

**POLİTİK BİR SİLAH: BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA İNGİLTERE,
FRANSA, ALMANYA ve ABD'DE PROPAGANDA FİLMCİLİĞİ**

**A Political Weapon: Film Propaganda in Britain, France, Germany, and the US
in the First World War**

Çağrı İNCEOĞLU*

Öz

Savaş sırasında propaganda filmciliğine dair en fazla bilinen ve üzerinde çalışılan dönem İkinci Dünya Savaşı olmasına karşın, propaganda filmlerinin gelişimindeki ilk ve en önemli aşama Birinci Dünya Savaşı'nda gerçekleşmiştir. Tarihsel olarak bu dönemdeki propaganda filmleri deneyiminin içerdiği dönüşümün bilinmesi, yalnızca takip eden yılların daha gelişkin propaganda filmciliğinin niteliklerinin anlaşılabilmesinde değil; sinema propaganda ilişkilerini, belge filmciliğinin ve hatta kitle iletişim kuramlarının ortaya çıkış ve gelişimindeki etkisini daha iyi değerlendirmede önemli bir rol oynayabilir. Bu çalışmada Birinci Dünya Savaşı'nda resmi propaganda filmciliğinin doğuşu ve gelişimi İngiltere, Almanya, Fransa ve ABD'deki ilk etkin girişimler ve uygulamalar üzerinden açıklanmış; propaganda filmciliğinin bu erken döneminin önemine dikkat çekilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Film, Propaganda, Birinci Dünya Savaşı.

Abstract

Although the most well-known and studied era on wartime film propaganda is World War II, the first and the crucial phase at the development of film propaganda emerged during the First World War. Understanding the change in this era's film propaganda practice splay an important role to grasp the qualities of sophisticated film propaganda of the postwar years. Furthermore, it may also help to laborate the relationship between propaganda and film art, the origin sand the development of documentary film and even the communication theories. In this article, which is based on various sources, the birth and the development of official film propaganda during the Great War have been demonstrated through the stories of the practices in Britain, Germany, France and the USA. It has been drawn attention to the importance of this early period of film propaganda.

KeyWords: Film, Propaganda, First World War.

*Yrd. Doç. Dr. Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi, cagri.inceoglu@yasar.edu.tr

1. Giriş

Tek başına bile yeterince önemli bir olgu olsa dahi, sinemanın tarihsel rolü yalnızca eğlence ve kültür dünyamızı kökten değiştirmiş olmasıyla sınırlanamaz. Comolli ve Narboni (1971)'nin Marx, Gramsci, Althusser, Lukacs ve Frankfurt Okulu'ndan geçerek gelen düşünsel bir geleneğin mirasından faydalanarak söyledikleri gibi filmleri üretenler ya da izleyenler fark etse de etmese de her film politiktir. Bunun böyle olduğunu, film çalışmalarında 1970'lerden bu yana süregelen pek çok ideolojik eleştirel yaklaşım denemesi göstermiştir. Seyredilen bir polisiye filmin egemen ideolojiyi nasıl yeniden ürettiğinin filmin yapımcıları ve izleyicileri çok da farkında olmayabilirler. Ancak, insanların ideolojik inançlara sahip olduklarının farkında olmamaları, onların var olmadığı anlamına gelmemektedir.

Bununla birlikte, bir grup film vardır ki politik yönleri onları üretenler tarafından belirli bir bilinçle şekillendirilmiştir. Propaganda filmleri bunlar arasında yer alır. Politik olarak etkili olmayı, insanların tutum ve davranışlarında anlamlı bir değişimi hedefleyen bu filmler, hareketli görüntünün icadından kısa bir süre sonra üretilmeye başlanmıştır. Propaganda ve propaganda filmciliği ilk kapsamlı gelişimini, burada vurgulanacağı üzere, Birinci Dünya Savaşı'nda geçirmiştir.

Propaganda düşüncesi ve uygulaması çok eski tarihlerden yola çıkarak günümüze ulaşır (İnceoğlu, 1985: 63). Propaganda yazınında sıkça tekrarlandığı üzere, modern dünyadaki propagandanın oluşumunu ortaya çıkaran ilk hareket, Roma Katolik Kilisesi'nin on yedinci yüzyıldaki girişimi olarak anılsa da insan topluluklarını ikna ile yönlendirme düşüncesi insanlık tarihinin daha eski dönemlerine kadar uzanmaktadır.

Toplumsal iletişime dair en eski belgelerin kaynağı olan Mezopotamya'da, M.Ö. üç binlere kadar uzanan dönemde, yöneticilerin halkı iktidarının meşruiyetine inandırmak için modern anlamda bir propagandaya ihtiyaçları olmamıştı belki; ancak yöneticiler o gün bile, “gelenek tarafından kutsanmış bireysel haklarının bilincinde” olan insanlar karşısında eylemlerinde sınırsız bir özgürlüğe sahip değildiler. Krallar, yapıp ettiklerini anlattıkları yazıtlarda sık sık dine ve geleneğe atıfta bulunarak eylemlerinin doğruluğuna dair kanıtlar ortaya koyma gereğini duyuyorlardı (Finkelstein, 1997:46-54). Eski ile modern propaganda arasındaki temel fark şu olabilir: Eski dönemlerin “propagandacısı genellikle seçkinleri etkilemeyi hedeflemişken, yirminci yüzyılın propagandacısı kitleleri etkilemeyi” hedeflemiştir (Taylor 1998:14). “Propaganda'nın siyasal hayatın içinde devamlı ve temel bir görünüm kazanması ve geniş kapsamlı, örgütlü bir propagandanın oluşması için gerekli koşullar ancak on dokuzuncu yüzyıldaki ulus devletlerle birlikte ortaya çıkabildiği için esas itibarıyla propaganda çağdaş sayılabilecek bir olgudur” (Qualter, 1980:257).

On dokuzuncu yüzyıl ortalarında özellikle iki şey, kitle iletişiminin gelişmesi ve daha önce toplumun sınırlı bir kesimini ilgilendiren askeri, siyasal meselelerin kitleleri de ilgilendiren konular haline gelmesi, propagandanın kullanımında ciddi bir sıçramaya yol açmıştı (Taylor, 2003: 10). Propaganda ve kitle iletişim araçları arasındaki güçlü ilişkiyi ateşleyen ise Dünya Savaşı olmuştur. Savaş sırasında propaganda konusundaki ilk büyük adımı İngiltere atmıştır (Reeves, 2004: 5). Bu dönem, büyük güçlerin propaganda tekniklerini geliştirdiği, ilk ve en önemli sistematik çabanın görüldüğü bir dönemdir (Qualter, 1980: 258).

Modern çağda iktidarı ele geçirmek ya da elde tutabilmek için propagandaya sıkça başvurulmuştur. Propagandanın devlet elinde organize bir etkinlik haline gelmesi tamamen yirminci yüzyıla ait bir olgudur. Propaganda yazınında sıkça vatandaşların oy hakkı kazanması ve liberal demokrasiye olan inancın artmasının propagandanın gelişiminde etkili

olduğu söylenmektedir. Her ne kadar kentleşmenin artışı, modern sosyal tabakalaşma, seçmenlik ve oy kullanma gibi liberal değerlerin yükselişinin siyaset adamlarının propagandaya dayanmasına neden olduğu vurgulansa da otoriter rejimlerin de propagandayı çok etkin ve yoğun bir biçimde kullandıkları bilinmektedir. Popüler söylemde “propaganda” sözcüğü zihinlerde asıl kökeninden bağımsız olarak daha çok baskıcı rejimlerle özdeşleştirilmiştir. Özellikle, Birinci Dünya Savaşı ertesinde Avrupa’da yaygınlaşan bu tip yönetimler propagandaya ağırlık vermişlerdir.

