

Vichy Fransası'nda Müttefik Devletlerine Karşı Yürütülen Propaganda Faaliyeti

The Propaganda Activity in Vichy France Against the Allied Countries

Prof. Dr. Metin IŞIK - Doç. Dr. Mustafa KARACA†*

Başvuru Tarihi: 17.10.2019
Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

20.yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sayesinde propaganda ilk defa ulusal sınırları aşarak, uluslararası boyut kazanmıştı. Ülkeler, propaganda faaliyetlerini yalnızca kendi kamuoyunu şekillendirmek amacıyla değil, uluslararası boyutta müttefikleri ile ilişkilerini olumlu yönde geliştirmek, düşmanları arasındaki ilişkileri de olumsuz yönde etkilemek için kullanmıştı. Nitekim 2. Dünya Savaşı'nda propaganda faaliyetlerinin uluslararası ilişkiler alanında önemli bir rol oynadığı görülmüştü. Özellikle, Nazi Almanyası'nın 1940 yılında Fransa'yı işgalinden hemen sonra kurulan Vichy Fransası, propaganda yoluyla kamuoyunu etkileyerek uluslararası arenada kiminle dost, kiminle düşman olacağını belirlemeye çalışmıştı. Vichy Fransası bu süreçte gerek iç işlerinde, gerekse dış işlerinde doğrudan Nazi Almanyası'nın etkisi altında kalmıştı. Bu açıdan Vichy Fransası'nın uluslararası politikası da Nazi propagandası altında şekillenmişti. Bu çalışmada Vichy Fransası'nın İngiltere'ye karşı uluslararası alanda düşmanca bir tavır sergileyebilmek için Fransız kamuoyuna yönelik kullanılan propaganda posterleri ele alınmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterleri (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterleri Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın göstergebilim kavramları üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında

* Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, imetin@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5984-0328

† Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mustafa_karaca@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8204-6154

propaganda posterlerinde; İngiltere'nin Fransa'nın milli düşmanı olduğu, İngilizlerin Fransızları kendi çıkarları uğruna acımasızca katlettiği şeklinde olumsuz mesajlar verilerek, İngiltere'ye karşı Fransız kamuoyunda olumsuz bir algının inşa edilmeye çalışıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası İlişkiler, Vichy Fransası, İngiltere, Propaganda, Poster

Abstract

In the 20th century, propaganda became an international dimension for the first time, crossing national boundaries thanks to developments in mass media. The countries used their propaganda activities not only to influence their public opinion but also to improve relations with their allies on an international scale and to affect the relations between their enemies in a negative way. As a matter of fact, the propaganda activities in World War II seemed to play an important role in international relations. In particular, Vichy France, founded after France invasion of Nazi Germany in 1940, influenced public opinion through propaganda and determined who would be hostile and who would be the enemy in the international arena. In this process, Vichy France was under the influence of Nazi Germany, both internally and externally. In this respect, the international policy of Vichy France was shaped under Nazi propaganda. This study examined the propaganda posters used by Vichy France to French people to demonstrate the hostile attitude towards the UK in the international arena. Four propaganda posters (De Gaulle, History, Octopus, Destruction) determined by purposeful sampling method in the study were examined by using the semiotic analysis method in qualitative research methods in the dimension of international relations. The propaganda posters determined within the scope of the study were analyzed through the conceptions of French linguist Roland Barthes. It was found that England was presented as the national enemy of France and that the British were showed as if they had mercilessly slaughtered the French people by giving negative messages to build a negative perception against England in the French public opinion in propaganda posters according to the findings obtained.

Keywords: International Relations, Vichy France, England, Propaganda, Poster

Giriş

Propaganda insanlık tarihi kadar eski bir kavramı ifade etmektedir. Propaganda kelimesi ilk olarak 17. yüzyılda Katolik Kilisesi'nin Hıristiyanlık dinini yaymak için yaptığı misyonerlik faaliyetleri için kullanılmıştı. Bu yüzyıldan itibaren propagandadan siyasi, sosyal ve dini pek çok alanda kitlelerin ikna edilmesi sürecinde etkin bir şekilde yararlanılmıştı. Buna karşın uluslararası alanda etkili bir şekilde kullanılma olanağı bulamamıştı. 20.yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sayesinde propaganda ulusal sınırları aşarak uluslararası boyutta faaliyet göstermeye başlamıştı. Özellikle 2. Dünya Savaşı'nda Nazizm, Faşizm, Komünizm gibi ideolojilerin hakim olduğu ülkelerde propaganda kitlelerin ikna edilmesinde büyük rol oynamıştı.

İkinci Dünya Savaşı'nda yönetimler hangi ülke ile dost, hangi ülke ile düşman olacağı konusunda kamuoylarını etkilemede propaganda faaliyetlerinden etkin bir şekilde yararlanmış, hatta müttefik ve tarafsız ülkelerde bile propagandalarını sürdürerek başka ülkelerin kamuoylarını da etkilemeye çalışmıştı. Bu süreçte, Nazi Almanyası'nın 1940 yılının Haziran ayında Fransa'yı işgalinden hemen sonra kurulan Nazilerin güdümündeki Vichy Fransası da propagandayı uluslararası siyasetini belirlemede etkin bir şekilde kullanılmıştı. Nazi işgali öncesinde İngiltere ile müttefik olan Fransa, işgale uğradıktan sonra İngiltere ile müttefikliğine son vermiş ve İngiltere'ye yönelik "nefret söylemi" içerisinde propaganda faaliyetlerine girişmişti. Böylece Fransız halkının desteğini alarak, uluslararası siyasette Nazilerin yanında yer almayı amaçlamıştı. Bu aşamada propaganda Vichy Fransası'nın uluslararası ilişkilerinin ne yönde seyredeceğinin belirlenmesinde etkin bir şekilde kullanılmıştı. Bu çalışmada 2. Dünya Savaşı döneminde kurulan Vichy Fransası özelinde Fransız kamuoyuna yönelik yapılan İngiliz karşıtı propaganda faaliyetleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda Propagandanın Uluslararası İlişkilerdeki Rolü

Propaganda, kitle iletişim araçları kullanılarak, belirli bir düşünce yönünde kitlelerin ikna edilmesini amaçlayan kaynaktan alıcıya tek yönlü bir iletişim türünü açıklamaktadır (Çakı, 2018a: 16). Propaganda, tek yönlü iletişim çerçevesinde propagandacı lehine hareket etmektedir. Diğer bir deyişle propaganda için önemli olan kitlelerin, propagandacının istediği şekilde ikna olmasıdır.

