



INIJOSS

İnönü University International Journal of Social Sciences / İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi,

Volume/Cilt 8, Number/Sayı 1, (2019)

<http://inonu.edu.tr/tr/inijoss> --- <http://dergipark.gov.tr/inijoss>

ARAŞTIRMA MAKALEŞİ | RESEARCH ARTICLE

Gönderim Tarihi: 19.03.2019 | Kabul Tarihi: 06.05.2019

HİPODERMİK İĞNE MODELİ BAĞLAMINDA NAZİ PROPAGANDASININ WALT DİSNEY ÇİZGİ FİMLERİNDE ELEŞTİRİSİ

Caner ÇAKI

İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi
caner.caki@inonu.edu.tr
<http://orcid.org/0000-0002-1523-4649>.

Atıf / Citation: Çakı C. (2019). Hipodermik İğne Modeli Bağlamında Nazi Propagandasının Walt Disney Çizgi Filmlerinde Eleştirisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, (INIJOSS)*, 8(1), 292-307.

Özet

Çizgi filmler, 2. Dünya Savaşında Müttefik Devletler Bloğu'nda yer alan Amerika Birleşik Devletleri tarafından, Nazi Almanyası'na karşı propaganda aracı olarak kullanıldı. Bu amaçla, ABD'nin en popüler medya şirketi olan Walt Disney, Amerikan propagandasında aktif olarak rol aldı. Bu süreçte Walt Disney çizgi filmlerinde Nazilerin Alman halkını tıpkı Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli'n de belirttiği gibi propaganda yoluyla etkilediği anlatıldı. Nitekim, çizgi filmler Alman halkının zihinlerinin tamamen Nazilerin kontrolü altına girdiğini vurguladı. Bu çalışmada, Listverse'nin belirlediği en ünlü 10 Nazi karşıtı Walt Disney yapımı çizgi film içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen üç çizgi filmde, ABD propagandasının Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında Nazileri ne yönde sunduğu incelendi. Çalışma kapsamında incelenen çizgi filmler, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'in düzanlam (detonation) ve yananlam (connotation) boyutunda analiz edildi. Elde edilen bulgular ışığında, propaganda amaçlı kullanılan çizgi filmlerde; Nazilerin kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanarak Alman halkı üzerinde tahakküm kurduğu ve nihayetinde propagandanın etkisiyle Almanların Hitler'in her dediğini yaptığı ortaya çıkarıldı.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Çizgi Film, Nazizm, Hipodermik İğne, Göstergebilim

THE CRITICISM IN THE WALT DISNEY CARTOONS OF THE NAZI PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF THE HYPODERMIC NEEDLE THEORY

Abstract

Cartoons were used as a propaganda tool by the United States which was in the Allied States Bloc in World War II against Nazi Germany. At this stage, Walt Disney, USA's most popular media company, was actively involved in American propaganda. In this process, Walt Disney cartoons told that the Nazis influenced the Germans through propaganda, just as Harold Lasswell had stated in the Hypodermic Needle Model. Infact, they emphasized that the minds of the German people were under the control of the Nazis. In this study, we tried to see how three cartoon films chosen by using the purposeful sampling method in the first 10 of the most famous anti-Nazi the Walt Disney cartoons selected by Listverse presented the use of the USA propaganda against Nazisin the context of Harold Lasswell's Hypodermic Needle Theory. Cartoons examined within the scope of the study were analyzed in terms of the detonation and connotation of the French linguist Roland Barthes, using the semiotics analysis method in the qualitative research methods. In the light of the findings obtained, in cartoons used for propaganda purposes; it was revealed that the Nazis effectively controlled the masses using the mass media tools and that the Germans did everything what Hitler had to say under the influence of propaganda.

Keywords: Propaganda, Cartoon, Nazism, HypodermicNeedle, Semiotics

Giriş

Tarihte bilinen ilk çizgi film Fantasmagorie, Fransa'da 1908 yılında üretildi. Ardından üretilen çizgi filmler sürekli olarak geliştirildi. 1917 yılında ilk uzun metraj çizgi film, 1920'de ilk renkli çizgi film, 1928'de ilk sesli çizgi film ve 1937'de de ilk uzun metraj sesli çizgi film üretildi. 1932 yılında ABD'de Walt Disney Stüdyoları'nın kurulmasıyla birlikte de çizgi filmler altın çağını yaşamaya başladı. Bu dönemde, Mickey Mouse, Donald Duck gibi Walt Disney çizgi film karakterleri uluslararası alanda büyük bir şöhret elde etti. Walt Disney'in kurulduğu ilk yıllarda üretilen çizgi filmler genel olarak güldürü ve eğlence odaklıydı. Buna karşın 1941 yılının Aralık ayında ABD'nin Müttefik Devletleri'nin yanında savaş girmesiyle birlikte, Walt Disney çizgi filmleri siyasi ve ideolojik konuları da irdelemeye başladı. Özellikle, Walt Disney ülke genelinde yürütülen propaganda faaliyetlerine katılarak, anti-Nazi çizgi filmler üretmeye başladı. Walt Disney, bu süreçte Nazilerin propagandayı etkin bir şekilde kullanarak, tıpkı Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli'nde iddia ettiği gibi Alman kamuoyunu güçlü bir şekilde etkilediklerini ve her istediklerini yaptırdıklarını konu alan çizgi filmler yayınlamıştır. Bu çalışmada ele alınan çizgi filmlerde, Lasswell'in Hipodermik İğne Kuramı bağlamında Nazi propagandasını ne yönde sunduğu ortaya konulmaya çalışıldı.

Alanda özellikle son yıllarda çizgi filmleri konu alan bazı önemli çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunlar içerisinde öne çıkan bazı çalışmalar; Eşitti (2016) "Çizgi Filmlerde Küresel ve Yerel Kültürün İnşası: Caillou ve Pepee Örneği" adlı çalışmasında Caillou çizgi filmi özelinde çizgi filmlerin küresel, Pepe adlı çizgi film özelinde de çizgi filmlerin yerel (ulusal) sunum kodları üzerinden analizde bulunmuştur. Caillou adlı çizgi filmde ulus ötesi değerlerin kitlelere yansıtıldığı ve yerel değerlerin unutturulduğu, Pepe'nin ise yerel kültürel kodları izleyicilerine hatırlattığı sonucuna ulaşmıştır. Ay ve Korkmaz, (2017), "Sosyal Bilgiler Programında Yer Alan Değerler ve Kültürel Öğeler Bağlamında 'Küçük Hezarfen' Çizgi Filmi" adlı çalışmada Küçük Hezarfen çizgi filmi özelinde, çizgi filmlerde verilmek istenen kültürel kodları incelemiştir. Elde edilen bulgular kültürel boyutta değerlendirilerek, tablolastırılmıştır.

