

WAFFEN SS 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 posteri (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: Nazizm, Waffen-SS, Propaganda, Poster, Askerlik

Jel Kodları: D83, H56, N44

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

THE PROPAGANDA ACTIVITIES OF WAFFEN SS

ABSTRACT

During World War II, Nazi Germany captured a large part of Europe. At the same time, the Nazis were at war with the US, the UK and the Soviet Union. In this process, the number of Wehrmacht (German Army) soldiers was insufficient in the fronts. So Nazis formed a military unit under the leadership of SS Chief Heinrich Himmler under the name Waffen-SS. This unit was established by the voluntary participation of the men in the Nazi occupied countries. In this process, Nazis started an intense propaganda campaign to increase participation in Waffen-SS. In this study, it was tried to show how propaganda posters were used to increase the participation of people in Nazi occupied countries in Waffen-SS. Thus, it was aimed to reveal the propaganda of the conscription in the 20th century, via Waffen-SS. For this purpose, five propaganda posters (Norwegian, Italy, Denmark, Belgium, Netherlands) determined using the purposeful sampling method were examined in the method of semiotic analysis in the light of the notions of French Language Scientist Roland Barthes' dénotation and connotation.. In the light of the findings, it was seen that the Nazis benefited from Bolshevism, which was reflected as danger and used historical hostility to convince people.

Keywords: Nazism, Waffen-SS, Propaganda, Poster, Military Service

JEL Codes: D83, H56, N44

GİRİŞ

20. yüzyılda insanlık o zamana kadar görülmemiş büyüklükteki iki dünya savaşına tanık olmuştur. Taraflar tüm kaynaklarını savaşa seferber etmiş, mevcut tüm askerlerini de cepheye göndermiştir. Bu süreçte yaşanan devasa boyutlardaki asker kaybına karşılık, ülkeler cephelerde savaşmak için daha fazla asker ihtiyacı duymuştur. Bu amaçla, halktan vatanlarını savunmaları için gönüllü olarak askere yazılmaları istenmiştir. Ülkeler kamuoyunu askere yazılmaları konusunda ikna edebilmek için "askere çağırma" propagandası olarak bilinen propaganda faaliyetlerine girişmişlerdir. Birinci Dünya Savaşı'nda modern anlamdaki ilk örnekleri görülen "askere çağırma" propangandası, İkinci Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası tarafından kitle iletişim araçlarının tüm imkanları kullanılarak daha etkili şekilde yapılmıştır.

Son yıllarda göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak alanda bazı önemli çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunlar; Erol vd. (2017), "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme" adlı çalışmada Barthes'ın göstergebilimsel analiz metodunu kullanılarak Nazi Almanyası'ndaki eğitim Die *Die Welle* filmi özelinde nasyonal sosyalist eğitim yapısını ele almıştır. 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 incelemiştir. Gülada ve Çakı (2018), "Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği" adlı çalışmada *Jil* çorap reklamı üzerinden Tüketim Toplumu kavramını göstergebilimsel analiz ile ortaya koymuştur. Zorlu vd. (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Ferdinand de Saussure'ün göstergebilimsel anlayışı çerçevesinde Nazizm ideolojisini ele almıştır. Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada da Barthes'ın yananlam, düzanlam, metafor, metonim ve mit kavramları üzerinden Adolf Hitler'i incelemiştir.

Diğer yandan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak, son dönemde propaganda amaçlı basılan posterler üzerinde önemli çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada İtalyan Sosyal Cumhuriyeti döneminde dost ve düşman algısı inşasında kullanılan propaganda posterlerini, Çakı ve Gülada (2018) "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada Vichy Fransası'nda işgal propagandası amacıyla basılan posterlerini, Çakı ve Topbaş (2018), "Almanya İçin Alternatif Partisi'nin Göçmen Karşısı Propaganda Faaliyetlerini 2017 Alman Federal Seçimleri Üzerinden Okumak" adlı çalışmada Almanya'da göçmenlere karşı yürütülen propaganda faaliyetlerini kullanılan propaganda posterlerini, Çakı (2018c), "Weimar Cumhuriyeti'nde Bolşevizm'in Korku

Çekiciliği Bağlamında Alman Propaganda Posterlerinde Kullanımı" adlı çalışmada Birinci Dünya Savaşı'nda Almanya'da Komünizm karşıtı propaganda amaçlı posterlerini ve Karaburun Doğan vd. (2017), "1999 Türkiye'deki Genel ve Yerel Seçimleri'nde Siyasal Partilerin Seçim Müzikleri ve Propaganda Afişleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada Türk siyasi partileri tarafından kullanılan propaganda amaçlı posterlerini göstergebilimsel analiz yöntemi kullanarak incelemiştir.

Alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, "askere çağırma" propagandasını ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu amaçla bu çalışmada Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerdeki insanların Waffen-SS'e katılımını arttırabilmek için propaganda posterlerinin nasıl ve ne yönde kullanıldıkları ortaya konulmaya çalışmıştır. Bu amaçla amaçlı örnek metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda posterleri (Norveç, İtalya, Danimarka, Belçika, Hollanda) Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzenlem ve yananlam boyutunda göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Çalışma alanda ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önemlidir.

WAFFEN-SS

Almanya'da Adolf Hitler'in önderliğindeki NSDAP'nin (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi), SA (Sturmabteilung, Fırtına Birimi) ve SS (Schutzstaffel, Savunma Birimi) adında iki paramiliter örgütü bulunmaktaydı. SA sayı bakımından SS'in çok üzerindedi. Buna karşın SA'lara göre SS üyeleri titizlikle seçilmekte ve daha iyi eğitim almaktaydı (Canşen, 1997, s.70). Nitekim Alman gençleri küçük yaşlardan itibaren geleceğin SS subayları olmak için sıkı bir eğitime tabi tutulmaktaydı (Yavuzoğlu, 2003, s.93). SA, tüm NSDAP'yi, SS ise yalnızca parti lideri Hitler'i korumakla görevliydi.