Propaganda kelimesinin kökeni 17. yüzyılda Katolik Kilisesi'nin Hıristiyanlık dinini yaymak amaçlı yaptığı misyonerlik faaliyetlerinden gelmektedir (Çankaya, 2008: 22). Buna karşın propaganda kavramı 20. yüzyıldan itibaren sistemli bir şekilde geniş kitleleri etkilemek amacıyla yapılan iletişim faaliyetlerini ifade etmek amacıyla kullanılmıştı (Kallis, 2005: 1). Özellikle savaş döneminde uluslararası alanda propagandanın psikolojik savaş unsuru (sınır harbi) olarak kullanıldığı görülmüştü (Domenach, 2003: 48). Birinci Dünya Savaşı'nda savaşan taraflar ilk defa propagandanın uluslararası bir boyutta kullanılmasını sağlamıştı. Buna karşın yapılan propaganda faaliyetleri o dönemde elektronik kitle iletişim araçlarının kullanılmaması nedeniyle uluslararası alanda yeterli etki gösterememişti.

İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda önemli bir dönüşüme tanıklık etti. Nazizm, Faşizm ve Komünizm gibi ideolojilerin hakim olduğu bu dönemde, propaganda faaliyetleri savaşta

kalpleri ve zihinleri kazanmak için etkili bir şekilde kullanılmıştı (Fox, 2007: 1). Özellikle bu dönemde kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler, Birinci Dünya Savaşı'nda emekleme dönemine giren uluslararası propaganda kavramının güçlü bir şekilde hissedilmesini sağlamıştı. Nitekim bu dönemde uluslararası propaganda kavramının etkin olmasının en önemli nedeni radyo ve sinemanın propaganda aracı olarak kullanılması olmuştur.

Radyo, İkinci Dünya Savaşı'nda etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmıştı (Kuruoğlu, 2006: 47). 1920'li yıllarda kullanılmaya başlayan radyo zaman içerisinde Nazi Almanyası gibi totaliter ülkelerde geniş kitlelere hitap eden bir kitle iletişim aracı haline gelmişti. Nitekim, radyo uluslararası propagandanın sürekli olarak uygulanmasına da imkan vermişti (Jowett ve O'donnell, 2014: 97). 2. Dünya Savaşı, bir nevi radyo savaşlarının da yaşandığı bir dönem olmuştur. Taraflar müttefiklerine, komşularına, işgal ettikleri bölgelere ve hatta düşmanlarına karşı radyo yayınları ile uluslararası propaganda faaliyetlerini yürütmüştü.

Propagandanın uluslararası bir boyut elde etmesinde sinema sektöründe yaşanan gelişmelerin de büyük rolü bulunmuştu (Akarcalı, 2003: 102). İlk filmler sınırlı imkanlar ile 19. yüzyılın sonlarında çekilmeye başlanmıştı. Diğer yandan 20.yüzyılda sinema sektörü büyük bir ivme kazanmayı başarmıştı. Birinci Dünya Savaşı döneminde teknik imkansızlıklar nedeniyle sınırlı bir kitle üzerinde etkili olan sinema, İkinci Dünya Savaşı'nda uluslararası bir boyut elde etmişti. Nitekim Hollywood, uluslararası boyuttaki seyirci kitlesine hitap etmeye başlamıştı (Keskin Yılmaz, 2007: 55). Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda işgal edilen ülkelerde sinema kitleler üzerinde nüfuz elde etmek ve ideolojik söylemleri hakim kılmak için uluslararası propaganda aracı olarak kullanılmıştı.

Propagandanın uluslararası boyut kazanmasındaki diğer önemli bir adım da Nazilerin Avrupa kıtasının büyük bir bölümünde kurdukları geçici dönemli hakimiyet olmuştur. Naziler kitleler üzerinde tahakküm kurmada propagandanın gücüne büyük önem vermişti. Bu amaçla, Nazi Almanyası'nda 1933 yılının başında Dr. Joseph Goebbels'in idaresinde Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı kurulmuştu (Yücel, 2017: 154). Goebbels, propagandayı ulusal sınırlardan çıkararak, günümüzde bilinen "uluslararası propaganda" kavramının oluşmasını sağlamıştı. Goebbels, İkinci Dünya Savaşı'nda Nazilerin işgal altında bulunan ülkelerde Nazizm ideolojisinin tahakkümünü kurmak için yoğun bir propaganda faaliyeti yürütmüştü. Bu çabalar, propaganda dilinin evrenselleşmesi sürecini de hızlandırmıştı.

Yine bu dönemde dışişleri bakanlıkları da uluslararası propaganda faaliyetlerinde büyük role sahip olmuştu. Örneğin, Alman Dışişleri Bakanlığı kendi bünyesinde propaganda teşkilatı oluşturarak, gerek işgal altındaki bölgelerde gerekse düşman ülkelerde kitlelere nüfuz edebilmek için propaganda faaliyetleri yürütmüştü. Bakanlığın bünyesinde yabancı dillerde yayın yapacak olan radyo kurulmuştu (Öymen, 2014: 188). Nitekim bu dönemde gerek radyoda, gerekse gazete, dergi, poster gibi basılı medyada propagandanın uluslararası özellik kazanmasını sağlayacak olan farklı dillerde yayınlar yapılmıştı.

İkinci Dünya Savaşı Döneminde İngiliz-Fransız İlişkileri

Naziler 1 Eylül 1939'da Polonya'yı işgale başlamıştı (Aşma, 2017: 267). İngiltere ve Fransa, Polonya'nın toprakları için verdikleri garantörlüğe istinaden 3 Eylül 1939'da Nazi Almanyası'na

savaş açmıştı (Hart, 2015: 41). Bu süreçte İngiltere ve Fransa tıpkı Birinci Dünya Savaşı'nda olduğu gibi Almanlara karşı Fransa'nın kuzey batısında ordularını konuşlandırmıştı. Her iki ülke de Almanlardan gelebilecek olan saldırılara ortak hazırlıklar yapmaya başlamıştı. Buna karşın beklenen saldırı 1940 yılının yazına kadar gerçekleşmemişti.

Naziler 1940 yılının Nisan ayında Batı Cephesi'nden genel taarruza geçerek, Lüksemburg, Hollanda ve Belçika'yı işgal etmişti. 1940 yılının Haziran ayında da Wehrmacht (Alman Ordusu) Fransa'ya saldırmıştı. Bu süreçte Naziler geliştirdikleri askeri strateji ile İngiliz ve Fransız ordularını beklenmedik bir şekilde arkadan vurmaya başarmıştı. Müttefikler, Fransa'nın Dunkerque limanında Wehrmacht tarafından kuşatılmıştı. Ordusunun Nazilere esir düşmesinden çekinen İngiltere Başbakanı Winston Churchill, tarihe Dunkerque Tahliyesi olarak geçecek olan planı devreye sokmuştu. Fransa'da konuşlanan on binlerce İngiliz askeri, İngiltere'deki tüm deniz taşıtları seferber edilerek tahliye edilmişti (Caplan, 2017: 210). İngilizlerin askerlerini kurtarmak için Fransız Ordusu'nu yalnız bırakması, ilerleyen süreçte Nazi ve Vichy Propagandası tarafından İngiltere karşıtı propaganda malzemesi olarak başarılı bir şekilde kullanılmıştı. Bu açıdan, Dunkerque Tahliyesi, İngiliz-Fransız ilişkilerinin kötüye doğru evrilmesinin ilk aşaması olarak değerlendirilmişti.

