

İTALYAN SOSYAL CUMHURİYETİ'NİN İŞ GÜCÜ ELDE ETMEK AMACIYLA YÜRÜTTÜĞÜ PROPAGANDA FAALİYETLERİ

Mustafa KARACA¹

ÖZ

İkinci Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası Avrupa'nın büyük bir kısmını denetimi altına almayı başarmıştı. Naziler aynı zamanda ABD, İngiltere ve Sovyetler Birliği ile de savaş halindeydi. Bu süreçte Wehrmacht'ın (Alman Ordusu) asker sayısının cephelerde yetersiz kalması üzerine, Naziler SS Şefi Heinrich Himmler önderliğinde Waffen-SS adında askeri bir birim oluşturdu. Bu birim Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerdeki erkeklerin gönüllü olarak katılmasıyla tesis edilmekteydi. Bu süreçte, Naziler Waffen-SS'e katılımı arttırmak için yoğun bir propaganda faaliyetine girişti. Bu çalışmada Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerdeki insanların Waffen-SS'e katılımını arttırmak için propaganda posterlerinin nasıl ve ne yönde kullanıldıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylece 20. yüzyılda uygulanan askere çağırma propagandasına da Waffen-SS özelinde ışık tutulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla amaçlı örnek metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda posterini (Norveç, İtalya, Danimarka, Belçika, Hollanda) Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düz anlam ve yan anlam boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, Nazilerin insanları ikna etmek için tarihi düşmanlıklardan ve tehlike olarak yansıttığı Bolşevizm'den yararlandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İş Gücü, İtalya, Propaganda, Poster, 2. Dünya Savaşı

Jel Kodları: D83, H56, N44

¹Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mkaraca@sakarya.edu.tr

THE PROPAGANDA ACTIVITIES OF THE ITALIAN SOCIAL REPUBLIC TO OBTAIN THE WORK FORCE

ABSTRACT

Abstract The struggling parts in World War II mobilized all their resources to gain superiority against each other. In this process, propaganda activities were carried out both in the Axis States and in the Allied States to encourage working in factories. In particular, the propaganda was carried out to encourage the Italian people to work in Italy and Germany with the support of the Nazis in the Italian Social Republic (1943-1945) led by Benito Mussolini, established after the invasion of Italy by Nazi Germany in 1943. In this study, the propaganda activities carried out in order to obtain labor power during the Italian Social Republic were examined via the propaganda posters used. Seven propaganda posters (Italian Family, Badoglio Government, Germany, Communism, Allies, Christianity, New Europe) identified using the sampling method for the study were analyzed using the semiotical analysis method in qualitative research methods. In the light of the findings, it was seen that working in Germany and Italy brought prosperity and peace in the propaganda activities.

Keywords: Work Force, Italy, Propaganda, Poster, World War II

JEL Codes: D83, H56, N44

GİRİŞ

2. Dünya Savaşı, dünya tarihinde o güne dek görülmedik büyüklükte ekonomik, endüstriyel ve bilimsel güçlerin, seferber edildiği bir savaş olmuştur. Savaşa katılan tüm ülkeler, askeri ve sivil ayrımı gözetmeksizin tüm kaynaklarını birbirlerine karşı üstün gelebilmek için kullanmıştır. Bu süreç, daha fazla üretime ve dolayısıyla daha fazla iş gücüne gereksinim duyulmasına yol açmıştır. Özellikle Naziler işgali altında bulunan ülkelere, sürekli olarak artan iş gücü ihtiyacını karşılamak için işçi talebinde bulunmuştur. Bu amaçla, işgalleri altında bulunan Avrupa ülkelerine yönelik çalışmayı teşvik eden propaganda faaliyetlerine yönelmiştir. Bu ülkelerin başında, 1943 yılında Nazilerin işgaline uğrayan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti gelmektedir. Naziler tarafından yürütülen propaganda faaliyetlerinde, İtalyan halkının Nazilerin denetiminde İtalya ve Almanya'da bulunan fabrikalarda çalıştırılmaları amaçlanmıştır. Bu süreçte posterler propaganda amaçlı yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Bu çalışmada, İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde iş gücünü arttırmak amacıyla kullanılan propaganda amaçlı posterler nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Göstergebilimsel analiz yöntemi, film, poster, müzik, fotoğraf vb. pek çok alanda kullanılmaktadır. Özellikle, son yıllarda Türkiye'de yapılan akademik çalışmalarda, göstergebilim sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin; Arpa (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması" adlı çalışmada iş güvenliğini konu alan kamu spotu reklamları üzerinden, Çakı vd. (2018), "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası" adlı çalışmada, Nazizm ideolojisini *Horst Wessel* propaganda marşı üzerinden, Karaburun Doğan vd. (2017), "1999 Türkiye'deki Genel ve Yerel Seçimleri'nde Siyasal Partilerin Seçim Müzikleri ve Propaganda Afişleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada partilerin ideolojik söylemlerini Türk siyasi partilerinin propaganda amaçlı afişleri üzerinden, Zorlu vd. (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Türk Sinemasında Nazizm ideolojisini *Kırımlı* filmi üzerinden, Çakı (2018c), "Birinci Dünya Savaşı'ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergebilimsel Açısından İncelenmesi" adlı çalışmada Türklerin Birinci Dünya Savaşı'nda Alman propagandasında nasıl sunulduğu kartpostallar üzerinden, İspir (2018), Sinemada Faşizm İdeolojisinin Eleştirel Sunumu: "Çöl Aslanı Ömer Muhtar" Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada İtalyan Faşizmi'ni *Ömer Muhtar* filmi üzerinden, Erol vd. (2017a), "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme", adlı çalışmada nasyonal sosyalist eğitim yapısını *Die Welle* filmi üzerinden, yine Erol (2017b), "1970'li Yıllarda Türkiye'nin Vakıf Okullarındaki Eğitim Sisteminin Hababam Sınıfı Film Serileri Özelinde İncelemesi" adlı çalışmada Türkiye'deki vakıf okullarını Hababam Sınıfı filmi üzerinden, Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), "Adolf Hitler'in Korku

Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada Hitler'in korku unsuru olarak kullanımını kamu spotu reklamları üzerinden, göstergebilimsel analiz yöntemi kullanarak incelemiştir. Diğer yandan son yıllarda 2. Dünya Savaşı'nda propaganda amaçlı kullanılan posterleri inceleyen alanda önemli çalışmaların da yapıldığı görülmüştür. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada İtalyan Sosyal Cumhuriyeti döneminde kullanılan propaganda amaçlı posterlerinde dost ve düşman algısı oluşturmada nasıl ve ne yönde kullanıldıklarını incelemiştir. Çalışma sonucunda, propaganda amaçlı posterlerde Nazi Almanyası'nın "dost" ve "müttefik" metaforları içerisinde sunulduğu bulunmuştur. Çakı ve Gülada, (2018) "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada, 2. Dünya Savaşı'nda kurulan ve Faşizm ideolojisi ile yönetilen Vichy Fransası'nda işgal propagandası amacıyla basılan posterleri incelemiştir. Elde edilen bulgularda, posterlerin Müttefik Devletleri'ne karşı nefret söylemi inşasında kullanıldığı görülmüştür.

Çalışma kapsamında yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, iş gücü elde etmek amacıyla yürütülen propaganda faaliyetlerini inceleyen alanda herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan çalışmanın ilk olması ve iş gücünü arttırmak amacıyla günümüzde de sıklıkla yararlanılan propaganda faaliyetlerine ışık tutması bakımından alanda önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

1. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA İTALYAN SOSYAL CUMHURİYETİ

20. yüzyılda, Benito Mussolini, İtalya'da Faşizm ideolojisinin kurucusu olarak ünlenmiştir. Mussolini'nin Ulusal Faşist Partisi'nin 1922 yılında İtalya'da gerçekleştirdiği ve binlerce İtalyan faşistin katıldığı yürüyüşten sonra İtalya Kralı III. Vittorio Emanuele, Mussolini'yi yeni hükümeti kurmakla görevlendirdi. Mussolini, 1922 yılında İtalya'da başbakan olarak görevlendirilmesi üzerine ülkede Faşizm ideolojisini hakim kılmaya başladı (Yavuzoğlu, 2003: 51). Mussolini, ilk olarak partisine bağlı Kara Gömlekliler'in (Ulusal Faşist Partisi'ne bağlı paramiliter bir örgüt) ülkede otoritelerini kurmalarını sağladı. Zamanla İtalya kralının ülkedeki etkisi azaldı. Büyük Roman İmparatorluğu'nu tekrar kurmayı amaçlayan Mussolini, 1930'lı yıllarda İtalya'nın işgali altında bulunan Afrika ülkeleri Libya ve Habeşistan üzerinde sıkı bir denetim kurmayı başardı. Bu yolla Mussolini, İtalya'nın Roma İmparatorluğu'ndaki gibi topraklarını genişletmeyi ve İtalya'yı geçmişteki ihtişamlı günlerine geri getirmeyi planladı.

Mussolini, 1933 yılında Almanya'da iktidara gelen Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi lideri Adolf Hitler ile yakın bir ilişki içerisine girdi. Mussolini ve Hitler, daha sonra Japonya İmparatoru Hirohito'yu da yanlarına alarak, İtalya, Almanya ve Japonya arasında Mihver Paktı adı verilen üçlü

işbirliği anlaşması imzalandı. Bu süreçte, 1 Eylül 1939 yılında, Almanya Polonya'yı işgal ederek 2. Dünya Savaşı'nı başlattı. Polonya'nın Almanya tarafından işgal edilmesi üzerine İngiltere ve Fransa, Almanya'ya savaş ilan ettiler. Mussolini, savaşın ilk yılında tarafsız bir politika izledi ve Almanya'nın İngiltere ve Fransa ile olan savaşına müdahil olmadı. Buna karşın Almanya'nın 1940 yılının Haziran ayında İngiliz ve Fransız ordularını mağlup etmesi ve Fransa'yı işgal etmeye başlamasıyla birlikte İtalya, İngiltere ve Fransa'ya savaş ilan ederek Almanya'nın yanında 2. Dünya Savaşı'na katıldı (Hart, 2015:120).

İtalya'nın 2. Dünya Savaşı'na katılmasından sonra, Mussolini Arnavutluk üzerinden Yunanistan'ı işgal etmeye girişti. Buna karşın İtalyan Ordusu, Yunan Ordusu'na karşı ağır bir yenilgi aldı ve işgal edilen yerlerden geri çekildi. İtalyan Ordusu'nun zor duruma düşmesi üzerine, Nisan 1941'de Alman Ordusu Yunanistan'ı işgal etti. Benzer şekilde Kuzey Afrika'da da İtalyan Ordusu'nun İngilizler karşısında varlık gösterememesi üzerine Hitler'in emriyle, Alman Ordusu Kuzey Afrika'da İtalyan Ordusu'na yardıma gönderildi (Macksey, 2012: 86).