Propagandanın yalancılıkla eş kabul edilmesi Birinci Dünya Savaşı ve onu takip eden dönemdeki yoğun propaganda çalışmalarının etkisiyle ortaya çıkmıştır. “Siyaset pratiğinde ‘propaganda’ kavramının karşı tarafın ‘sahteciliğini’ ve ‘yalancılığını’ ifade etmek için kullanılması çok yaygın olduğundan, bu aşağılayıcı kullanılışı yüzünden halkın gözünde propaganda ile yalananın aynı şeyler gibi görünmesi önlenememektedir” (Qualter, 1980, s.270). Gerçekte propagandacıların sık sık yalan söylemelerine rağmen her propaganda yalan değildir. Ayrıca, propaganda salt gerçek ya da yalana dayanmaktan çok ikna edici olmayı hedeflemektedir (Qualter, 1980: 275).

“Belirli bir fikir çevresinde insan davranışlarını güdüleme ve yönlendirme olan propaganda” (İnceoğlu, 1985: 63) özünde aynı kalmakla beraber, propaganda yöntemleri ve araçları zaman içinde gelişim ve değişim göstermiştir. Hareketli görüntü üreten ve gösteren araçlar da bulunuşlarından kısa bir süre sonra propaganda amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. İlk olarak 1896’da Fransa’daki Dreyfus Davası’nda, Osmanlı – Yunan (1897) İspanyol-Amerikan (1898), Boer (1899-1902) ve Rus-Japon Savaşı’nda kitleleri hareketlendirmeye yönelik filmlerin yapıldığı bilinmektedir. Bu filmler, ağırlıklı olarak olayla ilgili görüntüler içeren, haber filmi adıyla anılan, ancak kimi zaman kurmacaya da başvuran yapımlardı. Edison’un film şirketi ve diğer rakipleri İspanyol-Amerikan Savaşı başladığında, Amerikan izleyicisinin vatansever duygularını sömürmeyi kârlı bir iş olarak görmüşlerdi. Savaş gemilerinin ve birliklerin manevra görüntülerini toplayan yapımcılar, savaş sahnelerini New York’ta maketler ve biraz da sigara dumanı yardımıyla gerçekleştirmişlerdi. Bu filmler, durumun farkında olmayan izleyici tarafından büyük bir iştahla tüketilmişti (Kobel ve Library of Congress, 2007: 17). Örneğin *Tearing Down the Spanish Flag* adlı Vitagraph filminde bayrak direğinde dalgalanan İspanyol bayrağı alaşağı edilerek parçalanıyor ve yerine Amerikan bayrağı çekiliyordu (Jowett ve O’Donnell, 2006: 108).

Dünyadaki ilk kapsamlı propaganda uygulamalarını başlatan İngilizler bunu çabucak sinema alanına genişlettiler. Yazılı ve görsel propagandanın diğer biçimlerinde öncü olan İngiltere, filmde de liderliği elinde bulundurdu. 1915 yılında resmi propaganda filmlerinin öncülleri gösterilmeye başlanmıştı. Ardından Fransa ve ABD de propaganda ve propaganda filmciliği konusunda İngiltere örneğini takip ettiler. Karşı tarafta ise sinemanın propaganda gücü daha geç fark edilmişti. Almanya’nın propaganda faaliyetleri Birinci Dünya Savaşı sırasında oldukça zayıf kaldı (Taylor, 2003: 190). Almanya’da UFA’nın propaganda amaçlı kurulması Dünya Savaşı’nın sonlarına doğru (1917) gerçekleşti.

Birinci Dünya Savaşı’nda kitle iletişim araçlarının oynanmış olduğu rol savaş sonrasında da birçok yönetime ilham kaynağı oldu. 1920’lerde radyo ile birlikte sinema, propagandanın en güçlü aracı haline geldi. 1930’ların sonuna doğru propaganda tüm Avrupa’da günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştu (Taylor, 2003: 203). Batı’da gerek demokratik gerek otoriter rejimler propaganda sinemasına özel bir önem verdiler. Birinci Dünya Savaşı’ndan 1950’lere kadar sinema baskın bir kitle iletişim aracıydı ve hemen herkes onun büyük gücüne inanıyordu. Bu anlayışın bir ifadesi olarak sinema, hükümetler tarafından iki şekilde muamele gördü: Bir yandan gücünden çekinildiği için sansür yoluyla kontrol altında tutularak ve diğer

yandan da bu güçten yararlanmak adına propaganda aracı olarak kullanılarak (Reeves, 2004:4).

Bu konudaki en dikkate değer örneklerden biri Sovyetler Birliği olmuştur. Sinema Sovyetler için geleceğin sanatıydı (Taylor, 1998: 59). Sovyetler Birliği'nin eğitim ve propagandadan sorumlu ilk komiseri Lunaçarski'nin Lenin'le olan bir diyalogundan aktardığı ve sinema yazınında sıkça atıfta bulunduğu üzere Lenin, bütün sanatlar arasında kendileri için en önemlisinin sinema olduğunu belirtmiştir. Bu sözler sinemaya propaganda açısından verilen önemi de vurgulamaktadır. Yine Lunaçarski'ye göre, "sinema çekiciliğinin yanında diğer sanatların aksine ucuz, taşınabilir ve sıradışı bir biçimde görseldir. Etkileri kitabın asla ulaşamayacağı bir noktaya ulaşabilir ve tabii ki bütün propaganda araçlarından daha güçlüdür" (Reeves, 2004:4).

Lenin'in sinemaya bu kadar önem vermesi nedensiz değildi. Geniş bir coğrafyaya yayılmış olarak farklı dil ve kültürden, önemli bir kısmı okuma yazma bilmeyen milyonlarca insana devrimi anlatarak yandaş kazanmak zor bir işti. Bu şartlar altında poster ve film gibi görsel araçlarla, kitlelerle iletişim kurmak büyük bir önem kazanmıştı.

Buradan hareketle, ana fikrini Troçki'nin ortaya attığı ajitasyon trenleri deneyi 1918'de başladı. Troçki, sinemanın çekiciliği ve kitlelere ulaşabilirliğiyle her türlü propaganda ve eğitim için en önemli araç olduğunu inanıyordu (Reeves, 2004:48). O zamana kadar Troçki'nin ısrarıyla kısıtlı kaynaklara rağmen her trende bir kompartıman propaganda ekibine ayrılıyordu. Uygulamanın başarılı bulunmasıyla bütün bir trenin bu iş için görevlendirilmesi sağlandı. Ajitasyon trenleri, gemileri ve bazen kamyonları son derece görsel olarak tasarlanmış, posterler, bayraklar ve sloganlarla kaplı taşıtlardı ve en önemli araçları bir film projektörüydü (Taylor, 2003:202). Propagandanın hem kitleye hem de bireye hitap etme, bütüncül, sürekli, örgütlü olma, insan psikolojisi ile zamanın düşünce ve değerlerini dikkate alma gibi özelliklerine (Gürgen, 1990: 142) sahip olan Sovyet propagandası, etkin ve organize bir yapı ortaya koymuştu.

Propaganda, güç mücadelesi içinde önemli bir yere sahiptir ve gücü ele geçirme ya da onu elde tutmaya devam etmenin araçlarından biridir. Bu yüzden propaganda ve savaş arasındaki sıkı ilişki şaşkırtıcı olmasa gerek. Taylor'un (2003: 5) deyişiyle savaş sırasında propaganda toplar ve tüfeklerden daha önemsiz bir silah değildir.

Birinci Dünya Savaşı kitle toplumunun ilk kitlesel savaşıydı. Bu kitlesel savaşta artık eskisi gibi yalnızca cephedekiler değil cephe gerisindekiler de rol almaktaydı. Toplumun bütününe içine alan bu savaşta topluma hitap edecek en önemli araçlar, kitle iletişim araçları oldu. Böylece son derece etkin propaganda çalışmaları yürütüldü. Bu nedenle 20. yüzyılın ilk medya savaşının Birinci Dünya Savaşı'nda cereyan ettiği (Véray, 2010) vurgulanır.