İngilizlerin askeri desteğini kaybeden ve Wehrmacht tarafından kuşatma altında bulunan Fransa ordusu Nazilere teslim olmuştu (Macksey, 2012: 40). Fransa'nın teslim olması ile Nazi Almanyası'na karşı İngiltere savaşı tek başına sürdürmek zorunda kalmıştı. Naziler Fransa'nın kuzey bölümünü işgal ederken, güneyinde Vichy adından bir devletin kurulmasına izin vermişti. Vichy Fransası'nın devlet başkanlığına da General Philippe Pétain getirilmişti. Pétain'in Vichy Fransası'nın başına geçmesi, İngiliz-Fransız ilişkilerinin tamamen kopmasını önlemişti (Mazower, 2014: 180). Pétain, Naziler ve İngilizler arasında denge politikasına girişerek, Fransa'nın geri kalan kısmının da işgal edilmesini önlemeye çalışmıştı.

Fransa'da Nazi güdümlü Vichy rejiminin kurulması, İngiltere'nin Akdeniz'deki varlığını tehdit etmeye başlamıştı. Nitekim Fransızlar, Akdeniz'de büyük bir donanmaya sahipti. Nazilerin telkini doğrultusunda donanmanın İngiltere'ye karşı kullanılacağını düşünen İngiltere, 1940 yılının Temmuz ayında Oran'da bulunan Fransız Donanması'na saldırmıştı. Vichy Fransası'nın donanması ağır hasar almış ve Fransızlar yüzlerce askerini kaybetmişti (Hart, 2015: 444). İngilizlerin Oran Saldırısı, Vichy Yönetimi tarafından İngiliz karşıtı propagandalar için kullanılmıştı. Saldırı İngiliz ve Fransız ilişkilerinin olumsuz yönde etkilemişti.

Naziler, Fransa üzerinde daha fazla denetim kurmak istemişti. Bu amaçla üzerinde nüfuz kurabileceklerini düşündükleri Pierre Laval'ı 1942 yılında Vichy Fransası Başbakanı olarak atamıştı. Laval'ın Başbakan olarak göreve gelmesi İngiliz-Fransız ilişkilerinin 2. Dünya Savaşı'ndaki en kötü döneminin yaşanmasına yol açmıştı. Nitekim Laval, Pétain'in aksine tamamen Nazi yanlısı bir tutum sergilemiş ve Nazilere yönelik büyük ödünler vermişti (Eberle ve Uhl, 2017: 575). Buna karşın, Pétain'in devlet başkanı olarak görevine devam etmesi, Vichy Fransası ve İngiltere arasında ilişkilerin kesilmesini önlemişti.

Naziler, Vichy Fransası'nda tam denetimi sağlayamadıklarını düşünmüştü. Bu açıdan, Alman ordusu 1942 yılının Kasım ayında Fransa'nın işgal etmedikleri kısımlarını da ele geçirmişti.

İngilizler, Vichy Fransası'nın Naziler tarafından işgal edilmesinden sonra, 1940 yılında Fransız General Charles de Gaulle'ün önderliğinde kurulan Özgür Fransa Kuvvetleri'ni tamamen muhattap almaya başlamıştı (Kershaw, 2009: 533). Özgür Fransız Kuvvetleri, İngilizler ile iş birliğine girerek Nazilere karşı savaşın sonuna kadar mücadele etmişti. Bu süreçte De Gaulle, işgal altındaki Fransızları da Nazilere karşı direnişe çağırılmıştı. De Gaulle'ün çağruları savaşın sonlarına doğru meyvesini vermiş ve Fransa'da Nazi işgal kuvvetlerine karşı savaşan partizan gruplar meydana getirilmişti.

1944 yılının Temmuz ayında Müttefikler'in beklenen Fransa saldırısı Normandiya Sahilleri'den başlamıştı. Naziler, Müttefikler'e karşı başarısız olmuş ve 1944 yılının Eylül ayında Fransa'dan çekilmişti (Çakı ve Gülada, 2018: 57). Müttefikler, Vichy Fransası'nda Naziler ile işbirliği yapan Devlet Başkanı Pétain'i ve Başbakan Laval'ı tutuklatmış, ardından Vichy Fransası'na son vermişti. Vichy Fransası'nın tarihe karışmasıyla, Fransa'da kurulan geçici hükümetin başına De Gaulle getirilmişti (Kissgenger, 2010: 394). De Gaulle'ün Fransa'da yönetime gelmesiyle, İngiliz-Fransız ilişkileri Nazi işgali öncesindeki olumlu döneme geri dönmüştü. Fransız Ordusu, Nazilerin 1945 yılının Mayıs ayında kayıtsız şartsız teslim olacakları tarihe kadar, Müttefik Devletleri'nin yanında Nazi Almanyası'na karşı savaşmıştı.

Yöntem

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı uluslararası ilişkiler bağlamında propagandanın ne gibi bir öneme sahip olduğunu, Vichy Fransası'nda kullanılan propaganda görselleri üzerinden ele alarak ortaya koymaktır. Nitekim çalışmada Nazi Almanyası'nın işgali öncesi var olan İngiliz-Fransız dostane ilişkilerinin, işgal sonrası düşmanca bir yöne doğru evrilmesinde propagandanın rolü açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında propaganda posterleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düz anlam ve yanan anlam boyutunda ele alınarak, görsellerde verilmek istenen açık ve gizli mesajlar ortaya konulmuş çalışılmıştır. Propaganda görselleri aynı zamanda metafor, kod, mit ve metonimi boyutlarında da incelenmiştir.

Gösterge, insanların zihinlerinde soyut kavramlara yönelik somut bir algı oluşturulmasını ifade etmektedir (Çetin ve Sönmez, 2015: 199). Göstergebilim ise, göstergelerden oluşan anlam dizgelerini incelemektedir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 139; Arpa ve Çakı, 2018: 78). Bu açıdan göstergebilim bir metnin veya görüntünün herkes tarafından kabul edilen anlamını değil, göstergelerin altında yatan anlamları inceleyen bir bilim dalını açıklamaktadır (Geray, 2014: 164). Göstergebilim, alanında yapılan ilk çalışmalar genel olarak dilin temel kavramı ve anlam düzgüleri üzerinde odaklanmaktaydı (Sığırcı, 2016: 29). Nitekim göstergebilim ilk olarak 20. yüzyılda dil üzerine çalışan İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure ve ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce'in çalışmaları ile ortaya çıkmıştı (Kalkan Kocabay, 2008: 13).

Göstergebilimin sinema, reklam, resim, fotoğraf gibi pek çok farklı disiplinde kullanılmasının önünü açan kişi ise Saussure'ün takipçilerinden Fransız dilbilimci Roland Barthes olmuştur. Barthes, 20. yüzyılın ikinci yarısında yaptığı çalışmalar ile göstergebilime önemli katkılar sağlamıştı (Rifat, 2013: 40).

