



FIRAT ÜNİVERSİTESİ

# SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

## Journal of Social Sciences

p-ISSN:1300-9702 e-ISSN: 2149-3243



### WEIMAR CUMHURİYETİ SEÇİM KAMPANYALARINDA PAUL VON HINDENBURG'UN LİDERLİK İMAJI

#### *The Leadership Image of Paul von Hindenburg in The Election Campaigns of The Weimar Republic*

Abdülhakim Bahadır DARI<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı daribahadir@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3525-5823

*Araştırma Makalesi/Research Article*

#### Makale Bilgisi

Geliş/Received:  
09.11.2021  
Kabul/Accepted:  
04.01.2022

#### DOI:

10.18069/firatsbed.1021371

#### Anahtar Kelimeler

Almanya, Lider, Seçim,  
İmaj, Seçim Kampanyası

#### ÖZ

Birinci Dünya Savaşı'nda Paul von Hindenburg, Rusya'ya karşı Tannenberg Savaşı'nı kazanarak, Alman toplumunda ulusal kahraman haline gelmiştir. Alman İmparatorluğu, İtilaf Devletleri'ne karşı savaştan yenilgiyle çıkmasına karşılık, Hindenburg, Alman halkı için ulusal kahraman olarak kalmaya devam etmiştir. Bu aşamada Almanya'da güçlü bir liderlik imajına sahip olan Hindenburg, savaştan sonra Alman siyaset sahnesinde ön plana çıkan Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) adayı Adolf Hitler ve Almanya Komünist Partisi'nin (KPD) adayı Ernst Thälmann'a karşı bağımsız aday olarak girdiği seçimlerde Cumhurbaşkanı olmayı başarmıştır. Çalışmada Hindenburg'un liderlik imajının seçim kampanyalarında ne şekilde sunulduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır, bu amaçla Hindenburg'un seçim kampanyalarında kullanılan posterler liderlik imajı boyutunda göstergebilim yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma kapsamında Rus dilbilimci Roman Jakobson'un duygusal, gönderimsel ve çağrı olmak üzere üç işlevi üzerinden Hindenburg'un Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasında kullanılan posterler analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, Hindenburg'un NSDAP ve KPD'ye karşı Almanya'da düzeni sağlayabilecek bir lider olarak yansıtıldığı ortaya çıkmıştır. Bu süreçte çalışmada seçim kampanyalarında Hindenburg'un liderlik imajının düzen ve bütünleşme kavramları üzerinden inşa edilmeye çalışıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

#### ABSTRACT

In the First World War, Paul von Hindenburg became a national hero in German society by winning the Battle of Tannenberg against Russia. Although the German Empire came out of the war in defeat against the Allies, Hindenburg remained a national hero for the German people. At this stage Hindenburg, who had a strong leadership image in Germany, ran as an independent candidate against Adolf Hitler, the candidate of the National Socialist German Workers Party (NSDAP) and Ernst Thälmann, the candidate of the Communist Party of Germany (KPD), who came to the fore in the German political scene after the war and succeeded in becoming president in the elections. In the study, it was aimed to reveal how Hindenburg's leadership image was presented in election campaigns and for this purpose the posters used in Hindenburg's election campaigns were examined using semiotics method in the context of leadership image. Within the scope of the study, the posters used in the presidential election campaign of Hindenburg were analyzed through the three functions of the Russian linguist Roman Jakobson: emotive, referential and conative. In the light of the findings obtained in the study, it was revealed that Hindenburg was reflected as a leader who could provide order in Germany against the NSDAP and KPD. At this stage, it was concluded that Hindenburg's leadership image was tried to be built on the concepts of order and integration in election campaigns.

#### Keywords

Germany, Leader, Election,  
Image, Election Campaign

**Atıf/Citation:** Dari, A. B. (2022). Weimar Cumhuriyeti Seçim Kampanyalarında Paul Von Hindenburg'un Liderlik İmajı. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 1(265-277).

**Sorumlu yazar/Corresponding author:** Abdülhakim Bahadır DARI, daribahadir@gmail.com

## 1. Giriş

Almanya, Birinci Dünya Savaşı'ndan yenilgiyle çıkmasına karşılık savaş sırasında çeşitli başarılar da elde etmiştir. Bu başarılarından biri -ve belki de en önemlisi- Alman İmparatorluğu'nun Rus Çarlığı'na karşı Alman General Paul von Hindenburg liderliğinde kazandığı Tannenberk Savaşı'dır. Savaşta kazandığı zafer, Alman kamuoyunda Hindenburg'un ulusal kahraman haline gelmesini sağlamıştır. Hindenburg'un savaştan sonra da Alman toplumundaki ulusal kahraman imajı devam etmiştir. Savaştan sonra ordudan emekli olan Hindenburg, siyasete atılmış ve 1925 yılında Almanya Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir. 1932 yılında gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçiminde de Hindenburg, en yakın rakibi Hitler'i büyük bir oy farkıyla geçmeyi başarmıştır.

Hindenburg üzerinde çeşitli akademik çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Faust, 1930; McNutt, 1931; Binchy, 1937). Bu çalışmalar içerisinde: Mareks ve von Eisenhart Rothe (1932), devlet adamı ve general olarak Hindenburg'u; Hubatsch (1985), Weimar Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı olarak Hindenburg'u; Cary (1990), Alman muhafazakârlığını ve Hindenburg'un adaylığını; Scully (2012), Weimar Cumhuriyeti'nin karikatürlerinde Hindenburg'u ve Pyta (2014), Alman ulusunun karizmatik lideri olarak Hindenburg'u incelemiştir.

Hindenburg'un Cumhurbaşkanı adayı olarak katıldığı 1932 (Childs, 1932; Leibholz, 1932) ve 1925 Almanya Cumhurbaşkanlığı seçimleri üzerine de çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda da: Zeender (1963), Alman Katolikleri ve 1925 Cumhurbaşkanlığı seçimini; Falter (1990), 1925 ve 1932'deki seçimleri ve Hindenburg'u; Jones (1997), Hindenburg ve 1932 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde muhafazakâr ikilemini; Koellreutter (1932), 1932 Parlamento-Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin geçerliliği hakkında anayasal teorik açıklamaları ve Treiber (1997), 1932'deki Cumhurbaşkanlığı seçimleri ve Üçüncü Reich'in yükselişini ele almıştır.