Bu yazıda, propaganda filmlerinin evrim geçirerek modern propaganda filmciliğine geçişi sağlayan gelişmelerin yaşandığı bir dönem olan Birinci Dünya Savaşı propaganda filmciliği faaliyetleri ve etkileri ele alınmıştır. Tarihsel olarak bu dönemin ve içerdiği dönüşümün bilinmesi yalnızca İkinci Dünya Savaşı'nda patlama yapan propaganda ve propaganda filmciliğinin anlaşılabilmesi için değil; belge filmciliğinin gelişim sürecini, hatta kitle iletişim kuramlarının doğuş ve gelişimini daha iyi kavramada önemli bir rol oynayabilir. Zira bu pratiklerin hepsi özellikle iki büyük savaş arasındaki kısa dönemde sıra dışı bir gelişme göstermiştir.

Birinci Dünya Savaşı propaganda filmciliğinin rolü ve önemi nadiren araştırılmış görünmektedir. Propaganda ve propaganda filmleri denildiğinde, genellikle propagandanın doruğa çıktığı ve tekniklerinin mükemmelleştiği dönem olan İkinci Dünya Savaşı ve

sonrasındaki soğuk savaş dönemi uygulamaları akla gelmektedir. Propaganda üzerine yapılan çalışmalar da çoğu kez örneklerin bol bulunduğu İkinci Dünya Savaşı ve sonrasına odaklanmakta; filmler ve propaganda ilişkisi en fazla Rusya'da Sovyet döneminin başlarına dayandırılmaktadır ki bu, propaganda filmciliği açısından çok erken bir tarih sayılamaz. Propaganda filmlerinin sistematik kullanımının kökenleri, yaygın kanının aksine Sovyet, Nazi ya da soğuk savaş dönemi Amerikan propagandasından daha geriye uzanmaktadır. Eğer İkinci Dünya Savaşı dünyanın en büyük propaganda savaşına şahit olduysa, bunda Birinci Dünya Savaşı'ndan kaynaklanan deneyimin rolü göz ardı edilmemelidir.

Bu yazının amacı, Türkçe propaganda yazınında neredeyse hiç ele alınmamış bir konu olan Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda filmleri ve filmciliği hakkında, mevcut modern araştırmalardan derlenen bilgiyle, özellikle hükümet destekli ve/veya resmi propaganda filmciliğinin kökenleri ve gelişimini sergileyerek Türkçe yazına katkıda bulunmaktır. Bunun için Dünya Savaşı sırasında propaganda filmciliğinin ilk etkin ve gelişkin örneklerini sunan ve takip eden yıllardaki faaliyetlerin çekirdeğini oluşturmuş bulunan İngiltere, Almanya, Fransa ve ABD'deki propaganda filmleri deneyimleri örnek olarak alınmıştır.

2. Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda Filmleri

2.1 İngiltere

Bir hükümetin filmler yoluyla halkının tutum ve davranışlarını etkilemeye çalışmasının ilk örneği Birinci Dünya Savaşı yıllarında İngiltere'de görüldü (Reeves, 2004: 9). Savaş sırasında bu ülke sistematik bir propaganda sineması geliştirdi. İngiltere'de ilk resmi propaganda filmleri 1915'te gösterilmeye başlandı. Böylece ilginç bir biçimde propaganda filmciliği diğer propaganda faaliyetlerinden aylar önce başlamış oldu (Reeves, 2004: 22). Filmler haber niteliği taşıyordu ve cephe görüntülerini izleyiciye ulaştırıyordu. Daha önce – örn. Boer Savaşı- çekilen propaganda filmleri yapıntı görüntüler içerdiği için kamuoyunda bu tür filmlere karşı bir güvensizlik baş göstermişti.

İngiltere'de 1914 öncesinde propaganda aslında gündelik yaşamın bir parçasıydı. Söz konusu propaganda devlet eliyle değil ama toplumun kilise, basın, iş dünyası ve siyasi partiler gibi kurumları tarafından sürdürülüyordu. Resmi propaganda gerçekten de liberal politikacılar ve bürokratlar arasında o tarihte bile nahoş çağrışımlara neden oluyordu (Messinger, 1993: 117). Devleti yönetenler bu nedenle, savaş başlayana kadar, liberal geleneğin bir yansıması olarak propaganda işinin toplumun sivil kurumlarına bırakılması gerektiğini düşünüyordu. Fakat savaşla birlikte siyasal yöneticiler, hemen olmasa bile zamanla, ciddi bir biçimde yeni bir silah olarak resmi propaganda düşüncesini geliştirdiler (Messinger, 1993: 117; Reeves, 1993).

Propaganda filmciliği diğer faaliyetlere göre erken ancak savaşın başlamasından bir yıl sonra ortaya çıkmıştı. Başlarda propaganda filmlerinin hazırlanması konusunda politikacılar kadar askeri yetkililerin de güvenlik nedeniyle çekinceleri olmuş, filmler ancak 1915'in ikinci yarısından sonra bir propaganda aracı olarak görülmeye başlanmıştır (Reeves, 2006:11-12; Sanders, 1983: 117)*. Ancak asıl önemlisi savaş başladığında toplumun bütün kesimleri var olan toplumsal çatışmaları bir kenara bırakarak birlik olmuştu. Bu ortam içinde hükümetin halkı savaşıma ikna etmesini gerektirecek bir durum olmadığı için propaganda ihtiyacı yoğun değildi (Reeves, 1993: 182; Reeves,2004: 18). Savaşın öyle çabucak bitmeyeceği anlaşılıp acıları etkisini daha ciddi bir biçimde hissettirmeye başladığında, halk savaşıma

*Reeves (2004 ve 2006)' e göre bunun en önemli nedenlerinden biri sinemanın sözü edilen dönemde alt sınıflara özgü avam bir eğlence olarak görülüp önemsenmeyişidir.

daha az istekliydi. Bu ortam içinde başına Charles Masterman'ın getirildiği *Wellington House Cinema Committee* Ağustos 1915'te kuruldu. Amaç, içeride yükselmeye başlayan homurtuları dindirmeye çalışmak olduğu kadar tarafsız ülkelerde düşman karşıtı bir propaganda sürdürmek, özellikle de yükselen yeni süper güç olan ABD'nin kamuoyunu etkileyerek kendi saflarında savaşa çekmeye çalışmaktı (Reeves, 2004: 20).

Diğer yandan Ekim 1915'te ülkenin önemli haber filmi yapım şirketleri tarafından *Topical Comitee* oluşturuldu. Kısa haber filmleri yapan bu kuruluşa her türlü masrafını kendileri karşılamak kaydıyla savaş görüntülerini çekmek ve gösterimlerin gelirini alma hakkı verildi. Böylece politik gerekçeler kadar ticari nedenlerle de bu filmlerin yalnızca müttefik ya da tarafsız ülkelerde değil yurt içinde de savaşta olup bitenleri görmek isteyen geniş bir izleyici kitlesine gösterilmesi gündeme geldi (Sanders, 1983). İngiliz propaganda filmleri Avrupa'da ya da deniz aşırı ülkelerde, kolonilerde sıkça gösterildiler.

Savaş sırasında Wellington House tarafından özellikle Fransa'da ve okuryazar oranının düşük olduğu Rusya'da propaganda filmleri gösterimine önem verildi. İngiltere'nin savaştaki rolü her iki ülkede de sorgulanmaktaydı. Bu nedenle İngilizler, Rusları ve Fransızları mücadelede önemli bir rol oynadıklarına hatta başı çektiklerine dair ikna etme gereği duymuşlardı (Sanders, 1983: 117). Wellington House'un Aralık 1915'te hazırlattığı ilk resmi propaganda filmi olan uzun metrajlı belge filmi *Britain Prepared* hem politik hem de ticari açıdan tam bir başarı oldu. İngiliz donanmasının gücüne dikkat çeken *Britain Prepared* uzun süre bu ülkelerdeki sinemalarda, diğer kamusal mekânlarda ve orduda gösterildi. Ardından gelen kısa haber filmleri beklenen etkiyi uyandırmadı ve az sayıda olumlu eleştiri aldı (Reeves, 1993: 190). Sıcak çatışma görüntülerini izlemek umuduyla sinemalara koşan halk bunun yerine teknik ve güvenlik sorunlarından dolayı birliklerin daha az dramatik olan cephe gerisi günlük yaşamından görüntülerle yetinmek zorunda kalmıştı (Reeves, 1993: 190,191). Buna rağmen, Fransa'da Temmuz'da gerçekleşen Somme Savaşı'nın topçu bombardımanı ve taarruza geçen birliklerini de içeren görüntüleri bir ay sonra sinemalarda uzun metrajlı bir film (*Battle of the Somme*) olarak kurgulanmış halde gösterime çıktı. O zaman için sıra dışı bir biçimde, 34 sinemada birden aynı anda gösterime giren film, her yerde iyi bir gişe geliri elde etti ve izleyici talebine salonlar yetişemez oldu. Aylarca gösterimde kalan filmin milyonlarca izleyici tarafından görüldüğü bilinmektedir (Badsey, 1983: 108, Reeves, 2004: 13; Reeves, 2006:15).

