

# Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi

**Caner ÇAKI**

Araştırma Görevlisi  
İnönü Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
İletişim Bilimleri Bölümü  
caner.caki@inonu.edu.tr

## Özet

20.yüzyılda kurulan totaliter yönetimlerin parti mitingleri; partililer arasında birlik sağlamak, kitleler üzerinde etki bırakmak, diğer partililere karşı güç gösterisinde bulunmak gibi pek çok farklı propaganda amacını içermekteydi. Özellikle Nazi Almanyası (1933-1945) döneminde Naziler, kitleler üzerinde kurdukları tahakkümün devam etmesi ve daha da güçlenmesi için geniş katılımlı mitingler düzenlemekteydi. Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP) tarafından 1923-1938 yılları arasında düzenlenen Nürnberg Mitingleri (Reichsparteitag) bu mitinglerin en bilineniydi. Her yıl düzenlenen bu mitinglere Almanya'nın dört bir yanından gelen NSDAP üyeleri katılmaktaydı. Nürnberg Mitingleri, günümüzdeki siyasi partilerin seçim mitinglerinin modern anlamdaki ilk örnekleri olması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Nazi Almanyası döneminde her yıl düzenlenen Nürnberg Mitingleri'nin propagandadaki rolü ele alınmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem tekniği kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş ve propaganda amaçlı kullanılmış beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) üzerinden, Nürnberg Mitingleri'nin propaganda rolü Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında incelenen kaynaklar da, çalışmadaki bulgular ile birlikte değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, mitinglerin; kitlelerin Nazizm ideolojisine ve Adolf Hitler'e yönelik bağlılık ve sadakatini arttırmak amaçlı kullanıldığı görülmüştür.

*Anahtar Kelimeler:* Miting, propaganda, göstergebilim, Nürnberg Mitingleri, fotoğraf.

•••••

Makale geliş tarihi: 17.04.2018 • Makale kabul tarihi: 06.06.2018  
Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi • © 2018 • 5 (1) • bahar/spring: 59-79

# **The Propaganda Role of the Rallies: The Semiotics Analysis of Photographs of the Nurnberg Rally**

**Caner ÇAKI**

Research Assistant

İnönü University

The Faculty of Communication

Communication Sciences Department

caner.caki@inonu.edu.tr

## **Abstract**

The party rallies of totalitarian governments established in the 20th century used propaganda to provide unity among the parties, to influence the masses, to show strength against the other parties, etc. Especially during the period of Nazi Germany (1933-1945), the Nazis were organizing large-scale rallies for the continuance and further strengthening of the dominance they established on the masses. The Nuremberg Rally (Reichsparteitag) organized by the National Socialist German Workers' Party (NSDAP) between 1923 and 1938 were the most known of these rallies. NSDAP members from all over Germany. attended to these rallies every year. The Nuremberg Rally has a great importance as it is the first example of contemporary election rallies of modern political parties. In this study, the role of the Nuremberg rallies held every year in Nazi Germany was discussed. For this purpose, five different photographs (Uniforms, Flags, Activities, Hitler, Illumination) taken at the Nuremberg Meetings and used for propaganda purposes, which were determined using the purposeful sampling technique, were examined by using the semiotics analysis in the conceptions of French Language Scientist Roland Barthes' dénotation and connotation in terms of propaganda. In addition, the sources examined in the study were evaluated together with the findings of the study. In the light of findings, it was seen that the rallies were used to increase the adherence and loyalty to Adolf Hitler and Nazism ideology.

*Keywords:* Rally, propaganda, semiotics, Nuremberg Rally, photography

•••••

Article arrival date: 17.04.2018 • Article acceptance date: 06.06.2018

Maltepe University Journal of Faculty of Communication • © 2018 • 5 (1) • bahar/spring: 59-79

## Giriş

20. yüzyılda imparatorlukların yıkılmasından sonra kurulan Nazizm, Faşizm ve Komünizm ideolojileri temelli totaliter yönetimler kitleler üzerinde tahakküm kurmak için propagandayı bir ikna silahı olarak kullanmışlardır. Totaliter yönetimler meydanlarda geniş kitleler toplayarak, yaptıkları propagandaların doğrudan insanlar üzerinde etki etmesini sağlamıştır. Totaliter yönetimlerin gövde gösterilerine sahne olan mitingler, aynı zamanda partililer arasında birlik oluşturmak ve düşmanlara karşı korku salmak için de kullanılmaktaydı. Mitinglerde kült haline getirilen liderler konuşmalar yapmakta, ideolojik söylemleri ile kitleleri etkilemeyi amaçlamaktadır. Mitinglerde söylenen parti marşları, partililerin tuttıkları flamalar, giyilen parti uniformaları, yürüyüşler, akşamları yakılan meşaleler, kitleler halinde atılan sloganlar, kitleleri miting içerisinde tek vücut haline getirmek için yapılan propaganda faaliyetleriydi.

1933-1945 yılları arasında hüküm süren Nazi Almanyası (3. Reich), günümüzdeki modern siyasi mitinglerin ilk örneklerini Nürnberg Mitingleri ile vermiştir. Nürnberg Mitingleri diğer adıyla Reichsparteitag (Reich Parti Günü), her yıl Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP) üyelerinin çeşitli etkinlikler ile Nazizm ideolojisini ve liderleri Adolf Hitler'i yüceltmek için bir araya geldikleri kitlesel gösterileri ifade etmekteydi. Naziler mitinglerde farklı açılardan çektikleri fotoğrafları NSDAP'ye bağlı yayın kuruluşlarında propaganda amaçlı kullanılmaktaydı. Nürnberg Mitingleri Nazilerin 1923 Birahane Darbesi'nden başlayarak, 1938 Avusturya'nın ilhakına kadar aralıksız sürmüştür. 1939'da İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte Nürnberg Mitingleri de fiili olarak son bulmuştur.

Bu çalışmada, Nürnberg Mitingleri'nin Naziler tarafından propaganda amaçlı nasıl ve ne yönde kullanıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetleri mitingler üzerinden açıklanacaktır. Nitekim Nürnberg Mitingleri'nin günümüzdeki siyasi mitinglerin temelini oluşturduğu düşünüldüğünde, yapılan çalışma günümüzdeki mitinglerin propaganda amaçlı kullanımına da ışık tutacaktır. Bu amaçla çalışma, mitinglerin propagandadaki rolünü ortaya koyması, Nazi Almanyası Dönemi'ndeki Nürnberg Mitingleri hakkında bilgi vermesi, alanda konuyla ilgili herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması, alanda özgün olması ve gelecek çalışmalara kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır.

