



ROLAND BARTHES'IN MİT KURAMI İLE GÖRSEL ANLATI ÇÖZÜMLEMESİ: JOHN HEARTFIELD'IN ÜÇ FOTOMONTAJI ÜZERİNE BİR OKUMA

VISUAL NARRATIVE ANALYSIS WITH ROLAND BARTHES' THEORY OF MYTH: A READING ON THREE PHOTOMONTAGES BY JOHN HEARTFIELD.

Dilek ÇULHA¹



ORCID: D.Ç. 0000-0002-3077-8943

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Dilek Çulha

Yalova University, Türkiye

E-mail/E-posta: dilek.culha@yalova.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 11.04.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %7

Revision Requested/Revizyon talebi:

26.05.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

04.06.2025

Accepted/Kabul tarihi: 27.06.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır

Citation/Atf: Çulha, D. (2025). Roland Barthes'in Mit Kuramı ile Görsel Anlatı Çözümlemesi: John Heartfield'in Üç Fotomontajı Üzerine Bir Okuma. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (3), 967-983.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1674095>

Öz

John Heartfield'in 20. yüzyılın başlarında, dönemin sanat pratiklerinden biri olan fotomontaj tekniğini kullanarak ürettiği görsel anlatıları, dönemin toplumsal koşullarındaki ideolojik unsurlara yönelik eleştirel bir temele dayanmaktadır. Bu makalede, Heartfield'in 1930–1938 yılları arasında Nazi Almanyası'nın ideolojik görüşlerini yansıtan propagandaya karşı ürettiği üç fotomontajı örnek alınarak, Roland Barthes'in göstergebilim ve mit kuramı çerçevesinde analiz edilmektedir. Heartfield'in tasarımlarında öne çıkan iki önemli boyut vardır: teknik uygulama ve anlamlandırma pratiği. Teknik açıdan fotomontaj, iktidarın söylemlerini deşifre ederek ideolojilerin anlamlarını ters yüz eden eleştirel bir karşı duruş sergilemesini sağlarken; anlamlandırma pratiği ise, iktidarın inşa ettiği gerçekliği bilinen anlamların ötesine taşıyarak sorgulanabilir hâle getirmektedir. Bu çalışma Heartfield'in fotomontajlarını metafor, alegori, ironi ve hiciv (satir) gibi anlamlandırma pratikleri temelinde ele almakta ve bu doğrultuda bir analiz önerisi sunmaktadır. Amaç, kolektif hafızaya yerleşmiş mitlerden yararlanan Heartfield'in fotomontajlarında gerçekliğin ideolojik olarak nasıl kurgulandığını teorik bir çerçeve içinde incelemek ve anlam yaratma pratiklerine uygun olarak bulgulara dayalı bir yorum geliştirmektir.

Anahtar Kelimeler: John Heartfield, Fotomontaj, Roland Barthes, Mit Çözümlemesi, İdeoloji, Yöntembilim, Metafor, Alegori, Ironi, Satir (Hiciv).

Abstract

John Heartfield's visual narratives, produced in the early 20th century using the photomontage technique, which was one of the artistic practices of the time, are based on a critical foundation directed at the ideological elements of the social conditions of the period. In this article, three photomontages produced by Heartfield between 1930-1938 against the propaganda reflecting the ideological views of Nazi Germany are taken as examples and analysed within the framework of Roland Barthes' semiotics and myth theory. There are two important dimensions that stand out in Heartfield's designs: technical application and the practice of signification. Technically, photomontage deciphering the discourses of power provides a critical counter stance that inverts the meanings of ideologies, while the practice of signification makes the reality constructed by power questionable by moving it beyond known meanings. This study analyses Heartfield's photomontages on the basis of signifying practices such as metaphor, allegory, irony and satire and offers an analysis proposal in this direction. The aim is to create a theoretical framework that explains how Heartfield constructs visual dialogues that question reality through his interaction with myths that have taken place in the collective memory of society and to develop a reading in this direction.

Keywords: John Heartfield, Photomontage, Roland Barthes, Myth analysis, Ideology, Methodology, Metaphor, Allegory, Irony, Satire.



GİRİŞ

20. yüzyılda dünya savaşları döneminde şekillenen gerilimli atmosfer, dönemin toplumsal koşullarını ideolojik söylemlerle harmanlayan propaganda stratejilerini öne çıkarmıştır. Propaganda, kitleleri etkilemek, yönlendirmek ve ikna etmek amacıyla sistematik biçimde kurgulanan bir iletişim modeli olarak, görsel tasarımı işlevsel bir araç hâline getiren stratejik bir yöntemdir. Güç sahiplerinin geliştirdiği bu stratejik yöntemin amacı, ideolojileri doğrultusunda kitleler üzerindeki etkilerini artırmak ve onları yönlendirmektir. Geniş kitlelere ulaşmanın en etkili yolu olarak öne çıkan reklam, teknik imkânların gelişimi ile birlikte bu sürece hizmet etmiştir.

Endüstri Devrimi'nin yarattığı yeni teknikler olan basım-yayımın gelişmesi ile ivme kazanan reklam, söylemlerin toplumda dolaşıma girmesinde etkin rol üstlenmiştir. Reklam, egemen ideolojilerin kitlelere aktarılmasında işlevsel bir araç olmanın yanı sıra, ajitasyon ve propagandanın birleşimiyle ortaya çıkan ajitprop yaklaşımına da yöntemsel açıdan kaynaklık etmiştir. Bu bağlamda, reklamın ideolojik bir araç olarak kullandığı teknikleri eleştirel biçimde tersyüz eden ajitprop temelli tasarımların en çarpıcı örneklerini, John Heartfield'in fotomontajlarında görmek mümkündür.

Heartfield, Nazi Almanyası'nın propagandasına karşı duran fotomontajlarında ideolojik söylemleri sorgulayarak yeniden yapılandırmakta ve görsel iletişimi etkili bir eleştiri aracına dönüştürmektedir. Bu çalışma kapsamında, Heartfield'in politik olarak en bilinen üç fotomontajı örneklem olarak seçilmiş; Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemi ve mit kuramı doğrultusunda incelenmiştir. Özellikle Barthes'ın yan anlam üretimi çerçevesinde geliştirdiği mit çözümleme yöntemi, görsellerdeki derin anlam katmanlarını metafor, alegori, ironi ve hiciv (satir) gibi anlamlandırma pratikleriyle ilişkilendirmek açısından belirleyicidir. Bu bağlamda amaç; Heartfield'in fotomontaj, tipografi ve kolaj gibi tekniklerle oluşturulan görsellerini çözümlemek ve grafik tasarıma kuramsal bir yaklaşımla bakmayı sağlayan bütünlüklü bir okuma önerisi sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda geniş kapsamlı bir literatür taraması yapılmış ve çalışmanın sınırları belirlenmiştir.

Heartfield'in bireysel çabalarıyla geliştirdiği bu eleştirel görsel anlatım biçimini daha iyi kavrayabilmek ve dönemin siyasal-toplumsal bağlamını anlayabilmek için, **“propaganda”** ve **“ideoloji”** kavramlarının tanımsal çerçevede ele alınması önem taşımaktadır.

Propagandanın İdeolojik Kökeni

Propaganda sözcüğü, özellikle dünya savaşları ve ardından gelen Soğuk Savaş süreçlerinde, kitle iletişim araçları aracılığıyla siyasi düşünceleri yaymak, liderleri ve siyasi partileri desteklemek amacıyla kullanılmıştır. Nazi Almanyası'nın ortaya çıkışının öncesinde, Weimar Cumhuriyeti döneminde, propaganda sözcüğü reklam kavramıyla eş anlamlı olarak değerlendirilmiştir (Kriebel, 2008, s. 100). Hannah Arendt (1962, s. 159), 18. yüzyılda propagandanın dilini iki ideolojik bakış açısı ile ele almaktadır. Ona göre propaganda ‘tarihi sınıfların ekonomik mücadelesidir’, bu açı Stalinizm ideolojisine dayanan propagandayı içerirken; diğeri ‘tarihi ırkların doğal mücadelesi’ olarak ele aldığı Nazizm yanlısı ideolojik tutumu ifade eden görüştür. Nazi Almanyası'nda propaganda Nazizm'in tarihsel kökene dayanan antisemitik kampanyalar ekseninde gelişmiştir. Arendt'e göre o dönemde sıkça kabul edilen görüş **“halkın sesinin Tanrı'nın sesi”** olduğu fikrine paralel olarak, propagandanın yüksek ses ve kurnazlıkla yapılan bir hitabetle insanları ikna edebileceğine ve her şeyin üstesinden geleceğine inanılmasıdır (Arendt, 1962, s. 106). Nazi Almanyası'nda propaganda, toplumun kontrol altına alınması ve ideolojik mesajların geniş kitlelere iletilmesi için dili kullanan güçlü bir araçtır. Dil, basın ve yayın organlarının manipülatif tavrı olarak iktidar yanlısı söylemler üreten ana kaynaktır. Dil, gerçekliğin nasıl kurulduğunu ve ortaya atılan bu gerçekliğin toplumda nasıl algılanacağını belirleyen stratejik yaklaşımlarla kurulduğunda, iktidarın ideolojisi ile şekillenen propagandanın temel aracına dönüşmüştür. İktidarın ürettiği propaganda halkın vatanseverlik ve savaş çabalarına destek almak niyetindeyken; karşı propaganda iktidarın ideolojik manipülasyonlarına karşı direniş gösterme niyeti taşımaktadır. **“Karşı propagandada kullanılan başlıca teknikler propagandayı önlemek, çürütmek, cevapsız bırakmak, önemsememek, kaynağı kötülemek, topluma ulaşmasını önlemek ve halkı bilinçlendirmektir”** (Başpınar, 2017, s. 48). Karşı propaganda, reklamın yanı sıra yazılı ve görsel tüm iletişim biçimlerini kullanarak, egemen ideolojileri ters okuma yöntemiyle sorgulayan ve eleştirel bir yapıya dönüştüren bir strateji olarak öne çıkar. Bu okumalar, alay etme, küçük düşürme ya da fikrin

ardındaki gerçek niyeti açığa çıkarma amacıyla oluşturulan görsel anlatıları ifade eden ajitprop (ajitasyon ve propaganda) yöntemine zemin hazırlamıştır. Ajitprop Sovyetler Birliği'ndeki komünistlerin uyguladığı Marksizm'e özgü propaganda stratejilerini ifade etmektedir. **“Ajitasyon ve propaganda ikilisi stratejisini ilk açıklayan Marksist teorisyen Georgy Plekhanov tarafından geliştirilmiştir. Plekhanov, propagandayı bir bireye veya küçük bir gruba bir dizi fikrin yayılması, ajitasyonu ise geniş bir kitleye tek bir fikrin yayılması”** (Encyclopaedia Britannica, 2002) olarak tanımlamıştır. Başka bir deyişle karşı propaganda, belirli bir topluluğun propaganda söylemlerini çürütmeyi ve rakip ideolojinin etkisini kırmayı hedeflerken, ajitprop devrimci görüşler tarafından genel olarak toplumu uyandırma ve harekete geçirme amacıyla kullanılan kışkırtıcı bir propaganda türü olarak ele alınmaktadır.