Akademik çalışmalara bakıldığında Hindenburg ve seçimlerin çeşitli konu başlıkları üzerinden incelendiği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada ise doğrudan Hindenburg'un seçim kampanyalarındaki liderlik imajına odaklanılmıştır. Bu aşamada çalışmada, Hindenburg'un katıldığı seçimlerdeki kampanyalarda liderlik imajının nasıl inşa edildiğinin ve Birinci Dünya Savaşı'ndaki başarısının seçim kampanyalarına ne şekilde yansıtıldığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada Hindenburg'un savaştaki başarısının, savaş sonrasında katıldığı seçimlerde doğrudan liderlik imajı üzerinde etki oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Bu aşamada seçim kampanyalarında kullanılan posterler, Hindenburg'un liderlik imajı boyutunda göstergebilim yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda çalışmada aşağıda yer alan sorulara yanıt aranmıştır:

- Hindenburg'un seçim kampanyalarında kullanılan posterlerde Hindenburg'un liderlik imajı hangi temel üzerinden inşa edilmiştir?

- Hindenburg'un seçim kampanyalarında kullanılan posterlerde Hindenburg ne şekilde yansıtılmıştır?

- Hindenburg, liderlik imajı boyutunda NSDAP ve KPD'nin adaylarına ne şekilde alternatif olarak sunulmuştur?

Çalışma, Hindenburg'un Alman siyasi tarihindeki rolünü yansıtması ve Weimar Cumhuriyeti'ndeki siyasal kampanyalara ışık tutması bakımından önem taşımaktadır. Bu açıdan çalışmanın, Weimar Cumhuriyeti dönemi üzerinde çalışma yürüten tarih, siyaset bilimi ve iletişim alanındaki araştırmacıların yararlanabilecekleri bir kaynak olması amaçlanmıştır.

## 2. 1925 ve 1932 Almanya Cumhurbaşkanlığı Seçimleri

Hindenburg, 1925 ve 1932 yıllarında Almanya'da gerçekleştirilen iki Cumhurbaşkanlığı seçiminde aday olmuş ve her iki seçimde de rakiplerini geride bırakarak Alman Cumhurbaşkanı seçilmeyi başarmıştır.

28 Şubat 1925 tarihinde Almanya Cumhuriyeti'nin ilk Cumhurbaşkanı Friedrich Ebert hayatını kaybetmiş ve Ebert'in ölümü üzerine yeni Alman Cumhurbaşkanının belirlenmesi amacıyla seçime gidilmiştir (Wright, 1925: 414). 1925 Almanya Cumhurbaşkanlığı seçimleri 29 Mart 1925 ve 26 Nisan 1925 tarihlerinde iki tur olarak gerçekleştirilmiştir. Hindenburg'un yer almadığı Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk turunda on yedi aday yarışmıştır. Seçimde Alman Halk Partisi'nden (Deutsche Volkspartei, DVP) Karl Jarres %38.77 oy oranıyla birinci, Almanya Sosyal Demokrat Partisi'nden (Sozialdemokratische Partei Deutschlands, SPD) Otto Braun %29.04 oy oranıyla ikinci ve Alman Merkez Partisi'nden (Deutsche Zentrumspartei, Zentrum)

Wilhelm Marx %14.47 oy oranıyla üçüncü olmuştur. Jarres ilk turda en çok oyu almasına rağmen, çoğunluğu sağlayamamıştır. Bunun üzerine Jarres, Hindenburg'un lehine Cumhurbaşkanlığı adaylığından çekilmiştir. Monarşi yanlısı Hindenburg (Zeender, 1963: 366), DVP, Alman Ulusal Halk Partisi (Deutschwölkische Freiheitspartei, DVFP) ve Bavyera Halk Partisi (Bayerische Volkspartei, BVP) tarafından ikinci tur oylamada desteklenmiştir. İkinci turda Hindenburg'un karşısında ise SPD, Zentrum ve Almanya Demokrat Partisi'nin (Deutsche Demokratische Partei, DDP) desteklediği Marx ve Almanya Komünist Partisi'nin (Kommunistische Partei Deutschlands, KPD) desteklediği Ernst Thälmann yer almıştır. 26 Nisan 1925 tarihinde gerçekleştirilen ikinci tur oylamada ise Hindenburg %48.3 oy oranı elde ederek Cumhurbaşkanı seçilmeyi başarmıştır.

1932 Almanya Cumhurbaşkanlığı seçimi de tıpkı 1925 yılında olduğu gibi iki tur gerçeklemiştir. 13 Mart 1932 tarihinde gerçekleştirilen seçime Hindenburg bağımsız olarak katılmış ve oyların % 49.54'ünü elde etmiştir. İlk tur oylamada Hindenburg'u Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei, NSDAP) adayı Hitler %30.12 oy oranıyla takip etmiştir. KPD'nin adayı Thälmann ise %13.24 oy oranıyla seçimde üçüncü olmuştur. 10 Nisan 1932 tarihinde gerçekleştirilen ikinci tur oylamaya Hindenburg ikinci kez bağımsız olarak katılmış ve bu oylamada da rakiplerine karşı %53.05 oy oranı elde ederek ikinci kez Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

### **3. Hindenburg'un Liderlik İmajı**

Birinci Dünya Savaşı'nda Alman İmparatorluğu, İngiltere, Fransa, Rusya ve müttefiklerine karşı savaşmıştır. Savaşın başında Alman General Paul von Hindenburg'un liderliğindeki Alman ordusu, 23–30 Ağustos 1914 tarihlerinde meydana gelen Tannenberg Savaşı'nda Rus ordusuna karşı büyük bir zafer kazanmıştır. Bu zafer, Hindenburg'u Alman halkının nezdinde önemli bir yer elde etmesini sağlamış, Rus işgalinin büyük tehlikesini ortadan kalkmıştır (Faust, 1930: 45). Alman propagandası, Hindenburg'u ulusal kahraman olarak Alman kamuoyuna sunmuş ve Hindenburg'un başarısı savaş boyunca Alman halkının savaşın kazanılması yönündeki inancının sürdürülmesinde önemli bir etken olmuştur. Alman medyasında Hindenburg, Rusya'ya karşı önemli bir tehdit olarak yansıtılmıştır (Kladderadatsch, 1915, 3 Ekim; Ulk, 1914, 25 Eylül). Hindenburg'un Rusya'ya karşı elde ettiği başarıya karşılık, Alman İmparatorluğu savaşı kaybetmiş ve Alman imparatoru II. Wilhelm ülkeyi terk etmiştir.