Modern anlamda ilk siyasi miting örnekleri olarak kabul edilen Nürnberg Mitingleri'nin propaganda rolünün ortaya konulması çalışmanın temel amacını teşkil etmektedir. Diğer

yandan yapılan çalışma ile alanda miting-propaganda ilişkisiyle ilgili mevcut olan boşluğun giderilmesi amaçlanmaktadır.

Nazi Almanyası Dönemi'ndeki propaganda faaliyetlerini inceleyen alanda bazı önemli çalışmaların bulunduğu gözlemlenmiştir. Örneğin; Kasım (2011), "Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo" adlı çalışmasında Nazi Almanyası Dönemi'nde propaganda aracı olarak radyonun kullanımını ele almıştır. Altun ise (2015), "Hitler Almanyası'nda Sanat ve Propaganda" adlı çalışmada *İradenin Zaferi* filmi özelinde Nazi propagandasını incelemiştir.

Son yıllarda göstergebilimsel analiz yönteminin kullanıldığı ve Nazi Almanyası'nı ve Adolf Hitler'i konu alan bazı önemli çalışmaların da yapıldığı görülmüştür. akı vd. (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Ferdinand de Saussure göstergebilim anlayışı çerçevesinde, *Kırımlı* filmi özelinde Türk Sineması'nda Nazizm ideolojisinin nasıl sunulduğunu ele almıştır. Erol vd. (2017), "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme" adlı çalışmada *Die Welle* (Dalga) filmi özelinde Roland Barthes'ın düzanlam ve yananlam boyutunda Nazi Almanyası'ndaki eğitim yapısını analiz etmiştir. Tanyeri Mazıcı ve akı (2018), "Adolf Hitler'in Korku ekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada da Hitler'in korku unsuru olarak kamu spotu reklamlarında kullanımını Barthes'ın göstergebilim anlayışı çerçevesinde ele almıştır. Çalışmada Hitler'i konu alan kamu spotu reklamları Barthes'ın düzanlam ve yananlamının yanında, mit, metafor ve metonimi kavramları üzerinden de incelenmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan sorular aşağıda sıralanmıştır:

- Nürnberg Mitingleri propaganda amaçlı ne yönde kullanılmaktadır?
- Nürnberg Mitingleri'nde Nazizm ideolojisini temsil eden metonimler hangileridir?
- Nürnberg Mitingleri'nde propaganda amaçlı inşa edilmek istenen mit hangileridir?
- Nürnberg Mitingleri'nde ön plana çıkan metaforlar nelerdir?

Alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda mitinglerin propaganda işlevini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) üzerinden, Nürnberg Mitingleri'nin propaganda rolü Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir.

## Nürnberg Mitingleri

Almanya'nın tarihi şehirlerinden biri olan Nürnberg şehri, Nazilerin yılda bir kez toplandıkları ve çeşitli etkinlikler düzenledikleri Nürnberg Mitingleri'ne (Reichsparteitag) sahne olmuştur. Bu açıdan Naziler, Nürnberg şehrine Nürnberg Mitingleri'nden dolayı büyük önem atfetmiştir (Steimle, 1943:84). Nürnberg şehrindeki tarihi yapılar, geleneksel Alman kültürünü temsil etmekteydi (Marcus, 2004:169-170). Nürnberg Mitingleri'ne katılan NSDAP üyeleri Nürnberg şehrine gelmekte ve Alman mimarisinin nadir örneklerini görebilmekteydi.

Nürnberg Mitingleri'nin gerçekleştirildiği alan Naziler tarafından titizlikle inşa edilmiştir. Alanda Nazizm ideolojisini temsil eden pek çok unsura yer verilmiştir. Bunların arasında: 1937-1939 yılları arasında arazinin batı kenarında inşa edilen SS için çok kanatlı bir kışla; geçit törenleri ve Hitler Gençlik etkinlikleri için stadyum; SA, SS, Hitler Gençliği vb. NSDAP'ye bağlı örgütlerin katılımcılarını barındıran bir dizi daimi kamp bulunmaktaydı. Bu kampların en büyüğü, 200 000'den fazla insanı alabilecek kadar geniş bir kapasiteye sahipti. Buna ek olarak, biri kampların yakınında ve diğeri Zeplin Alanı'nın doğusundaki arazide olmak üzere iki tren istasyonu da Nürnberg Miting alanının çevresine inşa edilmişti. Ayrıca bir elektrik santrali ve su kulesi kamplara temel hizmetleri sağlamaktaydı (Marcus, 2004:162). Naziler, Nürnberg Miting alanını geniş kitlelerin sığabileceği ve rahat bir şekilde uzun saatler geçirebileceği şekilde hazırlamıştı. Nürnberg Mitingleri'nin bir diğer özelliği de ışıklandırılmasındaki başarıydı. Miting alanının dört bir tarafına yerleştirilen devasa lambalar ile geceleyin de her yer tıpkı gündüzmüş gibi aydınlatılmaktaydı.

Hitler'in baş mimarı ve yakın dostu Albert Speer tarafından Nürnberg'deki yeni miting alanı inşa edilmişti (Volker, 2008:46). Speer, Nazizm ideolojisini yansıtacak şekilde Nürnberg Miting alanını planlamıştı. Speer'in mimarisindeki temel amaç; Nürnberg mitinglerine gelen bir Alman vatandaşının, miting alanının görkemi ve büyüklüğünden etkilenerek, Nazizm'e olan ilgisi artmasıydı.

Nürnberg şehri anıldığında insanların aklına doğrudan Nürnberg Mitingleri ve Nasyonal Sosyalizm gelmekteydi (Dietzfelbinger ve Liedtke, 2004:7). Nürnberg şehri Nazizm ideolojisinin fiili anlamda merkezi boyutundaydı. Naziler, Nürnberg Mitingleri ile NSDAP üyeleri arasında birlik ve bütünlüğü sağlamayı, düşmanlara korku salmayı ve Nazizm ideolojisini ve NSDAP lideri Adolf Hitler'i yüceltmeyi planlamaktaydı. Nitekim Nürnberg Mitingleri'nde en ön plana çıkan unsur Hitler'di (Giesen, 2003:24). Hitler, Nürnberg Mitingleri'nde konuşma yaparken tüm NSDAP üyeleri bütün dikkatleri ile Hitler'i dinlemekte ve "Sieg Heil/Yaşasın Zafer" sloganıyla hep bir ağızdan coşkularını ifade etmekteydi.

Nürnberg Mitingleri, Nazizm ideolojisi altındaki Hitler Gençliği'nin (Hitlerjugend, NSDAP'nin gençlik örgütü) bir nevi eğitim alanı olarak da kullanılmaktaydı (Pagaard, 2005:191). Hitler, Nürnberg Miting Alanı'ndan Alman gençlerine seslenmekte, "Büyük Alman İmparatorluğu'nun (Großdeutsches Reich)" Hitler Gençliği ile inşa edileceğini vurgulamaktaydı. Diğer yandan Nürnberg Mitingleri'nde başta Alman Kız Birliği (Bund Deutscher Mädels, BDM) olmak üzere çeşitli NSDAP grupları Nazizm ideolojisini yansıtan etkinlikler yapmaktaydı.