1943 yılında Müttefik Devletleri, İtalya'yı tüm cephelerde yenilgiye uğrattı. Aynı yıl Müttefik Devletler tarafından gerçekleştirilen Husky Operasyonu'yla İtalya işgal edilmeye başlandı. Bunun üzerine İtalya kralı, Mussolini'yi görevinden azlederek, tutuklanmasını emretti. Mussolini'nin tutuklanmasından sonra İtalya'da kurulan yeni hükümet, Müttefik Devletleri ile barış anlaşması imzaladı ve eski müttefiki Almanya'ya savaş ilan etti. Bunun üzerine Hitler, Alman Ordusu'na İtalya'yı işgal etme emrini verdi. Kısa süre içerisinde Alman Ordusu, İtalya'nın büyük bir bölümü işgal etti. Hitler'in emriyle yürütülen operasyon ile Mussolini tutuklu olduğu yerden kurtarıldı. Hitler, İtalyan'ın kuzeyinde Mussolini önderliğinde İtalyan Sosyal Cumhuriyeti adında Nazi Almanyası'nın güdümünde bir devlet kurdu. Kurulan devlette Mussolini, İtalya'nın sembolik lideri olarak hizmet etmekte, ülkedeki denetim Naziler tarafından yürütülmekteydi (Blinkhorn 2006: 1). Bu dönemde Naziler İtalya'dan Almanya'da çalıştırılmak üzere işçi talebinde bulundu. 1945 yılında Müttefik Devletleri İtalya'nın tamamını işgal etti. Mussolini, ülkeyi terk etmeye çalışırken partizanlar tarafından yakalanarak öldürüldü. Mussolini'nin ölümünde sonra İtalyan Sosyal Cumhuriyeti ortadan kalktı.

2. GÖSTERGEBİLİM VE ROLAND BARTHES

Göstergebilim, göstergeler yoluyla üretilen anlamları inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilimde, gösterge dizeleri vasıtasıyla ortaya konulan anlamlar dizgelerinde verilmek istenen açık ve net anlamlardan ziyade, gizli kalan ve herkes tarafından ilk etapta algılanamayan anlamlar ortaya koyulmaya çalışır. Göstergebilim 20. yüzyılda ABD'li Dil Bilimci Charles Sanders Peirce ve İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure'ün dil bilimi alanında yapmış olduğu çalışmalar ile ön plana çıkmaya

başlamıştır. İlerleyen süreçte Fransız Dil Bilimci Roland Barthes, göstergebilimi dil bilimi içerisindeki sınırlarından kurtararak, resim, müzik, reklam, film vb. pek çok alan üzerinde incelemede bulunmasını sağlamıştır. Diğer yandan Barthes, göstergebilimsel analizlerin daha yalın ve sade olmasını sağlamış ve göstergebilimsel analiz yönteminin geniş bir kitle tarafından inceleme alanı olarak kullanılmasını sağlamıştır (Sığırcı, 2016: 30).

Barthes, göstergebilimde iki temel düzleminin olduğunu söylemiştir. Birinci düzlemde, herkes tarafından kabul gören gerçeklerin bulunduğu düz anlam bulunmaktadır. Düz anlam, nesnel, değişmeyen ve ortaya konulduklarında herkesin zihinlerinde aynı şeyi ifade eden kavramları ifade etmektedir. Örneğin, bir kedi ele alındığında, kedi düz anlam itibarıyla herkes tarafından aynı şekilde bir hayvan kavramını temsil etmektedir. Barthes'ın ortaya koyduğu ikinci düzlemde ise yanalam ve mit kavramları bulunmaktadır. Yanalam, düz anlamdan farklı olarak kültüre özgü değerleri ifade etmektedir. Örneğin, bir gül ele alındığında, gül düz anlam olarak bir çiçeği ifade ederken, yanalam boyutunda sevginin temsili olabilmektedir (Barthes, 2016: 84). Barthes, göstergelerden meydana gelen dizgelerin doğru bir şekilde açıklanabilmesi için incelenen kültür hakkında yeterli bilgiye sahip olunması ve oluşturulan kültürel kodların doğru okunması gerektiğinin altını çizer (Çakı, 2018b: 67).

Mit ise kültür içerisinde inşa edilen ve gerçekliklerin açıklanmasını için kullanılan öykülerdir. Barthes'a göre egemen yapıların kendi doğrularını kitlelere kabul ettirmek için mitleri bir araç olarak kullanmaktadır. Bu amaçla medya üzerinden sunulan kalıp yargılar, toplum içerisinde neyin yapılması, neyin yapılmamasına karar verebilmektedir. Diğer yandan, toplum içerisinde mitler egemen yapının istediği kişilerin yüceltilmesine ve istemediği kişilere yönelik de nefret söylemi inşa edilmesine yol açabilmektedir (Güngör, 2013: 234).

Çalışma kapsamında incelenen propaganda amaçlı posterlerde de, İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin vermek istediği yanalam ve mit olguları açıklanmaya çalışılmıştır.

3. YÖNTEM

3.1. Çalışmanın Amacı

2. Dünya Savaşı'nda, artan iş gücü ihtiyacını karşılamak amacıyla yürütülen propaganda faaliyetlerini İtalyan Sosyal Cumhuriyeti özelinde ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylece, çalışma kapsamında olağanüstü hallerde kitleleri çalışmaya yöneltmek amacıyla ne tür propaganda faaliyetlerinin yürütüldüğüne de ışık tutulmaya çalışılmıştır.

3.2. Çalışmanın Önemi

Çalışma, olağanüstü hallerde artan iş gücü ihtiyacını karşılamak için yürütülen propaganda faaliyetlerini ortaya koymasından önem taşımaktadır. Nitekim, çalışma kapsamında elde edilen bulguların, günümüzde çalışmayı teşvik etmek amacıyla Çalışma Bakanlıkları tarafından yürütülen propaganda faaliyetlerine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer yandan çalışma, alanda özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından da önem taşımaktadır.

3. 3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

İtalyan Sosyal Cumhuriyeti döneminde İtalyan halkını çalışmaya teşvik etmek amacıyla kullanılan tüm propaganda amaçlı posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın, tüm posterlere ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılması yoluna gidilmiştir. Bu amaçla, dönemi ve konuyu en iyi yansıttığı düşünülen 7 propaganda amaçlı poster (İtalyan Aile, Badoglio Hükümeti, Almanya, Komünizm, Müttefikler, Hıristiyanlık, Yeni Avrupa), amaçlı örneklem metodu kullanılarak çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. Çalışmanın yalnızca 7 propaganda amaçlı poster üzerinden yürütülmesindeki en önemli nedenlerden biri de, posterlerin konu ve içerik bakımından birbirlerine benzer olmasıdır.