John Heartfield, 1918'de Almanya Komünist Partisi'ne (KPD) katılarak fotomontajlarını Nazi karşıtı mesajlar iletmek için kullanması sebebiyle çalışmaları ajitprop bağlamında değerlendirilmektedir. Heartfield **“Sanat ve ajitasyon birbirini dışlar”** (Simkin, 2020) görüşünü savunmasına rağmen, birden fazla fotoğrafı eleştirel dile dönüştürerek propaganda aracı haline getirdiği için eserleri ajitasyonun bir biçimi olarak nitelendirilir. Alman tarihçi Eric Weitz, O'nun sanat politikasını **“sahada”** bir politika olarak tanımlamış ve ideolojik zeminini **“hümanist komünizm”** olarak nitelendirmiştir (Kriebel, 2009, s. 60). Ajitprop fotomontajı, savaş sonrası belirsizlikleri ve çelişkileri içermesi nedeniyle devrimci akımların sıklıkla başvurduğu görsel anlatım biçimidir. **“Gerçek ajitprop sanatı gerçekçi görüntüler, özenli teknik ve kesin bir sosyalist itici güç gerektirmektedir. Temsili sanat artık eski üstatlar ve biçimcilerde olduğu gibi kendi içinde bir amaç değil, yalnızca amaca giden bir araçtır”** (Sudhalter & Roldain, 2012, s. 131). Bu açılımlar doğrultusunda, Heartfield'ın fotomontajlarının ajitprop kapsamında değerlendirilmesinin temel nedeni; iktidarın ürettiği propaganda söylemlerini, eleştirel görsel düzenlemeler yoluyla yeniden dolaşıma sokması ve mevcut ideolojik yapıyı ifşa eden bir tasarım dili inşa etmesidir.

Bir Grafik Tasarımcı Olarak John Heartfield

John Heartfield tasarım anlayışıyla egemen ideolojik söylemleri sorgulayan ve toplumun hafızasında yer eden görselleri yeniden üretmek için yeni anlamları dolaşıma çıkaran öncü isimlerden biridir. Heartfield'ın A-I-Z (Arbeiter-Illustrierte-Zeitung) dergisi için ürettiği fotomontajlar, **“egemen kitle kültürü propagandasına karşı propaganda”** olarak tanımlanmakta (Artun & Artun, 2018, s. 347) ve çıkar çatışmalarının biçimlendirdiği politik yapının gerçek yüzünü, dil ile ilişkisi üzerinden etkili biçimde görselleştirmektedir.

Heartfield, propaganda ile reklamcılığın iç içe geçtiği dönemde, fotoğrafı temsili gerçekliğin ötesine taşıyarak ikna ve yönlendirme işlevi kazandırılmış bir araç olarak konumlandırır. O, 1929'da ilk siyasi fotomontajını **“fotoğrafı bir silah olarak kullan”** (Nikolic, 2017, s. 26) düşüncesi ile düzenler. Fotomontajların ve söyleme yönteminin gücü tasarımcı kimliğinin doğasından gelmektedir. Ona göre; **“... belirli bir fikir kümesinin mümkün olan en geniş kitleye dağıtılması. Devrime yapılan göndermeleri çıkarırsanız, reklamcılıkla ilgili bir inançla karıştırılabilir”** (Kriebel, 2008, s. 97). Heartfield'ın dönem koşullarında fotoğrafa bakış değişmiştir; Arthur Danto'ya göre, “fotoğrafın görevi artık dünyayı temsil etmek değil, onu yeniden düzenlemektir (Danto, 1993). Fotoğrafın gerçeklik algısını değiştiren fotomontaj yöntemi, birbirinden bağımsız olan anlamlı görüntüleri tekrar bütünlüklü bir hale getirerek yeniden anlamlandırmaktadır. Teknik olarak birden fazla fotoğrafın birleşiminden oluşan fotomontaj, savaş sonrası devrimci akımların önemli anlatım biçimine dönüşmüştür. Heartfield, **“... fotomontajı sanatsal ve politik bir ifade biçimi olarak geliştirmiş ... manipüle edilmiş fotografik imgelerden tüm sembolik potansiyeli çıkarmaya çalışarak, sanatsal iletişim için özel bir dil yaratmıştır”** (Ferrandiz, 2011, s. 4). Heartfield'in bu dili, tasarımlarında iktidarın gerçeklik üretme stratejilerini referans alır; ancak bu stratejileri tersyüz ederek, iktidarın dayattığı ideolojik yapının karşısına asıl gerçekliği koyan eleştirel bir görselliğe büründürür. Çünkü iktidar tarafından **“herhangi bir konuda, kitleye iletilen herhangi bir içeriğin istenilen ölçüde etki yaratması için türlü yollar ve taktiklerle üretilen yeni gerçek (hakikat), beraberinde görsel ve yazınsal kurgu destekli, manipülasyon üretme kapasitesini beslemektedir. Böylece kitleler üzerinde yeni bir hakikat evreni yaratılmaktadır”** (Önder, 2022, s. 20). Gerçekliğin yeniden inşasında kullanılan fotomontaj, manipülatif unsurları kompozisyon yoluyla ifşa ederek, anlamı dönüştürmeye yönelik düşünsel

yöntemlerin uygulanmasını mümkün kılmıştır. Bu yöntemler, temsil alanındaki ayrılıkları ortaya koyarak tasarımın hem kompozisyon hem de ölçek açısından en üst düzeye ulaşmasını sağlarken, ajitasyon gücünü de artırma yeteneğine sahiptir. Fotomontaj tekniği temelde iki yöne doğru gelişim göstermiştir; Amerikan reklamlarından türetilmiş, Dadaistler ve Dışavurumcular tarafından kullanılmış olan biçimci fotomontaj ve Sovyetler Birliği'nin sosyopolitik yaşamının bir sonucu olarak gelişen ajitprop politik fotomontaj'dır (Sudhalter & Roldain, 2012, s. 131). Gerçeklik algısını dönüştürebilen fotomontaj, eleştirel görsel anlatının temel tekniklerinden biridir. Teknik her şeyden önce *Tekhne*, Martin Heidegger'in de belirttiği gibi; **“amaç için araçtır”** (Heidegger, 1998, s. 44). Tekhne, imal etme olarak değil de gizini açma” (Heidegger, 1998, s. 54) olarak varlığa getirmedir. Buradaki araç doğruyu ortaya çıkarmada yeterli değildir. Heidegger'e göre; **“Teknik, gizini-açmanın bir tarzıdır. Teknik, gizini-açma- nın (Entbergen) ve gizlilikten-çıkmış-olmanın (Unver- borgenheit) vuku bulduğu, yani aletheia'nın, Hakikat'ın olup bittiği alanda vücut bulup sürer”** (Heidegger, 1998, s. 54). Jacques Rancière bu hakikat algısını dönem koşullarının diyalektik ilişki sonucunda ortaya çıkan görüntü birleştirme çalışmaları olarak ele almaktadır. O, Heartfield'in tasarım yöntemini 'diyalektik montaj' olarak tanımlanmaktadır. **“Diyalektik tarz, heterojen unsurlardan oluşan küçük düzenekler yaratmak için kaosu gücünü kullanır. Süreklilikleri, fragmente ederek ve birbirini çağıran terimleri birbirinden uzaklaştırarak, ya da tersine türdeş olmayanları yaklaştırarak ve bağdaşmazları bir araya getirerek çarpışmalar yaratır”** (Rancière, 2023, s. 65-66). Heartfield'in yönteminde anlamı bağlamından koparan ve yeni bir bağlam üretilmesini sağlayan temel düşünce, bilinen bilginin yeni bir okumaya tabi tutulmasıdır. Kriebel bu durumu *devrimci güzellik* diye açıklamaktadır; O, bu tabiri **“Heartfield'in fotomontajlarının izleyicileri hem ikna edici bir gerçeklik yanılsamasına nasıl sardığını hem de aynı zamanda onları çeşitli tuhaf etkilerle bu yanılsamadan nasıl çıkardığını açıklamak için kullanmıştır”** (Spaulding, 2017, s. 225). John Simkins yorumunda ise Heartfield'in tasarımlarının anlaşılmasının nedeni olarak ideolojiyi iki şekilde kullanma biçimine bağlamaktadır:

İlk olarak, görüntü mevcut bir inancı doğrulamak için kullanılır. İzleyiciler yansıtılan ihtişamın tadını çıkararak inançlarını pekiştirir. İkinci olarak, ideolojik geri adım atanlara geri adımlarının sonuçları hatırlatılır. Bu durumda, izleyicinin bir miktar teorik uzmanlığa sahip olduğu varsayılabilir ve bu nedenle resim, çok sayıda açıklayıcı malzeme olmaksızın nispeten sofistike bir düzeyde işleyebilir hale getirilebilir. Bu da Heartfield'in çalışmalarının sürekli anlaşılır olmasının nedenidir. (Simkin, 2020)

Başka bir deyişle, Heartfield'in tasarımları, tarihsel bilginin ideolojik söylemlerle yeniden üretildiği mitler üzerine kuruludur ve bu görseller, geçmişe dair bilgiyi izleyicinin doğrudan kavrayabileceği açıklıkta kurgulanmıştır. Bu tasarım kurgusunda anlamın görünür kılınmasında kompozisyonel ve tipografik düzenlemeler belirleyici bir rol oynamaktadır. Sabine Kriebel, Heartfield'in tasarımlarını **“tipografi, düzen, renk ve kompozisyonla yapılan deneyler, aktif ve eleştirel bir izleyici yaratmak için alışılmış algı kalıplarını sarsmaya yönelik bir ilgiyi gösteriyor”** (Nikolic, 2017, s. 27) ifadeleri ile açıklamaktadır. Heartfield, tasarımlarında görüntüyü anlamların çifte dili üzerinden yapılandırır; sloganlarını biçimlendirdiği tipografi, eleştirinin fikrini görünür kılmakta ve bu yolla ters okumaya olanak tanıyan bir üst dil inşa etmektedir. Bu üst dilde görüntü ile yazı arasında kurulan gerilimli karşıtlığı metafor, alegori, ironi ve hiciv gibi anlatı yöntemleriyle oluşturan Heartfield, bu anlam pratiklerini etkili kullanarak tasarımlarını vurucu görsellere dönüştürür. Fotomontajlar ile kurulan üst dil, imgelere alternatif bakış açısı yüklemekte ve gerçekliği sorgulayan özneyi de şekillendirmektedir. Bu durumu Kriebel **“Heartfield, ‘gerçekliğin kusursuz bütünlüğünü’ bozar, birleşik imgeyle, bilişsel ayrıştırma, kelime oyunu, parodi ve doğrudan hitap gibi araçları kullanarak, aktif bir özne üretmeyi amaçlar”** (Wolf, 2019, s. 574) olarak açıklamıştır. Meral Bostancı Heartfield'in **“Başkalaşım”** adlı fotomontajını imgenin anlamsal katmanlarının kurulumu olarak metafor aracılığıyla çözümlenmiş; anlatının düşünsel gücü ve ideolojik yönünü Barthes'ın göstergebilimsel açımları doğrultusunda değerlendirmiştir. Heartfield'in çalışmalarını Bostancı **“... güncel nesneleri göstermeleri ve insan ihtiyaçlarının modern medya teknikleri ve toplu yaklaşımlarla sanatsal ifadeye doğru yönlendirilmesi amacını güden çabaların ürünleri”** (Bostancı, 2018, s. 84) olarak değerlendirmektedir.