Yaşar ve Paksoy (2011), "Çizgi Filmlerdeki Saldırgan İçerikli Görüntülerin, Çocukların Serbest Oyunları Sırasındaki Saldırganlık Düzeylerine Etkisi" adlı çalışmada çizgi filmlerin çocukların saldırganlık davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Elde edilen bulgular ışığında, çocukların izledikleri çizgi filmlerde gördükleri şiddet eylemlerini günlük yaşamlarına yansıtıklarını saptanmıştır. Kaba (2014), "Çizgi Filmlerde Grafik İfade ve Konu Açısından Kültürel Etkiler: Türk Çizgi Film Örnekleri" adlı çalışmada kültürel etkiler, grafik ifade ve tema açısından araştırılarak, çizgi filmlerde verilen kültürel mesajlar ortaya konmaya çalışılmıştır. Temizyürek ve Acar (2014), "Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi" adlı çalışmada çizgi filmlerdeki subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda, çizgi filmlerde yapımcıların etkisinde ikna odaklı subliminal mesajların verildiği bulunmuştur.

Nazi Almanyası'nı, Adolf Hitler'i ve Nazizm ideolojisini inceleyen son yıllarda Türkiye'de önemli çalışmalar yapıldığı da görülmektedir. Bunlar içerisinde: Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada kamu spotları reklamlarında Adolf Hitler'in korku çekiciliği bağlamında kullanımını; Erol vd. (2017), "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme" adlı çalışmada Nazi Almanyası dönemindeki eğitim yapısını; Çakı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada Nazi propagandasının İtalya üzerindeki etkisini; Çakı (2018b), "Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Nazilerin propaganda amaçlı mitingleri kullanımını; Çakı ve Gazi (2018), "Nazi Almanyası'nda Basılan Propaganda Karikatürlerinde Siyahilerin Sunumu" adlı çalışmada karikatürler üzerinden Nazi Almanyası siyahilerin sunumunu; Zorlu vd. (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: Kırımlı Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada da Nazizm ideolojisinin Türk sinemasında sunumunu; Çakı ve Gülada (2018), "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada Nazi Almanyası etkisindeki Vichy Fransası'nın propaganda faaliyetlerini; Çakı (2018b) "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada da Nazi Almanyası etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin propaganda faaliyetlerini ele almıştır.

Ulusal alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda çizgi filmlerin propaganda amaçlı kullanımını ele alan yalnızca Çakı'nın (2018c) "İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme" adlı çalışması olduğu görülmüştür. Çakı, çalışma kapsamında Normandiya Çıkarması öncesinde Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından hazırlanan propaganda amaçlı iki farklı çizgi filmi analiz etmiştir. Bu çalışmada ABD yapımı çizgi filmler üzerinden Nazi propagandasına yönelik yapılan eleştiriler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. İkinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'ne Genel Bakış

1 Eylül 1939 yılında Nazilerin Polonya'ya saldırması ile 2. Dünya Savaşı başlamıştı. Bunun üzerine İngiltere ve Fransa Nazi Almanyası'na savaş açarak, Polonya'nın yanında yer aldı. Buna karşın ABD, 1. Dünya Savaşı'ndaki müttefikleri İngiltere ve Fransa'nın yanında yer almayarak tarafsızlığını ilan etti. Nitekim, 1914 yılının Temmuz'unda 1. Dünya Savaşı başladığında da ABD ilk etapta savaşa dahil olmamış, 1917 yılında Alman denizaltılarının ABD gemilerine yol açtığı zararlar telafi edilemez boyuta gelince, İtilaf Devletleri'nin yanında savaşa katılmak zorunda kalmıştı. ABD'nin 2. Dünya Savaşı'na girmemesinin en büyük nedeni ABD kamuoyunun savaşa olan

isteksizliği idi. Buna karşın ABD, savaşa katılmasa da Müttefik Devletlere yönelik askeri ve mali yardımlarda bulunmuştur (Kissenger, 2010: 365). ABD'nin tarafsızlığı Nazi Almanyası'nın Avrupa'da hızlı bir şekilde ilerlemesine yol açtı. Naziler 1941 yılının yazında Avrupa'nın büyük bir bölümünü işgal etmeyi başardılar. 22 Haziran 1941 tarihinde de, Nazi Almanyası Sovyetler Birliği'ne yönelik genel bir saldırı başlattı.

7 Aralık 1941 yılında, Nazi Almanyası'nın müttefiki Japon İmparatorluğu ABD'nin Hawaii Adalarından Oahu Adasında bulunan Pearl Harbor Deniz Üssü'ne geniş çaplı bir hava saldırısı düzenledi. Hava saldırısı sonucunda yüzlerce ABD askeri hayatını kaybederken, ABD donanması büyük çapta yara aldı. Pearl Harbor Baskını, ABD'nin Müttefik Devletleri'nin yanında savaşa katılmasını sağladı. Buna karşın, ABD yalnızca Japon İmparatorluğu'na karşı savaşa girerken, kamuoyundan yeterli desteği alamadığından dolayı, Nazi Almanyası'na karşı herhangi bir savaş ilanında bulunamadı. Fakat, Nazi Almanyası 11 Aralık 1941 yılında müttefiki Japonya'nın yanında yer alarak ABD'ye savaş ilan etti. Böylece, Amerikan kamuoyunun ikna edilmesine gerek kalmadan, ABD Almanya'ya karşı da savaşa dahil olmuş oldu (Macksey, 2012: 181). Hitler, Japonya'nın ABD'nin önünü keseceğine inanıyordu. ABD Başkanı Roosevelt'in dikkatini Avrupa'dan çok Pasifik'e vereceğini düşünüyordu. Buna karşın ABD, hem Japonya, hem de Almanya'ya karşın topyekun bir seferberlik ilan etti (Kershaw, 2009: 457). ABD'nin savaşa dahil olması, Wehrmacht'ın (Alman Ordusu) kuvvetlerini bölmesine yol açtı. Nitekim, Naziler hala İngiltere ve Sovyetler Birliği ile savaş halindeydi.

2. Dünya Savaşı'na dahil olan ABD, kamuoyundan askeri harekatlarda destek alabilmek için yoğun bir şekilde anti-Nazi propaganda faaliyetine yöneldi. Bu amaçla ABD'deki tüm KİT'ler Nazizm ideolojisine ve Hitler Almanya'sına karşı propaganda faaliyetleri için seferber edildi. Ülkenin dört bir yanında Nazileri eleştiren propaganda posterleri asıldı, gazeteler ve dergiler Nazileri korkutucu gösteren haberlere yer verdi. Hatta ABD'nin en popüler çizgi roman kahramanı Kaptan Amerika ilerleyen sayılarında Nazilerle savaşırken ve ABD'yi Nazi tehlikesinden kurtarıırken gösterildi. Buna karşın Naziler de ABD'ye karşı yoğun bir karşı propaganda faaliyetine girilmişti. Naziler, özellikle ABD Başkanı Franklin D. Roosevelt'i kötüleyen propagandaya yöneldiler (Öymen, 2014: 195). İki ülke arasında yaşanan propaganda savaşları 2. Dünya Savaşı'nın son günlerine kadar devam etti.