Barthes, göstergebilimde anlamlandırmanın düzanlam ve yananlam temelinde yapıldığını bildirmektedir (Barthes, 2016a: 84). Düzanlam, göstergelerin kitleler tarafından algılanan birinci anlamını oluşturmaktadır. Düzanlam kişiden kişiye değişmeyen net ve sabit anlamı içermektedir (Barthes, 2017: 32). Yananlam ise kültürden kültüre değişebilen, mesajın göstergeler yoluyla ortaya koymaya çalıştığı asıl anlamı oluşturmaktadır (Barthes, 2016b: 18-19). Örneğin, bir general üniformasındaki yıldızlar ele alındığında, düzanlam boyutunda yıldızlar sıradan bir asker kıyafetinin üzerindeki yıldız şekillerini ifade etmektedir. Buna karşın yananlam düzeyinde yıldızlar generalin rütbesini ve hiyerarşik yapı içerisindeki pozisyonunu açıklamaktadır. Barthes'ın düzanlam ve yananlam kavramları, Saussure'ün gösteren ve gösterilen kavramlarına benzemektedir. Örneğin, gösteren açıdan siyah kedi sıradan bir hayvanı, gösterilen açıdan ise uğursuzluğu temsil edebilmektedir (Gazi ve Çakı, 2018: 53). Yananlamın doğru bir şekilde okunabilmesi için yananlamın oluşturan kültürün özelliklerinin iyi bilinmesi gerekmektedir (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018: 296).

Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı çerçevesinde analiz yapılabilmesi için mit, metafor ve metonimi kavramlarının iyi bilinmesi gerekmektedir.

Mit, bir kültürün doğayı ve gerçekleri açıklamak için kullandığı öyküleri ifade etmektedir. Mitlerin kullanılmasının temel nedeni insanların çevresini anlamlandırma çabasıdır (Fiske, 2017: 185). Örneğin, kadınların ev işlerini daha iyi yapabilmesi. Barthes, mitlerin inşasında egemen güçlerin önemli bir rol üstlendiğinin altını çizmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarını elinde bulunduranların toplumda kendi ideolojik söylemlerini mit haline getirerek, kitlelerin ne yapıp ne yapmamaları gerektiğine, kimin dost kimin düşman olduğuna karar verebildiklerini bildirmektedir (Güngör, 2013: 234). Kitle iletişim araçları ile inşa edilen mitler zaman içerisinde toplumda doğallaşabilmekte ve geniş bir kabul görebilmektedir.

Metafor, bir sözcüğün yerleşmiş anlamının dışında onun değişik anlamlı başka bir sözcük yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016: 146). Örneğin, aslan gibi çocuk, tilki gibi kurnaz.

Metonimi, birbirleri arasında bağlantı bulunan iki şeyden birinin diğeri yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016: 145-146). Örneğin, bir futbol takımını anlatırken top, file, saha gibi kalıpların kullanılması.

Çalışmada Vichy propagandası tarafından kullanılan posterlerde İngiltere'nin yananlam boyutunda ne yönde temsil edildiği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Diğer yandan Barthes'ın ortaya koyduğu mit olgusu ışığında, dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan posterler üzerinden inşa edilen mitler açıklanmıştır. Böylece Vichy Fransası'nda egemen olan Nazi Almanyası'nın ideolojik söylemlerinin posterler üzerinden nasıl aktarıldığı da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

İkinci Dünya Savaşı'nda Vichy Fransası'nda basılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın gerek zaman, gerek tüm posterlere ulaşmadaki imkânsızlıklardan dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterleri (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir. Vichy Dönemi'nde yayınlanan propaganda görsellerinin genel olarak dört temel başlık altında toplanmasından ve diğer görsellerin konu bakımından birbirleriyle benzer nitelik taşımasından dolayı çalışma dört poster üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Vichy Fransası ve İngiltere arasındaki ilişkilerde propagandanın rolünün yalnızca propaganda posterleri üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan dört görsel üzerinden çalışmanın yapılması ve elde edilen bulgular üzerinden genellemelerde bulunulması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

Çalışmanın Önemi

Propaganda ülkeler arası ilişkilerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle tarihte en etkili kullanıldığı 2. Dünya Savaşı'nda, propaganda disiplini uluslararası ilişkiler alanında önemli bir belirleyici rol üstlenmişti. Bu dönemde taraflar müttefikliklerini pekiştirmek, düşmanlarına karşı yeni müttefikler kazanmak ve işgal altında bulunan ülkelere destek kazanmak amacıyla propaganda faaliyetlerine yönelmişti. Çalışma, 2. Dünya Savaşı döneminde kurulan Vichy Fransası (1940-1944) özelinde propagandanın uluslararası ilişkilerin şekillenmesinde ne gibi bir rol oynadığını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Nitekim bu dönemde dost ve düşman inşasında propagandanın ne gibi belirleyici bir rol üstlendiğini açıklamak hem iletişim bilimleri hem de uluslararası ilişkiler alanına önemli kazanımlar sağlayacaktır. Konuyla ilgili Türkiye'de herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması nedeniyle çalışmanın alanda önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt alınmaya çalışılmıştır;

Vichy Fransası tarafından kullanılan propaganda görsellerinde;

- İngiltere'ye karşı hangi olumsuz mitlerden yararlanılmaya çalışılmaktadır?
- İngiltere'ye karşı hangi olumsuz kodlar inşa edilmeye çalışılmaktadır?
- İngiltere hangi olumsuz metaforlar üzerinden sunulmuştur?
- İngiltere hangi metonimler üzerinde temsil edilmiştir?

Alanda Yapılan Benzer Çalışmalar

Uluslararası alanda yapılan literatür taramasında propagandanın uluslararası ilişkilerdeki rolünü inceleyen bazı önemli çalışmalara rastlanmaktadır. Bunlar içerisinde; Willert (1938),

"Uluslararası İlişkilerde Tanıtım ve Propaganda" adlı çalışmada uluslararası ilişkilerde propaganda ve tanıtımın işlevlerini ortaya koymuştur. Siepmann (1945), "Propaganda and Information in International Affairs" adlı çalışmada propaganda ve bilginin uluslararası ilişkilerin şekillenmesindeki rolünü incelemiştir. Marsili (2015). "Propaganda ve Uluslararası İlişkiler: Savaş Döneminde Bir Bakış" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'ndan günümüze propagandanın uluslararası ilişkilerde oynadığı rolü açıklamaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda propagandanın günümüzde kamu yararına hizmet eden önemli bir iletişim tekniği haline geldiğini ortaya çıkarmıştır. Edney (2014), "Çin Propagandasının Küreselleşmesi: Uluslararası Güç ve Yerli Siyasi Uyum" adlı çalışmada Çin'in propagandayı uluslararası ilişkilerde nasıl ve ne yönde kullandığını ayrıntılı olarak incelemiştir.