Hitler, SS'in parti içerisindeki öneminin farkında olduğu için yakın dostu Heinrich Himmler'i SS'in başına getirdi. Himmler, 1929-1945 arasında SS'in lideri olarak hizmet etti (Eberle ve Uhl, 2017, s.560). SS'in parti içerisindeki gücü, SA'nın 1934'de gözden düşmesiyle birlikte artmaya başladı. SA lideri Ernst Röhm, Uzun Bıçaklar Gecesi adı verilen bir hareketle öldürülmüş, SA'lar ise pasifize edilmişti. Bu süreçte SS, NSDAP'in en güçlü paramiliter grubu haline geldi (McDonough, 2016, s.34). Himmler parti içerisindeki otoritesini güçlendirerek, SS'in gücü ve sayısını artırma yoluna gitti. Bu amaçla pek çok birim SS'in emrine girdi. SS'in emri altında bulunan birimlerin en göze çarpanlarından biri Gestapo (Geheime Staatspolizei, Gizli Devlet Polisi) idi (Kershaw, 2007, s.541). SS, Gestapo sayesinde ülkede sıkı bir denetime sahip oldu. Almanya'da SS'in bilgisi olmadan hiç bir eylemde bulunulamamaktaydı. Bu açıdan, SS'e karşı gelen tüm muhalifler anında çalışma kamplarına gönderilmekteydi.

Nazi Almanyası 2. Dünya Savaşı'na girdiğinde SS'in önemi daha da arttı. Nitekim NSDAP, Wehrmacht'a (Nazi Almanyası Dönemi'nde Alman Ordusu'na verilen genel isim) destek sağlaması için

SS'in denetiminde bir parti ordusu kurulmasını istedi. Wehrmacht, üç ana bölümden meydana gelmekteydi: Heer (Kara Kuvvetleri), Kriegsmarine (Donanma), Luftwaffe (Hava Kuvvetleri). Waffen-SS (Silahlı SS) bu üç birimi desteklemek amacıyla 1 Aralık 1939 yılında teşkil edildi (McNab, 2015, s.26). Waffen-SS'in liderliği de Himmler'e bırakıldı. Waffen-SS, doğrudan Adolf Hitler' bağlıydı ve ona sadakat yemini etmekteydi. Bu açıdan Waffen-SS Hitler'in emri altında olduğu için Wehrmacht'a bağlı değildi. Savaşın ilerleyen dönemlerinde SS'in rolü ordu içerisinde arttı ve Almanya'daki en üstün silahlar SS'in denetimine bırakıldı (Aşma, 2017, s.94).Waffen-SS zaman içerisinde genişlemiş, büyük ve seçkin bir askeri güç haline gelmişti (Caplan, 2017, s.89). 2. Dünya Savaşı'nda Waffen-SS, en kritik cephelerde Wehrmacht'a büyük destekler sağlamış, işgal edilen ülkelerde disiplin ve otoritenin tesis edilmesi için çabalamıştır.

Savaş esnasında Waffen-SS'in denetiminde panzer tümenleri teşkil edildi. SS panzer tümenleri, kritik bölgelerin işgalinde ve savunulmasında etkin bir şekilde kullanıldı (Hart, 2015, s.905). Waffen-SS, Wehrmacht'a yaptırılamayan tüm eylemlere girişebiliyordu (Dalerue, 2013, s.181).Waffen-SS, başarılarından dolayı Almanya'da büyük saygınlık kazanmıştı. Buna karşı aynı durum işgal edilen ülkeler için geçerli değildi. Waffen-SS, işlediği iddia edilen korkunç insanlık suçlarıyla işgal edilen ülkelere korku salıyordu (Mazower, 2014, s.637). Her ne kadar, Nazilerin savaşta üstün olduğu dönemlerde Waffen-SS'e duyulan korku, Nazi otoritesinin sağlanmasında fırsat sağladıysa, ilerleyen süreçte Naziler'e karşı partizan ayaklanmalarının şiddetlenmesinde temel unsurlardan biri haline geldi.

Waffen-SS savaşın başlarında, Wehrmacht'tan çok daha küçük bir yapıyı oluşturmaktaydı. Waffen-SS kendi içerisinde pek çok kurala tabi tutulmaktaydı. Bunlar içerisinde Waffen-SS'in en belirgin özelliklerinden biri, Hitler'in emriyle yalnızca Germen ırkından gelenlerin birime girebilecek olmasıydı (Motadel, 2015, s.390). Bu nedenle Naziler savaşın başında işgal edilen bölgelerin asker kaynaklarında yeterince yararlanamadı. Naziler Rusya'ya karşı 1941 yılının Haziran'ında başlattıkları Barbarossa Harekatı'nın ilerleyen evrelerinde asker sıkıntısı çekmeye başladı (Macksey, 2012, s.77). Ardından Amerika Birleşik Devletleri'nin Nazi Almanyası'na karşı savaşa dahil olmasıyla birlikte, Nazilerin askeri kaynakları savaşın ağır yükünü kaldıramayacak noktaya geldi.

Wehrmacht'ın Avrupa'da yenilgilerinin artmaya başlaması, işgal edilen bölgelerde de partizan ayaklanmalarının şiddetlenmesi üzerine Waffen-SS'e Germen ırkından olmayanlarda alınmaya başlandı. Naziler savaşın sonlarına doğru Avrupa'da işgal altında bulundurdukları toprakların dört bir yanından Waffen-SS'e asker topladı. Hollanda, Belçika, Estonya, Letonya gibi pek çok Avrupa ülkesinden Waffen-SS'e insanlar katıldı. Hatta Doğu'da Kırım, Türki ve Kafkasya SS Birlikleri adında Türklerden bile Waffen-SS için birlikler oluşturuldu (Motadel, 2015, s.391). Naziler Balkanlardaki Müslümanlardan da yararlanmayı başardı. Naziler, Waffen SS Hancar Tümeni adında Müslümanlardan

bir birim oluşturdu (Greble, 2016, s.324). Naziler, Müttefik Kuvvetler'e düşman olan tüm unsurlardan yararlanarak, Waffen-SS'in asker sayısını arttırmayı başardı.