2.Dünya Savaşı'ndan sonra, hayatta kalan üst düzey Nazi liderleri Nürnberg'te kurulan mahkemede yargılandı. 1946 yılında, Alman Genel Kurmay Başkanı Wilhelm Keitel gibi bazı Nazi liderleri idama mahkum edilirken, Nürnberg Mitingleri'nin mimarı Albert Speer gibi bazı Nazi liderleri de hapis cezasına çarptırıldı (Seltzer, 1998:532). Naziler için Nürnberg Mitingleri'nden dolayı olumlu bir imaja sahip olan Nürnberg şehri, Nürnberg Yargılamaları'ndan dolayı 1946'dan sonra tamamen olumsuz bir imaja bürünmüştü. Nazi Almanyası'nın yıkılması ile önemini yitiren Nürnberg Miting Alanı, günümüzde turistik amaçlı gezilerde kullanılmaktadır (Macdonald, 2006:124). Nürnberg Mitingleri'nin gerçekleştiği yerlerde hala Nazizm ideolojisinin kalıntıları yer almaktadır.

### **Nürnberg Mitinglerinin Propaganda Amaçlı Kullanımı**

Propaganda, belirli amaçlar doğrultusunda kitleleri ikna etmeyi amaçlayan, planlanmış ve tek yönlü iletişime dayanan bir iletişim türüdür. Propaganda, propaganda yapana fayda sağlamayı amaçlar (Tarhan, 2010:36). Propagandanın temel amacı kitleleri ikna etmektir (Çakı, 2018:16). Naziler iktidara gelmek için propagandayı önemli bir silah olarak görmekteydi (Öymen, 2014:161). Nitekim iktidara gelmelerinde propaganda önemli bir rol oynamıştı (Yaylagül, 2017:54). Hitler, Birinci Dünya Savaşı'nda propagandanın önemini fark etmiş, NSDAP'nin başına geçtiğinde de Nazizm ideolojisinin Alman halkı tarafından benimsenmesi için propagandanın mutlaka etkin bir şekilde kullanılması gerektiğini ifade etmişti.

NSDAP, 1933 yılında Almanya'da iktidara gelince propagandanın gücünü sonuna kadar kullanabilmek için Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı kurdu (Yücel, 2017:154). Bakanlığın başına Hitler'in yakın dostu Dr. Joesph Goebbels getirildi (Aziz, 2007:15). Goebbels, başta radyo olmak üzere dönemin tüm modern kitle iletişim araçlarını, NSDAP'nin ülkede otoritesini kurması için kullandı (Kuruoğlu,2006:21). Goebbels'in propagandasının temeli; Almanya'da Adolf Hitler'in kült lider olarak benimsenmesi, NSDAP'nin otoritesini koruması ve Nazizm ideolojisinin yüceltilmesine dayanmaktaydı.

Naziler, Nazizm ideolojisini yansıtacak yapıların inşası için Todt Teşkilatı adında bir örgüt kurmuşlardı. Bu örgüt 2.Dünya Savaşı'nın son günlerine kadar hizmet ederek, Nazi mimari

anlayışında pek çok yapı inşa etmişti (Akan, 2009:252-253). Bu yapıların en görkemlileri arasında da kuşkusuz miting alanları gelmekteydi. Naziler için mitingler propaganda boyutunda büyük bir öneme sahipti. Bu açıdan Nazizm ideolojisinin yansıtıldığı mitinglerin görkemli olabilmesi için her şey titizlikle planlamaktaydı (Akarcalı, 2003:100). Bu konuda, Hitler'in baş mimarı Albert Speer'in dizayn ettirdiği ve Nazi mimarisini yansıtan pek çok yapı Almanya'nın dört bir yanını süslemeye başladı. Bu yapıların en önemlileri ve propaganda amaçlı en fazla kullanılanlarından biri de Nürnberg Miting Alanı'ydı.

Nürnberg Miting Alanı, NSDAP'nin 1923'den 1938'e kadar her yıl düzenlenen parti etkinlikleri için kullanıldı. Naziler, Nazizm ideolojisini temsil eden devasa sütunlar, heykeller, amblemler ve semboller ile Nürnberg miting alanını çevrelemişlerdi (Marcus, 2004:164). Zaman içerisinde Nürnberg Miting Alanı, Nazizm ideolojisinin sembolik bir merkezi haline geldi. Nürnberg Mitingleri'nin yapıldığı alanın bir diğer özelliği, Nazi Almanyası Dönemi'ndeki Nazi Mimarisi'nin etkilerinin yoğun olarak hissedildiği bir yer olmasıydı (Macdonald, 2009:124). Nitekim, Hitler'in mimarı Speer'in inşa ettirdiği pek çok alan Nazizm ideolojisini yansıtan, simge ve temsiller içermekteydi.

Her yıl düzenlenen Nürnberg Mitingleri'nde Naziler genel olarak, toprak bütünlüğü ve milli birlik propagandası yapmaktaydı (Rossol, 2010:103). Nürnberg Mitingleri, Goebbels tarafından titizlikle koordine edilmekteydi. Miting alanlarının her köşesi NSDAP'nin propagandasını yansıtan unsurlar ile doldurulmuştu.

Naziler, Nürnberg Mitingleri'ndeki etkiyi en üst düzeye çıkarabilmek için mümkün olduğunca çok kişinin mitinge katılımını sağlamaktaydı (Sinclair, 1938:572). Bunun için mitingin sıkı ve kasvetli olmamasına özen gösterilmekteydi. Miting alanının pek çok yerinde insanların dinlenebileceği ve hatta eğlenebileceği mekanlar bile düşünülmüştü. Nazi propagandasındaki amaç, NSDAP üyelerini alanda uzun süre tutabilmektir.

Müzik, Goebbels'in propagandasının önemli bir ayağını oluşturmaktaydı. Nitekim, müzik bilginin propaganda amaçlı daha akıcı ve kalıcı bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır (Karaburun Doğan, 2018:259). Bu yüzden Nürnberg Mitingleri'nde Nazizm ideolojisini yansıtan müzikler özellikle ön plana çıkarılmaktaydı (Volker, 2008:46). Bu müzikler içerisinde Nazizm ideolojisini ve Hitler'i yücelten "Horst Wessel Lied" gibi NSDAP'nin parti marşları da yer almaktaydı (Çakı vd., 2018:89).