3. 4. Çalışmanın Sınırlılıkları

2. Dünya Savaşı'nda İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin çalışmayı teşvik etmek amacıyla yürüttüğü propaganda faaliyetinin yalnızca propaganda amaçlı posterler özelinde incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan çalışma kapsamında yalnızca 7 propaganda amaçlı posterin incelenmesi ve elde edilen bulgular ışığında genellemelerde bulunulması da çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

3. 5. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır;

- 2. Dünya Savaşı'nda İtalyan Sosyal Cumhuriyeti tarafından iş gücünü arttırmak amacıyla kullanılan propaganda amaçlı posterlerde hangi konular ön plana çıkarılmıştır?

- 2. Dünya Savaşı'nda İtalyan Sosyal Cumhuriyeti tarafından iş gücünü arttırmak amacıyla kullanılan propaganda amaçlı posterlerde İtalyan halkına yönelik ne gibi teşvik edici unsurlara yer verilmiştir?

- 2. Dünya Savaşı'nda İtalyan Sosyal Cumhuriyeti tarafından iş gücünü arttırmak amacıyla kullanılan propaganda amaçlı posterlerde, propaganda amaçlı hangi mitler inşa edilmiştir?

3. 6. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada belirlenen propaganda amaçlı posterler, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Posterler, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam, yananlam ve mit kavramları özelinde analiz edilmiştir.

4. ANALİZ

4. 1. "İtalyan Aile" Konulu Propaganda Posterleri

"İtalyan Aile" konulu propaganda posterleri düzanlam boyutunda ele alındığında, posterde, bir baba, bir anne ve bir bebek, üç kişinin resmedildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde baba işçi üniforması içerisinde sunulmaktadır. Anne ise bir eliyle bebeği tutarken, diğer eliyle kocasının omzuna dokunmaktadır. Posterde İtalyanca "Anavatanınızı ve ailenizi, Anglo-Amerikan 'özgürleştiriciler'inin işgal ettikleri topraklara getirdikleri açlık, sefalet, salgın hastalık ve sürgünden koruyun. Alman silahlı kuvvetlerinin hizmetinde çalışanlar olarak iyi maaş alacaksınız, en iyi destek ailenize yakın olmaktır!" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.

Resim 1. "İtalyan Aile" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Musil Brescia, 2018

İtalya, 1943 yılında Nazi Almanyası tarafından işgal edildiğinde, İtalya Ordusu'nun tüm askeri ekipmanı Nazilerin eline geçmişti. Naziler, esir aldıkları İtalyan askerlerinin önemli bir kısmını Mussolini liderliğinde kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti bünyesinde görevlendirmişti. Esir alınan askerlerin bir kısmı da Alanya'daki fabrikalarda çalıştırılmak üzere çalışma kamplarına gönderilmişti. Buna karşın, İtalyan esirler Nazilerin Alanya'da artan iş gücü ihtiyacını karşılamakta yeterli olamamaktaydı. Bu amaçla Naziler, İtalyan halkına yönelik Alanya'da çalışmayı cazip haline getiren propaganda faaliyetlerine yönelmeye başladı (Hart, 2015: 605). Posterde yananlam boyutunda verilen propaganda mesajı, İtalyan halkının Alanya'da refah içerisinde yaşayacağına vurgu yapmaktadır.

Diğer yandan, özgürleştiricilerin (2. Dünya Savaşı'nda Mussolini karşıtlarının Müttefik Devletleri'ne verdiği isim) İtalya'ya yıkım ve sefalet getirileceği anlatılmaktadır. Posterde yer alan aile, Almanya'da çalışan tüm İtalyan ailelerinin metonimi olarak kullanılmaktadır. Almanya'daki fabrikalar, "refah" ve zenginlik" metaforu olarak posterlerde temsil edilmektedir. Posterde Almanya'da çalışmanın zenginlik getireceğine, Müttefik Devletleri'nin yanında yer almanın da açlık, sefalet, hastalık ve sürgüne yol açacağına yönelik propaganda mitleri inşa edilmeye çalışılmıştır.

4. 2. "Badoglio Hükümeti" Konulu Propaganda Posterleri

"Badoglio Hükümeti" konulu propaganda posterleri düzenlem boyutunda ele alındığında, posterde birbirlerine sarılmakta olan bir anne ve üç çocuğu görülmektedir. Anne ve çocukların bulunduğu ev eski eşyalar içerisinde aktarılmaktadır. Posterde İtalyanca "Almanya onlara iş ve adil ücret teklif etmemiş olsaydı, bu durumda, onursuz hükümet, İtalya'nın mükemmel işçilerinin ailelerini azaltacaktı" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.

Resim 2. "Badoglio Hükümeti" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Propaganda Fascista, 2018

1943 yılında İtalya Müttefik Devletleri'ne karşı büyük yenilgiler almaya başlamıştı. İtalyan Ordusu, Kuzey Afrika'dan çekilmiş ve savaş öncesinde ele geçirilen topraklar Müttefik Devletleri'ne bırakılmıştı. 9 Temmuz 1943 yılında Müttefik Devletleri, Husky Harekâtı adı verilen bir saldırı ile İtalya'yı işgal etmeye başladı. Bunun üzerine savaşın başından beri sessizliğini koruyan İtalya Kralı III. Vittorio Emanuele, Mussolini'yi görevden alarak tutuklattı. Mussolini'nin görevden alınmasından sonra kral, Pietro Badoglio'yu yeni hükümeti kurmakla görevlendirdi. Badoglio'nun hükümetinin ilk icraatı, İtalya'nın Müttefik Devletleri bloğuna geçmesi ve Mihver Devletleri'ne karşı savaş açması oldu. Bu yüzden, Badoglio Hükümeti, Nazilerin ve İtalyan faşistlerin hedefi haline geldi. Nazi Almanyası ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti, Badoglio hükümetini İtalya'nın temsilcisi olarak tanımadı ve gerçekleştirdiği tüm uygulamaları ağır bir şekilde eleştirildi (Eberle ve Uhl, 2017:516-517). Posterde yananlam boyutunda, Badoglio Hükümeti'nin İtalyan işçilerinin onuruna yakışmayan şekilde davrandığı