Konuya ilişkin yapılan literatür taramaları, Heartfield’in çalışmalarının yalnızca görsel estetikle sınırlı olmadığını; anlamlandırma pratiklerini yöntemsel bir araç olarak kullanarak politik farkındalık yaratmayı amaçladığını ortaya koymaktadır. Tüm bu veriler sanatçının toplumsal gerçekliği sorgulayan yaklaşımını ve estetik biçimde yeniden yapılandığı eleştirel anlatımını, Roland Barthes’in mit kuramı çerçevesinde yöntembilim olarak açıklanabilmesine olanak tanımaktadır.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın Amacı, Önemi ve Yöntemi

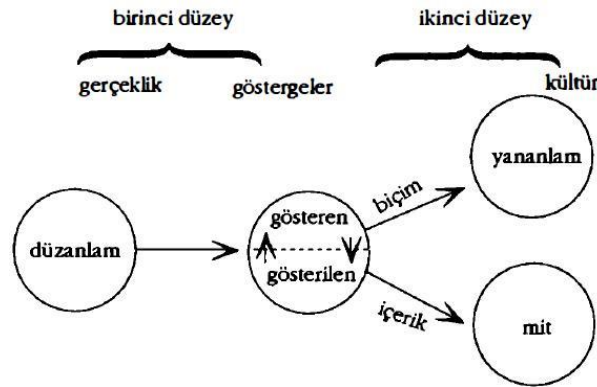
Bu çalışma John Heartfield’in fotomontaj tekniğini karşı-propaganda ve ajitrop bağlamında değerlendirerek, ideolojik eleştirisinin görselleştirilme biçimlerini incelemektedir. Amaç, ideolojik anlamların bilgisini Roland Barthes’in mit çözümlemesi ile analiz etmek ve yeni anlam üretim süreçlerinde düşüncenin yöntemle ilişkilendirilmesinin önemine vurgu yapmaktır. Bu bağlamda, Barthes’in mit çözümlemesi hem görsel anlamların arkasındaki ideolojik yapıyı açığa çıkarmada hem de Heartfield’in fotomontajlarında kullanılan eleştirel söylem araçlarını çözümlemede kuramsal zemin sunabilmektedir.

Çalışmanın önemi, düşünsel yöntem olarak Roland Barthes’in mit çözümleme yöntemi ile disiplinler arası tanımlanan metafor, alegori, ironi ve hiciv açımlarıyla John Heartfield fotomontajlarının göstergebilimsel okumasının yapılmasıdır. Yapılan literatür taramalarında, Heartfield’in anlam ve teknik üretim yöntemlerine ilişkin açıklamalar yapan çeşitli kitap ve makalelere rastlanmıştır. Bu çalışmalarda kimi zaman metafor, kimi zaman alegori, kimi zaman da ironi ve hiciv gibi anlatı modelleri tek tek değerlendirilmiş ve örneklendirilmiş olduğu bilgisine rastlanmıştır. Ancak yapılan araştırmada tüm anlamlandırma pratiklerinin ele alındığı bir değerlendirmeye ve mit çözümleme analizi ile yapılmış bir yaklaşıma rastlanmamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın önemli katkılarından biri, Heartfield’in görsel anlatım stratejilerine farklı bir bakış açısı geliştirerek başka bir okuma modeli sunmak olacaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi olan göstergebilimsel (semiotic) analiz yöntemi kullanılmıştır. Seçilen görseller Barthes’in göstergebilimsel ilkelerinden anlamlama ve mit kavramları temel alınarak çözümlenmiştir. Bu çalışmada, görsel bir dil olan fotomontajın değerlendirilmesinde, disiplinlerarası çalışmalarda sıkça başvuru metafor, alegori, ironi ve hiciv gibi anlatım biçimlerinden hangilerinin yöntem olarak kullanıldığına da yer verilmektedir. Bu doğrultuda, fotomontajın eleştirel gücünü kavramak ve kullanılan anlatım biçimlerinin ardındaki ideolojik yapıyı çözümleyebilmek için, Barthes’in göstergebilimsel mit kuramı çalışmada kurucu bir çerçeve olarak benimsenmiştir.

Roland Barthes (1915-1980), Saussure’ün göstergebilim anlayışını geliştirerek anlamın kültürel kodlar ve mitler aracılığıyla nasıl üretildiğini incelemiştir (Şekil 1). O’na göre anlamlandırma iki düzeyde; *düz anlam* (denotasyon), *yan anlam* (konotasyon) olarak gerçekleşmektedir (Fiske, 1996).



Şekil 1. Roland Barthes’in anlamlandırma şeması. (Fiske, 1996)

Düz anlam (denotasyon): Göstergenin doğrudan, açık anlamıdır. “Bu düzey, göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler”

(Fiske, 1996, s. 116)

Yan anlam (konotasyon): Göstergenin, kültürel bağlam içinde kazandığı ikincil anlamdır. “Göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir (Fiske, 1996, s. 116).

Barthes’ın yan anlamın içeriğinde ele aldığı ve tarihsel incelediği mit “**bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünüşlerini açıklamasını ya da anlamasını sağlayan bir öykü**” (Fiske, 1996, s. 118) olarak ele alınmaktadır. Barthes Mythologies kitabında genişçe ele aldığı mit kavramını iletişim sistemi içinde bir mesaj ve anlamlandırma tarzı olduğunu savunur. Mit iki (2) tür yapılır; anlamlandırma ve biçim. “**Mit, mesajının konusuyla [nesnesiyle] değil, bu mesajı dile getirme biçimiyle tanımlanır; mitin biçimsel sınırları vardır, 'tözel' sınırları yoktur**” (Barthes, 1991, s. 107).

Tablo 1. Roland Barthes’ın dil-mit şeması (Barthes, 1991).

Dil (Language)	1.Gösteren (Signifier)	2.Gösterilen (Signified)	
		3. Gösterge (Sign)	
MİT (MYTH)		I.GÖSTEREN (SIGNIFIER)	II. GÖSTERİLEN (SIGNIFIED)
		III. GÖSTERGE (SIGN)	

Mit de anlam tamamlanmış olan dil içerisinde birinci düzeydedir ve işaret eden konumdur. Biçim, dilin bilgisiyle kurulan ikinci dildir. Bu nedenle geniş bir anlamlandırmaya sahiptir. Mit içinde gösteren, gösterilen ve gösterge anlamın içeriğinde şekillenir (Tablo 1). Barthes, “**İlk sistemin son terimi olarak gösterene dil düzleminde *anlam*, mit düzleminde ise *biçim* demektir. Gösterilen söz konusu olduğunda, hiçbir belirsizlik olmadığından kavram adını korur. Üçüncü terim ilk ikisinin bağıntısıdır; dilsel sistemde göstergedir ... anlamlandırma olarak adlandırır**” (Barthes, 1991, s. 115). Biçimin aksine, kavram hiçbir şekilde soyut değildir; bir durumla doludur. Kavram aracılığıyla, mitin içine yerleştirilen yepyeni bir tarihtir” (Barthes, 1991, s. 117). Bu bağlamda, mit tanımları ve açılımları; biçim ile kavram arasındaki ilişki üzerinden, anlamın ideolojik olarak nasıl dönüştürüldüğünü kavramaya olanak tanımaktadır.

Barthes’a göre mit kültürel bir birim olduğu için dilde gerçekleşir, bilinen bir anlamı kavramsallaştıkça da çarpıtma niteliği ortaya çıkmaktadır. Mit tarihsel bağlamlara dayandığı için söz ile ilişkilidir ve söyleme dayalı birçok yapı mit olarak ele alınır. Barthes miti sadece konuşmayla sınırlamaz, içinde temsilleri barındıran, yazı, fotoğraf, resim, film, haber, gösteri gibi konuşmayla biçimlenebilen her disiplini mit ile ilişkilendirmektedir (Barthes, 1991, s. 108). Mit için öncül koşul kişilerce anlamlandırılmış yapıdır, imgedir; sözdür, söylemdir. Bu sebeple göstergeler, toplumsal pratiklerin bir parçası olan tarihsel olaylara dayanarak ideolojik anlamlar üretir. “**Üretilen bu anlam daima toplumsal ve siyasal boyuta sahiptir. Bu sebeple ideoloji toplumsal bir pratiktir**” (Fiske, 1996, s. 221). Terry Eagleton’un ideoloji adlı kitabında 16 başlıkta incelediği ideoloji kavramı “**...en temelde özne ile nesne arasındaki ilişkide, özne açısından bir ‘anlamlar sistemi’ inşa etme ve yerleştirme sorunu**” (Çeğin & Arlı, 2004) olarak ele alınmaktadır. Louis Althusser’e göre, “**ideoloji, bir insanın ya da bir toplumsal grubun zihninde egemen olan fikirler, tasarımlar sistemidir**” (Althusser, 2013, s. 182). Fikirler ve tasarımlar dil ideolojisinin, bilinç pratikleri ile ele aldığı bireylerin ya da grupların dünya görüşlerini açıklamak için aracı konumdur. Çünkü “**her gösterge, ideolojik değerlendirme kriterlerine maruz kalır... İdeoloji alanı, göstergeler alanı ile çakışır. Her biri, diğerini denkleştirir. Bir göstergenin olduğu her ortamda, ideoloji de vardır. İdeolojik olan her şeyin, semiyotik bir değeri de vardır**” (Hebdige, 2004, s. 20). İdeolojiyi geniş kitleleri ikna etmek, “**mesajları üretmek için kullanılan göstergesel (semantik) kurallardır. Bunu gerçekleştirmek için bir bilgi sisteminin anlamlar ve göstergeler sistemine dönüştürülmesi gerekir. Bu gerçekleşirse bilgiler**