NAZİ ALMANYASI'NDA ASKERE ÇAĞIRMA PROPAGANDASI

Propaganda, propagandacının istekleri doğrultusunda kitlelerin hareket etmesini sağlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (Jowett ve O'donnell, 2014, s.1). Diğer bir deyişle, propaganda, belli bir grubu belirlenmiş amaç veya amaçlar doğrultusunda ikna etmeye çalışmaktadır (Çakı vd. 2018: 92). Başarılı bir propaganda faaliyeti için üzerinde çok düşünülmüş bir planlama, doğru seçilmiş bir hedef kitlesi ve iyi hesaplanmış bir zaman ve zemine ihtiyaç duyulmaktadır (Tarhan, 2010, s.36). Propaganda propagandacının isteklerine hizmet ederek, onun çıkarları doğrultusunda hareket eder. Propaganda kavramı dini, siyasi ve sosyal pek çok alanda kullanılmaktadır (Karaca ve Çakı, 2018: 14). Buna karşın propagandanın en yoğun olarak kullanıldığı dönemler savaş zamanlarıdır. Nitekim propaganda savaşın kazanılmasında büyük öneme sahiptir. Bunun farkında olan Naziler propagandayı İkinci Dünya Savaşı'nda etkin bir şekilde kullanmıştır.

Hitler tarafından Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'na getirilen Dr. Joseph Goebbels, propagandayı, Nazilerin savaşı kazanmasında bir silah olarak kullanmaya çalıştı (Kuruoğlu, 2006, s.21). Almanya'daki tüm kitle iletişim araçları Nazilerin savaşı kazanması için kullanılıyordu. Özellikle Nazilerin, 2.Dünya Savaşı'nda ağır yenilgiler almaya başladığı 1944 yılından itibaren Goebbels, propagandanın etkisini arttırmaya başladı. Goebbels, savaşta Nazilerin asker ihtiyacını karşılamak için Alman halkını askere çağıran propaganda faaliyetlerine yöneldi. Goebbels, Almanya'da gençler ve yaşlılardan oluşturduğu Volksturm (Halk Fırtınası) adındaki örgütle, Wehrmacht'a takviye birimler oluşturmaya çalıştı (Yelton, 2000, s.1061). Goebbels bu amaçla 1943'ün Şubat'ındaki Sportpalastrede gibi büyük miting ve kitle gösterileri gerçekleştirdi. Bu gösterilere binlerce Alman katılmaktaydı (Moltmann, 1964, s.13). Gösterilerdeki temel konu Almanların savaşı sürdürmesi ve günden güne kan kaybeden Alman ordusuna katılarak, savaşın kazanılması için mücadele edilmesiydi. Goebbels, düzenlediği bu kitle gösterileri ile Müttefik Devletler'e Alman halkının Nazizm'e olan bağlılığını da göstermeyi amaçlıyordu.

Goebbels, müttefik kuvvetlere karşı "topyekün savaş"ın gerçekleşmesi fikrindeydi (Kershaw, 2009, s.639). Bu amaçla gerek Almanya'da gerekse Alman işgali altında bulunan ülkelerde tüm kaynaklar Müttefiklere karşı sonuna kadar kullanılmalıydı. Goebbels kitle iletişim araçlarının tümünü tek bir merkezde toplayarak, kitlelerin istediği şekilde hareket etmesini sağladı. Nitekim Naziler, kitle iletişim araçlarını tek bir merkezde toplayarak ve diğer tüm muhalif yayınların susturulmasını sağlayarak kitlelerin zihinlerinde istedikleri görüşün yeşermesini sağlamaktaydı (Macit, 2007, s.104). Bu amaçla Gobbels, gazete, radyo, sinema gibi tüm kitle iletişim araçlarını NSDAP'nin otoritesini

sağlamlaştırmada kullanmaktaydı (Rupp, 2015, s.101). Diğer yandan Nazi propagandası işgal edilen ülkelerdeki Nazi karşıtı direnişin kırılması için uğraşmaktaydı. İşgal edilen ülkeler teslimiyet anlaşmaları imzalamasına rağmen, kitleler Nazilere karşı hala direniş içerisindeydi (Lagrou, 1999, s.28). Bu süreç Goebbels'in propagandasının işgal edilen bölgeki halka nüfuz etmesini güçletiyordu.

Goebbels, Almanya'nın haricinde işgal edilen ülkelerde ve hatta düşman ülkelerde de propagandanın etki oluşturmasını istiyordu (Yücel, 2017, s.158). Özellikle Waffen-SS'in gücünün artırılmasına yönelik büyük çaba sarf edilmekteydi. Bu amaçla, Waffen-SS'in propagandası işgal edilen pek çok ülkede yapıldı. Naziler, işgal edilen ülkelerde Müttefikler'e karşı olumsuz bir imajın oluşmasını ve oluşan olumsuz imajla birlikte, kitlelerin Waffen-SS'e katılmasını sağlamayı amaçlıyordu. Bunun için her türlü gruptan yararlanılması gerektiğine inanılıyordu. Bu gruplar içerisinde en ön plana çıkanlardan biri Müslümanlar'dı. Naziler, ele geçirdikleri bölgelerde bulunan Müslümanlardan Müttefik Devletler'e karşı ordu kurmak için yararlanmak istiyordu. Bu amaçla Yahudi düşmanlığını etkili bir şekilde kullanmayı denediler. Propagandalarında dini öğelere sıklıkla yer verdiler. Bunun için Kudüs Müftüsü Hacı Emin el-Hüseyni'yi Waffen-SS tümenlerinin örgütlenmesinde propaganda unsuru olarak kullandılar (Havel,2014, s.224). Nazilerin propagandasına hakim olan nefret söylemi zamanla işgal edilen ülkelere Waffen-SS'e önemli ölçüde katılımın olmasını sağladı.

Nazi propagandasının Avrupa ülkeleri için baş düşman olarak gösterdiği ülke Sovyetler Birliği'ydi (Goebbels, 2016, s.58). İşgal edilen ülkelerde Komünizm düşmanlığı, Nazi propagandası ile körüklenmekteydi. Komünizm'in Avrupa'yı ele geçireceği ve özgürlüğü yok edeceği vurgulanıyordu. Böylece kitlelerin Komünizm'e karşı, Waffen-SS'e katılmasının sağlanacağına inanıyorlardı. Avrupa'da düşman olarak gösterilen bir diğer unsurda Yahudilerdi (Akarcalı, 2003, s.110). Nazi propagandasında Yahudiler, Avrupa'yı sömüren ve 2. Dünya Savaşı'nın çıkmasına neden olan tehlikeli bir grup olarak lanse edilmekteydi.