Nürnberg Mitingleri'nin en ön planında olan kişi NSDAP lideri Adolf Hitler'di. Miting alanının her köşesi Hitler'in hitap edebileceği şekilde dizayn edilmişti. Ayrıca, dönemin tüm imkanları zorlanarak, Hitler'in konuşması için miting alanının dört bir yanı hoparlörler ağı ile donatılmıştı (Akarcalı, 2003:101). Hitler'in konuşması esnasında sesinin ulaşmadığı en ufak

yer kalmamasına özen gösterilmekteydi. Hitler'in konuşmasının bitmesiyle birlikte de, Nürnberg Mitingleri'ne gelenler coşkulu bir biçimde Nazi selamı "Sieg Heil/Yaşasın Zafer" vermekteydi (Freeden, 2003:114). Aynı anda Nazi marşı Horst Wessel çalınırken, üzerinde gamalı haç figürü olan parti bayrakları da havaya kaldırılmaktaydı. Goebbels, miting alanındaki tüm propaganda öğelerini başarılı bir şekilde tek bir merkezde toplamaktaydı.

Nürnberg Mitingleri'nin propaganda amaçlı kullanıldığı bir diğer alan sinema sektörüydü (Hagen ve Ostergren, 2006:157). Hitler'in emri üzerine yönetmen Leni Riefenstahl'e çektirilen İradenin Zaferi (Sieg des Glauben) filminin pek çok sahnesi Nürnberg Mitingleri'nden alınan kesitlerden oluşmaktaydı (Loiperdinger ve Culbert, 1988:9). Riefenstahl'in propaganda filmi için Naziler büyük bir bütçe ayırmışlar ve filmi Alman halkını etkilemek amacıyla başarılı bir şekilde propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Nitekim, İradenin Zaferi filmi ile Nürnberg propaganda boyutunda daha da önemli bir hale geldi (Stupp, 1978:43). Bu çalışmada, Nürnberg Mitingleri'nin Naziler tarafından propaganda amaçlı nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma kapsamında Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetleri mitingler üzerinden açıklanacaktır.

## **Yöntem**

Çalışmada nitel araştırma metotlarından göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Bu amaçla, amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) propaganda açısından, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir.

Göstergebilim, göstergelerin iletişim sürecindeki anlamlandırmalarını ele alır (Rıfat, 2013:99). Göstergenin içerdiği anlamlar ortak kodların düzenlemesi ile meydana gelmektedir (Geray, 2014:168). Bu açıdan göstergebilim gösterge dizgelerini inceleyerek, bu ortak kodların en doğru şekilde açıklanmasını ve en doğru anlama ulaşılmasını amaçlar (Tekinalp ve Uzun, 2013:139). Göstergebilim iletilerde anlam ifade eden bu yapıları analiz eder (Fiske, 2017:130). Özetle, göstergebilim çevremizde anlam yüklü gösterge dizgelerinin iletişim boyutunda vermek istedikleri mesajların en doğru şekilde ifade edilmesi için çalışır.

Göstergebilim, 20. yüzyıldan itibaren bilim özelliği taşıdığı ve sosyal bilimler alanında bir analiz yöntemi olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu dönemde göstergebilimin ön plana çıkmasında ABD'li Charles Sanders Peirce (1839-1914) ve İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913) önemli rol oynamıştır. Özellikle Saussure, dilin herkes tarafından kabul



edilen anlamının yanında asıl mesajın verildiği ikinci bir anlamı daha olduğunu belirtmiştir (De Saussure, 2014:81). Saussure göstergenin; gösteren ve gösterilen olmak üzere iki boyutu üzerinde durur (Sığırcı, 2016:41). Gösteren, herkes tarafından kabul gören anlamı, gösterilen ise mesajı gönderen kişi tarafından kodlanan ve asıl iletilmek istenen bilgiyi kapsamaktadır.

Saussure'ün göstergebilime katkıları, zamanla onun etkisinde kalan Fransız Dil Bilimci Roland Barthes (1915-1980) tarafından geliştirilmiştir. Barthes, Saussure'ün göstergebilimdeki dil sınırını aşarak, insanların günlük yaşamlarının bir parçası olan otomobillerin, yiyeceklerin, giyeceklerin vb. her türlü göstergenin bir anlamı olduğunu ifade etmiştir (Guiraud, 2016:134). Bu açıdan insanların giydikleri kıyafetlerden, beden diline kadar göstergebilimin geniş bir alanı incelediğini ifade etmiştir (Barthes, 2017:48). Örneğin, Barthes, bir filmin sahnesinde oyuncunun makyajından, yüzünde oluşturulmuş yapay çizgilere kadar pek çok şeyin bir anlamlandırma sürecinin ürünü olduğunu söylemiştir (2014:65). Barthes, mesajın doğrudan dil yoluyla değil göstergeler dizgesiyle ifade edildiğini belirtmektedir.

Barthes, göstergebilimdeki gelişmenin dünyanın anlamlandırılması ile doğru orantılı olduğuna inanmaktadır (2016a:187). Barthes, göstergebilimin pek çok bilim dalı ile ortak hareket ettiğini söyler (2015a:60). Bu açıdan göstergebilim çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Barthes göstergelerin anlamlandırılmasını düzanlam ve yananlam olarak iki aşamada ele almıştır (Kalkan Kocabay, 2008:35). Düzanlam, evrensel olarak kabul gören ve tartışma götürmeyen gerçekleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Yananlam ise, mesaj içerisinde gizlenmiş ve gönderen tarafından kodlanmış asıl anlamı ifade etmektedir. Örneğin, bir fotoğraf karesinde pek çok yananlam gizlenebilmektedir (Barthes, 2015b:196). Bu süreçte Barthes, göstergelerin yorumlanmasında kültürel kodların önemli rol oynadığının altını çizer (2016b:40). Nitekim, göstergelerin kültürden kültüre farklılaşabileceğini ifade eder (Barthes, 2008:14). Göstergelerden oluşan dizgelerin doğru bir şekilde ifade edilebilmesi için incelenen kültürün iyi bilinmesi ve oluşturulan kültürel kodların doğru okunması gerektiğinin altını çizer.

Bu amaçla çalışma kapsamında incelenen mitingler, yalnızca beş fotoğraf üzerinden Barthes'ın göstergebilimsel analiz metoduna tabi tutulmamıştır. Çalışma kapsamında Nürnberg Mitingleri ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, Nazizm ideolojisi, NSDAP'nin kuruluşu ve Nazilerin iktidara geliş süreci de kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında gerekli literatür incelendikten sonra miting fotoğraflarına yansıyan göstergeler ile birlikte Nürnberg Mitingleri'nin propaganda amaçlı kullanımı, Barthes'ın düzanlam, yananlam, metafor, metonimi ve mit olguları ışığında yorumlanmıştır.