birer kod haline dönüşebilir. Bu bağlamda ideoloji, mevcut mesaj düzeylerinden biridir; mesajların anlamlandırılma düzeyidir” (Sancar, 2008, s. 132). Mesajların belirgin kodlandığı ve anlamlandırıldığı alan görsel sanatları da kapsamaktadır. Barthes görsel sanatlarda mit’i “**karikatürler, pastişler, semboller vb. gibi bir anlamların dolgunluğundan çoktan kurtulmuş ve anlamlamaya hazır olan zayıf, tamamlanmamış görüntülerle çalışmayı tercih eder**” (Barthes, 1991, s. 125) diye niteler. Nitelediği bu yöntemler bir görüşün, görünüşün, söylemin yeniden üretimini kapsayan sanat ve tasarımda var olan bir üst dil modelini ortaya çıkarmaktadır. Üst dil yeniden üretimin kullanım koşullarına göre dönüşebilen üretilmiş hakikati içerir, bu sebeple dinamiktir birbirine bağımlı katmanlar içinde açıklanabilir. Daha çok dil-edebiyat kuramları- içinde gerçekleşen bu katmanlı yapının teknikleri olan, metafor, alegori, ironi ve hiciv gibi anlamlandırma pratikleri, bir fikri görselleştirmenin de yöntemine dönüşerek üst dil oluşturabilmektedir. Bu çok katmanlı anlamlandırma süreci, özellikle sanat ve tasarım alanında, soyut fikirlerin somut imgelerle ifade edilmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, anlam üretiminde rol oynayan disiplinlerarası ele alınan söylem biçimleri olan eğritileme (metaphor), alegori, ironi ve hiciv şöyle açıklanabilir:

Eğritileme (metaphor); metafor insan konuşmasının bir özelliği olarak dil içeriğinde varlık gösterdiğinden anlamlandırma ile ilişkilidir. Samuel Johnson’un 1755 tarihli sözlüğüne göre metafor “**Bir kelimenin orijinal anlamından uzaklaşıp, aslında kullanılmayacak bir biçimde kullanımı**” olarak tanımlanır” (Tan, 2021, s. 81). Fiske metaforunda “**bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade etmek...Bilinmeyenlerin “anlamı” bilinenlerin “araçları” aracılığıyla ortaya konmaktadır**” (Fiske, 1996, s. 124). Aristoteles’in Poetika’sında metafor “**kendi özel anlamının dışında başka bir anlam verilmesidir. (1) cinsin anlamının türe verilmesi, (2) türün anlamının cinse verilmesi yahut (3) bir türün anlamının bir başka türe verilmesiyle yahut da son olarak (4) bir orantıya göre**” (Aristoteles, 1993, s. 59-60) biçimlenerek gerçekleşmesidir. Metafor retorik ile ilişkilidir “**... sözün gelişi, kelimelerin kullanımındaki ve daha kesin olarak adlandırma sürecindeki anlam varyasyonlarını tasnif eden figürlerden biri olarak sınıflandırılır. Metafor, adlandırmayı yöneten dil oyununa aittir**” (Ricoeur, 2020, s. 70). Söylem boyutunun dışında kelimenin yerine geçecek anlamla benzerlik göstererek anlamı temsil etmektedir, bu açılımla metafor görsel sanatlara yaklaşmaktadır. Danto “**fotomontajın ani ve zaman zaman mantıksız yan yana gelişleri, kaçınılmaz olarak, retoriğin modern figürasyonu olan ve sanatçıların siyasi etkinlik için stratejilerinde ustalaşmaları gereken reklamcılıkta uygulama alanı buldu**” (Danto, 1993) açıklamasında, metaforun reklamcılıktaki kullanımına vurgu yapmaktadır. Metafor iki sebeple faydalı kabul edilmektedir “**1- katharsis (arınma) aracı olarak insanların duygularını dengelemektedir. 2- temsil aracı olarak işaret ettikleri anlamlara dair bilgimizi genişletmektedir**” (Tan, 2021, s. 55). Aquinas’ın işlevsel nitelikli açıkladığı “**Metaforlarla ifade edilen gerçek, bir taraftan gizlenirken, diğer taraftan açılır**” (Tan, 2021, s. 73). Böylelikle metafor soyuttan somuta doğru bir geçişi olanaklı kılar; alegori somut görüntülerin veya anlamların bilinen sembollerle anlatma özelliği ile tanımlanır.

Alegori; St. Viktor Hugh yorumu olan “**Alegorik anlam yine bu dünyaya işaret eden sembolik anlamlar yani her şeyin başka bir şeyin işareti olmasıdır**” (Tan, 2021, s. 67) açıklaması, algılanabilir dünya üzerinedir. Aziz Augustinus’a göre dört çeşit alegori bulunur, bunlar “**1- Tarihsel Alegori, (bir kişi üzerinden yürür), 2- Olay alegorisi: (figüratif anlamı olan olayları konu eder), 3-Kelime alegorisi: (yazılı tarih ile ilişkilidir), 4- Simge alegorisi: (kendisinin ötesinde bir anlamı işaret eden maddi nesne)**” (Tan, 2021, s. 71) olarak açıklanır. Alegorinin tarihsel, olay, kelime ve simge formlarında kendini göstermesi, birden fazla anlama işaret eden ve çok katmanlı yorumlamaya olanak tanıyan bir yapı sunmaktadır. Jameson’ın alegorik yorum sistemi açılımında “**bir anlatı dizesine ilişkin veri bir başka anlatının paradigmasına göre yeniden yazılarak radikal biçimde yoksullaştırılır. İkinci anlatı birincisinin temel kodu ya da asli-anlatısı olarak anılır birincisinin gizli ya da bilinçdışı en son olarak önerilir**” (Jameson, 2011, s. 21). Jameson’un alegorik görüşünde bir anlatı, başka bir anlatının bakış açısına göre yeniden kurgulanarak hem indirgenir hem de anlamı değiştirilir. Böylece ilk anlatı, ikinci anlatının arka planında yer alan gizli ya da bastırılmış bir yapıya işaret edebilmektedir. Bu bastırılmış anlatı çelişkili yapısını anlama çift dil olarak aktardığında ironi ortaya çıkmaktadır. Paul de Man’a göre alegori ve ironi arasında zaman ve mekân kavramlarında göre farklılıklar vardır. Ona göre ironi *eşzamanlı* iken alegori *ardışimsal* özellik gösterir. Alegori süreklilik fikrini bir *yanılsamaya* dayanarak yaratır. Ironi ise gerçekçidir *yansılama* ilkesine dayanır (Cebeci,

2008b, s. 294).

İroni: Sokrates döneminden başlayarak postyapısasal döneme kadar sürekli anlamı değişmesine rağmen eleştirel düşünmenin temel ve değişmeyen araçlarından biri olmayı sürdürmüştür. İroninin (Eiron) ilkçağ felsefecisi Anaxamines'in yapıtlarında rastlanan ilk tanımı: **“bir şey söylerken ya da bir eylem önerirken bunu söylemiyormuş ya da önermiyormuş gibi konuşmaktır”** (Cebeci, 2008b, s. 279). İroninin genel olarak kabul gören 3 (üç) kullanım amacı vardır: **“1- Retoriğe ait bir araç olması, 2- Satire(hiciv) ait bir araç olarak bireysel ve toplumsal zaafı teşhir etmesi, 3- Okuyucuya bağlı konularla ilgili bir farkındalık kazandırmaktır”** (Cebeci, 2008b, s. 307). Bu kullanım amaçlarına göre ironi; 1. Sokratik ironi, 2. Romantik ironi ve 3. Postmodern ironi olarak sınırlandırılabilir. Sokratik ironi; Sokrates'in, soru-cevap yöntemiyle bir kişiyi kendi bilgisizliği ile yüzleştiren ve asıl gerçeklikle karşılaştırmayı amaçlayan söze dayalı düşünsel bir eylemdir. Roman Guardini **“Sokrates'in amacının karşısındakini küçük ya da gülünç duruma düşürmek değil, ona gerçeği bulmasında yardım etmek olduğunu söyler”** (Demiralp, 2008, s. 165). Sokrates'in ironi yöntemindeki retorik söz oyununa dönüşür ve ironi; döneminin retorik ustası Quintilian tarafından **“... saklayıp gizleme (dissimulatio) ve -mış gibi yapma (simulatio) kavramlarını ... bireyin hayat karşısında genel tutumu”** (Cebeci, 2008a, s. 88) tanımlanmasında kullanılır. İroninin bu özelliği hiciv ile ilişkilendirilir (Cebeci, 2008b, s. 287). 16. yüzyıl, ideolojik çarpışmaların belirginleştiği bir dönem olarak öne çıkar ve ironi kavramı bu dönemde daha çok edebiyat alanında ele alınarak açıklanmaktadır. Genel ironi; **“... eski ve yeni dünya anlayışları arasındaki uyumsuzluğa dayalı olarak, eski düzenin eleştirel bir sorgulamasını öngörmektedir”** (Cebeci, 2008a, s. 88). Bu genel ironinin edebiyat karşılığı olarak hiciv ortaya çıkmaktadır.

Hiciv; **“bir kişiyi, bir fikri veya kurumu eleştirmenin, onun hatalarını veya zayıflıklarını göstermek için mizahı kullanmanın bir yolu; bu tür eleştiriyi kullanan bir yazı politik/sosyal hiciv”** (oxfordlearnersdictionaries, 2025) olarak tanımlanmaktadır. Satir ve hiciv birbirinin yerine kullanılan terimlerdir. Hiciv'in ana özellikleri şöyle sıralanır: **“1. Satir “güncel ve yerel alanlara yönelir” genellikle abartılı ve grotesk olmakla birlikte, aynı zamanda “gerçekçi gözükme” dikkat eden bir türdür. 2. Satir genel olarak yumuşak bir tür değildir, okuyucu/izleyici “şoke edici bir nitelik taşır. 3. Genel olarak komik’tir”** (Cebeci, 2008b, s. 185).