Türkiye'de ise uluslararası ilişkiler bağlamda propagandanın rolünü posterler üzerinden doğrudan açıklayan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Buna karşın göstergebilim analizinden yararlanılarak posterlerin propaganda amaçlı kullanımlarının incelendiği alanda önemli çalışmalar bulunmaktadır. Bunlar içerisinde; Karaca (2018), "Waffen SS Propaganda Faaliyetleri" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası tarafından işgal edilen ülkelerden asker toplamak amacıyla propaganda posterlerinin Naziler tarafından nasıl ve ne yönde kullanıldığını ele almıştır. Çalışma sonucunda Nazi propagandasının posterler üzerinden işgal edilen ülkelerde Komünizm'i ortak tehlike göstererek ve ülkeler arasındaki tarihi düşmanlıklardan yararlanarak Waffen SS için asker toplamaya çalıştığı ortaya çıkarılmıştır. Çakı (2018b), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası'nın etkisi altında kurulan İtalya Sosyal Cumhuriyeti'nde (1943-1945) propaganda posterlerinin dost ve düşman algısı inşasında nasıl ve ne yönde kullanıldığını incelemiştir. Elde edilen bulgularda, İtalya propaganda posterlerinde Müttefik Devletleri'nin tehlike ve tehdit olarak sunulduğu, buna karşın posterlerde Nazi Almanyası'nın dost ve müttefik olarak temsil edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Gazi vd. (2018) "İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu" adlı çalışmada Sovyetler Birliği'nde kült lider inşasında propaganda posterlerinin rolünü incelemiştir. Elde edilen bulgular kapsamında, Sovyet propagandasının posterler üzerinden Sovyet liderlerinin kendilerini halklarına adadıklarını aktararak, kitlelerin kayıtsız şartsız Sovyet liderlerin telkinlerini uygulamaları gerektiğini vurguladığı saptanmıştır. Çakı (2018c), "Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada eski Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler'in Almanya'da kült lider inşasında posterlerin ne gibi bir rol oynadığını incelemiştir. Çalışma sonucunda, posterler üzerinden Almanya'nın Hitler'in liderliğinde büyük bir devlet olabileceğine yönelik mitin Alman kamuoyunda etkili kılınması için çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. Çetin vd., (2018). "İran Devrimi'ndeki ABD Karşıtı Propaganda Afişlerinin Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtılıklar Modeli Üzerinden İncelenmesi" adlı çalışmada İran Devrimi sırasında kullanılan İran propaganda posterlerini incelemiştir. Çalışmada dönemin ABD Başkanı Jimmy Carter üzerinden Amerikan karşıtı bir algının inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Gazi vd. (2018b), "İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada da İspanya'daki 2000 Partisi'nin göçmen karşıtı propaganda faaliyetlerini posterler üzerinden ele almıştır. Elde

edilen bulgularda, partinin posterler üzerinden ülkedeki göçmen sorununu istatistiki veriler üzerinden sunduğu buna karşın çözüm odaklı vaatlere posterlerde yer veremediği sonucuna ulaşılmıştır.

Vichy Fransası'nda Basılan Propaganda Posterlerinin Uluslararası İlişkiler Bağlamında Göstergebilimsel Analizi

Çalışmanın bu bölümünde amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterleri (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir.

"De Gaulle" Konulu Propaganda Posterleri

"De Gaulle" konulu propaganda posterinde Barthes'ın düz anlam boyutunda, sunum kodları içerisinde Fransız asker üniforması giymiş bir askerin kayıkla kendisine olta atan iki kişiye sağ elinin işaret parmağını kaldırdığı görülmektedir. Propaganda posterinde "Avec ce De Gaulle la, vous ne prenez rien/ Bu De Gaulle ile hiçbir şey yapamazsınız" şeklinde yazılı kod yer almaktadır. Kayıkta bulunan iki kişiden biri dönemin İngiltere Başbakanı Winston Churchill olarak görsel kodlar içerisinde yansıtılmaktadır. Kayıkta bulunan "Britannia" şeklindeki yazılı kodda, kayıktakilerin İngiliz olduğu vurgulanmaktadır. Fransız askerin bulunduğu sahil üzerinde yer alan "Dakar" şeklindeki yazılı kod, askerin bulunduğu yerin Fransız sahili olduğunu ifade etmektedir. Nitekim, yine Fransız askerin hemen önüne konumlandırılan Fransız bayrağı da askerin bulunduğu yerin Fransız sahili olduğunu desteklemektedir. Askeri önünde bulunan gemiler, Dakar'da demirleyen ve İngilizler tarafından batırılan Vichy Fransası'nın donanmasına vurgu yapmaktadır. Görsel kodlar içerisinde, Churchill'in elindeki oltanın mantarına yüz ifadesi verilmekte ve mantarın başına o dönem Fransız askerin kullandığı asker başlığı yerleştirilmektedir. Şapka Fransız ordusunu temsil eden bir metonimi olarak kullanılmaktadır. Gerek posterdeki "De Gaulle" şeklindeki yazılı kod, gerekse mantarın üstünde bulunan görsel kod, mantarın Fransız General Charles de Gaulle olduğunu göstermektedir.

Propaganda görselinin Barthes'ın yananlamında doğru bir şekilde okunabilmesi için görselin yansıttığı bağlamın iyi bilinmesi gerekmektedir. Poster gerek yazılı gerekse görsel kodlarda, Fransız General Charles de Gaulle yönetimindeki Özgür Fransa Ordusu'nun, Vichy Fransası'nın Dakar sahiline yapılan başarısız saldırı konu edinmektedir. Fransa İkinci Dünya Savaşı'nda teslim olunca, Fransız General de Gaulle teslimiyeti kabul etmeyip İngilizlerin desteğiyle Özgür Fransa Ordusu'nu kurmuştu. Nazileri Fransa'dan çıkarmak ve Vichy Fransası'na son vermek bu ordunun temel amacı oluşturmuştu. Bu amaçla Özgür Fransa Ordusu, de Gaulle önderliğinde 1940 yılının Eylül'ünde Vichy Fransası'nın Dakar sahiline saldırıya geçmişti. İki gün süren çarpışmaların ardından de Gaulle'ün birlikleri Vichy Fransası tarafından püskürtülmüştü. Bu sonuçla birlikte de Gaulle, Fransız halkı gözünde itibar elde edebilmek için ABD'nin Kuzey Afrika'ya gerçekleştireceği Meşale Hareketi'ni beklemesi gerekmişti. Buna karşın Nazi Almanyası'nın Vichy Fransası üzerindeki otoritesi daha da güçlenmişti.