anlatılmaktadır. Hükümetin, İtalyan işçilerin ailelerini desteklemediği ve onları zor durumda bıraktığına vurgu yapılmaktadır. Böylelikle İtalyan Sosyal Cumhuriyeti toprakları üzerinde yaşayan ve Badoglio Hükümeti'nin denetiminde çalışmak isteyen İtalyan halkının Müttefik Devletleri'ne katılmaması için ikna edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, posterde Naziler "adalet" metaforu olarak kullanılırken, Badoglio Hükümeti ise "onursuzluk" metaforu olarak temsil edilmiştir. Posterde yer alan aile görseli, Badoglio Hükümeti'nin bünyesinde çalışan İtalyan işçilerin ailelerinin metonimi olarak kullanılmıştır. Posterde, Badoglio Hükümeti denetiminde çalışan İtalyan işçilerinin ve ailelerinin zor durumda olduğu, buna karşın Almanya'da çalışan İtalyan işçilerinin hak ettikleri parayı alarak refah içerisinde yaşadığına yönelik propaganda mitleri inşa edilmeye çalışılmıştır. Böylece Badoglio Hükümeti'ne bağlı çalışan İtalyan işçilerin Nazi Almanyası'na ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin saflarına geçmeleri amaçlanmıştır.

4.3. "Almanya" Konulu Propaganda Posterleri

"Almanya" konulu propaganda posterleri düzenlam boyutunda ele alındığında, posterde, bir anne ve iki çocuğunun resmedildiği görülmektedir. Anne ve çocukları, ellerindeki bir çubuk yardımıyla Avrupa haritasında Almanya'yı işaret etmektedir. Kinetik göstergeler içerisinde yer alan beden dilleri ve jestlerinde ailenin mutlu olduğu yansıtılmaktadır. Anne ve çocuklarının resimlerinin hemen arkasında ise evin babası Almanya'da bir fabrikada çalışırken resmedilmektedir. Posterde İtalyanca "Baba, çalışmalarını ile sevdiklerine mutluluk ve refah sunar" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.

Resim 3. "Almanya" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Propaganda Fascista, 2018

Nazi Almanyası'nda Hitler'in Mimarı Albert Speer, 2 Eylül 1943 yılında Reich Silahlanma ve Savaş Üretimi Bakanı oldu. Speer'in bakanlığı döneminde Nazi Almanyası'nda ağır sanayi üretiminde büyük bir artış meydana gelmişti. Ağır sanayi üretiminde yaşanan artış beraberinde iş gücü ihtiyacının da artmasına neden oldu. Bunun üzerine Naziler, Mussolini'den daha fazla İtalyan işçi talep etti. Mussolini yönetimi, denetimlerinde bulunan bölgelerden daha fazla işçi sağlayabilmek için Almanya'da

çalışmanın refah ve bolluk getirdiğine yönelik propaganda faaliyeti yürütmeye başladı (Berend, 2011: 152-153). Yananlam boyutunda poster ele alındığında, posterde yer alan ailenin Almanya'da çalışan İtalyan ailelerin metonimi olarak kullanıldığı görülmektedir. Posterde anne ve çocukların haritada Almanya'yı göstermeleri özellikle, İtalyan işçilerin İtalya'dan ziyade Almanya'da çalışmalarının istendiğini göstermektedir. Ailenin beden dilleri ve jestlerindeki mutluluk ve posterde kullanılan yazılı kodlar Almanya'nın "refah" metaforu olarak kullanılmasına yol açmaktadır. Posterde, İtalyan işçilerinin Almanya'da çalışarak ailelerini bolluk ve refah içerisinde yaşattıkları propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Böylece daha fazla İtalyan'ın gönüllü olarak Almanya'ya çalışmak için gitmesi amaçlanmıştır.

4. 4. "Komünizm" Konulu Propaganda Posteri

"Komünizm" konulu propaganda posterini düzenli boyutunda incelendiğinde, posterde karşıtlıklar üzerinden propaganda mesajının verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Posterin sol tarafında orak ve çekiçin bulunduğu, Sovyet askerleri gösterilmektedir. Posterin sol tarafında üzüntülü insanlar resmedilmektedir. Posterin sağında ise buğdayların ve gökdelenin yer aldığı, fabrikada çalışan bir işçi gösterilmektedir. Posterde İtalyanca "Yenilgi...Yeniden doğuş? Anavatanın senin emeğin ve çalışman ile!" şeklinde yazılı kod kullanılmaktadır.

Resim 4. "Komünizm" Konulu Propaganda Posteri



Kaynak: Musil Brescia, 2018

Mussolini'nin, Müttefik Devletleri'ne karşı aldığı büyük yenilgilerden sonra İtalya'da faşist yönetime karşı Komünizm ideolojisini destekleyen partizan ayaklanmaları baş göstermeye başlamıştı. Özellikle Sovyetler Birliği tarafından desteklenen partizanlar, Nazilere ve İtalyan faşistlere karşı yoğun bir gerilla savaşına yöneldi. Bu süreçte, partizanlar İtalya'da Komünizm ve Sovyetler Birliği'ni destekleyen propaganda faaliyetlerine girişti. Mussolini ve Naziler, gerek partizan ayaklanmalarını durdurmak gerekse İtalyan işçilerin partizanlara katılarak işlerini bırakmalarını önlemek amacıyla Komünizm ideolojisine yönelik karşı propaganda faaliyetlerine başladı. Yapılan propaganda faaliyetlerinde Komünizm ideolojisi ağır bir şekilde eleştirilirken, İtalyan işçilerin Faşizm ideolojisi altında daha fazla çalışmaları telkin edilmekteydi (Çakı ve Gülada, 2018: 59). Posterde yananlam