Disiplinler arası bağlamda ele alınan metafor, alegori, ironi ve hiciv; alaysılama, '-mış gibi yapma', çifte anlamlı dil kullanımı, bilinen bir görselin anlam bağlamını dönüştürme, algıyı yönlendirme, ikinci bir anlam katmanı oluşturma ve izleyiciyi yoruma dahil etme gibi özellikleriyle, grafik tasarımda düşünsel temelli bir fikir ve eleştiri ifade biçimine dönüşmektedir.

Evren, örneklem ve sınırlılıklar

Bu çalışmanın kapsamı, savaş dönemlerinde propaganda amacıyla kullanılan fotomontaj yöntemini; karşı-propaganda bağlamındaki ele alınışlarını, görüntünün eleştirel bir söyleme dönüşme koşullarını ve John Heartfield'a ait üç fotomontaj çalışmasının göstergebilimsel çözümlemesini içermektedir. Böylece görsel anlamın bağlamından koparılması ve yeni bağlamlar içerisinde yeniden yapılandırılması süreçlerine imkân tanıyan yöntemler ile anlamlandırma pratikleri arasındaki ilişkiler, grafik tasarım çerçevesinde incelenebilecektir. Bu çerçevede, dönemin ideolojik dilini hem biçimsel hem de anlamsal düzeyde sorgulayan John Heartfield'in tasarımları, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Sanatçının tüm eserleri yerine, eleştirinin görsel stratejilerini ortaya çıkarabilecek politik nitelikleriyle en bilinen üç (3) fotomontajı örneklem olarak seçilmiştir. Bu örnekler, sanatçının fotomontaj tekniğinin temel unsurlarını, politik mesajlarını nasıl yapılandırdığını ve ideolojiyi çözümlemek için propaganda ile karşı propaganda arasındaki gerilimi görsel düzlemde nasıl kurguladığını anlamaya yönelik olarak belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında belirlenen sınırlılıklar ise, aşağıda yer aldığı gibidir;

- i- II. Dünya Savaşı döneminde gelişen siyasi kavramlar olan ideoloji, propaganda ve karşı propaganda, ajirprop gibi kavramlar ile dönemin düşüncesini incelenmiş, bu kavramları açıklamak için gerekli ve yeterli olan tanımlarıyla sınırlandırılmıştır. Kavramların genel tarihsel

gelişimine odaklanılmamıştır.

- ii- Tasarımların söylem nitelikleri, eleştiriyi stratejik uygulamasına izin veren yöntemler olan metafor, alegori, ironi, hiciv gibi anlamlandırma pratikleri içeriğinde incelenmektedir. Bu anlatı teknikleri konuyu kavramak için gerekli ve yeterli olan tanımlarıyla ele alınmaktadır. Bu pratiklere dahil olan parodi, pastiş, üst kurmaca gibi modern sonrası döneme ait yöntemler kapsam dışı bırakılmıştır.
- iii- John Heartfield'in basılı yayınlarda ve sergi alanlarında dolaşıma giren birçok tasarımı bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada tanımlanan bu anlamlandırma pratiklerini temsil edecek örneklem, üç (3) propaganda fotomontajı ile sınırlandırılmaktadır.
- iv- Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımları derinlemesine ele alınmamış; metin, ağırlıklı olarak onun mit kuramı temel alınarak yapılandırılmıştır.
- v- Bu çalışma, sosyal bilimler alanındaki deneysel sınırlılıklar göz önünde bulundurularak, nitel yorumlama ve eleştirel çözümleme yöntemlerine dayandırılmıştır. Elde edilen bulgular, kuramsal çerçeveler doğrultusunda analiz edilerek metne yansıtılmıştır.

Bulgular ve Değerlendirmeler

Örnek 1: John Heartfield'in AIZ dergi kapağı, “**Hitler Selamının Anlamı: Küçük Adam Büyük Hibelerin Peşinde. Düsturu: Arkamda Milyonlar Var!**” isimli fotomontajının dil-mit çözümlemesi (Tablo 2):



Şekil 2. Adolph Hitler bayrağı selamlarken (Medina, 2018, s. 32).



Şekil 3. John Heartfield'in AIZ Dergi Kapağı, Hitler Selamının Anlamı: Küçük Adam Büyük Hibelerin Peşinde. Düsturu: "Arkamda Milyonlar Var!", 1932, AIZ (e-skop , 2016)

Tablo 2. Şekil 2 ve 3’ün dil-mit çözümlemesi.

1.Gösteren	2.Gösterilen
Siyasi bir mekân, Nazi selamı.	Hitler selam verirken büyük bir bedenden para alması. (Rüşvet) Güven, Yönetim, Askeri selamlama
3. Gösterge	
I.GÖSTEREN	II. GÖSTERİLEN
Hitler selamının uygulanışı; “1923’te Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi’nin üyeleri tarafından sonuna kadar gerilmiş doğrudan kol selamı ile liderini karşılaması ve lider kendi sağ elini kaldırarak, dirseğini arkada büküp avuç içini yukarı doğru açarak onlara yanıt vermesi olarak ele alınır” (D’Annunzio, 2019).	Görüntü çözümlemesinde Heartfield, Hitler’in arkasında konumlandığı figür aracılığıyla, ona finansal destek sağlayan büyük sanayicilerin varlığına göndermede bulunmaktadır.
III. GÖSTERGE	
Figür çerçeveden geniş kitlelerin varlığını ifade etmek için taşınmıştır. Hitler bu figürün karşısında küçük betimlenmiş ve hitler selamı ile kendisine uzatılan -veren- elin büyüklüğüne göre ölçeklendirilmiştir. Kadrajın odağında Hitler’in parayı alma görüntüsü bulunur. Slogan ile oluşturulmak istenen idealize edilmiş gerçekliğin karşısına çıkan ironik bir söylem modelidir. Vatanseverlik anlamı taşıyan selamı ile çerçeveden taşan kendisinden büyük bedenden para alması ekonomik açıdan gözükmeyen büyük bir kitleye bağımlılığını temsil etmektedir.	

John Heartfield bu fotomontajında dönemin en iyi bilinen siyasal imge olan Adolf Hitler’in (Şekil 2) meşhur selamının bağlamını değiştirerek yeniden üretir (Şekil 3). Bu görüntü basılı yayından topladığı anonim bir fotoğraftır. Heartfield’in bu tasarımının merkezinde konumlandığı Hitler’i, elinde para ile görselleştirerek finansal çıkarları (rüşveti) sembolize etmektedir. Fotomontajda parayı veren elin vücudunun görüntüsü çerçeveden taşmaktadır. Çerçeve Heidegger’in de belirttiği gibi **“gizini-açmanın kaderi içerisine aittir...teknik öz çerçevelemede yatar”** (Heidegger, 1998, s. 69-70). Çerçeve sınırları belirler ya da kaldırır. Nazi rejiminin finansal destekçilerinin büyüklüğü karşısında Adolf Hitler görselinin küçük ve aşağıda durması, yükseklik ve alçaklık kavramlarının içeriği ile ilişkilidir. Nazi rejiminin arkasındaki ekonomik gücü ve bu gücün iktidar üzerindeki etkisini eleştirir. Heartfield tasarımlarında, Nazi Almanyası’nda yürütülen propaganda faaliyetlerinin manipülatif doğasına karşı çıkarak, bu ideolojik söylemin ardındaki gerçeği gözler önüne sermek için imgelerin anlamlarını yeniden üretmektedir. Kant’a göre **“imgelemenin üretici işlevi nesnellığe yapı kazandırır; yeniden üretici işlevi ise deneyimi, anlamlı, birleşik ve bütünselliği olacak biçimde yaşamamız için gereken bütün bağlantıları sağlar”** (Cebeci, 2019, s. 43). Fotomontajın mit’i; Hitler selamının anlamına dayanır, döneminde iki şekilde selam verilir. Askerlerini veya kalabalığı selamlarken genellikle geleneksel sert kol selamı kullanılır; ya da selam veren kişileri selamlanır. Selam **“sonuna kadar gerilmiş doğrudan kol selamı ile liderini karşılaması ve lider kendi sağ elini kaldırarak, dirseğini arkada büküp avuç içini yukarı doğru açarak onlara yanıt vermesi olarak ele alınır”** (D’Annunzio, 2019). Selam bir zümreye ait olduklarını gösteren en önemli gösterge olarak kabul edilir. Bu fotomontajda geçmişte değer olarak anlamlanmış bir mit’in tarihsel bağlamı değişmektedir. Değer değersizleştirilir küçük görülür bu bağlamda bu tasarım anlamlandırma teorilerinden metafor, alegori, ironi ve hicivin tüm bağlamlarını içeriyor gözükmektedir. Heartfield bu fotomontajında diyalektik dili niteleyen metafor kullanımı; toplum içinde belli bir grubun bildiği ve inandığı fikrin gerçekliğini temsillerden kurulmuştur. Fotomontajlarının en güçlü yapısı alegorinin dört niteliğiyle örtüşmektedir. Figür dönemin tarihini belirleyen bir kişidir (kişi mittir), olay döneminin ekonomik koşullarının çıkarını yansıtmaktadır (olay mittir). Kelimeler sloganların ikili karşıtlığıyla düzenlemiştir (slogan çifte dille kurulmuştur). Simge olarak da Nazi selamı tarihsel anlamını mit ile ilişkisinden alır. Bilinen anlamın biçimini değiştirince anlamın yapısı da değişerek başka bir mit üretilmektedir. Heartfield’in bu fotomontajı hem ironi hem de hiciv ile de ilişkilidir. Çalışma retorığe güçlü bağından dolayı ironik, bireysel ve toplumsal zaafı ifade etmesi bağlamında da hiciv olarak ele alınabilir. Hicive göre abartılıdır gerçekçi gözükmeye gayreti vardır, ama görüntü komik olmaktan sorgulayıcı bir etkiye sahip olduğu için ironi yöntemine daha yakın durmaktadır. Anlamlandırma yöntemleri olarak okunabilecek çifte görüntünün çifte dille ilişkisinin yarattığı ortak anlam, hangi anlamlandırma modeli ile incelenirse

incelensin tam olarak gerçekliğin sorgusuna yöneltme niyetindedir.

Bu fotomontajın görüntü oluşturma yöntemi aşağıda belirtilen alt başlıklarla ifade edilebilir (Tablo 3):

Tablo 3. Şekil 2 ve 3’ün görüntü oluşturma yöntemi.