Resim 1: "De Gaulle" Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Collections Ushm, 2018

Propaganda görselinde yer alan sunum kodları içerisinde, de Gaulle'ün başarısız Dakar Saldırısı konu edilmektedir. Posterde yazılı koda yer alan "de Gaulle, hiçbir şey yapamazsınız" yazısı İngilizlere göndermede bulunmaktadır. Yananlam boyutunda İngilizlerin de Gaulle'ün arkasında olduğu ve de Gaulle'ü Vichy Fransası'na karşı saldırıya geçiren gücün İngilizler olduğuna vurgu yapmaktadır. Propaganda görseli "İngilizler, Fransızların tarihi düşmanıdır" şeklindeki mit ön plana çıkarılmaktadır. Nitekim, görseldeki kodlarda, tarihin yine tekerrür ettiği ve İngilizlerin Fransızları birbirine kırdığı aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde Churchill olarak tasvir edilen kişi, İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak kullanılmaktadır. Yine posterde yer alan ve sunum kodları içerisinde Fransız askeri olarak gösterilen kişinin de Vichy Fransası'nı temsil eden bir metonimi olduğu görülmektedir. İngilizler, posterde "düşman" ve "tehlike" metaforları üzerinden konumlandırılırken, Vichy Fransası anavatanını koruyan bir "kahraman" metaforu ile posterde yer almaktadır. Genel manada posterde Vichy Fransası'nın mücadelesinin General de Gaulle ile değil İngilizler ile olduğu vurgusu yapılmaktadır.

"Tarih" Konulu Propaganda Posteri

"Tarih" konulu propaganda posteri, Barthes'ın düzenlem boyutunda ele alındığında posterde bir kadın ve iki erkeğin konumlandırıldığı görülmektedir. Sunum kodları içerisinde kadının bir direğe bağlandığı ve ateşe verildiği aktarılmaktadır. Görselde "Grâce aux anglais notre chemin de croix/İngilizler sayesinde haç yolumuz" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır. Görselde direğin üzerinde "1431 Jeanne D'Arc" yazısı yer almaktadır. Nitekim yazılı kod, yanan kadın tasvirinin, Jeanne D'Arc olduğunu göstermektedir. Görselde arkası dönük olan kişi sunum kodları içerisinde Fransa İmparatoru Napoleon Bonaparte olarak resmedilmektedir. Bonaparte, güneşe doğru bakmakta, güneşin hemen üstünde ise 1816 Ste Hélène yazısı bulunmaktadır. Jeanne D'Arc ve Napoleon'un hemen merkezine konumlandırılan kişinin sunum kodları içerisinde giydiği Fransız asker üniforması ile İkinci Dünya Savaşı'nda savaştan bir Fransız askeri olduğu

anlaşılmaktadır. Nitekim askerin hemen sol tarafında bulunan "1939/1940" şeklindeki yazılı kod kişinin Fransız askeri olduğu görüşünü kuvvetlendirmektedir.

Barthes'ın yananlam boyutunda görselin okuyucu/izleyici tarafından doğru bir şekilde yorumlanabilmesi için Fransız tarihinin ana hatlarının iyi bilinmesi gerekmektedir. "1431 Jeanne D'Arc" yazılı kodu ile 15. yüzyılda yaşamış ve İngilizlere karşı önemli zaferler kazanmış Fransızların gözünde bir azize olan Jeanne D'Arc'a atıfta bulunmaktadır. Jeanne D'Arc, Fransız halkı tarafından büyük saygı görmektedir. Buna karşın 1431 yılında İngilizlerin eline geçmiş ve binlerce kişinin önünde yakılarak öldürülmüştür. 1816 Ste Hélène yazısı ile Napoleon Bonaparte'un Waterloo Savaşı'ndan sonra gönderildiği İngiliz adası Sainte-Hélène'e vurgu yapılmaktadır. Fransızların gözünde saygın bir yere sahip olan Napoleon 1815 yılında Waterloo Savaşı'nda İngilizlerin oluşturduğu ittifaka karşı yenilmiş ve İngilizler tarafından Ste Hélène adasına sürülmüştür. Napoleon burada 1821 yılında hayatını kaybetmiştir. Görselde elinde haç olan Fransız askerinin, İngilizler yüzünden ölümle yüz yüze geldiğine vurgu yapılmaktadır. Nitekim, Vichy propagandasında İngilizlerin Fransız askerlerinin ölümüne yol açtığı aktarılmaktadır.



Resim 2: "Tarih" Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Huffingtonpost, 2018

Vichy propaganda posteri, İngilizlerin Fransızların tarihi düşmanı olduğuna yönelik mitine vurgu yapmaktadır. Tarihi seyir içerisinde Fransızların kahraman olarak gördükleri Jeanne D'Arc'ın İngilizler tarafından yakılması, Napoleon'un İngilizler tarafından sürgüne gönderilmesi posterdeki kodlar ile hatırlatılarak Fransız kamuoyunda İngiltere'ye karşı nefret söyleminin gelişmesi amaçlanmaktadır. Nitekim, İngilizlerin hala Fransız askerlerinin ölümüne yol açtığına vurgu yapılarak İngilizlerin Fransızlara karşı olan tarihi düşmanlıklarının sürdüğü anlatılmaktadır. Fransızların başına gelen olumsuzlukların İngilizler yüzünden olduğu, posterde

yazan "İngilizler sayesinde" yazısıyla anlaşılabilir. Fransız askeri Fransız ordusunu temsil eden bir metonimi olarak kullanılmıştır. İngilizler görselde "düşman" metaforu üzerinden sunulmaktadır.

"Ahtapot" Konulu Propaganda Poster

"Ahtapot" konulu propaganda posterini Barthes'ın düzenlem boyutunda değerlendirildiğinde, görselde insan kafası taşıyan ahtapot şeklinde fiktif bir canlının olduğu görülmektedir. Canlı İngiliz haritasının üzerinde bulunmakta, kolları ile de Afrika kıtasını ve Arabistan'ın bir kısmını tutmaktadır. "Confiance... Ses amputations se poursuivent méthodiquement / Güven... Uzuvarı kesilmeye devam ediyor" şeklinde görselde bir yazı bulunmaktadır. Posterde, ahtapotun ayaklarının bazılarının kesildiği, kesik ayaklarından akan kanların üzerinde Almanya, Norveç, Suriye, Dakar, Mers-el-Kebir, Libya, Mısır ve Somali yazılı kodları yer almaktadır. Ahtapot şeklindeki canlının sunum kodları içerisindeki, piposu, saç şekli, yüzü İngiltere Başbakanı Winston Churchill'i yansıtmaktadır. Churchill, İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak görselde kullanılmaktadır. Churchill'in bulunduğu İngiltere topraklarının ise görsel kod içerisinde kırmızı renkte temsil edildiği görülmektedir. Buna karşın posterde gerek sunum, gerekse yazılı kodlar içerisinde Vichy Fransası'nı temsil eden herhangi bir simge veya metonimiye yer verilmemektedir.

Görseldeki yazılı kodlarda yer alan bölgeler, İngilizler tarafından İkinci Dünya Savaşı'nda saldırıya uğrayan ama ele geçirilemeyen bölgeleri temsil etmektedir. Örneğin, ahtapotun ayaklarından birinin kesik olarak işaret ettiği Norveç, 1940 yılının Nisan ayında İngilizler tarafından işgal edilmeye çalışılmış buna karşın Alman birlikleri tarafından püskürtülmüşlerdir. Yine benzer şekilde Dakar ve Mers-el-Kebir'de Vichy Fransası'nın İngiltere'ye karşı savaşı propaganda görselinde yer almaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın ilk yıllarında savaştaki inisiyatif Almanlardaydı. Bu yüzden İngilizler ile Almanlar arasında çıkan çatışmalarda genel olarak Almanlar İngilizlere karşı üstün gelmekteydi. Propaganda görselinde, Nazi Almanyası güdümünde olan Vichy Fransası da İngilizlerin başarısızlıklarına vurgu yapmaktadır.