boyutunda, Komünizm ideolojisine karşı nefret söylemi inşa edilmeye çalışılmakta, İtalya'nın aldığı yenilgilerin daha fazla çalışarak bertaraf edilebileceğine vurgu yapılmaktadır. Posterde kullanılan orak ve çekiç Komünizm ideolojisini, orak ve çekiçin hemen yanında yer alan Sovyetler Birliği Devlet Başkanı Joseph Stalin'in resmi de, Sovyetler Birliği'ni temsil eden simgeler olarak kullanılmaktadır. Posterin solunda, Sovyetler Birliği içerisinde gösterilen kişiler sunum kodları içerisinde acı içerisinde aktarılmaktadır. Posterin sağında yer alan gökdelen refahı, buğdaylar ise üretimi temsil eden simgeler olarak kullanılmaktadır. Posterin hemen sağ altında çalışmakta olan işçi de, tüm İtalyan işçilerin metonimi olarak yer almaktadır. Posterin genelinde, İtalyanların Komünizm'i desteklemeleri halinde yenilgiye uğrayacakları, Faşizm'i desteklediklerinde ise yeniden güçleneceklerine yönelik propaganda mitleri inşa edilmeye çalışılmaktadır. Böylece İtalyan işçilerin partizanların tarafına geçmeleri engellenmek istenmiştir.

4. 5. "Müttefikler" Konulu Propaganda Posterleri

"Müttefikler" konulu propaganda posterleri düzenleme açısından incelendiğinde, posterde bir erkeğin ve hemen arkasında bir kurukafanın resmedildiği görülmektedir. Posterdeki sunum kodlarında kurukafa koyu tonlar içerisinde, erkeğin arkasında belirmektedir. Posterde İtalyanca "İtalya'nın işçileri! İşte, gölgelerde, yarınını savunduğunu iddia edenlerin gerçek yüzü" yazılı kodu yer almaktadır.

Resim 5. Müttefikler" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Propaganda Fascista, 2018

Müttefik Devletleri, İtalya'yı işgale başlarken İtalyan şehirlerine yönelik yoğun bir hava bombardımanına yönelmişlerdir. Böylece Nazilerin ve İtalyan faşistlerin savunmaları çökertilerek İtalya'nın ele geçirilmesi amaçlanmıştır. Müttefik Devletleri, İtalya'nın işgalinde İtalyan halkından destek bulabilmek için kendilerini "i liberatori (özgürleştiriciler, kurtarıcılar)" olarak adlandırmıştır. Böylece Müttefik Devletleri, işgal planının daha hızlı tamamlanmasını amaçlamıştır. İtalyan Sosyal Cumhuriyeti ve Naziler, Müttefik Devletleri'nin dost olarak kendilerini anlattıkları propaganda

faaliyetlerine karşı, Müttefik Devletleri'ne yönelik nefret söyleminin inşa edildiği karşı propaganda faaliyetlerine yönelmiştir. Böylece, İtalyan halkının Müttefik Devletleri'nin safına geçmelerini önlemeyi amaçlamışlardır (Akarcalı, 2003: 153). Yananlam boyutunda, Nazilerin ve İtalyan faşistlerin Müttefik Devletleri'nin propaganda faaliyetlerine yönelik yürütülen karşı propagandada, Müttefik askerleri olumsuz gösterilmeye çalışılmaktadır. Posterde İtalyan işçilerinin, Müttefik propagandasına aldanmaması gerektiği ve Müttefiklerin dosttan ziyade İtalyanların gerçek düşmanı olduğu anlatılmak istenmiştir. Böylece İtalyan işçilerinin işlerini bırakmaları önlenmeye çalışılmıştır. Posterde yer alan işçi, tüm İtalyan işçilerin metonimi olarak kullanılmaktadır. Kurukafa ise posterde ölüm metaforu olarak kullanılmış ve Müttefik Devletleri'ni simgelemiştir. Görsel kodlar içerisinde Müttefik Devletleri, "ölüm" ve "tehlike" metaforları olarak kullanılmıştır. Posterde, Müttefik Devletleri'nin İtalya'yı büyük bir yıkıma sürüklediğine yönelik propaganda miti inşa edilmektedir.

4. 6. "Hıristiyanlık" Konulu Propaganda Posterleri

"Hıristiyanlık" konulu propaganda posterleri düzenleme boyutunda ele alındığında, posterde bir kilisede ibadet halinde olan insanlar gösterilmektedir. Posterde, insanların bulunduğu yerin kilise olduğu imajını verebilmek için görsel kodlar içerisinde posterin hemen merkezine büyük bir haç resmi konulmuştur. Posterde İtalyanca "Almanya'daki İtalyan işçiler en kapsamlı dini yardımın tadını çıkarırlar" yazılı kodu yer almaktadır.

Resim 6: "Hıristiyanlık" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Propaganda Fascista, 2018

2. Dünya Savaşı'nda Roma Katolik Kilisesi, Nazi Almanyası ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti ile ilişkilerini sürdürmüş ve Nazilerin tepkisini çekebilecek herhangi bir radikal karar almaktan uzak durmuştur. Bu yüzden Papa XII. Pius, pek çok çevre tarafından Nazilerin yaptığı eylemlere karşı gelmediği için yoğun bir şekilde eleştirilmiştir. Diğer yandan, Nazilerin engelli Alman vatandaşlarına yönelik yürürlüğe koymayı planladığı ötenazi programları nedeniyle, Naziler ve Katolik Kilisesi arasında kimi zaman tartışmalar da meydana gelmiştir. Katolik Kilisesi, Nazilerin ötenazi

