

Nazi Almanyası'nda Serbest Zaman: Kraft durch Freude Örgütünün Açık Alan Aktivitelerine Yönelik Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme

Nazi Germany's Leisure: A Study on the Propaganda Posters of the Kraft durch Freude Organization for Outdoor Activities

*Erdoğan Ekinci¹

¹ Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, erdogan.ekinci@gmail.com, 0000-0002-6816-9393

ÖZET

Nazi ideolojisinin Alman halkı tarafından kabul görmesi Adolf Hitler tarafından kurulan Nasyonal Sosyalistler için büyük bir öneme sahipti. Naziler iktidara gelişlerinin hemen ardından tüm kitle iletişim araçlarını kontrolleri altına almış ve bunları propaganda amacıyla yaygın bir biçimde kullanmıştır. Nazi ideolojisi kapsamında başta işçiler olmak üzere tüm Alman halkının serbest zamanlarını çeşitli faaliyetlerle değerlendirmeleri sağlanmış ve bu doğrultuda Kraft durch Freude (KdF) örgütü kurulmuştur. Örgüt tarafından spor, sanat, kültür, seyahat, turizm gibi geniş bir yelpazede hizmetler ortaya konmuştur. Bu araştırma, Nazi Almanyası'na yer alan KdF örgütüne ait propaganda posterlerinde açık alan aktivitelerinin nasıl biçimlendiği ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, KdF'ye ait açık alan aktiviteleriyle ilişkili propaganda posterleri, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan göstergebilim analizi ile incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen posterlerde, açık alan aktivitelerine katılımın genellikle, güç, mutluluk, dinlenme, macera gibi çeşitli duyu durumlarını hedef kitleye yansıtmaya çalıştığı ve Nazi ideolojisi çerçevesinde Alman halkına birlik, beraberlik ve milliyetçilik duygularını ortaya çıkarmaya çalıştığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, KdF tarafından uygulanan propaganda faaliyetlerinin, Alman halkının serbest zamanlarını değerlendirme konusunda etkili olduğu ve totaliter bir rejim olan Nazi Almanyası'nın propaganda aracılığıyla halkı her alanda kontrol etmeye çalıştığı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Açık alan, Serbest zaman, Nazi Almanyası, Kraft durch Freude, Propaganda

ABSTRACT

The acceptance of Nazi ideology by the German populace held significant importance for the National Socialists, established by Adolf Hitler. Upon their rise to power, the Nazis swiftly took control of all mass communication channels, utilizing them extensively for propaganda purposes. Within the framework of Nazi ideology, various activities were provided for all segments of the German population, particularly workers, to spend their leisure time, leading to the establishment of the Kraft durch Freude (KdF) organization. This organization offered a wide range of services in sports, arts, culture, travel, and tourism. This study aims to examine how outdoor activities were shaped in propaganda posters of the KdF organization in Nazi Germany. The propaganda posters related to outdoor activities of the KdF were analyzed using semiotic analysis, a qualitative research method. The analysis revealed that the posters aimed to reflect various emotional states such as strength, happiness, relaxation, and adventure to the target audience and sought to evoke feelings of unity, togetherness, and nationalism among the German population within the framework of Nazi ideology. Consequently, it can be said that the propaganda activities implemented by the KdF were effective in influencing the German populace in utilizing their leisure time and that the totalitarian regime of Nazi Germany sought to control the population in all areas through propaganda.

Keywords: Outdoor, Leisure, Nazi Germany, Kraft durch Freude, Propaganda

Citation: Ekinci, E. (2024). *Nazi Almanyası'nda Serbest Zaman: Kraft durch Freude Örgütünün Açık Alan Aktivitelerine Yönelik Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme*, *Herkes için Spor ve Rekreasyon Dergisi*, 6(2), 117-129.

Gönderme Tarihi/Received Date:
18.03.2024

Kabul Tarihi/Accepted Date:
15.05.2024

Yayımlanma Tarihi/Published Online:
30.06.2024

<https://doi.org/10.56639/jsar.1454692>

*Corresponding author:
erdogan.ekinci@gmail.com

GİRİŞ

Nazi Almanyası, 1933-1945 yılları arasında Almanya'nın siyasi yönetiminde yer alan, Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) tek parti rejimine dayalı ve Hitler'in Nazi ideolojisi içerisinde var olmuş totaliter bir rejim olarak tanımlanabilir. Üçüncü Reich yönetimindeki Nazi Almanyası'nın kökenlerini ve Alman kültürünün, geleneğinin ve psikolojisinin nasıl etkilediğini anlamak önemlidir çünkü Hitler'in diktatörlüğü, Alman toplumunun uzun süredir benimsediği güçlü lider ilkesinin bir yansıması olarak ortaya çıkmıştır (Kunzer, 1938). Adolf Hitler'in 1933'te iktidarı ele geçirmesinden sonra Almanya'da meydana gelen değişiklikler sadece politik, sosyal ve ekonomik yaşamı değil, büyük ölçüde kültür alanını da etkilemiştir. Naziler kültür alanındaki özgürlüğü tamamen ortadan kaldırmış ve üzerinde kontrol kurmaya başlamıştır (Grochowina ve Kacka, 2014).

Nazi ideolojisini yaymak amacıyla 13 Mart 1933 tarihinde, Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı) kurulmuş ve başına Joseph Goebbels getirilmiştir (Bytwerk, 2010). Goebbels, kültürün propaganda için en önemli araçlardan biri olduğunu düşünmüş ve bu alanı kişisel kontrolü altında tutmaya çalışmıştır (Grochowina ve Kacka, 2014). Bu amaç doğrultusunda dönemin tüm kitle iletişim araçları kullanılarak halk üzerinde yoğun bir propaganda programı uygulanmış ve Nazi ideolojisine bağlılıklarının artması ve ulusal sosyalizmi desteklemeleri sağlanmıştır. Bu propaganda programlarını uygulayan en önemli örgütlerden biri, Almanya'da Kraft durch Freude (KdF) adıyla bilinen serbest zaman örgütüdür. Nazi propagandası sayesinde, birçok Alman ilk kez katılım sağladığı serbest zaman faaliyetleri, halka keyifli deneyimler vaat ederek, bu faaliyetlerin sonunda bireyin çalışma ahlakının ulusal hizmete yükseltilmesini amaçlamıştır (Uekoetter, 2006). Bu yaklaşım, bireysel dinlenmeyi ulusal güçle bağdaştırarak Alman halkında ulusal sosyalizme olan bağlılığı güçlendirmeyi hedeflemiştir. KdF ismi, düzenlediği gemi seyahatlerinden dolayı genellikle turizmle ilişkilendirilse de başta işçi sınıfı olmak üzere tüm Almanların katılım sağlayabileceği uygun fiyatlı sinema, tiyatro, spor, seyahat gibi birçok faaliyet gerçekleştiren önemli bir serbest zaman örgütüdür. Dönemin en büyük serbest zaman örgütü unvanını alan KdF'nin düzenlediği faaliyetlere yılda yedi milyondan fazla kişi katılım sağlamıştır (Shirer, 1960).

KdF'nin gerçekleştirdiği serbest zaman faaliyetleri arasında, halkın spora katılımına büyük önem verildiği bilinmektedir. Bu amaç doğrultusunda, fabrika ve okullarda spor alanları inşa edilmiş, Almanya'nın güneyinde yer alan Alp dağlarında dağ ve kayak evleri açılmış, orman içlerinde yürüyüş ve kamp alanları yapılmış, nehir ve göllerde yüzme ve yelken tesisleri kurulmuştur. Doğaya verilen bu önemle birlikte, birçok doğal alan koruma altına alınmıştır. Bu bağlamda, 1938 yılında, Hitler'in iktidara gelişinden beş yıl sonra, Alman doğasever Wilhelm Lienenkämper, "Nazilerin Bakış Açısından Doğanın Korunması" konulu bir deneme yayınlamış ve bunun sonucunda; Hohenstoffeln Dağı, Schorfheide Ulusal Doğa Koruma Alanı, Ems Nehri ve Wutach Kanyonu koruma altına alınmıştır (Uekoetter, 2006). Bu koruma alanları sayesinde pek çok Alman, serbest zamanlarında birçok açık alan aktivitesine katılma fırsatı bulmuştur.