1942 yılında Kasım'ında ABD, Nazi Almanyası'na karşı Kuzey Afrika'da Meşale Harekâtı'na girişti ve ilerleyen süreçte Naziler Kuzey Afrika'dan çıkarıldı (Caplan, 2017: 215). 1943 yılının Temmuz'unda da Nazilere yönelik Husky Harekâtı düzenlendi ve Sicilya Naziler'den geri alındı (McNab, 2015: 254). 1944'ün Haziran'ında ABD, Normandiya Çıkarması'nı başlatarak Fransa'yı Nazilerin elinden geri almayı başardı. İlerleyen süreçte de Naziler ABD'ye karşı tüm savaşları kaybetti. Nihayetinde 30 Nisan 1945 yılında Hitler'in intiharından sonra, Nazi Almanyası 7 Mayıs 1945 yılında ABD ve müttefiklerine kayıtsız şartsız teslim oldu (Hart, 2015: 945). ABD'nin Almanya'yı işgalinden sonra Nazizm ideolojisi ülkede yasaklandı. Nazi rejiminin ileri gelenleri mahkemeye çıkarılarak yargılandı. Buna karşın ABD, yükselen Sovyet tehlikesine karşı Almanya ile ilişkilerini tekrar geliştirme yoluna gitti. Almanya'nın çöken ekonomisini tekrar güçlendirebilmek için ekonomik yardımlarda bulundu. Nihayetinde, ABD 1949 yılında kurulan Federal Alman Cumhuriyeti ile günümüze kadar süren dostane ilişkiler inşa etti.

2. Hipodermik İğne Modeli

Hipodermik İğne Modeli (HİM), "şırınga modeli", "iletim kuramı" ve "sihirli mermi" kuramı olarak da bilinilmektedir. HİM, iletişim araçlarının kitleler üzerinde doğrudan, anında ve güçlü etkisi olduğunu iddia etmektedir. HİM'in ortaya çıkmasındaki temel neden, kitle iletişim araçlarının 1.Dünya Savaşı'nda kitleler üzerinde meydan getirdiği büyük etkidir. Savaşta gerek İtilaf gerekse İttifak Bloğu'nda yer alan ülkeler propaganda amaçlı kullandıkları KİA'lar ile kitlelerin istenilen yönde hareket etmesini sağlamışlardır. Özellikle bu süreçte Lenin gibi retoriği başarılı bir şekilde kullanan liderlerin kitleler üzerinde tahakküm kurabildikleri anlaşılmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2013: 116). Bu dönemde iletişim alanında yapılan çalışmalarda, kitleler üzerinde KİA'ların güçlü bir etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır. İzleyiciler/dinleyiciler, KİA karşısında pasif bir şekilde konumlandırılarak, KİA'lar doğrultusunda hareket ettikleri savunulmuştur.

Chicago Üniversitesi'nden Harold Lasswell, siyasilerin iktidara gelmelerinde propagandanın düşünüldüğünden daha fazla etkiye sahip olduğunu iddia etmiştir. Lasswell, KİA'ların propaganda amaçlı kullanıldığını ve kitleler üzerinde tahakküm kurduğunu savunmuştur. Çünkü Lasswell, kitlelerin propagandaya karşı direnecek yeterli bilgi birikimi ve eleştirel akla sahip olmadığına inanmaktaydı. Siyasiler, KİA'lar yoluyla kitleleri istedikleri şekilde yönetmekteydi (Yaylagül, 2017: 55). Egemen güçlerin KİA ile ilettikleri mesajlar, bir iğne gibi hedefine ulaşmakta ve kitleleri etkilemekteydi. İnsanlar, KİA'lar yoluyla gelen bilgilere mukavemet etmeden doğrudan kabul etmekteydi.

HİM, günümüzde etkisini önemli ölçüde yitirmiştir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 116). Bunun temel nedeni KİA'lar alanında yaşanan gelişmeler ile bilginin pek çok farklı kanaldan temin edilebilmesidir. Önceden, televizyon, radyo gibi görsel ve işitsel KİA'lar günümüzdeki kadar yaygın değildi. Bu yüzden insanlar sınırlı iletişim aracından bilgi temin edebilmekteydi. Diğer yandan dünyanın pek çok yerinde totaliter yönetimlerin yıkılarak, demokratik sistemlerin kurulması, KİA'nın üzerindeki tekelleşmeyi de ortadan kaldırmıştır (Güngör, 2013: 83). Böylece ülkeler içerisinde farklı ideolojiler hakim olmuş, farklı yayın kuruluşları filizlenmeye başlamış, haber üzerindeki tek merkezli boyut son bulmuştur.

1930'lu yılların sonları ve 1940'lı yılların başları KİA'nın güçlü etkiye sahip olduğu dönemi meydana getirmektedir. Nitekim bu dönemde, Nazizm, Faşizm, Komünizm gibi ideolojilerin temelinde kurulan totaliter yönetimlerde KİA'lar tek merkezde toplanmaktaydı. Bu açıdan, tek bir sesin çıktığı KİA'ların kitleleri etkilemesi ve kitleler üzerlerinde nüfuz kurması günümüzle karşılaştırıldığında oldukça kolaydı. ABD propagandası da, Nazilerin KİA'lar üzerinde kurdukları tekel ile kitleleri HİM'de olduğu gibi kontrol altında tuttuklarını iddia etmiştir. Böylece kitlelerin duygularına hitap eden Naziler, Almanların düşünmeden istediklerini yapmalarını sağlamıştır. 1940'lı yıllarda anti-Nazi ABD propagandanın merkezinde de bu görüş hakimdi. Walt Disney çizgi filmlerinde de bu görüş nezdinde anti-Nazi propaganda faaliyetleri yürütülmüştür. Çalışma kapsamında incelenen HİM bağlamında yapılan ABD propagandası açıklanmaya ve ABD kamuoyunda nasıl anti-Nazi algının inşa edilmeye çalışıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3. Hipodermik İğne Modeli Bağlamında Nazi Propagandası

Propaganda, bir düşünce veya ideolojinin kitlelere, kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarılmasını amaçlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür. Propaganda, propaganda yapana doğrudan fayda sağlamayı amaçlar (Tarhan, 2010: 36). Propaganda, tüm gücünü propagandacının

kullandığı dilden alır. Propaganda dili, kitlelerin düş kurmasını sağlar. Bu açıdan propaganda dilini etkili bir şekilde kullananlar kitleleri etkilemede başarılı olabilir (Aziz, 2007: 16). Propaganda tarihin pek çok evresinde, kitleleri ikna etmek amacıyla kullanılmıştır. Buna karşın, propaganda 20. yüzyılda etkili kullanım alanı bulmuştur (Gazi vb., 2018b: 27). Propaganda disiplininin dünya tarihinde en etkili kullanıldığı dönem ise 2.Dünya Savaşı olmuştur. Özellikle, propaganda Nazi Almanyası tarafından kitleler üzerinde tahakküm kurmada etkili bir silah olarak hizmet etmiştir.

Naziler propagandanın kitleler üzerindeki muazzam etkisinin farkındaydı. Bu amaçla, iktidara geldiklerinde Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı adında yeni bir bakanlık kurdular. Bakanlığın başında, NSDAP'nin (Nayonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) en önemli propaganda uzmanlarında biri olan Dr. Joseph Goebbels getirildi. Goebbels'in ilk işi Almanya'daki tüm basın kuruluşlarını kendi denetimine almak oldu. Almanya'da Goebbels'in izni olmadan hiç bir yayın yapılamamaktaydı. Ardından Almanya'da Nazizm ideolojisine karşı olan tüm yayınları yasaklattı ve yok etti (Eberle ve Uhl, 2017: 547). Bunun en bilinen örneği, 1933 yılında Bebel Meydanı'ndan bincelere Nazizm karşıtı kitabın toplu halde yakılmasıdır.