uygulamalarına doğrudan karşı çıkarak, Operasyon T4 adı verilen programların Almanya'da uygulanmasını engellemiştir. Tüm bunlara karşın Nazi Almanyası ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti, propaganda faaliyetlerinde İtalyanların inançlarını özgürce yaşadıklarını vurgulamaktaydılar. Böylece Katolik Kilisesi ile zaman zaman yaşanan tartışmaların önüne geçilmesi planlanmaktaydı (McDonough, 2016:81). Yananlam boyutunda poster ele alındığında, Almanya'da yaşayan İtalyan işçilerin her türlü dini özgürlüğe sahip olduğu vurgulanmıştır. Böylece, Naziler, İtalyan işçilerinin Almanya'da dini yönden de rahat bir şekilde yaşayabilecekleri göstermek istemiştir. Posterde kullanılan kişiler, Almanya'da çalışan tüm İtalyan işçilerin metonimi olarak kullanılmıştır. Almanya, dini yönden "özgürlük" metaforu olarak kullanılmıştır. Posterde Almanya'da çalışan İtalyanların dini yönden hiç bir baskı ve zorlamaya uğramadıkları yönünde propaganda miti inşa edilmektedir. Böylece, Nazilerin ve Katolik Kilisesi'nin ilişkilerini zedelemeye çalışan propaganda faaliyetlerinin önüne geçilmeye çalışılmakta ve İtalyan işçilerinin Almanya'ya gitmeleri teşvik edilmektedir.

4. 7. "Yeni Avrupa" Konulu Propaganda Posterleri

"Yeni Avrupa" konulu propaganda posterleri düzenlem boyutunda ele alındığında, posterde bir erkeğin elinde kazma ve kürek ile resmedildiği görülmektedir. Erkeğin bulunduğu yer sunum kodları içerisinde maden olarak aktarılmaya çalışılmaktadır. Erkeğin hemen önünde de, bir kadının üç küçük çocuk ile bir evin bahçesinde oyun oynadığı görülmektedir. Kadının bulunduğu yer aydınlık ve güneşli olarak aktarılmaktadır. Posterde İtalyanca "İşçiler için yeni Avrupa" yazılı kodu yer almaktadır. Ayrıca, erkeğin çalıştığı madende bulunan iki büyük taş üzerinde İtalyanca "Kapitalizm" ve "Yahudilik" şeklinde iki yazılı kod bulunmaktadır.

Resim 7: "Yeni Avrupa" Konulu Propaganda Posterleri



Kaynak: Propaganda Fascista, 2018

Nazi Almanyası ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti, propaganda faaliyetlerinde Komünizm ile birlikte Kapitalizm'e karşı da savaş verdiklerini vurgulamaktaydı. Diğer yandan Nazizm ideolojisinde yer alan Antisemitizm (Yahudi Düşmanlığı), İtalya'nın Almanya tarafından işgal edilmesinden sonra İtalyan propagandasının da önemli bir unsuru haline gelmiştir. İtalyan propagandasında, Müttefik Devletleri'nin Yahudiler tarafından yönetildiği iddia edilmekteydi. Yahudilerin, Komünizm ve Kapitalizm'i dünyanın başına sorun yaptıklarını sıklıkla vurgulanmaktaydı. 2. Dünya Savaşı'nda da İtalyan propagandası, ABD kökenli Kapitalizm'in İtalyan işçilerin emeklerini sömürdüğünü söylemekteydi (Çakı, 2018: 264). Yananlam boyutunda poster değerlendirildiğinde, İtalyan işçilerin, İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde hak ettikleri ücretleri elde ettikleri anlatılmaktadır. Müttefik Devletleri'nin saflarına katılan İtalyan işçilerinin ise yalnızca sömürü çarkına hizmet ettikleri ifade edilmektedir. Posterde resmedilen İtalyan işçi, İtalya ve Almanya'da çalışan tüm İtalyan işçilerin metonimisi olarak kullanılmaktadır. Posterdeki sunum kodlarında, Yahudilik ve Kapitalizm, "sömürü" metaforu olarak yer bulmuştur. Diğer yandan posterdeki görsel ve yazılı kodlarda, İtalyan işçilerin Nazi Almanyası ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde çalışmaları durumunda refah ve huzurun olduğu yeni bir Avrupa'nın tesis edileceğine yönelik propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

SONUÇ

Çalışma kapsamında incelenen propaganda amaçlı posterlerde, genel olarak İtalyan işçilerinin çalışma koşullarının ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Nazi Almanyası'nda ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde çalışan İtalyan işçilerin, refah ve huzur içerisinde oldukları, Müttefik Devletleri'nin denetimindeki bölgelerde çalışan İtalyan işçilerinin ise sefalet içerisinde bulduklarına vurgu yapılmaktadır. Diğer yandan İtalyan propagandasının, Nazizm ideolojisinin etkisinde kaldığı görülmektedir. Nitekim, posterlerde Komünizm ideolojisine karşı nefret söylemi içerisinde gidilirken, sıklıkla antisemitist ifadeler de posterlerde yer verildiği görülmüştür.

Propaganda amaçlı posterlerde, İtalyan işçilerinin Almanya'da çalışmasını teşvik etmek amacıyla; Almanya'nın İtalyan işçilere karşı hoşgörülü ve misafirperver davrandığı, Almanya'da İtalyan işçilerine karşı her türlü sosyal ve dini özgürlük sunulduğu, İtalyan işçilerin hak ettikleri ücretleri aldıkları, Almanya'da çalışma standartlarının son derece yüksek olduğu ve İtalyan işçilerin Almanya'da çalışarak elde ettikleri paralar ile ailelerine rahat bir hayat yaşatabilecekleri anlatılmaktadır. Bu amaçla posterlerde Almanya, "refah" metaforu olarak sunulmuş ve İtalyan işçilerin ailelerini huzur içerisinde İtalya'da bırakarak Almanya'ya çalışmaya gitmeleri istenmiştir.