Resim 3: "Churchill" Konulu Propaganda Poster
Kaynak: Reddit, 2018

Yananlam boyutunda ahtapotun kolları, İngilizlerin tüm dünyayı ele geçirmeye çalıştığını anlatmaktadır. Kesilen kolları ise Almanların karşısında aldığı yenilgileri ifade etmektedir. Kolların kesilmesinin devam edeceğine olan vurgu Vichy Fransası'nın Nazi Almanyası ile İngilizlere karşı mücadelesinin devam edeceğine yapılan vurgudur. Nitekim Luftwaffe (Nazi Almanyası Hava Kuvvetleri) posterin basıldığı dönemde, İngilizlere karşı büyük bir hava akını gerçekleştirmekteydi. Nazi Almanyası'nın öngörüsü, Fransızlar gibi İngilizlerin de teslim olacağıydı. Bu açıdan posterde yazılı kodlar içerisinde vurgu yapılan "uzuvların kesilmesi devam edecek" şeklindeki söylem, İngilizlerin savaşı kaybedeceğini ifade etmektedir. İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak kullanılan ahtapot şeklindeki Churchill, posterdeki görsel kodlar içerisinde "korku", "işgalci" ve "sömürgeci" metaforları olarak işlenmektedir. Posterde, İngilizlerin sömürgeci bir toplum olduğu ve dünyanın tüm kaynaklarını kendi çıkarları için sömürdüğüne de yönelik mit ön plana çıkarılmaktadır. Özellikle ahtapotun kolları ile Afrika kıtasını sarmalaması bu mite vurgu yapıldığını göstermektedir.

"Yıkım" Konulu Propaganda Poster

"Yıkım" konulu propaganda posterinde Barthes'ın düzenlem boyutunda yıkıntılar içerisinde konumlandırılan bir adam, bir kadın, bir kız çocuğu ve bir bebek görülmektedir. Adam sunum kodları içerisinde Fransız üniformasını giymektedir. Bu açıdan yıkıntılar içerisinde bulunan kişilerin bir Fransız ailesi olduğu anlaşılabilir. Posterde "C'est l'Anglais qui nous a fait ça!/Bunu bize yapan İngiliz!" şeklinde bir yazılı kod bulunmaktadır. Ailenin hemen arkasında ise sunum kodlarında ağızda pipo olan, İngiliz askeri üniforması giymiş bir adamın gülerken onlara doğru baktığı görülmektedir.

1 Eylül 1939 tarihinde Naziler Polonya'yı işgale başladıktan iki gün sonra Fransa, İngiltere ile birlikte Almanya'ya savaş ilan etmişti. Ertesi yıl Almanlar ani bir saldırı ile (Blitzkrieg) Fransa'yı savaş dışı bırakmıştı. Bu süreçte Vichy Fransası, Fransa'da yaşananların baş

sorumlusu olarak İngilizleri göstermişti. Nitekim, Naziler Fransa'yı 1940'ın Haziran'ında ele geçirmeye başladığında Fransızların müttefiki olan İngilizler, Dunkerque'den askerlerini tahliye ederek, Fransa'yı yalnız bırakmıştı. Savaşta tek kalan ve ordusu kuşatma altında olan Fransa da savaştan çekilmişti. Bu süreçte Vichy Fransası, yaşanan yıkımın ve Fransızların terk edilmesinin suçunu İngilizlere yüklemişti. Diğer yandan, İngilizlerin, Nazilerin desteğinde olan Vichy Fransası'na karşı Dakar ve Oran'daki saldırıları ve saldırı sonucu yüzlerce Fransız'ın hayatını kaybetmesi de Vichy Fransası tarafından İngiliz karşıtı propaganda malzemesi olarak kullanılmıştı.



Resim 4: "Yıkım" Konulu Propaganda Poster

Kaynak: Paris Musees Collections, 2018

Posterde yananlam boyutunda, İngilizlerin Vichy Fransası'na yönelik yaptığı saldırılara dikkat çekilerek, Fransızların uğradığı yıkımın baş sorumlusu olarak İngilizler gösterilmektedir. Nitekim posterdeki "Bunu bize yapan İngiliz" yazılı kodu, İngiliz askerinin bulunduğu görsel kod ile bütünlük kurarak, İngilizlerin Fransızların yıkımına yol açtığını vurgulanmaktadır. İngiliz askeri İngiliz Ordusu'nu temsil eden bir metonimi olarak posterde konumlandırılmıştır. İngiliz askerinin sunum kodları içerisinde yüzünde gülümseme bulunması, yaşananlardan zevk aldığı şeklinde bir algının oluşmasına yol açmaktadır. Propaganda görselinde İngilizlere karşı nefret söyleminin geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Sonuç

Fransa 3 Eylül 1939 tarihinde Almanya'ya savaş ilan ettiğinde, İngiliz-Fransız ilişkileri tarihte belki de en dostane dönemini yaşamıştı. Bu dostluk Wehrmacht'ın (Alman Ordusu) 1940 yılının Haziran ayında Fransa'yı işgal ettiği döneme kadar sürmüştü. Nazi Almanyası, Fransa'yı işgal ettikten sonra Vichy Fransası adında Nazilerin güdümünde bir devlet kurulmuştu. Vichy Fransası, İngilizler ile dostane ilişkilere son vererek, İngiliz karşıtı bir tutum sergilemişti. Özellikle İngilizlerin Oran Saldırısı'ndan sonra Fransız-İngiliz ilişkileri kopma noktasına gelmişti. Bu süreçte Nazilere iyi görünmek ve Fransız kamuoyuna nüfuz edebilmek amacıyla Vichy Fransası tarafından İngiliz karşıtı yoğun bir propaganda faaliyetine girişilmişti. Özellikle Vichy propagandası, Fransız kamuoyunda var olan İngilizlere yönelik olumlu imajı tamamen yıkmaya ve İngilizleri düşmanca gösteren posterler yayınlamaya başlamıştı. Böylece Vichy Fransası uluslararası siyasette İngilizlerden tamamen uzaklaşarak, Nazilerin yanına geçebilmek için kamuoyunun desteğini almaya çalıştı.

Vichy propagandasında, İngiltere'yi temsilen genel olarak dönemin İngiltere Başbakanı Winston Churchill'in metonimi olarak kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan İngiliz askerinin de İngiltere'yi posterlerde temsil eden metonimi olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Böylece posterlerde İngiliz karşıtı inşa edilen nefret söylemi, doğrudan İngiliz halkına yöneltilmekten ziyade Churchill üzerinde yoğunlaştırılmıştı. İngilizler, posterde sürekli olarak olumsuz sunum kodları içerisinde gösterilmişti. Fransızların başına gelen tüm felaketlerin sorumlusu olarak yazılı kodlar içerisinde doğrudan İngilizler hedef alınmıştı.