KdF'nin propaganda amacıyla en sık kullandığı kitle iletişim araçlarından biri posterdir. KdF bu propaganda posterlerini serbest zaman faaliyetlerinin yanı sıra (Çakı, 2018a; Çakı, 2019), askerlik (Karaca, 2018; Çakı, vd., 2019a), engelliler (Çakı, 2018c), genç kızlar (Gülada vd., 2019), göçmenler (Çakı ve Topbaş, 2018), ırkçılık (Grabowski, 2009; Çakı ve Gazi, 2018; Yılmaz vd., 2020), sansür (Çakı, 2020), kadınlar (McCloskey, 2012), liderlik (Çakı, 2018b; Tuncer, 2023a) ve Nazizm karşıtlığı (Tuncer, 2023b) gibi farklı birçok alanda yoğun bir biçimde uygulandığı araştırmacılar tarafından belirtilmektedir. Bu örnekler doğrultusunda, alan yazın incelendiğinde KdF'nin propaganda amaçlı yayınladığı açık alan aktivitelerine üzerine yapılmış bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu durum, KdF'nin açık alan aktiviteleri alanda ilk araştırma olması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırma, Nazi Almanyası'nda yer alan KdF örgütüne ait propaganda posterlerinde açık alan aktivitelerinin nasıl biçimlendiği ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Propaganda Kavramı ve Nazi Almanyası'nda Propaganda

16. yüzyıla kadar propaganda, bitki ve hayvanların yayılmasını ifade eden, yalnızca biyolojik bir referans çerçevesinde kullanılan Latince bir terim olarak yer almıştır. Propaganda terimi, 13. Papa Gregory tarafından, Katolik doktrinlerini Hristiyan olmayan ülkelerde yaymak için üç kardinalden oluşan bir propaganda komisyonu kurulması ile ortaya çıkmıştır (Fellows, 1959). Günümüzdeki anlamıyla propaganda, 19. yüzyılda ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla birlikte, temel bir öneme sahip olarak örgütlü bir biçimde siyasal hayatın içerisinde yer almaya başlamıştır (Qualter, 1980). Propaganda, önceden belirlenmiş amaçlara atıfta bulunarak diğer kişi veya grupların düşünce veya fiillerini etkilemek için tasarlanmış birey veya gruplar tarafından yapılan düşünce veya fiilleri ifade etmektedir (Cantril, 1938). Propagandanın amacı, alıcılarında belirli bir olayların veya düşüncelerin algısını tetiklemek, böylece yeni bilgilerin ve gerçeklerin ideoloji yüklü bir dünya görüşü bağlamına gömülmesini sağlamaktır (Bussemer, 2013). Dolayısıyla propaganda, toplu davranışı etkileyebilir, hatta çoğu vatandaşın inancını etkilemeden bile başarılı olabilmektedir (Little, 2017). 2. Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında totaliter rejimler tarafından uygulanan totaliter propaganda çalışmaları ile propaganda olumsuz bir terim haline gelmiştir (Moloney, 2006; Lock ve Ludolph, 2020). Totaliter rejimlerde propaganda, vatandaşların rejimin tercih ettiği sembollerin günlük yaşamda her yerde bulunmasıyla karşılaşmasının ötesine geçebilmekte ve baskı kurabilmektedir (Rosenfeld ve Wallace, 2024). Bu bağlamda, totaliter rejimler propagandaya her yıl büyük miktarda para harcamaktadır. Son zamanlarda gerçekleştirilen araştırmalar, propagandanın amacının çoğu kez ikna etmek değil, vatandaşları itaat etmeleri için korkutmak olduğunu öne sürmektedir (Huang, 2018; Carter ve Carter, 2022; Mattingly ve Yao, 2022).

Kitle iletişim araçları, totaliter rejimlerde halk desteği sağlamada önemli bir rol oynar ancak bu destek, çoğunluğun propaganda mesajına karşı çıkmadığı durumlarda mümkündür. Dinleyiciler, propaganda mesajına karşı olumsuz bir tutum sergiliyorsa propaganda etkisi beklenenin aksine olabilmektedir (Adena vd., 2015). Bu nedenle, sert propaganda vatandaşları caydırabilir ve kısa vadede rejimin istikrarını korumaya yardımcı olabilmekle birlikte, aynı zamanda rejimin meşruiyetini azaltabilir ve özellikle güç ve kontrol kapasitesi propagandaya ayak uydurmadığında rejimin uzun vadeli beklentilerini olumsuz etkileyebilir (Huang, 2018; Weiss ve Dafoe, 2019). Rejim yanlısı propagandanın halk protestolarının oranında ciddi anlamda anlamlı bir azalmayla ilişkili olduğu bilinmektedir. Böylelikle rejim yanlısı propaganda, vatandaşların yöneticinin görevdeki performans hakkındaki inançlarını değiştirebilmektedir (Carter ve Carter, 2022). Propaganda terimi sıklıkla Nazi rejimiyle ilişkilendirilir. Zira Nazi rejimi, propaganda yönlendirildiğinde, sıkı bir şekilde organize edildiğinde ve profesyonelce yürütüldüğünde ne kadar önemli ve etkili olabileceğini göstermiştir (Jarz, 2011).

Nazi Almanyası, totaliter rejimler arasında önemli bir konuma sahip olarak kabul edilmektedir. Büyük Buhran'ın ardından 1930'ların başlarında Nazizmin yükselişi, ağır kemer sıkma politikaları, kitlesel işsizlik ve yaygın hoşnutsuzlukla karakterize edilen ekonomik sıkıntının kötüleşmesiyle aynı zamana denk gelmiştir (Galofre-Vila vd., 2021a). Yaşanılan bu zorluklar, Nazi ideolojisinin Almanya'da propaganda programları aracılığıyla halk arasında yayılmasına ve güçlenmesine imkân tanımıştır (Yourman, 1939). Hitler ve Nazizm'in yükselişinde Nazi propagandası, Hitler'in güçlü bir lider imajını yaratarak kitlesel mitingler, fenerli geçit törenleri, bayraklar, posterler ve semboller kullanarak Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei'ye - NSDAP (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) açık bir marka kimliği kazandırmıştır (McDonough, 2014). Aynı zamanda iktidara yükselişte NSDAP, üyeliğe büyük önem vermiştir. 1930'dan sonra Almanya genelinde parti için kampanya yapan, aidat ödeyen, bireyleri ve aileleri etkileyen binlerce yerel şube ve yüz binlerce gönüllü üyenin sağladığı yoğun organizasyonel destek sayesinde Nazi ideolojisi etkin bir hale gelmiştir (Satyanath vd., 2017). NSDAP'ın nasyonal sosyalist gündemi, dünya ekonomisinde iddialı olan, aynı zamanda düzeni ve geleneksel ayrıcalıkları koruyan güçlü bir devlet kavramı hem orta sınıfa hem de daha vasıflı işçilere çekici gelmiştir (Flint, 2001). 1933 yılı meslek sayımına göre, oy kullanma hakkına sahip Alman işçi oranı yaklaşık %28 iken, aile üyeleri ve emekli işçiler de dâhil edildiğinde bu oranın yaklaşık %45'e çıktığı ve bu kişilerin NSDAP'ı destekledikleri bilinmektedir

(Weiss, 1993). Bu bağlamda, 1928 yılında NSDAP genel federal seçimlerde oyların %2'sinden fazlasını alırken, 1932 yılı ortalarında ulusal seçimlerde oyların %38'ini alarak Almanya'nın en büyük siyasi partisi haline gelmiştir (Galofre-Vila vd., 2021b).

Başta Hitler ve pek çok Nazi, ana akım totaliter rejiminde bulunmayan bir biyolojik ırkçılığı benimseyerek Alman ulusunu kültür yerine kan ile tanımlamışlardır (Eatwell, 2006). Hitler'e göre, propagandanın gerçeklik ve objektiflikle ilgisi yoktur, sadece kitle manipülasyonu ile ilgilidir. Bu bağlamda, NSDAP propagandasının temel amacı, her zaman halkı sakin tutmak için yapılan korkudan oluşmuştur (Hüttmann, 2009). NSDAP, iki dünya savaşı sırasında kamuoyunu harekete geçirmek, asker toplamak, savaş tahvillerini finanse etmek ve düşman imajını sürdürmek için kitlesel tanıtım ve özellikle görsel propagandayı iyi bir biçimde kullanmıştır (Fondren, 2023). Bunun yanı sıra, Nazi Almanyası gibi totaliter rejimlerde propaganda, politik öğreti ve toplumsal kontrol amaçlarıyla devletin bir silahı olarak en belirgin şekilde görülmüştür. Propagandanın, ulusal sosyalizm için oynadığı önemli rol, merkezi devlet aygıtlarının oluşturulmasına yol açmıştır (Chapman, 2000). Hitler, iktidarı ele geçirdikten hemen sonra 1933 yılında medya ve kültür üzerinde yetkilendirilmiş, RVP'yi kurarak başkanlığına Joseph Goebbels'ı atamıştır (Bytwerk, 2010). Goebbels, bu göreve gelmeden önce NSDAP'ın kampanya yöneticiliğini yapmış ve Hitler'in iktidara gelmesinde önemli bir rol oynamıştır (Roberts, 2000). Nazilerin kendilerinin, Hitler ve Goebbels ile başlayıp NSDAP'ın en alt kademesine kadar uzanan propaganda, nüfusu harekete geçirmenin, manipüle etmenin, kontrol etmenin, yönlendirmenin ve yeniden eğitiminin vazgeçilmez aracı olarak görmüştür (Kershaw, 2014). Böylelikle propaganda, gerçek Alman değerlerine dayanan yeni bir etnik birlik yoluyla toplumsal ve sınıfsal ayrımcılığı aşarak başarılı bir şekilde ulusal bir topluluk üreten bir toplum imajı sunmuştur (Welch, 2014).