Somme Savaşı hakkında İngilizlerin yanı sıra Fransızlar ve Almanlar da kendi bakış açılarıyla birer film yapmışlardı ve bu filmler tarafsız ülkelerde birbirleriyle yarışarcasına gösteriliyordu. Aynı tarafta yer alan Fransızlar ve İngilizler arasında dahi Somme filmleri rekabeti yaşandığı belirtilmektedir (Dibbets ve Groot, 2010). İngilizlerin Somme Savaşı hakkında büyük bir prodüksiyon hazırladıklarını duyan Fransızlar, dört büyük yapım şirketleri aracılığıyla İngilizlerden önce aceleyle *La Bataille de la Somme*'u yapmışlardır (Dibbets ve Groot, 2010: 444). Fransızlar ve İngilizler'in ardından Almanlar da Şubat 1917'de BuFA'nın ilk projesi olarak kendi Somme filmlerini gösterime sokuyorlardı: *Bei Unseren Helden an der Somme*. İngiltere'nin Somme filmi savaş alanından orijinal görüntüler içerirken Almanya'nınki genellikle kurmacaya başvuruyordu. Bu nedenle Alman Somme filmi içeride ve dışarıda istenen etkiyi yaratamamıştır (Dibbets ve Groot, 2010: 449).

İngilizlerin *Battle of the Somme* başarısı, benzeri çalışmalarını tetiklemiş oldu. *The King Visits His Armies in the Great Advance* (1916)'ın ardından *Battle of the Ancre* (1917) ve *The Advance of the Tanks* (1917) gibi büyük savaş filmleri hazırlandı (Reeves, 2006:12).

İngiltere'de Nisan 1917'de resmi ve tek propaganda filmi kurumu olarak *Wellington House* yerine *War Office Propaganda Comitee* kuruldu. Ordu aldığı başarısız oldukça büyük savaş filmlerine olan halkın ilgisi de azalmaya başladı. Böylece İngiliz resmi propaganda

filmi politikası tekrar değişti. Topical Film Comitee ile çalışmaya başlayan War Office Cinema Comitee'nin, Topical Budget adı verilen kısa haber filmleri savaşın geri kalanı boyunca resmi propagandanın temelini oluşturdu (Badsey, 1993).

Resmi propaganda filmcileri içeriği sıkı bir şekilde denetlemeye ve mesajı daha titizlikle vermeye özen gösterdiler; ancak hiçbir şekilde 1916 ve 1917 başındaki ilgiyi yakalayamadılar. Haziran 1917'den itibaren ölü ve yaralı görüntüleri filmlerden çıkarılmaya başlandı. Bunun yerine mutlu askerlerin gülümseyen yüzleri perdeyi kapladı (Reeves, 2004: 28).

İkinci Dünya Savaşı'nda ABD'nin sıkça başvuracağı propaganda animasyonlarının da ilk örnekleri bu dönemde görüldü. İngiltere'de savaş süresince seksen kadar animasyon filmi üretildiği bildiriliyor (Huxley, 2006: 307). Temel olarak Alman karşıtı temaları olan animasyonlarda güldürü öğesi ön plana çıkıyor, başta Kaiser olmak üzere Alman ordusuyla alay ediliyordu. Bu animasyonlar aynı zamanda savaş zamanı eğlencesinin bir parçası haline gelmişlerdi. Hükümet ise eğlendirici olmaktan ziyade ciddi animasyonların daha etkili olduğuna inanıyordu (Huxley, 2006: 318). Ayrıca animasyonun bir türü olarak ilk defa filmlere cephedeki birliklerin manevralarını ve son durumlarını gösteren hareketli haritalar da ekleniyordu.

Savaşın son dönemine girildiğinde yapılan filmler *Battle of the Somme* ve benzerlerinin seviyesini tutturaktan uzaktı (Badsey, 1983:113). İçerik olarak da filmler gittikçe daha ciddi bir biçimde Alman karşıtı nefret propagandasına dönüşmeye başlamıştı.

2.2. Almanya

Savaş başladığında Almanya'da canlı bir sinema atmosferi vardı. 1900 yılında yalnızca iki sinema salonu mevcutken, Birinci Dünya Savaşı'nın başladığı yıl olan 1914'te bu sayı 2400'ü aşmıştı. Sandalye sayısı ise bir milyonun üzerindediydi (Taylor, 1998: 127). Bir başka kaynağa göre 1913'te nüfusun üçte biri haftada en az bir kez sinemaya gidiyordu ve çoğunluğu işçilerden oluşan bir buçuk milyon seyirci, sinema salonlarını dolduruyordu (Welch, 2000: 41). Ancak Almanya, sinemalarında gösterilen filmlerin sadece küçük bir bölümünü üretmekteydi. Sırasıyla Fransız, Amerikan ve İtalyan yapımları Alman sinemalarında boy gösteren filmlerin çoğunluğunu oluşturmaktaydı (Taylor, 1998: 128,129).

Savaşın başlamasıyla birlikte artık bir düşman olan Fransa'nın filmlerinin ithal edilmediği ülkede ciddi bir açık ortaya çıktı. Savaşın acılarından gerçekte olamasa da hayal dünyalarında kaçmaya çalışan insanlar sinemaya daha fazla ihtiyaç duydular*. Alman filmciliğinde savaş süresince meydana gelen dönüşümlerin sonucunda 1913'te 28 olan Alman film yapım şirketinin sayısı 1919'da 245'e ulaşmıştı (Taylor, 1998: 130).

Almanların propaganda filmleri yapmaya 1901 gibi daha erken bir tarihte adım atmış olmalarına karşın[†], sinemanın gücü hakkındaki asıl bilinci kazanmaları Birinci Dünya Savaşı'na dayanır. Ayrıca Almanya, savaş sırasında filmleri propaganda amaçlı kullanmayı rakiplerine göre daha geç, savaşın ortalarına doğru, keşfetmiştir (Kester, 2003: 38). Birinci Dünya Savaşı başladığında Almanya'da sinema, daha çok halkın moralini yükseltebilecek bir

* Gösterimlerin azalmasına karşın izleyici sayısının ciddi bir biçimde artmış olduğu tespit edilmiştir. Bkz. Lenk, (2010).

[†] Bir araştırmaya göre (bkz. Loiperdinger, M. (2002). The Beginnings of German Film Propaganda: The Navy League as Travelling Exhibitor, 1901-1907. Historical Journal of Film, Radio and Television, 22(3), 305-313.) deniz gücü İngiltere gibi ülkelerin gerisinde olan Almanya, denizlerde daha fazla söz sahibi olmak adına donanmasını güçlendirmek için başlattığı bir kampanyada kamuoyunun dikkatini çekebilmek için filmlerden yaygın bir biçimde yararlanmıştı.

eğlence aracı olarak görülüyordu (Welch, 2000: 40,44). Almanlar, savaşın ilk döneminde sinemanın olumsuz etkileri de olabileceğine inandılar ve onu gitgide baskı altında tutmaya çalıştılar.