Savaşın sonlarına doğru, Waffen-SS, Avrupa'nın genelinde savaş suçları işleyen bir örgüt olarak algılanmaya başladı (Stein, 1984, s.256). Bu süreç, Goebbels'in askere çağırma propagandasının etkisini azalttı. Diğer yandan İngiliz uçakları Alman işgal bölgelerine attıkları beyannameler ile Nazilerin otoritesine itaat edilmemesini ve onlara karşı ayaklanılmasını istiyordu (Öymen, 2014, s.209). Nazilerin savaşın sonlarına büyük yenilgiler almaya başlayınca, Goebbels'in propagandası iyice etkisini kaybetti.

Goebbels, işgal edilen ülkelerde halkın Waffen-SS'e katılması için propaganda afişlerden özellikle yararlanmıştı. Goebbels'e göre propaganda afişlerindeki görseller ve sloganlar basit ve anlaşılır olması durumunda kitlelerin akıllarında kalabilmekte ve onların ikna edilmesini kolaylaştırabilmekteydi (Akarcalı, 2003, s.109). Bu açıdan işgal edilen ülkelerin dört bir yanı Nazilere ait propaganda afişleri ile donatıldı. Bu amaçla bu çalışmada Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerdeki insanların Waffen-

SS'e katılımını arttırabilmek için propaganda posterlerinin nasıl ve ne yönde kullanıldıkları ortaya konulmaya çalışmıştır.

METODOLOJİ

Bu çalışmada Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerdeki insanların Waffen-SS'e katılımını arttırabilmek için propaganda posterlerinin nasıl ve ne yönde kullanıldıkları ortaya konulmaya çalışmıştır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Göstergebilim, göstergeler yoluyla verilmek istenen anlamları inceleyen bir bilim dalıdır (Sığırcı, 2016, s.47). Günlük hayattaki hemen her şey gösterge sayılabilmektedir. Bu açıdan, göstergebilimin göstergelerin oluşturduğu anlam dizgelerini incelediği düşünüldüğünde ne kadar geniş bir alanı incelediği ortaya çıkmaktadır (Tekinalp ve Uzun, 2013, s.139). Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'ın çalışmaları, 20. yüzyılın ilk yarısında göstergebilimin bir bilim dalı olarak ön plana çıkmasını sağlamıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısında ise Fransız Dil Bilimci Roland Barthes, göstergebilimi daha basit bir dile ve daha geniş bir kullanıma kavuşturmuştur. Barthes, Saussure'ün oluşturduğu göstergebilim anlayışını izledi ve onu geliştirdi (Fiske, 2017, s.138). Barthes'a göre anlamlar göstergeler içerisinde kodlanmaktadır (2016b, s. 44). Göstergelerin dizgesinde taşınan anlam açımlyıcısı tarafından pek çok farklı anlamlara çekilebilir (Barthes, 2017, s.31). Bu süreçte Barthes anlamlamanın iki temel yapıdan oluştuğunu söyle: düzanlam ve yananlam (Kalkan Kocabay, 2008, s.38). Düzanlam evrensel olarak kabul gören, göstergenin ilk anlamını ifade etmektedir. Yananlam ise insanlar tarafından ilk bakışta algılanamayan ve kültürel boyutta anlam örgüleri içeren mesajlardır (Guiraud 2016, s.156-157). Göstergebilimde incelenen anlam dizgelerinde verilen düzanlamın dışında bir üst dil ortaya çıkmaktadır. Bu üst dil yananlamı meydana getirmektedir (Barthes, 2016a, s.87). Göstergelerin yananlamı ilk bakışta bulanık bir şekilde insanın karşısına çıkabilmektedir (Barthes, 2014, s.186). Bu süreçte yananlamın doğru bir şekilde okunabilmesi için mesajın örüldüğü kültürün özelliklerinin iyi bilinmesi gerektir Böylece göstergeler yoluyla gizlenen anlam ortaya çıkarılabilenmektedir (Çakı, 2018b, s.67). Barthes, göstergebilimsel analizde metafor ve metonimi kavramlarını da ön plana çıkmaktadır. Örneğin, propaganda posterinde, cop polislin metonimi, kurukafa da ölüm metaforu olarak kullanılabilenmektedir (Arpa, 2018, s.109). Bu amaçla amaçlı örnek metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda posterleri (Norveç, İtalya, Danimarka, Belçika, Hollanda) Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzanlam ve yananlam boyutunda incelenmiştir.

Çalışmanın Amacı

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası döneminde işgal edilen ülkelerde Waffen-SS propagandasının nasıl ve ne yönde yapıldığını ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylelikle 20. yüzyılda Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'nda sıklıkla kullanılan "askere çağırma propagandası"na da ışık tutulması amaçlanmıştır.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

2. Dünya Savaşı'nda Nazilerin işgali altında bulunan ülkelerde Waffen-SS adına kullanılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın gerek zaman gerekse posterlere ulaşmadaki imkânsızlıklardan dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Worldwartwo Filminspectör adlı sitenin belirlemiş olduğu Waffen SS propaganda posterleri içerisinde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda posterleri (Norveç, İtalya, Danimarka, Belçika, Hollanda) çalışmanın örnekleme olarak ele alınmıştır (<http://worldwartwo.filminspectör.com>, 2018).

Çalışmanın Sınırlılıkları

Waffen-SS'in askere çağırma propagandasının yalnızca posterler üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını meydana getirmektedir. Ayrıca çalışmada örneklem olarak yalnızca beş propaganda posterinin ele alınması çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışmanın Önemi

Çalışma, propaganda alanında özgün olması, gelecek çalışmalara kaynak teşkil etmesi ve İkinci Dünya Savaşı'ndaki askeri propaganda konusunda bilgi vermesi bakımından önem taşımaktadır.

Çalışmanın Soruları

-Waffen-SS tarafından askere alma amaçlı kullanılan propaganda posterlerinde öne çıkan unsurlar hangileridir?

-Waffen-SS tarafından askere alma amaçlı kullanılan propaganda posterlerinde hangi metafor ve metonimlerden yararlanılmıştır?

-Waffen-SS tarafından askere alma amaçlı kullanılan propaganda posterlerinde hangi mit/mitler inşa edilmeye çalışılmıştır?