Birinci Dünya Savaşı'nın Almanya'nın yenilgisiyle sonlanmasına karşılık, Hindenburg Alman nezdinde ulusal kahraman olarak kalmaya devam etmiştir. Hindenburg'un halk nezdindeki popülaritesi onun 1925 yılında Alman Cumhurbaşkanı seçilmesini sağlamıştır. Hindenburg'un ilk Cumhurbaşkanlığı döneminde (1925-1932), 1929 Dünya Ekonomik Buhranı meydana gelmiş ve bu buhrandan Alman ekonomisi sert bir şekilde etkilenmiştir. Bunun sonucunda Alman siyasetinde radikal bir değişim meydana gelmiş ve Hitler'in liderliğindeki NSDAP Alman siyasetinde etkili olmaya başlamıştır. NSDAP propagandası Hitler'i ön plana çıkarmış, Hitler'i ekonomik buhranda kurtarıcı olarak sunmuş ve Hitler'in liderliğinde Alman ekonomisinin tekrar güçleneceğine yönelik algı meydana getirmeye çalışmıştır. Hitler'in halk nezdinde artan popülaritesi, Hitler karşıtlarının 1932 yılında gerçekleştirilecek olan Cumhurbaşkanlığı seçiminde Hindenburg'a yönelmesine yol açmıştır. 1929 yılındaki büyük buhran sırasında Cumhurbaşkanı olmasına karşılık Hindenburg'un halk nezdindeki olumlu imajının sürmesi, 1932 yılındaki seçimde Hindenburg'un Hitler'e karşı zafer kazanma olasılığını arttırmıştır. Nitekim Hitler'in kült liderlik propagandasında Hitler'in Birinci Dünya Savaşı'nda savaşan bir onbaşı olduğu vurgulanmış ve bir savaş gazisi olarak Alman halkından Hitler için destek istenmiştir. Hitler'e karşı seçimde etkili bir aday olan Hindenburg ise savaş kahramanı olarak ön plana çıkmıştır. Nihayetinde 1932 yılında Hindenburg, başarıyı yakalamış ve yönetime gelmiştir (Falter, 1990: 225). Buna karşılık Hindenburg'un 2 Ağustos 1934 tarihinde ölümüyle Hitler, *Führer* unvanı altında Almanya'nın hem başbakanı hem de cumhurbaşkanı olmuştur.

### **4. Yöntem**

Çalışmada Hindenburg'u konu alan posterlere, ABD'deki Minnesota Üniversitesi Kütüphanesi'nin 800 (Omnia, 2021) ve Hollanda'daki Uluslararası Sosyal Tarih Enstitüsü'nün 181 (International Institute of Social History, 2021) dijital kaynağının taranması sonucunda ulaşılmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem metodundan yararlanılarak ulaşılan dijital kaynaklar içerisinden, Hindenburg'un Cumhurbaşkanlığı seçim

kampanyalarında kullanılan altı poster çalışmanın örneklemini olarak belirlenmiştir. Posterler belirlenirken, posterlerin Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde kullanılmış olmasına, görsellere yer verilmesine ve doğrudan Hindenburg'un liderlik imajına vurgu yapılmış olmasına dikkat edilmiştir. Bu süreçte bu üç özelliğe sahip olan toplam altı postere ulaşılmıştır. Çalışmanın örneklemini olarak belirlenen altı poster, göstergebilim yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Posterler, görsel ve yazılı kodlardaki açık ve gizli mesajların açıklanması ve kitlelerde ne gibi değişimin amaçlandığının ortaya konulması için çalışma kapsamında Roman Jakobson'un göstergebilim anlayışı ışığında analiz edilmiştir. Bu aşamada Jakobson'un göstergebilim modelinde yer alan üç işlev özelinde (duygusal işlev, gönderimsel işlev ve çağrı işlevi) posterler incelenmiştir. Duygusal işlev, iletişim sürecinde mesajı meydana getiren kişiye odaklanmaktadır. Duygusal işlevde mesajı oluşturan kişinin düşünce, davranış ve konumu ön plana çıkmaktadır. Gönderimsel işlev, mesajın hangi şartlarda meydana getirildiğini ifade etmektedir. Bu süreçte gönderimsel işlevde mesajın ne zaman, nerede ve ne şekilde hazırlandığı önem taşımaktadır. Çağrı işlevi ise mesajı alan kişi veya kişilerde meydana getirilmesi amaçlanan değişimi açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle mesajı gönderen tarafın, mesajın ulaştığı tarafta oluşmasını planladığı duygu, düşünce veya davranışı belirtmektedir.

Göstergebilim alanında Claude Lévi-Strauss (Karaca vd., 2020), Charles William Morris (Gülada, 2019; Avcı ve Çakı, 2020), Roland Barthes (Gazi vd., 2020) ve Charles Sanders Peirce'in (Baytimur ve Çakı, 2021) göstergebilim anlayışları üzerinden çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır. Bunun yanında Zorlu vd., Ferdinand de Saussure ve Barthes'ın (Zorlu vd., 2017) ve Işık vd., Louis Hjelmslev ve William Labov'un (Işık vd., 2021) göstergebilim kavramları üzerinden göstergebilimsel incelemede bulunmuştur. Jakobson'un bu üç kavramı üzerinden de farklı konu ve içeriklerde poster analizleri gerçekleştirilmiştir (Şahan, 2020: 278; Türk vd., 2021: 167). Posterlerin dışında da bu üç işlev üzerinden şarkıdan (Çalışkan ve Karaburun Doğan, 2020: 268), radyo konuşmasına (Yılmaz, 2020, 548) kadar farklı alanlarda incelemelerde bulunulmuştur. Çalışmada ise posterler, ilk olarak duygusal işlev üzerinden mesajı oluşturan, ardından gönderimsel işlev üzerinden mesajın bağlamı ve son olarak çağrı işlevi üzerinden mesajı alan odaklı analiz edilmiştir.