Bu açıdan çalışmanın uygulama bölümünde mitingler ile ilgili yer alan bilgilerin yalnızca fotoğraflar üzerinden değerlendirilmediği bir kez daha belirtilmelidir.

*Mit*, bir kültürün çevresinde yaşanan gelişmeleri açıklama amacıyla meydana getirdiği öyküleri ifade etmektedir. *Metafor*, bir sözcüğün başka bir sözcük yerine eğreti kullanılmasıdır. Metonimi ise, birbirleri arasında belirli bir benzerlik bulunan iki kavramdan birinin diğeri yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016:146).

1923-1938 yılları arasında gerçekleşen Nürnberg Mitingleri'nde çekilen tüm fotoğraflar çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm fotoğraflara ulaşmadaki imkansızlıklardan dolayı çalışmada amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) üzerinden incelemede bulunulmuştur.

Yalnızca beş propaganda fotoğrafı üzerinden analizde bulunulması ve bulguların evren üzerinden değerlendirilmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan mitinglerin propaganda rolünün yalnızca Barthes'ın düzenlam ve yananlam boyutunda ele alınması da çalışmanın diğeri önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

### **Nürnberg Miting Fotoğraflarının Göstergebilimsel Analizi**

Çalışmanın bu bölümünde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş ve propaganda amaçlı kullanılmış beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) üzerinden, Nürnberg Mitingleri'nin propaganda rolü Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzenlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir.

#### **"Üniformalılar" Propaganda Fotoğrafı**

Barthes'ın düzenlam boyutunda değerlendirildiğinde "Üniformalılar" propaganda fotoğrafında üzerlerinde asker üniforması olan ve başlarına kask takmış NSDAP üyeleri görülmektedir. Üyeler, Hitler'in konuşma yaptığı kürsüye doğru hizalı bir şekilde dizilmişlerdir. Kürsünün sol ve sağ taraflarında iki büyük kartal figürü görülmektedir. Hitler'in konuşma yapacağı kürsünün hemen arkasında ise yine hizalı bir şekilde dizilmiş üç gamalı haç figürlü Nazi bayrağı gözlemlenmektedir.

Barthes, anlam dizgesi içerisinde göstergelerin bulunduğu kültürel kodlar içinde açıklanması gerektiğini belirtir. Bu açıdan mitingdeki göstergelerin doğru okunabilmesi için NSDAP'nin yapısının iyi açıklanması gerekmektedir. NSDAP, paramiliter bir harekettir. NSDAP'ye bağlı SA (Sturmabteilung/Fırtına Bölüğü) ve SS (Schutzstaffel/Koruma Birimi)

adındaki iki grubun üyeleri, askeri uniformalar giymekte ve kimi zaman yanlarında silah taşımaktadır. NSDAP, uluslar arası arenada saldırgan ve tehditkâr bir siyaset gütmektedir. Parti, üyelerini gelecekte patlak vereceğine inandığı bir savaş için hazırlamaktadır. Nitekim Naziler, Lebensraum (Yaşan Alanı) adını verdikleri bir politika güderek Almanların yaşam alanlarını doğuya doğru genişletme planı yapmaktadır. Miting, bu fikrin somut bir hazırlığı olarak düzenlenmektedir. Miting gelecekte çıkacak olan savaşın bir nevi provasını olarak hazırlanmıştır. Yananlam boyutunda mitingde oluşturulan kalabalığın asıl amacı militarist bir hava meydana getirerek, Nazizm düşmanlarına karşı bir göz dağı vermektir.

Miting alanında Hitler'in kürsüsünün hemen arkasına yerleştirilen hizalı üç bayrak ve hemen yanlarında bulunan iki kartal figürü NSDAP'nin ve Nazizm ideolojisinin birer metonimi olarak kullanılmıştır. Mitingin her köşesinde Nazizm ideolojisinin bir uzantısı yer almakta, parti üyeleri sürekli olarak ideolojinin etkisi altına alınmaya çalışılmaktadır. Mitingde, gelecekte savaşın kaçınılmaz olduğu ve bundan dolayı her Alman vatandaşının savaşa hazır olması gerektiği miti inşa edilmektedir. Mitingde çekilen bu propaganda fotoğrafı "korku" ve "disiplin" metaforu olarak ön plana çıkmaktadır.

### **"Bayraklar" Propaganda Fotoğrafı**

"Bayraklar" propaganda fotoğrafında, düzenlem boyutunda üzerinde NSDAP yazan, gamalı haç ve kartal figürü bulunan Nazi Almanyası'nın bayraklarını taşıyan NSDAP parti üyeleri görülmektedir. Miting alanında bulunan insanlar o kadar kalabalıktır ki, fotoğraf içerisinde mitingün nerede sonlandığı anlaşılamamaktadır. Fotoğrafın hemen arkasında ise sıralanmış devasa Nazi Almanyası'nın bayrakları bulunmaktadır. Mitingdeki kalabalığın hemen ortasından bir yol geçmektedir. İnsanlar yolun kenarında hizalı bir şekilde beklemektedir.

Fotoğrafta yer alan bayraklar, gamalı haç ve kartal figürleri Nazizm ideolojisinin birer metonimidir. Mitingde bulunan insanlar, günümüzdeki siyasi mitinglerden farklı olarak askeri nizam içerisinde hizalı bir şekilde sıralanmıştır. NSDAP üyelerinin sıralanışlarındaki nizam, NSDAP'nin paramiliter bir hareket olduğunun bir işaretidir. Üyelerin taşıdıkları bayrakların büyüklüğü ve hemen hemen her üyenin elinde bir bayrağın olması mitingdeki görsel zenginliği ve kalabalığın oluşturduğu etkiyi arttırmaktadır. Diğer yandan Leni Riefenstahl'in *İradenin Zaferi* adlı Nazi propaganda filminin de temel konusunu oluşturan ellerinde bayrak tutan NSDAP üyelerinin her biri, Almanya'nın farklı bir şehrini temsil etmektedir. Mitingde, Almanya'nın her köşesinden insanların mitinge akın ettiği, mitingün yalnızca NSDAP'nin değil tüm Almanya'nın mitingü olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Miting, "birlik" ve "düzen" metaforu olarak ön plana çıkarılmıştır.

### **"Etkinlikler" Propaganda Fotoğrafi**

"Etkinlikler" adlı propaganda fotoğrafında düz anlam boyutunda NSDAP üyesi kadınların Nürnberg Mitingleri'nin yapıldığı meydanda el ele tutuştukları görülmektedir. Kadınların üzerinde Alman yerel kıyafetleri bulunmaktadır. Miting alanının hemen arkasında devasa boyutta bir gamalı haç figürü ve hizalı bir şekilde dizilmiş, üzerinde gamalı haç bulunan bayraklar yer almaktadır.