Nazi propagandasının en çok vurguladığı nokta Adolf Hitler'di. Naziler meydana getirdikleri efsaneler ile Hitler'i kült lider haline getirmekteydi. Hitler'in iktidara gelişi kitlelere Almanya'nın kurtuluşu olarak sunulmaktaydı (Jowett ve O'donnell, 2014: 241). Böylece Hitler Alman halkı gözünde efsaneleşmekte, Hitler'in her sözü kanun gibi Almanlar tarafından yerine getirilmekteydi. Nitekim Nazilerin denetimindeki tüm KİA'lar Alman halkından Hitler'e kayıtsız şartsız itaat etmelerini telkin ediyordu.

Naziler, kitleler üzerinde en çok mitingler üzerinden etkide bulunuyordu. Yüz binlerce Alman'ın katıldığı miting alanlarının dört bir yanı hoparlörler ile donatılmakta ve kitlelerin yalnızca Hitler'e odaklanmaları sağlanmaktaydı. Mitinglerde Hitler'in haricinde Goebbels da konuşma yapıyordu. Goebbels'in konuşmalarında daha çok Nazizm ideolojisi ve Hitler yüceltilmekteydi. 1943'de Goebbels tarafından Berlin'de düzenlenen "Totaler Krieg (Topyekun Savaş)" Mitingi, Nazizm ideolojisinin kitleler üzerinde bıraktığı etkinin en somut göstergelerinden biriydi. Mitingde Goebbels Alman halkını, Hitler'e itaat ederek topyekun bir savaşa davet ediyordu (Akarcalı, 2003: 132). Mitingdeki coşku, Nazizm ideolojisinin insanlar üzerinde sıkı bir kontrol kurduğunu göstermekteydi.

Nazi propagandasında en etkili kullanılan kitle iletişim araçlarından biri de radyolardı. Goebbels, ülkedeki diğer tüm kitle iletişim araçları gibi radyoları da denetimi altına almıştı. Alman radyoları, Nazilerin izin verdiği müddetçe yayın yapabilmekteydi. Goebbels, radyoların etkisini tüm Almanya'ya yayabilmek için "her evde bir radyo" kampanyasını başlattı. Her Alman ailesinin radyo satın almasını teşvik etti. Radyonun tek yönlü bir iletişim aracı olması ve kaynağın doğrudan alıcıya ulaşması, radyonun Naziler tarafından etkin bir propaganda aracı olarak kullanılmasını sağlıyordu. Hitler, radyodan konuşma yaptığında, Almanya'da tüm sokaklar boşalıyor, fabrikalar paydos ediliyordu. Nitekim, Hitler'in konuşma yaptığında fabrikaların çalışması yasaktı. Herkesin Hitler'i dinlemesi teşvik ediliyordu (Kuruoğlu, 2006: 23). Hitler, konuşmalarında nefret ve korku gibi duygulara hitap ederek Alman halkı üzerinde etkili olmaya çalışıyordu.

Nazilerin propagandada başarısını sağlayan bir diğer etmende sansürdü. KİA'ların denetimini alan Naziler, Nazizm ideolojisine aykırı gördükleri veya kendilerine yönelik muhalefetin olduğunu düşündükleri tüm yayınları sansürlemekte veya yasaklamaktaydılar. Savaşın ilerleyen yıllarında da baskının arttığı görülmektedir (Çankaya, 2008: 32). Nitekim, Nazi Orduları'nın Stalingrad ve Kursk

Muharebeleri'nde aldığı yenilgilerin Almanya'da bahsedilmesi kati suretle yasaklanmıştı. Bu aşamada Alman halkının Müttefik radyolarından bilgi almasından çekinen Naziler, ülke genelinde Müttefik haber kaynaklarını takip edenlere şiddetli cezalar uygulamaya başlamışlardı.

Goebbels'in propagandasında sürekli olarak kitlelerin coşku ve nefretinin uyarılmış olması gerekiyordu. Bu amaçla, ülkenin dört bir yanından gelen Nazilerin katıldığı büyük mitingler ve binlerce Nazi bayrağının dalgalandığı geniş katılımlı yürüyüşler bu amaca hizmet etmek için düzenleniyordu (Yücel, 2017: 158). KİA'lar Nazilerin düzenlendiği tüm etkinlikleri doğrudan Alman halkına ulaştırmaktaydılar.

Amerikan halkı, Hitler'in başarısını kitlelerin duygularına hitap eden retoriğinden kaynaklandığına inanıyordu. Hitler, insanları konuşmasıyla büyülemekteydi. Bu yüzden Alman halkı aklını kullanmaktan ziyade, nefret, kin, gurur, heyecan, coşku gibi birbirinden farklı duyguların etkisinde kalarak Hitler'in yolunu izliyordu (Domenach, 2003: 41-42). Nitekim, bu görüş 2. Dünya Savaşı'nda ABD'nin yürütmüş olduğu anti-Nazi propagandanın da temelini oluşturmuştur.

4. Yöntem

4. 1. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında incelenen çizgi filmler, nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak Fransız Göstergibilimci Roland Barthes'in düzanlam (detonation) ve yananlam (connotation) boyutunda analiz edildi.

Göstergebilim, göstergeler yoluyla meydana getirilen anlamları inceleyen bir bilim dalıdır. Nitekim, göstergeler içerisinde gizlenen anlamları ortaya çıkarmaya çalışır (Geray, 2014: 164). Göstergebilim dikkatini, insana, kültüre ve metne yönelmektedir. İnsanın bulunduğu kültür içerisinde, metni (göstergeyi) anlamlandırdığını belirtir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 142). Göstergebilim, 20. Yüzyılın başlarında İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure ve ABD Dil Bilimci Charles Sanders Peirce'in dil bilim alanında yaptığı çalışmalar ile önem kazanmaya başladı (Gazi vd., 2018b: 15). Saussure ve Peirce'den sonra gelen Fransız Dil Bilimci Roland Barthes ise, göstergebilimin yalnızca dil bilimsel bir süreç olmadığını, dil dışı göstergelerin de iletişimde mesaj niteliğinde kullanılabildiği fikrini ortaya attı. Nitekim, Barthes ile birlikte göstergebilim, film, fotoğraf, reklam, afiş vb. pek çok alanın incelendiği bir bilim dalı haline geldi.

Barthes, kültürün göstergeler yoluyla kuşaktan kuşağa aktarıldığını söylemektedir (Yaylagül, 2017: 123). Bu açıdan göstergelerde anlamlandırma kültüre özgü özellikler taşımaktadır. Anlamlandırma kültürden kültüre de farklılık gösterebilmektedir. Diğer yandan, Barthes, anlamlandırmanın kişiden kişiye değişebileceğini de ifade etmektedir (2017:31). Bu süreçte, Barthes, anlamlandırmanın düzanlam ve yananlam olmak üzere iki düzlem üzerinde oluştuğunu belirtmektedir (Barthes, 2016a, 84).