## 5. Analiz ve Bulgular

Çalışmanın bu kısmında örneklem olarak belirlenen altı poster, göstergebilim yöntemi kullanılarak liderlik imajı boyutunda analiz edilmiştir.

### 5. 1. Birinci Poster

Birinci posterde üstünde Almanya'nın simgesi kartal figürünün olduğu siyah büyük bir küre tutan Hindenburg ve hemen yanında NSDAP üniforması içerisinde iki elini havaya kaldıran Hitler resmedilmiştir (Görsel 1). Posterde Hitler'e, üstünde "Ben çok daha güçlüyüm! (Ich bin noch viel stärker!)" şeklinde yazı bulunan konuşma baloncuğu yapılmıştır. Posterde Hindenburg, Hitler'e göre devasa boyutta ve kaslı vücut hatlarıyla resmedilmiştir. Posterin altında ise "Hindenburg'a oy verin! Kahraman yükü, kahramanlar gerektirir (Wählt Hindenburg! Heldenlast erfordert Helden!)" şeklinde yazıya yer verilmiştir.

Duygusal işlev boyutunda incelendiğinde posterde Hindenburg'un liderlik imajının, Hitler'in kült liderliğine karşı kullanılmaya çalışıldığı ortaya çıkmaktadır (Tablo 1). NSDAP'nin propaganda faaliyetlerinde Hitler, Almanya'nın kurtarıcısı olarak sunulmakta ve Alman halkının geleceği için doğru kararlar aldığı ileri sürülmektedir. Hitler'in liderliğinde Almanya'nın güçlü bir ülke olacağı ve Versay Antlaşması sonucunda Alman halkına dayatılan zor şartların ortadan kaldırılacağı düşüncesi ön plana çıkarılmaktadır. Bu aşamada posterde Hindenburg'un güçlü olarak sunulması, Hitler'den daha başarılı olacağı algısının oluşmasına yol açmaktadır. Diğer yandan 1932 yılında gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçiminde Hindenburg, 85 yaşında Hitler'e karşı aday olmuştur. Bu açıdan düşünüldüğünde Hindenburg'un ileri yaşına rağmen Hitler'e karşı güçlü gösterilmesi sürecinde posterde Hindenburg, Hitler'e göre devasa boyutta ve kaslı vücut hatlarıyla resmedilmiştir.

Gönderimsel işlev üzerinden ele alındığında posterde Hindenburg'un taşıdığı devasa küre Almanya'nın sorunlarının bir metaforu olarak kullanılmaktadır. Nitekim kürenin üzerinde yer alan kartal figürü Almanya'yı simgelemektedir. Boyutsal olarak değerlendirildiğinde posterdeki kürenin Hitler tarafından değil Hindenburg tarafından kaldırılabilmesi aktarılmaktadır. Posterde Hitler'in "Ben çok daha güçlüyüm!" söylemi, posterdeki Hitler ve Hindenburg'un görselleriyle tezat oluşturmaktadır. Bu şekilde Hitler'in

Almanya'nın maruz kaldığı sorunlarının üstesinden gelebilecek gücünün olmadığı aktarılmakta ve Hitler'in kült liderlik imajı doğrudan hedef alınmaktadır.



**Görsel 1.** Birinci Poster (University of Minnesota, 1918-1939a)

Çağrı işlevi boyutunda incelendiğinde posterde güç olgusu üzerinden Alman halkının seçimde Hitler'i değil Hindenburg'u seçmesi istenmektedir. Posterde her ne kadar Hindenburg'un gücü fiziksel olarak yansıtılmakla birlikte, yaşı itibarıyla asıl gücünün fiziksel değil geçmişteki başarıları üzerinden oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Bu aşamada Birinci Dünya Savaşı'ndaki askeri başarısının doğrudan Hindenburg'un liderlik imajının inşasında kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 1.** Birinci Poster

<b>Duygusal işlev</b>	Hindenburg'un Hitler'den daha güçlü sunulması
<b>Gönderimsel işlev</b>	Hindenburg'un Almanya'nın sorunlarını çözebileceği düşüncesi
<b>Çağrı işlevi</b>	Almanya'nın sorunlarının çözümü için Alman halkının Hindenburg'u seçmesi

## 5. 2. İkinci Poster

İkinci posterde eski Töton şövalyelerinin kıyafeti içerisinde iki eliyle bir kılıcı tutan Hindenburg görseline yer verilmiştir. Posterin arka planında ise büyük kale surlarını andıran yapılar resmedilmiştir (Görsel 2). Posterde “Sınırlarınızın kurtarıcısı Hindenburg’u seçin (Wählt Hindenburg, Den Retter Eurer Marken)” yazısına yer verilmiştir.



Görsel 2. İkinci Poster (University of Minnesota, 1918-1939b)

Duygusal işlev üzerinden ele alındığında posterde doğrudan Hindenburg’un Birinci Dünya Savaşı’ndaki Tannenberg Savaşı’nda Alman sınırlarını, Rus ordusuna karşı savunmasına atıf yapılmaktadır (Tablo 2). Posterdeki yazılı kodlar üzerinden de doğrudan Hindenburg’un Alman sınırlarını Almanya’nın düşmanlarından kurtardığı aktarılmaktadır. Tannenberg Savaşı kahramanı olarak ön plana çıkarılan Hindenburg, Almanya’nın güvenliğinin teminatı olarak kitlelere yansıtılmaktadır.

Gönderimsel işlev boyutunda incelendiğinde posterde Hindenburg’un Töton şövalyesi üniforması içerisinde gösterilmesiyle Hindenburg ve Alman tarihinde önemli başarılarla sahip olan Töton şövalyeleri arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Bu şekilde Töton şövalyelerinin başarılarına atıfta bulunularak, Hindenburg’un ulusal kahramanlık imajı ön plana çıkarılmaktadır. Posterde Hindenburg’un arkasında yer alan sur görünümlü yapılar, Almanya’nın metonimi olarak kullanılmakta, bu şekilde Hindenburg liderliğinde Almanya’nın güven altında olduğu vurgulanmaktadır.