Kraft durch Freude ve Serbest Zaman

Nazi Almanyası'nda Nazi Almanyası'nda propaganda kadar, propaganda edilen içeriklerin seçimi de önemlidir. Savaşmaya hazır ve istekli olması gereken bir halk, sadece propagandayla değil; spor ve kültür gibi eğlencelerle de desteklenmiştir (Hüttmann, 2009). 1. Dünya Savaşı'ndan sonra Almanlar, özellikle serbest zaman aktivitelerine katılım konusunda daha bilinçli hareket ederek, organize bir ulusal serbest zaman programının kitlelerin mutluluğu ve refahı üzerindeki etkisini fark etmiştir (Nabholz, 1936). Nazi Almanyası'nda bakıldığında, eğlence ve sosyal politikaları uluslararası düzeyde kabul edilebilir hale getirme sorumluluğu Hitler tarafından DeutschenArbeitsfront'a - DAF (Alman İşçi Cephesi) verilmiştir (Teichler, 2007). DAF, Alman işçilerinin zorla üye olduğu bir örgüt olmasına rağmen, işverenleri de temsil etmiş; ancak işverenler, kendi çıkarlarını temsil eden ve NSDAP'ın rejim sistemi içinde önemli bir etkiye sahip olan kendi alt örgütlerini kurmuşlardır (Hachtmann, 1999). DAF'a bağlı birçok alt örgüt bulunmaktadır. Bu örgütlerden biride, işçilerin serbest zamanlarını planlamak ve organize etmek amacıyla 27 Kasım 1933 tarihinde KdF kurulmuş ve Alman halkı için geniş bir eğlence yelpazesi sunmuştur (Hachtmann, 1999). KdF, işçi hareketine bağlı örgütlerden, işyerlerinin estetik ve hijyenik açıdan iyileştirilmesiyle ilgilenen Schönheit der Arbeit (Çalışmanın Güzelliği) bölümü ve turizmle ilgilenen Reisen, Wandern, Urlaub (Seyahat, Yürüyüş, Tatil) departmanının yeniden düzenlenmesiyle onların yerini almış ve spordan tiyatroya kadar birçok serbest zaman aktivitesini bünyesinde barındırmıştır (Spode, 2008). Örgüt, çalışanların serbest zamanlarını denetlemeyi, onlara rahatlama ve eğlence sağlamayı ve böylece onları yeniden silahlanma talepleriyle başa çıkabilecek şekilde güçlendirmeyi amaçlamıştır (Linne, 2005; Timpe, 2017).

Nazi Almanyası'nda işçi hareketinin gelişimi diğer birçok ülkede olduğu gibi serbest zamanın farklılaşmasına yol açmıştır (Sternheim, 1938). DAF, serbest zamanı çalışmanın bir yardımcısı olarak görmekle birlikte, KdF gibi örgütlerin başarılarına odaklanmayı tercih etmiş ve sıradan işçilerin geniş bir spor faaliyetleri yelpazesine ve deniz gezileri gibi lüks uğraşlara katılmasını sağlamıştır (Welch, 2004). KdF, Nazi Almanyası'nın en büyük serbest zaman örgütü olmakla birlikte, aynı zamanda turizm, tiyatro, konser ve eğlence ajansı olarak da çalışmıştır (Hachtmann, 2012). Düşük gelirli Alman vatandaşlarına indirimli eğlence etkinlikleri ve grup tatileti sunarak, eğlenceden ziyade neşe duygusu olup, işçi verimliliğini artırmak, bir ulusal topluluk duygusunu teşvik etmek ve rejimin Almanların maddi, fiziksel ve ruhsal refahını aynı anda iyileştirmeyi amaçlamıştır (Hagen, 2004). KdF ayrıca, ideolojik eğitimi ve siyasi kontrolü birleştirerek, seyahat ve tatileti için bir ofis açmış, düşük fiyatları ve tesislerin kapasitelerine kadar kullanımını devlet teşvikleri aracılığıyla garanti altına almıştır (Tokarski, 1987). KdF, böylelikle hem yurt içinde hem de yurt dışında kısa sürede en popüler seyahat, yürüyüş ve tatil ofisi haline gelmiştir (Weiss, 1993).

KdF, serbest zaman alanında önemli propaganda programları düzenleyerek NSDAP'ın elde edeceği siyasi faydayı en üst düzeye çıkarmayı başarmıştır (Nabholz, 1936). Bu duruma bağlı olarak, iş topluluğu odaları, stadyumlar, fabrika yüzme havuzları gibi yerlerin kurulumu ve düzenlenmesi yoluyla genişletilen program, tenis kortu ve ata binme gibi sporları da içerecek şekilde her türlü oyun ve sporun serbest zaman etkinliklerini kapsamıştır (Hamburger, 1945). Nazi propagandası içinde, KdF vatandaşların bir spa tesisinin imkanlarından yararlanırken ünlü bir müzeyi ziyaret ederken veya Almanya'nın çeşitli şehir cazibelerini deneyimleri, rejimin en büyük başarılarından biri olarak kabul edilen serbest zaman seyahatinin demokratikleştirilmesini simgelemektedir (Semmens, 2005). KdF'nin organize ettiği serbest zaman programları sonucu ilk yıl sadece Berlin'de 2,5 milyon kişi bu organize serbest zaman aktivitelerine katılmıştır (Nabholz, 1936). KdF'nin serbest zaman alanında gerçekleştirdiği bu çaba, Nazi Almanyası'nın ekonomisine de katkı sağlamıştır. Bu bağlamda, 1934 yılında KdF tarafından organize edilen aktiviteler sayesinde ekonomik olarak sıkıntı çeken bölgelerde ciddi bir biçimde canlanmalar olduğu tespit edilmiştir (Sternheim, 1938).

KdF'nin serbest zaman alanında önem verdiği bir diğer alan ise turizm ve seyahattir. KdF ilk olarak, tüm serbest zaman ve tatil olanaklarını Alman işçi sınıfının 1933 ve 1943 yıllarında yapılan hak ihlallerinin telafi edilmesi olarak tasarlanmış ve kitle turizmi faaliyetleri geliştirmeye başlayan sosyalist işçi hareketinin sosyal ve politik olarak öncüsü olmuştur (Hachtmann, 2020). KdF'nin kitlesel turizmi tanıttığı ve böylece Alman yaşam standardını artırdığı fikri uzun süre ülke genelinde kabul edilmiştir (Linne, 2005). KdF tarafından yürütülen turist programları, pan-Avrupa tüketici ve eğlence uygulamalarını büyük ölçüde etkilemiştir (Moranda, 2010). Bu bağlamda, hem Baltık Denizi kıyısına inşa ettiği tatil köyü hem de büyük gemilerle deniz gezileri aracılığıyla seyahat konusunda dönemin en büyük turizm örgütü haline gelmiştir (Baranowski, 2005). 2. Dünya Savaşı başlamadan önce, KdF'ye ait

beş adet deniz merkezi yapılması hedeflenmiş; bunlar Rügen'de, Kolberg'de (Pomeranya), Kurşunlu Tepeleri'nde (Doğu Prusya), Kiel-Travemünde'de ve Danzig'e yakın yerde olması planlanmış, ancak sadece Rügen'deki Prora Deniz Merkezi tamamlanmıştır (Hachtmann, 2020). Nazi ideolojisine uygun olarak tasarlanan ve 20 bin kişilik kapasitesi olan Prora Deniz Merkezi, 2. Dünya Savaşı'nın gereksinimleri nedeniyle 1939 yılında tamamlanmasına rağmen hizmete geçmemiştir (VonPlessen, 2024).

KdF'nin sunduğu seyahat faaliyetleri arasında İspanya veya Norveç gibi egzotik destinasyonlara gemilerle yapılan turların önemi büyüktür (Monteath, 2001). Naziler tarafından Barış Filosu olarak adlandırılan ve başlangıçta üç veya dört buharlı gemiden oluşan gemi turları şeklindeki işçi turizmi fikri hem Almanya'da hem de yurt dışı kamuoyunda şaşırtıcı bir etki yaratmıştır. Bu bağlamda gemi turları Baltık Denizi, Atlantik Okyanusu ve Akdeniz olarak üç türe ayrılmıştır (Matos, 2016). İlk KdF gemi turu Mayıs 1934'te başlamış ve 1939'a gelindiğinde, KdF'nin İngiliz Kanalı, Norveç Fiyortları, Azor Adaları ve Madeira gibi destinasyonlara seyahat eden toplam on iki gemiye sahip olmuştur (Vinal, 1936; Semmens, 2005).

KdF'nin serbest zaman alanında yatırım yaptığı önemli faaliyet alanlarından biri spordur. Almanya'da çalışan herkesin serbest zamanlarında yaptığı spor faaliyetlerinden sorumlu olan KdF, Spor Ofisi ve Seyahat, Yürüyüş, Tatil Ofisi ile spor ve turizm alanında sadece Almanya'da değil tüm dünyada en büyük sağlayıcı olmuştur (Falkner, 2014). Özellikle işçilerin rekabet amacı taşımayan, sadece fiziksel hareket sağlayacak aktivitelere katılımını amaçlamış ve bu kapsamda KdF spor departmanı tarafından 1934 yılı ilkbaharında başta Berlin olmak üzere on sekiz büyük şehirde yerel ofisler açılmıştır (Moyer, 1967). Ayrıca, işçiler için fabrikaların birçoğunda spor ve hijyen tesisleri olmakla birlikte, bu tesislerde ücretli KdF antrenörleri ve beden eğitimi öğretmenleri görev almıştır (Luh, 2003). KdF'nin serbest zaman amaçlı spor hedefinde Almanlar ve yabancılar arasında spor yapmak planlanmamıştır. Farklı uluslardan esirler arasında propaganda amaçları için Nationalsozialistischer Reichsbund für Leibesübungen'in (Fiziksel Egzersiz İçin Ulusal Sosyalist Birliği) himayesinde karşılaşmalar yapılırken, normal spor etkinlikleri KdF'nin sorumluluğunda gerçekleşmiştir (Krüger, 1993). KdF, dünyanın en büyük kayak okulunu bünyesinde barındırdığı (Falkner, 2014), doğa yürüyüşleri düzenlediği, Harz ve Bavyera Ormanlarında kendi spor evlerine, kayak evlerine ve Hochsee ile Binnenfahrten için yelkenli gemilere sahip olduğu bilinmektedir (Howind, 2011).