Düzanlam, bir dilsel birimin değişmeyen ve öznel olmayan anlamını ifade etmektedir (Rifat, 2013: 72). Barthes, düzanlamın insanların zihinlerindeki çağrışımını kanun gibi kesin ve net olarak görmektedir. Düzanlam değişmez ve nesnel anlamı ifade etmektedir (Barthes, 2016b: 19). Örneğin, elmanın düzanlamı, insanların ilk aklına gelen "meyve" olmasıdır.

Yananlam, anlamlandırmanın ikinci düzeyini meydana getirmektedir. Yananlam, düzanlamın aksine öznel ve kültüre ait anlamları temsil etmektedir (Sığırcı, 2016: 74). Yananlam çözümlemesi

kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir (Kalkan Kocabay, 2008:35). Örneğin, bir gül düzenlamda çiçeği ifade etmektedir. Buna karşın yananlam boyutunda sevgi ve aşkı temsil edebilmektedir. Yananlamın, yorumlanması sürecinde, mit, metafor ve metonimi kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir.

Mit, günlük hayatta efsaneler anlamında kullanılmaktadır. Buna karşın göstergebilimsel anlamı günlük anlamından farklı olarak; bir kültürün doğada yaşanan görünüşleri açıklamak amacıyla zaman içerisinde ürettiği öyküleri ifade etmektedir (Fiske, 2017: 185). Mitler, egemen değerlerin ve ideolojilerin topluma aktarılmasında da kullanılır (Yaylağül, Levent, 2017: 123). Örneğin, evin geçimini sağlaması gereken kişinin baba olarak görülmesi.

Metonimi, birbirleriyle az veya çok bağlantılı olan iki kavramdan birinin diğeri yerine kullanılmasını ifade etmektedir (Guiraud, 2016: 146). Örneğin, bir kişinin inşaat işçisi olduğunu göstermek için baretin gösterilmesi.

Metafor, eğretileme olarak da bilinir. Bir sözcüğün başka bir sözcük yerine eğreti olarak kullanılmasıdır (Guiraud, 2016: 146). Örneğin, siyah bir kedinin uğursuzluk kavramının yerine kullanılması.

4. 2. Çalışmanın Amacı

İkinci Dünya Savaşı'nda Walt Disney çizgi filmlerinin, Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında Amerikan kamuoyuna yönelik anti- Nazi algı inşasında nasıl ve ne şekilde kullanıldığının ortaya konulması çalışmanın temel amacını meydana getirmektedir. Çalışmada çizgi film karakterlerinin, propaganda amaçlı hangi metaforlar içinde kullanıldıkları, Nazilere yönelik hangi mitlerin oluşturulduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

4. 3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda çizgi filmlerin Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında propaganda amaçlı nasıl kullanıldığı ABD'nin en popüler medya şirketi olan Walt Disney çizgi filmleri özelinde incelenmiştir. Walt Disney'in İkinci Dünya Savaşı süresince (1939-1945) ürettiği tüm propaganda amaçlı çizgi filmler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın, Walt Disney'in o dönemde yayınlanan tüm çizgi filmlerine ulaşmaktaki zorluklar ve zaman sıkıntısı nedeniyle çalışmada örneklem kullanılması tercih edilmiştir. Çalışmada örneklem kullanılmasının bir diğer nedeni, Walt Disney'in Nazi karşıtı ürettiği çizgi filmlerin konu bakımından birbirleriyle benzer içeriklere sahip olmasıdır.

Çalışmanın Walt Disney çizgi filmleri özelinde yapılmasının temel nedenleri arasında; Walt Disney'in o dönemin en popüler çizgi filmlerini üretmesi, Walter Disney'in o dönem üretilen çizgi filmlerinin hala günümüzde geniş bir kitleye hitap etmesi ve Walt Disney çizgi filmlerinin hem çocuklara hem de yetişkinlere hitap edebilmesi gösterilebilmektedir.

Bu amaçla, 2017 yılında Listverse'nin belirlediği en ünlü 10 Nazi karşıtı Walt Disney yapımı çizgi film içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen üç çizgi filminin (1. Ölüm İçin Eğitim: Bir Nazi Yapımı, 2. Akıl ve Duygu, 5. Şu Tankı Durdurun) propaganda amaçlı kullanımları incelendi (Tablo 1) (www.listverse.com).

Tablo 1. 2. Dünya Savaşı'nda Walt Disney'in En Bilinen Propaganda Amaçlı Çizgi Filmleri

Sıralama	Çizgi Filmler
1.	Education for Death: The Making of A Nazi (Ölüm İçin Eğitim: Bir Nazi Yapımı)
2.	Reason And Emotion (Akıl ve Duygu)
3.	The Old Army Game (Eski Ordu Oyunu)
4.	The Spirit Of '43 (43'ün Hayaleti)
5.	Stop That Tank! (Şu Tankı Durdurun)
6.	Commando Duck (Komando Duck)
7.	Donald's Decision (Donald'ın Kararı)
8.	Donald Gets Drafted (Donald Askerde)
9.	All To gether (Hep beraber)
10.	Der Führer's Face (Führer'in Yüzü)

(Kaynak: Listverse, 2018)

4. 4. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın evreni olarak Walt Disney'in İkinci Dünya Savaşı süresince (1939-1945) ürettiği tüm propaganda amaçlı çizgi filmler seçilmesine rağmen örneklem olarak yalnızca Walt Disney'in üç çizgi filminin seçilmesi çalışmanın temel sınırlılığını meydana getirmektedir. Diğer yandan çizgi filmlerin yalnızca Roland Barthes'ın yananlam ve düzenlam boyutunda göstergebilimsel analizinin yapılması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

4. 5. Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- çizgi filmlerin propaganda amaçlı kullanımları üzerine araştırmacıları yeni tartışma ve çalışmalara yöneltmesi,
- savaş dönemlerinde eğlence sektörüne hizmet eden medya firmalarının ülkelerinin propaganda amaçlarına nasıl hizmet ettiklerini ortaya koyması,
- 2. Dünya Savaşı'nda ABD propagandasının Nazi Almanyası'nı Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında nasıl eleştirildiğini açıklaması,
- çizgi film karakterlerinin propaganda amaçlı oluşturulan çizgi filmlerde nasıl ve ne şekilde sunulduğunu ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

4. 6. Çalışmanın Soruları

-İkinci Dünya Savaşı'nda Walt Disney'in ürettiği propaganda amaçlı çizgi filmlerde Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında Nazi propagandası nasıl ve ne şekilde eleştirilmiştir?

-İkinci Dünya Savaşı'nda Walt Disney'in ürettiği propaganda amaçlı çizgi filmlerde Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında Naziler hangi metaforlar içerisinde sunulmaktadır?

-İkinci Dünya Savaşı'nda Walt Disney'in ürettiği propaganda amaçlı çizgi filmlerde Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Kuramı bağlamında Nazilere karşı hangi mit/mitler Amerikan kamuoyunda inşa edilmeye çalışılmaktadır?

-İkinci Dünya Savaşı'nda Walt Disney'in ürettiği propaganda amaçlı çizgi filmlerde Harold Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli bağlamında hangi metonimiler kullanılmıştır?