Mitingdeki sunum kodları içerisinde yer alan gamalı haç figürü ve gamalı haç amblemlili bayraklar NSDAP'nin ve Nazizm ideolojisinin birer metonimi olarak kullanılmaktadır. Kadınların giydiği yerel kıyafetler, Nazizm ideolojisinin milliyetçi fikirlerinin yansımasıdır. Naziler Alman kadınlarının Nazizm ideolojisine göre eğitilmesine büyük önem vermiştir. Bu amaçla NSDAP'ye bağlı Alman Kız Birliği (Bund Deutscher Mädel, BDM) oluşturularak, Alman kızların Nazizm öğretileri temelinde eğitim alması sağlanmıştır. Kadınların parti için yapmış olduğu gösteri, Nazi sembollerinin altında Nazizm ideolojisinin gölgesinde yapılmaktadır. Mitingde NSDAP'in her şeyin üzerinde olduğu ve mutlak otoritenin Nazizm ideolojisi olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Mitingde yapılan her etkinliğin koordineli bir biçimde sürdürüldüğü anlatılmaktadır. Miting, "disiplin" ve "otorite" metaforu olarak sunulmaktadır.

### **"Hitler" Propaganda Fotoğrafi**

"Hitler" propaganda fotoğrafı düz anlam boyutunda, büyük bir kalabalığı ve kalabalığın hemen ortasından geçen bir yolu göstermektedir. Nitekim yolun kenarında dizilen insanlar, askeri birlikleri andırır mahiyette hizalı ve nizami bir şekilde durmaktadır. Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler yanında SS lideri Heinrich Himmler ve SA lideri Viktor Lutze ile birlikte bir mozolenin başında beklemektedirler.

Nürnberg Mitingi'nde yanan anlam boyutunda tüm dikkatin Hitler üzerine odaklanması sağlanmaktadır. Hitler geniş kalabalıkları yaran yolda, yardımcılarını Himmler ve Lutze ile birlikte mozoleye geçmiş ve saygı durumunda bulunmaktadır. Kitleler tüm dikkatleriyle Hitler'e odaklanmaktadır. Miting alanında Nazizm ideolojisini temsil eden parti bayrakları, yolun hemen başına yerleştirilmiştir. Mozolenin hemen arkasında da ellerinde Nazi Almanyası'nın bayrağı olan NSDAP üyeleri bulunmaktadır. NSDAP üyeleri, 1923 yılında gerçekleştirdikleri başarısız Birahane Darbesi'nde bazı arkadaşlarını kaybetmişlerdi. Naziler, 1933 yılında iktidara geldiklerinde ölen bu kişilere kutsiyet atfederek, onları kahramanlaştırmış ve her yıl düzenlenen mitinglerde onları anmışlardı. Birahane Darbesi'nde ölenlerin Nürnberg Mitingi'nde anılmasının temel nedeni; "NSDAP'nin iktidara gelirken çok

büyük fedakarlıklar yaptıkları ve iktidarı kanlarıyla elde ettikleri" mitinin inşa edilmesidir. Mitingde Hitler'in merkezi bir yerde konumlandırılmasındaki temel neden ise Hitler'in yüceltilmesi ve onun kült lider olarak ortaya çıkarılmaya çalışılmasıdır. Miting fotoğrafında verilmek istenen yananlam; yüz binlerce Alman vatandaşının Hitler'in arkasında olduğu ve Hitler için gerekirse Birahane Darbesi'nde olduğu gibi canlarını ortaya koyabilecekleridir. Miting fotoğrafı üzerinden anlaşılammakla birlikte, mitingde Nazizm ideolojisini temsil eden "Horst Wessel" benzeri parti marşları çalınmaktadır. Nitekim çalan marşlar ile NSDAP üyelerinin coşkusu daha da artırılmaktadır. Mitingde ön plana çıkarılan Hitler, "otorite" ve "güç" metaforu olarak belirlemektedir.

### **"Işıklandırma" Propaganda Fotoğrafı**

Çalışma kapsamında son olarak incelenen "Işıklandırma" propaganda fotoğrafı diğer fotoğraflardan farklı bir özelliğe sahiptir. Düzanlam boyutunda bu fotoğrafta verilen mesaj, mitingin gece de devam ettiği yönündedir. Naziler gökyüzünü bile aydınlatabilecek mahiyetteki devasa ışıklar ile miting alanını aydınlatmaktadır. Tribünlerdeki insanlar sabah olduğu gibi aynı kalabalıkta ve aynı coşku içerisinde. NSDAP üyeleri sağ ellerini kaldırarak mitingdeki coşkuyu arttırmaktadır.

Miting meydanındaki ışıklar bitmeyen gücün temsili olarak yansıtılmaktadır. Miting gece geç saatlere kadar, gökyüzünü bile aydınlatan devasa ışıklar ile renklendirilmekte ve NSDAP üyelerinin coşkusunun devam etmesi sağlanmaktadır. Mitingin gece yapılması Nürnberg Mitingi'ni diğer mitinglerden farklılaştırmakta ve onu farklı bir noktaya taşımaktadır. NSDAP'nin gücünün sınır tanımaz olduğu miti miting içerisinde inşa edilmeye çalışılmıştır. Mitingde "güç", "otorite" ve "denetim" metaforlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Mitingin gece de devam etmesi Propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels'in "sürekli propaganda" kavramı ile doğru orantılıdır. Goebbels, yapılan propagandanın sürekliliğinin ve tekrar odaklı olmasının kitleler üzerinde etkiyi arttırdığını savunmaktadır. Bu açıdan mitingin tüm imkanlar zorlanarak gece devam etmesi NSDAP'nin bir nevi güç gösterisi olarak değerlendirilebilmektedir.

### **Sonuç**

Mitingler, siyasi partilerin kitlelerine doğrudan seslenebildiği ve rakiplerine karşı güç gösterisinde bulunduğu bir tür propaganda faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Modern anlamda ilk siyasi miting örnekleri 20. yüzyılın başlarında görülmeye başlanmıştır. Bu süreçte mitingler demokratik yönetimlerde meydana geldiği gibi, Nazizm, Faşizm ve Komünizm gibi

ideolojilerin hakim olduğu totaliter yönetimlerde de gerçekleştirilmiştir. Sovyet Rusya'da Vladimir Lenin (1870-1924) Bolşeviklerin, Faşist İtalya'da Benito Mussolini (1883-1945) Kara Gömleklilerin, Nazi Almanyası'nda ise Adolf Hitler (1889-1945) NSDAP üyelerinin geniş katılımları ile oluşan mitingleri propaganda aracı olarak kullanmıştır. Özellikle Nazi Almanyası'nda (1933-1945), NSDAP'nin parti günü olarak kutlanılan Nürnberg Mitingleri tarihteki en başarılı propaganda mitinglerinden biri olarak yerini almıştır.