İlk olarak 1914 sonlarına doğru bazı filmler halkın moralini yıprattığı gerekçesiyle yasaklandı. Hatta güldürü filmleri, zaman zaman, ülkenin içinde bulunduğu savaş koşullarının ciddiyeti nedeniyle Babavatan'a bir tür saygısızlık addedilebiliyordu (Welch, 2000: 44,45; Lenk, 2010: 431). Yasaklardan yabancı dedektif filmleri dahi payını aldı. Bunun sonucunda yabancı filmlerin yerine 'ciddi' Alman yapımlarının üretilmesi düşüncesi belirmeye başladı. Ocak 1915'te ise bütün yabancı filmler yasaklanarak yalnızca "morali ve vatansız duyguları yükseltecek" yerli yapımlara izin verildi (Welch, 2000: 45).

Savaşı unutmaya çalışan çocukların sinema ve diğer eğlence yerlerine kaçmaları üzerine, siyasal otorite sinemaya girişlerini kısıtlayıp tüm eğlence yerlerine girişlerini yasakladı. Ancak bunun pek de doğru bir karar olmadığına, o dönemde bazı kentlerde suç işleyen çocukların sayısının yüzde yüz artmış olması (Welch, 2000: 47,48) delil olarak gösterilmektedir.

Bütün bu olanlardan sonra ancak 1916'nın sonlarına doğru ticari sinemanın halkın moralini yüksek tutmada önemli bir rol oynayabileceği ve bu nedenle bastırılmaması gerektiği düşüncesi belirdi ve ayrıca Savaş Bakanlığı, iç propaganda amaçlı filmler üretmeleri için bazı özel yapım şirketleri ile anlaştı (Welch, 2000: 48).

1913'ten itibaren haber filmi yapımı (newsreel) aslında mevcuttu. Ancak bunlardan özellikle cephe görüntüleri içerenler, diğer yapımlar gibi 1915 sonlarına doğru moral bozduğu gerekçesiyle yasaklanmış, cephe gerisi görüntüleri kullanılmaya başlanmıştı. Savaşın son derece steril gösterilmesi nedeniyle savaş gazileri tarafından filmler yer yer gülünç bulunuyordu (Welch, 2000: 53).

Hükümet için savaş haberleri çekmekle görevlendirilen ve aynı zamanda Almanya'nın ilk film yapımcısı olan Oscar Messter, 1916'da verdiği bir raporda propaganda filmlerinin önemine ve resmi bir film kampanyasının gerekliliğine dikkat çekiyordu (aktaran Welch, 2000: 53). Bu düşüncelerin gelişiminde İngiltere'nin propaganda filmciliği faaliyetleri üzerine gözlemledikleri önemli bir rol oynamıştı.

Propaganda filmi üzerine sözü edilen zihniyet dönüşümüyle birlikte bu konuda hükümet tarafından bir dizi girişimde bulunuldu: Almanya Kasım 1916'da Deulig'i, Ocak 1917'de BuFA'yı ve Aralık 1917'de de UFA'yı kurdu (Kester, 2003: 36-41). Deulig'aslen ticari bir amaçla; BuFA, askeri bir kuruluş olarak savaş propagandası için; UFA ise özel ve devlet tüm Alman film sanayisinin tek bir çatı altında toplanarak, her türlü sinemasal üretimin propaganda silahı olarak kullanılması için kurulmuştu (Welch, 1986).

Deulig (Deutsche Lichtbild-Gesellschaft) 1916'da asıl olarak Alman sanayicileri tarafından İngiliz ve Fransız propagandasına karşı olarak, Alman filmlerinin yapımı ve yabancı ülkelere dağıtımını için kuruldu. Almanlar günden güne sıkı bir karşı propagandanın önemine inanmaya başlamışlardı. Alman askeri otoriteleri Deulig'in ticari hedeflerine karşılık askeri amaçlarla 1917'de BuFA'yı kurdu. Askeri kanat Deulig'den umduğunu bulamamıştı BuFA'nın kurulma kararı yanında aynı zamanda Almanya'nın dışarıdaki imajını korumak amacıyla Alman yapımlarının ihracı da yasaklanıyordu (Welch, 1986: 86).

Alman filmciliğini kontrol altında tutmak amacıyla ordu içinde kurulan BuFA (Bild- und Film-Amt), askeri amaçların ötesinde içeride ve dışarıda yoğun propaganda yaptı (Welch, 2000: 54). Bir BuFA raporunda (aktaran Rother, 1996: 187) başarılı bir propaganda filminde olması gerekenleri şu şekilde sıralanır: "Propaganda filmi tamamen eğlendirici bir filmle rekabet edebilecek hatta onu yenebilecek bir biçimde yapılmak zorundadır. Yalnızca her

propagandanın hedeflediği içgüdülere ulaşmakla kalmamalı; aynı zamanda kitlelerin eğlence isteğini de dikkate almalıdır”

Almanya film konusunda da diğer propaganda araçlarının kullanımında olduğu gibi düşmanlarının uygulamalarını örnek almaya çalıştı. BuFA raporlarında Fransızların bir filmde Sarah Bernhardt’ı oynatmalarının yarattığı etkiyi, toplumca sevilen ünlü bir kişinin filmlerde rol almasının önemini ve gelecekte bunun çok kullanılan bir yöntem olacağını vurgulamışlardır. Almanlar bu yönde propaganda filmleri üretme girişimlerinde bulunmuşlar ancak çekilen iki film henüz gösterime girmeden savaş bitmiştir (Rother, 1996: 188).

Almanya’nın etkilendiği bir diğer film de *Battle of the Somme* (1916) filmidir. Almanlar filmin yarattığı etkiyi görerek bundan ders çıkardılar. BuFA’da çekilen ilk film İngilizler’in *Battle of the Somme*’una karşı bir cevap niteliğindedir: *Bei Unseren an der Somme* (Somme’deki Kahramanlarımızla). Bu filmle birlikte Almanya’da ilk defa olarak gerçek cephe görüntüleri gösteriliyordu (Rother, 1996: 189).

1917’ye gelindiğinde ise General Ludendorff filmin bir propaganda aracı olarak önemine dikkat çekiyor ve bütün sinema etkinliğinin tek bir çatı altında merkezleşmesini istiyordu. General Ludendorff Temmuz ayında Savaş Bakanlığı’na yazdığı mektupta şöyle diyordu:

Savaş, şu ana kadar, eğitim ve etkileme aracı olarak görüntü ve filmin ezici bir gücü olduğunu göstermiştir. Maalesef, düşmanlarımız bu alanda bize karşı elde ettikleri avantajlarını kullanarak önemli zararlar vermişlerdir. Savaş devam ettiği müddetçe siyasal ve askeri bir etkileme aracı olarak film önemini yitirmeyecektir. Bu nedenle, eğer savaşta başarılı olmak istiyorsak Almanya’nın varlığını gösterebildiği her yerde filmin en fazla etkiyi elde etmek için kullanılmasını sağlamak kesinlikle gereklidir (Taylor, 1998: 131).

Ludendorff’un etkisiyle çok geçmeden, Aralık 1917’de, adını yakından tanıdığımız ve sonraki Alman sinemasının gelişiminde en önemli rolü oynamış olan UFA (Universum-Film-Aktiengesellschaft) kuruldu. UFA’ya iki temel görev biçilmişti: Birincisi, yurtiçi ve dışına yönelik propaganda filmleri yapmak; ikincisi, ticari sinema sanayiinin faaliyetlerini yönetmek (Welch, 1986: 85).

Almanlar başlangıçta sinemanın halkın morali ve kamuoyunu etkileme konusundaki potansiyelinin farkında olsalar da kamuoyu üzerindeki önemini ancak savaşın sonlarına doğru ciddi bir biçimde anlayıp kullanmaya çalıştılar (Taylor, 1998: 131).

1918’e gelindiğinde Almanlar, başlangıçtaki aksine sinemanın propaganda değerine abartılı bir biçimde inandılar. Savaş bittiğinde yanlış ve yetersiz propagandayı yenilgilerinde etken gördüler. Almanların organize bir propaganda konusundaki geç kalışları o kadar dramatize edilir ki; bu durum, çoğu kez, savaşın kaybedilmesinin en önemli nedeni olarak gösterilir (Rother, 1996: 185; Welch, 2000).