4. 7. Walt Disney Çizgi Filmlerinin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi

Çalışmanın bu bölümünde, Walt Disney yapımı üç Nazi karşıtı çizgi filmin (1. Ölüm İçin Eğitim: Bir Nazi Yapımı, 2. Akıl ve Duygu, 5. Şu Tankı Durdurun) propaganda amaçlı kullanımları, Barthes'in göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelendi (Listverse, 2018).

4.7.1. "Ölüm İçin Eğitim: Bir Nazi Yapımı" Adlı Çizgi Filmin Göstergebilimsel Analizi

Çizgi film, Nazi Almanyası'nda, Hans adında bir Alman'ın doğumuyla başlar. Hans, çocukluk döneminde hastalığa yakalanır. Bu yüzden ailesi Nazilerin Hans'a ötenazi uygulayacağından korkar. Neyse ki Hans hastalık sürecini atlatır ve eski sağlığına kavuşur. Hans, sakin, sessiz ve yardımsever bir çocuktur. Hans, okulda Nazizm ideolojisi altında eğitim görmektedir. Okulda ve okul dışında sürekli olarak Nazizm propagandasına maruz kalmaktadır (Resim 1). Hans bir gün Nazizm karşıtı fikirlerinden dolayı okulda ceza alır (Resim 2). Öğretmeni, Hans'ın Nazizm'e ve Adolf Hitler'e itaat etmesini ister. Hans'ın tüm arkadaşları, Nazizm'in öğretilerini kabul eder ve öğretmenlerine itaat ederler. Hans kendisinin dışlandığını hisseder ve okul yönetimine daha fazla karşı gelemez (Resim 3). Zaman içerisinde Hans, topluma ayak uydurur ve kendisinden beklenildiği gibi Wehrmacht (Alman Ordusu) mensubu olmak için tüm gücüyle çalışır. Öğretmenlerinin dediklerini harfiyen uygular.

Resim 1



Resim 2



Resim 3



Hans, Nazizm ideolojisi altında tamamen değişmiştir. Artık acımasız, sert ve saldırgan bir kişiliğe bürünmüştür. Nazizm'e olan bağlılığı da daha da artmıştır (Resim 4). Hans, ilerleyen süreçte hedefine kavuşup Wehrmacht'a girer (Resim 5). Nazi propagandası Hans üzerinde tam bir tahakküm kurmayı başarır. Zaman içerisinde Hans, Hitler'in her emrini yerine getirmeye başlar. Hitler'in Avrupa'nın dört bir yanında bulunan cephelerinde savaşı. Nihayetinde, Hans ve arkadaşları bir savaşta hayatını kaybeder. Çizgi filmin sonunda Hans ve arkadaşlarının mezarları gösterilir (Resim 6).

Resim 4



Resim 5



Resim 6



Çizgi filmde, yananlam boyutunda Nazi propagandasının kitleler üzerinde kurduğu tahakkümün ağır bir eleştirisi yapıldığı görülmektedir. Naziler, kitle iletişim araçları (KİA) üzerinde kurdukları egemenlik sayesinde, Almanların tüm iletişim kanallarına hükmetmişlerdir. Böylece Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli'nde vurguladığı medyanın güçlü etkisi Nazi Almanyası'nda somut bir şekilde görülmektedir. Hitler, Nazi propagandasında, "lider" ve "kılavuz" metaforları olarak sunulmaktadır. Bu yüzden her dediğinin Almanlar tarafından kabul edilmesi istenmektedir. Nazizm'e ve Hitler'e karşı gelenler toplumdan dışlanmakta ve eleştiriye maruz kalmaktadır. Hans ve arkadaşları çizgi film içerisinde, Nazi rejimi altında yönetilen Alman halkının bir metonimi olarak kullanılmıştır. Hans, Nazilerin tahakkümü altında yaşayan milyonlarca Almandan biridir. Naziler, KİA'lar ile kendi doğrularını Alman toplumuna inşa etmektedir. Nitekim bu doğrular KİA'ların güçlü etkisi sayesinde Alman toplumunda kabul görmektedir. Çizgi film sürekli olarak, Nazizm'in sapkın görüşlerinin Almanlar üzerinde etki etmesinde Nazi propagandasının önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Nazilerin KİA'lar ile Hipodermik İğne Modeli'ndeki gibi Alman halkını istedikleri şekilde yönlendirdikleri ve nihayetinde insanların ölümlerine yol açtıkları vurgulanmaktadır. Çizgi filmde, Nazilerin Alman halkını felakete sürüklediği miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

4.7.2. "Akıl ve Duygu" Adlı Çizgi Filmin Göstergebilimsel Analizi

"Akıl ve Duygu" adlı çizgi film, insanın karar verme sürecinde akıl ve duygu olmak üzere iki temel yapının olduğunu anlatılır. Bu süreçte, çizgi filmde insanların beyinlerinde akıl ve duyguyu temsil eden iki çizgi film karakteri yerleştirilmiştir. Akıl iyi giyinişli, olgun, doğru kararlar veren; duygu ise tam aksine, ilkel, düşünmeden yoksun, tamamen hazları doğrultusunda hareket eden bir birey ile temsil edilmektedir. Çizgi filmde ilk olarak bir adamın bir kadın ile karşılaşması konu edilir. Adam, kadını görünce kafasındaki duygu bireyi adamın kadınla tanışmasını ister, akıl ise bunun doğru olmadığını söyler. Nihayetinde duygu üstün gelir ve adam kadınla tanışmak için kadına laf atar. Kadın adamdan gelen tepki üzerine adama tokat atar. Böylece çizgi filmde adamın duyguları ile hareket ettiğinde olumsuz sonuçlar ile karşılaşacağına vurgu yapılır. Benzer şekilde, pastanenin önünden geçen bir kadın çizgi filme konu edilir. Kadının beyninde yer alan duygu hemen pastayı satın alıp yemesini ister, buna karşın akıl bu kadar çok pasta yemesinin kadının çok fazla kilo almasına yol açacağını söyler. Yine duygu galip gelir ve kadın pastayı yer. Pastayı yemesi ile aklın dediği gibi kadın aniden kilo almaya başlar. Çizgi filmde, yine duygu ile alınan kararın tehlikeli sonuçlar doğuracağını altı çizilir.

Resim 7



Resim 8



Resim 9



Çizgi film, akıl ve duygu ile ilgili iki örnek verdikten sonra, Nazi Almanyası'nda Hitler'in bir mitingine gider. Binlerce Alman miting alanından ve radyodan Hitler'i dinlemektedir. Hitler'in konuşmasında pek çok farklı duyguyu kullandığı görülür; korku (Resim 7), sempati (Resim 8), nefret (resim 9). Bu süreçte çizgi film Hitler'in konuşmasını dinleyen Almanlardan birinin beynine odaklanır (Resim 10). Almanın beyninde yine görsel kodlar içerisinde modern giyinişli ve doğru karar veren akıl ile, görsel kodlar içerisinde ilkel giyinişli ve yanlış kararlar veren duygu yer almaktadır. Hitler, radyodan konuşma yaptığında, duygu Hitler'in sözlerinden çok etkilenir ve ona itaat edip, her dediğini yapacağını söyler. Akıl ona karşı gelerek, duygunun yanlış yaptığını söyler. Kısa bir süre sonra duygu akli susturur (Resim 11). Duygu, akli esir alır ve daha fazla konuşmasına izin vermez. Almanın zihnini artık tamamen duygu yönetmektedir. Alman, duygunun aldığı kararlara göre hareket etmeye başlar. Nitekim, Hitler'in verdiği tüm emirler doğru kabul edilir. Nazi propagandasının kitle iletişim araçları ile sunduğu tüm bilgilere inanır ve onların istediği şekilde hareket eder.