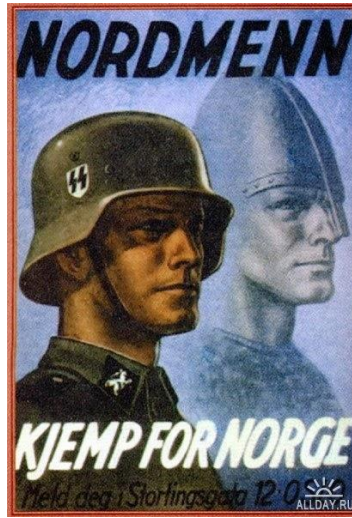
Waffen-SS Propaganda Posterlerinin Göstergibilimsel Analizi

Çalışmanın bu bölümünde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda posterleri (Norveç, İtalya, Danimarka, Belçika, Hollanda) Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'in düzenlem ve yananlam boyutunda göstergibilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir.

Norveç-Waffen SS propaganda posteri

Norveç-Waffen SS propaganda posteri Barthes'ın düzenlem boyutunda değerlendirildiğinde posterde sunum kodları içerisinde başında SS miğferi bulunan bir asker ve hemen yanında Ortaçağ Dönemi'nde Norveç Ordusu'dan başka bir asker yan yana konumlandırılmıştır. Posterde Norveççe "Nordmenn, Kjemp For Norge meld deg i Storinggata 12 Oslo/Norveçliler, Norveç için savaş, Storinggata 12 Oslo'ya kayıt ol" yazısı yer almaktadır.

Resim 1. Norveç-Waffen SS Propaganda Poster



Norveç, Nazi Almanyası tarafından 9 Nisan 1940 tarihinde işgal edildi. Naziler, Norveç'teki nüfuzlarını arttırabilmek için Vidkun Quisling başkanlığında faşist bir yönetim kurdu. Quisling Yönetimi, Naziler ile işbirliğine girerek, Norveç'in Mihver Devletleri'ni desteklemesini sağladı.

Quisling iktidarı döneminde yayınlanan propaganda görseli yananlam boyutunda değerlendirildiğinde, askerin miğferin yer alan SS semoblü, Waffen SS'i temsil eden metonim olarak kullanılmıştır. Waffen-SS askerinin hemen yanında bulunan Orta Çağ Dönemi'deki Norveç askeri, yananlam boyutunda Norveç'in geçmişine vurgu yapmaktadır. Sunum kodlarındaki göstergeler yardımıyla Norveçlilerin geçmişteki zaferleri hatırlatılarak, Waffen-SS'in de aynı zaferleri tekrar kazanması gerektiği anlatılmak istenmiştir. Görselde Norveç askeri "kahraman" ve "savaşçı" metaforları içerisinde temsil edilmektedir. Posterdeki göstergeler, Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı çerçevesinde bir bütün olarak değendirildiğinde görselde, Norveçlilerin savaşçı bir toplum olduğu, 2. Dünya Savaşı'nda da aynı savaşçı özelliklerini kullanarak zaferin kazanılmasını sağlayabilecekleri miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Özellikle, "Norveçliler, Norveç için savaşın" yazı görselde örülen anlam dizgesinin daha da vurgulanmasını sağlamıştır.

İtalya-Waffen SS propaganda posterleri

İtalya-Waffen SS propaganda posterinde düzenlam boyutunda görselin merkezinde trampet çalan bir asker konumlandırılmıştır. Askerin hemen arkasında hizalı bir şekilde dizilmiş başka askerler bulunmaktadır. Askerlerin hemen yanında da bir savaş tankı konumlandırılmıştır. Askerlerin ellerinde Benito Mussolini tarafından kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin bayrağı bulunmaktadır. Görselde İtalyanca "Per l'onore, Per la vita, Legione SS Italiana/Onur için, Hayat için, İtalyan SS Lejyonu" yazısı yer almaktadır.

Resim 2. İtalya-Waffen SS Propaganda Posterleri



2. Dünya Savaşı ilk yılında, İtalya savaşın içinde yer almamıştı. Buna karşın 1940 yılında Almanlar Fransa'yı işgal edince, Nazi Almanyası'nın yanında savaşa dahil olmuştu. 1943 yılında Müttefikler Sicilya'ya çıkınca, İtalya saf değiştirip Müttefik Devletleri'nin yanında savaşa girdi. Bu süreçte Naziler İtalya'nın büyük bir kısmını işgal etti. Naziler İtalyan Kralı tarafından tutuklanan Benito Mussolini'yi kurtarıp, onun önerliğinde İtalya'da İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'ni kurdu. Naziler işgali altında buldukları İtalya'da Mussolini'nin yardımı ile İtalyanların tekrar Nazi Ordularına destek vermesi için çalıştı. Görseldeki trampet çalan askerin sunum kodları içerisinde ilk bakışta SS askeri olduğu anlaşılabilir. Nitekim askerin arkasında konumlandırılan Faşist İtalya bayrağı da İtalya Sosyal Cumhuriyeti'ni temsil eden bir metonim olarak kullanılmış, görselde Nazileri ve Waffen-SS'i anlatan herhangi bir gösterteye yer verilmemiştir.

Görselde Waffen SS'e vurgu yapıldığı, görselin hemen üstünde yer alan "İtalyan SS Lejyonu" yazısından anlaşılmaktadır. Yananlam boyutunda, göstergelerin değerlendirilebilmesi için Barthes'ın ifade ettiği kültürün ve bağlamın iyi okunması gerekmektedir. İtalya posterin yayınlandığı tarihte yoğun bir Müttefik hava akınına uğramaktaydı. Pek çok İtalyan vatandaşı hava akınları neticesinde hayatını

kaybetmişti. Diğer yandan Müttefikler'in İtalya'daki tarihi eserleri yağmaladığına dair propaganda faaliyeti yürütülmekteydi. Bu bağlamda görselde yer alan "Onur için, Hayat için" yazısı ile İtalyanların, Müttefiklerin hava akınlarına karşı hayatta kalmak ve yapılan yağma ve talanlara karşı İtalyanların onurlarını korumak için savaşması gerektiği vurgulanmaktaydı. İtalyanlar görselde "kahraman" metaforu üzerinden sunulmaktadır. Posterde, İtalyanların hayatta kalabilmeleri ve ülkelerinde onurlu bir şekilde yaşayabilmeleri için Müttefikler'e karşı savaşmaları gerektiği miti inşa edilmektedir.