Çağrı işlevi üzerinden ele alındığında posterdeki görsel ve yazılı kodlar üzerinden Hindenburg, efsanevi bir kişilik olarak Alman halkına sunulmakta ve Almanya’nın güvenliği için Alman halkının Hindenburg’u desteklemesi gerektiğine yönelik mesaj verilmektedir.

**Tablo 2.** İkinci Poster

<b>Duygusal işlev</b>	Hindenburg'un Tannenberg Savaşı kahramanı olarak ön plana çıkarılması
<b>Gönderimsel işlev</b>	Hindenburg liderliğinde Almanya'nın güven altında olduğu
<b>Çağrı işlevi</b>	Alman halkının, Almanya'nın güvenliği için Hindenburg'u desteklemesi gerektiği

### 5. 3. Üçüncü Poster

Üçüncü posterde, siyah şekilde Hindenburg'un başının silueti resmedilmiştir. Posterdeki görselin üstünde de “Bir adama oy verin, partiye değil, Hindenburg'a oy verin (Wählt einen Mann, wählt keine Partei, wählt Hindenburg)” yazısına yer verilmiştir (Görsel 3).



**Görsel 3.** Üçüncü Poster (University of Minnesota, 1918-1939c)

Duygusal işlev boyutunda incelendiğinde posterde doğrudan Hindenburg'un karizmatik liderliğine vurgu yapıldığı ortaya çıkmaktadır (Tablo 3). Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde NSDAP, Hitler'i ve KPD ise Thälmann'ı desteklerken, Hindenburg Almanya'daki pek çok siyasi partinin desteğini arkasına almıştır. Bu süreç Hindenburg'un pek çok farklı siyasi görüşten seçmenin oyunu almasını gerektirmiştir. Posterde Hindenburg'un karizmatik liderliği ön plana çıkarılarak, seçmenlerin herhangi bir partiye değil, doğrudan Hindenburg'a oy vereceği algısının oluşturulmasına çalışmıştır. Hitler ve Thälmann, Alman siyasi arenasında önemli bir yer edinmiştir. Özellikle 1932 parlamento seçimlerinde NSDAP'nin hızlı yükselişi, Hitler'in Cumhurbaşkanlığı için önde gelen adaylardan biri haline gelmesine yol açmıştır. Bu süreçte posterde Hitler'in Almanya'daki siyasi gücüne karşı Hitler muhaliflerinin Hindenburg'un liderliği altında bir araya getirilmesine çalışılmıştır.

Gönderimsel işlev üzerinden ele alındığında posterde Hindenburg'un partiler üstü bir kişi olarak sunulduğu ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde Alman seçmenlerin karşıt oldukları siyasi partilerin desteğini aldığı için Hindenburg'a oy vermesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır. Posterde herhangi bir vaade yer verilmeden

doğrudan Hindenburg'un adı ön plana çıkarılmıştır. Bu aşamada posterde Hindenburg'un Tannenberg Savaşı'ndaki başarısı üzerinden kitlelerin Hindenburg'a yönelmesine çalışılmıştır.

Çağrı işlevi boyutunda incelendiğinde posterde Alman halkının birlik için Hindenburg'u seçmesi istenmektedir. Posterde Alman seçmenlerin, Hindenburg'u destekleyen siyasi partilere değil doğrudan Hindenburg'a odaklanmasına çalışılmıştır. Bu şekilde Hitler'in seçimleri kazanmasında en büyük engel olarak Hindenburg ön plana çıkarılmıştır.

**Tablo 3. Üçüncü Poster**

<b>Duygusal işlev</b>	Hindenburg'un karizmatik liderliğinin ön plana çıkarılması
<b>Gönderimsel işlev</b>	Hindenburg'un partiler üstü bir kişi olarak sunulması
<b>Çağrı işlevi</b>	Alman halkının birlik için Hindenburg'u seçmesinin istenmesi

#### 5. 4. Dördüncü Poster

Dördüncü posterde kavga etmekte olan iki erkek görseli bulunmaktadır. Posterin arka planında tartıştıkları izlenimi veren farklı insan görselleri de resmedilmiştir (Görsel 4). Posterde "Almanların birbirleriyle çatışmasını durdurun! 10 Nisan'da sadece Hindenburg! (Haltet ein mit der deutschen selbstzerfleischung! Am. 10. April nur Hindenburg!)" şeklinde yazıya yer verilmiştir.

Duygusal işlev üzerinden ele alındığında posterde Almanya'daki siyasi karmaşaya vurgu yapılmaktadır. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'da imparatorluğun yıkılması ve cumhuriyetin ilanından sonra ülke NSDAP ve KPD'nin sert siyasi mücadelesine tanık olmuştur (Tablo 4). Bu mücadeleler kimi zaman sokak çatışmalarına dönüşmüş ve nasyonal sosyalistlerle komünistler arasında kavgalar yaşanmıştır.

Gönderimsel işlev boyutunda incelendiğinde posterde kavga eden kişilerin Alman seçmenlerinin metonimi olarak kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde posterde siyasi nedenlerden dolayı şiddetli çatışmaların yaşandığı vurgulanmış ve Almanya'da huzursuzluğun hâkim olduğu mesajı verilmiştir.

Çağrı işlevi üzerinden ele alındığında posterde Almanya'da huzurun tesis edilmesi için Alman halkının Hindenburg'u desteklemesi istenmiştir. Bu aşamada posterde Hindenburg, huzur ve istikrar kavramları üzerinden ön plana çıkarılmıştır.

**Tablo 4. Dördüncü Poster**

<b>Duygusal işlev</b>	Hitler'in Almanya'da siyasi çatışmaya yol açtığı ve Hindenburg'un bu çatışmayı durdurabileceği
<b>Gönderimsel işlev</b>	Almanya'da siyasi karmaşanın olduğu düşüncesi
<b>Çağrı işlevi</b>	Almanya'daki siyasi karmaşanın son bulabilmesi için Alman halkının Hindenburg'u desteklemesi





Görsel 4. Dördüncü Poster (International Institute of Social History, 1932)

#### 5. 5. Beşinci Poster

Beşinci posterde Hindenburg'un bir görseline ve görselin hemen altında ise "En iyimizi seç (Wählt unsern besten)" yazısı bulunmaktadır (Görsel 5).