GÖRÜNTÜ OLUŞTURMA YÖNTEMLERİ	Çerçeve	Afişin merkezde çerçeveden taşan büyük figürün elinde tuttuğu paranın (ki tam merkezde) küçük figür olarak betimlenmiş Hitler’e verilışı gösterilmektedir.
	Ölçek	Büyük figürün el hareketi ve hitler figürünün küçük betimlenerek selam veriyor olma hali dikey olarak ölçeklenmiştir.
	Bakış Açısı	Karşıdan bakış söz konusudur. Vücut ile yapılan verme ve alma hareketi net olarak anlaşılması için büyük figür çerçeveden taşırılmış ve yukarıda kalacak şekilde düzenlenmiştir. İzleyici figüre aşağıdan bakmakta ve figürü gizemli yüce kavramı ile ilişkilendirilebilmektedir.
	Düzen	Görselin en güçlü ögesi, slogan ile çeliştiğini gösteren hareket ve anlam ilişkisinin birlikte veriliyor olmasıdır. İki figürün hareket halinin netliğini ortaya çıkaracak algısal bir düzenleme mevcuttur.
	Biçim	Figürler hiyerarşik düzeni ortaya çıkaracak büyük-küçük ilişkisi ile düzenlenmiştir. Sayfanın sol blogundan başlayan görsel okuma modeli tüm alanda dolaşmayı mümkün kılan bir bloklama üzerine kurgulanmıştır.
	Görsel Unsurlar ve Renk	Yazıda kullanılan ve görüntüde kullanılan renk tarihin dokusuna vurgu yaparken; figürün hareketini izleyiciyi her ayrıntıyı algılanmasını sağlayacak şekilde düzenlenmiştir.
	Tipografi	Tipografide hiyerarşik bir sıralama mevcuttur; tipografinin amacı AIZ kim diyor (devrimci dergi) kalın büyük harf ve geniş yazı, Ne diyor, Hitler selamının anlamı, sağ blok da açık zeminde kahve rengi tonlarında net görünebilir formdadır. Tipografi Sans serif bir yazı karakteri ile büyük harflerle yazılmış sloganın en belirgin okumasıdır.

Örnek 2: John Heartfield’ın ‘Kan ve Demir’, ‘Yeni Devlete Eski Slogan!’ isimli fotomontajının çözümlemesi (Tablo 4):



Şekil 4. John Heartfield Fotomontajı, 8 Mart 1934 (Tarih Eğitimi, 2021)

Tablo 4. Şekil 4’ün dil-mit çözümlemesi.

1.Gösteren	2.Gösterilen
Gamalı Haç	Nazi sembolü Balta Döngü, Kan Ölüm makinesi
3. Gösterge I.GÖSTEREN	II. GÖSTERİLEN
Buradaki mit, gamalı hacın tarihteki anlamıdır. NSDAP: Ulusal Sosyalist Alman İşçi Partisi (1919-1945), (Tessa, 2021, s. 134) tarihte beyaz ırkın üstün olduğu milliyetçi görüşü ifade eden Nazizm yanlısı bir sistemdir. Saf ırk kavramının sembolünü aryan ırkından geldiği iddia edilir, aryan ırkı genetik olarak saf kabul ederek üstün görülmektedir.	Heartfield, gamalı haç sembolünü bir simge-alegori ilişkisi içerisinde yeniden yorumlayarak, anlamını dönüştürür ve onu çok daha derin bir kavramsal düzeye taşır. Simgesel bir görüntü olarak balta, yaşamı kesme ve koparma işlevinin sembolik bir temsiline dönüşmektedir. Kan ölümün temsiliyetidir, bu tür bir okuma alegorik olarak görülmektedir. Fotomontajda sembol döngüsel olarak tasarlandığından ölüm makinası gibi görünmektedir, bu durum mış- gibi yapma etkisiyle görüntüyü ironik bir yapıya büründürür.
III. GÖSTERGE	
Heartfield’in afişleri, dilin kullanımı yoluyla bir mite dayalı mesaj verme konusunda da oldukça güçlüdür. Gamalı hacı çevreleyen ve çerçeveden taşan beyaz hale olarak dairesel bir form bulunur. Görüntüyü destekleyen iki metin bulunmaktadır. Hiciv, okuru merkeze alan ve onu düşünsel olarak etkilemeyi amaçlayan bir niyet taşır. Heartfield’in fotomontajlarında ise metin, alt blokta altyazı işlevi görecektir biçimde konumlandırılmıştır. Siyah zemin üstünde beyaz büyük harflerle kalın ve bir tipografi ile ‘Kan ve Demir’ yazmaktadır. Daha küçük puntolarda normal tümce özelliklerine sahip beyaz renk ile ‘yeni devlete eski slogan’ tarihle ilişkili bir kelime oyunu kurarak aradaki ikili çıkmaza izleyiciyi yönlendirmektedir. Bu baltaların uçları her biri ayrı bir köşeyi (yukarı-aşağı-sağ-sol) ifade ederken Almanya’nın tüm alanlarını vurgulamakta ve baltanın uçlarından ise kan damlamaktadır.	

Heartfield ‘Kan ve Demir’ adlı çalışması iktidar sisteminin kurduğu anlamı alt üst ederek eylemin gerçekliğine vurgu yapmaktadır (şekil 4). Heartfield’in bu fotomontajı bilinen bir sembolün yeniden üretim olarak kurgulanmıştır. Sembol **“iki boyutu, iki söylem evreni -biri linguistik diğeri linguistik olmayan düzendir-de diyebileceğimiz iki boyutu birleştirir”** (Ricoeur, 2020, s. 70). Sembol (gamalı hac) fotomontajın tam merkezinde biçimsel olarak benzerlik kuracak şekilde 4 (dört) adet baltanın merkez noktasında bir sicimle bağlanarak yeniden kurgulanmış, tarihsel alegoridir. Buradaki mit, gamalı hacın tarihteki anlamıdır. NSDAP: Ulusal Sosyalist Alman İşçi Partisi (1919-1945) (Tessa, 2021, s. 134) tarihte beyaz ırkın üstün olduğu milliyetçi görüşü ifade eden Nazizm yanlısı bir sistemdir. Saf ırk kavramının sembolünü aryan ırkından geldiği iddia edilir, aryan ırkı genetik olarak saf kabul ederek üstün görülmektedir, bu bağlamda bu fotomontaj sembol alegorisidir. Nazizm bu sembolü ilk defa bayrağında 1920 yılında kullanmıştır. Hitler bayrağın renk seçimlerini nedenini şöyle açıklar; **“Kırmızı, hareketin altında yatan sosyal düşünceyi ifade ediyordu. Beyaz ise ulusal düşünceyi ve gamalı haç bize verilen görevi- Ari insanlığın zaferi için mücadeleyi ve aynı zamanda kendi içinde anti-Semitik olan ve her zaman anti-Semitik olacak olan yaratıcı çalışma idealinin zaferini – simgeliyordu”** (Tessa, 2021, s. 134). Heartfield’in bir mite dayalı mesajı verme konusunda dili kullanma becerisi oldukça güçlüdür. Fotomontajda görüntüyü destekleyen iki metin bulunmaktadır. Yazıda, okuru merkeze alarak ona eleştirel bir yüzleşme yaşatmayı hedefleyen etki, hiciv aracılığıyla inşa edilmiştir. Anlam ise, farklı unsurların birlikteliğinden doğan bütünlük düşüncesi üzerine kurulmuştur. Heartfield’in bu fotomontajında metin, dikey ölçeklendirilmiş yüzeyde alt blokta yer alarak altyazı gibi durmaktadır. Siyah zemin üstünde beyaz büyük harflerle kalın bir tipografi ile ‘Kan ve Demir’ yazmaktadır. Daha küçük puntoda, beyaz renkte ve gündelik tümce yapısında sunulan ‘yeni devlete eski slogan’ ifadesi, zamansal bir ilişki kurarak kelime oyunu oluşturmakta; bu yolla ortaya çıkan ironi, izleyiciyi çift anlamlı bir okuma sürecine yönlendirmektedir.

Görselin merkezinde yer alan gamalı haça benzetilen baltaların uçlarının her biri ayrı bir köşeyi (yukarı-aşağı-sağ-sol) metaforik olarak ifade ederken, Almanya’nın fiziki yayılımını vurgulamakta ve baltanın uçlarından ise kan damlamaktadır. Heartfield gamalı hac sembolünü simge alegorisiyle ele alarak anlamını çok daha öteye taşımaktadır. Simge görüntü olarak baltanın kesme koparma rolünün sembol olarak temsiliyetine dönüşmektedir. Kan ölümün temsiliyetidir, bu tür bir okuma alegorik olarak

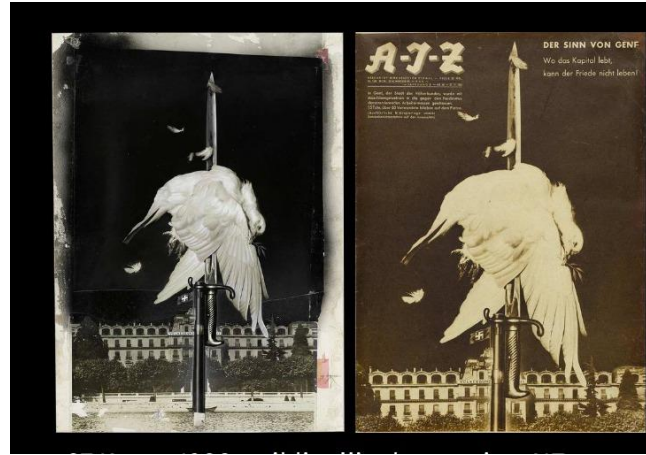
görülmektedir. Fotomontajda sembol döngüsel olarak tasarlandığından ölüm makinası gibi görünmektedir, bu durum ironi-mış- gibi yapma etkisiyle görüntüyü ironik bir yapıya büründürür.

Bu fotomontajın görüntü oluşturma yöntemi aşağıda belirtilen alt başlıklarla ifade edilebilir (Tablo 5):

Tablo 5. Şekil 4’ün görüntü oluşturma yöntemi.