KdF tarafından ayrıca halkın açık alan aktivitelerine katılımına önem verilmiştir. Şubat 1938'de, Adolf Hitler'in ve NSDAP'ın iktidara gelişinden beş yıl sonra, Alman doğasever Wilhelm Lienenkämper, "Nazilerin Bakış Açısından Doğanın Korunması" konulu bir deneme yayınlamıştır. Bu denemenin sonucunda, Hohenstoffeln Dağı, Schorfheide Ulusal Doğa Koruma Alanı, Ems Nehri ve Wutach Kanyonu koruma altına alınmıştır (Uekoetter, 2006). Nazi Almanyası'nda halkın %16'sının tatillerini değerlendirmek amacıyla doğada ve açık alanda olmak için doğa yürüyüşü yaptıkları bilinmektedir (Reiser ve Jansen-Meinen, 2018). Halkın serbest zaman faaliyetlerinin kontrolünü sağlama görevi, KdF bürokratlarına, Reisen, Wandern, Urlaub ofisi tarafından verilmiştir. İlgili ofis, doğa yürüyüşlerinin KdF propagandası ve uygulamasında merkezi bir rol oynamıştır (Williams, 2007). Bu bağlamda doğa yürüyüşleri sosyal bir aktivite olmanın yanı sıra halk arasında Nazi ideolojisini yaymanın da bir yolu olarak benimsenmiştir (Zeller, 2005). KdF tarafından organize edilen doğa yürüyüşleri, 15 kişiyi aşmayacak küçük gruplarla gerçekleşmiştir. 1938 yılına kadar, KdF propagandası kapsamında organize edilen 150 bin doğa yürüyüşüne 4,1 milyon Alman katılım sağlamıştır (Williams, 2007). Ayrıca Nazi döneminde şehirlerde yaşayan insanlar genellikle açık yüzme havuzlarını tercih ederken kırsalda yaşayanlar veya havuzda yüzmek istemeyen şehirli, nehir ve göllerde yüzmeyi tercih ederek doğanın tadını çıkarmak için doğal su kaynaklarını tercih etmişlerdir (Jefferies, 2006). Ancak, Naziler için birçok şeyde olduğu gibi açık alan aktivitelerine katılım da sadece Aryan ırkına mensup kişiler için bir hak olarak görülmüştür. Alman olmayanların açık alanlarda kamp kurmalarına dahi izin verilmemiştir (Jirasek ve Turcova, 2017).

Ayrıca, Nazi Almanyası'nda tüm gençlik grupları Hitler Gençliği'ne entegre edilerek yürüyüş ve dağcılık kulüpleri Reichssportbund'un (Reich Spor Federasyonu) bir parçası haline getirilmiştir. Bu organizasyonların kültürel hedefleri, vatan, topluluk ve ulusal sosyalizmi güçlendirmektir (Reiser ve Jansen-Meinen, 2018). Özellikle savaş öncesi Almanya'daki birçok gençlik hareketi, kolektif yürüyüş ve kamp gezilerinin organizasyonu aracılığıyla ortak bir zemin bularak, kolektif toplantılar aracılığıyla, Alman gençlik hareketleri kültürel ve siyasi niyetlerini ifade etmiştir (Cupers, 2008).

Nazi Almanyası'nın önemli bir propaganda örgütü olarak yer alan KdF, özellikle işçi sınıfı için geliştirdiği serbest zaman faaliyetleri ile dikkat çekmiştir. Bu bağlamda, KdF'nin başta işçiler olmak üzere tüm Alman vatandaşlarının Nazi ideolojisine bağlılığını artırmayı hedeflediği söylenebilir. Matos (1996), KdF tarafından gerçekleştirilen sinematik serbest zaman faaliyetleri ile ilgili olarak, Nazi propagandası tarafından hedeflenen gerçekliğin sistematik bir şekilde dağıtılmasında en yararlı görselin dil olduğunu savunmaktadır. KdF, sıradan işçilerin geniş bir spor etkinlikleri yelpazesine ve deniz yolculukları gibi lüks uğraşlara katılmasını ve yeni bir arabaya sahip olma fırsatını sağlamıştır (Welch, 1993). Döneme ait kitle iletişim araçlarını (radyo, gazete, poster vb.) propaganda amacıyla kullanan Nazi Almanyası, KdF aracılığıyla hem Almanya'da hem de yurt dışında dikkat çekmeyi başarmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırmada, Nazi Almanyası'nda yer alan KdF örgütünün propaganda amacıyla kullandığı açık alan aktivitelerine ilişkin altı adet poster, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan gösterge bilim analizi ile incelenmiştir.

Araştırma kapsamında analiz edilecek propaganda posterleri, Roland Barthes'in düz anlam, yananlam, mit, metafor ve metonim kavramları bağlamında değerlendirilmiştir. Barthes, dil bilimin göstergebilimden bağımsız olduğunu ve birincil gösterge dizgesi olduğu için önder bilim dalı olacağını savunmuştur. Barthes'e göre gösterge, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi ifade eder ve bu ilişkinin kurulmasından anlamlama ortaya çıkar. Bu bağlamda, göstergebilimde anlamlamayı, düz anlam ve yananlam olarak ele almaktadır (Bircan, 2015). Düz anlam, belli bir toplulukta, iletişim açısından, bir ortak payda oluşturan, belli bir dilsel gösterge ile

karşılaşan bireylerin, kuşku duymadan yaptıkları ortak yorumuna düzanlam denir (Erkman, 1987). Yananlam ise kendisi de bir dizge olarak gösterenler, gösterilenler ve bunları birbirine bağlayan bir oluş (anlamlama) kapsar. Yananlamlayıcılar diye adlandırılan yanandam gösterenleri, düzanlam dizgesinin göstergelerinden (bir araya gelmiş gösterenler ve gösterilenlerden) oluşmaktadır (Barthes, 1993). Düzanlam göstergenin temsil ettiği şeyi, yanandam ise göstergenin temsil edilme biçimini ifade eder. Kavramlar, ilk aşamada gerçek dünyanın (gösterilen) zihinsel olarak soyutlanmış ve genelleştirilmiş karşılıklardır. İkinci aşamada, kavram gösterileni temsil ederken, dışavurum biçimi gösteren olmaktadır (Çağlar, 2012).

Göstergebilim, göstergelerin değer kazandığı göstergeler içinde, göstergeler ve göstergelerin ötesindeki bağıntıları araştırarak, bağlamları çözümler, bağıntıları araştırır, söylemin mantığını ortaya koyar, değerler dizgesini açıklığa kavuşturur (Kıran, 1990). Başka bir tanıma göre, insanlar arasında iletişimi sağlamak için geliştirilen doğal diller, jestler, sağır-dilsiz alfabeti, trafik işaretleri, belirli meslek gruplarının kullandığı semboller, reklam posterleri, moda, mimarlık düzenlemeleri, edebiyat, resim, müzik gibi çeşitli unsurlardan oluşan bir sistemdir (Rifat, 1949). Göstergebilim, günümüzde geleneksel olarak kurulmuş olan disiplinler arası uzmanlık çıkmazları içinde tamamen beklenmedik bir gelişme olarak ortaya çıktığı gibi, modern düşüncenin ana akım gelişiminde de etkili olduğu söylenebilir (Deely, 1990).

Göstergebilim, John Locke, “İnsan Anlayışı Üzerine Bir Deneme” adlı çalışmasında, ilk kez semiyotik (göstergebilim) kavramını adlandırmış ve felsefeye dair işaretlerin resmi çalışmasını tanıtarak felsefenin kavramlar ile gerçeklik arasındaki ilişkinin çok daha kesin bir şekilde incelenebileceğini öngörmüştür. Ancak felsefe için öngördüğü bu durum, İsviçreli dil bilimci Ferdinand Saussure’un ve Amerikalı filozof Charles Peirce’in fikirleri sonucunda 20. yüzyılda otomatik olarak inşa edilen bağımsız bir inceleme alanı haline gelmiştir (Danesi, 2004). Çağdaş göstergebilimin önemli bir temsilcisi olan Roland Barthes, her türden gösterge dizgesinin temelinde dilin olduğunu savunmuş ve bu nedenle Saussure’un dil bilimini göstergebilimin bir parçası olarak görmeyi reddetmiştir. Barthes, daha az biçimsel olan ve söylem çözümlemesine dayanan bir göstergebilimi savunmuştur (Güneş, 2013).

Araştırmanın Etiği: Bu araştırmaya ait etik kurul izni, Artvin Çoruh Üniversitesi Etik Kurulu’nun 16.04.2024 tarih ve E-18457941-050.99-132299 sayılı kararı ile alınmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, Nazi Almanyası’nda faaliyet gösteren KdF örgütüne ait altı adet propaganda posterini, Roland Barthes’in göstergebilim analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Yürüyüş Konulu Propaganda Posterini

Poster, 1939 tarihli olup posterin sol üst köşesinde ressamın NH imzası bulunmaktadır. Yürüyüş konulu propaganda posterini, düzanlam boyutunda incelendiğinde posterde orman içerisinde bir yolda yürüyüş yapan altı genç insan yer almaktadır. Posterin ön kısmında gitar çalan bir erkek ve yanında kırmızı elbiseli ve sırt çantalı bir kadın bulunurken arka kısımda bir erkek ve en arkada bir erkek ve iki kadına yer verildiği görülmektedir. Posterin sol alt köşesinde sarı renkli ve gri renkli yazıda “sevinçten gelen güçle yürüyüş yapmak” (Wandern mit Kraft durch Freude) yazılı kod yer almaktadır.