2.3. Fransa

Fransa savaştan önceki en büyük film endüstrisine sahip olmasına rağmen resmi olarak propaganda filmi yapımına geç başlayan diğer bir ülkeydi. Fransa’da 1915-1919 yılları arasında 900 civarında savaş haberi filmi yapıldı. Ana hedefleri kamuoyunun savaş hakkındaki görüşlerini yönlendirmek olan bu filmler propaganda işlevi görmekteydi (Véray, 2010: 409).

Başlangıçta savaş alanları politikacılar ve askerler tarafından film yapımcılarına yasaklanmıştı. Ancak, sinema dünyasının önde gelen aileleri Gaumont ve Pathé’nin ısrarları sonucu 1915 yılının baharında savaşı görüntülemek için Savaş Bakanlığı ve dört yapım şirketi

arasındaki anlaşmayla Fransız ordusunda ayrı ayrı fotoğraf (la Section photographique de l'armée / SPA) ve film (la Section cinématographique de l'armée / SCA) bölümleri kuruldu (Véray, 2010: 410).

Dört büyük yapım şirketinden birer kameramanın çalıştığı sinema bölümünde, kameramanların nereye gidip neleri çekebileceği önceden belirleniyor, filmler sansür denetiminden geçtikten sonra yapımcı şirket tarafından istenildiği gibi kurgulanıyordu (Sorlin, 2004: 507). Bu filmlerde Fransız ordusunun gücü, morali ve disiplini vurgulanıyordu.

Kamera ve diğer çekim malzemelerinin ağırlığının sıcak savaş görüntüleri toplamayı neredeyse imkânsız hale getirmesi bir yana Alman filmlerine benzer şekilde Fransız filmleri de güvenlik nedeniyle çarpışmaları değil cephe gerisini ve askerlerin gündelik yaşamını yansıtıyordu. Ayrıca özellikle tarafsız ülkeleri etkilemek amacıyla ordunun morali, gücü, ele geçirilen silahlar filmlerde sergileniyordu. Filmler halkın moralini bozmamak ve düşmana bilgi sızmasını engellemek için sıkı denetime tabi tutuldular. Ölü ve yaralı Fransız askeri görüntüleri bu filmlerden özenle çıkartıldılar. Bunun yanında önemli silahların gösterilmesi, birliklerin adlarının ve yerlerinin belirtilmesi de yasaklanmıştı. Filmler sık sık Almanlar'ı barbar olarak gösteriyordu (Véray, 2010: 411- 413).

Savaşı daha yakından görüntüleyen kayda değer filmlerin ilki 1916'da Almanların stratejik bir konumda olan Verdun'daki uzun kuşatması sırasında yapılan *Around Verdun*'dur. Ardından bu kuşatmayı yarmak için İngiltere ve Fransa'nın ortaklaşa gerçekleştirdiği Somme saldırısını ele alan, yukarıda da bahsedilen film yapıldı. Böylece kameramanların ilk defa cephe hattına yaklaşmasına izin verildi. Verdun kuşatmasının başında çok fazla şansları olmadığını düşünen Fransızlar, durumun vahametini açığa vurmamak için haber filmlerinde fazla bilgi vermeyip üstünkörü geçiyordu. Ancak Somme saldırısının başarılı olmaya başladığı andan itibaren kahramanlık öyküleri ve zafer çılgınlıkları cephenin daha dinamik görüntüleriyle beraber bu filmlerde yer almaya başlamıştı.

Haber filmlerinin asıl amacı, olan biteni haber vermekten çok vatansız duyguları güçlendirmek ve savaşın sarsıcı yanlarını gizlemektir (Véray, 2010: 414). Filmler aynı zamanda diğer ülkelerde olduğu gibi halktan borç toplamak için çıkarılan devlet tahvillerinin özendirilmesinde de kullanıldı.

Ocak 1917'de fotoğraf ve sinema bölümleri birleştirilerek Savaş ve Güzel Sanatlar Bakanlıkları gözetiminde devletin tam kontrolünde olmak üzere SPCA haline geldi. SPCA Fransa'da savaşta fotoğraf ve film çekebilmeye yetkili tek kurum oldu. Böylece film yapımı özel sektörden devlete eline geçmiş oldu. Bölüm, 60 civarında belgesel ve bütün sinema salonlarında gösterilmesi zorunlu tutulan haftalık kısa haber filmleri hazırladı (Sorlin, 2004: 508).

İlk üç yılında Fransız sinema izleyicisi Birinci Dünya Savaşı'nı bir Fransa – Almanya savaşı olarak seyretti. 1917 sonbaharına kadar propaganda filmleri daha çok Fransa ve ordusundan bahsediyordu. Fransa'nın zora girdiği ve müttefiklerine daha fazla güvenmek zorunda kaldığı bu tarihten sonra filmlerde bunun bir Dünya savaşı olduğu görülüyor, dost ülkeler daha fazla yer almaya başlıyor; ABD'nin savaşa kendi taraflarında girişi sıkça kullanılıyordu. Ancak ne ilginçtir ki 1917'de herkesi şoke eden Rusya'daki Bolşevik Devrimi'nden bu filmler hiçbir şekilde bahsetmiyorlardı (Sorlin, 2004: 512).

Savaş sırasında Almanya'da olduğu gibi Fransa'da da salonlara giden sinema izleyicilerinin sayısı arttı. Propaganda filmlerinin sinema salonları dışında başka kamusal alanlarda da gösterime girdiği göz önünde bulundurulursa halkın önemli bir bölümünün bu filmlerle tanıştığı anlaşılabilir.

2.4. ABD

ABD ile bağları olan İngiltere ve Almanya'nın her ikisi de bu ülkeyi kendi tarafında savaşa sokmaya çalışsa da her türlü propaganda aracını daha etkin kullanan İngiltere bu konuda açık bir üstünlüğe sahipti*. 1916 Şubat'ında gösterime giren *Britain Prepared* ile beraber ABD izleyicisi yoğun biçimde İngiltere'nin propaganda filmlerine maruz kaldı. Filmlerin gördüğü ilgiden işletmeciler memnundu ve basın olumlu eleştirilerde bulunuyordu. Buna karşın Alman yanlısı Amerikan basını, filmlerin ABD'de üretilmiş sahte yapımlar olduğunu iddia ediyordu (McKernan, 2002: 372-374).

Britain Prepared, Battle of the Somme, The American Boys at the Front (ABD'nin henüz savaşa girmediği tarihte gönüllü ambulans şoförlerini anlatan bir film) filmlerinden yeniden kurgulanarak parçalar halinde gösterilen filmler Amerika'da 8 ay boyunca 7800 sinema salonunda oynuyordu (McKernan, 2002: 381).

Britanya'nın, tarafsız olan ABD ve halkının sempatisini kazanmak için yapmış olduğu propaganda bombardımanı sonuç veriyor ve ABD'de önce New York, sonra Hollywood'da üretilen, zamanın çok sayıda popüler filmde Almanlar kötü ve haksız taraf olarak resmediliyorlar, toplumda Alman karşıtı bir duyarlılık oluşuyordu (Taylor, 2003: 185,186).

Birinci Dünya Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'nde film, bir propaganda aracı olarak çok bilinçli ya da sistematik olmayan bir biçimde kullanıldı. Propaganda faaliyeti resmi bir temelden çok Hollywood'un sinema sanayiine dayanıyordu. ABD'de 1914-1916 yılları arasında yapılan uzun metrajlı belge filmleri, ülkenin savaşa katılmak ile tarafsız kalmak seçeneklerinin tartışıldığı bir döneme işaret eder. Çok sayıda film yapım şirketinin ve büyük gazetelerin yapımını üstlendiği filmlerdir bunlar (Abel, 2010: 367). Savaşa karşı tarafsız kalan ve *Intolerance* (1916) gibi barışçı filmler yapan ABD'de bir taraftan da kimisi güldürü filmi niteliğinde *The Cause of the Great European War* (1914), *The Battle Cry of Peace* (1915), *My Four Years in Germany* (1918) gibi uzun metraj kurmaca filmler yapıldı. Winsor McCay ise Almanların torpilediği Lusitania yolcu gemisini konu alan *The Sinking of Lusitania* (1918) adlı propaganda animasyonunu yaptı.