Görsel 5. Beşinci Poster (University of Minnesota, 1918-1939d)

Duygusal işlev boyutunda incelendiğinde posterde Hitler'in kült liderliğine benzer şekilde Hindenburg'un da kült lider olarak ön plana çıkarılmaya çalışıldığı ortaya çıkmaktadır (Tablo 5). Hitler'in seçim kampanyalarında kullanılan posterlerde Hitler'in Birinci Dünya Savaşı'nda savaşan asker olduğuna vurgu yapılmıştır. Posterde yine Hindenburg'un savaştaki başarısı üzerinden Hindenburg efsanevi kişilik olarak Alman halkına aktarılmıştır. Bu süreçte Hindenburg'un kült liderlik imajı, Hitler'in kült liderlik imajına önemli bir alternatif olarak sunulmuştur.

**Tablo 5.** Beşinci Poster

<b>Duygusal işlev</b>	Hindenburg kült kişilik olarak Alman halkına sunulmakta
<b>Gönderimsel işlev</b>	Hindenburg'un Almanya'yı başarılı bir şekilde yöneteceği düşüncesi
<b>Çağrı işlevi</b>	Almanya'nın başarılı bir şekilde yönetilmesi için Alman halkının Hindenburg'u seçmesi gerektiği

Gönderimsel işlev üzerinden ele alındığında posterde Alman halkının Hindenburg'un görseline ve "En iyimizi seç" yazısına odaklanması amaçlanmıştır. Hindenburg'un "en iyi olduğu düşüncesi", doğrudan Hindenburg'un savaştaki başarısıyla ilişkilendirilmiştir. Almanya, Birinci Dünya Savaşı'nı kaybetmesine karşılık Hindenburg liderliğinde Doğu sınırlarını başarıyla savunmuş ve düşmanına ağır bir hezimet yaşatmıştır. Bu süreçte Hindenburg, savaştan mağlup çıkan Alman halkı için başarının bir sembolü haline gelmiştir.

Çağrı işlevi boyutunda incelendiğinde posterde Hindenburg'un kült liderliği ön plana çıkarılarak, Alman halkının Hindenburg'u desteklemesine çalışılmıştır. Hindenburg'un kült kişiliği üzerinden Almanya'yı en başarılı şekilde yönetebilecek liderin Hindenburg olduğuna yönelik algı oluşturulmaya çalışılmıştır.

## 5. 6. Altıncı Poster

Altıncı posterde iki gurubun birbirleriyle mücadele ettikleri, bu sırada devasa boyuttaki bir erkeğin elindeki yine devasa boyuttaki süpürgeyle insanları süpürdüğü resmedilmiştir (Görsel 6). Posterdeki insanların arasında NSDAP bayrakları ve üstünde yıldız, orak ve çekiçin olduğu bir bayrak bulunmaktadır. Posterde "Hitler'in fitnessini şimdi bitirin!: Hindenburg'u seçin (Schluss jetzt mit Hitlers Volksverhetzung!: Wählt Hindenburg)" yazısına yer verilmiştir.



**Görsel 6.** Altıncı Poster (University of Minnesota, 1918-1939e)

Duygusal işlev üzerinden ele alındığında posterde Hindenburg'un Almanya'da huzur ve istikrarın teminatı olarak sunulduğu ortaya çıkmaktadır (Tablo 6). Posterdeki yazılı kodlarda ise doğrudan NSDAP lideri Hitler hedef alınmış ve Almanya'daki siyasi huzursuzluğun nedeni olarak Hitler sunulmuştur. Hitler'in önderliğinde nasyonal sosyalistlerin komünistlerle mücadelesinin Almanya'da huzursuzluğa yol açtığı üzerinde durulmuştur. Bu aşamada Almanya'daki huzursuzluğun önlenmesinde de Hindenburg ön plana çıkarılmıştır.

**Tablo 6.** Altıncı Poster

<b>Duygusal işlev</b>	Hindenburg, Almanya'da huzur ve istikrarın teminatı olarak sunulmakta
<b>Gönderimsel işlev</b>	NSDAP ve KPD'nin siyasi çatışma içerisinde olduğu vurgulanmakta
<b>Çağrı işlevi</b>	Alman halkının Hindenburg'u seçmesiyle NSDAP ve KPD'nin siyasi çatışmasının son bulacağı düşüncesi

Gönderimsel işlev boyutunda incelendiğinde posterde NSDAP ve KPD'nin siyasi çatışma içerisinde olduğu vurgulanmıştır. Bu aşamada posterde NSDAP bayrakları ve üstünde yıldız, orak ve çekicinin olduğu bir bayrağın etrafında çatışan insanlar, NSDAP ve KPD'lilerin metonimi olarak kullanılmıştır. Poster üzerinden Almanya'da huzursuzluğun hâkim olduğu vurgulanmış ve çözüm olarak da Alman halkına Hindenburg sunulmuştur. Posterde elinde süpürgeyle devasa boyutta yansıtılan erkek görseliyle Hindenburg'un seçilmesi durumunda ülkedeki siyasi karmaşanın önleneceği algısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu aşamada metalepsis bir anlatıma yer verilerek Hindenburg'un Almanya'daki düzeni sağlaması, bir kişinin süpürgeyle temizlik yapması şekliyle ifade edilmiştir. Erkeğin ve süpürge devasa boyutta sunulmasıyla doğrudan Hindenburg'un gücüne atıfta bulunulmuştur.

Çağrı işlevi üzerinden ele alındığında posterde Alman halkının Hindenburg'u seçmesiyle NSDAP ve KPD'nin siyasi çatışmasının son bulacağı mesajı verilmektedir. Bu aşamada Alman halkı, ülkede huzur ve istikrarın sağlanması için Hindenburg'u desteklemeye çağrılmıştır. Posterde Almanya'da Hitler'in yol açtığı ileri sürülen çatışmaların son bulması için Hindenburg'un seçilmesi istenmiştir.