Danimarka-Waffen SS propaganda posterleri

Danimarka-Waffen SS propaganda posterleri düzenlam boyutunda, iki farklı savaş sahnesini konu almıştır. Posterin ilk bölümde Danimarka bayrağı altında elinde kılıç ve kalkanlarda bir yöne doğru saldırıya geçen askerler, ikinci bölümde ise SS bayrağı altında başlarında SS miğferi olan askerlerin bir tarafa doğru ilerledikleri görülmektedir. Görselin üstünde Danca "Narva 1219 et symbol 1944/Narva 1219 bir sembol 1944" altında ise "Ogsaa idag front mod øst meld dig til det danske regiment i vaaben SS /Bugün bile - Doğuya karşı cephe! Waffen SS'deki Danimarka alayına yazılın" yazısı yer almaktadır.

Resim 3. Danimarka-Waffen SS Propaganda Posterleri



1940 yılının Nisan'ında Naziler Norveç ile birlikte Danimarka'yı da işgal etti. Naziler tarafından işgal edilen diğer Avrupa ülkelerine göre Danimarka, Nazi Almanyası ile daha uyumlu bir şekilde hareket etti. Bu süreçte Naziler, 1943'te Danimarka'da ayaklanmaların baş göstereceği tarihe kadar Danimarka yönetimi ile iş birliğine girdi.

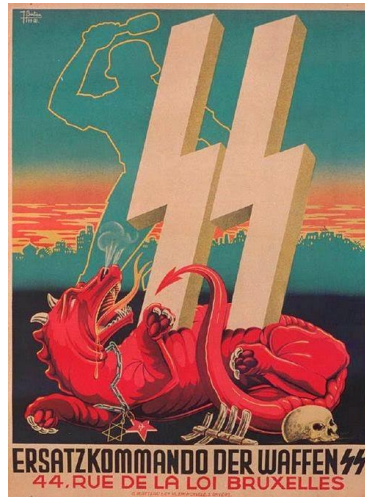
Görselde yer alan iki farklı olay arasında bir anlam dizgesi oluşturulmak istenmiştir. Birinci bölümde yer Alan Narva 1219 tarihi, Danimarkalıların geçmişine vurgu yapmaktadır. Yananlam boyutunda, Danimarkalıların 1219'daki Estonya'da kazandığı zafer hatırlatılarak, 1944 yılında Doğu'dan

yaklaşmakta olan Sovyet askerlerine karşı da aynı zaferin kazanılacağı anlatılmaktadır. Sovyet Ordusu, 1943 yılında sırasıyla Stalingrad ve Kursk Muharebeleri'nde Wehrmacht'ı büyük yenilgilere uğratmış ve Almanların işgal ettiği pek çok yeri geri almıştı. Bu süreçte büyük asker ihtiyacı içine giren Naziler, Danimarka'da geçmişten gelen düşmanlıkları kullanarak, Sovyetlere karşı zafer kazanılmasını planlamıştır. Bu amaçla Danimarkalıların Waffen-SS'e katılması telkin edilmiştir. Birinci görselde yer alan Danimarka Bayrağı Danimarka'yı, ikinci görselde yer alan SS bayrağı da Nazileri temsil eden metonim olarak kullanılmıştır. Danimarka askerleri ve Waffen-SS askerleri "kahraman" metaforu üzerinde sunulmuş, Danimarkalılar "Bugün bile - Doğuya karşı cephe!" yazısı ile Sovyetler Birliği'ne karşı ortak mücadeleye çağrılmaktadırlar. Görselde, 1219'daki Danimarka askerlerinin görevinin, 1944 Waffen SS tarafından devralındığı miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

Belçika-Waffen SS Propaganda posterleri

Belçika-Waffen SS propaganda posterinin merkezinde bir ejderha ve SS göstergesi yer almaktadır. SS göstergesi ejderhanın üstünde konumlandırılırken, ejderha can çekişir şekilde sunulmaktadır. Ejderhanın hemen arkasında el bombası atmaya çalışan bir askerin silueti görülmektedir. Ejderhanın hemen yanında, orak ve çekiç göstergelerinin kullanıldığı bir yıldız ve altıgen şeklinde bir başka yıldız simgesi yerleştirilmiştir. Ejderhanın diğer yanında ise insan iskeletleri konumlandırılmıştır. Görselin en altında ise "Ersatzkommando der Waffen SS - 44 Rue de la loi Bruxelles" yazısı kullanılmıştır.

Resim 4. Belçika-Waffen SS Propaganda Posterleri



Belçika, 1940 yılının Mayıs'ında Almanlar tarafından işgal edildi. Naziler, Belçika'da Nazizm ideolojisinin ve kült lider olarak Adolf Hitler'in ön plana çıkması için yoğun bir propaganda faaliyetine yöneldi. Bu amaçla Naziler, Belçikalı askerlerinin Waffen-SS'e katılmasını sağlamak için ortak düşman inşasına yöneldiler. Komünizm ve Yahudilik, Belçika'da iki büyük düşman unsur olarak Nazi

propagandası tarafından kitlelere servis edildi. Belçika'daki Yahudiler toplanarak, toplama kamplarına gönderildi. Komünizme karşı ülke genelinde olumsuz kampanyalar başlatıldı.

Görselde yer alan ejderha ve boyundaki orak-çekiç amblemi Komünizmi ve Sovyetler Birliği'ni, boynundaki altıgen şeklindeki yıldız da Yahudiliği temsil eden birer metonim olarak kullanılmıştır. Posterin merkezinde yer alan iki devasa boyuttaki SS işareti de Waffen-SS'i temsil eden bir metonimdir. SS işaretinin hemen arkasında yer alan asker silueti de sunum kodlarındaki göstergelerde Waffen-SS askeri olarak gösterilmektedir. Ejderhanın yanında bulunan insan kemikleri, ejderha üzerinde "koruk çekiciliği"nin oluşmasını sağlamaktadır. Görselde metinsel herhangi bir göstergeye yer verilmemiştir. Yalnızca görselin altında Waffen-SS'e vurgu yapılarak, Belçikalıların Waffen-SS'e katılmak için nereye başvurmaları gerektiği gösterilmektedir. Görselde, Waffen-SS'e katılmanın Komünizm ve Yahudilik tehlikelerini ortadan kaldıracak miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Komünizm ve Yahudilik ejderha temsili ile "tehlike" ve "ölüm", Waffen-SS ise "kurtarıcı" metaforu olarak sunulmuştur. Yananlam boyutunda Komünizm ve Yahudiliğin Waffen-SS tarafından durdurulabileceği anlatılmaktadır.