Ancak en etkin propaganda filmi *The Battle Cry of Peace* (1915) oldu. Bu film Amerika'nın savaşa katılması için kamuoyunu etkileme amacını taşıyordu. Film Almanların New York'a denizden saldırarak kenti harabeye çevirdikleri bir hikâyeyi canlandırıyor. Başlarda tarafsız görünmekle birlikte Amerika Nisan 1917'de İtilaf Devletleri safında savaşa girdikten sonra filmlerdeki Alman karşıtlığının dozu doğal olarak artmaya başladı. (Jowett ve O'Donnell, 2006: 109).

ABD savaşa girdikten bir hafta sonra kendi resmi propaganda kurumu olarak CPI (Comitee of Public Information)'ı kurdu. CPI'nin propaganda faaliyetlerinin temelini, Amerikan halkını, kendileri için doğrudan bir tehdit oluşturmayan bu savaşın içinde neden bulduklarına dair gerekçeler üretmek oluşturdu. ABD, propaganda içeriğinde tüm insanlar için barış, adalet, özgürlük ve demokrasi için savaşa girdiğini iddia ediyordu.

Propaganda kurumu olarak hükümet tarafından kurulan CPI Amerikan propaganda filmciliğini de organize etmeyi üstlendi. CPI film endüstrisiyle ilişki içinde çalıştı ve film stüdyolarına askeri konularda danışmanlık yaptı, dekor ve aksesuar sağladı; hatta filme alınması için öyküler önerdi. (Jowett ve O'Donnell, 2006: 109). Bunun yanında CPI'nin

* Almanya'nın bu konudaki çabalarına ilişkin bir makale için bkz. Dopperren, R.V. (1990). Shooting the Great War: Albert Dawson and the Correspondent Film Company, 1914-1918. Film History, 4, 123-129.

ürettiği Amerikan haber filmleri Avrupa’da Pathe ve Hearst tarafından dağıtıldı ve 20 binden fazla salonda oynadı (Hoffmann, 1996: 78). CPI’nın yabancı ülkelerdeki propagandadan sorumlu bölümü otuzun üzerinde ülkede ofis açtı. CPI’nın yapımları arasında uzun metrajlı kurmaca filmler de bulunuyordu. Taylor (2003: 183-186), Hollywood filmlerinin kitleleri galeyana getirebilecek özelliklerine karşın, resmi filmlerin ilginç bir şekilde, daha yumuşak bir propaganda içerip bilgilendirici yöne ağırlık verdiğini belirtir.

Film yapımcıları tarafından kurulan ve başkanlığını D.W. Griffith’in yaptığı *War Cooperation Committee of the Motion Picture Industry* hükümete propaganda faaliyetlerinde gönüllü olarak yardım etti. *The Great Liberty Bond Hold-up* (1917), Cecile B. De Mille’in *The Little American* (1917)’ı, *The Hun Within* (1918), *The Claws of the Hun* (1918), *The Kaiser, the Beast of Berlin* (1918) gibi Almanları barbar olarak resmeden filmler yapıldı. Charlie Chaplin’in güldürü filmi *Shoulder Arms* (1918) ise Kaiser’i ele geçiren Şarlo’yu anlatıyordu. D.W. Griffith bir propaganda filmi çekmek üzere İngiliz hükümeti tarafından davet edildi. Griffith, Batı Cephesi yakınlarında, Almanlar’ın işgal etmiş oldukları bir Fransız yerleşiminde yarattıkları dehşeti anlatan *Hearts of the World* (1918) filmini çekti.

3. Tartışma ve Sonuç

Her büyük savaş gibi Birinci Dünya Savaşı da silah teknolojisinde sıçramalar yaratan bir savaş olmuştur. Eğer propaganda da bu silahlardan biri sayılacak olursa, bu konuda ilk ve en önemli uygulamaların bu dönemde ortaya çıkışına tanık olunmuştur. Savaş sona erdiğinde modern propaganda tekniğinin ana hatları ortaya çıkmıştır. Propagandanın kandırmaca ile eş kabul edilmesi de bu savaşın ardından gelmiştir (Qualter, 1980: 274). Öyle ki on yedinci yüzyıldan beri kullanılmakta olan sözcüğün şeytani ve kötücül bir anlama bürünmesi, 1914-1918 yılları arasındaki Birinci Dünya Savaşı’nın sonucudur denilebilir.

Propaganda tekniğinin savaş süresince çeşitli denemelerle evrilerek daha rafine bir hale gelmesi, kitle iletişim kuramlarının doğuşunu da haber vermekteydi. Kitle iletişim kuramındaki ilk çalışmalar olan davranışçı yaklaşımlar, dönemin psikoloji biliminin de katkısıyla medyanın insan davranışları üzerindeki etkisi üzerine düşünmenin sonucu olarak ortaya çıktı. Medya bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını nasıl etkiliyordu? Bu konudaki tartışmalar Harold Lasswell’in propagandanın etkileri üzerine yaptığı çalışmayla başlamıştı. Lasswell ünlü iletişim modelini yaratırken yakın geçmişlerindeki propaganda çalışmalarından etkilenmişti. Lasswell, Dünya Savaşı’nda Propaganda Tekniği (1927) adlı eserinde vardığı sonuçta, savaşta maddi kaynaklar kadar insan zihnini de harekete geçirmenin önemini vurguluyordu.

1930’lar izleyici, dinleyici ya da okuyucuyu pasif, kolayca yönlendirilebilir kabul eden *Sihirli Mermi* ya da *Hipodermik Şırınga* teorisinin kabul gördüğü bir dönemdir. Yapılan çalışmalar çoğunlukla medya ve propagandanın son derece etkili olduğu düşüncesini taşır (Mattelart ve Mattelart, 2003: 30). Kitle iletişim araçlarına dair iki büyük savaş arasındaki güçlü etkiler kuramlarının özünde Birinci Dünya Savaşı’ndaki uygulamalardan çıkarılan derslerin küçümsenemeyecek bir etkisi vardır.

Söz konusu savaş propaganda filmciliğinde de çok önemli bir gelişme aşaması olmuştur. İngiltere’nin resmi propaganda filmleri devletin sinemayı propaganda aracı olarak kullanmasının ilk örneğini teşkil eder.

Hitler’in propaganda bakanı Goebbels, film ve propaganda hakkındaki konuşmalarında sık sık Birinci Dünya Savaşı’ndaki Alman propagandasının zayıflığını örnek göstermiştir. Goebbels, İngilizlerin başarısını Alman halkının zihnini bulandıran propagandalarına

bağlıyor; böylece moral çöküntünün askeri yenilgiye yol açtığını iddia ediyor ve buna bir daha asla izin verilmeyeceğini ekliyordu (Rother, 1996: 185).

Hitler, Birinci Dünya Savaşı'ndaki İngiltere propagandasına olan hayranlığını ve Almanya'nın yenilgisinde oynadığı rolü *Kavgam'da* sıkça dile getirir. Almanya'nın savaş alanında değil, propaganda yoluyla moral çöküntüye uğratarak yenildiğini iddia eder. Denilebilir ki Hitler, bir "propaganda hareketi" (Hoffmann, 1996: 74) olarak adlandırılan Nazi hareketinin başarısını Birinci Dünya Savaşı'nda Ludendorff ve diğerlerinin hazırladığı temeller üzerinde yükseltmiştir.

İktidar sahipleri başta sinemanın durdurulamaz bir etkileme gücü olduğuna inandılar. Bu dönemin iktidarlarının filmin çok güçlü bir araç olduğuna inanmış oldukları iki temel şeyden de anlaşılabilir: Filmler ya çok sıkı sansüre uğruyor ya da propaganda için kullanılıyordu. Bu, büyük ölçüde, sinemanın kitleler üzerindeki etkisinin çok çabuk farkına varılmış olmasıyla ilgilidir. Bu durum sinemanın propaganda aracı olarak görülmesini ve kullanılmasını pekiştirmiştir.