Yürüyüş konulu propaganda posterini, yanandam açısından değerlendirildiğinde KdF tarafından Nazi ideolojisine göre gençlerin, doğada açık alan aktivitesi yaptığı söylenebilir. Bu bağlamda, KdF sarı bir ışık hüzmelerinin aydınlattığı yeşil bir ormanda mutlu ve eğlenerek yürüyüş yapan insanların özgür ve huzurlu bir biçimde doğayla bütünleşmelerini yansıtmaya çalışmıştır. Ayrıca poster üzerinde birlikte faaliyet gerçekleştiren insanların Nazi ideolojisine uygun bir biçimde topluluk, sosyal birlik ve beraberlik duygularını ortaya çıkarmaya çalışılmıştır. Posterde yer alan “sevinçten gelen güçle yürüyüş yapmak” koduyla Alman halkına KdF’nin açık alan aktiviteleri kapsamında, doğa yürüyüşlerine önem verdiği vurgulanmıştır.

Görsel 1. Yürüyüş Konulu Propaganda Posterini



Kaynak: Bild Bundesarchiv-1

Tablo 1. Yürüyüş Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Ormanda yürüyüş yapan insanlar.
Yananlam	Almanların doğal alanlarda arkadaş guruplarıyla mutlu ve eğlenceli zaman geçirdiğini yansıtmaktadır.
Mit	Sevinçten gelen güç ile yürüyüş yapmak.
Metafor	Doğada yürüyüş yapmak, mutluluk ve eğlence metaforu olarak sunulmuştur.
Metonimi	Yürüyüş yapan insanlar tüm Almanları temsil etmektedir.
Simge	Posterin sağ alt köşesinde yer alan simge KdF örgütünün temsil etmektedir.

Kayak Konulu Propaganda Posterleri

Kayak konulu propaganda posterleri, Jupp Wiertz tarafından 1935 yılında tasarlanmıştır. İlgili poster düzenlem boyutunda incelendiğinde, ön fonda bir sırttan kayan kayakçılar ve karla kaplı bir ağaç bulunmaktadır. Arka fonda ise evlerin bulunduğu bir köy, dağlar ve açık bir gökyüzünün yer aldığı görülmektedir. Posterin alt kısmında, “*Şimdi Tatile Çık! Sevinçten Gelen Güç ile Kış Yolculuğu*” (Jetzt, Urlaub, Nehmen ve Winterreisen mit Kraft durch Freude) kodu yer almaktadır.

Kayak konulu propaganda posterleri, renkleriyle kış mevsiminin soğukluğunu, karın temizliğini ve güneşin ışıltısını yansıtarak Alman halkına kış tatili yapmaları ve doğal güzelliklerle keyifli ve rahatlatıcı zaman geçirmeleri gerektiği izlenimini vermektedir. Posterde yer alan “şimdi tatile çık, sevinçle gelen güç ile kış yolculuğu” koduyla, kış sporlarının KdF sayesinde herkesin katılım sağlayabileceği bir aktivite olduğu mesajı verilerek Nazi ideolojisi olumlu bir biçimde halka yansıtılmaya çalışılmıştır.

Görsel 2. Kayak Konulu Propaganda Posterleri

Kaynak: Antikbar

Tablo 2. Kayak Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Kayak yapan insanlar, karla kaplı ağaç, evler ve dağlar.
Yananlam	Açık alanda güzellikler içerisinde kayak yapmanın keyifli ve rahatlatıcı bir aktivite olduğu vurgulanmıştır.
Mit	Şimdi tatile çıkın, sevinçten gelen güç ile kış yolculuğu.
Metafor	Kayak aktivitesi, kişisel özgürlük ve doğanın tadını çıkarma metaforunu olarak sunulmuştur
Metonimi	Kayak yapan insanlar tüm Alman vatandaşlarını temsil etmektedir.
Simge	Bu posterde simge kullanılmamıştır.

Franken Konulu Propaganda Posterleri

Franken konulu Poster, Oskar Martin-Amorbach tarafından yapılmış ve 1939 tarihlidir. Poster, düzenlem boyutunda incelendiğinde önde bir yürüyüş sopası üzerine asılı geleneksel Alman şapkası, dürbün kutusu ve yerde doğa yürüyüşçülerine ait bir sırt çantası yer almaktadır. Arka kısımda akordiyon çalan bir erkek ve yanında iki kadın bulunurken sol tarafta dinlenen ve manzara izleyen üç kişi bulunmaktadır. En arka kısımda ise bir şehir ve tepelerin olduğu görülmektedir. İlgili posterde kod olarak, “sevinçle gelen güç ile tatil yolculukları” (Urlaubsfahrten mit Kraft durch Freude), bu yazının hemen altında “KdF arabası” (KdF wagen dR) ve son olarak siyah renkte “Fronkonya Bölgesi 1939” (Gau Franken 1939) yazısı bulunmaktadır.

Franken konulu poster yananlam boyutunda incelendiğinde, halkın farklı bölgelerine özgürce seyahat edebilecekleri, açık alanlarda yürüyüş, müzik vb. aktiviteler gerçekleştirebilecekleri ve doğadaki güzel manzaraları izleyerek dinlenebileceklerini izleniminin verildiği söylenebilir. Ayrıca, posterde yer alan şapka ve akordeon ile Alman milliyetçiliği ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda, arka planda yer alan insanlar, geleneksel kıyafetler giyerek ve akordiyon çalarak Alman kültürünü ve kimliğini temsil etmeye çalışmaktadırlar. Posterde yer alan KdF Wagen kodu ile Alman halkının kendilerine ait arabalarıyla tatil gezileri gerçekleştirebileceği ifade edilmektedir. İlk olarak KdF Wagen olarak ortaya çıkan bu markanın ismi daha sonra Volkswagen (halk arabası) olarak değiştirilmiştir.

Görsel 3. Franken Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Live Journal

Tablo 3. Franken Konulu Propaganda Posteri

Düzanlam	Sırt çantası, baston, dürbün, şapka ve yüksek bir tepede manzara izleyen, dinlenen ve eğlenen insanlar.
Yananlam	İnsanlar çeşitli bölgelerinde açık alan tatilleri yaparak mutlu olabilirler.
Mit	Sevinçten gelen güç ile tatil yolculukları, KdF arabaları ve Frankonya Bölgesi.
Metafor	Açık alan aktivitesi, özgürlük, macera ve bağımsızlık metaforu olarak sunulmuştur.
Metonimi	Dinlenen, manzara izleyen ve eğlenen insanlar tüm Alman vatandaşlarını temsil etmektedir.
Simge	Posterdeki şapkanın üzerinde bulunan simge KdF örgütünün temsil etmektedir.

Akordiyon Konulu Propaganda Posteri

Akordiyon konulu propaganda posterini Hahei tarafından 1936 yılından tasarlanmıştır. Posterin düzenlem boyutunda incelendiğinde, ön fonda ayakta duran ve akordiyon çalan bir erkek ve yeşil çimenler üzerinde oturmuş, ele ele tutuşarak şarkı söyleyen insanlar yer almaktadır. Arka fonda ise mavi gökyüzü, bulutlar ve kuşlar görülmektedir. Posterin alt kısmında, el yazıyla "Gülmek, yaşamak, egzersiz" ve "sevinçten gelen güç ile fiziksel aktivite" kodu bulunmaktadır. Akordiyon konulu propaganda posterini yananlam boyutunda incelendiğinde, insanların sevgi ve neşe duygularını ikonik bir biçimde ifade edildiği söylenebilir.

Posterde yer alan tüm insanların beyaz renkte elbise giymesi saflığı, temizliği, dostluğu ve barışı temsil etmektedir. İnsanların müzik ile el ele durması, müziğin birleştirici gücünü göstermektedir. Yerde oturan insanların kıyafetlerinden sporcu oldukları açık alanda spor yaptıkları görülmektedir. Posterde, "gülmek, yaşamak ve egzersiz" kodu ile Alman halkının özgürce yaşamaları, eğlenmeleri ve spor yapmaları önerilmektedir. Ayrıca, "sevinçten gelen güç ile fiziksel aktivite" kodu ile KdF'nin, Alman halkının açık alanlarda fiziksel aktivite yaparak zaman geçirmelerinin onları daha mutlu edeceği fikrini vermektedir. Posterde yer alan müzikal unsurların, KdF'nin eğlence, kültür ve spor alarındaki rolünü göstermek istenmektedir.

Görsel 4. Akordiyon Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Bild Bundesarchiv-2

Tablo 4. Akordiyon Konulu Propaganda Posteri

Düzanlam	Akordiyon çalan ayakta bir erkek ve el ele tutuşmuş şarkı söyleyen insanlar.
Yananlam	Açık alanda güzellikler içerisinde kayak yapmanın keyifli ve rahatlatıcı bir aktivite olduğu vurgulanmıştır.
Mit	Gülmek, yaşamak, egzersiz, sevinçten gelen güç ile fiziksel aktivite.
Metafor	Açık alan aktivitesi, eğlence ve mutluluk metaforunu olarak sunulmuştur
Metonimi	Eğlenen ve mutlu olan insanlar tüm Alman vatandaşlarını temsil etmektedir.
Simge	Bu posterde simge kullanılmamıştır.