Hollanda-Waffen SS propaganda posterleri

Hollanda-Waffen SS propaganda posterleri düzenlem boyutunda ele alındığında, görselin merkezinde başında SS miğferi konumlandırılmış bir askerin yerleştirildiği görülmektedir. Sunum kodları içerisinde askerin çevresine tanklar, uçaklar, askeri birlikler, toplar gibi militarist göstergeler yerleştirilmiştir. Görselin hemen üstünde Hollandaca "Nederlanders/ Hollandalılar" altında da "Voor uw eer en geweten op! tegen het bolsjewisme. De waffen SS roept u!/Onur ve vicdanınız için. Bolşevizme karşı! De Waffen SS sizi çağırıyor" yazısı yazılmıştır.

Resim 5. Hollanda-Waffen SS Propaganda Posterleri



Nazi Almanyası, 1940 yılının Mayıs ayında Belçika ile birlikte Hollanda'yı da işgal etti. Hollanda, Nazilerin işgali altında bulunan ülkeler içerisinde, Nazilere en fazla destek veren ülkelerden biriydi. Anton Mussert önderliğindeki Hollandalı Nasyonal Sosyalistler, Naziler ile işbirliği yaptı. Bu süreçte Naziler, Hollandalıları Waffen-SS birliklerine katarak, ortak düşman gördükleri Sovyetler Birliği'ne karşı savaşmaya çağırdı.

Görselin merkezinde yer alan askerin miğferindeki SS işareti, Waffen-SS'i simgeleyen bir metonim olarak kullanılmıştır. Sunum kodları içerisinde, askerin çevresine konumlandırılan top, tank, uçak ve askeri birlikler yananlam boyutunda Waffen-SS'in gücünü vurgulayan öğelerdir. Görselde yer alan "Hollandalılar, Onur ve vicdanınız için. Bolşevizme karşı!" yazısı yananlam boyutunda, Hollandalı Waffen-SS'leri Sovyetler'e karşı savaşa çağırılmaktadır. Görselde "kahraman" metaforu olarak sunulan Waffen-SS askeri üzerinden, Waffen-SS'in Bolşevizm'e karşı Hollanda'nın ve Avrupa'nın kurtarıcısı olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

SONUÇ

İkinci Dünya Savaşı'nda taraflar savaş için tüm kaynaklarını seferber etmiştir. Bu süreçte, 1940'lı yılların başlarında Avrupa'nın büyük bir kısmına egemen olan Nazi Almanyası, kaynaklarının tüm imkanlarını kullandıktan sonra, önemli ölçüde asker ihtiyacı içine girmeye başlamıştır. Bu süreçte Naziler işgal altında bulunan ülkelerden asker toplayarak, savaştaki kayıplarını telafi etme yoluna gitmiştir.

Waffen-SS tarafından askere alma amaçlı kullanılan propaganda posterlerinde genel olarak ülkelerin geçmişlerine vurgu yapılarak, işgal atındaki ülkeler Komünizm'e karşı mücadeleye çağrılmaktadır. Naziler, işgal edilen ülkelerde ortak düşman oluşturmaya çalışmaktadır. Bu amaçla Yahudilik ve Komünizm üzerine nefret söylemi kullanılarak, Komünizm'in Yahudiliğe hizmet ettiği vurgusu ön plana çıkarılmaktadır. Naziler propaganda posterlerinde doğuda beliren tehlikeye karşı, insanların Waffen-SS'e katılmaları ve savaşa dahil olmaları gerektiği vurgusunu yapmaktadır.

Propaganda görsellerinde Naziler, Waffen-SS askerlerini ön plana çıkarmaktadır. Askerlerin miğferlerinde bulunan SS işaretleri, metonim olarak kullanılmış, Waffen-SS'e vurgu yapılmıştır. Diğer yandan afişlerde Komünizm'in (Bolşevizm) ejderha gibi olumsuz metonimler içerisinde kullanıldığı gözlemlenmiştir. Sunum kodları içerisinde yer alan göstergelerde Waffen-SS yüceltirken, Komünizm ve Yahudilik ise Avrupa'yı ele geçirmeye çalışan tehlikeler olarak gösterilmiştir.

Nazilerin Waffen-SS'e yönelik yaptığı tüm propaganda posterlerinde Waffen-SS askerleri görsellerin merkezine konumlandırmıştır. Görselde yer alan askerler "kahraman" ve "kurtarıcı" metaforları içerisinde sunularak, işgal edilen ülkelerde kitlelerin Waffen-SS'e karşı sempati duyması ve Sovyet Rusya ve müttefiklerine karşı mücadelede Waffen-SS'e katılması sağlanmaya çalışılmıştır.

Naziler, işgal edilen ülkelerde tahakküm kurabilmek, istedikleri şekilde halkı yönlendirmek ve daha da önemlisi halkın Waffen-SS'e katılımını sağlamak için posterlerde yer alan görseller üzerinden propaganda amaçlı bazı mitler inşa etmiştir. Mitlerin inşasında, ülkelerin tarihlerindeki savaş ve kahramanlıklardan yararlanılmıştır. Genel manada posterlerde; ülkelerin Waffen-SS'e katılarak onurları ve yaşamları için savaşacağı, Waffen-SS'in Avrupa'yı Komünizm ve Yahudilik tehlikelerine karşı koruduğu, geçmişteki kahramanlıkların Waffen-SS'e katılarak tekrar meydana getirileceği gibi mitler inşa edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Nazilerin işgali altında bulunan ülkelere Waffen-SS'e asker temin edebilmek amacıyla yapılan propaganda faaliyetleri ele alınmıştır. Bu amaçla, 1., 2. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemlerinde ülkelerin asker sayılarını arttırmak amacıyla kamuoyunda yapılan askere çağırma propaganda faaliyetlerine ışık tutulması amaçlanmıştır. Çalışma alanında ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Gelecek çalışmaların, farklı ülkeler ve farklı dönemler üzerinde ülkelerin askere alma propagandalarını ele almalarının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci dünya savaşında iletişim ve propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arpa, Murat (2018). İş güvenliği konu alan kamu spotu reklamlarında korku çekiciliği kavramının kullanılması, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, 105-115.
- Aşma, C.(2017). *Adolf Hitler*. Erasmus Yayınları: İstanbul.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş söylemler*. (T. Yücel,Çev.). (4. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları
- Barthes, R. (2016a). *Göstergebilimsel serüven*. (M. Rifat ve Sema Rifat, Çev.). (8.Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2016b). *S/Z*. (S. Ö.Kasar, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün retorikliği, sanat ve müzik*. (A. Koş ve Ö. Albayrak, . Çev.). (2. Baskı). İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Caplan, J. (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. (İ. Erman, Çev.). İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Canşen, E. (1997). *Hitler'den torunlarına, Almanya'da eski ve yeni sağ*. İstanbul: Göçebe Yayınları.
- Çakı, C. (2018a). "Nazi Almanyası etkisindeki İtalyan 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). Weimar Cumhuriyeti'nde Bolşevizm'in korku çekiciliği bağlamında Alman propaganda posterlerinde kullanımı, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5 (16), 83-101.