Propaganda görsellerindeki sunum kodları içerisinde, genel olarak İngilizlerin "düşman", "işgalci" ve "sömürgeci" gibi olumsuz metaforlar üzerinden sunuldukları gözlemlenmiştir. İngilizlerin Fransa'nın yıkımına yol açtığı, yüzlerce Fransız'ın ölümüne neden olduğu görseller içerisinde sürekli olarak vurgulanmıştır. Özellikle İngilizlerin Fransız Donanması'nın Nazilerin eline geçmemesi için Mers-el-Kebir'i (bazı posterlerde Oran olarak da yer almaktadır) 3 Temmuz 1940'da bombalayarak Fransız donanmasına zarar vermesi ve yüzlerce Fransız denizcinin ölümüne yol açması İngilizlere yönelik nefretin gelişmesi amacıyla Vichy yönetiminin propaganda malzemesi olarak kullanılmıştı.

Vichy propagandası, Fransız halkının İngilizlere karşı geçmişten sahip olduğu olumsuz mitleri de ön plana çıkarmaya çalışmıştı. Nitekim, propaganda posterlerinde, 1431 yılında Fransızların bir azize olarak gördüğü Jeanne D'Arc'ın binlerce kişinin önünde İngilizler tarafından yakılması ve 1816 yılında Fransızlar için büyük bir öneme sahip olan Napoleon Bonaparte'ın İngilizler tarafından Ste Hélène adasına sürülmesi gibi İngiliz-Fransız ilişkilerini olumsuz yönde etkileyecek olan tarihi olaylar propaganda amaçlı kullanılmıştı. Böylece Vichy Fransası, İngilizlerin hiç bir zaman güvenilir bir müttefik olmadığı, İngilizlerin Fransızların milli düşmanı olduğu benzeri İngiliz karşıtı mitlerin Fransız kamuoyunda ön plana çıkması için çalışmıştı.

Bu çalışmada Vichy Fransası'nın İngiliz karşıtı propaganda faaliyetleri özelinde, propagandanın uluslararası ilişkiler alanında ne gibi bir rol oynadığı ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Çalışma alanında özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem

taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmaların, 21. yüzyılda uluslararası ilişkilerde propagandanın rolünü ortaya koyabilecek güncel örnekler üzerinden incelemelerde bulunmasının alana önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arpa, M., & Çakı, C. (2018). “İş Kazası Diye Bir Şey Yoktur”: Kanada İş Güvenliği Reklamları Üzerine İnceleme. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 9(2), 75-87.
- Aşma, C. (2017). *Adolf Hitler*. Erasmus Yayınları: İstanbul.
- Barthes, R. (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 8. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R (2016b). *S/Z*. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Caplan, J. (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. Çev., İdem Erman. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Collections Ushm (2018). <https://collections.usmmm.org/search/catalog/irn513603>. Erişim Tarihi: 09.05.2018.
- Çakı, C. (2018a). *Propaganda*, M. Karaca ve C. Çakı (ed.), İletişim ve Propaganda, (s.13-44). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çakı, C. (2018b). Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C. (2018c). Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.
- Çakı, C. & Gülada, M. O. (2018). Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 53-80.
- Çankaya, E. (2008). *İktidar Bu Kapağın Altındadır. Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

- Çetin, M., & Eşiyok, E. (2015). Sosyal Temsil Kuramı Bağlamında Kurumsal Reklamlar: Türk Hava Yolları Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39), 191-207.
- Çetin, M., Çakı, C., & Gazi, M. A. (2018). The Examination of The Anti-Usa Propaganda Posters in The Iran Revolution According to Claude Lévi-Strauss' Binary Opposition. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 31-51.
- Domenach, J. M. (2003). *Politika ve Propaganda*, Çev.,Tahsin Yücel, 2. Basım. İstanbul:Varlık Yayınları.
- Eberle, H. & Uhl, M. (2017). *Hitler Kitabı*. Çev.,M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Edney, K. (2014). *The Globalization of Chinese Propaganda: International Power and Domestic Political Cohesion*. Germany: Springer.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara:Bilim ve Sanat Yayınları.
- Fox, C. J. (2007). *Film Propaganda in Britain and Nazi Germany: World War II Cinema*. New York: Berg.
- Gazi, M. A., Çakı, C. (2018). Siyahi Ayrımcılığa Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları. *International Journal of Labour, Life and Social Policy*, 1 (2), 48-62.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018a). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 25-42.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018b). İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 11-22.
- Geray, H. (2014). *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. Çev., Mehmet Yalçın. 3.Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 2. Baskı, İstanbul: Siyasal Kitapevi.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev., Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Huffingtonpost (2018). https://www.huffingtonpost.fr/2016/05/06/emmanuel-macron-orleans-honorer-jeanne-darc-recuperee-toutes-sauces_n_9856190.html. Erişim: Tarihi: 09.05.2018.

- Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.
- Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. İstanbul: E Yayınları.
- Kallis, A. A. (2005). *Nazi Propaganda and The Second World War*. New York: Springer.
- Karaca, M. (2018). Wafften SS Propaganda Faaliyetleri. *European Journal of Managerial Research Dergisi*, 2(2), 100- 118.
- Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev., Zarife Biliz. 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Keskin Yılmaz, Y. (2007). *Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kissenger, H. (2010). *Diplomasi*. Çev., İbrahim H. Kurt. 9.Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Macksey, K. J. (2012). *İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar*. Çev., M. Tanju Akad. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Marsili, M. M. (2015). Propaganda and International Relations: An Outlook in Wartime, *Revista de Arte, Ciência e Comunicação*, (19), 1-38.
- Mazower, M. (2014). *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*. Çev., Yavuz Alogan. 2. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Öymen, O. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Paris Musees Collections (2018). <http://parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-jean-moulin/oeuvres/dakar-mers-el-kebir#infos-principales>. Erişim: Tarihi: 09.05.2018.
- Reddit (2018). [https://www.reddit.com/r/Propaganda Posters/ comments/ 575x3d/propaganda _poster_by_vichy_france_trying_to_mark/](https://www.reddit.com/r/Propaganda%20Posters/comments/575x3d/propaganda_poster_by_vichy_france_trying_to_mark/). Erişim: Tarihi: 09.05.2018.
- 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.
- Siepmann, C. A. (1945). Propaganda and Information in International Affairs. *Yale LJ*, 55, 1257- 1258.

- Tanyeri Mazıcı, E.& Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.
- Tekinalp, Ş. & Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Willert, A. (1938). Publicity and Propaganda in International Affairs. *International Affairs Royal Institute of International Affairs 1931-1939*, 17(6), 809-826.
- Yücel, E. (2017). *Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsi*. İstanbul: Karakarga Yayınları.