Tünel Konulu Propaganda Posteri

Tünel konulu propaganda posteri Horst Steuerlein tarafından, 1939 yılında yapılmıştır. Poster, ilk olarak düzanlam boyutunda değerlendirildiğinde ön kısımda karanlık bir tünelden geçen kalabalık bir insan gurubu yer almaktadır. İnsanların sırtlarında doğa yürüyüşü çantaları ve ellerinde yürüyüş bastonları olduğu görülmektedir. Arka fonda ise açık renkte gökyüzü ve farklı renk fonlarının kullanıldığı tarlalar, ağaçlar ve dağlar bulunmaktadır. Posterin alt kısmında, “sevinçle gelen güç ile yürümek” (Wandere mit Kraft durch Freude) yazılı kodu yer almıştır.

Tünel konulu poster yananlam açısından değerlendirildiğinde, Alman halkının birlik ve beraberlik içinde tarihsel ve ekonomik zorluklardan kurtulup, yeni kurulan Nazi rejimiyle güzel ve aydınlık günlere geçişini temsil etmektedir. Posterde yer alan insanların grup halinde yürüyerek Nazi ideolojisinin, Alman halkını bir araya getirdiği göstermeye çalışmıştır. Ayrıca posterde yer alan kod bağlamında, KdF'nin halka destek olduğunu ve doğa yürüyüşleri gibi açık alan aktivitelerine teşvik etmeye çalıştığı söylenebilir. Bu bağlamda, posterin KdF tarafından Nazi propagandası amacıyla kullanıldığını ve Alman halkına, rejimin sunduğu fırsatları ve yaşam kalitesini vurgulamaktadır. Nazi ideolojisinin, insanları doğaya yaklaştıran, toplumsal dayanışmayı artıran ve ulusal birliği pekiştiren bir güç olduğunu ortaya koymaktadır.

Görsel 5. Tünel Konulu Propaganda Posteri**Kaynak:** Bild Bundesarchiv-3**Tablo 5.** Tünel Konulu Propaganda Posteri

Düzanlam	Sırt çantası ve batonlarla yürüyerek bir tünelden açık alana geçen insanlar.
Yananlam	Alman halkının zor ve karanlık günlerden, aydınlık ve güzel günlere geçişini yansıtmaktadır.
Mit	Sevinç gelen güç ile ...
Metafor	Açık alan aktivitesi, yeni kurulan Nazi Almanyası'nın metaforu olarak sunulmuştur.
Metonimi	Tünelden açık alanlara yürüyen insanlar tüm Alman vatandaşlarını temsil etmektedir.
Simge	Posterin sol üst köşesinde tünelin üzerinde bulunan simge KdF örgütünün temsil etmektedir.

Manzara Konulu Propaganda Posteri

Manzara konulu propaganda posteri Jakob Fischer-Rhein tarafından 1934 yılında tamamlanmıştır. İlgili poster düzanlam boyutunda incelendiğinde, ön fonda ağaçlar arasında yüksek bir noktadan manzara izleyen üç doğa yürüyüşçüsü erkek yer almaktadır. Arka fonda ise iki ev, kıvrılarak akan bir nehir ve nehir üzerinde buharlı bir geminin yer aldığı görülmektedir. Posterde üst kısmında “Sevinçle gelen güç ile yürümek” (Wandere mit Kraft durch Freude) kodu yer almaktadır. Alt kısımda ise “Sana bilgi verir.” (Auskunft gibt dir) yazmakta ve altında yer alan kısım sansürlenmiş veya boş bırakılmış biçimde görülmektedir.

Manzara konulu propaganda posteri yananlam boyutunda incelendiğinde, doğanın huzur verici ve yenileyici gücünü ilettiği söylenebilir. KdF'nin Alman halkı için düzenlediği doğa yürüyüşlerinin ve dinlenmenin getirdiği huzur ve neşeyi hatırlatan, onları bu aktiviteye teşvik eden bir mesaj taşıdığı görülmektedir. Ayrıca, posterin arka fonunda nehirde veya bir körfezde hareket halinde olan buharlı gemiyle KdF'nin düzenlediği büyük gemi turlarına atıfta bulunmakla birlikte nehir üzerinden geçen köprüler ve

karayolları sayesinde halkın serbest zamanları değerlendirmelerinde seyahat konusunda birçok alternatifte sahip olduklarına vurgu yapılmıştır.

Görsel 6. Manzara Konulu Propaganda Posteri



Kaynak: Bild Bundesarchiv-4

Tablo 6. Manzara Konulu Propaganda Posteri

Düzanlam	Nehir manzarasına bakan üç erkek, ağaçlar, evler ve nehirde ilerleyen buharlı bir gemi.
Yananlam	Açık alanda güzellikler içerisinde kayak yapmanın keyifli ve rahatlatıcı bir aktivite olduğu vurgulanmıştır.
Mit	Sevinçten gelen güç ile yürüyüş.
Metafor	Doğa yürüyüşü, fiziksel ve ruhsal güç metaforunu olarak sunulmuştur
Metonimi	Manzarayı izleyen insanlar tüm Alman vatandaşlarını temsil etmektedir.
Simge	Posterde, KdF'nin üst örgütü olan DAF'nin sembolü kullanılmamıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu araştırma, Nazi Almanyası'na yer alan KdF örgütüne ait propaganda posterlerinde açık alan aktivitelerinin nasıl biçimlendiği ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında, internet üzerinden Nazi Almanyası döneminde KdF örgütü tarafından kullanılmış açık alan aktiviteleri ile ilgili propaganda posterleri tespit edilmiştir. Sonrasında bu propaganda posterleri içerisinde amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak altı adet poster belirlenmiştir. Seçilen altı poster Fransız bilim insanı Roland Barthes'ın göstergebilim modeli kullanılarak analiz edilerek posterlerde verilmiş istenen mesajlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

KdF, işçilerin serbest zamanlarının değerlendirmek, onlara eğlence, spor ve kültürel alanda çeşitli faaliyetler sunmak ve Nazi ideolojisini yaymak amacıyla kurulmuştur. Bu amaç kapsamında, işçi sınıfının yaşam standartlarını yükseltmek ve sınıf ayrılıklarını azaltmak amacıyla çeşitli serbest zaman faaliyetleri düzenlemiştir. Nazi rejimi, bu faaliyetleri desteklemek için propaganda posterleri ve diğer medya araçlarını kullanarak, KdF'nin sunduğu fırsatları geniş kitlelere duyurmuştur. Bu posterler, idealize edilmiş görüntüler ve güçlü sloganlarla donatılmış, böylece halkın Nazizm'e olan inancını ve desteğini pekiştirmeyi amaçlamıştır. Propaganda, KdF'nin faaliyetlerini sadece eğlence ve dinlenme olarak değil, aynı zamanda ulusal birlik ve güçlü bir Alman toplumu oluşturma çabası olarak sunmuştur.

Araştırma kapsamında incelenen KdF'ye ait propaganda posterlerine bakıldığında, açık alan aktiviteleri arasında en sık doğa yürüyüşlerine yönelik oldukları görülmektedir. Bu posterlerde hedeflenen sadece halkın doğa yürüyüşlerine katılımlarını sağlamakla sınırlı kalmayarak doğa yürüyüşü ve kamp yaparak doğal güzellik duygularını harekete geçirmekle kalmayıp aynı zamanda doğal manzaraya olan sevgiyi ulusal bir kültür düzeyine taşımak amaçlanmıştır. Ayrıca, halkın serbest zamanlarının açık alanlarda çeşitli fiziksel aktiviteler, seyahatler ve tatillerle geçirmeleri için KdF tarafından zengin bir faaliyet yelpazesi oluşturulmaya çalışıldığı görülmüştür. İncelenen propaganda posterlerinde yer alan kodlara bakıldığında, Alman halkına verilen mitlerde "sevinçle gelen güç ile" söylemi kullanılarak serbest zaman faaliyetleri açısından sadece KdF üzerine odaklanıldığı tespit edilmiştir. Böylelikle KdF'nin üzerinden olumlu bir imaj sağlanarak Nazi ideolojisinin halk tarafından desteklenmesine çalışılmıştır. Ayrıca, posterlerde Nazi Almanyası'nın güçlü ve neşeli bir ulus olduğu gösterilmek istenmiştir.

KdF'nin serbest zaman faaliyetleri, Nazi rejiminin halkı manipüle etme ve kontrol altında tutma stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Bu faaliyetler, bireylerin kişisel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayarak, onları devletin ideolojik hedefleri doğrultusunda hareket etmeye teşvik etmiştir. Ayrıca, bu faaliyetler aracılığıyla Nazi rejimi uluslararası alanda Almanya'nın imajını güçlendirmeyi ve diğer ülkeler nezdinde sempati kazanmayı hedeflemiştir. Böylelikle ırksal olarak temellendirilmiş Nazi Almanyası'nın daha yüksek yaşam standardı algılarını oluşmasını sağlamıştır. Sonuç olarak, KdF'nin serbest zaman faaliyetleri ve bu faaliyetlerin Nazi rejimi tarafından propaganda posterleri ile desteklenmesi, bireylerin yaşam kalitesini artırma ve toplumsal

uyumu sağlama iddiasının ötesinde, daha büyük politik ve ideolojik amaçlara hizmet etmiştir. Bu durum, totaliter rejimlerin halkı nasıl etkileyebileceği ve yönlendirebileceği konusunda örnek teşkil etmektedir.

