer bulmaktadır. Hitler'in arkasında yer alan kalabalık Nazi selamı vererek, Hitler'i desteklediklerini ifade etmektedir. Nitekim kült lider inşasında yapılan propagandaların önemli unsurlarından biri halkın desteğidir. Nazi propagandası görselde; "büyük kitlelerin Hitler'i desteklediği ve kitlelerin Hitler ne derse onu yapacakları" mitini inşa ettiği görülmektedir. Hitler, propaganda görselinde "lider" metaforu üzerinden yansıtılmaktadır.

## **Sonuç**

Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler, Naziler tarafından Alman halkı gözünde kült lider olarak inşa edilmiştir. Almanya'nın dört bir yanına Hitler'in büstleri dikilmiş, resimleri asılmış, sözleri mitleştirilmiştir. Nazi propaganda makinesi Hitler'i; tanrısal bir otorite tarafından görevlendirilen, tüm yaşamını halkına adayan, her zaman halkını düşünen ve

aldığı tüm kararlarda haklı çıkan insan üstü bir kişi olarak yansıtmıştır. Bu süreçte, Horst Wessel gibi Hitler'i öven marşlar bestelenmiş, *İradenin Zaferi* gibi Hitler'i yücelten Nazi filmleri çekilmiştir. Bu çalışmada, Naziler tarafından kullanılan propaganda posterlerinin Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edilmesi sürecinde nasıl bir rol oynadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında Hitler'i konu alan propaganda posterlerinde Hitler'in kült lider olarak kabul görmesi için; Hitler'in tanrısal bir güç tarafından Almanya'yı yönetmesi için gönderildiğini, Hitler'in aldığı tüm kararlarda haklı olduğunu, Hitler olmadan Nazi Almanyası'nın hiçbir zaman var olamayacağını, Hitler'in tüm hayatını Alman halkına adanmış olduğunu ifade eden mitler inşa edilmiştir. Böylelikle Hitler kült lider olarak Alman halkı gözünde bir tabu haline getirilerek, otoritesi sağlamlaştırılmaya çalışılmıştır.

Posterlerdeki sunum kodlarında Hitler, "kurtarıcı", "Tanrı'nın bir temsilcisi", "lider" ve "mutlak otorite" metaforları içerisinde yer almıştır. Barthes'ın, "göstergeler ve mitler bulunduğu kültür içerisinde anlam kazanır" tanımından yola çıkarak Hitler üzerinde atfedilen metaforların bulunduğu bağlam içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Almanya, 1919 yılında imzalanan Versay Antlaşması ile büyük toprak kayıplarına uğramış ve galip devletlere büyük tazminatlar ödemeye mahkum edilmişti. 1929 yılında ABD merkezli patlak veren Dünya Ekonomik Buhranı, Almanya'yı ekonomik olarak daha da olumsuz etkilemiş ve milyonlarca Alman vatandaşı işsiz kalmıştı. Bu süreçte Naziler, Almanya'da büyük bir umut olarak Hitler'i göstermişler ve onun dönemin kült lideri olarak propagandasını yapmışlardır. Bu açıdan görsellerde Hitler, "umut" metaforu olarak ön plana çıkmıştır. Weimar Cumhuriyeti'nde istikrarlı bir hükümetin başa geçememesi (kısa dönemli Gustav Stresemann'ın etkisi hariç tutulursa) nedeniyle, Naziler Alman halkının ihtiyaç duyduğu "otoriter lider" metaforunu Hitler'e add ederek, Almanların desteğini almaya çalışmışlardır. Diğer yandan, Katolik Almanlardan destek alabilmek için Hitler dini göstergeler ile örülmüş sunum kodlarında "dini" bir metafor olarak yer almıştır. Böylece yapılan propagandada, kült liderliğinin Hitler'e Tanrısal bir otorite tarafından verildiğine dair bir algının oluşması sağlanmıştır.