## 6. Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen propaganda posterlerinde Hindenburg'un liderlik imajının doğrudan Birinci Dünya Savaşı'nda meydana gelen Tannenberg Savaşı'ndaki başarısı üzerinden inşa edildiği ortaya çıkarılmıştır. Propaganda posterlerinde savaşta başarısına atıfta bulunularak Hindenburg, Alman halkına cephede olduğu gibi siyasette de bir kurtarıcı olarak sunulmaya çalışılmıştır. Bu aşamada propaganda posterlerinde Almanya'da NSDAP ve KPD'nin birbirlerine karşı –kimi zaman şiddet içeren- mücadelesine değinilmiş ve bu mücadelenin Almanya'da kaosa yol açtığına yönelik algıya yol açılmıştır. Tüm bu süreçte Hindenburg, NSDAP ve KPD'nin yol açtığı ileri sürülen bu kaosa karşılık her iki partinin adayına alternatif olarak Almanya'nın düzen ve huzurunun teminatı olarak yansıtılmıştır.

NSDAP ve KPD kendi adaylarıyla Cumhurbaşkanlığı seçimine katılırken Hindenburg farklı siyasi çevrelerin ortak adayı olarak ön plana çıkarılmıştır. Bu aşamada NSDAP'nin adayı Hitler'e ya da KPD'nin adayı Thälmann'a karşı başarı sağlanabilmesi için Hindenburg, farklı siyasi düşüncelere sahip seçmenlerin oylarını alabilecek ortak bir aday olarak sunulmuştur. Bu nedenle Hindenburg'un seçim kampanyasında "partiye değil adaya oy verin" vurgusunda doğrudan Hindenburg'un Alman halkı nezdindeki popülaritesi kullanılmaya çalışılmıştır. Bu nedenle propaganda posterlerindeki yazılı ve görsel göstergelerde Alman halkının doğrudan Hindenburg'a odaklanması amaçlanılmıştır. Diğer yandan kimi propaganda posterinde Hindenburg'un diğer adaylara karşı gücüne vurgu yapılabilmesi için Hindenburg devasa boyutta ya da Töton şövalyesi şeklinde resmedilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde propaganda posterlerinde 1920'li yılların ikinci yarısında ve 1930'lu yılların başlarında Almanya'daki siyasi şiddetin önlenmesinde Hindenburg'un kült liderlik imajından yararlanılmasına çalışıldığı ortaya çıkmaktadır. Nitekim Birinci Dünya Savaşı'ndan Almanya'nın yenilgiyle çıkmasıyla Alman imparatorunun ülkesini terk etmesi üzerine ülkede boşalan kült liderlik imajının benzeri bir kült liderlik imajı doğrudan Hindenburg'a atfedilmeye çalışılmıştır. Bu şekilde Alman halkının ülkede huzuru sağlayabilecek kişinin Hindenburg olacağına ikna edilmesi hedeflenmiştir. Bu aşamada NSDAP lideri

Hitler'in Almanya'da hızla artan kült liderlik imajının önüne geçilebilmek için geçmişteki askeri başarıları vurgulanarak Hindenburg'un Hitler'den daha başarılı olacağına yönelik algı oluşturmasının amaçlandığı ileri sürülebilmektedir. Sonuç olarak Hindenburg özelinde bir siyasinin liderlik imajının inşasında siyasinin geçmişteki askeri başarısının önemli bir propaganda unsuru olarak kullanılabilmesi ve farklı siyasi grupların bir araya getirilmesinde siyasinin askeri başarısından önemli bir propaganda aracı olarak yararlanılabileceği ortaya çıkarılmıştır.

### Kaynaklar

- Avcı, Ö. & Çakı, C. (2020). Milan Nedić İktidarında Sırp Toplumunda Düşman İnşası Propagandasına Yönelik Bir İnceleme. *Uluslararası Suçlar ve Tarih*, (21), 81-110.
- Baytimur, T. & Çakı (2021). İkinci Dünya Savaşı'nda ABD'deki Yahudi Diasporasının Avrupa'daki Yahudileri Konu Alan Propaganda Pulları Üzerine İnceleme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 99-128.
- Binchy, D. A. (1937). Paul von Hindenburg 1847-1934. *Studies: An Irish Quarterly Review*, 26(102), 223-242.
- Cary, N. D. (1990). The making of the reich president, 1925: German conservatism and the nomination of Paul von Hindenburg. *Central European History*, 23(2-3), 179-204.
- Childs, H. L. (1932). The german presidential election of 1932. *American Political Science Review*, 26(3), 486-496.
- Çalışkan, S., & Karaburun Doğan, D. (2020). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyetler Birliği'ndeki Radyo Yayınlarında Propaganda Şarkılarının Kullanılması: "Kutsal Savaş" Şarkısı Üzerine İnceleme. *Eurasian Journal of Music and Dance*, (16), 263-280.
- Falter, J. W. (1990). The two Hindenburg elections of 1925 and 1932: A total reversal of voter coalitions. *Central European History*, 23(2-3), 225-241.
- Faust, A. B. (1930). Paul von Hindenburg. *Current History* (1916-1940), 32(1), 41-46.
- Gazi, M. A., Çakı, C., Gülada, M. O., & Çakı, G. (2020). Çin Halk Cumhuriyeti Kültür Devrimi Sürecinde Okuma Alışkanlığının Propaganda Posterlerinde Sunumu. *Türk Kütüphaneciliği*, 34(3), 406-431.
- Gülada, M. O. (2019). 1936 Berlin Olimpiyatları'nda Spor Yayıncılığının Propaganda Amaçlı Kullanımı: Olympia Filmi Üzerine İnceleme. *TRT Akademi*, 4(8), 326-344.
- Hubatsch, W. (1985). Hindenburg as reichspräsident of the Weimar Republic. W. Hubatsch (Ed.), *Studies in medieval and modern German history* içinde (165-172. ss.). London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-17822-3\\_9](https://doi.org/10.1007/978-1-349-17822-3_9)
- International Institute of Social History. (1932). Poster. Erişim adresi <https://search.iisg.amsterdam/Record/836008>
- International Institute of Social History. (2021). Paul von Hindenburg. Erişim adresi <https://search.iisg.amsterdam/Search/Results?lookfor=Paul+von+Hindenburg&type=AllFields&limit=20&sort=relevance>
- Işık, M., Gazi, M. A., Çakı, C., & Çakı, G. (2021). Birinci Dünya Savaşı'nda Amerikan Kütüphane Derneği'nin ABD Ordusuna Yönelik Hazırladığı Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme, *Türk Kütüphaneciliği*, 35(2), 131-158.
- Jones, L. E. (1997). Hindenburg and the conservative dilemma in the 1932 presidential elections. *German Studies Review*, 20(2), 235-259.
- Karaca, M., Gazi, M. A. & Çakı, C. (2020). Kore Savaşı Ekseninde ABD-Çin İlişkilerinin Çin Propaganda Posterleri Üzerinden Analizi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1142-1156.
- Kladderadatsch. (1915, 3 Ekim). Hindenburg, Sayfa 1. <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/kla1915/0623/image>
- Koellreutter, O. (1932). Verfassungstheoretische Bemerkungen zur Gültigkeit der geplanten parlamentarischen Reichspräsidentenwahl 1932. *Archiv des öffentlichen Rechts*, 61(2), 129-146.
- Leibholz, G. (1932). Die Verfassungsdurchbrechung. Betrachtungen aus Anlaß der geplanten parlamentarischen Reichspräsidentenwahl vom Januar 1932. *Archiv des öffentlichen Rechts*, 61(1), 1-26.
- Marcks, E., & von Eisenhart Rothe, E. (1932). *Paul von Hindenburg als mensch, staatsmann, Feldherr*. Deutschland: Stollberg.
- McNutt, R. T. (1931). Paul von Hindenburg, Germany's soldier-president. *Historical Outlook*, 22(7), 319-324.
- University of Minnesota. (1918-1939a). Wählt Hindenburg! Heldenlast erfordert Helden! Ich bin noch viel stärker!. Erişim adresi <https://umedia.lib.umn.edu/item/p16022coll208:4876>
- University of Minnesota. (1918-1939b). Wählt Hindenburg, Den Retter Eurer Marken. Erişim adresi