Bu araştırma, KdF'nin serbest zaman alanında gerçekleştirdiği açık hava aktivitelerinin, propaganda amacıyla nasıl kullandığını göstermesi açısından önemlidir. Araştırma bağlamında, Nazi Almanyası'nda yer alan KdF örgütü üzerine farklı bilimsel yöntemler kullanılarak yeni çalışmalar gerçekleştirilebilir. Burada yer verilemeyen posterler üzerine yeni araştırmalar yapılarak incelenebilir. Ülkemizde yayımlanmış serbest zaman alanına yönelik posterler üzerine araştırmalar yapılabilir. Bu önerilerin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Adena, M., Enikolopov, R., Petrova, M., Santarosa, V., & Zhuravskaya, E. (2015). Radio and the rise of the Nazis in prewar Germany. *The Quarterly Journal of Economics*, 130(4), 1885-1939.
- Antikbar. https://www.antikbar.co.uk/original_vintage_posters/travel_posters/winter_holiday_now_kraft_durch_freude/PT3342/ adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).
- Baranowski, S. (2005). *Radical nationalism in an international context: Strength through joy and the paradoxes of Nazi tourism. Histories of tourism: Representation, identity and conflict*, İçinde, J. K. Walton (Ed.), ss. 125-143, Channel View Publications, Bristol.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. M. Rifat & S. Rifat (Çev.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Bild Bundesarchiv-1. https://bild.bundesarchiv.de/device_barch/dev2/2020/06-11/ae/8c/file7a_z0w96ymkn1hhe9n4fy.jpg adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).
- Bild Bundesarchiv-2. https://bild.bundesarchiv.de/device_barch/dev2/2020/06-11/45/24/file7az1343rd5z11byzv4fx.jpg adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).
- Bild Bundesarchiv-3. https://bild.bundesarchiv.de/device_barch/dev2/2020/06-11/ad/4a/file7a_z29gfysslbwpt69qc.jpg adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).
- Bild Bundesarchiv-4. https://bild.bundesarchiv.de/device_barch/dev2/2020/06-11/b3/8d/file7a_z29gblx4n9abaj9qc.jpg adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Bussemer, T. (2013). *Propaganda: Theoretisches konzept und geschichtliche Bedeutung. Docupedia-Zeitgeschichte*. Begriffe, methoden und debatten der zeithistorischen Forschung, İçinde. <https://docupedia.de/zg/Propaganda> adresinden erişildi (Erişim tarihi: 13.12.2023).
- Bytwerk, R. L. (2010). Grassroots propaganda in the third reich: The reich ring for national socialist propaganda and public enlightenment. *German Studies Review*, 33(1), 93-118.
- Cantril, H. (1938). Propaganda Analysis. *The English Journal*, 27(3), 217-221.
- Carter, E. B., & Carter, B. L. (2022). When autocrats threaten citizens with violence: Evidence from China. *British Journal of Political Science*, 52(2), 671-696.
- Chapman, J. (2000). The power of propaganda. *Journal of Contemporary History Copyright*, 35(4), 679-688.
- Cupers, K. (2008). Governing through nature: Camps and youth movements in interwar Germany and the United States. *Cultural Geographies*, 15(2), 173-205. <https://doi.org/10.1177/1474474007087498>
- Çağlar, B. (2012). Bir iletişim biçimi olarak göstergebilim. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 22-34.
- Çakı, C. (2018a). Nazizm ideolojisi altında Hitler gençliği: Nazi Almanyası propaganda afişleri üzerine inceleme. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(1), 9-21.
- Çakı, C. (2018b). Adolf Hitler'in kült lider inşasında kullanılan propaganda posterlerinin göstergebilimsel analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.
- Çakı, C. (2018c). Roland Barthes'in göstergebilimsel çözümlemesi ile Nazi propagandasında engelliler. *SDÜ İFADE*, 1(2), 66-91.
- Çakı, C. (2019). Nazizm İdeolojisi De sporun sunumu: Spor konulu Nazi propaganda posterleri üzerine inceleme. *TRT Akademi*, 4(8), 346-366.
- Çakı, C., & Gazi, M. A. (2018). Nazi Almanyası'nda Basılan Propaganda Karikatürlerinde Siyahilerin Sunumu. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 23-48.
- Çakı, C., & Topbaş, H. (2018). Almanya için Alternatif Partisi'nin göçmen karşıtı propaganda faaliyetlerini 2017 Alman federal seçimleri üzerinden okumak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 59-74.
- Çakı, C., Gülada, M. O., & Çakı, G. (2019). Balkanlarda bir Nazi ordusu: Nazi propaganda afişlerinde hançer tümeni. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 55-77.
- Çakı, G. (2020). İkinci Dünya Savaşı'nda radyo yayınlarında uygulanan sansürün propaganda posterlerine yansması. *TRT Akademi*, 5(9), 250-269.
- Danesi, M. (2004). *Messages, signs, and meanings: A basic textbook in semiotics and communication*. Canadian Scholars' Press Inc, Toronto.
- Deeny, J. N. (1990). *Basics of semiotics*. Indiana University Press, Bloomington & Indianapolis.
- Eatwell, R. (2006). Introduction: New Styles of dictatorship and leadership in Interwar Europe. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7(2), 127-137.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime giriş*. Alan Yayıncılık, İstanbul.

- Falkner, G. (2014). *Kraft durch Freude. Massensport, Skischulen und Skireisen in der nationalsozialistischen Diktatur, Deutschland (1933-1945)*. <https://www.sponet.de/Record/3047395> adresinden erişilmiştir, (Erişim tarihi: 4.03.2024).
- Fellows, E. W. (1959). Propaganda: History of a word. *American Speech*, 34(3), 182-189.
- Flint, C. (2001). A Timespace for electoral geography: Economic restructuring, political agency and the rise of the Nazi Party. *Political Geography*, 20(3), 301-329.
- Fondren, E. (2023). Banned wherever truth is banned: Allied airborne propaganda, cultural information warfare, and targeting Nazi Germany with 'News' from the sky (1944-1945). *Journal of War & Culture Studies*, 16(4), 467-491.
- Galofre-Vila, G., McKee, M., Bor, J., Meissner, C. M., & Stuckler, D. (2021a). A lesson from history worsening mortality and the rise of the Nazi Party in 1930s Germany. *Public Health*, 195, 18-21.
- Galofre-Vila, G., Meissner, C. M., McKee, M., & Stuckler, D. (2021b). Austerity and the rise of the Nazi Party. *The Journal of Economic History*, 81(1), 81-113.
- Grabowski, J. (2009). German Anti-Jewish propaganda in the Generalgouvernement, 1939-1945: Inciting hate through posters, films, and exhibitions. *Holocaust and Genocide Studies*, 23(3), 381-412. <https://doi.org/10.1093/hgs/dcp040>
- Graf, E. T., Schiefeneder, F. (2020). *Propaganda für einen "gesunden volkscörper" im nationalsozialismus*, İçinde, D. Reifegerste, C. Sammer (Ed.), *Gesundheitskommunikation und geschichte: Interdisziplinäre perspektiven*, ss, 1-23, Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Stuttgart.
- Grochowina, S., & Kačka, K. (2014). Foundations of Nazi cultural policy and institutions responsible for its implementation in the period 1933-1939. *Kultura i Edukacja*, 6(106), 173-192.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. M. Yalçın (Çev.), İmge Kitabevi, Ankara.
- Gülada, M. O., Gazi, M. A., & Çakı, C. (2019). Nazi propagandasının ulusal seferberlikte idealize ettiği Alman genç kızları: "Das Deutsche Mädel" dergisi üzerine inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1079-1100.
- Güneş, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *Humanities Sciences*, 8(4), 332-348.
- Hachtmann, R. (1999). *Die Deutsche Arbeitsfront im Zweiten Weltkrieg, Krieg und wirtschaft*. Studien zur deutschen wirtschaftsgeschichte 1939-1945, İçinde, D. Eichholtz, (Ed.), ss. 69-107, Metropol, Berlin.
- Hachtmann, R. (2012). *Volksgemeinschaftliche dienstleister anmerkungen zu selbstverständnis und funktion der Deutschen arbeitsfront und der ns-gemeinschaft Kraft durch Freude*. Volksgemeinschaft: Mythos, wirkungsmächtige soziale verheißung oder soziale realität im dritten reich zwischenbilanz einer kontroversen debatte, İçinde, F. Schönigh (Ed.), ss. 111-131, Brill Schöningh, Paderborn.
- Hachtmann, R. (2020). *Fordistischer massentourismus im kurzen 20. jahrhundert und die nationalsozialistische gemeinschaft kraft durch freude (KdF)*. Ökonomische und soziologische tourismustrends, İçinde, D. Pietzcker & C. Vaih-Baur (Ed.), ss. 71-84, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hagen, J. (2004). The most German of towns: Creating an ideal Nazi community in rothenburg ob der tauber. *Annals of the Association of American Geographers*, 94(1), 207-227.
- Hamburger, E. (1945). Significance of the Nazi leisure time program. *Social Research*, 12(2), 227-249.
- Howind, S. (2011). *Kraft durch Freude und die illusion eines besseren lebens sozialpropaganda im Dritten Reich 1933-1939*. Doktors der Philosophie, Gottfried Wilhelm Leibniz Universität, Von der Philosophischen Fakultä, Hannover zur Erlangung des Grades, Hannover.
- Huang, H. (2018). The pathology of hard propaganda. *The Journal of Politics*, 80(3), 1034-1038.
- Hüttmann, A. (2009). *Die wochenschau als propagandamittel im nationalsozialismus: Das verhältnis zwischen unterhaltung und propaganda im verlauf des zweiten weltkrieges*. Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida - University of Applied Science, Fachbereich Medien, Kaltenkirchen.
- Jarz, E. (2011). *Frauenbezogene politik und propaganda im nationalsozialismus/vorgelegt von elisabeth jarz*. Master Thesis, Karl-Franzens-Universität Graz, Bereich der interdisziplinären Geschlechterforschung, Graz.
- Jefferies, M. (2006). For a genuine and noble nakedness? German naturism in the Third Reich. *German History*, 24(1), 62-84. <https://doi.org/10.1191/0266355406gh3630a>
- Jirasek, I., & Turcova, I. (2017). The Czech approach to outdoor adventure and experiential education: The influence of Jaroslav Foglar's work. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 17(4), 321-337. <https://doi.org/10.1080/14729679.2017.1344557>
- Karaca, M. (2018). Waffen SS askere çağırma propagandası. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 2(2), 100-118.
- Kershaw, I. (2014). *How effective was Nazi propaganda*. Nazi Propaganda: RLE Nazi Germany & holocaust, İçinde, D. Welch (Ed.), ss. 180-205, Routledge.
- Kıran, A. (1990). Dilbilim-göstergebilim ilişkileri. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 1, 51-62.
- Krüger, A. (1993). Germany and sports in World War II. *Sport History Review*, 24(1), 52-62. <https://doi.org/10.1123/cjhs.24.1.52>
- Kunzer, E. J. (1938). The youth of Nazi Germany. *The Journal of Educational Sociology*, 11(6), 342-350. <https://doi.org/10.2307/2262246>
- Lelle, N. (2018). Zum zusammenhang von sport, arbeit und gemeinschaft im nationalsozialismus onder: Deutsche positionen beim kongress arbeit und freude in Rom 1938. *Body Politics*, 10, 167-201,
- Linne, K. (2005). Baranowski Shelley: Strength through joy consumerism and mass tourism in the third reich. *International Review of Social History*, 50(1), 106-109. doi:10.1017/s0020859005061870
- Little, A. T. (2017). Propaganda and credulity. *Games and Economic Behavior*, 102, 224-232.
- Live Journal. <https://rusnazi8814.livejournal.com/1708331.html> adresinden erişildi (Erişim tarihi: 10.01.2024).