Propaganda görsellerinde sınırlı sayıda metoniminin kullanıldığı görülmektedir. Nitekim görsellerde, Hitler'in herhangi bir metonimiye yer verilmeden doğrudan resimleri kullanılmıştır. Görsellerin altındaki Hitler ve Führer yazıları da resimdeki kişinin Hitler olduğunu vurgulamaktadır. Diğer yandan, Nazizm ideolojisi ve NSDAP için gamalı haç metonimi olarak yer bulmuş, ideolojinin veya partinin ismi kullanılmamıştır. Burada temel amacın, görseldeki tüm dikkatin Hitler üzerinde toplanmasını sağlamak olduğu söylenebilir. Nitekim, propagandada mesaj kısa ve öz olmalı düşüncesinden hareketle, posterlere yalnızca birkaç saniye ayıran insanların Hitler'in görselleri ile doğrudan temas kurmaları istenmiştir.

Çalışmada Hitler'in kült lider inşasında propaganda posterlerinde nasıl ve ne şekilde yansıtıldığı ele alınmıştır. Çalışma alanda ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın, çalışmanın yalnızca Adolf Hitler ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Gelecek çalışmalarda farklı kült liderlerin, farklı kitle iletişim araçları üzerinden analizinin yapılması alanın zenginleşmesini sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Akarcalı, Sezer (2003) *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Apor, Balázs (2004) Leader in The Making: The Role of Biographies in Constructing The Cult of Mátyás Rákosi. *In The Leader Cult in Communist Dictatorships*, pp. 63-80. London: Palgrave Macmillan.
- Arpa, Murat (2018) İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2): 105-115.
- Aşma, Cüneyt (2017) *Adolf Hitler*. Erasmus Yayınları: İstanbul.
- Aziz, Aysel (2007) *Siyasal İletişim*. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barthes, Roland (2016) *Göstergebilimsel Serüven*, Çev. Mehmet Rifat - Sema Rifat. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, Roland (2017) *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev. Ayşenaz Koş - Ömer Albayrak. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Behrends, C. Jan (2004) Exporting the Leader: The Stalin Cult in Poland and East Germany (1944/45–1956). *In The Leader Cult in Communist Dictatorships*, pp. 161-178. London: Palgrave Macmillan.
- Canşen, Efgan (1997) *Hitler'den Torunlarına, Almanya'da Eski ve Yeni Sağ*. İstanbul: Göçebe Yayınları.
- Crowe, Anthony (2014) *Heil Hitler*. 3. Baskı. Ankara: Tutku Yayınevi.
- Çakı, Caner (2018a) Propaganda, *İletişim ve Propaganda*, Ed. Mustafa Karaca ve Caner Çakı. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çakı, Caner (2018b) Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2): 252-272.
- Çakı, Caner (2018c) Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1): 59-79.
- Çakı, Caner ve Gülada, Mehmet Ozan (2018) Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1): 53-80.
- Çakı, Caner, Karaburun Doğan, Derya ve Yılmaz, Nurcan (2018) "Horst-Wessel" Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2018 (46): 89-110.
- Eberle, Henrik ve Uhl, Mathiass (2017) *Hitler Kitabı*. Çev. M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Ennker, Benno (2004) The Stalin Cult, Bolshevik Rule and Kremlin Interaction in the 1930s. *In The Leader Cult in Communist Dictatorships*, pp. 83-101. London: Palgrave Macmillan.
- Erol, E. Gülbuğ, Cerrahoğlu, Necati ve Çakı, Caner (2017) Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme, IX. *Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 1234-1249.
- Fiske, John (2017) *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Geray, Haluk (2014) *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