GÖRÜNTÜ OLUŞTURMA YÖNTEMLERİ	Çerçeve	Afişin merkezinde, çerçeveyi aşan dairesel bir formun içinde, döngüsellğe işaret eden baltaların bir araya gelmesiyle oluşturulmuş bir gamalı haç sembolü yer almaktadır.
	Ölçek	Nesne karışından algılanacak şekilde dikey ve büyük olarak ölçeklenmiştir.
	Bakış Açısı	Tasarıma karışından bakış söz konusudur. Balta, kan, sembol ve tipografi; birbirini takip eden bir döngü içerisinde algılanmakta ve baltanın dönüyor olma hali bir çark biçimi çağrıştırmaktadır.
	Düzen	Görselin en güçlü ögesi olan slogan, ‘kan ve demir’ ifadesiyle, demirden yapılmış balta görseli ve onun ucundan akan kan arasında kurulan bütünlüklü ilişkiyle görüntü düzenlenmiştir.
	Biçim	Figürler arasındaki hiyerarşik düzeni ortaya koyan kompozisyonda, dikdörtgen bir formun içine yerleştirilmiş daire bulunmakta; dairenin içinde ise simetrik olarak yerleştirilmiş, dikey ve yatay eksenlerde konumlanan dört adet balta figürü yer almaktadır.
	Görsel Unsur	Sayfanın merkezinde dikey yatay denge üzerine konumlanmış gamalı haç, kan ve kırmızı ile betimlenmiş 4 (dört) adet balta ile görsel oluşturulmuştur.
	Tipografi	Yazı sayfanın alt bloğunda iki yana yaslanmış bir bloklama olarak büyük harfle düzenlenmiş ‘Kan ve Demir’ başlıkları büyük puntolarla yazılmıştır. Sloganı destekleyen alt başlık ‘yeni devlete eski slogan’ olarak çifte dil üzerine konumlanmıştır.

Örnek 3: John Heartfield’ın AIZ Dergi Kapağı, “Cenevre’nin günahı: Sermayenin yaşadığı yerde barış yaşayamaz!” isimli fotomontajının çözümlemesi (Tablo 6):



Şekil 5. John Heartfield’ın AIZ Dergi Kapağı, 1960. Poster, 42 x 59 cm. (Hopkinson , 2019)

Tablo 6. Şekil 5’in dil-mit çözümlemesi.

1.Gösteren	2.Gösterilen
Ölü Beyaz Güvercin,	Süngü, Palais Wilson Otel, bayrak, barış, silah, ölüm.
3. Gösterge	
I.GÖSTEREN	II. GÖSTERİLEN
Baş aşağı duran boynu kırık ve tüyleri etrafa savrulmuş beyaz güvercin imgesinin sayfanın tam ortasında dik bir formatta içinden süngü geçirilerek kurgulanmasıdır.	Güvercinin içinden geçen süngü, barışın ölümle ilişkilendirilmesini vurgulayan güçlü bir görsel unsur olarak görüntünün tam merkezinde konumlandırılmıştır. Beyaz güvercin, barışın simgesidir. Metafor olarak ölü olan güvercin barışın ölümü ile ilişkilidir. Görüntünün ve mekânın alegori olarak tarihsel bir anlamı vardır, fotomontajda geçmiş dönem yaşanmış mitler üzerine anlam kurulmuştur. Olay alegorisidir, olan olayları ilişkilendirerek konu eder, simge alegorisidir; barışın görsel anlatımıdır, güvercinin fiziksel varlığını değil anlamlandırılmış yapısını ele alır.
III. GÖSTERGE	
Cenevre sözleşmelerinin savaş zamanlarında insan hakları ihlallerini önleme görevine şüpheli (ve alaycı) bir yanıt niteliğindedir. Esasen, 1932’de Cenevre’de Hitler’e verilen tavizleri protesto eden radikal Alman resimli dergisi Arbeiter-Illustrierte-Zeitung (AIZ, 27.11.1932) tarafından kapak resmi olarak kullanılan çok daha önceki bir versiyonun tekrarıdır (Hopkinson , 2019). Mekân, geçmişinde gerçekleşen kanlı eylemlerin tarihsel bilgisine sahiptir, miti içeriğinde barındırır. Bu olayın alegorisi, içinde geçtiği mekânda barış söylemlerinin ölümle ilişkisini anlatmaktadır.	

Heartfield milletler cemiyeti binasının önünde bir protesto gösterisinin vahim sonucuna simgelemek için birbirinden bağımsız görüntüleri bir araya getirerek tek bir anlama sahip olabilecek çarpıcı bir imge üretir. Fotomontajın tarihsel miti “1960 Cenevre sözleşmelerinin savaş zamanlarında insan hakları ihlallerini önleme görevine şüpheli (şok edici) bir yanıt niteliğindedir. Esasen, 1932’de Cenevre’de Hitler’e verilen tavizleri protesto eden radikal Alman resimli dergisi Arbeiter-Illustrierte-Zeitung (AIZ, 27.11.1932) tarafından kapak resmi olarak kullanılan çok daha önceki bir versiyonun tekrarıdır (Hopkinson , 2019). Daha önceki versiyonunda olay gelişimi şöyle aktarılır; “**Tek atış, aşağı nişan al, ateş!**” Bu emir, Cenevre’nin Plainpalais semtinde toplanan militan solcu protestocuların gösterisini durdurmak için çağrılan birliklerine, birinci Teğmen Raymond Burnat tarafından verilir. Ateş açma işlemi 12 saniye bile sürmez ve 9 Kasım 1932’de 13 kişinin ölümüne, 65 kişinin yaralanmasına neden olur” (Romy , 2019). Fotomontajda tercih edilen mekân, geçmişte yaşanan kanlı olaylara dair tarihsel bir belleği taşır; bu bağlamda kurgunun temel fikri, mitin tarihsel arka planıyla şekillenir. Bu olayın alegorisi, içinde geçtiği mekânda barış söylemlerinin ölümle ilişkisini anlatmaktadır. Kadrajın tam ortasında, tarihsel olarak barışın simgesi haline gelmiş, boynu kırılmış ve tüyleri etrafa dağılmış beyaz bir güvercin yer alır ve beyaz güvercin burada ölümü ifade etmektedir. Güvercin figürünün içinden geçen süngü, barışın ölümle ilişkilendirilmesini vurgulayan güçlü bir görsel unsur olarak görüntünün tam merkezinde konumlandırılmıştır. Metafor olarak ölü olan güvercin değil barıştır. Fotomontajın anlamı; alegori olarak tarihsel olan geçmiş dönem yaşanmış mitler üzerinden kurulmuştur. Olay alegorisidir, olan olayları ilişkilendirerek konu eder, simge alegorisidir; barışın görsel anlatımıdır, güvercinin fiziksel varlığını değil anlamlandırılmış yapısını ele alır. Toplumların kolektif belleğinde barışı ve özgürlüğü simgeleyen güvercin, bu kompozisyonda alegorik bir dönüşüme uğrayarak, bilinen anlamlarının ters yüz edilmesiyle ölüm kavramıyla ilişkilendirilmiştir. Başka bir simge olan süngü, kılıç biçiminde tasarlanmış delici bir silahtır. Fotomontajda ölüm ve barışa ait semboller, geleneksel anlamlarından kopararak yeniden üretilmekte; bu dönüşüm sonucunda semboller tekil bir yapıya indirgenirken aynı zamanda çift anlamlı bir okumaya da olanak tanımaktadır. Bu nedenle bu tasarım ironi ile de ilişkilidir. Görüntünün fikrini destekleyen, “**Cenevre’nin günahı: Sermayenin yaşadığı yerde barış yaşayamaz!**” sloganıyla ironinin bağlamları genişlemiştir. Fotomontaj, daha önce yaşanmış bir mite dayandığı ve temsil ettiği bilinen anlama yeni bir anlam katmanı eklediği için, metaforik bir yapıya sahiptir. Binanın üzerinde dalgalanan gamalı haç bayrağı tarafsız-mış gibi yapan görsel diyalektik yaratmaktadır. Buradaki görsel dil birbirine zıt iki şeyin aynı anda verilmesinin ortaya

çıkardığı durum sebebiyle ironik bir etki yaratmaktadır. Heartfield’in tasarımlarındaki iktidar söylemlerine yönelik eleştirel yaklaşımı, hiciv içeren görselleri aracılığıyla ve toplumsal hassasiyeti teşhir etmekte, politik ifade biçimi hâline getirmektedir.

Bu fotomontajın görüntü oluşturma yöntemi aşağıda belirtilen alt başlıklarla ifade edilebilir (tablo 7):

Tablo 7. Şekil 5’in Görüntü Oluşturma Yöntemi.

GÖRÜNTÜ OLUŞTURMA YÖNTEMLERİ	Çerçeve	Görüntü merkezde süngüye geçirilmiş bir ölü güvercin ile çerçevelenmiştir.
	Ölçek	Görüntü dikey olarak ölçeklenmiştir.
	Bakış Açısı	Karşıdan bakış söz konusudur. Tüm ayrıntılara karşıdan algılanabilmektedir. .
	Düzen	Görselin en güçlü ögesi beyaz ağırlık dengesine bağlı dizilimdir. Sol üst AIZ kapağın logosu, güvercin ve Milletler Cemiyeti binası sol okumayla gözü takip ettirmektedir. Koyu zemin içinde düzenlenmiştir.
	Biçim	Görseller hiyerarşik düzeni ortaya çıkaracak şekilde büyük-küçük ilişkisi ile düzenlenmiştir. Sayfa orta blok bir düzenleme ile kurgulanmıştır.
	Görsel Unsur	Baş aşağı duran beyaz güvercin, süngü, BM binası, dalgalanan gamalı haç
	Tipografi	Cenevre’nin Günahı: Sermayenin Yaşadığı Yerde Barış Yaşayamaz! Çifte dilli kurulmuş sloganın hiyerarşik vurgusu bulunmaktadır.

SONUÇ

Dünya Savaşları döneminde, iktidar odaklı ideolojilerin toplumsal algıyı yönlendirme işlevini üstlenen “**propaganda**” planlı bir şekilde iktidar söylemlerini toplumda dolaşıma çıkaran iletişim faaliyetidir. Bu süreçte ideoloji, tasarım ile düşünsel yöntemler ve teknik araçlarla propagandanın içeriğine yerleşerek görselleşmiş ve fikirlerin kabulünü sağlamıştır. Politik arenada reklam ve tasarım ideolojik söylemlerin yayılımında stratejik olarak kullanılmış, fikir taşıyan ve ikna eden araçlara dönüşmüştür.

Bu makalede, 1930-38 yılları arasında Nazi Almanyası’nda gelişen propagandaya karşı üretilen tasarımları güçlü kılan unsurlar analiz edilmektedir. Eleştirel fikirlerin anlamlandırılarak görselleştirilmesi ve bu süreci mümkün kılan teknik araçların sentezlenmesiyle ortaya çıkan düşünsel etki incelenmektedir. Amaç, toplumları harekete geçirerek ikna eden tasarımların, görüntü ve söylem eşleştirme yöntemleriyle düzenlendiğinde ortaya çıkan güçlü diyalogların etkisini tartışmaktır.