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 , Topbaş, H . (2018). "Almanya İçin Alternatif Partisi'nin göçmen karşıtı propaganda faaliyetlerini 2017 Alman federal seçimleri üzerinden okumak". *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 59-74.

Çakı, C., Karaburun Doğan, D. ve Yılmaz, N. (2018). "Horst-wessel" propaganda marşı üzerinden nazizm ideolojisinin inşası", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, No. 46, s. 89-110

Çankaya, E. (2008). *İktidar bu kapağın altındadır. gösteri demokrasisinde siyasal reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Dalerue, J. (2013). *Gestapo, doğuşu, yükselişi ve çöküşü*. (M. Sever, Çev.). (2. Baskı). İstanbul: Asur Yayınları.

Eberle, H. ve Uhl, M. (2017). *Hitler kitabı*. (M. Tüzel, Çev.). 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*. 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.

Fiske, J. (2017). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrvan, Çev.). (5. Basım). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Goebbels, J. (2016). *Gerçek yüzüyle komünizm ve teori ve pratikte bolşevizm*. (Z. Köroğlu, Çev.). İstanbul: Bilge Karınca Yayınları.

Greble, E. (2016). *Saraybosna 1941-1945 Hitler avrupası'nda müslümanlar, hristiyanlar ve yahudiler*, (E.Sürmeli, Çev.). İstanbul: Tarihçi Kitapevi.

Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. (M. Yalçın, Çev.). (3.Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2018). Baudrillard'ın tüketim toplumu boyutunda jil çorap reklamı örneği, *1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi*, Antalya.

Hart, B. L. (2015). *İkinci dünya savaşı tarihi*. (K. Bağrıaçık, Çev.). İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Havel, B. (2014). Haj amin al-husseini: herald of religious anti-judaism in the contemporary islamic world. *The Journal of the Middle East and Africa*,5(3), 221-243.

Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & persuasion*. USA:Sage.

Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda göstergebilim*. (1. Basım). İstanbul: E Yayınları.

Karaburun Doğan, Derya, Sayan, Şule ve Çakı, Caner (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, Ed. Hasan Arapgirlioğlu, Atilla Atik, Robert L. Elliott, Edward Turgeon, Ankara: Gece Publishing.

Karaca, M. ve Çakı, C. (2018). İletişim ve Propaganda, Konya: Eğitim Yayınevi.

Kershaw, I. (2007). *Hitler, 1889-1936: Hubris*. (Z. Biliz, Çev.). (Birinci Cilt). İstanbul: İthaki Yayınları.

Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. (Z. Biliz, Çev.). (2. Cilt). İstanbul: İthaki Yayınları.

Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve özgürlük aracı olarak radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Lagrou, P. (1999). *The legacy of nazi occupation: patriotic memory and national recovery in Western Europe, 1945–1965 (Vol. 8)*. The United Kingdom:Cambridge University Press.

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

Macksey, K. J. (2012). *İkinci dünya savaşı'nda askeri hatalar*. (M. T. Akad, Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Mazower, M. (2014). *Hitler imparatorluğu, işgal Avrupa'sından nazi yönetimi*. (Y. Alogan, Çev.). (2. Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.

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

McNab, C. (2015). *Hitler'in ordusu, nazi savaş makinesinin tarihi, 1939-1945*. (O. Doğan, Çev.). İstanbul:Timaş Yayınları.

- Moltmann, G. (1964). Goebbels' rede zum totalen krieg am 18. februar 1943. *Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte*, 12(1. H), 13-43.
- Motadel, D. (2015). *İslam ve naziler*, (A. F. Yıldırım, Çev.). İstanbul:Alfa Yayınları.
- Öymen, O. (2014). *Bir propaganda silahı olarak basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı göstergebilim sözlüğü: kavramlar, yöntemler, kuramcılar, okullar*. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rupp, J. L. (2015). *Mobilizing women for war: german and american propaganda, 1939-1945*. New Jersey: Princeton University Press.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim uygulamaları, metinleri, görselleri ve olayları okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Stein, H. G. (1984). *The Waffen SS: Hitler's elite guard at war, 1939-1945*. USA: Cornell University Press.
- Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in korku çekiciliği bağlamında kamu spotu reklamlarında kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3). 290-306.
- Tarhan, N. (2010). *Psikolojik savaş, gri propaganda*. (13.Baskı). İstanbul:Timaş Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. (4. Baskı). İstanbul: Derin Yayınları.
- Worldwartwo Filminspector (2018). Erişim Tarihi: 20.04.2018. [http:// worldwartwo.filminspector.com/2014/05/ss-recruiting-posters.html](http://worldwartwo.filminspector.com/2014/05/ss-recruiting-posters.html).
- Yavuzoğlu, A. (2003). *20. yy.'da Faşist paranoya*, İstanbul: Sayfa Yayınları.
- Yelton, K. D. (2000). "Ein Volk Steht Auf": The germanvolkssturm and nazi strategy, 1944-45. *The Journal of Military History*, 64(4), 1061.
- Yücel, E. (2017). *Propaganda, Hitler'in müftüsünden nazi türklere, bir diktatörü otopsi*. İstanbul: Karakarga Yayınları.
- Zorlu, Y., Çakı, C., Karaca, M. (2017). Türk sinemasında nazizm ideolojisi: 'Kırımlı' filmi ve göstergebilimsel analizi. *Sosyoloji Konferansları -Istanbul Journal of Sociological Studies*. No: 56 (2017-2). / 65-93