- Gill, Graeme (1980) The Soviet Leader Cult: Reflections on the Structure of Leadership in the Soviet Union. *British Journal of Political Science*, 10(2): 167-186.
- Goebbels, Joseph (2016) *Gerçek Yüzüyle Komünizm ve Teori ve Pratikte Bolşevizm*. Çev. Zehra Köroğlu. İstanbul: Bilge Karınca Yayınları.
- Guiraud, Pierre (2016) *Göstergebilim*. Çev. Mehmet Yalçın. 3.Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Gülada, Mehmet Ozan (2018) Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2): 131-143.
- Holocaust Encyclopedia <https://encyclopedia.ushmm.org/tags/en/tag/adolf-hitler>, Erişim Tarihi: 11.04.2018.
- Jowett, S. Garth and O'Donnell, Victoria (2014) *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.
- Kalkan Kocabay, Hasibe (2008) *Tiyatroda Göstergebilim*. 1. Basım. İstanbul: E Yayınları.
- Kershaw, Ian (1986) Der Hitler-Mythos: Volksmeinung und Propaganda im Dritten Reich. *Mit einer Einführung von Martin Broszat*, 41. Berlin: Walter de Gruyter.
- Kershaw, Ian (2007) *Hitler, 1889-1936: Hubris*. Çev. Zarife Biliz. Birinci Cilt. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kershaw, Ian (2009) *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev. Zarife Biliz. 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kershaw, Ian (2013) The "Hitler Myth": Image and Reality in the Third Reich. *In Nazism and German Society, 1933-1945*, pp. 209-228. London: Routledge.
- Kuruoğlu, Huriye (2006) *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Mazower, Mark (2014) *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*. Çev. Yavuz Alogan. 2. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Langer, C. Walter (2005) *Öteki Hitler*. Çev. Haluk Gurulkan. İstanbul: Birharf Yayınları.
- O'Shaughnessy, Nicholas (2009) Selling Hitler: Propaganda and The Nazi Brand. *Journal of Public Affairs*, 9(1): 55-76.
- Öymen, Onur (2014) *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Polat, Kürşad (2009) *Heil Hitler*. İstanbul: Yeni Yüzyıl Yayınları.
- Rees, E. Arfon (2004) Leader Cults: Varieties, Preconditions and Functions. *In The Leader Cult in Communist Dictatorships*, pp. 3-26. London: Palgrave Macmillan.
- Rifat, Mehmet (2013) *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Saussure de, Ferdinand (2014) *Genel Dilbilim Yazıları*, Çev. Savaş Kılıç, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Sığırcı, İlhami (2016) *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Strong, Carol & Killingsworth, Matt (2011) Stalin the Charismatic Leader?: Explaining the 'Cult of Personality' as a Legitimation Technique. *Politics, Religion & Ideology*, 12(4): 391-411.
- Stamp-Auctions, [http://stamp-auctions.de/lots\\_en.php?LISN=361734&Pic=0](http://stamp-auctions.de/lots_en.php?LISN=361734&Pic=0) Erişim Tarihi: 11.04.2018.

- Tanyeri Mazıcı, Emel ve Çakı, Caner (2018) Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3): 290-306.
- Tarhan, Nevzat (2010) *Psikolojik Savaş, Gri Propaganda*. 13.Baskı. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tekinalp, Şermin ve Uzun, Ruhdan (2013) *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Third-Reich-Posters, <http://www.third-reich-posters.co.uk/product/ein-volk/> Erişim Tarihi: 11.04.2018.
- USHMM, <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-hitler-photo> Erişim Tarihi: 11.04.2018.
- Welch, David (2001) *Propaganda and the German Cinema, 1933-1945*. London: IB Tauris.
- Welch, David (2008) *The Third Reich: Politics and Propaganda*. London: Routledge.
- Yaylagül, Levent (2017). *Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yücel, Erdinç (2017) *Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörün Otopsi*, İstanbul: Karakarga Yayınları.
- Zorlu, Yaşar; Çakı, Caner ve Karaca, Mustafa (2017) Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: “Kırımlı” Filmi ve Göstergebilimsel Analizi, *Sosyoloji Konferansları-Istanbul Journal of Sociological Studies*, 56 (2): 65-93.