John Heartfield, Nazi propagandasının ideolojik altyapısını doğrudan yansıtarak ve asıl gerçeği gözler önüne seren tasarımlarında, eleştirel fikri iki temel yöntem üzerinden kurgulamıştır. Bunlardan ilki görsel ve dilsel çatışmaları aktarmak için kullandığı ve ideolojilerin karşısında “**neyin nasıl söylendiğinin**” çelişkilerini gösteren teknik olarak fotomontaj yöntemidir. Fotomontaj Dadadan miras kalmıştır, Nazi rejiminin ideolojik söylemlerinin gerçekliklerini açığa çıkarmada etkin kullanılan ve izleyiciyi eleştirel düşünceye yönlendiren önemli bir araçtır. Heartfield’n ikinci önemli yöntemi ise ideoloji, iktidar ve kültür arasındaki gizli bağları işaret eden bilgileri metafor, alegori, ironi, hiciv gibi yöntemlerle düzenlendiğinde fikri, nasıl güçlü bir silaha dönüştüğünü gösteren dile dayalı anlamlandırma pratikleridir. Bu yöntemler diyalektiği niteleyen toplum içinde belli bir grubun bildiği ve inandığı fikirlerin veya bilgilerin gerçeklik temsilleridir. Bu temsillerin bilgisi Heartfield’in tasarımlarında dile yerleşerek görselleştiği için metafordur; bu durum fotomontajlarda bilinen bilginin sorgusuna açmak için düşündürücü eylemleri ifade etmektedir. Heartfield’in fotomontajlarında görüntü üretimi toplumun bilgisi olan mit içeriğinde gerçekleştiği için konusunu tarihe dayandırmaktadır. Heartfield miti en çok toplumsal hafızada yer alan kişi-olay kelime ve simge alegorisi üzerinden irdeleyerek geçmişin bilgisini güncel taşıyan bir çözümleme gerçekleştirmektedir. Bu bilgi daha önceden yaşanmış ve bilinen etkiyi yeniden canlandırma ve hatırlatma niyetinde olduğu için alegoriktir. Tüm fotomontajlarında yer alan metin olarak ürettiği sloganlarının gizil anlamları, tarihsel bilginin hatırlatılması, kelime alegorisi üzerinden kurgulanmaktadır. Topluma mal olmuş bilinen imge, anlamlı

simge veya tarih içinde mite dönüşmüş sembollerin birden fazla anlamına işaret etme özelliği bulunmaktadır. Görsel tasarımda mit, tarih içindeki anlamlandırma pratiklerinin yeniden kurgulanması ile değişebilmektedir. Heartfield tasarımlarında kimi zaman güncel ve yayılmış olana mizahi bir nitelikmiş duygusuyla yaklaşmakta, kimi zaman da gerçekliği abartı kullanarak sorguya açmakta ve yeniden üretmektedir. Heartfield'in fotomontajları ironi olarak değerlendirilebilir; çünkü görünen mesaj ile gizli mesajı aynı düzlemde sunarak, izleyiciye iki farklı anlam içeriyormuş gibi görünen ancak aslında tek bir eleştirel anlamda birleşen bir yapı kurar. Aynı zamanda Heartfield'in fotomontajları iki veya daha fazla birbirine benzemeyen ama toplum tarafından sabit olarak simgeleşmiş anlamların tersten okuması olarak tasarlanmış görsel anlatılar olduğu için hicive de yakın durmaktadır. Eğer bu fotomontajlar iktidarın bilinen görüntülerinin aleyhine tavrı, komik-mış- duygusu ile algılanıyorsa ortada hiciv özelliği kadar ironik bir durum da var demektir, bu iki birleşen eleştiriyi hem görünür hem de düşündürücü olmasını sağlayan güçlü anlatı pratikleridir.

Heartfield'in tasarımları, işaretler, renkler, metinler, semboller ve imgeler aracılığıyla gerçekliği yeniden üreterek egemen ideolojik söylemleri teşhir etmektedir. Bu yöntemler, izleyiciyi pasif bir alıcıdan aktif bir sorgulayıcıya dönüştürerek toplumsal farkındalığı arttırmaktadır. Sanatın politik bir müdahale biçimi olduğunu hatırlatan Heartfield'in yöntemi, şimdiki zamanın anlamlandırma pratiklerinde de toplumsal diyaloglara hizmet etmekte ve mem kültürü gibi çağdaş görsel anlatım biçimlerinde dönüşerek varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

KAYNAKÇA

- Althusser, L. (2013). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. İdeolojiyi Haritalamak (s. 153-210). içinde Ankara: Dipnot Yayınları.
- Arendt, H. (1962). The Origins of Totalitarianism. Cleveland and New York, America: Meridian Books the World Publishing Company.
- Aristoteles. (1993). Poetika. Ankara: Remzi Kitabevi.
- Artun, N. A., & Artun, A. (2018). Dada kılavuzu 1913-1923 Münih, Zürih, Berlin, Paris. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Başpınar, Y. (2017). Uluslararası güç mücadelesinde propagandanın yeri ve kamu diplomasisine dönüşümü. İstanbul.
- Barthes, R. (1991). Mythologies. New York: The Noonday Press.
- Bostancı, M. (2018). John Heartfield'in "Başkalaşım" Adlı Fotomontajında Yer Alan Metaforik Yapılanma Üzerine Göstergebilimsel Çözümlemeler. YEDİ: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi(20), 75-86.
- Cebeci, O. (2008a). Tarihsel Bir Perspektif Üzerinden İroni Tür ve Tekniklerinin Gelişimi ve Bazı Uygulama Örnekleri. Cogito Üç Aylık Düşünce Dergisi (s. 87-104). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cebeci, O. (2008b). Komik Edebi Türler Parodi, Satir ve İroni. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Cebeci, O. (2019). Metafor ve Şiir Dilinin Yapısal Özellikleri. İstanbul: İthaki.
- Çeğin, G., & Arlı, A. (2004, 8-6-10). "İdeoloji" Kavramının aşınması ve Pierre Bourdieu'nun Kuramsal Seçenekleri. Doğu&Batı dergisi(28), 165.
- Danto, A. (1993, June 28). John Heartfield and Montage. Ocak 2025 tarihinde the New York Times on the Web: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/first/d/danto-madonna.html> adresinden alındı
- Demiralp, O. (2008). Altın Dalma. İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları.
- D'Annunzio, G. (2019, 09 16). Nazi Selamı Ve Kült Lider/Hitler Selamının Mimarı: Gabriele D'Annunzio. <https://www.dervirgul.com/analiz-yorum/nazi-selami-ve-kult-lider/24745/> adresinden alındı
- Encyclopaedia Britannica. (2002, 07 11). Agitprop political strategy. 02 2025 tarihinde <https://www.britannica.com/topic/agitprop> adresinden alındı
- e-skop . (2016, 11 26). Dadanın 100. Yılı / Hitler Selamının Anlamı. e-skop sanat tarihi eleştirisi: <https://www.e-skop.com/skopbulten/dadanin-100-yili-hitler-selaminin-anlami/3168> adresinden alındı
- Ferrandiz, M. M. (2011). John Heartfield, un artista antinazi. Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales(190), s. 1-17.

- Fiske, J. (1996). İletişim çalışmalarına giriş. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hebdige, D. (2004). Altkültür Tarzın Anlamı. (S. Nişancı, Çev.) İstanbul: Babil Yayınları.
- Heidegger, M. (1998). Tekniğe ilişkin Soruşturma. (Ö. Doğan, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Hopkinson, A. (2019, 12 12). John Heartfield. Burlington Contemporary: <https://contemporary.burlington.org.uk/reviews/reviews/john-heartfield> adresinden alındı 19.01.2025 tarihinde alındı
- Jameson, F. (2011). Siyasal Bilinçdışı. İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Kriebel, S. (2008). Photomontage in the Year 1932: John Heartfield and the National Socialists. Oxford Art Journal, s. 97-127.
- Kriebel, S. (2009). Manufacturing Discontent: John Heartfield's Mass Medium. New German Critique, Dada and Photomontage across Borders, 107, s. 53-88.
- Medina, D. (2018, 9). John Heartfield and the Memory-Image. Yüksek Lisans Tezi. ABD: University Of California Riverside.
- Nikolic, M. (2017). First as Tragedy, Second as Farce. New German Critique, 44(2 (131)), s. 25-40. oxfordlearnersdictionaries. (2025, 01 05). Satire. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/satire> adresinden alındı
- Önder, B. A. (2022). Propaganda afiş sanatının ideolojik bir aygıt olarak söyleme tezahürü. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rancière, J. (2023). İmajların Yazgısı. (A. U. Kılıç, Çev.) İstanbul: Ketebe Yayınları.
- Ricoeur, P. (2020). Söylem ve Artı Anlam. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Romy, K. (2019, 05 10). No symbolic pardon for anti-fascist protestors in Geneva. https://www.swissinfo.ch/eng/politics/dramatic-swiss-history_no-symbolic-pardon-for-anti-fascist-protestors-in-geneva/44954236?utm_ adresinden alındı
- Sancar, S. (2008). İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Simkin, J. (2020, January). German Art: 1930-45, Resistance in Nazi Germany, John Heartfield. Retrieved December 08, 2024, from Spartacus Educational: <https://spartacus-educational.com/FWWHeartfield.htm#section1>
- Spaulding, D. (2017, 3 25). John Heartfield's Communism. Historical Materialism, 223-238.
- Sudhalter, A., & Roldain, D. (2012). Photomontage Between the Wars 1918-1939. Ottawa, Canada: Carleton University Art Gallery.
- Tan, K. Z. (2021). Temsil'den Anlam'a Metaforik düşüncenin izinde. İstanbul: Kopernik Kitap.
- Tarih Egitimi. (2021, 04 11). Silah Olarak Sanat: John Heartfield'in Ajitprop Fotomontajları. Tarih Egitimi/History Education: <https://tarihegitimi.blogspot.com/2021/04/silah-olarak-sanat-john-heartfieldin.html> adresinden 21.01.2025 tarihinde alındı
- Tessa, S. (2021). The power of symbols in visual propaganda the meaning behind political logos and flags. Repositório Comum Communities and Collections.
- Wolf, C. C. (2019). The Montage Connection between John Heartfield and László Lakner: Artistic Resistance and a New Leftism in Sixties Europe. The Oxford Handbook of Communist Visual Cultures (s. 566-588).