- <https://umedia.lib.umn.edu/item/p16022coll208:4560>  
University of Minnesota. (1918-1939c). Wahl einen Mann: wahl keine Partei: wahl Hindenburg. Erişim adresi <https://umedia.lib.umn.edu/item/p16022coll208:4287>
- University of Minnesota. (1918-1939d). Schluss jetzt mit Hitlers Volksverhetzung!: Wahl Hindenburg. Erişim adresi <https://umedia.lib.umn.edu/item/p16022coll208:3306>
- University of Minnesota. (1918-1939e). Wahl unsern Besten. Erişim adresi <https://umedia.lib.umn.edu/item/p16022coll208:4607>
- Omnia. (2021). Explore Your Results. Erişim adresi [https://www.omnia.ie/index.php?navigation\\_function=3&europeana\\_query=Hindenburg%2C+Paul+von+europeana\\_cursor=AoQhRn3DkLvL4gJKPwAvOTIwMzQvR1ZOUkNfU0ZBMDNfU0ZBMDIyMDAxNDA4&europeana\\_prev\\_cursor=AoQhRn3DkLvL4gJKPwAvOTIwMzQvR1ZOUkNfU0ZBMDNfU0ZBMDIyMDAxNDA4&dpla\\_nav\\_start=1&prev\\_obcnt=200](https://www.omnia.ie/index.php?navigation_function=3&europeana_query=Hindenburg%2C+Paul+von+europeana_cursor=AoQhRn3DkLvL4gJKPwAvOTIwMzQvR1ZOUkNfU0ZBMDNfU0ZBMDIyMDAxNDA4&europeana_prev_cursor=AoQhRn3DkLvL4gJKPwAvOTIwMzQvR1ZOUkNfU0ZBMDNfU0ZBMDIyMDAxNDA4&dpla_nav_start=1&prev_obcnt=200)
- Pyta, W. (2014). Paul von Hindenburg als charismatischer Führer der deutschen Nation. F. Möller (Ed.), *Charismatische Führer der deutschen Nation* içinde (109-148. ss.). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag. <https://doi.org/10.1515/9783486833966.109>
- Scully, R. (2012). Hindenburg: The cartoon titan of the Weimar Republic, 1918-1934. *German Studies Review*, 35(3), 541-565.
- Şahan, S. (2020). Sovyetler Birliği'nde Batı Blok'unun Radyo Yayınlarının Karikatürler Üzerinden Eleştirisi. *TRT Akademi*, 5(9), 270-291.
- Treiber, H. (1997). Stepun zur Heraufkunft des Dritten Reiches anlässlich der Reichspräsidentenwahl 1932. K. S. Rehberg (Ed.), *Differenz und Integration: Die Zukunft moderner Gesellschaften* içinde (882-884. ss.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-83268-9\\_199](https://doi.org/10.1007/978-3-322-83268-9_199)
- Türk, M. S., Avcı, Ö. & Baytimur, T. (2021). Çin Halk Cumhuriyeti'nde Sovyet Revizyonizmi'ne Karşı Kitapların Propaganda Amaçlı Kullanımı. *Türk Kütüphaneciliği*, 35(2), 159-182.
- Ulk. (1914, 25 Eylül). *Ulk*, Sayfa 5. <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/ulk1914/0301/image>
- Wright, H. F. (1925). The German presidential election. *Advocate of Peace through Justice*, 87(7), 411-420.
- Yılmaz, M. B. (2020). İkinci Dünya Savaşı'nda Japon Medyasının ABD'ye Yönelik Faaliyetleri: Tokyo Rose Radyo Yayınları Üzerine İnceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 541-563.
- Zeender, J. K. (1963). The German Catholics and the presidential election of 1925. *The Journal of Modern History*, 35(4), 366-381.
- Zorlu, Y., Çakı, C., & Karaca, M. (2017). Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: "Kırımlı" Filmi ve Göstergebilimsel Analizi. *Sosyoloji Konferansları*, (56), 67-95.

---

#### **Etik, Beyan ve Açıklamalar**

---

**1. Etik Kurul izni ile ilgili;**

Bu çalışmanın yazar/yazarları, Etik Kurul İznine gerek olmadığını beyan etmektedir.

**2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uydıklarını kabul etmektedir.**

**3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.**

**4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.**

---