Resim 10



Resim 11



Resim 12



Yananlam boyutunda çizgi filmde, Nazilerin duygularına hitap ederek, Almanları yapmaması gereken yanlış davranışlara sürüklediğine vurgu yapmaktadır. Naziler, KİA'lar yoluyla insanların duygularına hitap etmekte ve onların akıllarını kullanmalarına müsaade etmemektedir. Hitler'in reorikteki başarısı, kitlelerin duygularına hitap etmekte ve böylece kitlelerin manipüle edilmesine yol açabilmektedir. Çizgi filmde temsil edilen akıl, Nazilere karşı gelen Almanları, duygu ise Nazileri kayıtsız şartsız destekleyen Almanları temsil eden metonimler olarak kullanılmıştır. Akıl "doğruluk", "erdem", "haklılık" gibi metaforlar, duygu ise "hata", "tehlike", "haksızlık" gibi olumsuz metaforlar olarak kullanılmıştır. Hipodermik İğne Modeli'nde olduğu gibi, Alman halkı Nazilerin her verdiği bilgiyi doğru olarak kabul etmektedir. Yananlam boyutunda, Almanların duygularının, akıllarına üstün gelmesi, Nazilerin insanlar üzerinde istediklerini yaptırma gücünü elde etmesini temsil etmektedir. Çizgi filmde Nazilerin, Almanların akıllarını kullanmadan hareket etmeye zorladığı mitini inşa edilmeye çalışılmaktadır.

4.7.3. "Şu Tankı Durdurun" Adlı Çizgi Filmin Göstergibilimsel Analizi

Çizgi filmde, Hitler'in bir tank ordusu ile bir şehre saldırması konu edinilmiştir. Askerler kayıtsız şartsız Hitler'in her söylediğini yerine getirmeye kendilerini şarlandırmaktadır (Resim 13). Diğer yandan askerler Hitler'in her söylediğini doğru olarak kabul etmektedir (Resim 14). Askerlerin Hitler'e olan bağlılıklarına rağmen, sunum kodları içerisinde çizgi filmde Hitler gülünç bir lider olarak sunulmuştur (Resim 15). Nitekim görsel kodlar içerisinde Hitler, bir liderden çok küçük bir çocuk gibi yansıtılmaktadır.

Resim 13



Resim 14



Resim 15



Hitler, şehirdekilerin uyuduklarını söylemektedir. Askerler buna inanarak topyekun kasabaya taarruza geçerler. Buna karşın düşmanın pusu kurduğu anlaşılır. Düşman Hitler'in askerlerine ateş açar. Hitler'in ordusu dağılır ve kaçmaya başlar. Bu süreçte, Hitler'in bulunduğu tank isabet alır ve Hitler ölür. Hitler, ölüm meleğinin karşısına çıkar (Resim 17). Ölüm meleğinin karşısında Hitler kendini kaybeder ve kıyafetlerini parçalayarak ağlamaya başlar (Resim 16). Çizgi filmin bu sekanslarında da Hitler, gerek sözlü gerekse görsel kodlar içerisinde sıra dışı davranışlar sergilerken gösterilmektedir.

Resim 16



Resim 17



Resim 18



Nazilerin 2. Dünya Savaşı'ndaki başarılarına en fazla katkı sağlayan etmenlerden biri kullandıkları tanklardı. Almanlar savaş zamanında Panzer, Panter, Tiger gibi dönemin en güçlü tanklarını kullanmıştır. Nitekim, Avrupa'da Hollanda, Belçika, Danimarka ve Fransa, Nazi tankları tarafından kısa sürede işgale uğrayan ülkeler olmuştur. Çizgi filmde, Nazilerin Hitler'in peşinden gitmeleri ve Hitler'in verdiği tüm emirleri yerine getirmeleri yananlam boyutunda Nazi propagandasının Alman halkı üzerinde kurduğu otoriteyi temsil etmektedir. Nazi propagandasının etkisi altında olan Almanlar, Hitler'in aldığı kararları sorgulamamaktadırlar. Hipodernik İğne Modeli'nde olduğu gibi verilen bilgiler olduğu gibi kabul edilmektedir. Çizgi filmde tankları yöneten Hitler'in aldığı yanlış bir kararla, Alman askerleri pusuya düşmüş ve ağır kayıplar vererek geri çekmiştir. Şehirdekilerin direnişleri ve Almanların başarısızlıkları, Müttefiklerin moralini yüksek tutmak için yapılan bir propagandadır. Bu süreçte, çizgi filmde Hitler, "tehlike" ve "ölüm" metaforları olarak kullanılmıştır. Alman askerler, Nazi Almanyası'nda Hitler'e itaat eden Alman halkının bir metonimi olarak kullanılmışlardır. Hitler'in başarısız saldırıdan sonra hayatını kaybetmesi ve ölüm meleğinin yanında gitmesi yananlam boyutunda, Hitler'in yaptığı kötülüklerin

bir karşılığı olarak gösterilmiştir. Diğer yandan çizgi filmde Hitler'in itibarsızlaştırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Böylece, Alman halkının Hitler'in peşinden gitmelerinin onların felaketlerine yol açacağına yönelik mit inşa edilmeye çalışılmıştır.

Sonuç

20. yüzyılda KİA'ların insanlar üzerindeki etkisini araştıran pek çok bilimsel çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazılarında KİA'ların kitleler üzerinde sınırlı etki bıraktığı savunulurken, bazılarında ise KİA'ların kitleler üzerinde güçlü etkileri olduğu savunulmuştur. KİA'ları güçlü etkiye sahip olduğunu savunan araştırmacılardan biri de ABD'li iletişimci Harold Lasswell'dir. Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli'ne göre, KİA'lardan yayılan bilgiler tıpkı bir iğne gibi kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Bu görüş, 2. Dünya Savaşı esnasında Nazi Almanyası'na karşı yürütülen ABD propagandasının temelini oluşturmuştur. ABD propagandasında, Nazilerin kitleleri KİA'lar ile tahakküm altına aldığı, Hitler'in duygulara hitap eden retoriği ile Almanların düşünmeden ve tartışmadan Nazilerin her istediğini yaptığını savunuldu. Bu amaçla, çalışma kapsamında 2. Dünya Savaşı'nda yayınlanan Walt Disney çizgi filmlerinde yürütülen anti-Nazi propaganda faaliyetleri Lasswell'in HİM'i doğrultusunda, Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı ışığında incelenmiştir.