- Lock, I., & Ludolph, R. (2020). Organizational propaganda on the internet: A systematic review. *Public Relations Inquiry*, 9(1), 103-127.
- Luh, A. (2003). On the way to a national socialist sports system: From liberal sports in clubs and associations to directed sports in national socialist organizations. *European Journal of Sport Science*, 3(3), 1-10. <https://doi.org/10.1080/17461390300073307>
- Matos, M. (2016). *Tourism as networking for a pan-fascist mobilization before the Second World War*. Nazi Germany and Southern Europe, 1933-45: Science, culture and politics, İçinde, F. Clara & C. Ninhos (Ed.), ss. 38-51, Palgrave Macmillan, London.
- Matos, M. M. L. D. (1996). *As viagens marítimas da organização nazi Kraft durch Freude a Portugal (1935-1939): Turismo, literatura e propaganda*. Mestre, Universidade Nova de Lisboa, Estudos Alemes, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa.
- Mattingly, D. C., & Yao, E. (2022). How soft propaganda persuades. *Comparative Political Studies*, 55(9), 1569-1594.
- McCloskey, B. (2012). Marking time: Women and Nazi propaganda art during World War II. *Contemporaneity: Historical Presence in Visual Culture*, 2, 1-17. <https://doi.org/10.5195/contemp.2012.43>
- McDonough, F. (2014). *Hitler and the rise of the Nazi Party*. Routledge, New York.
- Moloney, K. (2006) *Rethinking public relations: PR propaganda and democracy*. Routledge, Abingdon.
- Monteath, P. (2001). History, memory and the colossus of Rügen. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, 9(1), 39-55. <https://doi.org/10.1080/09651560120065635>
- Moranda, S. (2010). Strength through joy: Consumerism and mass tourism in the Third Reich, *Journal of Tourism History*, 2(2), 143-145. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2010.498158>
- Moyer, L. V. (1967). *The Kraft durch Freude movement in Nazi Germany: 1933-1939*. Doctorate of Philosophy, Northwestern University. Evanston, Illinois.
- Pirro, R. (1994). Art, ideology, and economics in Nazi Germany: The reich chambers of music, theater, and the visual arts by Alan E. Steinweis. *German Politics & Society*, 31, 140-148.
- Reiser, D., & Jansen-Meinen, V. (2018). *Walking and Germany: Between recreation and ideology*. The Routledge international handbook of walking, İçinde, C. M. Hall, Y. Ram & N. Shoval (Ed.), ss. 65-73, Routledge, New York.
- Rifat, M. (1949). *Göstergebilimin abc'si*. Say Yayınları, İstanbul.
- Roberts, J. (2000). *Joseph Goebbels Nazi propaganda minister*. The Rosen Publishing Group. New York.
- Rosenfeld, B., & Wallace, J. (2024). Information politics and propaganda in authoritarian societies. *Annual Review of Political Science*, 27(15), 1-19.
- Satyanath, S., Voigtlander, N., & Voth, H. J. (2017). Bowling for fascism: Social capital and the rise of the Nazi Party. *Journal of Political Economy*, 125(2), 478-526.
- Schlotmann, R. (1997). Von den Temperenzler freunden über kraft durch freude bis buchen via internet: Die geschichte des pauschaltourismus. *Reise Rechts Aktuell*, 5(9), 171-175.
- Semmens, K. (2005). *Seeing Hitler's Germany: Tourism in the Third Reich*. Palgrave Macmillan, New York.
- Shirer, W. L. (1960). *The rise and fall of the Third Reich: A history of Nazi Germany*. Simon & Schuster, New York.
- Siegel, T. (1988). Welfare capitalism, Nazi style. *International Journal of Political Economy*, 18(1), 82-116.
- Spode, H. (2008). Strength through Joy: Consumerism and mass tourism in the third reich by Shelley Baranowski. *Journal of Social History*, 41(4), 1074-1077.
- Sternheim, A. (1938). Leisure in the totalitarian state. *The Sociological Review*, 30(1), 29-48.
- Tegel, S. (2004). Third reich newsreels - An effective tool of propaganda. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 24(1), 143-154.
- Timpe, J. (2017). *Nazi-organized recreation and entertainment in the Third Reich*. Palgrave Macmillan, London.
- Tokarski, W. (1987). Leisure in the third reich, *Leisure Studies*, 6(2), 215-217.
- Tuncer, E. S. (2023a). Kült lider (lik) imajının ad hominem propagandası ve ad hitlerum. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 352-384.
- Tuncer, E. S. (2023b). Nazizim karşıtı propaganda afişlerinin Saussure, Barthes ve Strauss'un göstergebilim modelleri ışığında ve nefret söylemi bağlamında analizi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 33, 848-876.
- Uekoetter, F. (2006). *The green and the brown: A history of conservation in Nazi Germany*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Vinal, W. G. (1936). The school camp line-up for nature education. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 10(8), 462-466. <https://doi.org/10.1080/00098655.1936.11474173>
- Von Plessen, M. L. (2024). *A brief overview of the history of sea resorts along the Baltic coast*. Recent research advances in arts and social studies, İçinde, M. C. Escolar-Llamazares (Ed.), ss. 1-12, B P International, West Bengal.
- Weiss, H. (1993). Ideologie der freizeit im dritten reich: Die NS-Gemeinschaft kraft durch freude. *Archiv für Sozialgeschichte*, 33, 289-303.
- Weiss, J. C., & Dafoe, A. (2019). Authoritarian audiences, rhetoric, and propaganda in international crises: Evidence from China. *International Studies Quarterly*, 63(4), 963-973. <https://doi.org/10.1093/isq/sqz059>
- Welch, D. (1993). Manufacturing a consensus: Nazi propaganda and the building of a 'National Community' (Volksgemeinschaft). *Contemporary European History*, 2, 1-15. doi:10.1017/S096077730000028X
- Welch, D. (2004). Nazi propaganda and the volksgemeinschaft: Constructing a people's community. *Journal of Contemporary History*, 39(2), 213-238. <https://doi.org/10.1177/0022009404042129>
- Williams, J. A. (2007). *Turning to Nature in Germany: Hiking, nudism, and conservation, 1900-1940*. Stanford University Press, Stanford.

-
- Yılmaz, Y. K., Çakı, C., & Kazaz, A. (2020). Nazi Almanya'sı döneminde Nazizm ideolojisindeki antisemitist propaganda mitlerinin eğitime yansması. *Selçuk İletişim*, 13(3), 1081-1113.
- Yourman, J. (1939). Propaganda techniques within Nazi Germany. *The Journal of Educational Sociology*, 13(3), 148-163. <https://doi.org/10.2307/2262307>
- Zeller, T. (2005). *Molding the landscape of Nazi environmentalism: Alwin seifert and the Third Reich*. How green were the Nazis? Nature, environment, and nation in the Third Reich, İçinde, F. J. Brüggemeier, M, Cioc, T. Zeller (Ed.), ss. 147-170, Ohio University Press, Ohio.