İtalyanların propaganda amaçlı posterlerinde, genel olarak Nazi Almanyası'nı ve İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'ni yücelten propaganda amaçlı mitlerin inşa edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla,

İtalyanların Nazi Almanyası'nda çalışması ile; İtalyan ekonomisinin kalkınacağına, Avrupa'da huzur ve refahın hüküm sürdüğü yeni bir düzenin kurulacağına yönelik propaganda mitleri inşa edilmiştir. Diğer yandan, posterlerde Müttefik Devletleri'ne, Mihver Devletleri'ne karşı kurulan Badoglio Hükümeti'ne, Komünizm ideolojisine, Yahudilere ve Kapitalizm'e karşı da nefret söylemi içeren propaganda amaçlı mitlerin oluşturulmaya çalışıldığı görülmüştür. Bu amaçla, posterlerde, Müttefik Devletleri'nin İtalyan işçilerinin düşmanı olduğu, Yahudilerin ve Kapitalizm'in İtalyan işçilerini sömürdüğü, Badoglio Hükümeti'nin İtalyan işçilerine hak ettiği standartları vermediği, Komünizm ideolojisinin İtalya'nın ekonomik yönden gelişmesi için tehdit oluşturduğuna yönelik mitler inşa edilmiştir.

Çalışma, 2. Dünya Savaşı'nda iş gücü elde etmek amacıyla yürütülen propaganda faaliyetlerini İtalyan Sosyal Cumhuriyeti özelinde ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Nitekim, çalışmada elde edilen bulgular, iş gücünü arttırmak amacıyla propaganda faaliyetlerinin nasıl ve ne yönde yürütülebileceğini ortaya koymaktadır. Çalışma alanda ilk olması bakımından önem taşımaktadır. Diğer yandan çalışma yalnızca İtalyan Sosyal Cumhuriyeti özelinde sınırlı bir dönemi ele almıştır. Bu açıdan, gelecek çalışmaların güncel örnekler üzerinden gerçekleştirilmesi alanın daha da zenginleşmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci dünya savaşında iletişim ve propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arpa, M. (2018). İş güvenliğini konu alan kamu spotu reklamlarında korku çekiciliği kavramının kullanılması, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, 105-115.
- Barthes, R. (2016). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat-Sema Rifat. 8.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berend, T. I. (2011). *20. yüzyıl avrupa iktisat tarihi*, Çev., Serpil Çağlayan, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Blinkhorn, M. (2006) *Mussolini and fascist Italy*, London: Routledge.
- Çakı, C. (2018a). "Nazi Almanyası etkisindeki italyan sosyal cumhuriyeti'nin propaganda posterleri üzerine inceleme". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C. (2018b). Mitinglerin propagandadaki rolü: Nürnberg mitingleri'ne ait fotoğrafların göstergebilimsel analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 59-79.
- Çakı, C. (2018c). Birinci dünya savaşı'ndaki alman propaganda kartpostallarında kullanılan karikatürlerde türklerin sunumunun göstergebilimsel açıdan incelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 73-94.
- Çakı, C. ve Gülada, M. O. (2018). "Vichy Fransası'nda işgal propagandası". *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 53-80.
- Çakı, C., Karaburun Doğan, D. & Yılmaz, N. (2018). Horst-Wessel propaganda marşı üzerinden nazizm ideolojisinin inşası. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2018(46), 89-110.
- Eberle, H. ve Uhl, M. (2017). *Hitler kitabı*. Çev., M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erol, E. G., Cerrahoğlu, N. & Çakı, C. (2017a). "Hitler dönemi eğitim yapısındaki otokrasinin eleştirisi: die welle filmi üzerine göstergebilimsel inceleme", *IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi*, Ordu, s. 1234-1249.
- Erol, E. G., Cerrahoğlu, N. & Çakı, C. (2017b). "1970'li yıllarda türkiye'nin vakıf okullarındaki eğitim sisteminin hababam sınıfı film serileri özelinde incelemesi", *IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi*, Ordu, s. 1250-1261.
- Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*, 2. Baskı, İstanbul: Siyasal Kitapevi.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci dünya savaşı tarihi*. Çev: Kerim Bağrıaçık. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

İspir, İ. (2018). Sinemada faşizm ideolojisinin eleştirel sunumu: “çöl aslanı Ömer muhtar” filmi ve göstergebilimsel analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 69-88.

Karaburun Doğan, D., Sayan, Ş. ve Çakı, C. (2017) The Analysis on election music and propaganda posters of political parties in 1999 general and local elections in Turkey, 2. *Researches on Science and Art in 21st Century Turkey*, (Hasan Arapgirlioğlu, Atilla Atik, Robert L. Elliott, Edward Turgeon (ed.), Gece Publishing, Ankara, 179-186.

Macit, M. H.(2007). *Faşizm ve nazizm*, Ankara: Savaş Yayınevi.

Macksey K. J. (2012). 2. *Dünya savaşı'nda askeri hatalar*, M. Tanju Akad, (çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Mcdonough, F. (2016). *The Gestapo, the myth and reality of Hitler's secret police*. Great Britain: Coronet.

Musil Brescia (2018). İtalyan Sosyal Cumhuriyeti Propaganda Amaçlı Posterler, http://www.musilbrescia.it/documentazione/stampa_immagine_slideshow.asp?sezione=iconoteca&idfondo=&paginainimmagine=58&id=48. Erişim Tarihi: 30.08.2018.

Propaganda Fascista (2018). İtalyan Sosyal Cumhuriyeti Propaganda Amaçlı Posterler, <https://propagandafascista.tumblr.com/>. Erişim Tarihi: 30.08.2018.

Sığırcı, İlhami. (2016). *Göstergebilim uygulamaları, metinleri, görselleri ve olayları okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in korku çekiciliği bağlamında kamu spotu reklamlarında kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.

Zorlu, Y. , Çakı, C , Karaca, M . (2017). Nazizm ideology in Turkish cinema: “kırımlı” film and semiotics analysis. *Sosyoloji Konferansları*, (56), 67-95.