Çizgi filmlerde genel olarak Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler konu edilmiştir. Hitler, çizgi filmlerde kitlelerin duygularına hükmederek onları istediği şekilde yönlendirmektedir. Çizgi filmler, Almanların akıllarını kullanmadığını, tamamen duygusal olarak Hitler'e ve Nazilere bağlandıklarını belirtmiştir. Naziler, KİA'lar üzerinde kurdukları denetimle, Nazizm ideolojisinin öğretilerine karşı çıkan veya Hitler'e itaat etmeyenlerin, Almanya için tehlike oluşturduğunu savunmuş ve onları toplumdan dışlamıştır. Naziler, KİA'lar ile Alman halkına ne söylerse, halk ona inanmaktadır. Diğer yandan KİA'larda Nazizm haricinde başka görüşlerin ortaya atılmasına izin verilmemektedir. Bu süreçte, Lasswell'in Hipodermik İğne Modeli'nde olduğu gibi, Alman halkı başka bir iletişim mecrası veya başka bir fikir ile karşılaşmadığı için Nazilerin dediklerini doğru olarak kabul etmekte ve Nazilere itaat etmektedir.

Çizgi filmde Naziler korku ve tehlike metaforları olarak sunulmuştur. Nazilere karşı gelmenin, Almanya'ya ihanet olarak gösterildiği ve ağır şekilde cezalandırıldığına dikkat çekilmiştir. Çizgi filmlerde gösterilen karakterler Nazizm'e itaat eden Alman halkının temsili metonimileri olarak kullanılmışlardır. Çizgi filmlerde; her şeyin en doğrusunu Hitler'in bildiği, Hitler'in sözünden çıkılmasının Almanya'yı felakete götüreceği ve Almanya'nın refahı için her Almanın kayıtsız şartsız Hitler'e itaat etmesi gerektiği şeklinde Nazilerin Alman halkına yönelik mitler inşa etmeye çalıştığı gösterilmiştir. Özetle, çizgi filmlerde, Nazilerin KİA'lar yoluyla Alman halkını etkiledikleri ve onları büyük bir felakete doğru sürükledikleri iddia edilmiştir. Bu açıdan çalışma kapsamında ele alınan Walt Disney çizgi filmlerinin, Lasswell'in HİM'inde iddia ettiği KİA'ların kitleler üzerindeki güçlü etkisini de kabul ettiği görülmüştür.

Çalışma, çizgi filmlerin propaganda amaçlı kullanımını ele alması, aynı zamanda HİM kapsamında dönemin ABD propagandasını da ortaya koyması bakımından özgün olma niteliği taşımaktadır. Buna karşın propaganda amaçlı üretilen çizgi filmlerin kitleler üzerindeki etkisini ortaya koyamamaktadır. Bu açıdan gelecek çalışmaların, propaganda amaçlı kullanılan çizgi filmlerin kitleler üzerindeki etkisini ele alan saha çalışmasına yönelmesi konuyla ilgili alanın daha da zenginleşmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akarcalı, S. (2003). İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Ay, T. S., & Korkmaz, Ç., Sosyal Bilimler Programında Yer Alan Değerler ve Kültürel Öğeler Bağlamında “Küçük Hezarfen” Çizgi Filmi. Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 2017, 8(2), 49-62.
- Aziz, A. (2007). Siyasal İletişim. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barthes, R. (2016a). Göstergebilimsel Serüven. (M. Rifat, S. Rifat. Çev.). 8. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2016b). S/Z. S. Öztürk Kasar, Çev., İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, R. (2017). Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik. (A. Koş, Ö. Albayrak, Çev.). 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Caplan, J. (2017). Hitler Almanyası 1933-1945. (İ. Erman, Çev.). İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Çakı, C., Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2018a, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C., Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2018b, 5(1), 59-79.
- Çakı, C., İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme. Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi, 2018c, 1(2), 51-63.
- Çakı, C. ve Gülada, M. O., Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası. Trakya Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2018, 7 (1), 53-80.
- Çakı, C. & Gazi, M. A., Nazi Almanyası'nda Basılan Propaganda Karikatürlerinde Siyahilerin Sunumu, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 2018, 4(2) 23-48.
- Çankaya, E. (2008). İktidar Bu Kapağın Altındadır. Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Domenach, J. M. (2003). Politika ve Propaganda. (T. Yücel, Çev.). 2. Basım. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Eberle, H. ve Uhl, M. (2017). Hitler Kitabı. (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erol, E. G., Cerrahoğlu, N. & Çakı, C., Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme, IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi, Ordu, 2017, 1234-1249.
- Eşitti, Ş., Çizgi Filmlerde Küresel ve Yerel Kültürün İnşası: Caillou ve Pepee Örneği. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi, (32), 2016, 125-144.
- Fiske, J. (2017). İletişim Çalışmalarına Giriş. (S. İrvan, Çev.). 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gazi, M. A., Çakı, C., Gülada, M., İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kültür Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, 2018a, 1 (2), 25-42.
- Gazi, M. A., Çakı, C., Gülada, M., İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme. Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2018b, 1 (2), 11-22.
- Geray, H. (2014). İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). Göstergebilim. (M. Yalçın, Çev.). 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Güngör, N. (2013). İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar. 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Hart, B. L. (2015). İkinci Dünya Savaşı Tarihi. (K. Bağrıaçık, Çev.). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). Propaganda & Persuasion. USA: Sage.

- Kaba, F., Çizgi Filmlerde Grafik İfade Ve Konu Açısından Kültürel Etkiler: Türk Çizgi Film Örnekleri. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2014, 8(3), 163-181.
- Kalkan Kocabay, H. (2008). Tiyatroda Göstergebilim. 1. Basım. İstanbul: E Yayınları.
- Kershaw, I. (2009). Hitler, 1936-1945: Nemesis. (Z. Biliz. Çev.). 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kissenger, H. (2010).Diplomasi.(İ. H. Kurt. Çev.). 9.Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kuruoğlu, H. (2006). Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Listverse (2018).Çizgi Filmler, <https://www.listverse.com/2017/02/05/10-disney-propaganda-cartoons-from-worldwar-ii/>, 3 Mart 2018.
- Macksey, K. J. (2012).İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar. (M. T. Akad. Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- McNab, C. (2015). Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945.(O. Doğan. Çev.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Öymen, O. (2014). Bir Propaganda Silahı Olarak Basın. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2016).Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C., Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. Erciyes İletişim Dergisi. 2018, 5 (3). 290-306.
- Tarhan, N. (2010). Psikolojik Savaş, Gri Propaganda. 13.Baskı. İstanbul:Timaş Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Temizyürek, F.ve Acar, Ü., Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi. Cumhuriyet International Journalof Education (Cije), 2014, (S 3), 33, 25-39.
- Yaylagül, L. (2017). Kitle İletişim Kuramları. Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. 8. Baskı. Ankara:Dipnot Yayınları.
- Yaşar, M. & Paksoy İ., Çizgi Filmlerdeki Saldırgan İçerikli Görüntülerin, Çocukların Serbest Oyunları Sırasındaki Saldırganlık Düzeylerine Etkisi.Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2011, 20(2), 279-298.
- Yücel, E. (2017). Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsis. İstanbul: Karakarga Yayınları.
- Zorlu, Y., Çakı, C., & Karaca, M., Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi:"Kırımlı" Filmi Ve Göstergebilimsel Analizi. Sosyoloji Konferansları, 2017, (56), 67-95.