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası döneminde her yıl düzenlenen Nürnberg Mitingleri'nin propagandadaki rolü ele alınmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen Nürnberg Mitingleri'nde çekilmiş ve propaganda amaçlı kullanılmış beş farklı fotoğraf (Üniformalılar, Bayraklar, Etkinlikler, Hitler, Işıklandırma) üzerinden, Nürnberg Mitingleri'nin propaganda rolü Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'in düzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiş ve mitinglerin propagandadaki rolü üzerine önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Nürnberg mitinglerinde propaganda boyutunda; Nazizm ideolojisinin yüceltildiği, Adolf Hitler'in kült lider olarak inşa edildiği, NSDAP üyeleri arasında güç birliği ve dayanışmanın arttırıldığı ve daha da önemlisi Nazilerin tüm düşmanlarına gövde gösterisi yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu amaçla devasa hoparlörden, ışıklandırmalardan, büyük bandolardan ve dönemin en teknolojik kitle iletişim araçlarından propaganda boyutunda destek alındığı çalışma kapsamında tespit edilmiştir.

Mitinglerdeki devasa boyutta gamalı haç figürleri miting alanının her yerini kaplamaktadır. Diğer yandan NSDAP üyelerinin taşıdıkları gamalı haç bayrakları da Nazizm ideolojisini temsil eden metonimi olarak kullanılmıştır. Mitinglerde gamalı haçtan sonra Nazizm ideolojisini ve NSDAP'yi temsil eden metonimi yine devasa boyutlarda hazırlanan kartal figürleridir. Mitinge gelenlerin Nazizm ideolojisini ve NSDAP'nin gücünü her yerde hissedebilmeleri için ön plana çıkan bu metonimler, Naziler tarafından mitingin her köşesine kusursuz bir şekilde yerleştirilmiştir.

Nazi propagandası, Nürnberg Mitingleri ile NSDAP üyelerinin zihinlerinde bazı mitleri inşa etme çabası içine girmektedir. Bu mitler; NSDAP'nin Almanya'nın dört bir yanından gelen Alman vatandaşlarınca desteklendiği, Almanya'ya karşı gelecekte çıkacağına inanılan savaşta NSDAP üyelerinin hazır bulunduğu, Nazizm ideolojisinin büyük kitleler üzerinde otorite kurabildiği ve Almanya'da büyük bir desteğe sahip olduğu şeklindedir.

Nürnberg Mitingleri'nde kitleler, askeri birlikler gibi nizami bir şekilde sıralanmaktadır. NSDAP lideri Adolf Hitler konuşma yaptığında, tüm parti üyeleri aynı anda

Nazi Selamı vererek "Sieg Heil/Yaşasın Zafer" ve "Heil Hitler/Yaşasın Hitler" şeklinde bağırılmaktadır. Naziler, mitinglerde oluşturulan bu sinerjiyi rakiplerine karşı göz dağı maksadıyla propaganda amaçlı kullanmıştır. Fotoğraflarda mitingler, "otorite", "güç", "hiyerarşi", "disiplin" gibi totaliter yönetimlerde sık görülen metaforlar olarak sunulmuştur.

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası'ndaki Nürnberg Mitingleri özelinde, mitinglerin propagandadaki rolü açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma alanda ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Gelecek çalışmaların, mevcut çalışmadan yararlanarak günümüzdeki mitingleri incelemesi ve geçmiş ile günümüz arasında kıyaslamalarda bulunmasının alana önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

### **Kaynaklar**

- Akan, Ersin (2009) **Hitler'in Sığınakları, Evleri, Gizli Karargahları, Berlin'deki Şansölyelik ve Bunker**. İstanbul: Kastaş Yayınları.
- Akarcalı, Sezer (2003) **İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda**. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Altun, Sibel Uçkaç (2015) "Hitler Almanyası'nda Sanat ve Propaganda", **Sanat ve Tasarım Dergisi**, V. 1, No. 5, s. 23-39.
- Aziz, Aysel (2007) **Siyasal İletişim**. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barthes, Roland (2008) **Ara Olaylar**, Çev. Sema Rifat. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, Roland (2014) **Çağdaş Söylenler**, Çev. Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, Roland (2015a) **Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi**. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 2. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, Roland (2015b) **Yazı ve Yorum**, Çev: Tahsin Yücel. 4. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, Roland (2016a) **Göstergebilimsel Serüven**, Çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat, 8.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, Roland (2016b) **S/Z**. Çev. Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, Roland (2017) **Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik**. Çev. Ayşenaz Koş, Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Çakı, Caner, Karaburun Doğan, Derya ve Yılmaz, Nurcan (2018). "Horst-Wessel" Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No. 46, s. 89-110.

- akı, Caner (2018) "Propaganda", **İletişim ve Propaganda**, Mustafa Karaca ve Caner akı (ed.), Konya: Eğitim Yayınevi, s.13-44.
- akı, Caner, Zorlu, Yaşar, Karaca, Mustafa (2017) "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi", **Sosyoloji Konferansları - İstanbul Journal of Sociological Studies** No: 56 (2017-2), s. 65-93.
- De Saussure, Ferdinand (2014) **Genel Dilbilim Yazıları**, Çev. Savaş Kılıç, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Dietzfelbinger, Eckart & Liedtke, Gerhard (2004) **Nürnberg-Ort der Massen: das Reichsparteitagsgelände: Vorgeschichte und schwieriges Erbe**. Berlin: Ch. Links Verlag.
- Erol, E. Gülbuğ., Cerrahoğlu, Necati & akı, Caner (2017) "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme", **IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi**, Ordu, s. 1234-1249.
- Fiske, John (2017) **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Çev. Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Freden, Michael (2003) **Ideology: A Very Short Introduction (Vol. 95)**. USA: Oxford University Press.
- German War Machine (2018) <https://germanwarmachine.com/timelines/third-reich-day-by-day/third-reich-1934/december-1934>, 14.04.2018.
- Geray, Haluk (2014) **İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş**. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Giesen, Rolf (2003) **Nazi Propaganda Films: A History And Filmography**. USA: McFarland.
- Guiraud, Pierre (2016) **Göstergebilim**. Çev., Mehmet Yalçın. 3.Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Hagen, Joshua ve Ostergren, Robert (2006) "Spectacle, Architecture and Place At The Nuremberg Party Rallies: Projecting A Nazi Vision of Past, Present and Future" **Cultural Geographies**, V. 13, No. 2, pp. 157-181.
- "Historyinorbit" (2018a) <https://www.historyinorbit.com/11-incredible-photos-of-nazi-germany/>, 14.04.2018.
- "Historyinorbit" (2018b) <https://www.historyinorbit.com/11-incredible-photos-of-nazi-germany/5/>, 14.04.2018.
- Kalkan Kocabay, Hasibe (2008) **Tiyatroda Göstergebilim**. 1. Basım. İstanbul: E Yayınları.