Eğer Lasswell (aktaran Qualter, 1989: 260)' in söylediğine dayanarak propagandanın bir "kolektif tutumları yönetme" süreci olduğu düşünülürse, filmin doğası gereği bunun tam da merkezinde yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Nitekim Taylor (1998: 16), filmlerin propaganda konusundaki başarısını şu özelliklerine bağlar: Birincisi, görsel çekiciliğiyle sinema zekâdan çok duygulara seslenip; çok daha ilkel bir düzeyde, bilinçaltı düzeyinde etkiliydi. İkincisi, sinema, radyo, televizyon ve gazete gibi kitlelere seslenmesine karşın daha çok tiyatroya benzer yönüyle kalabalığın içindeki bireyi etkilemekteydi. Ayrıca sinema her sınıftan insanı bir araya getirebilme gücüne sahipti ve bu özelliği ulusal hassasiyetlerin ön plana çıktığı dönemlerde kitleleri yönlendirmede çok etkiliydi. Son olarak da, -siyasal iktidarların en beğendiği özellik- sinema maliyetli ve daha teknik bir etkinlik olması nedeniyle basın gibi herkes tarafından kullanılmadığı için kolayca kontrol altında tutulabilmişti (Taylor, 1998: 30).

Buna rağmen, yine de filme atfedilen etkileme gücüne temkinli yaklaşmakta fayda olduğu görülmüştür. İngiliz propaganda filmciliği deneyimi göstermişti ki gerçekte kamuoyunun başlangıçtaki savaş taraftarlığı yön değiştirip savaştan duyduğu rahatsızlık artınca, propaganda filmleri daha az ilgi çekmeye başlamıştı. Reeves (2004)'in buradan çıkardığı sonuca göre kamuoyu değiştiğinde halkı propaganda filmleri izlemeye ikna etmek ya da bu filmler yoluyla arzu edilen etkiyi sağlamak hiç kolay değildi. Kamuoyu, savaşın gidişatıyla, insanların yaşam şartlarındaki dalgalanmalarla, bireysel deneyimlerle şekillenmektedir ve hiçbir film bunu aksi yönde değiştirememektedir.

Birinci Dünya Savaşı'nda dünya, genel anlamda propaganda ve özelde ise film yoluyla propaganda konusunda çok şey öğrendi. Gerek kurmaca, gerek belgesel, gerek ise haber filmi formunda filmin bir propaganda taşıyıcısı olabileceği denenerak ispatlandı. Savaştan sonraki yıllarda sinemanın gelişmiş olduğu ülkeler bu deneyimin ışığında bu üç türü de söz konusu doğrultuda kullandılar. Grierson ve Basil Wright'ın *Night Mail* (1936) ya da *The Song of Ceylon* (1934)'u, Joris Ivens'in *Spanish Earth* (1937)'ü, Eisenstein'in *Potemkin Zirhlisi* (1925) ve diğerleri... Bugün sinema tarihinin en yetkin örnekleri arasında sayılan ve kendisinden sonraki birçok yapıtı etkilemiş filmlerin bir kısmının mayasında Birinci Dünya Savaşı'nın bu film deneyiminin izlerini bulmak mümkündür. Yönetmenleri bu filmleri yaratırken kuşkusuz, akıllarının bir köşesinde yakın geçmişlerinin büyük propaganda deneyinin bilgisini taşımaktadır.

Kaynakça

- Abel, Richard (2010). "Charge and Countercharge: "Documentary" War Pictures in the USA, 1914–1916." *Film History*. 22(4): 366–388.
- Badsey, Stephen D. (1983). "Battle of the Somme: British War-Propaganda." *Historical Journal of Film, Radio & Television*, 3(2): 99-115.
- Badsey, Stephen. D. (1993). "The 'IWM Series' A Guide to the Imperial War Museum collection of archive film of the First World War." *Historical Journal of Film, Radio & Television*, 13(2): 203-215.
- Comolli, Jean-Luc and Narboni, Jean Paul (1971). "Cinema/Ideology/Criticism." *Screen*. 12 (1):27–36.
- Dibbets, Karel. & Groot, Wouter (2010). "Which Battle of the Somme?: War and Neutrality in Dutch Cinemas, 1914–1918." *Film History*. 22(4):440–452.
- Finkelstein, J. Jacob (1997). *Erken Mezopotamya'da İletişim ve Propaganda: M.Ö. 2500-1000*. Çev., İskender Savaşır, Defter, 29: 46-68.
- Gürgen, Haluk (1990). "Propaganda", *Kurgu*, (6): 135-157.
- Hoffmann, Hilmar (1996). *The Triumph of Propaganda: Film and National Socialism: 1933-1945*. Berghahn Books. Providence, Oxford.
- Huxley, David (2006). "Kidding the Kaiser." *Early Popular Visual Culture*. 4(3): 307–320.
- İnceoğlu, Metin (1985). *Güdüleme Yöntemleri*. Ankara: A.Ü. BYYO Yayınları.
- Jowett, Garth. S. ve O'Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion*. (4th ed.), Sage Publications.Inc., Thousand Oaks.
- Kester, Bernadette (2003). *Film Front Weimar: Representations of the First World War In German Films of the Weimar Period (1919-1933)*. Amsterdam: Amsterdam University Press,
- Kobel, Peter. (2007). *Silent Movies: The Birth of Film and the Triumph of Movie Culture*. New York: Little Brown and Company.
- Lasswell, Harold. D (1971). *Propaganda Technique in the World War*. MA:MIT Press.
- Lenk, Sabine. (2010). "Censoring Films in Düsseldorf During the First World War." *Film History*. (22): 426-449.
- Mattelart, Armand. ve Mattelart, Michele (2003). *İletişim Kuramları Tarihi*, Çev., Merih Zıllıoğlu İstanbul:İletişim.
- Messinger, Garry. S. (1993). "An Inheritance Worth Remembering: The British Approach to Official Propaganda During the First World War." *Historical Journal of Film, Radio & Television*, 13(2): 117-127.
- Qualter, Terence H. (1980). "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi", Çev., Ünsal Oskay . A.Ü. SBF Dergisi, 35(1): 255-307.
- Reeves, Nicholas (1993). "The Power of Film Propaganda – Myth or Reality?", *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 13(2):181 – 201.
- Reeves, Nicholas. (2004). *Power of Film Propaganda: Myth or Reality?*, London:Continuum.
- Reeves, Nicholas. (2006). "Cinema, Spectatorship and Propaganda: 'Battle of the Somme' (1916) and its Contemporary Audience." *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 17(1): 5-28.

Rother, Rainer (1996). "Learning From the Enemy: German Film Propaganda in World War I", in Elsaesser, Thomas. (Ed.), *A Second Life: German Cinema's First Decades*, Amsterdam University Press, Amsterdam: 185-191.

Sanders, Michael, L. (1983). "British Film Propaganda in Russia, 1916-1918", *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 3(2):117-129.

Short, Kenneth. R. M. (1983). *Film & Radio Propaganda in World War II*. London: Croom Helm.

Sorlin, Pierre. (2004). "The French Newsreels of the First World War.", *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 24(4):501-515.

Taylor, Philip, M (1983). "Propaganda in International Politics, 1919-1939" in Short, Kenneth.R.M. (Ed.), *Film and Radio Propaganda in World War II*. Bristol: Taylor and Francis:17-46.

Taylor, Philip. M (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda*, Manchester: Manchester University Press,

Taylor, Richard. (1998). *Film propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*. New York: I.B.Tauris.

Welch, David (1986). "Medium for the Masses: Ufa and Imperial German Film Propaganda During the First World War." *Historical Journal of Film, Radio & Television*, 6(1):85-91.

Welch, David (2000). *Germany, Propaganda and Total War, 1914-1918: The Sins of Omission*. New Jersey: Rutgers University Press.

Véray, Laurent (2010). "1914-1918, The First Media War of The Twentieth Century: The example of French Newsreels." *Film History*. 22(4): 408-425.