- Karaburun Doğan, Derya (2018) "Propaganda, Din ve Müzik", **İletişim ve Propaganda**, Mustafa Karaca ve Caner Çakı (ed.), Konya: Eğitim Yayınevi, s.255-282.
- Kasım, Metin (2011) "Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo", **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, C. 6, No. 4, s. 64-75.
- Kuruoğlu, Huriye (2006) **Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Loiperdinger, Martin & Culbert, David (1988) "Leni Riefenstahl, the SA, and the Nazi Party Rally Films, Nuremberg 1933–1934: 'Sieg des Glaubens' and 'Triumph des Willens'". **Historical Journal of Film Radio and Television**, V. 8, No. 1, pp. 3-38.
- Macdonald, Sharon (2006) "Mediating Heritage: Tour Guides at The Former Nazi Party Rally Grounds, Nuremberg" **Tourist Studies**, V. 6, No. 2, pp. 119-138.
- Macdonald, Sharon (2009) "Reassembling Nuremberg, Reassembling Heritage" **Journal of Cultural Economy**, V. , No. 1-2, pp. 117-134.
- Marcus, Alan (2004) "Reappraising Riefenstahl's Triumph of the Will" **Film Studies**, V. 4, No. 1, pp. 75-86.
- Öymen, Onur (2014) **Bir Propaganda Silahı Olarak Basın**. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Pagaard, Stephen (2005) "Teaching the Nazi Dictatorship: Focus on Youth" **The History Teacher**, V. 38, No. 2, pp. 189-207.
- Rıfat, Mehmet (2013) **Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar**. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rossol, Nadine (2010) "Party Rallies and the Thingspiel in the Third Reich. In Performing the Nation in Interwar Germany" (pp. 102-120). Palgrave Macmillan, London.
- Seltzer, William (1998) "Population Statistics, the Holocaust, and the Nuremberg Trials" **Population and Development Review**, 511-552.
- Sığırcı, İlhami (2016) **Göstergibilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma**. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sinclair, Thornton (1938) "The Nazi Party Rally at Nuremberg" **The Public Opinion Quarterly**, V. 2, No. 4, pp. 570-583.
- Steimle, Theodor (1943) "Das Ortsrecht der Stadt der Reichsparteitage Nürnberg, Loseblatt-Buchausgabe in Großformat", **Archiv des öffentlichen Rechts**, V. 72 (N.F. 33), No. 1 (1943), pp. 84-86.
- Stupp, Vicki O'Donnell (1978) "Myth, Meaning, and Message in The Triumph of the Will". **Film Criticism**, V. 2, No. 2/3, pp. 40-49.

- Tanyeri Mazıcı, Emel ve akı, Caner (2018) "Adolf Hitler'in Korku ekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". **Erciyes İletişim Dergisi**, C. 5, No. 3, pp. 290-306.
- Tarhan, Nevzat (2010). **Psikolojik Savaş, Gri Propaganda**. 13.Baskı. İstanbul:Timaş Yayınları.
- Tekinalp, şermin ve Uzun, Ruhdan (2013) **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- "Themistrunsred" (2018a) <https://themistrunsred.deviantart.com/art/back-view-of-a-rally-in-Nuremberg-316805100>, 14.04.2018.
- "Themistrunsred" (2018b) <https://themistrunsred.deviantart.com/art/Massive-Nazi-Rally-315959525>, 14.04.2018.
- Volker, Reimar (2008) "Herbert Windt's Film Music To Triumph of The Will: Ersatz Wagner or Incidental Music to The Ultimate Nazi-Gesamtkunstwerk. Composing for the Screen in Germany and the USSR" **Cultural Politics and Propaganda**, 39-53.
- Yaylagül, Levent (2017) **Kitle İletişim Kuramları. Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**. 8. Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yücel, Erdiņ (2017) **Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsi**, İstanbul: Karakarga Yayınları.

## Ekler



**Fotoğraf 1:** "Üniformalılar" Propaganda Fotoğrafı

**Kaynak:** (Themistrunsred, 2018a)



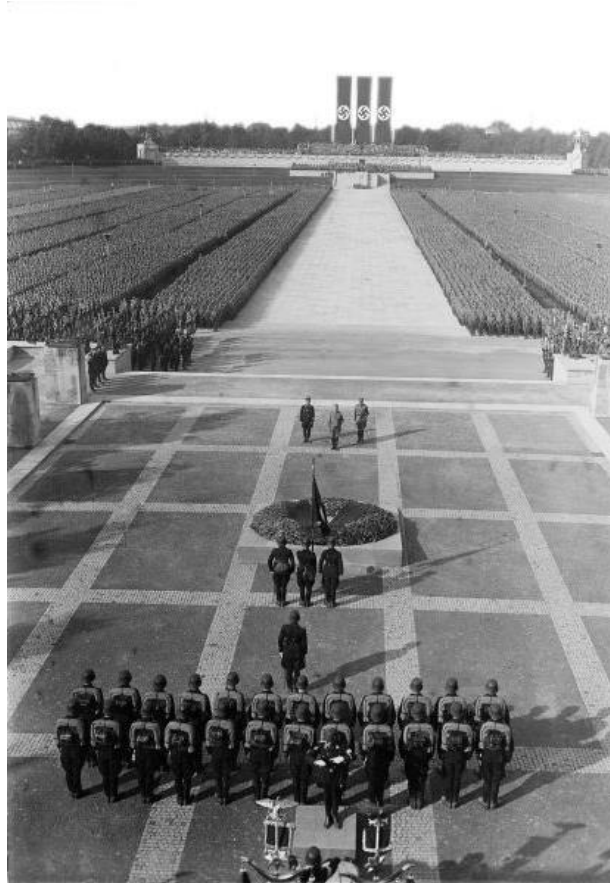
**Fotoğraf 2:** "Bayraklar" Propaganda Fotoğrafı

**Kaynak:** (Historyinorbit, 2018a)



**Fotoğraf 3:** "Etkinlikler" Propaganda Fotoğrafi

**Kaynak:** (Historyinorbit, 2018b)



**Fotoğraf 4:** "Hitler" Propaganda Fotoğrafi

**Kaynak:** (German War Machine, 2018)



**Fotoğraf 5:** "Işıklandırma" Propaganda Fotoğrafı

**Kaynak:** (Themistrunsred, 2018b)